

İĞDIR'IN COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜNLERİNİN GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN İNCELENMESİ

Oğuz ÇAM^{1*}

ORCID: 0000-0003-3222-3367

Cengiz ÇELİK²

ORCID: 0000-0003-1917-6615

<https://doi.org/10.7460/turar.1587386>

ÖZ

Gastronomi turizmi, günümüzde önem taşıyan bir alandır. Bu alanın önem taşımasında coğrafi işaretlerin de bir etkisi vardır. Bundan dolayı bu konulara yönelik bir çalışma oluşturmak istenmiştir. Bu çalışmanın amacı, Iğdır'ın coğrafi işaretli ürünlerini gastronomi turizmi açısından incelemektir. Çalışma, Iğdır'ın coğrafi işaretli ürünlerinin bilinmesine ve tanıtılmasına yardımcı olmak, bunların gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesine olanak sağlamak yönlerinden önem arz etmektedir. Çalışma kapsamına Iğdır'ın dâhil edilmesinin nedeni, bu kentin turizm açısından fazla gelişmemiş olarak görülmesi, konu özelinde de kentin coğrafi işaretleri ile gastronomi turizmini tek çatı altında bir araya getiren fazla çalışmaya rastlanmamasıdır. Çalışmada derleme yöntemi, bu yöntem çerçevesinde de geleneksel derleme yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın bulgularına göre; Iğdır'ın altı adet coğrafi işaretli ürünü vardır. Bunlar; Iğdır kayısı, Iğdır patlıcan reçeli, Iğdır taş köfte yemeği, Iğdır omaç aşısı çorbası, Iğdır bozbaş yemeği ve Iğdır beyaz üzümü/miskalıdır. Söz konusu coğrafi işaretli ürünlerin de Iğdır'a hem gastronomi hem de gastronomi turizmi yönünden olumlu etkiler sağladığı kanısına varılmıştır. Sonuç olarak; Iğdır'ın coğrafi işaretli ürünlerinin gastronomi turizmi açısından özellikle yörede önemli yere ve potansiyele sahip olduğu görülmektedir. Çalışmanın sonunda Iğdır ile ilgili çeşitli öneriler verilmiştir. Bu kapsamda önemli görülen iki önerinin ifade edilmesi uygun görülmüştür. Bu önerilerden biri, Iğdır'ın

^{1*} Sorumlu Yazar: Bilim Uzmanı, Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, İnanç Turizmi Bölümü, Kastamonu, Türkiye, oguzcam911@gmail.com

² Doktora Öğrencisi, Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Kastamonu, Türkiye, cngzclk74@gmail.com

Geliş/Submitted: 18.11.2024- **Kabul/ Accepted:** 07.03.2025

Makale Türü: Derleme Makale

APA: Çam, O., Çelik C. (2025) Iğdır'ın Coğrafi İşaretli Ürünlerinin Gastronomi Turizmi Açısından İncelenmesi. Turar Turizm ve Araştırma Dergisi, 14 (1), 136- 168.

coğrafi işarete sahip olan ürünlerinin söz konusu ilin genel turizmi üzerine mevcut ve olası etkilerinin multidisipliner yaklaşımlara başvurulmasıdır. Bu önerilerden bir diğeri, Iğdır'ın coğrafi işarete sahip olan ürünlerinin ilgili ilin yerel halkı tarafından bilinirliği üzerine bir araştırmanın tasarlanmasıdır.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaret, Gastronomi, Gastronomi Turizmi, Iğdır, Yemek.

THE INVESTIGATION OF GEOGRAPHICALLY INDICATED PRODUCTS OF IĞDIR IN TERMS OF GASTRONOMY TOURISM

ABSTRACT

Gastronomy tourism is an important field today. Geographical indications also have an effect on the importance of this field. Therefore, it was desired to create a study on these issues. The aim of this study is to examine the geographically marked products of Iğdir in terms of gastronomy tourism. The study is important in terms of helping Iğdir's geographically marked products to be known and promoted and enabling them to be evaluated in terms of gastronomy tourism. The reason why Iğdir was included in the scope of the study is that this city is considered to be underdeveloped in terms of tourism, and there are not many studies that bring together the city's geographical indications and gastronomy tourism under one roof. Review method was used in the study and traditional review method was used within the framework of this method. According to the findings of the study; Iğdir has six geographically marked products. These are Iğdir apricot, Iğdir aubergine jam, Iğdir stone meatball dish, Iğdir omach vaccine soup, Iğdir bozbaş dish and Iğdir white grape/miskali. It has been concluded that these geographically marked products have positive effects on Iğdir in terms of both gastronomy and gastronomy tourism. As a result, it is seen that Iğdir's geographically marked products have an important place and potential in terms of gastronomy tourism, especially in the region. At the end of the study, various suggestions about Iğdir were given. In this context, it has been deemed appropriate to express two important suggestions. One of these suggestions is to investigate the current and possible effects of Iğdir's products with geographical indication on the general tourism of the province in question by applying multidisciplinary approaches. Another one of these suggestions is to design a research on the awareness of Iğdir's products with geographical indication by the local people of the relevant province.

Keywords: Geographical Indication, Gastronomy, Gastronomy Tourism, Iğdir, Food.

1. GİRİŞ

Turizm, sosyal bir olaydır. Turizm, katılımcıların amaçlarına göre birden fazla alt alana (gastronomi turizmi, deniz turizmi, inanç turizmi, golf turizmi, av turizmi, kırsal turizm, mağara turizmi, kış turizmi, kongre turizmi, rafting turizmi, spor turizmi, sağlık turizm, yat turizmi, yayla turizmi gibi) ayrılmakta ve bu alt alanlardan biri de gastronomi turizmi olarak görülmektedir (EBYÜ, 2023). Gastronomi turizmi çalışmaları ve hareketleri pek çok unsurdan etkilenmektedir. Bu unsurlardan biri de coğrafi işaretlerdir. Coğrafi işaretler gastro turistler üzerinde motivasyon ve merak unsurunun oluşması, turistik popülerlik elde edilmesi, gastronomi potansiyeli ve talebinin gelişmesi, iyi bir marka ve olumlu bir imaj oluşturulması veya geliştirilmesi vb. yönlerden gastronomi turizmine katkı sağlanmasına yardımcıdır. Özellikle (gastronomi açısından önem arz eden) coğrafi işarete sahip olan ürünü veya ürünleri bulunan kentlerin gastronomi turizmi talebinde hareketlilik görülebilmektedir. Bu noktadan hareket ederek kent, gastronomi turizmi ve coğrafi işareti kapsayan bir çalışma yapma girişiminde bulunulmuştur. Bu çalışma, geleneksel derlemedir. Geleneksel derlemeler, belli bir konuda yayımlanmış iki veya daha fazla çalışma üzerinde değerlendirme gerçekleştirilen bulguları, incelemeleri ve sonuçları sentezleyen, belli bir metot izlenmeksizin, türlü yollarla ve türlü kaynaklardan sağlanan bilgilerin derlenmiş olduğu çalışmalardır (Çam, 2023; Karaçam, 2013; Yılmaz, 2021). Geleneksel derlemelerde yazarlar araştırma konularıyla ilgili türlü bildiri, kitap ve dergilerde bulunan, kendi görüşlerini desteklemeyen ve destekleyen yorum ve sonuçları bir araya getirmekte ve hemen hemen bir düz yazı halinde sunmaktadırlar (Ata & Urman, 2008; Yılmaz, 2021). Çalışmanın amacı, Iğdır'ın coğrafi işaretli ürünlerini gastronomi turizmi açısından incelemektir. Çalışma, Iğdır'ın coğrafi işaretli ürünlerinin bilinmesine ve tanıtılmasına yardımcı olmak, bunların gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesine olanak sağlamak yönlerinden önem arz etmektedir. Çalışma kapsamına Iğdır'ın dâhil edilmesinin nedeni, bu kentin turizm açısından fazla gelişmemiş olarak görülmesi, konu özelinde de kentin coğrafi işaretleri ile gastronomi turizmini tek çatı altında bir araya getiren fazla çalışmaya rastlanmamasıdır. Çalışma kapsamında kavramsal çerçeve (Iğdır, gastronomi turizmi, coğrafi işaret), yöntem (araştırmanın amacı, araştırmanın yöntemi, araştırmanın kaynak temini ve kullanımı), bulgular, sonuç ve öneriler bölümleri belirtilmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Iğdır

Iğdır, Doğu Anadolu Bölgesi üzerinde, Türkiye'nin en doğusunda bulunan bir şehirdir (T.C. Iğdır Belediyesi, 2023a). Bu şehir, Ermenistan, İran, Azerbaycan (Nahçıvan), Kars ve Ağrı ile sınır komşusudur (T.C. Iğdır Belediyesi, 2023a, 2023b). Şehrin nüfusu 203159'dur (T.C. Iğdır Belediyesi, 2023c). Iğdır halkının geçim kaynağı hayvancılık ve tarıma dayanmaktadır (T.C. Iğdır Belediyesi, 2023a). Iğdır'da turizm ve sanayi de çok gelişmemiştir (T.C. Iğdır Belediyesi, 2023b).

Iğdır, iyi bir mutfak ve yemek kültürüne sahip bir şehirdir. Bu şehrin çeşitli gastronomik ürünleri vardır. Çorbalardan perzana, helise, sabah aşısı, süt hürresi, hürre, ayran aşısı, kelecoş, katık aşısı (Iğdır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023a); etli yemeklerden tandır şiş, tavuk şorva, taş köfte, ekşili; sakatatlardan işkembe kavurma, paça, cızdık (Iğdır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023b); kuru baklagillerden bozbaş (Iğdır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023c); sebze yemeklerinden etli sarma, omaç aşısı, yağ şorvası, salmanca, cıvır (Iğdır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023d); tahıllardan keklik etli lepeli pilav, kuru üzümlü pilav, ekşili pilav, sütlü pilav, evelikli bulgur, börüceli bulgur (Iğdır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023e); eriştelere tereyağlı erişte (Iğdır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023f); ekmeklerden tapan (Iğdır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023g); tatlılardan fetir, kuymak, omaç helvası, kavut, kaysafa (Iğdır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023h); reçellerden ise patlıcan reçeli (Iğdır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023i) Iğdır'ın kayda değer gastronomik ürünlerinden bazılarıdır.

2.2. Gastronomi Turizmi

Gastronomi, Eski Yunanca bir sözcük olan gastri (mide) ve nomos (kural, kanun) manasına gelen iki sözcüğün bir araya gelmesinin sonucunda ortaya çıkmıştır (Çılgınoğlu & Çılgınoğlu, 2022; Sarıışık & Özbay, 2015).

Gastronomi, geçmişten bugüne kişilerin edindikleri bilgi birikimleri ve aktarımları ile yiyecek ve içeceklerin bütün özelliklerinin öğrenilmesi, tatbik edilmesi, geliştirilip günümüz koşullarına uyarlanması çalışmalarını içeren, sanatsal ve bilimsel öğeler ile zenginleştirilen bir disiplin (Hatipoğlu, 2010; Mutlu & Çılgınoğlu, 2022) ve kültürel mirasın bir parçasıdır (Akgöl, 2012; Çılgınoğlu & Çam, 2021; Van Westering, 1999).

Gastronominin amacı, muhtemel olan en iyi beslenme yolu ile kişilerin muhafaza edilmelerini sağlamaktır. Gastronominin başka bir amacı ise, yiyeceğe dönüştürülecek maddeleri arayış içerisinde olan, tedarik eden ya da hazırlayan kişilere birtakım prensiplere göre kılavuzluk yapmaktır (Brillat Savarin, 1994; Seyitoğlu & Çalışkan, 2018).

Gastronominin kapsamı çok geniştir. Örneğin; yöresel bir pastane, yalnızca yöresel halkın bildiği enteresan bir bar, New York'ta bir caddede satış işlemi gerçekleştiren bir simitçi ya da İtalya'nın tarihi sokaklarından birinde yer alan bir dondurmacı gastronomi turizmi kapsamındadır. Ayrıca mutfak araç-gereçleri ve yemek kitapları satan dükkânlar, mutfak turları, mutfak ile ilgili rehber kitaplar, üzüm bağlarını gezmek, çiftlik arazisi ziyaretleri, catering firmaları, bira, şarap ve benzeri alkollü içecek imalathaneleri, üreticiler, çiftçiler (Göynüşen, 2011; Yıldırım, 2021), iyi bilinen şefler tarafından işletilen ya da onlar ile ilişkilendirilen aşçılık okulları gastronomi turizmi kapsamı içerisinde değerlendirilmektedir. Yine ayrıca dünya üzerinde gelişmekte olan birtakım bölgelerdeki plaj ve sokakların neredeyse her alanında yer alan gıda satıcılarının, başka bir deyişle sokak lezzetlerinin de göz ardı edilmemesi gerekmektedir (Henderson, 2009; Yıldırım, 2021).

Gastronomi turizmi alternatif turizm arayışının sonucunda oluşmuştur (Emekli, 2006; Özdemir & Dülger Altınar, 2019). Alternatif turizm, kent ve kitle turizmi olgu ve algısının etkilerini azaltmak için meydana getirilen, yeni turistik ürünlerin ve hizmetlerin bir araya getirilmesiyle oluşan bir turizm türüdür (Akyol & Akkaşoğlu, 2021; Batman & Ulaşan, 2013). Turist eğilimindeki çeşitlilikler alternatif turizm arayışını mecburî hâle getirmiş ve bu kapsamda turizm tipleri çeşitlendirilmiş ve bununla birlikte gastronomi turizmi ve benzeri (ekoturizm, kırsal turizm, kültürel turizm, termal turizm, yayla turizmi gibi) turizm tipleri oluşmuş ve bunlar geliştirilmiştir (Emekli, 2006; Özdemir & Dülger Altınar, 2019).

Gastronomi turizmi çeşitli temalar altında (çikolata, zeytinyağı, şarap gibi) özelleştirilebilmektedir (Onur & Onur, 2016) ve bölge turizminin tanıtılmasında bir araç ve rekabetçi hedef pazarlamanın da bir kilit noktası olarak görülmektedir (Hall, Sharples, Mitchell, Macionis & Cambourne, 2003; Küçükkömürler, Şirvan & Sezgin, 2018). Ayrıca bu turizm tipi, turizm sektörüne kaynak sağlama ve kaynakları dâhilinde ulusal ve uluslararası turizm akışının belirlenmesinde büyük bir öneme sahiptir (Onur & Onur, 2016).

Gastronomi turizmi, yalnızca zaman geçirmek için bir araç değil, aynı zamanda iktisadi kalkınma ve markalaşma için de yüksek derecede etkili bir araçtır. Gastronomi turizmi

böylelikle mevcut kültür varlıklarını muhafaza ederek ve bundan gelir sağlayarak kentsel gelişimin hızlandırılmasına katkı sağlamaktadır (Kivela & Crofts, 2006; Onur & Onur, 2016).

Gastronomi turizmi, dünya turizminin en dinamik gelişim gösteren alanlarından biri olarak görülmekte, yükseliş gösteren turizm trendleri arasında bulunmakta (Bucak & Aracı, 2013; Hegarty & O'Mahony, 2001; Nesterchuk vd., 2021; Sormaz, Akmese, Gunes & Aras, 2016), etkinlik kapsamı geniş ve yüksek derecede farkındalık oluşturan etkisi ile yerel halkın ve etkinliğin gerçekleştirildiği yerin kalkınmasına ve imajına büyük oranda katkı yapmakta, ülke ve bölgelerin tanıtımında önemli rol oynamakta (Bucak & Aracı, 2013), yerel ekonomiyi, sosyo-kültürü ve çevreyi muhafaza etmeyi teşvik etmek için yarar sağlama fırsatı sunmakta (Putra, 2019) ve turizm sezonunun uzamasına katkı sağlamaktadır (Kivela & Crofts 2006; Onur & Onur, 2016).

Gastronomi turizminin son senelerde seri biçimde gelişim göstermesinin sebepleri, hayat standartlarının ve sosyo-ekonomik şartların iyileşmesine bağlı olmak üzere özel ilgi turizmindeki genel artıştır (Metaxas & Karagiannis, 2016; Yalın, 2021). Bu sebepler gastronomi turizmi potansiyeli ve gelişimi üzerinde olumlu etkiler sağlamaktadır. Ayrıca gastronomi turizminin genel turizmde daha iyi bir konuma ulaşmasına yardımcıdır.

Gastronomi turizminde en kayda değer yönlendirici etken, yöresel lezzetleri yerinde tecrübe etmek olup, bu etken aynı zamanda gastro turistlerin de ana motivasyon kaynağıdır (Çavuşoğlu & Çavuşoğlu, 2018; Yalın, 2021). Gastro turistlerin motivasyon kaynaklarından bir diğerinin de kültür olduğu düşünülmektedir (Çılgınoğlu & Çam, 2021). Ayrıca mutfak-yemek kültürünün zenginliği ve çeşitliliği de (Çılgınoğlu & Çılgınoğlu, 2023) gastro turistlerin motivasyon kaynaklarından biri olarak görülebilmektedir.

Turistler gastronomi turizmi kapsamında farklı ülkeleri ve kültürleri (Mitchell & Hall, 2003; Polat & Aktaş Polat, 2020), yöresel yiyecek ve içecekleri, özel tatları, yiyeceklerin üretim ve hazırlık evrelerini, festivalleri, fuar etkinliklerini deneyimlemek amacıyla gastronomi turizmine katılabilmektedirler (Gheorghe, Tudorache & Nistoreanu, 2014; Yalın, 2021). Konuyla ilgili olarak; gastronomi turizmi turistlerin gastronomi turlarına katılım göstermelerini artırmada ve varış yerlerinde farklılıklar meydana getirerek olumlu bir imaj ortaya çıkarmada (Çetin, 2021; Güzel & Apaydın, 2016), varış yerlerinin kültürel mirasının belirli bir kısmını sağlayarak turistlerin beklentilerini karşılamada ve onlara unutulmaz tecrübeler yaşatmada kayda değer bir

role sahiptir (Balderas Cejudo, Patterson & Leeson, 2019; Hjalager & Richards, 2002; Seyitoğlu & Ivanov, 2020).

Gastronomi turizminde, yalnızca ziyaret edilen varış yerinde belli başlı gereksinimlerini yerine getirmek için yemek yiyen turistler ile ziyaret edilecek varış yerini o bölgenin mutfağını keşfetmek için seçen turistleri birbirlerinden ayırmak gerekmektedir. Bir restorana gerçekleştirilen rutin bir ziyaret gastronomi turizmi faaliyeti sayılamaz (Akgöl, 2012; Aksoy & Sezgi, 2015). Zira herhangi bir restorana gerçekleştirilen gündelik olağan ziyaretler gastronomi turizmi kapsamı dışındadır (Birdir & Akgöl, 2015; McKercher, Okumuş & Okumuş, 2008). Özel niteliğe sahip olan bir yiyeceği tüketme arzusu ile yolculuk yapılması, belirli bir yöreye ait ürünü tatma arzusuyla yola çıkılması, belli aşçının hazırlamış olduğu yemeği tecrübe etmek için çeşitli yerlere (örneğin; turizm destinasyonları, zengin ve ünlü yerel mutfağa sahip kentler gibi) gidilmesi gastronomi ziyaretini motive etmekte olup, bunlar aynı zamanda gastronomi turizmini meydana getiren sebepler arasında sayılmaktadır (Akgöl, 2012; Aksoy & Sezgi, 2015).

Gastronomi turizminin prestij, toplumsal, kültürel ve fizikî olmak üzere dört farklı motivasyon çeşidi vardır. Turistler yöreye has elde ettikleri tecrübeleri buldukları ortamlarda paylaşarak kendilerine prestij kazandırmaktadırlar (prestij motivasyonu). Turistler gastronomi aktivitesinin içerisinde aktif olarak bulunmakta, bu durum da onların toplumsal motivasyonlarını sağlamaktadır (toplumsal motivasyon). Turistler belirli kültürleri tecrübe etmek için yemek yemek istemektedirler. Bu konuda yöresel ürünler turistleri motive etmeye yeterli görülmektedir. Bunun için birincil üretim alanlarına yapılan ziyaretler, yöreye has yemeklerin sunumunun yapıldığı restoranlar ve festivaller kayda değer rol üstlenmektedir (kültürel motivasyon). Hayatın devam edebilmesi için yiyecek şart olarak görülmekte ve turistler de hayatlarını devam ettirebilmek veya yolculuk yapmak için yemek yemek istemektedirler (fizikî motivasyon) (Guzman & Canizares, 2011; Güzel Şahin & Ünver, 2015). Bu motivasyonlar, gastronomi turizmine katılım sağlama noktasında önemli ve etkili unsurlar olarak görülebilmektedir. Ayrıca yine bu motivasyonlar, coğrafi işaretli ürün veya ürünleri bulunan kentlerin söz konusu ürünlerinin daha fazla tanınması ve kullanılması konusunda önemli, etkili, yönlendirici etkiler sağlayabilmekte ya da çeşitli avantajlar oluşturabilmektedir.

2.3. Coğrafi İşaret

Coğrafi işaretler, uluslararası hukukta fazla tartışılan üç konunun (tarım politikası, fikri mülkiyet, uluslararası ticaret) kesişme noktasında bulunmakta (Akgöz, Varol & Öksüz, 2023; Raustiala & Munzer, 2007) ve ülkelerin mallarının piyasa otoritesini ve otantikliğini meydana getiren, özgünlüğünü muhafaza eden en kayda değer araçlardan biri olarak görülmektedir (Matviichuk, Lepkyi, Dashchuk, Sydoruk & Mezentseva, 2022).

Coğrafi işaret, üretimi, nitelikleri, ham maddesi ve benzeri ile belirli bir alandan kaynaklı ürünü tanımlayan; ürünün ünü, kalitesi veya onu meydana getiren başka nitelikleri yönünden yer aldığı coğrafi alanına atfedilip alanın temsil edilmesine yardımcı olan sınaî mülkiyet hakkıdır. Coğrafi işarete sahip olan ürünler geldikleri alanın kökeninin tanıtımını yapıp, emsallerinden farklılaşmayı sağlamaları itibarıyla da markanın temelini meydana getirmektedir (Doğanlı, 2020).

Coğrafi işaretin kullanımı, belli bir konum ile ilişkilendirilen benzersiz kalite niteliklerini ya da bir bölgedeki kültür, tarih ve folklorla dayalı çeşitli bilgileri içerebilmektedir. Coğrafi işaret temelli pazarlama planları ve ticari markaların kullanımı artış gösterdikçe, coğrafi işaret içeren marka adları üreticiler için en kayda değer varlık ve onların piyasadaki en büyük rekabet avantajı kaynağına dönüşecektir. Bundan dolayı bu tür planlar değerlendirmeyi tercih eden tarım firmalarının ticarete coğrafi işarete dayalı markaların meydana getirilmesi ve muhafaza edilmesine ilişkin konuları takip etmesi gerekmektedir. Bu tür bir anlayış, ilgili firmalara bu markaları sonraki zamanlarda sürdürülebilir rekabet avantajı kaynağı olarak değerlendirme becerisi kazanmasına yardımcı olacaktır (Agarwal & Barone, 2005).

Coğrafi işaretin amacı, belli bir alana ait ürünleri ve adları muhafaza etmek, benzerlerinden ayırmaktır (Barham, 2003; Barjolle, Paus & Perret, 2009; Jantsch, Flores & Vale, 2023). Coğrafi işaretler; bölgesel nitelikleri ve üretim yapan bölgesini ön plana çıkarmak, turizm için doğal iktisadi potansiyelini doğrulamak, üretimin gelişmesine katkı sağlamak ve yöresel bilgiyi derinleştirmek ve gastronomi turizmini desteklemek suretiyle ürünleri teşvik etmektedir (Covalchuck & de Lima Medeiros, 2023; Medeiros, Cunha & Passador, 2018).

Savaşkan & Kınır (2020), coğrafi işaretlerin gastronomi amaçlı seyahatlerde motivasyon aracı olduğundan bahsetmektedirler. Yine benzer şekilde, coğrafi işaret, gastronomi turizmi kapsamında turist kitlelerinin ülkelere çekilmesi ve sürdürülebilirliğin sağlanması yönünden

olabildiğince önem arz etmektedir (Yıkılmış & Ünal, 2016). Bu durum da coğrafi işaretlerin gastronomi kapsamında kayda değer bir konuma sahip olduğunu göstermektedir.

Coğrafi işareti bulunan ürünler kanunlar ile korunmaktadır. Bu sebeple taklit ürünler üretenlere cezai yaptırımlar uygulanmakta (Akgöz vd., 2023; Hazarhun & Tepeci, 2018), böylelikle taklit ürünlerin meydana gelmesinin önüne geçilebilmektedir. Coğrafi işareti bulunan ürünler güven ve kaliteyi temsil etmesinden dolayı yüksek fiyat ile satılabilmektedir. Bu satın alma işlemlerinin kalıcı olup büyük kitlelere duyurulabilmesi için de markalaşmanın temin edilmesi gerekmektedir. Kırsal turizmin ve kırsal kalkınmanın gelişim gösterebilmesi, yöresel ürünlerin coğrafi işaret ile marka haline getirilmesi, yurt içinde ve yurt dışında talep görmesi, ülkenin mikro ve makro iktisadi seviyelerde gelir sağlamasında kayda değer katkılar sunacaktır (Doğanlı, 2020).

Coğrafi işaret ile ürünlere kaynak olan coğrafi alanlar ürünün kalitesini garanti ederken, coğrafi işareti bulunan ürünler yörenin tanınırlığını artırmakta, alanın iktisadi açıdan gelişmesine katkı sağlamaktadır (Akın, 2006; Doğanlı, 2020). Coğrafi işarete sahip olan ürünler yöre üzerinde üretilen ürünlerdeki kalite ve doğallığın devam ettirilebilirliğinin korumaya alındığını göstermesi yönünden de önem taşımaktadır. Coğrafi işaretler üreticilere refah sağlanmasını, ülkelerin kültürel değerlerini muhafaza etmesini, bunların yeni nesillere aktarımının yapılmasını sağlarken, çevrenin ve biyolojik çeşitliliğinin de muhafaza edilmesine katkıda bulunmaktadır (Doğanlı, 2020; Oraman, 2015).

Coğrafi işaret tescili korumasına konu teşkil eden ürünün üretilmesi, işlenmesi ve başka işlemlerinin tümü sınırları belirlenen coğrafi yerde yapılmak mecburiyetinde ise bu çeşit coğrafi işaretlere menşe adının verildiği bilinmektedir. Menşe adını taşıyan ürünler ait olduğu coğrafi alanın dışında üretilemez. Bu çeşit ürünler kalite ve özelliklerini sadece ait olduğu coğrafi alanın ortam niteliklerinden ve üretim metotlarındaki kültürel niteliklerinden kazanabilmektedir (Alyakut, 2016; Polat Üzümcü, Alyakut & Adalet Akpulat, 2017). Ürünün belli özelliği, ünü ya da başka nitelikleri itibarıyla bir coğrafi alanla özdeşleşmesi; üretilmesi, işlenmesi ve başka işlemlerinden minimum birinin sınırları belirlenen coğrafi yerde gerçekleştirilmesini gerektiren coğrafi işaretlere ise mahreç işareti denmektedir. Mahreç işareti bulunan ürünler saptanan niteliklerden minimum bir tanesini sağlaması halinde ait olduğu alanın dışında da üretilmektedir. Mahreç işareti ve menşe adı arasındaki ana fark üretim alanına ilişkindir. Mahreç işareti bulunan ürünlerin diğer alanlarda da üretimi

yapılabilmektedir. Lakin mahreç işaretiyle koruma altına alınan ürünlerin üretiminde ait olduğu coğrafi alana ait ham madde ve üretim metotlarının aynı şekilde değerlendirilmesi ve ürünün kalitesinin de aynı olması gerekmektedir. Menşe adlarının tersine mahreç işaretlerinin coğrafi bölge ile olan ilişkisi daha esnekler. Böylelikle mahreç işaretleri çok daha büyük bölgeler için değerlendirilebilmektedir (Çalışkan & Koç, 2012; Polat Üzümcü vd., 2017). Diğer bir deyişle coğrafi işaretleme konu teşkil eden ürünün özellikleri tümüyle ait olduğu alandan kaynaklı ve söz konusu ürünün o alanın dışında üretilmesi veya yetiştirilmesi mümkün değil ise menşe adıyla, ürünün özellikleri kısmi olarak ait olduğu alandan kaynaklı ve alanın dışında da üretilmesi ve yetiştirilmesi mümkün ise mahreç işaretiyle işaretlenmektedir. Mahreç işaretiyle işaretleme yapılan ürünler ait olduğu alanların dışında da üretilebilmekte ancak ham madde, üretim metotları ve kalite yönünden ürünün aslının muhafaza edilmesi gerekmektedir (Aksoy & Sezgi, 2015; Polat Üzümcü vd., 2017).

Coğrafi işaretler gastronomi turizmi çatısı altında değer arz eden bir öge olarak öne çıkmaktadır (Çam & Çılgınoğlu, 2024a: 108). Bu öge gastronomi turizmi tanınırlığı ve gelişmişliği açısından olumlu yönde bir etki sağlayabilmektedir.

Literatüre göz gezdirildiğinde coğrafi işaret ile gastronomi turizmini bir araya getirilen çalışmalara rastlanmaktadır. Söz konusu çalışmalardan altısının bilgilerine ise paragraflar hâlinde aşağıda yer verilmektedir.

Hazarhun & Tepeci (2018: 371), çalışmalarında Manisa’da coğrafi işaret tescili bulunan yerel ürün ve yemekleri tanıtır coğrafi işaret tescili bulunan ürün ve yemeklerin gastronomi turizmine katkılarını tespit etmeye çalışmışlardır. Yapılan çalışmada Manisa ilinin Akhisar domat zeytin, Kırkağaç kavunu, Salihli odun köfte, Akhisar uslu zeytin, Salihli kiraz ve Akhisar köfte olmak üzere toplamda altı adet coğrafi işaret tesciline sahip olan ürünün bulunduğu görülmüştür. Coğrafi işaret tescili bulunan yerel ürün ve yemeklerin Manisa ilinin gastronomi turizminin gelişmesi noktasında katkılar sağlaması konusunda tavsiyelerde bulunulmuştur.

Savaşkan & Kınır (2020: 939), çalışmalarında Sakarya’nın gastronomik öğelerini ve yerel ürünlerini coğrafi işaretler çerçevesinde değerlendirmeyi amaçlamışlardır. Yapılan çalışmada ilk olarak ilgili literatüre taranmış, sonrasında ise Sakarya’nın gastronomik ürünleri tespit edilip söz konusu ilin gastronomik öğeleri ve coğrafi işaret tesciline sahip olan ürünleri değerlendirmeye tâbi tutulmuştur. Sonuç olarak; Sakarya’nın üç tane coğrafi işaret tesciline sahip olan ürünü vardır. Ayrıca coğrafi işaret tescili alma noktasında başvuru yapılan üç tane

ürününün bulunduğu görülmüştür. Çalışmadaki bir başka araştırma sonucu, Sakarya ilinin birtakım yerel ürünlerinin marka tesciliyle tescil edildiği göz önüne serilmiştir. Buna ek olarak; çalışmada coğrafi işaret çerçevesinde değerlendirilebilecek başka gastronomik ürünlerle ilgili tavsiyeler belirtilmiştir.

Süslü, Eryılmaz & Demir (2020: 135), çalışmalarında Mersin'in coğrafi işaret tescilli ürünlerini gastronomi turizmi kapsamında değerlendirmeyi amaçlamışlardır. Yapılan çalışmada doküman taraması metodu kullanılıp ikincil verilerden faydalanılmıştır. Verilerin çoğunlukla Türk Patent Enstitüsünün resmî internet sitesinden sağlandığı öne sürülmüştür. Sağlanan verilerin analiz edilmesi işleminde betimsel analiz tekniği değerlendirilmiştir. Çalışma kapsamında Mersin'in coğrafi işaret tescilli on bir ürününün, coğrafi işaret tescili başvurusu bulunan altı ürünün olduğu saptanmıştır. Böylece saptanan ürünlerin Mersin'in gastronomi turizmi yönünden değerlendirilmesinin gereklilik arz ettiğine dikkat çekilmiştir.

Akay (2021: 147), çalışmasında Kırşehir'in coğrafi işaret tescili bulunan yerel ürün ve yemeklerinin tanıtılıp, coğrafi işaret tescili bulunan ürün ve yemeklerin gastronomi turizmine katkısını tespit etmeye çalışmıştır. Yapılan çalışmada Kırşehir'in Kırşehir çullaması, Kırşehir hoşmerim tatlısı ve Kaman cevizi olmak üzere toplamda üç adet coğrafi işaret tescili bulunan ürüne sahip olduğu görülmüştür. Bununla birlikte coğrafi işaret tesciline sahip olan yerel ürün ve yemeklerin Kırşehir ilinin gastronomi turizminin gelişmesi adına katkılar sağlamasına noktasında tavsiyelerde bulunulmuştur.

Denk & Sanalan Bilici (2021: 102), çalışmalarında Erzurum'un ilinin coğrafi işaret potansiyelini gastronomi turizmi yönünden değerlendirmeyi amaçlamışlardır. Yapılan çalışmada literatüre ve doküman incelemesine dayalı analizler uygulanmıştır. Erzurum'un gastronomi turizmi çerçevesinde cazibe ögesi olarak kullanılabilir coğrafi işaret tescili bulunan on üç ürününün ve coğrafi işaret tescili başvurusu yapılan on iki ürününün olduğu görülmüştür. Çalışma kapsamında İspir kurun peyniri için iki farklı kurumun başvuru yaptığı ve bir ürünün de başvuru belgesi üzerinde başvuran kurumun bilgisine yer verilmediği saptanmıştır. Bu durum ilginç olarak görülmüştür. Bununla beraber Türkiye'nin 2021 senesinin Mart ayı itibarıyla tescilli ürün hâli grafikler ve tablolar yardımıyla ortaya konmuş olup, coğrafi işaret tescili bulunan ürün sayısının Türkiye genelinde ve Erzurum özelinde arzu edilen düzeyde görülmediği ileri sürülmüştür. Bu bilgilerden hareket edip yöreye ait sevilip üretimi ve tüketimi yapılan on farklı ürün coğrafi işaret tescili için önerilmiştir. Ayrıca coğrafi işaret tescili alan

gıda ürünlerinin gastronomi turizmi çerçevesinde değerlendirilebilmesi adına ilgili paydaşlara türlü tavsiyelerde bulunulmuştur.

Çam & Çılgınoğlu (2024a: 107), çalışmalarında gastronomi turizmi çerçevesinde Ağrı ilinin coğrafi işarete sahip olan ürünlerini incelemeyi amaçlamışlardır. Yapılan çalışmanın, Ağrı ilinin coğrafi işarete sahip olan ürünlerinin tanınır olması ve gastronomi turizminde daha iyi bir yere ulaşması bakımından önemli olduğu düşünülmüştür. Sonuç olarak; Ağrı ilinin Doğubayazıt Abdigör Köftesi, Ağrı Haşıl Yemeği, Ağrı Geven Balı ve Ağrı Yaprak Döneri olmak üzere toplamda dört tane coğrafi işarete sahip olan ürününün bulunduğu bilgisine ulaşılmıştır. Ayrıca Ağrı ilinin coğrafi işarete sahip olan ürün sayısının az olduğu, söz konusu ilin coğrafi işarete sahip olan ürün sayısının artırılmasının gastronomi turizmi yönünden önem arz ettiği üzerinde durulmuştur.

3. YÖNTEM

Bu bölüm altında araştırmanın amacına, araştırmanın yöntemine, araştırmanın kaynak teminine ve kullanımına yoğunlaşmıştır. Zira bu bilgilerin ilgili çalışmanın zemininin güçlendirilmesi noktasında olumlu etkiler sağladığı zihinlerde canlandırılmıştır.

3.1. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın amacı, Iğdır'ın coğrafi işaretli ürünlerini gastronomi turizmi açısından incelemektir.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmanın yöntemi, derleme yöntemidir. Bahsedilen yöntem özelinde ise geleneksel derleme yönteminin kullanımına başvurulmuştur. Geleneksel derleme yöntemi, belli konu üzerinde yayımlanmış olan iki ya da daha çok çalışma üzerinde inceleme yapıp söz konusu çalışmaların sonuçlarını, değerlendirmelerini ve bulgularını ele alan, genel olarak ilgili alan üzerinde uzmanlığı bulunan kişiler tarafından belli metot izlenmeksizin, farklı yollarla ve farklı kaynaklardan sağlanan bilgilerin derlenmesi üzerine odaklanan bir yöntemdir (Burns & Grove, 2009; Çam, 2023: 111; Çam & Çılgınoğlu, 2024b: 233; Gerrish & Lacey, 2010; Karaçam, 2013; Moula & Goodman, 2009).

3.3. Araştırmanın Kaynak Temini ve Kullanımı

İlgili çalışmanın bulguları Türk Patent ve Marka Kurumundan (TPMK) elde edilen bilgilerden yararlanılarak oluşturulmuştur. Bulgular kapsamında ilk olarak, Iğdır'ın coğrafi işaretli

ürünlerine ilişkin tablo oluşturulmuştur. Ardından bu tablo yorumlanmıştır. Daha sonra ise Iğdır'ın her bir coğrafi işaretli ürününe ilişkin temel açıklamalarda bulunulmuştur. Bu açıklamalar tanımlayıcı bilgiler, tescil işlemini yaptıran kurum, üretim, kullanım, koruma, servis etme gibi konular üzerine yoğunlaşmaktadır.

4. BULGULAR

Iğdır'ın coğrafi işaretli ürünleri aşağıdaki tabloda (tablo 1) gösterilmektedir.

Tablo 1. Iğdır'ın Coğrafi İşaretli Ürünleri

IĞDIR'IN COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜNLERİ					
Coğrafi İşaret	Başvuru Yılı	Tescil Yılı	Tescil Numarası	Türü	Ürün Grubu
Iğdır Beyaz Üzümlü/Miskalı	2020	2021	829	Menşe Adı	İşlenmiş ve İşlenmemiş Meyve ve Sebzeler ile Mantarlar
Iğdır Bozbaş Yemeği	2020	2021	792	Mahreç İşareti	Yemekler ve Çorbalar
Iğdır Kayısı	2017	2018	385	Menşe Adı	İşlenmiş ve İşlenmemiş Meyve ve Sebzeler ile Mantarlar
Iğdır Omaç Aşı Çorbası	2020	2021	876	Mahreç İşareti	Yemekler ve Çorbalar
Iğdır Patlıcan Reçeli	2020	2021	975	Mahreç İşareti	İşlenmiş ve İşlenmemiş Meyve ve Sebzeler ile Mantarlar
Iğdır Taş Köfte Yemeği	2017	2017	276	Mahreç İşareti	Yemekler ve Çorbalar

Kaynak: TPMK'den (2023a) alınmıştır.

Tablo 1'e göre; Iğdır'ın altı adet coğrafi işaretli ürünü vardır. Iğdır'ın coğrafi işaretli ürünlerinin dördü için 2020 senesinde, ikisi için de 2017 senesinde başvuru yapılmış olup, bu ürünlerin dördü 2021 senesinde, biri 2018 senesinde, biri de 2017 senesinde tescil edilmiştir. Iğdır'ın coğrafi işaretli ürünlerinin ikisinin türü menşe adı, dördünün türü de mahreç işaretidir. Iğdır'ın coğrafi işaretli ürünlerinin üçü işlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar ürün grubunda, üçü de yemekler ve çorbalar ürün grubunda yer almaktadır.

Iğdır beyaz üzümü/miskalının tescil işlemini yaptıran kurum Iğdır Ticaret ve Sanayi Odasıdır. Iğdır beyaz üzümü/miskalı, *Vitis vinifera* L. çeşidine aittir. Iğdır sahip olduğu bağıl yüksekliği ile hem iklim hem de bitki örtüsü ve toprak yapısı gibi doğal çevrenin etkisi ile meyvenin daha sulu olduğu görülmektedir (TPMK, 2023b).

Iğdır beyaz üzümü/miskalının üretim metoduna ilişkin bilgiler aşağıda maddeler halinde ifade edilmektedir (TPMK, 2023b):

- Bahçe Tesisi: Sıra üzeri ile sıra arası mesafeleri köklendirilen çeliklerle 4x5 metre ya da 5x5 metre mesafelerle dikim gerçekleştirilmektedir.
- Sulama: Sulama çoğunlukla yüzey sulama biçiminde gerçekleştirilmektedir.
- Gübreleme: Çiftlik gübresi ve ticari gübreler değerlendirilmektedir. Çiftlik gübresi toprağın organik madde oranını yükseltmek ve fiziki bünyesini muhafaza etmek amaçlı değerlendirilmektedir. Azot kaynağı olarak amonyum nitrat, amonyum sülfat, azot, fosfor kaynağı olarak diamonyum fosfat, fosfor kaynağı olarak ise triple süper fosfat değerlendirilmektedir.
- Budama: Budama ilk seneler yalnızca fidanlara form kazandırmak amacıyla gerçekleştirilmektedir. Baş meydana getirmeye yönelik guyot biçimi verilmektedir. Daha sonraki senelerde asmalarda budama yaz ve kış budaması biçiminde gerçekleştirilmektedir. Kış budaması işleminde ürün ve yenileme dalı bırakılmak sureti ile randıman sürdürülmektedir. Yaz budaması işleminde ise bitkinin güneşten daha fazla yararlanması için gerçekleştirilen budama biçimidir.
- Fenolojik Evreleri: Senelik iklim seyrinde görülen farklılıklar ile beraber çoğunlukla Iğdır beyaz üzümü/miskalı için tomurcuk patlaması 31 Mart-14 Nisan, tam çiçeklenme 27 Mayıs-7 Haziran, tane tutumu 31 Mayıs-11 Haziran, ben düşme 1 Haziran-15 Temmuz, ilk hasat 18 Temmuz-4 Ağustos, son hasat 18 Eylül-21 Eylül ve yaprak dökümü de aralık ayının içerisinde yaşanmaktadır.

- Hasat: Fenolojik evrelere uygun takibi gerçekleştirilip aşamalı olarak hasat yapılmaktadır.

Iğdır bozbaş yemeğini tescil ettiren kurum Iğdır Ticaret ve Sanayi Odasıdır. Bu yemek kendine özgü sunumu ve tüketim biçimi olan etli kuru baklagil yemeğidir. Iğdır bozbaş yemeği; soğan, nohut, domates, koyunun incik kısmı ve sarıkök (zerdeçal) ile hazırlanmaktadır. Iğdır bozbaş yemeğinde çok eski devirlerden bu yana yöre üzerinde az oranda yetiştirme işlemi gerçekleştirilen azkan türü nohut ve yöre üzerinde yetiştirilen, doğal ortam içerisinde otlatılan morkaraman türü koyunların incik adı verilen, diz ve paça arasında bulunan bölümünün değerlendirilmesi ve ürünün taş fırının içerisinde altı saat pişirilmesi ürüne ayırt edici nitelikler kazandırmaktadır. Yemek küçük maşrapalarda fırınlandıktan sonra yemeğin maşrapada porsiyonluk olarak sunumu yapılmaktadır. Yemek için değerlendirilen malzemeler; 250 gram koyun incik eti, 10 gram yemeklik kuyruk yağı, 50 gram nohut, 4 gram sarıkök (zerdeçal), 1 orta boy soğan ve 1 dilim domatestir. Yemeğin yapılışı şöyledir; et ve bir gün önceden su içerisinde ıslatılan nohut ayrı ayrı düdüklü tencerede sırası ile 1,5 saat ve 30 dakika süre ile haşlanmaktadır. Haşlanan nohut, haşlanan et, soğan ve kuyruk yağı maşrapalara doldurulmakta, üstü haşlanan etin suyu ile tamamlanmakta ve zerdeçal ilave edilmektedir. Pişirme işleminde topraktan yapılan, saplı, çini ve küçük bardağa benzeyen porsiyonluk kaplar değerlendirilmektedir. Maşrapalar altı saat boyunca taş fırında pişirilmektedir. Pişirme işleminin bitişine on dakika kala üzeri dilim domatesle süslenmektedir. Yemeğin sunumu şöyledir; bir bireye bir maşrapa, bir boş çukur kap, salata, lavaş ve soğan verilip servis yapılmaktadır. Yemek şu sıra takip edilerek tüketilmektedir. Çukur kabın içine lavaşlar doğranmakta, üstüne maşrapadan yemeğin suyu dökülmekte ve lavaşların tüketimi yapılmaktadır. Sonra nohut ve et tokmak ile ezilip karıştırılmakta, yanında salata ya da soğan tüketilmektedir (TPMK, 2023c).

Iğdır kayısısını tescil ettiren kurum Iğdır Ticaret ve Sanayi Odasıdır. Meyvenin biçimi eliptiktir. Et rengi ve meyve kabuğu sarı renktedir. Meyvenin yanak hali simetrik ve güçlüdür. Meyve, sulu ve tatlıdır. Meyvenin eti orta sertlikte bulunmaktadır. Çekirdeğin ete bağlanma hali serbesttir. Çekirdek tatlı ve eliptiktir. Iğdır kayısısının en kayda değer ayırt edici niteliklerinden biri meyve iriliğidir (TPMK, 2023d).

Üretim metoduna ilişkin bilgiler ise şöyledir (TPMK, 2023d):

- Fidan Üretimi: Iğdır kayısı fidan üretimi zerdali tohumlarından üretimi yapılan anaçlar üstüne yöre üzerinde profesyonel aşıcılar tarafından durgun T göz aşısı yapıp üretimi yapılmaktadır. Aşılar çoğunlukla temmuzun sonunda ve ağustos süresince gerçekleştirilmektedir. Fidanlar bir ya da iki yaşlı olarak pazara sürülmektedir.
- Bahçe Tesisi: Iğdır kayısı ile bahçe tesisi bir ya da iki yaşlı zerdali anaçları üstüne aşı fidanlarla kurulmaktadır. Iğdır kayısının büyük ve yayvan taç meydana getirdiği de göz önünde bulundurulur ise bahçe tesisi yörede sıra üzeri ile sıra arası 10x10 metre ya da 8x8 metre mesafelerde kare dikim biçiminde gerçekleştirilmekte ve genel olarak oluşturulan bahçelere ordubat ve teberze ve yöresel türlerinin tozlayıcı olarak dikimi yapılmaktadır. Dikimler çoğunlukla ilkbahar dikimi biçiminde yapılmaktadır.
- Sulama: Sulama çoğunlukla yüzey sulama biçimde hasat anına değin 4-5 defa gerçekleştirilmektedir. Damla sulama sisteminin değerlendirilmesi birkaç işletmede daha yeni görülmektedir.
- Gübreleme: Aras Vadisi'nde Iğdır kayısı için gübreleme gerçekleştirilirken çiftlik gübresi ve ticari gübreler değerlendirilmektedir. Çiftlik gübresi toprağın organik madde oranını yükseltmek ve fizikî bünyesini muhafaza etmek amacıyla değerlendirilmektedir. Azot kaynağı olarak amonyum sülfat, amonyum nitrat, azot ve fosfor kaynağı olarak diamonyum fosfat, fosfor kaynağı olarak ise triple süper fosfat değerlendirilmektedir.
- Budama: Iğdır kayısında budama ürün budaması, biçim budaması ve dikim budaması biçiminde uygulanmaktadır. Budamalar çoğunlukla hasat işleminden sonra sonbaharda ya da erken ilkbaharda yapılmaktadır. Yörede kış devrinde geçen sert soğuklar ve don hadiseleri sebebiyle kış mevsiminin ortasında budama gerçekleştirilmemektedir.
- Hastalık ve Zararlılar ile Mücadele: Iğdır kayısında hastalık ve zararlılarla mücadele etmede erken ilkbaharda göztaşı uygulaması gerçekleştirilmektedir. Çil hastalığı ve kabuklu bit zararlısına yönelik resmî ruhsatlı lisanslı ilaçlar değerlendirilmektedir. Iğdır kayısında herhangi bir hedef için hormon değerlendirilmemektedir.
- Hasat Süresi: Iğdır kayısı sofralık olarak kullanıldığı için tam olgun devirde hasat yapılmamaktadır. Ağaçlarda homojen olgunlaşma olmadığı halde aşamalı olarak hasat yapılmaktadır. Hasat daha çok meyveye ben düşme devrinde meyve renginin ¾'ünün yeşilden saman sarısına dönüştüğü devirde gerçekleştirilmektedir. Hasat çoğunlukla haziran ayının sonuyla temmuz ayının ortalarına değin sürmektedir.

- Ambalajlama: İğdir kayısısı çoğunlukla plastik kasalarda iki ya da üç sıra olacak biçimde ağırlığı sekiz ila on kilogram civarında ambalajlanmaktadır. Aynı sürede mukavva kutularda ambalajlama tercihi yapılmaktadır.
- Depolama: İğdir kayısısı başka sofralık kayısılarda olduğu gibi stoklamaya çok fazla uygun bir ürün değildir. Bununla birlikte +2⁰C’de %90 bağıl nemde iki ila üç hafta süreyle depolanabilmektedir.

İğdir omaç aşısı çorbasının tescil işlemini yaptıran kurum İğdir Ticaret ve Sanayi Odasıdır. Bu çorba İğdir’da yapılmaktadır. Ayrıca çorba, İğdir kültürünün ürünüdür. İğdir omaç aşısı çorbası; alça (*Prunus domestica*, yeşil kuru erik), evelik (labada, *Rumex patientia*) otu, karnıkara börülcesi ve omaç denen küçük hamur parçaları ile hazırlama işlemi gerçekleştirilen yerel çorbadır. İğdir omaç aşısı çorbasının yoğun olan ekşi tadı ayırt edici niteliğidir. Bu ekşilik evelik otu ve alçadan kaynaklanmaktadır. Omaç, tuz, un ve suyun yoğrulması ile sağlanan hamurun, elde ovalanması ile meydana gelen yuvarlak forma sahip olan küçük hamur parçalarıdır. İğdir omaç aşısı çorbasının üretilmesinde değerlendirilen alça eriği ve evelik otu coğrafi sınır içerisinde sağlanmaktadır. Evelik otu doğal ortamında dağlardan toplandıktan sonra saç örgüsü biçiminde kurutulmaktadır. Omaç hamuru için değerlendirilen malzemeler; 2 gram tuz, 250 gram buğday unu ve 100 mililitre sudur. Genel olarak değerlendirilen malzemeler; 5 litre su, 150 gram ayçiçeği yağı, 50 gram domates suyu, 60 gram domates salçası, 50 gram biber salçası, 25 gram tuz, 20 gram kırmızı toz pul biber, 2 adet kırmızı acı biber, 1 adet orta boy soğan, 1 kilogram börülce (karnıkara türü), 150 gram kurutulmuş evelik otu, 200 gram alça eriği ve 300 gram omaç hamurudur. Omaç şöyle yapılmaktadır; tuz ve un geniş kapta iyi derecede karıştırılmakta, üstüne yavaş yavaş su ilave edilerek karışım topak topak olana kadar iyi derecede ovulmaktadır. Meydana gelen omaçlar tepsiye serilmekte, altmış dakika boyunca üzeri açık biçimde kurutulmaktadır. Çorba şöyle yapılmaktadır; börülceler altmış dakika öncesinden ıslatılmaktadır. Alça iyi derecede yıkanmaktadır. Alça ve evelik otu altmış dakika boyunca ayrı kaplarda su içerisinde bekletilmekte ve sonrasında süzülmemektedir. Soğanlar karamelleşinceye dek üç dakika kısık ateşte kavrulmakta, domates salçası, biber salçası ve arzuya bağlı olarak domates suyu eklenmektedir. İki dakika sonra tuz, pul biber, acı biber ve börülce ilave edilmektedir. Su eklenmektedir. Evelik otu, omaçlar konarak 20 dakika boyunca pişirilmektedir. İğdir omaç aşısı çorbası sıcak halde servis edilmektedir (TPMK, 2023e).

İğdir patlıcan reçelinin tescil işlemini yaptıran kurum İğdir İl Tarım ve Orman Müdürlüğüdür. İğdir patlıcan reçeli, coğrafi sınır içinde yetiştirilen, meyve bütünlüğü bozulmaya uğramamış

6-12,5 santimetre boyutlarında patlıcanlar değerlendirilerek üretimi yapılan, bal sarısı ya da altın sarısı renginde, az şerbetli ve kıvamlı reçeldir. Iğdır patlıcan reçelinde meyve (patlıcan) miktarı %75-85 aralığında bulunmaktadır. Iğdır patlıcan reçeli başka yörelerde çoğunlukla yaz aylarında üretimi yapılan ve daha koyu renkte bulunan patlıcan reçellerinden rengi ve içeriğindeki patlıcanların sert yapısından dolayı farklılık göstermektedir (TPMK, 2023f).

Patlıcanlar ekimin ilk haftası itibarıyla toplanmaktadır. Soğğun etkisi ile sertleşmiş patlıcanlar tercih edilmektedir. Patlıcanların çekirdeksiz ve küçük olması gerekmektedir. Patlıcan tercihinde reçellik patlıcanlardan birkaçı ortadan kırılıp çiğ olarak tadına bakılmaktadır. Tadında acılık var ise reçellik olarak değerlendirilmez. Patlıcan toplama işlemi hava koşullarına göre kasımın ilk ya da ikinci haftasına dek sürmektedir. Patlıcanların bir gün öncesinden kabukları tümüyle soyulup, sap bölümü artı biçiminde çizilmektedir. Hatta soyulan patlıcanların orta bölümünde 0,5 santimetre derinliğinde delikler açılmaktadır. Soyulan patlıcanlar %5-7 oranında tuzlu su yer alan kaplara konmaktadır. Patlıcanlar tuzlu suyun içerisinde bir gece bekletilmekte ve tuzlu su gece boyunca iki ya da üç defa değiştirilmektedir. Tuzlu suyun içerisinde bekletilen patlıcanlar 30-40 litre hacme sahip olan kazanlara patlıcanın kilogramına oran ile 1,5-2 katı haşlama suyuyla beraber konmaktadır. Patlıcan haşlanır iken patlıcan kilogramına oranla 4-7 gram sitrik asit de eklenmektedir. Yüksek ateşte haşlama işlemi gerçekleştirilmektedir. Ateşin harına göre 15-20 dakika boyunca kaynama durumu devam etmektedir. Bu noktada belli başlı ölçü, patlıcanların renginin balköpüğü rengi halini almasıdır. Bu renk sağlandığında haşlama işlemi bitirilmektedir. Haşlama esnasında patlıcanlar hafifçe karıştırılıp kazanın üst yüzeyinde meydana gelen köpükler kepçe yardımıyla alınmaktadır. Haşlama işlemi sona erdikten sonra patlıcanlar süzöklere alınmaktadır. Minimum üç defa soğuk suda yıkanmaktadır. Yıkama işlemi sona erdikten sonra bir kilogram soyulmamış patlıcana bir kilogram toz şeker oranıyla şerbet hazırlanmaktadır. Şerbetin hazırlanma işlemi on kilogram şeker için bir litre su olacak şekilde ayarlanmaktadır. Kazanlara konulan şerbetin içerisine haşlanan patlıcanlar koyulmaktadır. Az yanan ateşin üzerinde yavaş yavaş pişirilmektedir. Bu işlem patlıcanlar şekerini alana dek sürmektedir. Patlıcanlar pişirilir iken bir kilogram patlıcana oran ile 4-7 gram sitrik asit ya da bir limon ilave edilmektedir. İşlemin bittiğini denetlemek için şerbetten bir tane patlıcan çıkartılmakta ve ikiye ayrılıp koklanmaktadır. Patlıcan kokusu var ise işlem sürdürölmektedir. Patlıcan kokusu yerini reçel kokusuna devredinceye dek bu işlem sürdürölmektedir. Şerbette kaynatma işlemi sona erdikten sonra 1 litrelik kavanozlara patlıcanlar sıcak durumdayken yerleştirilmekte ve üst bölümünde 1 santimetre boşluk olacak

biçimde şerbetle doldurulmaktadır. Kavanozların ağzı sıkı şekilde kapatılıp ters çevrilmiştir. Soğuyana dek böyle bekletilen kavanozlar karanlık ve serin bir alanda korunmaktadır (söz konusu ürünün üretim işlemi Türk Gıda Kodeksi Reçel, Jöle, Marmelat ve Tatlandırılmış Kestane Püresi Tebliği'ne uygun gerçekleştirilmektedir) (TPMK, 2023f).

Iğdır taş köfte yemeğinin tescil işlemini yaptıran kurum Iğdır Ticaret ve Sanayi Odasıdır. Iğdır taş köfte yemeği, Iğdır sınırlarında yer alan ve kendine özgü floraya sahip olması sebebi ile koyun yetiştiriciliğiyle ün kazanan Iğdır Merkez, Tuzluca, Karakoyunlu ve Aralık ilçelerinde yetiştirilen kuzu ve koyunların ön kol, but ve kaburga bölümü etleri değerlendirilerek et taşında dövülen etlerden sağlanan kıyma ile hazırlama işlemi yapılan köfteli et yemeğidir. Az önce de belirtildiği gibi Iğdır taş köfte yemeğinin üretiminde Iğdır Merkez, Tuzluca, Karakoyunlu ve Aralık ilçelerinde yetiştirilen kuzu ve koyunların ön kol, but ve kaburga bölümü etleri değerlendirilmektedir. Etlerin damar, sinir ve yağ gibi istenmeyen bölümleri titiz bir biçimde temizlenmekte ve uygun parça büyüklüğünde parçalara ayrılmaktadır. Kesim işleminden sonra etlerin 2-4 gün arasında 4°C'de dinlenmesi gerekmektedir. Daha sonrasında ise herhangi bir terbiye yapılmaz. Iğdır taş köfte yemeğinin üretiminde değerlendirilen malzemeler; 3-4 dal maydanoz, 1 tane orta boy patates, 1 tane yumurta, ½ tane kuru soğan, 50 gram pirinç, 40 gram lepe (kırık nohut), 3 gram karabiber, 10 gram sıvıyağ (ya da hayvansal yağ), 15 gram salça, 4 gram sarı kök (*Zanthorrhiza apilifolia*) ve 500 gram kemiksiz ettir. Et, dövme taşında et tokmağı ile dövülmektedir. Dövme taşı ve et tokmağının Türk Gıda Kodeksi Gıda ile Temas Eden Madde ve Malzemeler Yönetmeliği'ne uygun olması gerekmektedir. İyi derecede dövülen et kıyma haline getirilip ince kıyılmış maydanoz, lepe, salça, pirinç ve sıvıyağ (ya da hayvansal yağ) katılarak karıştırılıp yoğrulmaktadır. Yoğrulan kıymanın üstüne sarı kök ve karabiber serpilerek yumurta kırıldıktan sonra tekrardan yoğurma işlemi yapılmaktadır. İyi derecede yoğrulan kıyma karışımı, orta boy bir patates büyüklüğünde olacak biçimde avuç içerisinde yuvarlanıp köfteler hazırlanmaktadır. Başka tarafta ince kıyılan kuru soğan sıvıyağ (ya da hayvansal yağ) ile kavrulmaktadır. Üstüne su ve salça ilave edilerek suyun kaynaması beklenmektedir. Su kaynadığı an köfteler suya eklenerek beş dakika kaynatılmaktadır. Daha sonra patates beş ila altı parçaya ayrılarak yemeğe ilave edilmektedir. Tuz da ilave edilerek bir süre daha kaynatılmaktadır. Patatesler de pişince tüketime hazır duruma gelen Iğdır taş köfte yemeği ateşin üzerinden alınıp servis edilmektedir (TPMK, 2023g).

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Turistlerin yerel yemeklere eğilim göstermeleri durumu gastronomi turizminin önemini artırmaktadır. Bu yöresel yemeklerin sonraki kuşaklara aktarılabilme, başka bir deyişle sürdürülebilirliğini temin etmek için coğrafi işaretlerin alınması ve korunmasının önemi de artış göstermektedir (Baran & Karaca, 2021; Pamukçu, Saraç, Aytuğar & Sandıkçı, 2021). Coğrafi işaret alan ürünler üretildiği ya da yetiştigi alanların ulusal ve uluslararası alanlarda tanıtımına destek olmakta (Akay, 2021; Karaca, 2016; Şentürk, 2011; Yönet Eren & Ceyhun Sezgin, 2021), ürünlerin kökenleriyle olan güçlü bağından dolayı tüketicilerin ürünün ait olduğu alanlara yönelme göstermelerini sağlayıp gastronomi turizminin hareketlenmesine destek olmaktadır (Yönet Eren & Ceyhun Sezgin, 2021).

Coğrafi işaretli ürünü olan pek çok kent vardır. Bunlardan biri de Iğdır'dır. Bunlar; Iğdır kayısı, Iğdır patlıcan reçeli, Iğdır taş köfte yemeği, Iğdır omaç aşısı çorbası, Iğdır bozbaş yemeği, Iğdır beyaz üzümü/miskalıdır. Bu bilgiden görüleceği üzere Iğdır'ın coğrafi işarete sahip olan ürün sayısının az olduğu görülmektedir. TPMK'ye (2023h) göre; 2022 yılının sonuna kadar alınan toplam tescil sayısı 1505'tir. Iğdır'ın coğrafi işaretli ürün sayısının da altı olduğu hesaba katıldığında; toplam tescil sayısının, Iğdır'ın coğrafi işaretli ürün tescil sayısından 250,83 kat daha fazla olduğu görülmektedir. Yine Iğdır'ın pek çok yerel lezzetinin varlığı söz konusudur. Konuyla ilgili olarak; Iğdır İl Tarım ve Orman Müdürlüğüne (2023) göre; Iğdır'ın yerel lezzetlerinden bazılarının toplam sayısının da 28 olduğu göz önüne alındığında bu kentin coğrafi işaretli ürünlerinin genel yerel lezzetlerine kıyasla da (oran olarak) az olduğunun görülebileceği düşünülmektedir. Literatüre göz atıldığında; coğrafi işaretli ürün sayısının az olmasında; tescilin öneminin anlatılamamasının yanı sıra Türkiye'de uygulaması gerçekleştirilen tescil prosedürünün uğraştırıcı ve maliyetli oluşunun (Çılgınoğlu & Güner, 2021; Tanrıkulu, 2007), önemli bir etkisinin olduğu ileri sürülmektedir. Konuyla ilgili olarak; turizm sektöründe coğrafi işaretlerin tanınması, anlaşılması ve farkındalığının az olması gibi coğrafi işaretlerin fırsat ve yararlarından faydalanmanın belli sınırlarının olduğu (Ünal & Çavuşoğlu McKenzie, 2023), bunların da turistik ve gastronomik yönlerden Iğdır'a olumsuz etkilerde bulunabileceği veya dezavantajlar sunabileceği düşünülmektedir. T.C. Iğdır Belediyesine (2023b) göre; Iğdır'da turizm yeterince gelişmemiştir. Iğdır'ın sahip olduğu coğrafi işaretli ürünler sayesinde kent turizminin biraz da olsa hareketlenebileceği düşünülmektedir. Çünkü Iğdır'ın coğrafi işaretli ürünleri, kent turizmi potansiyel ve talebinin artması, kentin marka ve imajının gelişmesi, genel turizm popülaritesinin ve pazarlanmasının

artması noktasında olumlu etkiler sağlayabileceği düşünülmektedir. Konuyla ilgili olarak; coğrafi işaretleme vesilesiyle yöresel gastronomik değerlerin korunabilirliği, tanınabilirliği ve sürdürülebilirliği ile gastronomi turizmi ve benzeri gibi başka turizm çeşitlerinin gelişmelerinin sağlanabileceği (Durlu Özkaya, Sünnetçioğlu & Can, 2013; Hazarhun ve Tepeci, 2018; Kan, Gülçubuk & Küçükçongar, 2012; Yenipınar, Köşker & Karacaoğlu, 2014) ileri sürülmektedir. Yine konuya benzer olarak; coğrafi işaretler ile yalnızca yerel ürünler korumaya alınmakla kalmayarak ürünlerin ait olduğu yörenin gastronomik ürünlerinin de öne çıktığı, bununla da coğrafi işaretlerin yörenin iktisadi ve toplumsal açıdan gelişmesine destek olduğu, aynı sürede gastronomi turizmine de canlılık kazandırdığı (Savaşkan & Kınır, 2020) ifade edilmektedir.

Gastronomik kimlik gastronomi turizminde önem taşımaktadır. Iğdır'ın gastronomik kimliğinin oluşum ve gelişiminde söz konusu ilin coğrafi işaretli ürünlerinin payı ve etkisi vardır. Konuya ilişkin olarak; coğrafi işaretli ürünlerin geleneksel üretim ruhunu muhafaza etmeye katkı sağlayarak ait olduğu alanın gastronomik kimliğinin meydana gelmesine katkı değer katkılar sağlaması (Baran & Karaca, 2021; Pamukçu vd., 2021), bundan dolayı da yerel yiyecek-içeceklerin coğrafi işaretler ile muhafaza edilmesi ve yaşatılması gastronomi turizmi bakımından önemli olarak (Baran & Karaca, 2021) görülmektedir.

Bu bilgilerden yola çıkarak çalışmanın temel konusunu toparlamak yerinde bir karar olacaktır. Iğdır, gastronomi ve gastronomi turizmi yönünden gelişim içerisinde olan bir ildir. Bu il zengin ve çeşitlilik arz eden bir gastronomik ürün yapısına sahiptir. Söz konusu yapı içerisinde ise ilgili ilin coğrafi işaretli ürünlerinin önemli bir payı vardır. Iğdır'ın coğrafi işarete sahip olan altı gastronomik ürünü bulunmaktadır. Bu ürünler ilgili ile hem gastronomi hem de gastronomi turizmi konusunda fırsatlar ve olumlu etkiler kazandırmaktadır. Bu fırsatlar ve olumlu etkiler arasında tanınırlık sağlanması, olumlu imaj oluşturulması, güvenilir ve saygı gösterilen bir davranışın ve tutumun meydana getirilmesine zemin hazırlanması, mutfak ve yemek kültürünün zenginleşmesine ve çeşitlendirilmesine katkıda bulunması, gastronomik hareketlilik noktasında merak ve motivasyon oluşturulması yer almaktadır.

Iğdır ilinde coğrafi işaretli ürünlerin varlığı her ne kadar söz konusu olsa da ürünlerin sadece coğrafi işaretle tescil edilmesi o ile ait yiyeceklerin tanınırlığın tamamen sağlandığı anlamına gelmemektedir. Konuyla bağlantılı olarak; yerel yönetimler tarafından gastronomi turizmi noktasında ilgili planlamalar odağında yapılacak tanıtım ve pazarlama çalışmalarının büyük önem arz ettiği düşünülmektedir.

Bir ilin coğrafi işaret alan gastronomik ürünleri söz konusu il üzerinde gastronomi turizmi adına belirli rotaların oluşturulmasına yardımcı olabilirken aynı zamanda o ilin gastronomik unsurlarının tanıtılmasına, unutulmaya yüz tutmuş ürünlerinin korunmasına, güvenilirliğinin artırılmasına ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasına yardımcıdır. Bu açıdan bakıldığında Iğdır ilinin coğrafi işaretli ürünlerinin sürekli olarak tanıtılması sağlanırken ilgili ilde gastronomi turizmi faaliyetlerinin yürütülmesine ilişkin çekicilikler ve akılda kalıcılığın artırılması sağlanmaktadır. Bu hususlar göz önüne alındığında bir ilin gastronomik kimliğinin belirlenmesinde coğrafi işaret tesciline sahip olan ürünler önemli yer tutmaktadır. Iğdır ilinin coğrafi işarete sahip olan ürün sayısı her ne kadar az olsa da ilgili ilin gastronomi odaklı pek çok ürünü bulunmaktadır. Bundan dolayı Iğdır ilinin coğrafi işaretli ürünleri üzerine gastronomik faaliyetlerin yürütülmesi planlanırken aynı zamanda ilgili ilin coğrafi işareti bulunmayan ürünlerinin de göz önünde bulundurularak hareket edilmesinde fayda vardır. Ayrıca Iğdır ilinin coğrafi işareti bulunmayan ürünlerinin içerisinden potansiyel değer taşıyan ürünlere coğrafi işaret alınması adına faaliyetlerde bulunulması ya da bu faaliyetlerin yürütümüne ağırlık verilmesi önemlidir. Iğdır ilinin coğrafi işaretli ürün sayısının artırılması, Iğdır ilinin gastronomi turizmi konusunda gelişmesine zemin hazırlaması beklenmektedir. Bu noktadan yola çıkılarak hem gastronomi ve turizm paydaşlarınca hem otorite sahiplerince hem de devlet yetkililerince gerekli adımların atılması büyük önem taşımaktadır.

Sonuç itibarıyla Iğdır'ın kamu kurum ve kuruluşlarına, özel sektör yetkililerine, araştırmacılara öneriler verilmektedir.

Iğdır'ın kamu kurum ve kuruluşlarına, özel sektör yetkililerine öneriler;

- Iğdır'ın coğrafi işaretli ürün sayısının artırılması önerilmektedir. Perzana, kaysafa, fetir gibi gastronomik ürünlerin coğrafi işaret alması noktasında başvuruda bulunulabilir. Perzana, fetir, kaysafa gibi yerel lezzetlerin ulusal ve uluslararası pazar payının yeterince gelişmiş olmadığı ve geliştirilmesi gerektiği düşünülmektedir. Bu kapsamda Iğdır'ın yerel lezzetlerinin ulusal ve uluslararası alanlarda daha fazla tanınması ve tercih edilmesi için devlet ve özel sektör destekli tanıtım, pazarlama ve çeşitli gastronomi turizmi etkinliklerinin (gezi, gastronomi günleri vb.) oluşturulması veya artırılması önemlidir.

Araştırmacılara öneriler;

- Iğdır'ın coğrafi işaretli ürünlerinin genel turizm açısından değerlendirilmesi önerilmektedir. Bu araştırma çatısı altında nitel araştırma metodu, veri toplama tekniği olarak

yarı yapılandırılmış veya yapılandırılmış mülakat tekniği değerlendirilebilir. Araştırma kapsamında Iğdır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü yetkililerinin görüşlerine başvurulabilir. Veriler, betimsel ve içerik analiz teknikleri değerlendirilerek analiz edilebilir.

- Iğdır'ın coğrafi işaretli ürünlerinin bu kentin yerel mutfağındaki yeri, önemi ve potansiyelinin incelenmesi tavsiye edilmektedir. Bu araştırma çerçevesinde yine nitel araştırma metodu, veri toplama teknikleri olarak yarı yapılandırılmış veya yapılandırılmış mülakat ve doküman incelemesi teknikleri kullanılabilir. Ayrıca çalışma kapsamında gastronomi kurum ve kuruluşları yetkililerinden ve internet sitelerinden, Iğdır Üniversitesinde gastronomi ile ilgili bölümde kadrosu bulunan öğretim elemanlarından ve söz konusu bölümde okuyan öğrencilerden faydalanılabilir. Veriler, betimsel analiz ve içerik analizi teknikleri değerlendirilerek analiz edilebilir.
- Doğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan illerin sahip olduğu coğrafi işaretli ürünleri gastronomi turizmi açısından içerik analizi ve betimsel analiz teknikleri değerlendirilerek araştırılabilir. Bu çalışmada karşılaştırmalı analizler yapılabilir, bölge kapsamında genel değerlendirmelerde bulunulabilir.
- Türkiye'de yer alan bölgelerde yer alan illerin sahip olduğu coğrafi işaretli ürünleri gastronomi turizmi açısından betimsel analiz ve içerik analizi teknikleri değerlendirilerek araştırılabilir. Bu çalışmada hem bölgeler arası hem de bölgeler içi karşılaştırmalı genel değerlendirmelerde bulunulabilir. Bu doğrultuda tablo, grafik, resim, yazı, logo, amblem, simge vb. yönlerden zengin olan bir araştırma kitabı meydana getirilebilir. Bu araştırma kitabının, gastronomi literatürünün ve uygulama alanının gelişmesi noktasında önemli kaynak olacağı zihinden geçirilmiştir.
- Iğdır'ın coğrafi işarete sahip olan ürünlerinin söz konusu ilin genel turizmi üzerine mevcut ve olası etkileri multidisipliner yaklaşımlara başvurularak araştırılabilir.
- Iğdır'ın coğrafi işarete sahip olan ürünlerinin ilgili ilin yerel halkı tarafından bilinirliği üzerine bir araştırma tasarlanabilir.

KAYNAKÇA

- Agarwal, S. & Barone, M. J. (2005). *Emerging Issues for Geographical Indication Branding Strategies* (No. 1045-2016-85387).
- Akay, E. (2021). Kırşehir İlinin Coğrafi İşaret Almış Ürünlerinin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi. *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 147-159.
- Akgöl, Y. (2012). *Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Akgöz, E., Varol, F. & Öksüz, M. (2023). The Role of Geographically Indicated Products in the Determination of Gastronomy Routes in Konya. *Journal of Yasar University*, 18(72), 547-568.
- Akın, E. B. (2006). *Coğrafi İşaret Olarak Tescil Edilmiş Malatya Kayısının Teknolojik Özelliklerinin Saptanması ve Gıda Güvenliği Açısından Araştırılması* (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Hacettepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Aksoy, M. & Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Akyol, C. & Akkaşoğlu, S. (2021). Alternatif Turizm Türlerinin Destinasyonlara Katkısı: Artvin ve Spor Turizmi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 11(1), 177-194.
- Alyakut Ö. (2016). Kültürel Ürünlerde Coğrafi İşaretleme Konusunun Medyaya Yansıması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(45), 675-686.
- Ata, B. & Urman, B. (2008). Sistemik Derlemelerin Kritik Analizi. *Journal of Turkish Society of Obstetric and Gynecology*, 5(4), 233-240.
- Balderas Cejudo, A., Patterson, I. & Leeson, G. W. (2019). Senior Foodies: A Developing Niche Market in Gastronomic Tourism. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 16, 100152.
- Baran, Z. & Karaca, Ş. (2021). Coğrafi İşaretin Sürdürülebilir Gastronomi Turizminde Önemi. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(2), 253-263.

- Barham, E. (2003). Translating Terroir: the Global Challenge of French AOC Labeling. *Journal of Rural Studies*, 19(1), 127-138.
- Barjolle, D., Paus, M. & Perret, A. O. (2009). Impacts of Geographical Indications-Review of Methods and Empirical Evidences. *International Association of Agricultural Economists (IAAE)*. August 16-22, 2009, Beijing, China.
- Batman, O. & Uluşan, Y. (2013). Alternatif Turizm Kapsamında Yamaç Paraşütü Sporu ve Sakarya Örneği. B. Zengin (Ed.). *Geçmişten Günümüze Sakarya Turizmine Akademik Bir Bakış* (161-168). Sakarya: Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü Yayınları.
- Birdir, K. & Akgöl, Y. (2015). Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 57-68.
- Brillat Savarin, J. A. (1994). *The Physiology of Taste*, trans: A. Drayton, Penguin, Harmondsworth.
- Bucak, T. & Aracı, Ü. E. (2013). Türkiye'de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(30), 203-216.
- Burns, N. & Grove, S. K. (2009). *The Practice of Nursing Research: Appraisal, Synthesis and Generation of Evidence* (6th Edition). Saunders.
- Covalchuck, G. C. & de Lima Medeiros, M. (2023). Geographical Indication of São Matheus as a Boost to Gastronomic Tourism. *Tourism and Heritage Journal*, 5, 37-55.
- Çalışkan, V. & Koç H. (2012). Türkiye'de Coğrafi İşaretlerin Dağılım Özelliklerinin ve Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(28), 193-214.
- Çam, O. & Çılgınoğlu, H. (2024a). Gastronomi Turizmi Kapsamında Coğrafi İşaretli Ürünlerin İncelenmesi: Ağrı Örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 107-128.
- Çam, O. & Çılgınoğlu, H. (2024b). Hacı Bekir'in Türk Tatlı Kültüründeki Yeri ve Bölgesel Gastronomi Turizmindeki Önemi. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*, 13(2), 226-264.

- Çam, O. (2023). Birbirine Yakışan Gıda Ürünlerinin Gastronomideki Yeri. *Journal of Academic Tourism Studies*, 4(2), 109-139.
- Çavuşoğlu, M. & Çavuşoğlu, O. (2018). Gastronomi Turizmi ve Kıbrıs Sokak Lezzetleri Üzerine Bir Araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 637-651.
- Çetin, B. (2021). Gastronomy Tourism. V. Krystev, S. Çelik Uğuz, R. Efe & E. Kapluhan (Eds.). *Tourism Studies and Social Sciences* (16-31). Sofia: St. Kliment Ohridski University Press.
- Çılgınoğlu, H. & Çam, O. (2021). Gastronomi Turizmi ve Kültür İlişkisi. S. Kılıç (Ed.). *Halkbilimi Bağlamında Türkiye’de Yeme-İçme Kültürü* içinde (135-166). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Çılgınoğlu, H. & Çılgınoğlu, Ü. (2022). Nörogastromi ve Duyuların Lezzet Algısına Etkisinin Yarı Yapılandırılmış. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(2), 837-855.
- Çılgınoğlu, H. & Çılgınoğlu, Ü. (2023). Fast Food, Slow Food Akımları Arasında Bir Türk Gastronomi Lezzeti Hazır Çorbaların Atası: Tarhana ve Tarhana Manileri. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 75-88.
- Çılgınoğlu, H. & Güner, D. (2021). Kastamonu Gastronomik Ürünlerinin Nuh’un Ambarı Projesi Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(4), 2874-2892.
- Denk, E. & Sanalan Bilici, N. (2021). Erzurum İlinin Coğrafi İşaret (Cİ) Almış Ürünlerinin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(1), 102-122.
- Doğanlı, B. (2020). Coğrafi İşaret, Markalaşma ve Kırsal Turizm İlişkileri. *Journal of Human and Social Sciences*, 3(2), 525-541.
- 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.

- EBYÜ (2023). Turizm Kavramına Genel Bir Bakış. <https://avesis.ebyu.edu.tr/resume/downloadfile/egunes?key=4b0084ce-ad49-4b75-afb8-91385e34d9e2> (Erişim Tarihi: 25.12.2023).
- Emekli, G. (2006). Avrupa Birliği Bölgesel Politikasında Turizmin Yeri ve Türkiye Turizmi. *IV. Ulusal Coğrafya Sempozyumu*, Ankara.
- Gerrish, K. & Lacey, A. (2010). The Research Process in Nursing (6th Edition). *Wiley-Blackwell*.
- Gheorghe, G., Tudorache, P. & Nistoreanu, P. (2014). Gastronomic Tourism, A New Trend for Contemporary Tourism? *Cactus Tourism Journal*, 12-21.
- Göynüşen, S. E. (2011). Edirne'deki *Gastronomik Kültürün Kentin Pazarlama ve Markalaşmasına Etkileri* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Guzman, L. T. & Canizares, S. S. (2011). Gastronomy Tourism and Destination Differentiation: A Case Study in Spain. *Review of Economics & Finance*. September. 2011.
- Güzel Şahin, G. & Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak "Gastronomi Turizmi": İstanbul'un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.
- Güzel, B. & Apaydın, M. (2016). Gastronomy Tourism: Motivations and Destinations. C. Avcıkurt, M. S. Dinu, N. Hacıoğlu, R. Efe, A. Soykan ve N. Tetik (Eds.). *Global Issues and Trends in Tourism* (394-405). St. Kliment Ohridski University Press.
- Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. & Cambourne, B. (Eds.) (2003). *Food Tourism Around the World*. Boston: Butterworth-Heinemann.
- Hatipoğlu, A. (2010). *İnançların Gastronomi Üzerine Etkileri: Bodrum'daki Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Yöneticilerinin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Hazarhun, E. & Tepeci, M. (2018). Coğrafi İşarete Sahip Olan Yöresel Ürün ve Yemeklerin Manisa'nın Gastronomi Turizminin Gelişimine Katkısı. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 371-389.

- Hegarty, J. A. & O'Mahony, G. B. (2001). Gastronomy: A Phenomenon of Cultural Expressionism and an Aesthetic for Living. *International Journal of Hospitality Management*, 20(1), 3-13.
- Henderson, J. (2009). Food Tourism Reviewed. *British Food Journal*, 111(4), 317-326.
- Hjalager, A. M. & Richards, G. (2002). Still Undigested: Research Issues in Tourism and Gastronomy. A. M. Hjalager & G. Richards (Eds.). *Tourism and Gastronomy* (224-234). London: Routledge.
- Iğdır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2023a). Çorbalar. <https://igdir.ktb.gov.tr/TR-55678/corbalar.html> (Erişim Tarihi: 11.11.2023).
- Iğdır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2023b). Etli Yemekler. <https://igdir.ktb.gov.tr/TR-55679/etli-yemekler.html> (Erişim Tarihi: 11.11.2023).
- Iğdır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2023c). Kurubaklagiller. <https://igdir.ktb.gov.tr/TR-55680/kurubaklagiller.html> (Erişim Tarihi: 11.11.2023).
- Iğdır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2023d). Sebze Yemekleri. <https://igdir.ktb.gov.tr/TR-55681/sebze-yemekleri.html> (Erişim Tarihi: 11.11.2023).
- Iğdır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2023e). Tahıllar. <https://igdir.ktb.gov.tr/TR-55682/tahillar.html> (Erişim Tarihi: 11.11.2023).
- Iğdır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2023f). Erişteler. <https://igdir.ktb.gov.tr/TR-55683/eristeler.html> (Erişim Tarihi: 11.11.2023).
- Iğdır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2023g). Ekmekler. <https://igdir.ktb.gov.tr/TR-55684/ekmekler.html> (Erişim Tarihi: 11.11.2023).
- Iğdır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2023h). Tatlılar. <https://igdir.ktb.gov.tr/TR-55685/tatlilar.html> (Erişim Tarihi: 11.11.2023).
- Iğdır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2023ı). Reçeller. <https://igdir.ktb.gov.tr/TR-55686/receller.html> (Erişim Tarihi: 11.11.2023).
- Iğdır İl Tarım ve Orman Müdürlüğü (2023). İlimiz. <https://igdir.tarimorman.gov.tr/Menu/20/Ilimiz> (Erişim Tarihi: 26.12.2023).

- Jantsch, L., Flores, S. S. & Vale, Z. D. N. (2023). Local Gastronomy and Wine Geographical Indications (GIS): Framework for Identifying Pairing Potential. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 100856.
- Kan, M., Gülçubuk, B. & Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 93-101.
- Karaca, O. B. (2016). Geleneksel Peynirlerimizin Gastronomi Turizmindeki Önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(2), 17-39.
- Karaçam, Z. (2013). Sistematiik Derleme Metodolojisi: Sistematiik Derleme Hazırlamak İçin Bir Rehber. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(1), 26-33.
- Kivela, J. & Crofts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30, 354-377.
- Küçükkömürler, S., Şirvan, N. B. & Sezgin, A. C. (2018). Dünyada ve Türkiye'de Gastronomi Turizmi. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 78-85.
- Matviichuk, L. Y., Lepkyi, M. I., Dashchuk, Y. Y., Sydoruk, S. V. & Mezentseva, I. V. (2022). Approach to Formation of Enogastronomic Tourism Based on the Geographical Indication System. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*, 31(4), 689-701.
- McKercher, B., Okumuş, F. & Okumuş, B. (2008). Food Tourism as a Viable Market Segment: It's All How You Cook the Numbers. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(2), 137-148.
- Medeiros, M. D. L., Cunha, J. A. C. D. & Passador, J. L. (2018). Turismo Gastronômico E Desenvolvimento Regional: Um Estudo A Partir Do Caso Do Queijo Minas Artesanal Do Serro. *Caderno Virtual de Turismo*, 18(2), 168-189.
- Metaxas, T. & Karagiannis, D. (2016). Culinary Tourism in Greece: Can the Past Define the Future? Dimensions of Innovation, Entrepreneurship and Regional Development. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 21(3), 1-20.

- Mitchell, R. & Hall, C. (2003). Consuming Tourists: Food Tourism Consumer Behavior. C.M. Hall et al. (Eds.). *Food Tourism around the World, Development, Management and Markets* (60-80). Butterworth-Heinemann: Elsevier.
- Moula, P. & Goodman M. (2009). *Nursing Research*. SAGE Publication Ltd.
- Mutlu, S. & ılğınoğlu, H. (2022). Gastronomi Turizmi Kapsamında Yöresel Ürünlerin Geliştirilmesi: Kastamonu Pastırması Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(4), 3034-3054.
- Nesterchuk, I., Balabanyts, A., Pivnova, L., Matsuka, V., Skarha, O. & Kondratenko, I. (2021). Gastronomic Tourism: Features and Development Tools. *Linguistics and Culture Review*, 5(S4), 1871-1885.
- Onur, N. & Onur, F. (2016). Potential of Gastronomy Tourism within Culture Tourism and Developing. C. Avcıkurt, M. S. Dinu, N. Hacıoğlu, R. Efe, A. Soykan & N. Tetik (Eds.). *Global Issues and Trends in Tourism* (470-479). Sofia: St. Kliment Ohridski University Press.
- Oraman, Y. (2015). Türkiye’de Coğrafi İşaretli Ürünler. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 76-85.
- Özdemir, G. & Dülger Altınır, D. (2019). Gastronomi Kavramları ve Gastronomi Turizmi Üzerine Bir İnceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1-14.
- Pamukçu, H., Saraç, Ö., Aytuğar, S. & Sandıkçı, M. (2021). The Effects of Local Food and Local Products with Geographical Indication on the Development of Tourism Gastronomy. *Sustainability*, 13, 6692.
- Polat Üzümcü, T., Alyakut, Ö. & Adalet Akpulat, N. (2017). Coğrafi İşaretleme Kapsamında Kocaeli Gastronomik Ürünlerinin Değerlendirilmesi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19(28), 132-140.
- Polat, S. & Aktaş Polat, S. (2020). Transformation of Local Culinary Through Gastronomy Tourism. *Sosyoekonomi*, 28(43), 243-256.
- Putra, M. K. (2019). Gastronomy Tourism: Local Food and Sustainable Tourism Experience- Case Study Cirebon. In Proceedings of the 1st NHI Tourism Forum-Enhancing

- Innovation in Gastronomic for Millennials; SCITEPRESS-*Science and Technology Publications*: Bandung, Indonesia (19-29).
- Raustiala, K. & Munzer, S. (2007). The Global Struggle over Geographic Indications. *The European Journal of International Law*, 18(2), 337–365.
- Sarıışık, M. & Özbay, G. (2015). Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 264-278.
- Savaşkan, Y. & Kınır, S. (2020). Sakarya İli Gastronomik Unsurlarının Coğrafi İşaret Kapsamında Değerlendirilmesi. *Alanya Akademik Bakış*, 4(3), 939-961.
- Seyitoğlu, F. & Çalışkan, O. (2018). Akademik Disiplin Olarak Gastronomi: Kavramsal Bir Çalışma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(3), 523-537.
- Seyitoğlu, F. & Ivanov, S. (2020). A Conceptual Study of the Strategic Role of Gastronomy in Tourism Destinations. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21, 100230.
- Sormaz, U., Akmeşe, H., Gunes, 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. [https://doi.org/ 10.31771/jrtr.2020.58](https://doi.org/10.31771/jrtr.2020.58).
- Şentürk, B. (2011). *Coğrafi İşaretlerin Ekonomik Etkileri: Mikro ve Makro Açından Bir Değerlendirme* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Muğla.
- T.C. Iğdır Belediyesi (2023a). Iğdır. <https://www.igdir.bel.tr/igdir> (Erişim Tarihi: 11.11.2023).
- T.C. Iğdır Belediyesi (2023b). Coğrafi. <https://www.igdir.bel.tr/cografi> (Erişim Tarihi: 11.11.2023).
- T.C. Iğdır Belediyesi (2023c). Şehir Nüfusu. <https://www.igdir.bel.tr/sehir-nufusu> (Erişim Tarihi: 11.11.2023).
- Tanrikulu, M. (2007). Türkiye’de Coğrafi İşaretlerin Tespiti ve Tescil Edilmesinin Önemi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi*, 1(2), 173-184.

- Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) (2023a). Veri Tabanı. <https://ci.turkpatent.gov.tr/veri-tabani> (Erişim Tarihi: 11.11.2023).
- Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) (2023b). Iğdır Beyaz Üzümü/Miskalı. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/a1adc030-f2a6-45b7-8c0c-b0d5d60a1520.pdf> (Erişim Tarihi: 11.11.2023).
- Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) (2023c). Iğdır Bozbaş Yemeği. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/7521d52e-708e-4885-a8aa-dfa504ad527d.pdf> (Erişim Tarihi: 11.11.2023).
- Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) (2023d). Iğdır Kayısı. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/d058fb7e-ef31-423a-88b4-9884346f2698.pdf> (Erişim Tarihi: 11.11.2023).
- Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) (2023e). Iğdır Omaç Aşı Çorbası. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/27350788-274a-49c8-ae1c-120d647b239a.pdf> (Erişim Tarihi: 11.11.2023).
- Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) (2023f). Iğdır Patlıcan Reçeli. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/9e69bad5-5555-4288-88dd-9ba3097387e1.pdf> (Erişim Tarihi: 11.11.2023).
- Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) (2023g). Iğdır Taş Köfte Yemeği. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/276.pdf> (Erişim Tarihi: 11.11.2023).
- Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) (2023h). Tescil ve Başvuru Sayıları. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/RegistrationAndApplication> (Erişim Tarihi: 26.12.2023).
- Ünal, C. & Çavuşoğlu McKenzie, Ç. (2023). The Role of Geographical Indications in Faith Tourism: The Case of the Route of the Seven Churches. M. Tuna, G. Kaya, E. Hazaurhun, H. Ulusoy Mutlu, N. Yıldız ve S. B. Bayar (Eds.). *Anatolian Lanscape And Faith Tourism: Ancient Times to Present* (4-23). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Van Westering, J. (1999). Heritage and Gastronomy: The Pursuits of the 'New Tourist'. *International Journal of Heritage Studies*, 5(2), 75-81.

- Yalın, G. (2021). An Overview of Gastronomy Tourism. S. Çelik Uğuz, R. Efe ve E. Kapluhan (Eds.). *Tourism Studies and Social Sciences* (134-143). Sofia: St. Kliment Ohridski University Press.
- Yenipınar, U., Köşker, H. & Karacaoğlu, S. (2014). Turizmde Yerel Yiyeceklerin Önemi ve Coğrafi İşaretleme: Van Otlı Peyniri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 13-23.
- Yıkmış, S. & Ünal, A. (2016). The Importance of Geographical Indication in Gastronomy Tourism: Turkey. *International Journal of Agricultural and Life Sciences*, 2(4), 73-79.
- Yıldırım, O. (2021). Yerel Halkın Adana'da Gastronomi Turizminin Gelişmesine Yönelik Beklenti ve Tutumları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(2), 954-974.
- Yılmaz, K. (2021). Sosyal Bilimlerde ve Eğitim Bilimlerinde Sistemik Derleme, Meta Değerlendirme ve Bibliyometrik Analizler. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(2), 1457-1490.
- Yönet Eren, F. & Ceyhan Sezgin, A. (2021). Coğrafi İşaretli Yöresel Ürünlerin Destinasyonlar Açısından Önemi: Kapadokya Bölgesi Örneği. *Journal of Tourism Research Institute*, 2(1), 61-78.