

PAPER DETAILS

TITLE: Destinasyon Pazarlamasi Kapsaminda Elazig Mutfak Kültürünün ve Cografi Isaretli
Gastronomi Ürün Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Arastirma

AUTHORS: Nazli KARDES ÇOLAKOGLU,Mehmet SARIISIK

PAGES: 1159-1169

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2282493>



Destinasyon Pazarlaması Kapsamında Elazığ Mutfak Kültürünün ve Coğrafi İşaretli Gastronomi Ürün Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma

A Research on the Determination of Culinary Culture and Geographically Indicated Gastronomic Product Potential of Elazığ in the Scope of Destination Marketing

Araş. Gör. Dr. Nazlı KARDEŞ ÇOLAKOĞLU¹, Prof. Dr. Mehmet SARIŞIK²

Öz

Günümüzde yöresel lezzetlerin önemli destinasyon pazarlama unsurlarından biri olduğu ve pazarlama ve markalaşma aracı olarak kullanımı düşünüldüğünde yerel destinasyonların sahip oldukları gastronomi değerlerinin daha çok üzerinde durulması önemlidir. Elazığ; bulunduğu coğrafya ve sahip olduğu sosyal demografik yapısı ile çeşitli yöresel lezzetlere sahip önemli bir destinasyondur. Bu bağlamda destinasyon pazarlama unsuru olarak kullanılabilecek olan yerel Elazığ mutfak kültürünün gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi bir bakıma bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Nitel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı bu çalışmada, Elazığ mutfak kültürü ile ilgili yemeklerin belirlenmesi için ikincil verilerden faydalanılmıştır. Bu çalışmada Elazığ mutfak kültüründe yer alan yiyecekler, coğrafi işaretli gastronomi ürünleri ve coğrafi işaret almaya aday gösterilen gastronomi ürünleri ele alınmıştır. Yapılan çalışmanın sonucunda Elazığ'ın çok çeşitli ve zengin bir mutfak kültürüne sahip olduğu ancak Elazığ ilinin gastronomi turizmi alanında coğrafi işaretli ürünlerinin (4 coğrafi işaretli ürün, 5 başvuru aşamasında ürün) sınırlı sayıda olduğu ve bu ürünlerin turizm unsuru olarak yeterince kullanılmadığı tespit edilmiş ve buna ilişkin öneriler geliştirilmiştir. Aynı zamanda çalışmanın sonucunda Elazığ mutfak kültürünün ziyaretçilere farklı lezzetler deneyimleme imkanı sunarak, destinasyon pazarlama unsuru olarak kullanılabileceği anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi işaretli ürünler, Elazığ mutfak kültürü, destinasyon pazarlaması, gastronomi turizmi

Makale Türü: Derleme

Abstract

Considering that local flavors are one of the important destination marketing elements and their use as a marketing and branding tool today, it is important to focus more on the gastronomic values of local destinations. With its geography and social demographic structure, Elazığ is an important destination with various local flavors. In this context, the evaluation of the local Elazığ culinary culture, which can be used as a destination marketing element, within the scope of gastronomic tourism, in a way, constitutes the main purpose of this study. In this study, in which qualitative research methods were used, secondary data was used to determine the dishes related to Elazığ cuisine. In this study, the foods in the culinary culture of Elazığ, the gastronomic products with geographical indication and the gastronomic products that are nominated for geographical indication are discussed. As a result of the study, it has been determined that Elazığ has a rich and diverse culinary culture, but the number of geographically indicated products (4 geographically indicated products, 5 products at the application stage) in the field of gastronomy tourism in Elazığ province is limited and these products cannot be used sufficiently as a tourism element, and this recommendations have been developed. At the same time, as a result of the study, it was concluded that

¹İstanbul Beykent Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, nazlikardes@beykent.edu.tr

²Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, msariisik@subu.edu.tr

Atıf için (to cite): Kardeş Çolakoğlu, N. ve Sarışık, M. (2023). Destinasyon pazarlaması kapsamında Elazığ mutfak kültürünün ve coğrafi işaretli gastronomi ürün potansiyelinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(3), 1159-1169.

Elazığ cuisine could be used as a destination marketing element by offering the opportunity to experience different tastes to the visitors.

Keywords: Geographical indication products, Elazığ culinary culture, destination marketing, gastronomy tourism

Paper Type: Review

Giriş

Destinasyonların sahip oldukları gastronomi ürünleri ve tüketiciye sunulan gastronomi deneyimleri destinasyon çekicilik unsurları arasında yer almaktadır (Viassone, 2015, s.7). Dolayısıyla yörelere özgü lezzetler önemli destinasyon pazarlama unsurları arasında yer almakta, pazarlama ve markalama stratejilerinde sıklıkla kullanılmaktadır (Erdoğan ve Özdemir, 2018, s. 250). Bir destinasyona özgü yiyecek içecekler, ziyaretçilerin o bölgeye özel ilgi duymasına ve buna bağlı olarak da destinasyonun ziyaretçi sayısında önemli artışa zemin hazırlamaktadır (Gyimothy ve Mykletun, 2009). Arora (2014), yaptığı araştırmasında yerel ürünlerin gastronomi turizminin gelişmesinde önemli rol oynadığı sonucuna ulaşmıştır. Destinasyonların sahip oldukları yöresel lezzetlerin turizm içindeki önemi göz önüne alındığında mutfak kültürleri ve gastronomi turizmi potansiyelleri konularında araştırmalar yapmak oldukça önemlidir. Bu bağlamda Türkiye'nin mutfak kültürü açısından özgün, çok çeşitli ve zengin bir yemek kültürüne sahip olması ülkeyi mükemmel bir gastronomi kaynağına dönüştürmektedir. Gastronomi açısından önemli avantaja sahip Türk mutfak kültürüne gereken önem verildiğinde gastronomi çekiciliklerin kullanılarak daha etkili pazarlanabileceği bir gerçektir.

Elazığ, içinde yer aldığı coğrafya ve sahip olduğu sosyal ve demografik yapısı ile bölgeye özgü yerel lezzetleri ziyaretçilerine sunmaya devam etmektedir. Elazığ'ın sahip olduğu yöresel ürünlerin gastronomi turizminin geliştirilmesi ve destinasyonun çekicilik unsuru olarak kullanılması açısından önemli bir avantaj olduğunu söylemek mümkündür. Her geçen gün artan bir ivmeye sahip olan gastronomi turizminin geliştirilmesi amacıyla yörelerden şehirlere hatta ülkelere kadar tüm destinasyonlar turizmden aldıkları payı çoğaltmak için yemek kültürlerini ön plana çıkarmaya başlamışlardır. Türkiye'de sınırlı sayıda bulunan etnografik ve arkeolojik bir müzeye sahip olan Elazığ, arkeolojik değerleri, tarihi, kültürel varlıkları ve zengin folkloru ile turizm endüstrisinde önemli avantajlara sahiptir. Hazar gölü, harput, hazar baba kayak merkezi, keban baraj gölü, arkeoloji ve etnografya müzesi, inanç turizmi, doğa sporları, kaplıcaları, yerel musikisi ve mutfak kültürü ile önemli bir potansiyele sahiptir. Elazığ, inanç turizmi ilk sırada olmak üzere tarihi eser ve doğal güzellikleri için tercih edilmektedir. Yapılan araştırmalar, ziyaretçilerin Elazığ'ı tercih etme nedenlerinin genel olarak sahip olduğu tarihi ve kültürel değerler olduğunu göstermektedir (Kabasakal, 1993; Yaşar, 2019).

Buradan hareketle Elazığ kültürünü gelen turistlere yansıtabilecek yemeklerin ortaya çıkarılmasının destinasyonu ziyaret eden turistlerin memnuniyetlerine etki ederek turizmin gelişmesini sağlayabileceği düşünülmektedir. Tüm bunlar Elazığ ile ilgili yapılan bu çalışmayı önemli kılmaktadır. Ayrıca yapılan ilgili yazın taramasında da Elazığ mutfak kültürüne yönelik çalışmaların sayısal olarak yetersiz ve dar kapsamlı olduğu dikkat çekmektedir (Güleç, 2020; Ercan ve Gülcan, 2021). Elazığ'ın yemek çeşitliliğinin zengin olmasına rağmen Elazığ mutfaklarını gastronomi turizmi kapsamında ele alan ve inceleyen akademik çalışmaya rastlanmadığından, bu çalışmanın literatüre önemli katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Bu kapsamda destinasyon çekicilik unsuru olarak kullanılabilecek olan Elazığ yemeklerinin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır.

1. Literatür Taraması

Gastronomi kavramı; bünyesinde bulundurduğu bilimsel ve sanatsal unsurların tümünün, yiyecek içeceklerin tarihsel gelişiminden itibaren tüm özelliklerinin tam anlamıyla anlaşılması, uygulanması ve geliştirilerek mevcut şartlara uyarlanması faaliyetlerini içine alan

bir bilim dalı olarak açıklanabilir (Hatipoğlu, 2010, s. 4). Bu kavramın kökeni kültür, tarım ve turizme dayanmaktadır. Tüketicilere ürünün sunulmasını sağlayan tarım; ürüne otantikliği ve tarihi ekleyen kültür ve alt yapı hizmetlerini sağlayan turizm faaliyetleri, gastronominin bir çekicilik unsuru olarak kullanılmasına, turiste deneyim sağlayacak bir turizm çeşidi olarak pazarlanmasına yardımcı olmaktadır (Yüncü, 2010, s.29). Yiyecek içecek ile alakalı kaynakların bütünü olarak tanımlayabileceğimiz gastronomi kavramı, destinasyonun imajına değer katması ve seyahat motivasyonu oluşturmada etkili olması bakımından destinasyonlar için ayrıcalıklı bir yere sahiptir (Boyne vd., 2003). Bir destinasyonun sahip olduğu mutfak kültürünü deneyimlemek, genellikle turizm faaliyetlerini farklılaştırmak için kullanılan önmeli bir unsurdur (Selwood, 2003). En önemli turist deneyimlerinden biri olan yöresel mutfaklar, kendi başlarına çekicilik unsuru olarak destinasyonların pazarlanması faaliyetlerinde kullanılmaktadır (Şengül ve Türkay, 2016, s. 64). Bunun nedeni yöresel mutfakların bölgede gerçekleştirilen turizm faaliyetlerine özgünlük yüklemesi (Güneş, Ülker ve Karakoç, 2008) ve bölgenin farklı yanlarını ön plana çıkararak orayı daha çekici hale dönüştürmesidir. Destinasyon pazarlamasında mutfaklara özgü yöresel ürünlerin kullanılması, destinasyonlar için benzersiz bir deneyimi simgeleyerek rekabet avantajı sağlamaktadır (Rinaldi, 2017).

Zağralı ve Akbaba (2015), bir destinasyona ziyarette bulunan turistlerin destinasyon çekicilik unsurlarını belirlemek amacıyla yapmış oldukları araştırmanın sonucunda yöresel yiyeceklerin önemli çekicilik unsurları arasında yer aldığı sonucuna ulaşmışlardır. Diğer taraftan ziyaretçilerin destinasyon tercih ederken eşsiz mutfak kültürüne sahip olan ve tüketiciye özgün deneyim imkanları sağlayan bölgelerin ön plana çıktığı görülmektedir (Haven Tang ve Jones, 2005, s.74). Aydoğdu, Okay ve Köse de (2016) turistlerin destinasyon tercihlerinde gastronominin rolünü anlamak amacıyla yapmış oldukları çalışmada yöreye has yiyecek ve içeceklerin o bölgenin tercih edilmesinde önemli bir rol oynadığı sonucuna ulaşmışlardır. Işkın, Şengel ve Zengin (2017), destinasyonların tanınırlığının artırılmasında yerel yemeklerin önemli bir rolü olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bayrakçı ve Akdağ (2016), bir bölgenin yöresel mutfağında yer alan yerel yemekleri deneyimleme motivasyonunun o bölgeyi ziyaret eden turistlerin tekrar ziyaret eğilimi üzerine gerçekleştirdikleri çalışmanın neticesinde yerel yemek deneyiminin turistler üzerinde tekrar seyahat eğilimine neden olabileceği sonucuna ulaşmıştır. Bu nedenle bölgeler, sahip oldukları yöresel değerleri ön plana çıkartarak diğer bölgelerden farklı olan taraflarını ortaya koyma çabası içerisinde girmektedir. Farklılaşmada, yöresel ürünleri bir pazarlama aracı olarak görmek ve kullanmak; rekabet avantajı oluşturabilecek bir niteliği ortaya çıkarmaktadır (Shenoy, 2005).

Sözü edilen rekabet ortamında rekabet ortamında coğrafi işaretli ürünler bölgelerin farklılıklarını yansıtmada en önemli unsurlardan birisidir. Yöresel ürünlere verildiği takdirde ürünün katma değerini artıran ve “ününü veya kalitesini her hangi bir coğrafi alana borçlu olan ürünleri tanımlamak için kullanılan işaretler” (Türk Patent Enstitüsü, 2022) olarak tanımlanan coğrafi işaretler kavramı; ürünlerin bulunduğu yöre/bölgenin de katma değer seviyesini de maksimum düzeye taşımaktadır (Suna ve Uçuk,2018, s.101). Coğrafi işaretler “menşe” adı ve “mahreç işareti” olarak ikiye ayrılmaktadır. Eğer bir ürün yalnızca sınırları çizilmiş bir coğrafi bölgede üretiliyorsa (Bursa Şeftalisi gibi) menşe adı, özgü olduğu coğrafi bölgeye ait üretim yöntemleri ve malzemeler ile farklı bölgelerde de üretilebiliyorsa (Adana kebabı, Antep baklavası gibi) mahreç işareti olarak tanımlanmaktadır (Kaya ve Çakır Keleş, 2019; Kantaroğlu ve Demirbaş, 2018). Ayrıca mahreç işareti ya da menşe adı olarak değerlendirilemeyen ve en az 30 yıldır üretimi yapıldığı kanıtlanan ürünlere de geleneksel ürün işareti verilmektedir (baklava, pastırma, lokum gibi). Bir yöreye özgü ürünlerin bulundukları yere, o yerin sosyo-ekonomik açıdan gelişmesi, gelenekselliğin ve doğallığın koruma altına alınması gibi çok çeşitli katkılar sağladığı bilinmektedir. Örneğin, baklava denilince akla ilk olarak Gaziantep baklavasının gelmesi ya da kaymak denilince Afyon kaymağının akılda belirmesinin nedeni, bu yiyeceklerin belirli bir yöreye anılmasıdır. Bir ürünün bulunduğu bölgede ün kazanması ve ürünün bölge adıyla pazarlanması tüketicinin ürüne karşı tavrını olumlu yönde etkileyebilmektedir (Keskin, 2019: 6). Tam da bu noktada coğrafi işaretli ürün kavramı söz konusu olmaktadır. Coğrafi

işarete sahip ürünler; ekonomik, kültürel ve sosyal faydaları bünyesinde barındıran çok yönlü ürünlerdir (Bertan, 2020; Bramley, 2011). Yani bir destinasyonun pazarlanmasında önemli olan unsurlarından biri olan coğrafi işaret kavramı bir yere katma değer sağlamakta ve kökeni korumaya yardımcı olmaktadır. Elazığ'ın kendine has isimleriyle bilinen ve bölgeye özel karakteristik özelliklerine sahip olan ürünlerin varlığı ili yöresel mutfak kültürü açısından oldukça özel bir hale getirmektedir (Torun, 2015). Bu nedenle çalışma kapsamında Elazığ coğrafi işaretli ürünlerinin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Suna ve Uçuk (2018) coğrafi işaretli ürünlerin destinasyon pazarlama üzerindeki etkisini ölçmeye yönelik yapmış oldukları çalışmada coğrafi işaretler ile edinilmiş kimliğin destinasyon pazarlama konusunda olumlu etkileri olduğu sonucuna varmışlardır. Paslı (2021) coğrafi işarete sahip yöresel ürünlerin ilgili destinasyonun pazarlaması üzerinde olumlu etkileri olduğu sonucuna ulaşmıştır. Babcock ve Clemens (2003) ise coğrafi işaretlerin yörede bulunan ürünlere kendilerine has bir nitelik kazandırarak o ürünün ticari değerini artıracaklarını vurgulamaktadır.

Yapılan literatür taraması sonucunda destinasyonların pazarlamasında kültürü yansıtan ve tüketiciye özel bir deneyim sunan yöresel yiyecek ve içeceklerin son derece önemli olduğu anlaşılmaktadır. Bu noktada zengin bir mutfak kültürüne sahip olan Türkiye'nin sahip olduğu illerin her birinin ayrıntılı bir şekilde incelenerek gastronomi özelliklerinin ortaya konulması önem arz etmektedir. Bu doğrultuda yöre mutfağının sahip olduğu özgünlüğe vurgu yapan coğrafi işaretler de mutfağın tanıtılmasında ve pazarlanmasında önemli olmaktadır. Bu nedenle bu çalışmanın kapsamını Elazığ yöresel mutfak kültürü ve mutfağın sahip olduğu coğrafi işaretli ürünler oluşturmaktadır.

1.1. Elazığ Mutfağı

Doğu Anadolu bölgesinin güneybatısında Yukarı Fırat bölümünde yer alan Elazığ'ın doğusunda Bingöl, kuzeyinde Tunceli, batısında Malatya, güneyinde ise Diyarbakır illeri yer almaktadır. Karasal iklim özelliklerinin görüldüğü bölgede kışlar yağışlı ve soğuk, yazlar kurak ve sıcak geçmektedir (Gündüz 2016, s.4). İl topraklarının %50'si meralar ve çayırlar, %28'i tarım arazileri, %12'si ormanlık araziler, %10'u ise su yüzeyi ile kaplıdır. İlin sahip olduğu tarım alanların %87'lik bölümü sulanabilir tarım arazilerinden oluşmaktadır. İlin yüksek kısımlarında ceviz, çitlembik, kızılâğaç, ardıç ve dişbudak türlerine rastlanırken, nehir ve dere boylarında söğüt ve kavak ağaçlarına rastlanmaktadır (Elazığ Belediyesi, 2022; Elazığ Çevre Şehircilik Ve İklim Değişikliği İl Müdürlüğü, 2022). Sulanabilir alanların genişliğinden dolayı tarımsal faaliyetler ekonomide ön plana çıkmaktadır. Sırasıyla buğday, şekerpancarı ve arpa yörede en çok yetiştirilen tarım ürünleri arasındadır. Ayrıca pirinç, fasulye, tütün, mercimek, nohut, soğan, sarımsak, elma, üzüm, armut, badem, ceviz, çilek, dut ve kayısı gibi çeşitli ürünlerde yetiştirilmektedir (Gündüz, 2016, s. 4). Elazığ'da küçükbaş ve büyükbaş hayvancılık yaygın olarak yapılmaktadır (Fırat Kalkınma Ajansı, 2022).

Türk mutfak kültüründen izlerin görüldüğü Elazığ mutfağında; iklim, coğrafi özellikler ve yöre topraklarında yetiştirilen ürün türlerinin etkisinden dolayı mutfakta pişirilen yemeklerin çoğu yöreye özgüdür (Elazığ valiliği, 2022). Elazığ mutfağı Ankara patent bürosu ve Ankara ticaret odasının düzenlemiş olduğu Türkiye lezzet haritasında Gaziantep'ten sonra 150 den fazla yiyecek ürünü ile mutfağı en zengin il olarak tanımlanmıştır (Tuna ve Özyurt, 2018). Güleç (2020), çalışmasında katılımcıların Elazığ mutfağını diğer mutfaklara oranla daha zengin ve çeşitli buldukları sonucuna ulaşmıştır. Bu zengin çeşitliliğe sahip olan mutfağa Orta Asya Türklerinin aktarmış olduğu kültüre ek olarak bölgenin verimli topraklarında yetiştirilen tarım ürünleri de eklenince et, süt ve süt ürünleri ile tahıl ürünleri mutfağın temelini oluşturmuştur. Bulgur, ekmek, yoğurt ve et yörede sıklıkla tüketilen ürünlerde ilk sırayı almaktadır (Keskin ve Çontu, 2019, s.175). Yemek türlerinden sofrada adabına kadar geleneklerini koruyabilen Elazığ mutfak kültüründe; geçmişi Oğuzlara değin uzanan tutmaç, kara kavurma, umaçaşısı ve anamaşısı

gibi yemekler halen varlığını devam ettirmektedir (Elazığ Valiliği, 2021). Ayrıca Harput köfte, karakavurma, içli köfte, gömme, sırın, kellecoş, tandır ekmeği, tavşan ufalama, aluçalı işgene, Harput ekmek tatlısı, orcik, dolanger mutfağın tanınan yöresel lezzetleridir (Elazığ valiliği,2021; Elazığ Belediyesi,2021).

Elazığ mutfağı beyaz et ve sebze ağırlıklı değildir (Güleç, 2020). Ercan ve Gülcan (2021) yapmış oldukları çalışmada yemeklerde genellikle kırmızı et tercih edildiği, hamurışı ve etin bir arada kullanıldığı yemeklerin sıklıkla yapıldığı, sebze yemeklerinin ise genellikle et ile harmanlanarak pişirildiği yanıtını almışlardır. Yine aynı çalışmaya göre mutfakta sıklıkla kullanılan tahıl ve kurubaklagil ürünleri nohut, bulgur, pirinç ve döğmedir. Elazığ valiliği tarafından hazırlanan “Elazığ mutfağı” başlıklı kitapta ise mutfağın ağırlıklı olarak hamur işi ve et yemeklerinden oluştuğundan, bulgurun tahıl ürünlerinin içinde en çok kullanılan ürün olduğundan yemekler salçalı ve yağlı olarak yapıldığından, yemeklerde sıklıkla kullanılan yağ türlerinin tereyağı, iç yağ ve kuyruk yağı olduğundan bahsedilmektedir. Bunun yanı sıra yoğurt, yemeklerin vazgeçilmez lezzetleri arasında yer alırken mutfakta kurutulmuş meyve ve sebzelerden de yemekler hazırlanmaktadır. Güleç (2020) araştırmasında Elazığ yemeklerinin yüksek kaloriye sahip olduğu ve bol salçalı olarak yapıldığı sonucuna ulaşmıştır. Sanaç Bulanıklı vd. (2018) çalışmalarında Elazığ’a has yemeklerde kullanılan en temel maddelerin yağ ve salça olduğunu belirtmesi bu sonucu destekler niteliktedir. İl mutfağında önemli bir yere sahip olan tatlılar ise genellikle bol şekerli olarak yapılmaktadır (Güleç, 2020). Hamur işinin de ağırlıklı olduğu mutfakta “tandır”, hamur işlerinin pişirilmesinde en önemli mutfak aracıdır. Özellikle burada pişirilen tandır ekmeği hemen her evde yapılmaktadır. Tahıl ürünlerinin de geniş yer kapladığı mutfakta yiyeceklerin saklanması açısından kilerin mutfakta önemli bir yeri vardır. Yiyecekler bu kilerlerde yaklaşık 8 ay kolaylıkla saklanabilmektedir (Keskin ve Çontu,2019, s.175).

Genel olarak bakıldığında Elazığ’ın sahip olduğu mutfak kültüründe et ve et ürünleri; hamur işi olarak bilinen ekmek, çörek ve börek gibi çeşitli yemekler bulunmaktadır. Mutfak kültüründe görülen bu çeşitlilik gerekli tanıtım ve pazarlama çalışmaları ile gastronomi turizminde çekicilik sağlayacak niteliğe kavuşturularak bölge için önemli katma değer yaratacağı söylenebilir. Elazığ mutfak kültüründe yer alan yemekler Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Elazığ mutfak kültüründe yer alan yemekler

TÜRÜ	ADI
Çorbalar	lobik çorbası, mukaşerli erişte çorbası, tutmaç çorbası, umaç çorbası, anamaşı çorbası, yayla çorbası, yarpuzlu ayranlı çorbası, tarhana çorbası, erişte çorbası, püşürük çorbası, kurutlu çorba, sebzeli bulgur çorbası, kelle paça çorbası, taze fasulye çorbası, ayranlı köfte çorbası, dövme çorba, pirinç çorbası
Yemekler	harput köfte, kellecoş, kara kavurma, içli köfte, pirpirim, söğürtme, güveç, tirit, galdirikli köfte, sarma dilim dolma, bulgur pilavı, karnıyarık, kabak yemeği, kaburga dolması, keşkek, zeytinyağlı kofik dolması, etli kofik dolması, bumbur, ciğer yahni, tavşan ufalama, sumaklı sulu köfte, ayranlı keşkek, mukaşerli köfte, yalancı içli köfte, palu ekşili köfte, soğanlı kurutlu köfte, süslü fidoş, mukaşerli bulgur pilavı, batırma, fasulye kavurması, zeytinyağlı nahna sarması, hedik, mercimek köfte, tevekli bulgur pilavı, etli yaprak sarması, ışkın mihlaması, reyhanlı kavurmalı pilav, erişte pilavı
Hamur işleri	gömme, küncülü gömme, işgene, aluçalı işgene, sırın, serme sırın, tandır ekmeği, hamur sarma, tepsi tava, el böreği, soğanlı çökelekli patilla, katmer, pişi/bişi
Tatlılar	dolanger, taş ekmeği tatlısı, orcik şeker, dutunu, halbur hurması, hasude, peynirli ekmek, tel kadayıf, vişneli dondurma, kaygana/gaygana, un helvası, dilber dudağı

Kaynak: Elazığ İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü, 2020; Elazığ Valiliği, 2020; Elazığ Büyükşehir Belediyesi, 2020; Şimşek ve Güleç,2020; Sarıışık ve Özbay,2019; Şengül ve Türkay,2017; Elazığ Mutfağı Yemek Kitabı; Türkiye Kültür Portalı, 2020’den derlenmiştir.

2. Yöntem

Elazığ mutfak kültürünün ele alındığı bu çalışmada ikincil verilerden faydalanılmıştır. 20.05.2021-25.05.2021 tarihleri arasında elde edilen veriler dökümantasyonel veri türlerinden yazılı malzemeler kısmından faydalanılarak elde edilmiştir. Araştırma kapsamında Elazığ'a özgü yerel yemekler tespit edilmiş ve raporlanmıştır. Elazığ'a özgü yerel lezzetlerin tümüne ulaşmak için Elazığ mutfağını inceleyen makale ve kitaplara erişilmeye çalışılmıştır. Buna ek olarak Elazığ İl Kültür Turizm Müdürlüğü, Elazığ Belediyesi, Elazığ Valiliği, Elazığ kültür portalı gibi Elazığ mutfağı hakkında bilgilerin yer aldığı resmi kurumlara ait web siteleri ziyaret edilmiştir. Coğrafi işarete sahip gastronomi ürünlerine ise Türk patent ve marka kurumunun internet sayfasından ulaşılmıştır. Yapılan çalışma kapsamında Elazığ mutfağına ait bilgiler toplanmış ve coğrafi işarete sahip ürünler ve başvuru aşamasında olan ürünler belirlenip mercek altına alınmıştır. Daha sonra Elazığ mutfak kültüründe coğrafi işaret alma potansiyeli olan gastronomi ürünleri tespit edilmiştir. Araştırmalar sonucunda elde edilen veriler (Elazığ İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü, 2020; Elazığ Valiliği, 2020; Türkiye Kültür Portalı, 2020; Elazığ Büyükşehir Belediyesi, 2020; Şimşek ve Güleç, 2020; Sarıışık ve Özbay, 2019; Şengül ve Türkay, 2017; Elazığ Mutfak Yemek Kitabı), bulgular kısmında raporlanmış ve Elazığ'a ait gastronomi unsurlarının pazarlama ve tanıtım süreçlerine ve Elazığ'da gerçekleştirilen turizm faaliyetlerinde nasıl değerlendirilebileceğine yönelik öneriler sunulmuştur.

3. Bulgular

Araştırmanın problemleri doğrultusunda gerçekleştirilen alanyazın taraması ve doküman incelemeleri sonucunda ulaşılan bilgiler Elazığ mutfağının gastronomi alanında coğrafi işaretli ürünleri ve bu işareti alma potansiyeli yüksek olan ürünler başlığı altında sunulmuştur.

3.1. Elazığ'ın Gastronomi Coğrafi İşaretli Ürünleri

Elazığ ilinin coğrafi işaret kapsamında 09.02.2021 tarihi itibarıyla toplamda menşe adı bulunan 4 gastronomik ürünü ve menşe adı almak için başvurusu yapılmış dört gastronomi ürünü bulunmaktadır. Mahreç işareti için başvuru yapılan bir gastronomi ürünü olduğu Tablo 2' de verilmiştir. Bu durumda coğrafi işaret alan ürünlerin çoğunun tescil türü menşe adı olmaktadır. Aynı zamanda coğrafi işaretli ürünlerin yarısından fazlası başvuru aşamasında bulunmaktadır.

Tablo 2. Elazığ'ın gastronomik coğrafi işaretli ürünleri

Ürün Adı	Tescil/Başvuru tarihi ve No	Tescil Türü	Tescil Durumu
Ağın Beyaz Üzümlü	17.05.2019	Menşe Adı	Başvuru
Ağın Kış Kırmızısı Üzümlü	12.06.2019	Menşe Adı	Başvuru
Ağın Leblebisi	26.01.2015/259	Menşe Adı	Tescilli
Elazığ Boğazkere Üzümlü	02.11.2017/416	Menşe Adı	Tescilli
Elazığ Orciği	27.10.2016/398	Menşe Adı	Tescilli
Elazığ Öküzgözü Üzümlü	01.10.2007/108	Menşe Adı	Tescilli
Elazığ Tatlı Peynirli Ekmeği	26.03.2018	Mahreç İşareti	Başvuru
Elazığ Vişne Dondurması	31.08.2018	Menşe Adı	Başvuru
Elazığ Vişnesi	09.03.2020	Menşe Adı	Başvuru

Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022

3.2. Elazığ Mutfak Kültüründe Coğrafi İşaret Alma Potansiyeli Yüksek Olan Gastronomi Ürünleri

Elazığ mutfak kültüründe yer alan yemekler dikkate alındığında coğrafi işaret alma potansiyeline sahip çok sayıda yöresel lezzet bulunmaktadır. Saatçi (2019) çalışmasında destinasyonların sahip olduğu coğrafi işaretli gastronomi ürünleriyle tanıtım broşürlerinde yer alan gastronomi ürünlerini karşılaştırarak coğrafi işaret alma potansiyeli yüksek yiyecekleri belirlemiştir. Çalışmanın sonucuna göre, Elazığ'ın sahip olduğu harput köfte, yarpuzlu ayran çorbası, lobik çorbası, kelleçoş, gömme, pırpırım yemeği, içli köfte, ışkın mıhlaması, kofik dolması, sırın, dolanger, el böreği, çedene kahvesi ve pestil coğrafi işaret alma potansiyeli

yüksek olan mutfağa özgü ürünlerdir. Ercan ve Gülcan (2021) ise Elazığ mutfağına ait yöresel yemekleri incelemek amacıyla yapmış oldukları çalışmada erişte pilavı, güveç, harput köfte, etli yaprak sarma, içli köfte, kara kavurma, mercimek köftesi, pırpırım, dilim dolma, sırın, patates kavurması, kofik dolması, etli lahana sarası, ıspanak kavurması, sac ekmeği, fırında tandır ekmeği, patilla, yufka, dolanger tatlısı ve un helvasının yöre halkı tarafından en sık tekrarlanan yemekler olduğu sonucuna ulaşmıştır. Elazığ valiliği bölgenin mutfak kültürünü Elazığ Harput mutfağı başlığı ile ayrı bir şekilde ele almış ve Harput köfte, Harput ekmek tatlısı, içli köfte ve gömme yemekleri üzerinde durmaktadır. Güleç (2020), Elazığ gastronomik kimliğinin destinasyon imajına olan etkisini ölçmek amacıyla gerçekleştirmiş olduğu çalışmasında katılımcılara bir takım sorular yöneltilmiş, Elazığ denilince akla gelen ilk yiyeceğin harput köfte olduğu ve ilin gastronomik kimliği destinasyonu etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Bu sonucun bir uzantısı olarak tezin öneriler kısmında harput köftenin coğrafi işaretler kapsamında değerlendirilebileceğinden ve gastronomik kimliği iyileştirilebileceğinden bahsedilmektedir.

Yapılan literatür taramasında yukarıda bahsi geçen ürünler hakkında yok denilecek kadar az bilgi olmakla birlikte bu bölümde coğrafi işaret alma potansiyelinin yüksek olduğu düşünülen gastronomik ürünlerden bahsedilmektedir. Ürünler belirlenirken pişi, yalancı köfte, tirit, bulgur pilavı, bumar dolması, patilla, pırpırım gibi birçok yerde yapılan lezzetlerden ziyade Elazığ mutfağına özgü gastronomi ürünleri belirlenmiştir. Harput köfte ve Harput ekmek tatlısı bu bölümde tanıtım için seçilen ürünlerdir. Bunun temel gerekçesi Harput mutfağının Elazığ'ın tarihi geçmişinde önemli bir yere sahip olması ve mutfak kültürünün genel özelliklerini yansıtmasıdır. Ek olarak yapılan çalışmalarda Harput köfteden sıklıkla bahsedildiği hatta Harput köftesinin coğrafi işaret alabilecek ürünlere örnek gösterildiği dikkat çekicidir. Yerel ürünlerin coğrafi işaretli ürün olarak belirlenmesiyle aynı ürünün farklı şehirlerde görülmesinin engellenmesi sağlanabilecektir. Sonuçta her bir yerel ürünün ait olduğu bölgenin reçete ve tarifleriyle birlikte gelecek nesillere doğru bir şekilde aktarılması ve kullanılan geleneksel yöntemlerin unutulmaması sağlanabilecektir. Çünkü coğrafi işarete sahip ürünler tüketicilere doğru bilgilerin sunulması açısından ayrı bir öneme sahiptir (Saatçi,2019, s.363).

Sonuç ve Öneriler

Yöresel yiyecek içecekler destinasyona yönelik talep yaratmada önemli bir yere sahiptir. İlgili alanda yapılan çalışmalar incelendiğinde yerel yiyeceklerin destinasyonun temel çekicilik unsuru olarak ele alındığını göstermektedir. Bu kapsamda öncelikle, Elazığ mutfağında sıklıkla yapılan yemeklerin oluşturduğu bir tablo ortaya çıkarılmıştır. Daha önce gerçekleştirilen ve Elazığ'ın konu edinildiği çalışmalar ile yapılan araştırmanın bir bulgusu olarak ortaya çıkarılan bu tablo Elazığ'ın zengin bir mutfak kültürüne sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Elazığ'ın sahip olduğu yemek çeşitliliğinin gelen ziyaretçileri yeterince tatmin edebileceğini ve turizm pazarlamasında etkin olarak kullanılabileceğini söylemek mümkündür.

Bir destinasyonun sahip olduğu coğrafi işaretli ürünlerin belirlenmesi destinasyonun turist tarafından görünürlüğünün artmasını sağlamaktadır. Bu noktada yöresel ürünlere coğrafi işaretlerin verilmesi ve bu sayının artırılması oldukça önemlidir. Mevcut araştırmalar araştırmalar Elazığ'ın Ağın kış kırmızısı üzümü, Ağın beyaz üzümü, Elazığ boğazkere üzümü, Ağın leblebisi, Elazığ orciği, Elazığ tatlı peynirli ekmeği, Elazığ öküzgözü üzümü, Elazığ vişnesi, Elazığ vişne dondurması olmak üzere 9 coğrafi işaretli ürüne sahip olduğunu göstermektedir. Ancak bu sayı Gaziantep'ten sonra en zengin yemek çeşidine sahip olan Elazığ için oldukça sınırlıdır. Elazığ'ın coğrafi işaret alabilecek çok sayıda ürüne sahip olduğu bilinmektedir. Yapılan yazın taraması sonucunda bu destinasyonun alabileceği coğrafi işaretli ürünler belirlenmiştir. Bu ürünler belirlenirken birçok yerde yapılan lezzetlerden daha çok Elazığ mutfağına özgü gastronomi ürünlerinin seçimine özen gösterilmiştir. Coğrafi işaretli ürün sayısının artırılmasının destinasyon pazarlaması konusunda katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Elazığ'a ziyaret gerçekleştiren turistlerin yöresel yemek zenginliği konusunda memnun ayrılacaklarını tahmin etmek çok zor değildir. Ancak bölgenin genel olarak sınırlı sayıda talebe

sahip olması ve bu yerel ürünlerin turizm pazarlaması konusunda yeterli kullanılmaması bir taraftan ürünlerin bilinmemesine, diğer taraftan turizm açısından değerlendirilememesine yol açmaktadır. Elazığ mutfağında yapımına sık rastlanan yemekler göz önüne alındığında, şehrin mutfak kültürü ve yapılan yemeklerin çeşitliliği gastronomi turizmi açısından oldukça zengindir. Meyve, sebze, bitki ve tahıl açısından elverişli ve verimli alanlara sahip olmasının yanı sıra yörede gerçekleştirilen hayvancılık faaliyetleri Elazığ yemeklerin genel yapısını belirleyerek etli, tahıllı ve bol tereyağlı yemeklerini ortaya çıkarmıştır. Elazığ mutfak kültürü yemekler genellikle etli ve hamur işleri ile hazırlanmış yemeklerden oluşmaktadır. Yapılan araştırmalar neticesinde, eksikliği fark edilen bazı noktalarda önerilerin yapılması yararlı olacaktır.

- Destinasyon pazarlamasında coğrafi işaretli ürünlerin etkisi göz önünde bulundurulduğunda Elazığ'a özgü yemeklerin araştırılarak coğrafi işaret alma potansiyeli olan ürünler belirlenmesi ve coğrafi işaretli ürün sayısının artırılması il için önem arz etmektedir.
- Yerel yönetimler, Elazığ yerel mutfağının zenginliklerini ortaya çıkarabilecek ve gastronomiyi oluşturan diğer unsurları geliştirme yolunda geniş katılımlı araştırmalar yaparak elde edilen sonuçları kamu ile paylaşabilir.
- Yerel yönetimler tarafından Elazığ yöresel yemeklerini sunacak işletmelerin açılması teşvik edilebilir.
- Bölgedeki üniversitelerin konu ile ilgili bölümleri araştırmaları ile Elazığ bölge mutfağını tanıtmak için hazırlanan kaynak sayısını artırabilirler.
- Genellikle sahip olduğu tarihi ve kültürel değerler için ziyaret edilen Elazığ gastronomi ürünlerine gereken ilgi gösterildiğinde turist sayısı artırılabilir ve turizmi çeşitlendirebilir.

Elazığ mutfak kültürünü ve Elazığ'da coğrafi işaret alma potansiyeli olan ürünleri ortaya koyan bu çalışmanın bundan sonra yapılacak olan çalışmalara yol gösterici olması, il'in gastronomi pazarlamasına yönelik olarak yapılacak çalışmalarının bir parçası olması ve coğrafi işaretli ürün sayısını artırmaya yönelik çalışmalara yol gösterici olması hedeflenmektedir.

Kaynakça

- Arora, M. (2014). Gastronomy tourism and destination image formation. *Indian Journal of Applied Hospitality and Tourism Research*, 6 (1), 68-75.
- Aydoğdu, A., Okay, E. Ö. ve Köse, Z. C. (2016). Destinasyon Tercihinde Gastronomi Turizmi'nin Önemi: Bozcaada Örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 120-132.
- Babcock, B. A. (2003). Geographical Indications, Property Rights, and Value-Added Agriculture. *Iowa Ag Review*, 9(4), 1-3.
- Bayrakcı, S. ve Akdağ, G. (2016). Yerel yemek tüketim motivasyonlarının turistlerin tekrar ziyaret eğilimlerine etkisi: Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistler üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(1), 96-110. doi: 10.17123/atad.vol27iss10006
- Bertan, S. (2020). Restaurant rankings factors in gastronomy tourism. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 68(1), 34-42. Doi: <https://doi.org/10.37741/t.68.1.3>
- Boyne, S., Hall, D., & Williams, F. (2003). "Policy, Support And Promotion for Food- Related Tourism Initiatives: A Marketing Approach to Regional Development", *Journal Of Travel & Tourism Marketing*, 14(3/4), 131-154.
- Bramley, C. (2011). A review of the socio-economic impact of geographical indications: Considerations for the developing world. In *WIPO Worldwide Symposium on Geographical Indications* (Vol. 22).

- Elazığ Belediyesi, Coğrafi Yapı. <https://www.elazig.bel.tr/kent-rehberi/cografya-yapi/217/> (Erişim Tarihi 17.02.2022)
- Elazığ Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği İl Müdürlüğü, İlimiz Hakkında, <https://elazig.csb.gov.tr/ilimiz-hakkinda-i-681> (Erişim Tarihi 17.02.2022)
- Elazığ İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Elazığ Mutfağı. <https://elazig.ktb.gov.tr/TR-246156/elazig-mutfagi.html> (Erişim Tarihi 18.02.2022)
- Elazığ Valiliği (2022). Elazığ Harput Mutfağı- Yöresel Yemekler. <http://www.elazig.gov.tr/elazig-harput-mutfagi---yoresel-yemekler> (Erişim Tarihi 18.02.2022)
- Ercan, M. O. ve Gülcan, D. (2021).Elazığ Mutfak Kültüründe Yer Alan Yöresel Yemeklerin İncelenmesi: Nitel Bir Araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1): 47-7. Doi:10.26677/TR1010.2021
- Erdoğan, S. ve Özdemir, G. (2018). İzmir Destinasyonu’nda Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3),249-272. doi: 10.21325/jotags.2018.281
- Fırat Kalkınma Ajansı, Elazığ Tanıtım, <https://fka.gov.tr/elazig-tanitim> (Erişim Tarihi 17.02.2022)
- Güleç, E. (2020). *Elazığ Gastronomik Kimliğinin Destinasyon İmajı Açısından Değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Ankara.
- Gündüz, A.Y.(2016). Geçmişten Günümüze Elazığ İl’inin Sosyo-Ekonomik Yapısı Ve Fırat Üniversitesinin Katkısı. *The Journal of Academic Social Sciences*, 4(38), 1-8. doi: 10.16992/ASOS.11785
- Gyimothy, S. ve Mykletun, R.J. (2009). Scary food: Commodifying Culinary Heritage As Meal Adventures İn Tourism. *Journal of Vacation Marketing*, 15(3), 259-273. Doi: 10.1177/1356766709104271
- Hatipoğlu, A. (2010). *İnançların Gastronomi Üzerindeki Etkileri: Bodrum’daki Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Yöneticilerinin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Haven-Tang, C. ve Jones, E. (2005). Using local food and drink to differentiate tourism destinations through a sense of place, *Journal Of Culinary Science and Technology*, 4(4), 69-86, doi: 10.1300/j385v04n04_07
- Kabasakal, U. (1993). *Bölgelerarası dengeli kalkınma bakımından turizm ve Elâzığ örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Keskin, E. ve Çontu, M. (2019). Doğu Anadolu Bölgesi Mutfağı. M. Sarıışık ve G. Özbay, (Ed). Ulusal Gastronomi ve Türk Mutfağı içinde (ss.143-237). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Mankan, E. (2017). Destinasyon Pazarlamasında Çekici Bir Faktör Olarak Türkiye’de ki Gastronomi Müzeleri Örneği. *Electronic Turkish Studies*, 12(4). doi:10.7827/TurkishStudies.11449
- Mutlu, K. ve Çakır Keleş, M. (2019). Destinasyon Markalaşmasında Gastronomik Ürünlerin Rolü: Bafra İlçesi Örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*, 28(2), 227-240.

- Paslı, M. M. (2021). Coğrafi İşaretli Gastronomi Ürünleri Üzerine Bir Araştırma: Giresun İli Örneği. *Tourism and Recreation*, 3 (1) , 93-99.
- Rinaldi, C. (2017). Food and gastronomy for sustainable place development: A multidisciplinary analysis of different theoretical approaches. *Journal of Sustainability*, 9 (1748), 1-25.
- Saatçi, G. (2019). Coğrafi İşaretli Yiyeceklerin Tanıtım Unsuru Olarak Yöresel Yemekler Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 358-374. doi: 10.21325/jotags.2019.367
- Sanaç Bulanıklı, N., Yıldırım, H., Tuncer M., Soykan, B., Teksarı, Y., Yay, A. E. ve Şenocak, E., (2018). *Elazığ Mutfağı-Mutfak Kültürü-Yöresel Yemekler*. Elazığ İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü, Cilt:1.
- Selwood, J. (2003). The lure of food: Food as an attraction in destination marketing in Manitoba, food tourism around the world development, management and markets. USA: Elsevier.
- Shenoy, S.S. (2005). Food tourism and the culinary tourist. Unpublished Doctoral Dissertation. Clemson University, SC, USA.
- Suna, B. ve Uçuk, C. (2018). Coğrafi İşaret ile Tescil Edilmiş Ürüne Sahip Olmanın Destinasyon Pazarlamasına Etkisi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 100-118. doi: 10.21325/jotags.2018.274
- Şengül, S. (2017). Turizm Arz Kaynağı Olarak Gastronomi Müzeleri. D. Bozok, C. Avcıkurt, M. Doğdubay, M. Sarıoğlu ve K.G. Girgin, (Ed.), *Gastronomi üzerine araştırmalar içinde* (ss.262-274).Ankara: Detay Yayıncılık.
- Şengül, S. ve Türkay O. (2016). Yöresel Mutfak Unsurlarının Turizm Destinasyonu Seçimindeki Rolü (Mudurnu Örneği), *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*,12(29),63-87.doi: 10.17130/ijmeh.20162922023
- Şimşek, A. Ve Güleç, E. (2020). Gastronomi Turizmi Kapsamında Coğrafi İşaretli Ürün: Elazığ Örneği. *Aydın Gastronomi*, 4(2), 73-81. doi: 10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v04i2002
- Torun, C. (2015). Elazığ İlinin Kırsal Turizm Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi) Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Tuna, M. ve Özyurt, B. (2018). Ankara’da Gastronomi Turizminin Değerlendirilmesi: Nitel Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*,6(3), 73-87. doi: 10.21325/jotags.2018.239
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2022). Coğrafi işaretleme, <http://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/geographicalRegisteredList/> (Erişim Tarihi 18.02.2022)
- Türkiye Kültür Portalı (2022). Geleneksel Mutfak. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/elazig/neyenir> (Erişim Tarihi 19.02.2022)
- Viassone, M. Ve Grimmer, M. (2015). Ethical Food As A Differentiation Factor For Tourist Destinations: The Case Of “Slow Food”. *Journal Of Investment And Management. Special Issue: Attractiveness And Governance Of Tourist Destinations*, 4(11), 1-9. doi: 10.11648/jjim.s.2015040101.11

- Yaşar, M. (2019). *Elazığ İlinin Alternatif Turizm Açısından Turizm Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Yüncü, H. R. (2009) *Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası*,10. Aybastı Kurultayı, Ankara.
- Zağralı, E. ve Akbaba, A. (2015). Turistlerin Destinasyon Seçiminde Yöresel Yemeklerin Rolü: İzmir Yarımadası'ni Ziyaret Eden Turistlerin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma. *Journal Of Yaşar University*, 10(40), 6633-6644. doi:10.19168/jyu.45921

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : %50
2. yazar katkı oranı : %50