



Covid-19 Salgınlarının Gastronomi Turizm Üzerine Etkisi: Kastamonu Örneği

The Effect of the Covid-19 Epidemic on Gastronomy Tourism: Sample of Kastamonu

Kaan Berk DALAHMETOĞLU¹, Muharrem AVCI²

^{1,2} Kastamonu Üniversitesi, Turizm
Fakültesi, Kastamonu, Türkiye

ORCID:

K.B.D.: 0000-0003-2477-7183

M.A.: 0000-0002-0264-1181

Corresponding Author:

Kaan Berk DALAHMETOĞLU

Email:

kaanberkdalahmetoglu@gmail.com

Citation: Dalahmetoğlu, K. B. ve
Avcı, M. (2021). Covid-19 salgınının
gastronomi turizm üzerine etkisi:
Kastamonu örneği. *Journal of
Humanities and Tourism Research*, 11
(4): 645-668.

Submitted: 14.07.2021

Accepted: 13.09.2021

Özet

2019 yılında meydana gelen ve gün geçtikçe küresel kriz haline dönüşen Covid-19 salgın hastalığı etkisini pek çok alanda göstermiştir. Ekonomik ve sosyal yaşamı önemli seviyede etkileyen bu salgın hastalık turizm endüstrisini de etkisi altına almıştır. Turizm hareketleri durma noktasına gelmiş turizm içerisinde yer alan işletmeler de bu salgın hastalığın olumsuz sonuçlarından payını almıştır. Pek çok turizm türünü etkilediği gibi turizm çeşitlerinden biri olan gastronomi turizmi de bu krizden önemli derecede etkilenmiştir. Bu çalışma, önemli bir gastronomi turizm potansiyelini bünyesinde barındıran Kastamonu ilinin coğrafi işaretli yiyecek-icecek üretimi yapan işletmelere Covid-19'un etkisini saptamak amacıyla ele alınmıştır. Bu bağlamla Türkiye'nin en zengin mutfak potansiyeline sahip olan ilde hamur işleri, çorbalar, tatlılar ve yemekler bakımından oldukça önemli bir zenginlik bulunmaktadır. Araştırmanın amacına ulaşabilmek adına kapsamlı literatür taraması yapılarak coğrafi işaretli yiyecek-icecek üretimi yapan küçük ve orta büyüklükteki işlemecilerle gönüllülük esasına dayalı görüşme tekniği uygulanmıştır. Ayrıca elde edilen veriler ile betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada Covid-19 salgın hastalığının Kastamonu'da faaliyet gösteren gastronomi turizm çerçevesi içerisinde yiyecek-icecek üretimi yapan işletmelere olumlu ve olumsuz yönde olan etkileri araştırma sonucunda elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, Gastronomi Turizmi, Coğrafi İşaret, Kastamonu

Abstract

The pandemic disaster, Covid-19, which broke out in 2019 and has grown day by day all around the world, affects many scopes. This pandemic, which significantly affects economic and social life, has also affected the tourism industry. Tourism movements have come to a standstill and businesses in tourism have also taken their share of negative consequences from this pandemic. As it affects many types of tourism, gastronomy tourism, which is one of the types of tourism, has also been significantly affected by this disaster. This study has been discussed in order to determine the impact of Covid-19 on the geographically marked food and beverage production businesses of Kastamonu province, which has significant gastronomic tourism potential. In this context, the province, which has the richest culinary potential in Turkey, has a very important richness in terms of pastries, soups, desserts, and meals. In order to reach the aim of the research, a comprehensive literature review was conducted and a voluntary interview technique was applied with small and medium-sized processors producing geographically marked food and beverage. In addition, a descriptive analysis method was used with the data obtained. In the research, the positive and negative effects of

Covid-19 on the businesses that produce food and beverage within the framework of gastronomy tourism operating in Kastamonu were obtained.

Keywords: Covid-19, Gastronomy Tourism, Geographical Indication, Kastamonu

1. GİRİŞ

Tarihte küresel düzeyde meydana gelen salgın hastalıklar dünya genelinde çoğu alanı derinden etkilemiştir. Çin'in Wuhan şehrinde patlak vererek ortaya çıkan ve tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 salgını insanlığın karşı karşıya kaldığı büyük tehditlerden birisi olmuştur. İlk olarak 2019 yılının Aralık ayında vakalar ortaya çıkmış, 2020 Mart ayında Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organisation [WHO]) tarafından pandemi olarak ilan edilmiştir. Salgın hastalık çoğu ülkeye yayılım göstermiş ve pek çok insanın ölümüne sebebiyet vermiştir. Salgın hastalığın ağır sonuçları ekonomi ve turizm alanında da etkisini önemli derecede hissettirmiştir.

Bireylerin salgın hastalık tehlikesi nedeni ile seyahatlerinden vazgeçmeleri, ülkelerin aldıkları önlemler çerçevesinde seyahat kısıtlamaları ve karantina uygulamaları turizm faaliyetlerini durma aşamasına getirmiştir. Bu durum, başta turizme katılan bireylerin sayısında ve turizm gelirlerinde olmak üzere pek çok turizm olgusunda büyük kayıpların yaşanmasına sebebiyet vermiştir (Kıvılcım, 2020). Turizm çeşitlerinden biri olan gastronomi turizmi de bu süreçten en çok etkilenen bir turizm türü olmuştur. Temelinde bir yöreye özgü yeme-içme deneyimi yaşamak isteyen bireylerin katıldıkları turizm türü olmasından dolayı sağlık konusunda titiz davranılması gereken bir alan olması zararın boyutunun fazla olmasını tetiklemiştir (Özer, 2021).

Gastronomi turizmi tam tanımı yapıldığında, insanların bir bölgeye turistik gezilerin yanı sıra o coğrafyaya has yiyecek-içecek deneyimleme etkinliği olarak katıldıkları seyahat faaliyetlerinin tümü olarak tanımlanmaktadır (Işkın, 2020). Turistler seyahatleri esnasında dışarıdan yiyecek içecek tüketme alışkanlığı gösterdiğinden ve yöresel yiyecek-içecek tanımını istemelerinden dolayı gastronomi turizmi günün her saati ve yılın her mevsimi yapılabilmektedir (Kivela ve Crotts, 2006). Yerel yiyecek ve içecekler bir bölgenin gastronomi turizm kapsamında kalkınmasına rekabet avantajı sağlayacak unsurlardan biridir. Yöresel yiyecek ve içecek üretimi yapan işletmeler turizme katılan bireyler yönünden oldukça önemlidir (Çevik ve Saçılık, 2011). Bu bağlamda Türkiye'nin Batı Karadeniz Bölgesi'nde bulunan Kastamonu ili, gastronomi turizmi kapsamında yiyecek içecek ürünleri olarak potansiyeli yüksek bir şehirdir (Öner, 2018).

Soyut kültürel mirasın somut çıktısı olarak yiyecek-içecek kültürü küreselleşme süreci ile birlikte unutulmaya ve tükenmeye yüz tutmuş olup korunması gerekliliğini de beraberinde getirmiştir. Hızlı yemek yeme alışkanlığı küreselleşme ile beraber hayatımıza girerken yöresel gastronomik değerler yavaş yavaş değerini yitirmeye başlamıştır. Bu nedenle geleneksel gastronomi mirası ile yöresel değerler koruma altına alınması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Yöresel ekonomik ürünlere değer katan, yerel tarımsal faaliyetleri destekleyen, kültürel ve gastronomik değerlerin sürdürülebilirliğini sağlayan "Coğrafi İşaretleme" sistemi ile hem kültürel mirası koruma altına alınması hem de yerel kalkınmanın desteklenmesi amaçlanmıştır (Can, Sünnetçioğlu ve Durlu Özkaya, 2013).

Coğrafi işaret kavramı Türk Patent ve Marka Kurumu (2021) tarafından, "Ürünün belli bir coğrafi bölgeye özgü" olarak, ürünün üzerinde kullanılan bir işaret olup, ürünün ünü, kalitesi ya da diğer karakteristik özelliklerinin belirli bir coğrafi bölgeye işaret eden bir hak olarak tanımlanmıştır. Kastamonu ilinde coğrafi işaretli 21 adet tescilli ürün bulunmaktadır. Gastronomi turizm kapsamında coğrafi işaretli ürünler arasında ise 15 adet tescilli yöresel yiyecek ve içecek ürünleri yer almaktadır (Kastamonu Sanayi ve Ticaret Odası, 2021). Bu ürünlerin geleneksel yöntemlere sadık kalınarak oluşturulmasında ve üretilmesinde iş gücünün payı önemli bir

faktördür. Kastamonu ilinin ekonomik kalkınmasında ve kültürel değerlerin korunması kapsamında coğrafi işaretli gastronomik ürünlerin sürdürülebilirliği son derece önemlidir. Bu bağlamda Kastamonu ilinde gastronomi turizm kapsamında coğrafi işaretli yiyecek-içecek üretimi yapan işletmelerin Covid-19 salgın hastalığının etkisi altında kalarak yaşadıkları olumlu ve olumsuz durumların ölçülmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır.

Coğrafi işaret ile tescillenmiş adını ulusal ve uluslararası düzeyde duyurmuş Kastamonu yöresine özgü gastronomik ürünlerin çoğu geleneksel yöntemlerle üretilen ve herhangi katkı maddesi kullanılmadan oluşturularak gastromomi turizm kapsamında değerlendirilmektedir. Anlatılanlar ışığında çalışmanın amacı; Kastamonu'da varlığını sürdüren ve coğrafi işaretli gastronomi ürünleri imalatı yapan işletmelerin salgın sürecinde karşılaştıkları durumları tespit etmek, faaliyetlerinde ortaya çıkan olumsuz durumları saptamak, alınabilecek önlemler için paydaşlara erken bir farkındalık yaratmaktır. Yaşanan olumsuz durumlar karşısında işletmelerin aldıkları önlemler ve yapıları değişimler neticesinde krizi fırsata çevirme faaliyetlerini ortaya çıkararak diğer işletmelerin de referans alması amaçlanmıştır. Araştırmada gastronomi turizm kapsamında değerlendirilen ve turizm potansiyelinde kritik rol oynayan coğrafi işaretle tescillenmiş ürünlerin üretimine Covid-19'un etkileri nelerdir sorusuna cevap aranmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

İlgili alanyazın incelendiğinde; Covid-19 salgınının turizm üzerine etkileri, coğrafi işaret gastronomi turizm ilişkisi ve Covid-19 salgın hastalığının ekonomiye olan etkileri ile ilişkili çalışmalara rastlanmıştır. İlgili çalışmalara bakıldığında:

Acar (2020), tarafından ele alınan çalışmada "Yeni Tip Koronavirüs (Covid-19) Salgını ve Turizm Faaliyetlerine Etkisi" başlıkla Covid-19 salgınının turizm hareketliliğine olan olumsuz etkilerine yer vermiştir. Bu konuda salgın hastalığın güncel etkilerini ve ortaya çıkabilecek olan olumsuz yönlerini ele almıştır.

Özatay ve Sak (2020), tarafından yürütölen çalışmada "Covid-19'un Ekonomik Sonuçlarını Yönetebilmek İçin Ne Yapılabilir ?" sorusuna cevap aramış. Araştırma kapsamında krizin yönetilebilmesi için araştırma sonuçlarında iki noktaya değinmiştir. İlki salgının bitmesiyle yani ekonomi paketlerinin hazırlanması ikincisi olarak ise de salgının boyutuna ve etkisine göre işletme faaliyetlerini entegre edilmesi olarak çalışmada belirtilmiştir.

Ayittey, Ayittey, Kamasah, Chiwero ve Dzuvor (2020) tarafından ele alınan çalışmada Covid-19'un Dünya ve Çin ekonomisine olan etkileri incelenmiştir. Çin ekonomisini salgın hastalık krizinin ilk çeyreğinde yaklaşık olarak 62 milyar dolar ve dünya ekonomisini de 280 milyar dolardan fazla zarara uğratacağı tahmin edilmiştir.

Wilson ve Chen (2020) tarafından yapılan çalışmada virüsün yayılmasının önemli nedenleri üzerinde durulmuştur. Bu bağlamda Çin'in Vuhan kentinden dünyanın farklı bölgelerine gerçekleştirilen seyahatlerin virüsün yayılma hızını artırdığından ve virüsün olumsuz etkilerinden çalışmada bahsedilmiştir.

Yılmaz (2017) tarafından gastronomi ve turizm üzerine çalışma gerçekleştirmiştir. Turizm potansiyeli kapsamında gastronomi turizmin rolü incelenerek bu potansiyelin gelişmesinde destinasyon yetkilileri ve yerel yiyecek-içecek üretimi yapan restoran işletmecilerin görevlerine değinmiştir.

Türkiye Gıda ve Sanayi Dernekleri Federasyonu tarafından yapılan video konferansta "Covid-19 Sonrası Gastronomi ve Ev Dışı Tüketim Sektörü" konu başlığıyla konferans yürütölmüştür. Konferansta öne çıkan önemli ifadeler ise, orta ölçekli ve küçük işletmelerin yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kaldığı, büyük işletmelerin ise varlığını sürdürdüğünü

belirtmişlerdir. Salgın hastalık sonucu gastronomi sektörünün önemli derece etkilendiğini vurgu yapmışlardır.

Gökovalı (2007), Coğrafi İşaretler ve Ekonomik Etkileri- Türkiye Örneği adlı çalışmasında coğrafi işaretleme kapsamında değerlendirilen ürünlerin genellikle yiyecek-içecek, tarıma dayalı ürünler ve alkollü içecekler olabileceği gibi el yapımı olarak geleneksel el sanatları ürünleri de bu çerçevede dahilinde değerlendirileceğini belirtmiştir.

Sünnecioglu, Can ve Durlukaya Özkaya (2012), tarafından ele alınan çalışmada, yavaş turizmde coğrafi işaretlemenin önemine değinmişlerdir. Bu bağlamda Coğrafi işaretleme ile yöresel ürün ve bu ürünlerin tatların korunmasında önemli bir faktör olduğu belirtilmiştir. Coğrafi işaretli ürünlerin taklitlerine karşı yasal zeminde mücadele edilmesinde ürün ve tatların, turizm değerine dönüştürülmesinde bölgesel kalkınmaya olumlu etki edeceğini araştırmada belirtmiştir.

2.1. Covid-19 Salgınının Ekonomiye Olan Etkisi

Covid-19 salgını küresel dünyada ekonomiye olan etkisini derinden hissettirmiştir. Yüksek ve artan maliyetler, ülkelerin karşılaştıkları ciddi gelir kayıpları, istihdam sorunları gibi olumsuz durumları ortaya çıkarmıştır. Dünyadaki ekonomik faaliyetler daralmış pek çok sektörler durma noktasına gelmiştir. Finansal faaliyetlerde yaşanan kayıplar, hane halkının gelir kayıpları, şirketlerin nakit akışındaki bozulmalar talepte de belirgin bir daralmaya yol açmıştır (Cinel, 2020). Covid-19 salgınının yayılmasına karşı uygulanan tedbirler hizmet sektörünün faaliyetlerine de büyük oranda ekonomik anlamda zarar vermiştir. Salgının meydana getirdiği talep azalması, ortaya çıkan sorunlar, işsizlik, üretim güçlükleri ve salgının durma noktasının bilinmemesi dünyadaki yaklaşık tüm ekonomik faaliyetlere az ya da çok olumsuz etkilerini hissettirmiş kriz ortamı doğmuştur. Yaşanan salgının ekonomiye olan olumsuz etkisi 2008 küresel finans krizinden daha büyük olmuştur. Ortaya çıkan krizle mücadele etmek amacıyla banka faiz indirimleri, likidite artırımı, varlık alımları ve kredi destek programları gibi mali tedbirler uygulamaya konulmuştur (Adıgüzel, 2019).

Gelişmekte olan ülkelerin yaşanan kriz ortamında karşılaştıkları en büyük riskler; yoğun yabancı sermaye çıkışı, ihracatta yaşanan daralma, hammadde fiyatlarında özellikle de petrol fiyatlarında meydana gelen düşüşlerdir. Bu bağlamda gelişmekte olan ülkelerin kurları dolar karşısında önemli derecede değer kaybına uğramıştır. Türk lirası da değer düşüklüğünü bu süreçte yaşamıştır (Eroğlu, 2020).

Küresel çapta uzun vadede kısa vadeye salgından en fazla etkilenen sektörler yer almaktadır. Ulaşım sektöründen, hizmet sektörüne, turizm sektöründen enerji sektörüne, tarım sektöründen imalat sektörüne kadar pek çok sektör pandeminin olumsuz etkilerini yaşamıştır. Hizmet sektörü en fazla etkilenen sektörlerin başında gelmektedir (Yorulmaz ve Kaptan, 2020). Covid-19 pandemisinin sektörel etkilerine bakıldığında (Demirdöğen ve Yorulmaz, 2020):

- Salgının yayılım hızının fazla olması ve git gide küresel boyuta uzanması nedeniyle önlem olarak ya da mecbur kalınarak büyük fabrikalar çalışmalarını durdurmuştur. Çalışmaları durdurulan fabrikalarda üretim durmuş bu da dünya tedarik zincirinin aksamasına neden olmuştur.
- İnsanların turizm hareketlerine katılmaktan vazgeçmesi ve ülkelerin aldıkları önemler kapsamında uçuşların durdurulması sonucu turizm sektörü büyük kayıp yaşamıştır.
- Petrol piyasasında talep yönlü düşüş riskini ortaya çıkarmış ve bu bağlamda petrol fiyatları düşmüştür.
- Hijyen ürünleri pazarına ise olumlu yönde etki etmiştir. Tüm dünyada artan talebin karşılanması adına temizlik ürünleri ve cerrahi maske üretimi yapılmış gelişmekte olan ülkeler ihracat olanağını bulmuşlardır.

2.2. Covid-19 Salgınının Turizme Olan Etkisi

Turizm endüstrisi ülkelerin ekonomik kalkınmasında kritik bir rol oynamaktadır. Uluslararası düzeyde ekonomik, sosyal ve siyasi ilişkileri canlandıran turizm endüstrisi küresel çapta meydana gelen gelişmelerden oldukça önemli derecede etkilenen bir endüstri türüdür. Turizmin önemli unsurlarından olan çekicilik faktörü olduğu gibi bireylerin turizmine katılmamasına da etki eden bir takım etkenler de yer almaktadır. Bunlar; savaşlar, terör olayları, doğal afetler gibi yaşanan gelişmelerdir. Tüm bu yaşanan olumsuz gelişmeler bireylerin turizme katılmasını etkilemekte ve turizm hareketliliğine gölge düşürmektedir. Tarihte turizm olgusuna etki eden faktörlere rastlamak mümkündür. Bu faktörlerden biri de salgın hastalıklardır (Çeti ve Ünlüöner, 2019: 109-126).

2019 yılında başlayan dünya genelinde birçok alanda krize yol açan Covid-19 salgını turizm sektöründe olumsuz değişimlere yol açmıştır. Salgının ortaya çıktığı tarihten itibaren seyahat hareketleri kademeli olarak durma noktasına gelmiştir. İlk olarak salgının baş gösterdiği ülkelere seyahat hareketlerine kısıtlama getirilirken salgın hastalığın yayılma göstermesiyle beraber diğer etkilenen ülkelere de kısıtlama gelmiştir. Uluslararası uçuşların tamamına yakını askıya alınmıştır. Pandemi dolayısıyla dünyada insanların seyahat planlarından vazgeçmesi, ülkelerin aldıkları kararlar, ulaşım olanaklarının kısıtlanması, karantina uygulamaları gibi alınan önlemler kapsamında turizm sektörü son 20 yılda en büyük daralmayı yaşamıştır (Yorulmaz ve Kaptan, 2020).

Dünya Turizm Örgütü'nün raporuna göre uluslararası turist hareketleri, ülkelerin yaptıkları seyahat kısıtlamaları ve talebin önemli derecede düşmesi sebebiyle 2020'de bir önceki yıla göre % 74 düştüğü yer almıştır. Uluslararası seyahatlerdeki gerileme, ihracattan elde edilen gelirlerde tahmini 1,3 trilyon USD kaybı temsil ettiğini ve 2008-2009 küresel ekonomik kriz sırasında yaşanan zararın 11 katından fazla olduğu raporda belirtilmiştir (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (United Nations World Tourism Organization [UNWTO]), 2021).

UNWTO 2021 yılı için ise yayımladığı raporda: Vakaların artması, salgının kötüleşmesi ve yeni varyantların ortaya çıkması nedeniyle, birçok ülke zorunlu kısıtlamalar, karantinalar ve bazı durumlarda sınırların tamamen kapatılması dâhil olmak üzere daha sıkı seyahat kısıtlamalar getirildiği belirtilmiştir. Uluslararası turist girişleri yeni salgınlar ve daha sıkı seyahat kısıtlamaları nedeniyle Ocak 2021'de % 87'lik bir daralma yaşandığını açıklanmıştır (UNWTO, 2021).

2.3. Gastronomi Coğrafi İşaret İlişkisi ve Gastronomi Turizmi

Gastronomi kelimesi incelendiğinde Yunanca kökenli olup "Gastro ve Namos" sözcüklerinin birleştirilmesiyle oluşturulmuştur (Santic, 2004). Türk Dil Kurumu (2021), tarafından yapılan tanıma göre "Gastronomi; iyi yemek yeme merakı, iyi düzenlenmiş, sağlığa uygun, lezzet, yemek düzeni-sistemi ve hoş mutfak" olarak ifade edilmiştir.

"Gastronomi" yeme ve içme bilimi anlamına gelmektedir. Gastronomi alanında yapılan gözlemler, çalışmalar ve deneyler gastronomide yeni farklı lezzetler oluşturmak ya da gıda maddelerini etkili bir şekilde kullanmak için yapılan çalışmalar olarak da değerlendirilmektedir (Öney, 2016). Avcı hayvanlardan artan et kalıntılarının ve yenilebilir potansiyele sahip bitkilerin tüketilmesi ilk gastronomi faaliyetleri arasında yer almaktadır Tarih boyunca yeme-içme faaliyetleri kapsamında yapılan tüm denemeler doğrudan ya da dolaylı olarak gastronomi kavramı içerisine dâhil edilebilmektedir (Yurday ve Kingır, 2019).

Dünyanın pek çok bölgesinde farklı özelliklere sahip çeşitli ürünlerin bulunduğu birbirinden farklı kültürler bulunmaktadır. Topulukların sosyo-kültürel yapıları, inanışları, coğrafi koşulları, gelenek ve göreneklerinin değişik olması gibi nedenlerle farklı özellikler gösteren çeşitli mutfak

kültürlerini bünyesinde barındırmaktadır. Her bölgenin kendine has pişirme teknikleri, üretim uygulamaları ve yöresel ürünleri bulunmaktadır. Bu durum dünya genelinde pek çok dünya mutfağının oluşmasına olanak sağlamıştır. Toplumlar kendisine ait ürünlerin yöreye özgü tekniklerle üretim yaparak o bölgenin mutfak kültürünü oluşturmaktadır. Bölgelerin mutfak kültür değerlerini sürdürülebilir şekilde korumak ve üretimin devamlılığını sağlayarak gelecek nesillere aktarmak amacıyla yasal düzenlemeler bulunmaktadır. Bu yasal düzenlemelerin biriside coğrafi işaret tescilidir (Yeşildağ, Özata & Akkaya, 2017: 175). 6769 numaralı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun 34. Maddesinde yapılan tanıma göre:

“Coğrafi işaret; belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından kökenin bulunduğu yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş ürünü gösteren işarettir. Coğrafi işaretler, aşağıda belirtilen özelliklerine göre menşe adı ya da mahreç işareti olarak tescil edilir:

a) Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya istisnai durumlarda ülkeden kaynaklanan, tüm veya esas özelliklerini bu coğrafi alana özgü doğal ve beşerî unsurlardan alan, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerin tümü bu coğrafi alanın sınırları içinde gerçekleşen ürünleri tanımlayan adlar menşe adıdır.

b) Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya ülkeden kaynaklanan, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından bu coğrafi alan ile özdeşleşen, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az biri belirlenmiş coğrafi alanın sınırları içinde yapılan ürünleri tanımlayan adlar mahreç işaretidir.”

Özellikle sanayi devriminden sonra üretim makineleşmiş yiyecek ve içecekler teknoloji yardımıyla üretilmeye başlanmıştır. Bu durum sonucu belli bir dönemden sonra tüketicilerde gelenekselliğe dönüşe neden olmuştur. Dünyada yaşanan gelişmeler ve bu gelişmelerin sonucu olarak tarım, hayvancılık, çiftçilik gibi üretim sektörleri etkilenmiş bu olay ise gastronomiye de yön vermiştir. Bu bağlamda insanlar coğrafi işaretli ürünlere yönelim göstermişlerdir (Dilsiz, 2010).

Yöresel lezzetlerin ön plana çıktığı bölgelerde coğrafi işaretli ürünler kültürlerin sürdürülebilirliğine yardımcı olmaktadır. Bölgenin kültürel mirasını ve değerlerini koruma altına almakta, tarıma dayalı üretimi desteklemekte ve bölgenin sahip olduğu değerleri ulusal ve uluslararası tanıtıma katkı sağlamaktadır. Coğrafi işaretleme ürünün üretildiği bölgeye turist çekerek turizmin gelişmesine yardımcı olmaktadır (Mercan ve Üzülmez, 2014). Bu bağlamda coğrafi işaretli gastronomik ürünler gastronomi turizm potansiyelinin gelişimi açısından turizmin canlanmasına ve gelişmesine katkı sağlamaktadır (Tepeci, 2018).

Gastronomi turizmi, temel ihtiyaç niteliği taşıyan yeme içme ihtiyaçlarının karşılanması açısından talebin yüksek olduğu turizm çeşididir. Yiyecek-içecek üreticilerini ve yiyecek festivallerine ziyarette bulunmak, yiyecekleriyle tanınmış belirli bölgelere seyahat gerçekleştirmek, konaklama işletmelerinde ve restoranlarda yöresel yiyecek-içecekleri tatmak ve tanımak amacıyla yapılan seyahatler turizm getirilerinde önemli bir yere sahiptir (Dilsiz, 2010).

2.4. Kastamonu İlinin Coğrafi İşaretli Ürünleri

Türkiye'nin Batı Karadeniz Bölgesi'nde bulunan Kastamonu ili içinde barındırdığı doğal ve kültürel miras değerleri açısından nadir bulunan bölgelerdendir. Bakır doğası, denizi, dağları, kanyonları, şelaleleri, mesire yerleri ve geçmiş tarihiyle pek çok değeri içinde barındırmaktadır. Bölgede kış turizminden, doğa turizmine, kıyı turizminden sağlık turizmine, gastronomi turizminden kırsal turizme, inanç turizminden kültür turizmine kadar başlıca turizm faaliyetleri gerçekleştirilebilmektedir.

Kastamonu'da 21 adet tescilli geleneksel coğrafi işaretli ürünler bulunmaktadır. Bunlar: Pınarbaşı Kara Çorba, Kastamonu Çekme Helva, Taşköprü Sarımsağı, Taşköprü Kuyu Kebabı,

Kastamonu Siyez Bulguru, Kastamonu Simidi, Tosya Bıçkısı (Bıçağı), Tosya Pirinci, Tosya Kıstısı, Kastamonu Tiridi, Devrekâni Hindi Banduması, Daday Etli Ekmek, Kastamonu Taş Baskı, Kastamonu Siyez Buğdayı, Kastamonu Pastırması, Kastamonu Fanılası, Cide Ceviz Helvası, Azdavay Yöresel Giysileri, Çatalzeytin Fındık Şekeri, Devrekani Cırık Tatlısı'dır (Kastamonu Ticaret ve Sanayi Odası, 2021).

Belirgin bir niteliği, ünü ya da farklı özellikler açısından kökenin bulunduğu yöre, bölge, alan veya ülke ile özdeşleşmiş ürünü göstermek amacıyla Türk Patent Marka Kurumuna başvuruda bulunulan ise 14 adet ürün bulunmaktadır. Bunlar ise: Azdavay Çam Pekmezi, Tosya Kıl Telası, Kastamonu Maroon Marinace Mermeri, Tosya Üç Eteği, Araç Akden Göce Çorbası, Araç Külçöreği, Şehit Şerife Bacı Tatlısı, Çatalzeytin Fındık Şekeri, Kastamonu Siyez Unu, Kastamonu Kestane Balı, Kastamonu Eğşisi, Kastamonu Üryani Eriği, İhsangazi Ekşili Pılavı, ve Şehit Şerife Bacı Mantısı'dır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2021).

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın temel amacı, Covid-19 salgın hastalığının yöresel gastronomik ürün üreticileri üzerine olan etki düzeylerini belirlemektir. Ayrıca aldıkları önlem neticesinde olumsuz ya da olumlu etkilerini paydaşlar ile paylaşılması ve erken bir farkındalık yaratılması da amaç edilmiştir. Bu amaçlara ulaşabilmek için aşağıdaki sorulara cevap aranmaya çalışılmıştır.

- 1) Gastronomi turizm kapsamında üretimi gerçekleştirilen coğrafi işaretli yiyecek-içecek ürün üreticilerinin Covid-19 öncesi ve sonrası durum analizi.
- 2) İşletmelerin aldıkları önlemler neticesinde krizden etkilenme düzeyleri nedir?
- 3) Koronavirüs (Covid-19) salgını başladığında ilgili işletmelerin operasyonlara yönelik bir stratejisi oldu mu?

Araştırmada inceleme konusu olan Batı Karadeniz Bölgesi'nde bulunan Kastamonu ilinin coğrafi işaretli gastronomik ürün üretimi yapan işletmeler ele alınmıştır. Bu bağlamda coğrafi işaretli 15 adet tescillenmiş gastronomik ürün bulunmaktadır. Kastamonu'nun sahip olduğu gastronomi potansiyeli ulusal ve uluslararası düzeyde büyük önem taşımaktadır. Çalışmanın amacına ulaşabilmek adına araştırmanın, modeli, veri toplama aracı ve verilerin toplanması, verilerin analizi başlıklar halinde açıklanmıştır.

3.2. Araştırma Modeli

Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada nitel araştırma örnekleme tekniklerinden, amaçlı örnekleme yöntemleri arasında bulunan maksimum çeşitlilik örnekleme tekniği işe koşulmuştur. Maksimum çeşitlilik örnekleme yönteminde amaç, görel olarak küçük bir örneklem oluşturmak ve bu örnekleme çalışılan probleme taraf olabilecek bireylerin çeşitliliğini maksimum derecede yansıtmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2005). Bu bağlamda Kastamonu'nun il ve ilçelerinde bulunan gastronomik coğrafi işaretli yiyecek-içecek üretimi yapan ve sektörde en az 10 yıldır varlığını sürdüren işletmeciler ile her bir ürün için 2 işletme sahibi ya da yönetici personeli olarak toplamda ise 26 kişi araştırmanın örneklemini oluşturmuştur.

3.3. Veri Toplama Aracı ve Verilerin Toplanması

Alanyazın taraması yapılarak ürünler tespit edilmiştir. Bu bağlamda coğrafi işaretli yiyecek-içecek üretimi yapan işletmeler bulunmuştur. Daha sonra görüşme tekniği kullanılarak, işletme sahipleriyle ya da yönetici pozisyonunda olan personellerle görüşmelerde bulunulmuştur. Görüşmeler bireysel görüşme yolu kullanılarak gönüllülük esasına dayalı yapılmıştır. Önceden alanında uzmanlar tarafından hazırlan sorular sorularak konuşmanın akışına göre farklı sorular da

yöneltilmiştir. Bu bağlamda Covid-19'un işletmeler üzerine etkileri ile farklı bakış açıları elde edilmiştir. Üç tane görüşme sorusu hazırlanarak, yerel paydaşlara şu sorular yöneltilmiştir.

Soru 1: Coğrafi işaretli gastronomi ürünlerinin bölgenin turizm gelişiminde önemli bir kavram olup olmadığı konusunda düşünceleriniz nelerdir?

Soru 2: Covid-19'un işletmenize finansal etkileri nelerdir ve pandemi sürecinde ne gibi faaliyetler yaptınız?

Soru 3: Covid-19 Krizine yönelik bir planlamanız oldu mu varsa nelerdir?

Araştırma verileri, 20 Nisan 2021 - 5 Temmuz 2021 tarihleri arasında ilgili kişilerden daha önceden alınmış randevu saatlerinde yapılan görüşmeler sonucunda elde edilmiştir. Ayrıca görüşme sırasında ses kaydı alınmış ve önemli görülen noktalar da not edilmiştir. Görüşmeler, 30 dakika ile 40 dakika arasında gerçekleşmiştir.

3.4. Verilerin Analizi

Not alınan görüşme raporları betimsel analiz yöntemiyle önceden belirlenmiş temalar çerçevesinde oluşturulan sorulara göre sınıflandırılmıştır daha sonra nesnel olarak özetlenmiş ve yorumlanmıştır. Betimsel analiz, araştırmacının geliştirdiği temaları birbirleri ile ilişki kurarak veri seti içerisinde yer alan değişkenler arasındaki farklılıkları ve ilişkileri ele alır. Son aşamada ise araştırmacı bu değişkenler arasında bağlantılar kurmaya çalışır (Dey, 1993). Bu işlem için öncelikle betimsel analiz için bir çerçeve oluşturulmuş, ikinci aşamada oluşturulan çerçeveye göre elde edilen bulgular ve veriler tanımlanmıştır. Son olarak tanımlanan bulguların açıklanması ve yorumlanması temalar çerçevesi içerisinde bir araya getirilerek yapılmıştır. Oluşturulan demografik özellikleri verilen tabloda görüşmeciler "K" olarak gösterilmiştir ve işletme ticari unvanına yer verilmemiştir.

4. BULGULAR

Araştırma kapsamında, Coğrafi İşaretli Daday Etli Ekmeği işletmecileri ile görüşülmüştür. Paydaşlara yöneltilen sorular çerçevesinde bir içerik oluşturulmuştur. Görüşmeden elde edilen veriler tablolaraştırılarak nesnel olarak neden sonuç ilişkisiyle yorumlanmıştır.

Araştırmaya toplam 2 paydaş katılmıştır. Katılımcılar, "K" harfi ile ifade edilmiştir. K1 katılımcısı; Daday İlçesinde faaliyet gösteren işletme sahibi, K2 katılımcısı ise merkezde faaliyet gösteren işletme sahibi olarak yer almaktadır. K1 55 yıldır K2 ise 12 yıldır sektörde faaliyet göstermektedir.

Tablo 1. Gastronomi Turizm Kapsamında Coğrafi İşaretli Daday Etli Ekmek Ürün Üreticilerine İlişkin Değerlendirmeler

Katılımcı	Değerlendirme
K1	<p>Soru 1'in cevabı: Coğrafi işaretli gastronomi ürünleri bölgenin gastronomi turizm potansiyelinin gelişmesinde önemli bir faktördür. Gastronomi turizm kapsamında üretimini sağladığımız coğrafi işaretli Daday Etli Ekmeği bölgenin turizm potansiyeline oldukça olumlu yönde etki etmektedir. İnsanlar etli ekmek yemek için uzak şehirlerden ulaşım sağlamaktadır ve sayıları azımsanmayacak şekilde fazladır.</p> <p>Soru 2'nin cevabı: Covid-19 salgın hastalığının işletmeye olan etkisi oldukça fazladır. Kâr oranı %60 seviyesinde gerilemiştir. Gerek işletmemizin aldığı, gerekse devletimizin aldığı önlemler çerçevesinde satışlarımız çoğunlukla durmuştur. İnovasyon faaliyetleri yaparak paket servis, sosyal medya kullanımı gibi faaliyetlerle etkisi hafifletilmeye çalışılmıştır. Tanıtım ve reklam faaliyetlerine özellikle ağırlık verilmiştir.</p> <p>Soru 3'ün cevabı: Hedef kitleye çabuk ve maliyeti az olan sosyal medya aracılığıyla tanıtım faaliyetlerine ağırlık gösterilmiştir. Sokağa çıkma kısıtlamalarında turist olarak otellere gelen müşterilere paket servisle hizmet vererek faaliyetler sürdürülmüştür. Ayrıca çalışma esnekliği sağlanarak hijyen koşulları sosyal medya aracılığıyla müşterilere ispat edilmiştir.</p>
K2	<p>Soru 1'in cevabı: Coğrafi işaretli ürünler gastronomi turizmi için önemli bir husustur. Kastamonu Daday Etli Ekmeği ulusal ve uluslararası düzeyde tanınmış bir lezzettir. Bu nedenle bu lezzeti tatmak için yurt içi ve yurt dışından turistler gelmektedir. Ayrıca gelen turistler gastronomi turizminin gelişmesine katkı sağlamıştır.</p> <p>Soru 2'nin cevabı: Salgın hastalık işletme satışlarına ve istihdamına oldukça etkisini göstermiştir. Kazanç aşırı derecede düşmüş ve nitelikli personel çıkışı olmuştur. Bu krizi en aza indirebilmek adına hijyen kurallarına dikkat edilip kurallar çerçevesinde faaliyetler sürdürülmüştür.</p> <p>Soru 3'ün cevabı: Kısa vadeli ve uzun vadeli planlama yapılmıştır. Nakit akışı ve işletme sermayesini gözden geçirerek ödemeler dengesine göre planlama gerçekleştirilmiştir. Part-time eleman uygulamasına geçilmiştir. Ayrıca kademeli kira ödemesi uygulamasına başlanmıştır. Paket servise yoğunluk verilerek kullan at ürünler ile hijyen konusu üst seviyeye çıkartılmıştır.</p>

Tablo 1'de, katılımcıların Coğrafi İşaretli Daday Etli Ekmek Üreticilerinin Gastronomi turizm kapsamında değerlendirilmesi, Covid-19 etkilerinin değerlendirilmesi ve plan ve stratejilerin geliştirilmesine ilişkin görüşleri analiz edilmiştir. Katılımcıların görüşleri doğrultusunda, Coğrafi işaretli gastronomi ürünlerinin bölgenin turizm potansiyelinde etkili rol oynadığını belirtmişlerdir. Katılımcılar Daday Etli Ekmeğinin bölgede gastronomi turizmüne önemli etki ettiğini vurgulamışlardır. K1 ve K2 katılımcısı olumsuz ekonomik açıdan finansal etkileri olduğunu belirtmişlerdir. 1 numaralı katılımcı, kar oranının %60 olarak gerilediğini belirtmiştir. İnovasyon faaliyetine ağırlık vererek sosyal medya tanıtımlarına ağırlık verdiğini ve paket servis olanaklarını geliştirdiğini ifade etmiştir. Hijyen kurallarına uyduğunu müşterilerine ispat etme amacında bulunduğunu yine katılımcı ifade etmiştir. K2 ise, işletmenin satışlarına ve istihdamına olumsuz boyutta etkilerinin olduğunu vurgulamıştır. Katılımcı 2, kısa ve uzun vadeli planlamalar yaptığını bu bağlamda nakit akışlarında düzenlemelerde bulunduğunu ifade etmiştir. Ayrıca hijyen kurallarına uyduğunu, örgüt yapısında değişiklik yapıldığını ve paket servise ağırlık verildiğini ifade etmiştir.

Araştırma kapsamında, Coğrafi İşaretli Kastamonu Çekme Helva işletmecileri ile görüşülmüştür. Paydaşlara yönetilen sorular çerçevesinde bir içerik oluşturulmuştur. Görüşmeden elde edilen veriler tablolastırılarak daha sonra nesnel olarak yorumlanmıştır.

Araştırmaya toplam 2 paydaş katılmıştır. Katılımcılar, "K" harfi ile ifade edilmiştir. K3 ve K4 katılımcısı merkezde faaliyet gösteren işletme sahibi olarak yer almaktadır. K3 katılımcısı sektörde 50 yıl K4 katılımcısı ise sektörde 15 yıldır faaliyetini sürdürmektedir.

Tablo 2. Gastronomi Turizm Kapsamında Coğrafi İşaretli Kastamonu Çekme Helva Ürün Üreticilerine İlişkin Değerlendirmeler

Katılımcı	Değerlendirme
K3	<p>Soru 1'in cevabı: Coğrafi işaretli ürünler gastronomi turizm kapsamında oldukça etkili konumda bulunmaktadır. Bir yöreye özel oluşu turistlerin yiyecek içecek yeme istemeleri ve bunu yöresel geleneksel yöntemlerle üretilmiş olması turistlerin ilgisini çekmekte bu da bölgenin turizm potansiyelini geliştirmektedir. Kastamonu da gastronomi ürünleri ile bu faaliyetlerin merkezi konumundadır.</p> <p>Soru 2'nin cevabı: Covid-19'un işletmemize olan etkisi oldukça fazladır. Satışlarda ortalama %50'lik düşüş yaşanmıştır. Üretim işletmesi olması sonucu ve çalışan personellerin çok olması finansal yönden aşırı derecede etkilenmiştir. Bunun etkisinden kurtulmak adına yarı zamanlı işe geçerek paket siparişlere yoğunluk verilmiştir. Bu bağlamda reklam faaliyetleri artırılmıştır.</p> <p>Soru 3'ün cevabı: Covid-19 Krizine yönelik çalışanların motivasyonuna yönelik çalışmalar oldu ayrıca hedef kitleye iletişim stratejileri geliştirilerek işletmenin sürekliliği sağlanmıştır. İşletmede dijital dönüşüm çağı başlamıştır.</p>
K4	<p>Soru 1'in cevabı: Tescillenmiş ürünler bir bölgedeki gastronomi turizmüne olumlu etki etmektedir. İlin sahip olduğu değerler bakımından gastronomi turizmi oldukça üst düzeydedir. Yöresel ürüneler ve eşi benzeri olmayan lezzetler turizmin gelişmesini destekler niteliktedir.</p> <p>Soru 2'nin cevabı: Covid-19 işletme satışlarına ve istihdamına oldukça etkisini göstermiştir. Kazanç aşırı derecede düşmüş ve personel çıkışı olmuştur. Pandemi sürecinde daraltıcı harcama politikasına geçilmiştir. Ödemeler ertelenmiş alacaklar tahsil edilmiştir.</p> <p>Soru 3'ün cevabı: Planlamalar genellikle e-ticaret ve sosyal medya üzerinde yapılmıştır. Ayrıca paket hizmetlere yoğunluk göstererek satışlar online olmuştur.</p>

Tablo 2'de, katılımcıların Coğrafi İşaretli Kastamonu Çekme Helva üreticilerinin gastronomi turizm kapsamında değerlendirilmesi, Covid-19 etkilerinin değerlendirilmesi ve plan ve stratejilerin geliştirilmesine ilişkin görüşleri analiz edilmiştir. Katılımcıların görüşleri doğrultusunda, Coğrafi işaretli gıda ürünlerinin bölgenin turizm gelişim potansiyeline sahip olduğu belirtmişlerdir. Katılımcıların soru 2'ye verdikleri cevap neticesinde salgın hastalığın işletmelere verdiği zararın oldukça fazla olduğunu belirtmişlerdir. 3 numaralı katılımcı satışlarda %50'lik bir düşüş olduğunu ifade etmiştir. Katılımcı finansal etkileri en aza indirebilmek adına örgüt yapısında değişiklik, mesai uygulamaları ve sosyal medya tanıtımları yapmıştır. K4 ise, ödemeler dengesini sağlamış olduğunu, sosyal medya ve e-ticaret planlamaları yaptığını ifade etmiştir. Online satışlar üzerinden faaliyetini yürütmüştür.

Araştırma kapsamında, Coğrafi İşaretli Kastamonu Tiridi üretim işletmecileri ile görüşülmüştür. Paydaşlara yönelen sorular çerçevesinde bir içerik oluşturulmuştur. Görüşmeden elde edilen veriler tablolatırılmış ve ardından nesnel olarak yorumlanmıştır.

Araştırmaya toplam 2 paydaş katılmıştır. Katılımcılar, "K" harfi ile ifade edilmiştir. K5 ve K6 katılımcısı Kastamonu merkezde faaliyet gösteren işletme olarak yer almaktadır. K5 sektörde 50 yıl K6 ise sektörde 10 yıldır faaliyetini sürdürmektedir.

Tablo 3. Gastronomi Turizm Kapsamında Coğrafi İşaretli Kastamonu Tiridi Üreticilerine İlişkin Değerlendirmeler

Katılımcı	Değerlendirme
K5	<p>Soru 1'in cevabı: Bölgenin tanınmasında ve kalkınmasında gastronomi turizm faaliyetleri önemli bir etkindir. Kastamonu'da coğrafi işaretli yöresel yiyecekler ve içecekler bu kapsamda değerlendirilmektedir. Ulusal ve uluslararası turizmde sesini duyurmaktadır.</p> <p>Soru 2'nin cevabı: Covid-19'un işletmemize olan finansal etkileri her sektörde olduğu gibi etkisini göstermiştir. Satış oranları %90 seviyesine gerilemiştir. Krize karşı savunma ve iyileşme politikası işletmemiz tarafından hayata geçirilmiştir. Ödemeler dengesine ve kar-zararımıza yönelik kısa vadeli planlamalar doğrultusunda borç ve alacaklar dengelenmiştir</p> <p>Soru 3'ün cevabı: Finansal açıdan planlamalar yapılmıştır. Borç ertelemeleri, doğrudan fonlama, garantili borçlar alma, alacakların tahsil edilmesi gibi. Satışlar paket servis olarak sürdürülmüştür.</p>
K6	<p>Soru 1'in cevabı: Gastronomi turizmi Kastamonu merkezinde ve ilçelerinde elinde oldukça önemli bir potansiyel bulundurmaktadır. Bu bağlamda dışarıdan turist çekmektedir.</p> <p>Soru 2'nin cevabı: Finansal etkileri olumsuz derecede olmuştur. Kazanç %60 civarında azalım göstermiştir. Bu olumsuz durumdan kurtulmak için borçlar ve alacaklarda bir düzenleme yapma gereği doğmuştur. Gerekli finansman sağlanıp işletme faaliyetleri sürdürülmüştür.</p> <p>Soru 3'ün cevabı: Genellikle yasakların kalkmasıyla etkiyi en aza indirebilmek adına temizlik, hijyen ve sosyal mesafe planlamamız olmuştur. Bu durum dijital platformlarda müşterilere ispat edilmiştir. Hızlı paket servis uygulamasına geçilerek faaliyetler sürdürülmüştür.</p>

Tablo 3'te, katılımcıların Coğrafi İşaretli Kastamonu Tiridi üreticilerinin gastronomi turizm kapsamında değerlendirilmesi, Covid-19 etkilerinin değerlendirilmesi ve plan ve stratejilerin geliştirilmesine ilişkin görüşleri analiz edilmiştir. Katılımcıların tamamının görüşleri doğrultusunda, Coğrafi işaretli gıda ürünlerinin bölgenin turizm potansiyeline olumlu etki yarattığını belirtmişlerdir. Ayrıca olumsuz ekonomik açıdan finansal etkileri olduğunu belirterek önceki dönemlere göre satışlarına azalma olduğu belirtilmiştir. Katılımcıların ifadesi incelendiğinde K5, satış oranının %90 seviyesinde düştüğünü, ödemeler dengesinde kısa ve uzun vadeli planlamalar yaptığını ve satışların çoğunlukla paket servis şeklinde gerçekleştirildiğini belirtmiştir. 6 numaralı katılımcı ise, kazancının %60 oranında düştüğünü ifade etmiştir. Ayrıca planlamalarda ödemeler dengesinin ayarlandığını, finansman sağlama yoluna gidildiğini ve sosyal medya tanıtımları yaparak geniş kitlelere hitap edildiğini belirtmiştir.

Araştırma kapsamında, Coğrafi İşaretli Kastamonu Simidi üreticileri ile görüşülmüştür. Paydaşlara yönetilen sorular çerçevesinde bir içerik oluşturulmuştur. Görüşmeden elde edilen veriler tablolaştırılmıştır.

Araştırmaya toplam 2 paydaş katılmıştır. Katılımcılar, "K" harfi ile ifade edilmiştir. K7 ve K8 katılımcısı Kastamonu merkezde faaliyet gösteren işletme olarak yer almaktadır. K7 katılımcısı sektörde 50 yıl, K8 ise sektörde 35 yıldır faaliyetini sürdürmektedir.

Tablo 4. Gastronomi Turizm Kapsamında Coğrafi İşaretli Kastamonu Simidi Üreticilerine İlişkin Değerlendirmeler

Katılımcı	Değerlendirme
K7	Soru 1'in cevabı: Coğrafi işaretli gastronomi ürünler bölgenin turizm potansiyeli üzerinde olumlu etki yaratmaktadır. İnsanlar sosyal medya aracılığı ile deneyimini yaşadıkları lezzetleri arkadaş çevresi ile paylaşmaktadır ve bu da bölgeye turist çekmektedir. Soru 2'nin cevabı: Covid-19'un işletmemize olan parasal etkileri ham madde alışlarındaki fiyat artışları olarak etkisini hissettirmiştir. Bu bağlamda kar-zarar hesaplaması yaparak maksimum kar elde edebilmek adına fiyatlara düzenleme getirilmiştir. Soru 3'ün cevabı: İşletme iletişimi kolaylaştırılarak reklam mahiyetinde afiş pano uygulaması yapılmıştır. Kullan at ürünler ile hijyen kuralları hedef kitleye ispat edilmiştir. Ayrıca işletmede indirim uygulayarak sürekliliği sağlanmıştır.
K8	Soru 1'in cevabı: : Coğrafi işaretli gastronomi ürünlerinin bölgenin turizm gelişiminde önemli bir kavramdır. Soru 2'nin cevabı: Satışlar %50-60 oranında azalmıştır. Alacakların tahsiline önem verilmiştir. Ödemeler dengesi ayarlanmıştır. Soru 3'ün cevabı: Devlet tarafından verilen Kredi Desteği ile sermayeye aktarım iş yeri geliştirildi. Tanınırlık için reklam faaliyetlerine önem verilmiştir.

Tablo 4'te, katılımcıların Coğrafi İşaretli Kastamonu Simidi üreticilerinin gastronomi turizm kapsamında değerlendirilmesi, Covid-19 etkilerinin değerlendirilmesi ve plan ve stratejilerin geliştirilmesine ilişkin görüşleri analiz edilmiştir. Katılımcıların görüşleri doğrultusunda, Coğrafi işaretli gıda ürünlerinin bölgenin gastronomi turizm potansiyeline olumlu katkı yaptığını belirtmişlerdir. Katılımcılar, Covid-19'un finansal etkileri olduğunu belirterek bu etkiden kurtulmak adına kısa ve orta vadede borç alacak nakit akışı planlamaları yapılmıştır. K7 katılımcısı ürünlerin fiyatında değişiklik yaptığını, tanıtım faaliyetlerine önem verdiğini belirtmiştir. K8 katılımcısı satışların %50-60 arasında düştüğünü ifade etmiştir. Ayrıca kredi desteği alarak iş yerinde bir takım değişiklik yapmıştır. Katılımcılar tanıtım faaliyetlerini etkili bir şekilde yaparak krizin etiklerinden kurtulmayı amaçlamışlardır.

Araştırma kapsamında, Coğrafi İşaretli Devrakani Hindi Banduması ve Devrakani Cırık Tatlısı üreticileri ile görüşülmüştür. Paydaşlara yöneltilen sorular çerçevesinde bir içerik oluşturulmuştur. Görüşmeden elde edilen veriler tabloleştirilmiştir.

Araştırmaya toplam 2 paydaş katılmıştır. Katılımcılar, "K" harfi ile ifade edilmiştir. K9 ve K10 katılımcısı Kastamonu Merkez'de faaliyet gösteren işletme olarak yer almaktadır. K9, sektörde 20 yıl K10 ise 25 yıldır faaliyet sürdürmektedir.

Tablo 5. Gastronomi Turizm Kapsamında Coğrafi İşaretli Devrakani Banduması ve Cırık Tatlısı Üreticilerine İlişkin Değerlendirmeler

Katılımcı	Değerlendirme
K9	Soru 1'in cevabı: : Coğrafi işaretli gastronomi ürünlerinin bölgenin turizm gelişiminde önemli bir kavramdır. Soru 2'nin cevabı: Covid-19'un geçmiş yıllara nazaran işletmeye verdiği zarar yarı yarıyadır. Kazançlar düşmüştür. Alacakların tahsili ve taksitli borç ödeme sistemi hayata geçirilmiştir. Soru 3'ün cevabı: Covid-19 krizine yönelik planlamada gider mahiyetinde olan parasal çıktılarından tasarruf edip üretime devam edilmiştir. Ar-Ge çalışmalarına önem verilmiştir. İşletmede paket servis yöntemi hayata geçirilmiştir. Tanıtım faaliyetlerine dijital ortamdaki görsel-video şeklinde yapılan reklamlar planlanan hedef kitleye ulaşmıştır.
K10	Soru 1'in cevabı: Bölgenin tanıtımında coğrafi işaretli ürünler etkili bir avantajdır. İlçeye bu tatlıları deneyimlemek isteyen turistler bölgede turizm faaliyetlerinin gelişmesine olanak sağlamıştır. Gastronomi ürünleri hem ilçede hem de merkezde turizmin gelişmesini destekler niteliktedir. Soru 2'nin cevabı: Banduma üretimi durma deresinde gelmiştir. Cırık tatlısından ise paket siparişe geçilerek işletmenin devamlılığı sağlanmıştır. Satışların Covid-19 öncesi ve sonrası arasındaki farka bakıldığında %80'lik bir daralma söz konusudur. Soru 3'ün cevabı Kredi Desteği ile elde edilen finansman ile hassas hijyenik çerçevede güvenli gıda planlamasına geçilmiştir. Paket servis olanakları geliştirilmiştir.

Tablo 5'te, katılımcıların Coğrafi İşaretli Devrakani Hindi Banduması ve Cırık Tatlısı üreticilerinin Gastronomi turizm kapsamında değerlendirilmesi, Covid-19 etkilerinin değerlendirilmesi ve plan ve stratejilerin geliştirilmesine ilişkin görüşleri analiz edilmiştir. Katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda coğrafi işaretli yiyecek-içecek ürünlerinin bölgenin gastronomi turizm kapsamında olumlu etkisi olduğunu ifade edilmiştir. Finansal etkilerinin fazla olduğu ve pandemi sürecinde bu finansal etkileri en aza indirebilmek adına nakit akışı düzenlemeleri getirilmiştir. K9, Ar-Ge çalışmalarına önem verdiğini, paket servis olanaklarını geliştirdiğini ve internet ortamında tanıtım faaliyetleri yaptığını ifade etmiştir. K10 ise, Covid-19'un bir sonucu olarak işletme gelirlerinde %80'lik bir daralma yaşandığını belirtmiştir. Faaliyetini sürdürebilmek adına kredi desteği sağlanmış, hijyen kuralları çerçevesinde faaliyetlere devam edilmiştir. Ayrıca paket servis olanakları geliştirilmiştir.

Araştırma kapsamında, Coğrafi İşaretli İhsangazi Siyez Bulguru ve Siyez Buğdayı üreticileri ile görüşülmüştür. Paydaşlara yönetilen sorular çerçevesinde bir içerik oluşturulmuştur. Görüşmeden elde edilen veriler tablolastırılmıştır.

Araştırmaya toplam 2 paydaş katılmıştır. Katılımcılar, "K" harfi ile ifade edilmiştir. K11 sektörde 10 yıl ve K12 katılımcısı sektörde 30 yıl Kastamonu İhsangazi ilçesinde faaliyet gösteren işletme olarak yer almaktadır.

Tablo 6. Gastronomi Turizm Kapsamında Coğrafi İşaretli Siyez Bulguru ve Buğdayı Üreticilerine İlişkin Değerlendirmeler

Katılımcı	Değerlendirme
K11	Soru 1'in cevabı: Bölgenin turizm potansiyelinin gelişmesinde Coğrafi işaretli ürünler etki etmektedir. Siyez Bulguru önemli bir etken olmaktadır. Soru 2'nin cevabı: Covid-19'un üretime olan talepte düşüş yaşanmasına neden olmuştur. Pandemi sürecinde çalışmalara devam edip sipariş üzerine online satış yapılmıştır. Soru 3'ün cevabı: E-ticareti hayata geçirerek en az zararla bu durum atlatılmaya çalışılmaktadır.
K12	Soru 1'in cevabı: : Coğrafi işaretli gastronomi ürünlerinin bölgenin turizm gelişiminde önemli bir etkidir. Soru 2'nin cevabı: Üretimde aksamalar yaşanmasına rağmen faaliyetlerimizi en az giderle sürdürülmeye gayret edilmiştir. Covid-19 öncesine göre üretim %30 gerilemiştir. Soru 3'ün cevabı: Kriz boyunca sosyal medyada tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmiştir ve satışlar online olarak gerçekleştirilmiştir.

Tablo 6'da, katılımcıların Coğrafi İşaretli Siyez Bulguru ve Buğdayı üreticilerinin Gastronomi turizm kapsamında değerlendirilmesi, Covid-19 etkilerinin değerlendirilmesi ve plan ve stratejilerin geliştirilmesine ilişkin görüşleri analiz edilmiştir. Bu bağlamda Coğrafi İşaretli Gastronomi ürünlerinin bölgedeki gastronomi turizm potansiyeline olumlu etki ettiği katılımcı görüşmelerinden elde edilmiştir. K11, talepte meydana gelen düşüş neticesinde satışlarını online olarak sürdürmüştür. Ayrıca e-ticaret yöntemiyle pazarlamayı amaçlamıştır. K12 katılımcısı ise üretimin %30 seviyesinde gerilediğini ifade etmiştir. Sosyal medya tanıtım faaliyetleri ile satışlarını sürdürmüştür.

Araştırma kapsamında, Coğrafi İşaretli Taşköprü Kuyu Kebabı üreticileri ile görüşülmüştür. Paydaşlara yöneltilen sorular çerçevesinde bir içerik oluşturulmuştur. Görüşmeden elde edilen veriler tablolştırılmıştır.

Araştırmaya toplam 2 paydaş katılmıştır. Katılımcılar, "K" harfi ile ifade edilmiştir. K13 ve K14 katılımcısı Kastamonu Taşköprü'de faaliyet gösteren işletme olarak yer almaktadır. K13 katılımcısı 50 yıldır, K14 katılımcısı ise 20 yıldır sektörde varlığını devam ettirmektedir.

Tablo 7. Gastronomi Turizm Kapsamında Coğrafi İşaretli Taşkoprü Kuyu Kebabı Üreticilerine İlişkin Değerlendirmeler

Katılımcı	Değerlendirme
K13	<p>Soru 1'in cevabı: Coğrafi işaretli Taşkoprü Kuyu Kebabı bölgenin turizm potansiyeli üzerinde olumlu etki yaratmaktadır. Genel çerçevede gastronomi potansiyeli bir bölgenin turizm değerini ortaya koymaktadır. Gastronomi deneyimi yaşamak için turistler yurt içinden ve yurt dışından ilçeye gelmektedirler. Bu bağlamda coğrafi işaretli ürünler turizm potansiyelini geliştirmektedir.</p> <p>Soru 2'nin cevabı: Gıda üretim sektörü içerisinde yer aldığımızdan Covid-19'un işletmeye olan zararı aşırı büyüktür. Gelirler %70 oranında azalmıştır. Bu durum karda %50 düşüşe neden olmuştur.</p> <p>Soru 3'ün cevabı: Online platformlarda işletme reklam ve tanıtım faaliyetleri geliştirilmiştir. Paket hizmetine geçerek kısa vadeli planlama yapılmıştır. Krizin ne zaman biteceği belli olmamasına karşı işletme küçültülmüş nakit çıkışlarına düzenleme getirilmiştir.</p>
K14	<p>Soru 1'in cevabı: Coğrafi işaretli gastronomi ürünlerinin bölgenin turizm gelişiminde önemli bir etkidir.</p> <p>Soru 2'nin cevabı: Satış oranları durma noktasına gelmiştir. Bir önceki yıla nazaran işletme karında %70 seviyelerine daralma olmuştur.</p> <p>Soru 3'ün cevabı: Devlet tarafından verilen Kredi Desteği ile sermayeye aktarıp iş yeri geliştirildi. Hızlı ve hijyenli paket servis uygulamasına geçilmiştir.</p>

Tablo 7'de, katılımcıların Coğrafi İşaretli Kastamonu Taşkoprü Kuyu Kebabı üreticilerinin Gastronomi turizm kapsamında değerlendirilmesi, Covid-19 etkilerinin değerlendirilmesi ve plan ve stratejilerin geliştirilmesine ilişkin görüşleri analiz edilmiştir. Katılımcıların görüşleri doğrultusunda, Coğrafi işaretli gıda ürünlerinin bölgenin gastronomi turizm potansiyelinde etkili olduğunu belirtmişlerdir. K13, Covid-19 sürecinde gelirlerin %70 azaldığını ve bu bağlamda kâr oranında %50'lik bir düşüş yaşadığını ifade etmiştir. Nakit akışı planlaması yapılarak, reklam ve tanıtım faaliyetlerine ağrılık vermiştir. K14 ise, Covid-19'un finansal etkilerinin fazla olduğunu belirterek işletme kârında %70'lik bir düşüş olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca hijyenik paket servis olanaklarına geçildiğini belirtmiştir.

Araştırma kapsamında, Coğrafi İşaretli Taşkoprü Sarımsağı üreticileri ile görüşülmüştür. Paydaşlara yönetilen sorular çerçevesinde bir içerik oluşturulmuştur. Görüşmeden elde edilen veriler tabloladıştırılmıştır. Daha sonra nesnel olarak yorumlanmıştır.

Araştırmaya toplam 2 paydaş katılmıştır. Katılımcılar, "K" harfi ile ifade edilmiştir. K15 ve K16 katılımcısı Kastamonu Taşkoprü'de faaliyet gösteren işletme olarak yer almaktadır. K15, sektörde 70 yıldır K16 ise 50 yıldır faaliyet göstermektedir.

Tablo 8. Gastronomi Turizm Kapsamında Coğrafi İşaretli Taşköprü Sarımsağı Üreticilerine İlişkin Değerlendirmeler

Katılımcı	Değerlendirme
K15	Soru 1'in cevabı: Coğrafi işaretli yiyecek ve içecekler bölgenin turizm potansiyeli üzerinde olumlu etki yaratmaktadır Soru 2'nin cevabı: Covid-19'un işletmeye verdiği zarar %40 civarındadır. Kazançlar düşmüştür. Alacakların tahsili ve taksitli borç ödeme sistemi hayata geçirilmiştir Soru 3'ün cevabı: Bu durumda temassız ödeme yöntemi ve online sipariş sistemine geçilmiştir.
K16	Soru 1'in cevabı: Gastronomi turizm kapsamında coğrafi işaretli ürünler bir bölgenin turizm potansiyelinin gelişmesine katkı sunmaktadırlar. Taşköprü sarımsağı önemli bir potansiyeldir. Soru 2'nin cevabı: İşletmenin finansal durumu olumsuz etkilenmiş gelirlerde %40lık bir düşüş olmuştur. Yatırım faaliyetleri ertelendi, tüketim en az seviyeye düşürülerek tasarruf sağlandı. Soru 3'ün cevabı: Online sipariş üzerine ve toplu satış üzerine faaliyetlerimiz olmaktadır.

Tablo 8'de, katılımcıların Coğrafi İşaretli Kastamonu Taşköprü Sarımsağı üreticilerinin gastronomi turizm kapsamında değerlendirilmesi, Covid-19 etkilerinin değerlendirilmesi ve plan ve stratejilerin geliştirilmesine ilişkin görüşleri analiz edilmiştir. Katılımcıların görüşleri doğrultusunda, Coğrafi işaretli gıda ürünlerinin bölgenin gastronomi turizminin gelişiminde etkili bir rol oynadığı belirtilmiştir. K15, Covid-19'un finansal etkilerinin fazla olduğunu belirterek zararın %40 olduğunu ve kazançların gerilediğini ifade etmiştir. Bu etkiden kurtulmak adına online sipariş sistemine geçildiğini ifade etmiştir. Katılımcı 16 ise, gelirlerinde %40'lık bir düşüş olduğunu, yatırımların ertelendiğini ve gereksiz harcamalardan kaçınılarak tasarruf ettiğini belirtmiştir. Katılımcı online sipariş üzerinden satışlarını sürdürmüştür.

Araştırma kapsamında, Coğrafi İşaretli Kastamonu Pastırması üreticileri ile görüşülmüştür. Paydaşlara yönetilen sorular çerçevesinde bir içerik oluşturulmuştur. Görüşmeden elde edilen veriler tablolara tarafsız olarak yorumlanmıştır.

Araştırmaya toplam 2 paydaş katılmıştır. Katılımcılar, "K" harfi ile ifade edilmiştir. K17 ve K18 katılımcısı Kastamonu merkezde faaliyet gösteren işletme olarak yer almaktadır. Kastamonu Pastırması Üreticisi olarak K17 sektörde 60 yıl, K18 ise sektörde 50 yıl faaliyetine devam etmektedir.

Tablo 9. Gastronomi Turizm Kapsamında Coğrafi İşaretli Kastamonu Pastırması Üreticilerine İlişkin Değerlendirmeler

Katılımcı	Değerlendirme
K17	<p>Soru 1'in cevabı: Coğrafi işaretli gıda ürünleri bölgenin turizm potansiyeli üzerinde olumlu etki yaratmaktadır. Adını ulusal ve uluslararası duyurmuş yurt içinden ve yurt dışından turistler Kastamonu Pastırmasını tatmak ve bu deneyimi yaşamak için Kastamonu ilini tercih etmişlerdir ve etmektedirler.</p> <p>Soru 2'nin cevabı: Alacakların tahsil edilememesi, kazancın düşmesi sonucu işletmede %50lik bir daralma meydana gelmiştir. Bu bağlamda banka aracılığıyla kısa vadeli borçlanma yoluna gidilerek ödemeler dengesi ayarlanmıştır.</p> <p>Soru 3'ün cevabı: Krizi fırsata çevirmek adına online olarak işletme geliştirilmiştir. E-ticaret işlemleri ve dijital medya platformları aracılığıyla satışlar aydan aya %15lik artış ile devam etmektedir.</p>
K18	<p>Soru 1'in cevabı: Coğrafi işaretlemeyle tescil olmuş Kastamonu Pastırması dünyada eşi benzeri görülmemiş bir lezzettir. İnsanlar bu lezzeti tatmak için Kastamonu iline akın etmektedirler. Bu bağlamda Kastamonu'nun diğer turizm potansiyelinin gelişimine katkı sunmaktadır. Sonuç olarak coğrafi işaretli yiyecekler ve içecekler bir bölgenin gastronomisini turizmde olumlu yönde etki etmektedir.</p> <p>Soru 2'nin cevabı: Önceki yıla göre kazançta %40'lık bir düşüş söz konusu olmuştur. Arge faaliyetlerine ağrılık verilerek ürün çeşitliği sağlanmıştır. Ayrıca borç alacak dengesi kurularak işletme devamlılığı sağlanmıştır.</p> <p>Soru 3'ün cevabı: E-ticaret işlemlerine ağrılık verilerek satışlar dijital platformlardan olmuştur.</p>

Tablo 9'da, katılımcıların Coğrafi İşaretli Kastamonu Pastırması üreticilerinin gastronomi turizm kapsamında değerlendirilmesi, Covid-19 etkilerinin değerlendirilmesi ve plan ve stratejilerin geliştirilmesine ilişkin görüşleri analiz edilmiştir. Katılımcıların görüşleri doğrultusunda, Coğrafi işaretli gastronomi yiyecek-içecek ürünü olan Kastamonu Pastırması bölgenin turizm gelişim potansiyelinde etkili bir rol oynadığı belirtilmiştir. Ayrıca katılımcılar coğrafi işaretli ürünlerin bir bölgenin gastronomi turizm potansiyeline olumlu etki yarattığını belirtmişlerdir. K17, Covid-19'un işletmeye olan finansal etkisinin fazla olduğunu, kazancın düşmesi sonucu %50'lik bir daralma meydana geldiğini belirtmiştir. Covid-19'nun finansal etkilerinden kurtulmak adına kredilendirme yöntemine başvurduğunu, borç alacak ilişkisini düzenlediğini ve nakit akışı planlamaları yaptığını belirtmiştir. Katılımcı online siparişe ağrılık verdiğini ve satışlarının aydan aya arttığını ifade etmiştir. K18 ise, önceki yıla nazaran kazançlarında %40'lık düşüş yaşandığını belirtmiştir. Borç alacak dengesini ayarladığını e-ticarete ağrılık verdiğini ve satışlarının arttığını ifade etmiştir.

Araştırma kapsamında, Coğrafi İşaretli Tosya Pirinci üreticileri ile görüşülmüştür. Paydaşlara yönetilen sorular çerçevesinde bir içerik oluşturulmuştur. Görüşmeden elde edilen veriler, tablolatırılmıştır ve ardından nesnel olarak yorumlanmıştır.

Araştırmaya toplam 2 paydaş katılmıştır. Katılımcılar, "K" harfi ile ifade edilmiştir. K19 ve K20 katılımcısı Kastamonu Tosya'da faaliyet gösteren işletme olarak yer almaktadır.

Tablo 10. Gastronomi Turizm Kapsamında Coğrafi İşaretli Tosya Pirinci Üreticilerine İlişkin Değerlendirmeler

Katılımcı	Değerlendirme
K19	Soru 1'in cevabı: Gastronomik ürünler bölgenin turizm potansiyeli üzerinde olumlu etki yaratarak turizm potansiyelinin gelişmesi desteklemektedir. Soru 2'nin cevabı: Üretimde her ne kadar aksama olmamasına rağmen kâr hacminde düşüş yaşanmıştır. Giderlerde Covid-19 öncesine nazaran %40lık artış yaşanması kazancımızı etkilemiştir. Tasarruf yöntemine geçilmiştir. Soru 3'ün cevabı: Krize yönelik kısa vadeli planda sosyal medya satışı uzun vadeli planda ise yeni pazar arayışları olmuştur.
K20	Soru 1'in cevabı: Tosya Pirinci Coğrafi İşaret Tescili ile tescillenmesi ve bunu tüm ülkelere tanıtılması ilçenin ve bağlı bulunduğumuz ilin turizm potansiyeline olumlu yönde etki etmektedir. Genel çerçevede bir bölgenin coğrafi işaretleri ürünleri gastronomi turizmin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Soru 2'nin cevabı: Çalışma saatlerinde kayıplar ve iş gücü etkileri işletmenin satış hacminde daralmaya neden olmuştur. Bu durumu az zararla atlatabilmek adına kredilendirme yöntemine başvurulmuştur. Soru 3'ün cevabı: İnternet sitesi oluşturularak online sipariş üzerine satışlar gerçekleşmektedir. Krizi en az zararla atlatabilmek adına geniş kitlelere ulaşım ürün tanıtımı yapmak ve satışların artması amaçlanmıştır.

Tablo 10'da, katılımcıların Coğrafi İşaretli Tosya Pirinci üreticilerinin Gastronomi turizm kapsamında değerlendirilmesi, Covid-19 etkilerinin değerlendirilmesi ve plan ve stratejilerin geliştirilmesine ilişkin görüşleri analiz edilmiştir. Katılımcıların görüşleri doğrultusunda, Coğrafi işaretli gastronomi ürünü olan Tosya Pirinci bölgenin turizm potansiyeline olumlu etki ettiği belirtilmiştir. Katılımcılar tescillenmiş coğrafi işaretli gıda ürünlerinin gastronomi turizmne katkı sağladığını ifade etmişlerdir. K19, finansal etkilerinin olduğunu, giderlerde %40'lık bir artış yaşandığını belirtmiştir. Ayrıca, işletmede Covid-19 krizine yönelik kısa ve uzun vadeli planlama yapılmıştır. Kısa vadede sosyal medya tanıtımı yapıldığını uzun vadede ise yeni pazar arayışlarının olduğunu katılımcı ifade etmiştir. K20 ise, mesai saatlerinin azaldığı ve iş gücünün olumsuz etkisi olduğu için satışlarının gerilediğini belirtmiştir. Borç kredisi alarak faaliyetini sürdürdüğünü, web sayfası oluşturduğunu, tanıtım faaliyetlerinin geliştirdiğini ve sipariş üzerine satış yaptığını ifade etmiştir.

Araştırma kapsamında, Coğrafi İşaretli Pınarbaşı Kara Çorba üreticileri ile görüşülmüştür. Paydaşlara yöneltilen sorular çerçevesinde bir içerik oluşturulmuştur. Görüşmeden elde edilen veriler tablolaştırılarak tarafsız olarak yorumlanmıştır.

Araştırmaya toplam 2 paydaş katılmıştır. Katılımcılar, "K" harfi ile ifade edilmiştir. K21 ve K22 katılımcısı Kastamonu Pınarbaşı'nda faaliyet gösteren işletme olarak yer almaktadır. 21 numaralı katılımcı sektörde 20 yıl, 22 numaralı katılımcı ise sektörde 50 yıldır faaliyetini sürdürmektedir.

Tablo 11. Gastronomi Turizm Kapsamında Coğrafi İşaretli Pınarbaşı Kara orba Üreticilerine İlişkin Değerlendirmeler

Katılımcı	Değerlendirme
K21	Soru 1'in cevabı: : Pınarbaşı yöresine özđü Kara orba lezzetini deneyimlemek amacıyla turistler bölgeye gelmektedir bu durum da turizm potansiyelinin gelişmesine olanak sağlamaktadır. Bir yöreye özđü olan yiyecek ve içecekler gastronomi turizmne katkı sağlamaktadır. Bu ürünlerin coğrafi işaretle tescillenmesi ayrı bir değer katmaktadır. Soru 2'nin cevabı: İşletme hizmet sektörü içerisinde yer aldığından etkilenmiştir. Soru 3'ün cevabı: Kriz kapsamında herhangi bir faaliyet yapılmamıştır.
K22	Soru 1'in cevabı: Coğrafi işaretleli gastronomi ürünleri o yöreye özđü olması sonucu turizm gelişiminde önemli bir kavramdır. Soru 2'nin cevabı: Covid-19 salgın hastalığı işletme sermayesine ve hammadde tedarik zincirine doğrudan etki yaratmıştır. Üretimde stok fazlalığı olması neticesinde eldeki ürünleri eritme mahiyetinde bir takım indirim politikaları uygulanmıştır. Ayrıca nakit akışı revize edilerek salgın hastalığın durumuna göre işletme faaliyetleri optimize edilmiştir. Soru 3'ün cevabı: Krize yönelik faaliyetlerde işletmenin devamlılığı açısından ve üretiminin sağlanması açısından kritik tedarikçiler üzerine doğrudan iletişim kurulmuştur. Ayrıca acil ve beklenmedik durum planları oluşturulmuştur.

Tablo 11'de, katılımcıların Coğrafi İşaretli Pınarbaşı Kara orba üreticilerinin Gastronomi turizm kapsamında değerlendirilmesi, Covid-19 etkilerinin değerlendirilmesi ve plan ve stratejilerin geliştirilmesine ilişkin görüşleri analiz edilmiştir. Katılımcıların görüşleri doğrultusunda, coğrafi İşaretli gastronomi ürünleri bölgenin turizm potansiyeline olumlu etki ettiği saptanmıştır. K21, Covid-19'dan etkilendiğini ve her hangi bir faaliyet yapmadığını belirtmiştir. K22, işletmelere finansal etkileri olduğunu, hammadde ve tedarik konusunda olumsuz durumları meydana getirdiğini ifade etmiştir. K22, bu etkilerden kurtulmak için finansal düzenlemeler getirdiğini, tedarikçiler ile iletişimde kalındığını ve salgının seyrine göre durum planlamaları yaptığını belirtmiştir.

Araştırma kapsamında, Coğrafi İşaretli Cide Ceviz Helvası üreticileri ile görüşülmüştür. Paydaşlara yönetilen sorular çerçevesinde bir içerik oluşturulmuştur. Görüşmeden elde edilen veriler tablolatırılmıştır.

Araştırmaya toplam 2 paydaş katılmıştır. Katılımcılar, "K" harfi ile ifade edilmiştir. K23 ve K24 katılımcısı Kastamonu Cide'de faaliyet gösteren işletme olarak yer almaktadır. K23 katılımcısı sektörde 30 yıldır, K24 katılımcısı ise sektörde 20 yıldır faaliyetini sürdürmektedir.

Tablo 12. Gastronomi Turizm Kapsamında Coğrafi İşaretli Cide Ceviz Helvası Üreticilerine İlişkin Değerlendirmeler

Katılımcı	Değerlendirme
K23	<p>Soru 1'in cevabı: Coğrafi İşaretli Cide Cevizi lezzeti itibariyle dünyada eşi görülmemiş bir lezzettir. Bu durum gastronomi turizmini bölgemizde geliştirmiştir. Ayrıca yurtiçi ve yurt dışı turistler kıyı turizm kapsamında ilçeye gelerek gastronomi turizmini de geliştirmişlerdir. Coğrafi işaretli gastronomik değerler bölgenin tanınmasında ve turizmin gelişmesinde önemli faktördür.</p> <p>Soru 2'nin cevabı: Covid-19'un işletmeye somut ve soyut zararları olmuştur. Maddi anlamda %60'lık bir daralma meydana gelmiştir. Bu daralma satışların olmaması eldeki stokların eritilmemesinden kaynaklanmaktadır. Borçlanma yöntemiyle finansman sağlanıp faaliyetlere devam edilmiştir.</p> <p>Soru 3'ün cevabı: Kısa ve orta vadeli planlama yapılmıştır. Kısa vadede siparişler üzerinden günlük satışlara göre işletmenin nakit akışı gözlenmiştir. Gereksiz harcamalardan kaçınılarak tasarruf moduna geçilmiştir. Alacaklara ödeme kolaylığı sağlanması adına taksitli tahsilat gerçekleştirilmiştir. Online internet üzerinden sipariş alınarak yurt içi satışlar yapılmıştır.</p>
K24	<p>Soru 1'in cevabı: Coğrafi işaretli gastronomi ürünleri bölgede turizmin gelişiminde önemli bir faktördür. Bölgesel olarak Cide'ye özgü olan lezzeti turistler katıldıkları turizm faaliyetleri sırasında tüketme eğilimi göstermektedirler. Bu durum hem gastronomi turizmin gelişmesinde hem de bölgenin turizm potansiyelinin gelişmesinde önemli bir faktör olarak yer almaktadır.</p> <p>Soru 2'nin cevabı: Salgın hastalık neticesinde talepte meydana gelen düşüş işlemede parasal anlamda bir zarar olgusu söz konusu olmaktadır. Bölgeye gelen turistlerin azalması, gastronomi turizminde düşüşe bu da işletmeler açısından gelir durumunda azalmaya neden olmaktadır. Pandemi sürecinde Nakit pozisyonları korundu, alacaklara erken ödeme kolaylıkları sağlandı, işletmenin ileriye dönük siparişleri düzenlendi.</p> <p>Soru 3'ün cevabı: Yapılan planlamalarda Cide Ceviz Helvası'nın üretimini sağlamak, işletmenin devamlılığını sürdürmek amaçlanmıştır. Bu bağlamda hayata geçirilen planlar şu şekildedir. Üretimler sipariş üzerine olmuştur, paketli ürün hayata geçirilmiştir, daha çok online satış üzerine yoğunlaşmıştır, personellere motivasyon amaçlı ek ikramiyeler ödenmiştir. Borç alacak düzenlemesi yapılmıştır.</p>

Tablo 12'de, katılımcıların Coğrafi İşaretli Cide Ceviz Helvası üreticilerinin gastronomi turizm kapsamında değerlendirilmesi, Covid-19 etkilerinin değerlendirilmesi ve plan ve stratejilerin geliştirilmesine ilişkin görüşleri analiz edilmiştir. Katılımcıların görüşleri doğrultusunda, coğrafi işaretli gastronomi ürünleri bölgenin gastronomi turizm potansiyeline olumlu etki yarattığı görüşme sonuçlarından elde edilmiştir. K23, Covid-19'un somut ve soyut zararları meydana getirdiğini, işletmede %60'lık bir daralma yaşandığını, borç kredisi sağlanarak faaliyetini sürdürdüğünü ve alacak tahsilatında bir takım düzenlemeler yaptığını belirtmiştir. K24, işletmede finansal bir zararın olduğunu ve nakit akış düzenlemeleri yapıldığını belirtmiştir. Üretimde devamlılığı sağlamak için bir takım planlamalar yaparak siparişlere ağırlık verildiğini, paketli ürün oluşturulduğunu, online satışlara ağırlık verildiğini, personellere ek ücret ödendiğini ve borç alacak işlemlerinin düzenlendiğini ifade etmiştir.

Araştırma kapsamında, Coğrafi İşaretli Çatalzeytin Fındık Şekeri üreticileri ile görüşülmüştür. Paydaşlara yönetilen sorular çerçevesinde bir içerik oluşturulmuştur. Görüşmeden elde edilen veriler tabloleştirilmiştir.

Araştırmaya toplam 2 paydaş katılmıştır. Katılımcılar, "K" harfi ile ifade edilmiştir. K25 ve K26 katılımcısı Kastamonu Çatalzeytin'de faaliyet gösteren işletmeler olarak yer almaktadır. K15 katılımcısı sektörde 48 yıl K26 katılımcısı ise 30 yıldır faaliyetine devam etmektedir.

Tablo 13. Gastronomi Turizm Kapsamında Coğrafi İşaretli Çatalzeytin Fındık Şekeri Üreticilerine İlişkin Değerlendirmeler

Katılımcı	Değerlendirme
K25	<p>Soru 1'in cevabı: Coğrafi işaretli gastronomi ürünleri bölgenin turizm gelişiminde önemli bir faktördür. Yöreye özgü tatlar turistleri cezbetmektedir. Bu bağlamda belirli bir bölgede bulunan ürünü tatmak için turistlerin geldiğini söylemek mümkündür. Tescillenmiş fındık Őekerini ilçeye gelen turistlerin burada tüketmeleri ayrıca buradan almaları bunun en iyi örneğidir.</p> <p>Soru 2'nin cevabı: Covid-19'un yarattığı finansal yıkım işletmeyi derinden etkilemiştir. Satış oranları yarı yarıya düşerek gelirden ciddi kayıplara neden olmuştur. Bu süreçte işletme nakit akışına önem verilmiş borç-alacak düzenlemeleri yapılmıştır.</p> <p>Soru 3'ün cevabı: Fındık Őekerinin yöreye has olması ve başka bir bölgede bulunmaması avantajı kullanılarak e-ticaret satışları geliştirilmiştir. Ayrıca kredilendirme yöntemine başvurularak geleneksel yöntemlere sadık kalınarak ürün çeşitliliği sağlanmıştır.</p>
K26	<p>Soru 1'in cevabı: Coğrafi işaretle tescillenmiş gastronomi ürünleri bölgeye turist çekmekte ve bölgenin adının duyurulmasında önemli bir faktördür. Özellikle yaz aylarında bölgedeki turist yoğunluğunun fazla olduğu dönemlerde fındık Şekeri tüketimi aşırı derecede artmaktadır. Bunun sebebi ise bölgeye gelen turistlerin yöreye özgü olan bu tadı tatmak istemeleridir. Ayrıca fındık Őekerini yemek için gelen turistler olabilmektedir.</p> <p>Soru 2'nin cevabı: Pandemiden her işletmenin etkilendiği gibi fındık Şekeri üreticisi olarak da ekonomik anlamda işletmede bir zarar söz konusudur. Yaşanan bu zarar neticesinde işletme iflas eşiğine sürüklenmiştir. Bu durumdan kurtulabilmek adına eldeki stokları eritme faaliyetlerimiz olmuştur.</p> <p>Soru 3'ün cevabı: Atılan adımlarda Çatalzeytin Fındık Şekeri üretiminin devamlılığını sürdürmek için fon kaynağı arayışı içine girilmiştir. Bu bağlamda kredilendirme yöntemine başvurulmuştur. Ayrıca sosyal medya üzerinden yakın hedef kitleye satışlar gerçekleştirilmiştir.</p>

Tablo 13'te katılımcıların Coğrafi İşaretli Çatalzeytin Fındık Şekeri üreticilerinin gastronomi turizm kapsamında değerlendirilmesi, Covid-19 etkilerinin değerlendirilmesi ve plan ve stratejilerin geliştirilmesine ilişkin görüşleri analiz edilmiştir. Katılımcıların görüşleri sonucunda, coğrafi işaretli gastronomi ürünleri bölgenin turizm potansiyeline olumlu etki yarattığı görüşme sonuçlarından elde edilmiştir. K25, önemli bir boyutta finansal etkiyi yaşadığını, borç alacak düzenlemesi yaptığını, kredilendirme yöntemiyle faaliyetine devam ettiğini ve e-ticaret satışlarına ağırlık verdiğini belirtmiştir. K26 ise ekonomik etkilerinin olduğunu belirtmiştir. Finansal etkilerinin fazla olmasıyla iflas eşiğinde olduğunu, bu durumu hafifletmek için stok eritme faaliyetine başlandığını ifade etmiştir. Katılımcı 26, kredilendirme yöntemine başvurduğunu ve sosyal medya üzerinden hedef kitleye ulaşmayı amaç edindiklerini belirtmiştir.

SONUÇ

Kastamonu'nun içinde bulunduğu doğal kaynaklarla ve kültürel miraslarla adeta insanları büyülemektedir. Bakir doğası, denizi, ormanlık alanlarıyla Türkiye'nin gözde bölgelerindedir. Kastamonu'nun köklü bir tarihe sahip olması ve pek çok medeniyete ev sahipliği yapması kültürel çeşitliliğinin harmanlanması sonucunu doğurmuştur. Bu bağlamda ilde gastronomi ürünleri de çeşitlenerek zenginleşmiştir. Genel anlamda; çorbalar, ekmecekler, et yemekleri, sebze yemekleri, tatlılar ve içecekler olarak 812 yemek çeşidi tespit edilmiştir (Url-2).

Gastronomi turizmi yıl boyunca talep edilen bir turizm türü olması sonucundan pek çok bölge kendi kültüründen ürünleri coğrafi işaret aracılığıyla veya somut ve soyut kültürel mirasları çeşitlendirerek tanıtım faaliyetlerini gerçekleştirmektedirler. Benzerlerinden farklılaşmış, bir yöreye özgü olan ürünü tescillemek amacıyla coğrafi işaret kavramı doğmuştur. Coğrafi işaretin temel amacında geleneksel niteliklere bağlı, belirli bir üne kavuşmuş ürünlerin korunması

bulunmaktadır. Kastamonu ilinde coğrafi işaretli yiyecek-içecek olarak 15 adet ürün yer almaktadır. Bu ürünler gastronomi turizm destinasyonu olarak potansiyelin önemini ortaya koymaktadır.

Kastamonu'da Covid-19 salgınının gastronomi turizm kapsamında coğrafi işaretli yiyecek-içecek üretimi yapan işletmeler üzerine etkisi olarak katılımcıların görüşleri doğrultusunda finansal olarak ağır darbeyi almışlardır. Araştırma kapsamındaki işletmelere verdiği somut ve soyut zararlar oldukça fazla olmuştur. İşletmelerde üretim ve satışlar gerilemiştir. Azalan taleplerde ve bozulan tedarik zincirinde işletmeler stok eritmede sorun yaşamışlardır. İşletmelerin faaliyetlerine devam etmesi neticesinde kısa vadeli ve uzun vadeli planlamalar hayata geçirilmiştir. Ortak olarak işletmeler nakit akış düzenlemeleri, borç alacak denge kurmaları ve üretimin bu dengeye göre düzenlenmesini gerçekleştirmişlerdir. Kültürel mirası koruma amaçlı işletmeler devamlılığını sürdürebilmek adına satışlarını online olarak sosyal medya ya da web siteleri aracılığıyla gerçekleştirmişlerdir.

Bu süreçte işletmeler, tanıtım faaliyetlerine ağırlık vererek ve tanıtım faaliyetlerinde online platformları etkili bir şekilde kullanarak hedef kitleye kolay ulaşım sağlayabilmektedir. Bu durum işletmeler açısından avantajlı bir durumu oluşturmaktadır. Pandeminin sona ermesiyle işletmelerin yaptığı tanıtım faaliyetleri kapsamında ürünlerin tanıtılması, Kastamonu'daki gastronomi ürünlerinin ön plana çıkarılması, insanlara etkili bilgileri kazandırması ve hafızalara kazınması avantajını meydana getirmektedir. Covid-19 sebebiyle işletmelerin karşılaştıkları olumsuz durumları en hafif düzeyde atlatabilmek adına işletmelerin sıkı bir "işletme sürekliliği" politikası uygulamak zorundadırlar. İşletmeler bu politikayı uygularken etkili ve çarpıcı bir şekilde hareket etmeleri gerekmektedir. Bu bağlamda üretimler sipariş üzerine yapılmalı ve fazla hammadde siparişinden kaçınılmalıdır. Hammaddelerin son kullanma süreleri dikkate alınarak fazla hammadde siparişinden kaçınılmalıdır. Üretim yapılan yerlerde hijyene aşırı derecede önem verilmeli ve bu durum müşterilere ispat edilmelidir. Üretim safhası tamamlanmış yiyecek ve içeceklerin satışı için pek çok kişinin çoğunlukla ulaşım sağlayabildiği uygulamalar kullanılmalıdır.

Bu araştırma sonucunda şu önerilere yer verilmektedir;

- İşletmeler pandemi sürecince yaptıkları tanıtım faaliyetlerini pandeminin sona ermesiyle devam ettirmesi işletmelerin ve ürünlerin reklamında önemli bir faktör olabilmektedir.
- İşletmelerin faaliyetlerini sürdürebilmesi adına desteklenmesi ve bu süreci iyi şekilde yönetmesi gerekmektedir.
- Kriz sürecini en az zararla atlatabilmek adına oluşturulan stratejilerin özenle belirlenmesi, başta çalışan sağlığının ön plana alındığı, finansal açıdan işletmelerin nakit akışının sağlandığı, destek ve kredilerden en iyi şekilde faydalandığı uygulamaların hayata geçirilmesi büyük öneme sahiptir.
- Bu kriz sürecinde kamu kurum ve kuruluşları vasıtasıyla verilen desteklerin işletmeler tarafından takip edilmesi ve ekonomik tedbirlerin alınması etkili şekilde yönetmesi gerekmektedir.
- Covid-19 salgını boyunca elde edilen fonlar işletmenin sürekliliği için kullanılmalıdır.
- Bu süreçte çeşitli reklam faaliyetleri belirlenerek gerekli tanıtım planlamaları yapılmalı ve pandemi sonrası için hazırlıklar yapılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, M. (2019). Covid-19 Pandemisinin Türkiye Ekonomisine Etkilerinin Makroekonomik Analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Covid-19 Sosyal Bilimler Özel Sayısı*, 37, 191-221.
- Acar, Y. (2020). Yeni Koronavirüs (COVID-19) Salgını ve Turizm Faaliyetlerine Etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 7-21.
- Ayıttey, F.K., Ayıttey, M. K., Chiwero, N. B., Kamasah, J. S., Dzuovor, C. (2020). Economic Impacts of Wuhan 2019-Ncov on China And The World. *Journal Of Medical*, 92(5), 473-475.
- Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (United Nations World Tourism Organization [UNWTO]). (2021). <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals> Erişim tarihi: 10.04.2021.
- Cinel, E. A. (2020). Covid-19'un Küresel Makroekonomik Etkileri ve Beklentiler. *Politik Ekonomik Kuram*, 4(1), 124-140.
- Can A., Sünnetçioğlu, S., Durlu-Özkaya F. (2012). Yavaş Turizmde Coğrafi İşaretlemenin Önemi. *13. Ulusal Turizm Kongresi*, Antalya, 953-962.
- Can A., Sünnetçioğlu, S., Durlu-Özkaya F. (2013). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü. *Journal Of Gastronomy Studies*, 1(1), 13-20.
- Çeti, B., Ünlüönen, K. (2019). Salgın Hastalıklar Sebebiyle Oluşan Krizlerin Turizm Sektörü Üzerindeki Etkisinin Değerlendirilmesi. *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 22(2), 109-128.
- Çevik, S., Saçlık, M. (2011). Destinasyonun Rekabet Avantajı Elde Etmesinde Gastronomi Turizminin Rolü: Erdek Örneği. *12. Ulusal Turizm Kongresi*, Düzce, 30 Kasım-4 Aralık, 503-515.
- Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organisation [WHO]). (2020). <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020> Erişim Tarihi: 10.05.2021.
- Demirdöğen, O. Yorulmaz, R. (2020). *Kovid-19 Salgınının Dünya Ekonomilerine Etkileri*. Orta Doğu Araştırmaları Merkezi. Türkiye Orsam: Ankara.
- Dilsiz, B. (2010). *Türkiye'de Gastronomi Ve Turizm (İstanbul Örneği)*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İstanbul.
- Dey, I. (1993). *Qualitative Data Analysis: A User-Friendly Guide For Social Scientists*. London: Routledge Publications.
- Eroğlu, E. (2020). Covid-19'un Ekonomik Etkilerinin Ve Pandemiyle Mücadele Sürecinde Alınan Ekonomik Tedbirlerin Değerlendirilmesi. *International Journal of Public Finance*, 5 (2), 211 – 236.
- Gökovalı, U. (2007). Coğrafi İşaretler ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 141-160.
- Işkın M. (2020). *Bir Destinasyonun Gastronomi Turizmine Uygunluğunun Belirlenmesi Üzerine Keşifsel Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi. Sakarya.
- Kıvılcım, B. (2020). Covid-19 (Yeni Koronavirüs) Salgınının Turizm Sektörüne Muhtemel Etkileri. *Usobed Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal Ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(1), 17-27.
- Kivela, J., Crotts J. (2006). Tourism And Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. *Journal of Hospitality And Tourism Research*, 30, 354.
- Kastamonu Ticaret ve Sanayi Odası (2021). <https://www.kastamonutso.org.tr/kastamonu/cografi-isaretlerimiz/> Erişim Tarihi: 10.05.2021
- Mercan, Ş. O., Üzülmöz, M. (2014). Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizm Gelişimindeki Önemi: Çanakkale İli Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), 67-94.

Covid-19 Salgınının Gastronomi Turizm Üzerine Etkisi: Kastamonu Örneği

- Öney, H. (2016). Gastronomi Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 193-203.
- Öner, S. (2018). *Yerel Halkın Gastronomi Turizmine Karşı Farkındalık Ve Tutumu: Kastamonu Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kastamonu Üniversitesi. Kastamonu.
- Özer, Z. E. (25 Ocak 2021). Covid-19 Pandemi Sürecin Gastronomi Üzerine Olan Etkileri. İstanbul Gelişim Üniversitesi. 10.04.2021 tarihinde <https://gsf.gelisim.edu.tr/haber/covid-19-pandemik-surecin-gastronomiye-yansimalari> adresinden erişildi.
- Özatatay, F., Sak, G. (2020). Covid-19'un Ekonomik Sonuçlarını Yönetebilmek İçin Ne Yapılabilir?. *Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırmaları Vakfı*, 12.04.2021 tarihinde <https://www.tepav.org.tr/tr/haberler/s/10098> adresinden erişildi.
- Resmi Gazete* (Sayı: 29944). 6769 Numaralı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun 34. 22/12/2016: Tertip : 5 Cilt : 58. <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6769.pdf> Erişim Tarihi:12.04.2021
- Santich, B. (2004). The Study Of Gastronomy And Its Relevance To Hospitality Education And Training. *Hospitality Management*, 23, 15-24.
- Türk Dil Kurumu (2020). <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 09.05.2021.
- Türkiye Gıda ve Sanayi Dernekleri Federasyonu (2021). *COVID-19 Sonrası Gastronomi & Ev Dışı Tüketim Sektörü*. 15.05.2021 tarihinde <https://akademi.tgdf.org.tr/covid-19-sonrasi-gastronomi-ev-disi-tuketim-sektoru/> adresinden erişildi.
- Tepeci, M. (2018). Coğrafi İşarete Sahip Olan Yöresel Ürün Ve Yemeklerin Manisa'nın Gastronomi Turizminin Gelişimine Katkısı. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, (2)1, 371-389.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2021). <https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/6B3F914C-E72C-437C-8A30-F50C51DE0A23.pdf#:~:text=Co%C4%9Frafi%20i%C5%9Faret%2C%20temel%20olarak%20benzerlerinden,%C3%B6zde%C5%9Fle%C5%9Fmi%C5%9F%20bir%20%C3%BCr%C3%BCn%C3%BC%20g%C3%B6steren%20i%C5%9Farettir.> Erişim Tarihi: 15.04.2021.
- Url-2: <https://kastamonu.ktb.gov.tr/tr-168435/ne-yenir.html>. Erişim Tarihi: 22.06.2021.
- Yılmaz, G. (2017). Gastronomi ve Turizm İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme. *Seyahat Ve Otel İşletmeciliği Dergisi*. 14(2), 171-191.
- Yorulmaz, R., Kaptan, S. (2020). Kovid-19 İle Mücadele Sürecinde Maliye Politikalarının Rolü. *Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Ve Stratejik Araştırmalar (Ulisa)*, 1, 24-30.
- Yurday, Y. İ., Kınır, S. (2019). İstanbul'da Bulunan Birinci Sınıf Restoranların Menülerinin Gastronomi Turizmi Kapsamında Karşılaştırmalı Analizi Üzerine Bir Araştırma: *Tripadvisor Örneği Bartın Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(20), 318-341.
- Yeşildağ, G. N. G., Özata, E., Akkaya, A. (2017). *Gastronomi Üzerine Araştırmalar*. (Ed. Prof. Dr. Düriye Bozok, Prof. Dr. Cevdet Avcıkurt, Doç. Dr. Murat Doğdubay, Yrd. Doç. Dr. Mehmet Sarıoğlan & Yrd. Doç. Dr. Göksel Kemal Girgin). Ankara: Detay Yayıncılık, 175-184.
- Yıldırım, A., H. Şimşek. (2005). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Teknikleri*. Seçkin Yayınları. Ankara.
- Wilson, M.E., Chen, L. H. (2020). Travellers Give Wings To Novel Coronavirus (2019-Ncov). *Journal Of Travel Medicine*, 1-3.