



## Gastronomi Turizmi Perspektifinden Coğrafi İşaretli Ürünlerin Değerlendirilmesi: Maraş Kelle Paçası (Evaluation of Geographical Indication Products from the Perspective of Gastronomy Tourism: Maraş Kelle Paçası)

\* Mehmet GÜL<sup>a</sup>, Özgür KIZILDEMİR<sup>b</sup>, Serdar EGELİ<sup>c</sup>

<sup>a</sup> Muş Alparslan University, Vocational School of Social Sciences, Department of Hotel Restaurant and Catering Services, Muş/Türkiye

<sup>b</sup> Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Sakarya/Türkiye

<sup>c</sup> Sakarya University of Applied Sciences, Graduate School of Education, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Sakarya/Türkiye

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 07.05.2024

Kabul Tarihi: 12.09.2024

### Anahtar Kelimeler

Gastronomi turizmi

Maraş kelle paçası

Coğrafi işaretli ürün

Yöresel mutfak

### Öz

Bu çalışmada, Kahramanmaraş ilinde coğrafi işaret ile tescillenmiş bir ürün olan Maraş Kelle Paçasının tarihi sürecinin araştırılması, hazırlık sürecinin ve diğer kelle paçalarından ayrılan özelliğini tespit edilmesi ve gastronomi turizmine olan etkilerini belirlemek amaçlanmıştır. Bu amaçla Maraş Kelle Paçasının üretim ve satışını yapan 10 tane işletmeye ziyaretler yapılmış ve nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz yöntemi kullanılarak işletme sorumluları ile yarı yapılandırılmış görüşme yapılmıştır. Görüşmeler ve yerinde yapılan gözlemlerle Maraş Kelle Paçasının üretim ve tüketim sürecinde uygulanan teknik ve yöntemler detaylı olarak belirlenmiştir. Katılımcıların tamamı Maraş Kelle paçasının en temel özelliğinin Kahramanmaraş iline ait diğer tescilli ürünleri olan Maraş Sumak Ekşi Akıtı ve Maraş Kırmızı Pul Biberiyle tatlandırılarak sunulması ve sadece küçükbaş hayvan kellesi kullanıldığını ifade etmişlerdir. Ayrıca Maraş Kelle Paçasının, yöresel ürünler içerisinde dondurmadan sonra ki en önemli gastronomik ürün olduğu ve tanıtıcı faaliyetlerin artırılması ve gastro-turistlere tattırılması ile gastronomi turizmine katkı sunabileceği öngörülmektedir.

### Keywords

Gastronomy tourism

Maraş kelle paça

Geographically indicated product

Local cuisine

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

### Abstract

In this study, it was aimed to investigate the historical process of Maraş Head Trotter, which is a product registered with a geographical indication in the province of Kahramanmaraş, to determine its preparation process and its distinguishing feature from other head trousers, and to determine its effects on gastronomy tourism. For this purpose, visits were made to 10 businesses that produce and sell Maraş Kelle Trousers and semi-structured interviews were held with the managers of the businesses using the descriptive analysis method, one of the qualitative research methods. Through interviews and on-site observations, the techniques and methods applied in the production and consumption process of Maraş Kelle Trousers were determined in detail. All participants stated that the most basic feature of Maraş Kelle trotter is that it is served flavored with Maraş Sumac Sour Liquid and Maraş Red Chili Pepper, which are other registered products of Kahramanmaraş province, and that only small cattle heads are used. In addition, it is envisaged that Maraş Kelle Trotter is the most important gastronomic product after ice cream among local products and that it can contribute to gastronomy tourism by increasing promotional activities and making it tasted by gastro-tourists.

\* Sorumlu Yazar

E-posta: m.gul@alparslan.edu.tr (M. Gül)

DOI: 10.21325/jotags.2024.1461

## GİRİŞ

Son zamanlarda dünya nüfusunda yaşanan hızlı artış yiyecek-ıcecek ürünlerine olan talebin artmasına da sebep olmaktadır. Yaşanan bu durum neticesinde: turizm sektörü üzerinde de ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak önemli değişimler göstermeye başlamıştır (Bilge, Demirbaş & Artukluoğlu, 2019). Bu değişimlerle birlikte turizm sektörü farklı arayışlara yönelmiştir. Turizm faaliyetlerine katılan tüketiciler sıradan aktivitelerden uzaklaşarak doğayla iç içe olmak, doğal ve yöresel lezzetleri yerinde tatmak ve yeni kültürel deneyimler yaşamak istemektedir (Kaypak, 2012). Bu durum sonucunda ise alternatif turizm türlerine olan merak ve talep her geçen gün artmaktadır (Galati vd., 2021). Alternatif turizm türlerinden biri olarak ortaya çıkan gastronomi turizmi, destinasyonların sürdürülebilirliği ve destinasyon imajı ve tanıtılması bakımından önemli bir turizm türü olarak görülmektedir. Bu turizm türüne olan ilginin artmasıyla birlikte gastronomi turizmi kavramı ve sürdürülebilir gastronomi turizmi günümüzde en önemli turizm türü haline gelmeye başlamıştır (Aksoy & Sezgi, 2015; Zengin & Şeyhanlıoğlu, 2019).

Gastronomi turizmi aracılığıyla, destinasyonlar sahip olduğu yöresel yiyecek ve ıceceklerin tanıtım ve pazarlanması, rakip destinasyonlara göre farklılık yaratma ve bünyesinde bulundurmuş olduğu ürünlerin coğrafi işaret tescili almasına önemli katkılar sunmaktadır (Polat, 2017). Coğrafi işaret kavramı, yöresel yemeğin belirli bir bölgede belirgin bir nitelik taşımanın yanı sıra üretildiği bölgeye özgü karakteristik özellikler de sergilediğini gösteren işaretlere verilen isimdir (Karaca, 2016; Hazarhun & Tepeci, 2018; Baran & Karaca, 2021). Coğrafi işaret uygulaması ile birlikte yöresel ürünlerin kendine özgü üretim ve sunum yöntemleri, sürdürülebilirliği ve destinasyona ait olduğu tespit edildiği için gastronomi turizmi ile coğrafi işaretli ürünler birbirleri ile yakın ilişki içerisinde yer almaktadır (Kan vd, 2012). Coğrafi işaret, yöreye ait ürünlerin sürdürülebilirliğini benimseyerek ekonomik ve kültürel olarak yörenin markalaşmasına da katkı sağlamaktadır (Kan & Gülçubuk, 2008; Rodrigo & Veiga, 2016). Ayrıca günümüzde gastronomi turizminin ön plana çıkması ve doğal ürünlere olan ilginin artması sonucu coğrafi işaretli ürünler destinasyonlar için önemli bir unsur olarak görülmeye başlamıştır (Birch & Emery, 2020).

Yiyecek-ıcecek kültürü her toplumda bölgelere ve zamana göre farklılık gösterebilmektedir. (Solmaz & Dülger-Altuner, 2018). Coğrafi işaretli ürünler; yörenin yemek kültürünün zaman içerisinde kaybolmaması, gelecek nesillere doğru bir şekilde aktarılması, mutfak kültürünün sürdürülmesi ve korunması açısından önemli bir aracı unsurdur (Küçükyaman, Demir & Bulgan, 2018). Kelle Paça, bölge ve çevresinde sıklıkla tüketilen bir ürün olmasına rağmen gastronomik unsurlar ve coğrafi işaretli ürünlerin ülke genelinde popülerliği son dönemlerde tanıtım faaliyetleri ile artmaya başlamıştır. Birçok ilde kelle paça çorbası yapılırsa da Maraş Kelle Paçasının diğerlerinden ayrılan en önemli özelliği Kahramanmaraş iline ait diğer coğrafi işaret tescilli ürünü olan Maraş Sumak ekşisi ile birleştirilerek sunulmasıdır. Üretim yöntemi birçok bölge de üretilen kelle paça çorbasıyla benzerlik gösterse de sunum ve lezzet bakımından ayrılmaktadır. Maraş Kelle Paçasının yanında Maraş Sumak Ekşi Akıtı ve sarımsak karışımı ile tüketilmektedir. Son dönemlerde ise kelle paça işletmeleri kelle paçanın yanında fırında beyin kavurma seçeneğini de tüketiciye sunmaktadır. Dolayısıyla Kahramanmaraş mutfak kültüründe önemli bir yere sahip olan Maraş Kelle Paçasının hem şehrin marka imajı bakımından hem de gastronomi turizmi açısından yöresel lezzetlere ilgi duyan gastro-turistlerin ilgileneceği önemli bir coğrafi işaretli gastronomik bir üründür.

Araştırma da gastronomik değer olarak coğrafi işaret almış yöresel ürün ile gastronomi turizmi arasındaki ilişki incelenmeye çalışılmıştır. Bu açıdan araştırmanın, Maraş Kelle Paçasının diğer kelle paçalardan ayıran özelliklerinin

ortaya çıkarılması düşünülmektedir. Diğer bir amaç ise; Kahramanmaraş ilinin zengin mutfak kültürü içerisinde coğrafi işaretli ürünlerinden birisi olan Maraş Kelle Paçasının üretim ve sunum faaliyetlerinin devam ettirilmesi, sürdürülebilir gastronomi kapsamında öneminin vurgulanması ve üretim faaliyetlerini tespit etmektir. Ayrıca elde edilecek sonuçların ve getirilecek önerilerin Kahramanmaraş'ta yaşayan yerel halk ve bölgeye turizm amaçlı gelen gastro-turistlerin öncelikli tercih ettiği yöresel lezzetlerden bir tanesi olan Maraş Kelle Paçasının ilgili literatüre katkıda bulunması açısından da araştırma önemli bir yer tutmaktadır.

## Kavramsal Çerçeve

### Gastronomi Turizmi ve Coğrafi İşaret

Günümüzde gıda sadece günlük yaşantımızı devam ettirecek temel bileşenin yanı sıra gastronomi turizminde de önemli bir bileşen olmaya başlamıştır (Lochman, 2021). Ayrıca gıdalar gastronomi, tanıtım ve sürdürülebilirlik ilkesi bakımından destinasyonlar için önemli bir belirleyici unsur olarak ifade edilmektedir (Rinaldi, 2017; Gálvez vd, 2017). Bu açıdan gastronomi, destinasyonların ayrıştırılmasında (Ann & Tony, 2019) imaj yaratılmasında (Vázquez Martinez vd, 2019) ve tanıtımında (UNWTO, 2017) önemli bir stratejik yapı olarak karşımıza çıkmaktadır. Gastronomi, destinasyonda yer alan gastronomik değerlerin sürdürülebilirliği açısından ise kendi bünyesinde yöresel kaynaklara ve yöresel uzmanlık alanlarına sahip olması gerekmektedir (Bayram, 2023). Ayrıca turistlerin yöresel ürünlere olan merakları gastronomi turizmine olan önemini ortaya çıkarırken, bu ürünlerin sürdürülebilirliğini sağlamak ve gelecek kuşaklara aktarabilmek de önemli bir noktayı ifade etmektedir (Pamukçu vd., 2021). Sürdürülebilir gelişmenin başlatılması sürecinde ilk olarak yörede hizmet veren üreticilerin desteklenmesi, kırsal alanların alt ve üst yapı olarak canlandırılması, ürünlerin özelliklerinin korunarak sürdürülebilirliğinin sağlanması noktasında coğrafi işaretleme uygulaması son zamanlarda ilgi çekici olmaya başlamıştır (Sabur ve Güneş, 2022). Dolayısıyla destinasyon yönetimleri gastronomi değerlerinin sürdürülebilirliğini sağlamak ve destinasyon imajını ortaya çıkarabilmek adına bölgelerinde bulunan değerli ürünlerin coğrafi işaret tescilini almak için çalışmalarını artırmıştır. (Pamukçu vd., 2021).

Coğrafi işaret terimi Dünya Ticaret Örgütü tarafından hazırlanan Sınai mülkiyet haklarından tescil ve denetim süreçleri üzerine hazırlanmış olan bu çalışmada coğrafi işaret kavramı üzerinde durulmuş, “Bir ürünün kalitesinin, adının veya diğer kendine has özelliklerinin esas olarak coğrafi menşesine atfedildiği durumlarda, bir ürünün menşesinin herhangi bir ülkede bir bölge veya yer olduğunu gösteren işaretler” anlamında kullanılmıştır (Trips, 1994; Cei vd, 2018). Başka bir ifadeyle bir ürünün kendine ait niteliği, kendine özgü bir özelliği veya bir bölge ile özdeşleşmişliğini ifade eden işaretlerdir (Türk Patent Enstitüsü, 2022). “Menşe Adı” ve “Mahreç İşareti” olmak üzere iki gruba ayrılan coğrafi işaretleme ürünleri bulunmaktadır. Bunlar; (Ören & Ören Şahin, 2019; Usta & Şengül, 2022).

Menşe adı: Bir yöreye ait ürünün incelenmesi sonucunda ürünün bütün işlevselliği ile belirli bir coğrafi bölgenin unsurlarını taşıdığı durumlar olarak ifade edilmektedir. Bu ürünün ortaya çıkarılması, ham madde haline ulaştırılması ve ürün üzerine yapılacak işlemlerin tümü belirli bir coğrafi alanın içerisinde temsil edilmesi gerekmektedir (Likudis, 2016). Türkiye’de Antep Fıstığı, Kayseri Pastırması, Finike Portakalı, Afyon Kaymağı, Gemlik Zeytini gibi ürünler menşe işareti ile tescillenmiş ürünlerden bazılarıdır (Türk Patent Enstitüsü, 2024).

Mahreç işareti: Bir ürünün kendine ait özellikleri veya diğer unsurları aracılığı ile belirli bir coğrafi yöreye adanmış olan; üretim, hazırlama yada diğer unsurlardan en az bir tanesinin veya daha fazla unsurlarının işaretlenmiş coğrafi alan içinde faaliyet göstermesi gereken ürünlerin söz konusu olduğu coğrafi işaretlere denilmektedir (Dias & Mendes, 2018; Usta & Şengül, 2022). Türkiye’de Antep Baklavası, Hamsiköy Sütlacı, Maraş Dondurması, Adana Kebabı, Antalya Piyazı, Afyon Lokumu, Maraş Kelle Paça gibi ürünler mahreç işareti ile tescillenmiş ürünlerden bazılarıdır (Türk Patent Enstitüsü, 2024). Menşe ürünler ile mahreç işaretli ürünler arasındaki temel farklar aşağıdaki gibi Tablo’1 de açıklanmıştır (Oğuz, 2016).

**Tablo 1.** Menşe Adı ve Mahreç İşaretli Ürünler Asındaki Farklar

Menşe Adı	Mahreç İşareti
○ Ürünün bir bölgeye, bir destinasyona ya da o ülkeye özgü bir ürün olması.	○ Belirli bir bölgeye özgü bir ürün olması.
○ Ürünün bütün özellikleriyle ya da tüm unsurları ile bu yöreye özgü olması.	○ Ürünün sadece belirgin bir özelliğinin bölgeden oluşması.
○ Ürüne uygulanacak bütün işlemlerin belirli bölgede yapılması.	○ Ürünün bulunduğu bölgede üretiminde kullanılan uygulamalardan en az birinin yapılması.

**Kaynak:** (Oğuz, 2016)

Tablo 1’de görüldüğü üzere Menşe İşaretli ürünler ile Mahreç işaretli ürünleri birbirinden ayıran en belirgin özellik, menşe işaretli ürünün belirli bir bölgede yapılması, Mahreç işareti ile tescillenmiş ürünlerin ise; diğer bir bölgede üretiminin yapılmasıdır. Diğer bir ifadeyle ürünün başka bir yerdeki üretiminde, üretim yöntemlerinin birebir kullanılması gerekmektedir (Taşdan vd, 2014). Tablo 2’ de ise Kahramanmaraş iline ait coğrafi işaretli gastronomi ürünleri gösterilmektedir.

**Tablo 2.** Kahramanmaraş İline Ait Coğrafi İşaret ile Tescillenmiş Gastronomi Ürünleri

<u>1.Ürün Adı</u>	<u>2.Tescil Tarihi</u>	<u>3.Tescil Türü</u>	<u>3.Yer</u>
Maraş Kelle Paçası	2021	Mahreç İşareti	Merkez
Maraş Dondurması	2018	Mahreç İşareti	Merkez
Maraş Tarhanası	2012	Mahreç İşareti	Merkez
Maraş Çöreği	2018	Mahreç İşareti	Merkez
Çağlayancerit Cevizi	2013	Menşe Adı	Çağlayancerit
Afşin Koçovası Sarımsağı	2021	Menşe Adı	Afşin
Maraş Sumak Ekşisi Akıttı	2018	Mahreç İşareti	Merkez
Maraş Parmak /Sıkma Peyniri	2021	Mahreç İşareti	Merkez
Maraş Biberi	2003	Menşe Adı	Merkez
Andırın Tirşiği	2013	Mahreç İşareti	Andırın
Maraş Samsası	2023	Mahreç İşareti	Merkez
Maraş Eli Böğünde/Maraş Yanyana	2022	Mahreç İşareti	Merkez
Maraş Ravanda Şerbeti	2022	Mahreç İşareti	Merkez
Andırın Andız Pekmezi	2022	Mahreç İşareti	Merkez
Elbistan Kelle Peyniri	2023	Mahreç İşareti	Merkez
Maraş Bertiz Kabarcık Üzümü	2023	Mahreç İşareti	Merkez
Kahramanmaraş Çiriş Böreği	2024	Mahreç İşareti	Merkez
Maraş Ekşili Çorba	2023	Mahreç İşareti	Merkez

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

Kahramanmaraş iline ait olan coğrafi işaretli ürünler detaylı bir şekilde incelendiğinde; internet kaynakları ve Türk Patent ve Marka Kurumu verilerinde yer alan, coğrafi işaretli gastronomi ürünleri kısmından yararlanılmıştır. Tescilli coğrafi işaretli ürünler incelenirken; tescil tarihi, yeri ve coğrafi işaret sınırları göz önünde bulundurulmuştur. Kahramanmaraş ilinin gastronomik ürün olarak tescillenmiş ürünlerin yer aldığı Tablo 2’de gösterilmiştir. Bu tabloya

göre 2024 yılı itibariyle 15 adet Mahreç işaret ve 3 adet Menşe adı olan toplam 18 adet gastronomi ürünü coğrafi işaret tescilli almıştır. Bu verilerden yola çıkarak Kahramanmaraş ilinin mutfak kültürünün gelişmesinde ve sürdürülebilirliği bakımından coğrafi işaretin oldukça önemli olduğunu ifade etmek mümkündür.

### **Kahramanmaraş Yöresel Mutfağı ve Kelle Paçası**

Kahramanmaraş ili birçok kültür, medeniyet, toplum ve uygarlıklara ev sahipliği yapmış ve önemli olayları bünyesinde bulunduran bir yerleşim yeridir (Eker, 2013; Dayısoylu vd., 2017; Aldıoğlu, 2022). Kahramanmaraş ili tarih boyunca farklı kültürlerle ev sahipliği yapmasından dolayı zengin yemek kültürüne sahiptir. Kahramanmaraş mutfağında hamur yemekleri, bulgur içerikli köfteler ve diğer yemek türlerinde et kullanımı ön plana çıkmaktadır. İlin genel olarak yemekleri etli-nohutlu, ekşili-sebzeli olmak üzere iki ana bölümden oluşmaktadır. Ayrıca soslu yemeklerinde nohut ve sumak (ekşi akıtı) ağırlıklı olarak kullanılmaktadır. İlin yemek kültüründe ön plana çıkan bir diğer özellik ise yemeklerde baharatların ağırlıklı olarak kullanılmasıdır. Kırmızıbiber (toz ve pul) olarak tüketilen Maraş Biberi, sumak ekşi akıtı, kekik, nane, reyhan, soğan, sarımsak vb. baharatların yemeklerde önemli bir yeri vardır. Özellikle ilin yemek kültüründe Maraş kuru dolma, ekşili kabak sulusu, ekşili çorba ve ekşili aya sulusu gibi yemeklerin hazırlanmasına öncülük eden sumak (ekşi akıtının) ön planda kullanıldığı görülmektedir (Aldıoğlu, 2022).

Maraş Kelle Paçasının: Kahramanmaraş ilinin zengin mutfak kültürü içerisinde bulunan ve 2021 yılında Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından Mahreç işareti ile tescillenmiş, Maraş Kelle Paçasının geçmişi Anadolu Selçuklular dönemi ve Saray mutfağına kadar uzanarak Kahramanmaraş mutfak kültürü içerisinde önemli bir yer tutmaktadır.



**Fotoğraf 1.** Maraş Kelle Paça Bölümleri. Araştırmacı tarafından fotoğraflanmıştır.

Kelle paça ülkemizde birçok ilde kendine özgü yöntem ve tekniklerle yapılmaktadır. Ancak Maraş Kelle Paçasını diğerlerinden ayıran en belirgin özelliği ilin bir diğer tescilli ürünü olan Maraş Sumak (Ekşi Akıtı) sarımsakla birleştirilerek ağırlıklı olarak kullanılmasıdır (Türk Patent Enstitüsü, 2023).



**Fotoğraf 2.** Maraş Sumak Ekşi Akıtı

Maraş Kelle paçasının ayrılan diğer bir özelliği ise: genellikle koyun veya keçi kellesi olarak küçükbaş hayvanın tercih edilmesidir. Pişirme süresi olarak kelle ve paça (ayak kemikleri) belirli miktar su ile ağır ateşte en az 12 saat pişirilmektedir. Servisten önce ise; (siyah, yanak, beyin, dil, paça) olmak üzere parçalara ayrıldığı ve özel bakır tabaklarda yüksek ısıdaki paça suyu ile ısıtılarak servise sunulmaktadır. Ayrıca tüketiciler toz biber yağı, sumak ekşi akıtı ve sarımsak ile tatlandırılarak ürünü tüketmektedirler. (Aldıoğlu, 2022).



**Fotoğraf 3.** Maraş Kelle Paça Çorbası

## Yöntem

Kahramanmaraş mutfak kültüründe coğrafi işaret ile tescillenmiş ve ilin yemek türleri içerisinde önemli bir yere sahip olan Maraş Kelle Paçasının Kahramanmaraş mutfağındaki yeri ve önemi, ne kadar süredir yapıldığı ve sürdürülebilirliğinin tespit edilmesi çalışmanın amaçlarından. Aynı zamanda Maraş Kelle Paçasının geleneksel uygulama aşamaları kayıt altına alınarak, bu geleneksel yemeğin gelecek nesillere aktarımı sağlanarak unutulmasının önüne geçmek hedeflenmiştir. Bunlara ek olarak Kahramanmaraş ilinin gastronomi literatürünün genişletilmesine katkı sağlamak, mutfak kültürünün zenginliğini ortaya koymak ve ilin gastronomisinin tanıtımının önünü açmak çalışmanın amaçları arasındadır

## Veri Toplama Araçları Verilerin Toplanması

Araştırmada derinlemesine bilgi toplamak için nitel araştırma desenlerinden “Durum Çalışması” modeli kullanılmıştır. Durum çalışması; “araştırmacının zaman içerisinde sınırlandırılmış bir veya birkaç durumu çoklu

kaynakları içeren veri toplama araçları (gözlemler, görsel-ışitseller, görüşmeler, raporlar, dokümanlar) ile derinlemesine incelediği, durumların ve duruma bağlı temaların tanımlandığı nitel bir araştırma yaklaşımıdır” (Creswell & Tashakkori, 2007; Miral Çavdırılı & Adan Gök, 2020; Subaşı & Okumuş, 2017).

Araştırma 25/04/2024- 25/05/2024 tarihleri arasında Kahramanmaraş'ta yaşayan ve kelle paça üzerine üretim ve satış yapan 10 işletme ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Nitel araştırma modellerinden, betimsel analiz kullanılarak tasarlanan çalışmada verilere ulaşabilmek için görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırmaya katılım sağlayan üreticilerle yapılan görüşmeler ortalama 25-30 dakika arasında sürmüştür. Görüşmeye katılan katılımcıların kişisel bilgileri gizli tutulması beyan edilerek görüşme soruları cevaplanmış ve görüntü kayıtları alınmış, verdikleri yanıtlar da görüşme formuna yazılmıştır.

Araştırma iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerine yönelik bilgiler yer alırken ikinci bölümde ise Maraş Kelle Paça hakkında genel bilgiler ve tüketimine yönelik sorular yer almaktadır. İlgili literatür taraması yapılarak görüşme için yarı yapılandırılmış mülakat tekniği tercih edilmiştir. Bu teknik kullanılmasıdaki en temel amaç ise araştırma konusu ile ilgili daha önceleri çok fazla verinin olmaması ve mevcut kelle paça üreticilerinden daha detaylı bilgiler alınmak istenmesidir. Veri toplama yöntemi olarak görüşme, gözlem, basılı görsel ve web sitesi inceleme tekniği de kullanılmıştır (Ekiz, 2009). İşletme sorumluları ile yapılan görüşme de ise kartopu örnekleme yöntemiyle belirlenen 10 kişi araştırma kapsamına alınmıştır. Nitel araştırmalarda çokça kullanılan görüşme tekniği ile verilere ulaşırken örneklem 6-12 kişilik gruplar şeklinde belirlenmesi tercih edilmektedir. Bu yaklaşımın temel sebebi, elde edilen verilerin açık, hatasız ve kolay bir biçimde analiz edilebilmesidir (Corbin & Strauss, 2015). Bu örnekleme yöntemi de örneklem için potansiyel işletmelerin çok olmasından dolayı (Gürbüz & Şahin, 2017) tercih edilmiştir.

Araştırma evreni Kahramanmaraş ili merkezinde yer alan Maraş Kelle Paça üretim ve satışı yapan işletmeler içerisinden kartopu yöntemi ile seçilmiştir. Araştırma soruları için, Şimşek, A. (2021) Gastronomik Miras: Kelle (Sivas) üzerine yapılmış olan çalışmadan yararlanılmıştır. Araştırmaya katılan katılımcılara uygulanacak olan yarı-yapılandırılmış görüşme soruları aşağıdaki gibidir;

**Tablo 3.** Araştırmada Kullanılan Görüşme Soruları

1. Kaç yıldır kelle paça işi yapıyorsunuz?
2. Kelle paçanın geçmişi hakkında bilginiz var mı?
3. Şehir dışından kelle paça siparişi var mıdır?
4. Günde ortalama kaç tane kelle paça satıyorsunuz?
5. Kelle paçayı günün hangi vakitlerinde daha çok satıyorsunuz?
6. Üretim aşamasını anlatır mısınız?
7. Tüketicilere ne gibi tavsiyeleriniz vardır?

Görüşme sırasında araştırmacı tarafından notlar tutulmuş ve fotoğraflar çekilmiştir. Kelle Paça üreticileri ile yapılan görüşmede toplanan veriler betimsel analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir. Betimsel analiz, bir konunun doğrudan resmedilmesi, tanımlanabilmesi ve açıklanabilmesi üzerine yapılan bir araştırma yöntemidir (Ekiz, 2009).

## Bulgular ve Tartışma

Araştırmanın bu kısmında görüşmeye katılan katılımcılar ile yapılan görüşmelerde ortaya çıkan görüşme sorularına verilen cevaplara yer verilmiştir. Katılımcıların bilgileri gizli tutulacağından her katılımcı için bir kod

verilmiştir (K1, K2, K3....). Bu çerçevede görüşmeye katılan katılımcıların demografik özellikleri Tablo 4'te verilmiştir.

**Tablo 4.** Katılımcılara Ait Tanımlayıcı Bilgiler

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Öğrenim	Meslek
K1	Erkek	25	Lisans	İşletmeci
K2	Erkek	35	Lise	İşletmeci
K3	Erkek	45	Ortaokul	İşletmeci
K4	Erkek	54	Ortaokul	İşletmeci
K5	Erkek	57	Ortaokul	İşletmeci
K6	Erkek	60	İlkokul	İşletmeci
K7	Erkek	65	İlkokul	İşletmeci
K8	Erkek	53	Ortaokul	İşletmeci
K9	Erkek	56	Lise	İşletmeci
K10	Erkek	49	Lise	İşletmeci

Demografik özelliklerin bulunduğu tablo'4 incelendiğinde görüşmeye katılan katılımcıların hepsinin erkek olduğu, öğrenim durumlarının ağırlıklı olarak ilkokul ve ortaokul olarak görülmektedir. Katılımcılara sorulan diğer sorularda ise yaşları ile bu sektörde çalışmış oldukları pozisyonlar üzerine sorular sorulmuştur. Alınan cevaplarda bir tanesi sadece 25 yaşında olduğunu ve çoğunluğunun yaş aralığı 45-60 arası olduğunu ifade etmişlerdir.

Araştırma için yapılan işletme ziyaretlerinde katılımcılara ikinci bölümde yer alan görüşme soruları yöneltilmiştir. Bunun sonucunda elde edilen bulgular ışığında, işletmede bulunan sorumlu şeflerle yapılan görüşmelerde Maraş Kelle Paça hakkında bilgi sahibi olduğu, bunun yanı sıra gastronomi turizmine yönelik girişimleri ile ilgili örneklerle detaylı bir biçimde bilgi verdikleri görülmüştür. Bu çerçevede görüşmeye katılan katılımcıların görüşme sorularına vermiş oldukları cevaplar aşağıdaki gibidir;

Katılımcılara ilk olarak "Kaç yıldır kelle paça işi yapıyorsunuz?" sorulmuştur. Maraş Kelle Paça üreten işletmelerin sahipleriyle yapılan görüşmelerde elde edilen bulgulara göre, çoğunlukla küçük yaşlarda esnaf lokantalarında çıraklık pozisyonunda başlayarak çalıştıklarını ve ortalama 7-55 yılları arası yaptıklarına yönelik bulgular elde edilmiştir. Katılımcıların %50'i (5 kişi) Maraş Kelle Paça üretimi hakkında 7-40 yıllık tecrübelerinin olduğunu ve %50'i (5 kişi) de 40 yıldan fazla süredir bu işi yaptıklarını ifade etmişlerdir. Bu bağlamda bazı katılımcıların görüşlerine tablo 5'te yer verilmektedir.

**Tablo 5.** Katılımcıların Kelle Paçayı Yapma Süresine İlişkin Cevapları

Katılımcı	Katılımcı Yanıtları
K1	7
K2	17
K3	30
K4	44
K5	46
K6	45
K7	55
K8	44
K9	37
K10	39

Katılımcılara sorulan diğer bir soruda "Kelle paçanın geçmişi hakkında bilginiz var mı?" yönelik sorulmuştur. Maraş Kelle Paça üreten işletmelerin sorumlularıyla yapılan görüşmelerde elde edilen bulgulara göre, Maraş Kelle Paçanın geçmişi Anadolu Selçuklular dönemine kadar uzandığını ve Osmanlı Saray Mutfağından günümüze kadar



geldiğini ve hepsi kelle paçanın geçmişi hakkında bilgiye sahip olduklarını ifade etmişlerdir. Bu bağlamda bazı katılımcıların görüşlerine tablo 6' da yer verilmektedir.

**Tablo 6.** Katılımcıların Maraş Kelle Paçasının Geçmişi Hakkında Bilgi Düzeyine İlişkin Cevapları

Katılımcı	Katılımcı Yanıtları
K1	Evet
K2	Evet
K3	Evet
K4	Evet
K5	Evet
K6	Evet
K7	Evet
K8	Evet
K9	Evet
K10	Evet

Katılımcılara yöneltilen üçüncü soruda “Şehir dışından kelle paça siparişi var mıdır?” yönelik sorulmuştur. Maraş Kelle Paça üreten işletmelerin sahipleriyle yapılan görüşmelerde elde edilen bulgulara katılımcıların hepsi (10 kişi) Maraş Kelle Paçanın yerel halk tarafından oldukça fazla tüketildiği ve son dönemlerde gastronomi turizminin gelişmesiyle şehir dışından da taleplerin de her geçen gün arttığını ifade etmişlerdir. Bu bağlamda bazı katılımcıların görüşlerine tablo'7 de yer verilmektedir.

**Tablo 7.** Katılımcıların Maraş Kelle Paçasının Şehir Dışından Sipariş Sürecine İlişkin Cevapları

Katılımcı	Katılımcı Yanıtları
K1	Evet
K2	Evet
K3	Evet
K4	Evet
K5	Evet
K6	Evet
K7	Evet
K8	Evet
K9	Evet
K10	Evet

Katılımcılara yöneltilen dördüncü soruda “Günde ortalama kaç tane kelle paça satıyorsunuz?” yönelik sorulmuştur. Maraş Kelle Paça üreten işletmelerin sahipleriyle yapılan görüşmelerde elde edilen bulgulara göre, Maraş Kelle Paça satışının havalanın sıcak olduğu dönemlerde taleplerin azaldığı ama yılın her ayında tüketildiğini buna bağlı olarak günde ortalama 200-350 porsiyon satıldığını ifade etmişlerdir. Bu bağlamda bazı katılımcıların görüşlerine tablo 8' de yer verilmektedir.

**Tablo 8.** Katılımcıların Maraş Kelle Paçasının Satılma Düzeylerine İlişkin Cevapları

Katılımcı	Cevaplar
K1	200-250 adet
K2	200-250 adet
K3	200-250 adet
K4	200-300 adet
K5	200-250 adet

**Tablo 8.** Katılımcıların Maraş Kelle Paçasının Satılma Düzeylerine İlişkin Cevapları (devamı)

<b>K6</b>	220-250 adet
<b>K7</b>	300-350 adet
<b>K8</b>	300-350 adet
<b>K9</b>	250-300 adet
<b>K10</b>	300-350 adet

Katılımcılara yöneltilen beşinci soruda “Kelle paçayı günün hangi vakitlerinde daha çok satıyorsunuz?” yönelik sorulmuştur. Maraş Kelle Paça üreten işletmelerin sahipleriyle yapılan görüşmelerde elde edilen bulgulara göre, genellikle 24 saat hizmet üzerine çalıştıklarını bu yüzden başlangıç ve bitiş saatlerinin olmadığını bildirmişlerdir. Ayrıca tüketimin sabahları daha çok 05:00-08:00 saatleri arası, akşamları ise çoğunlukla 22:00-24:00 saatleri arası olduğu görülmektedir. Bu bağlamda bazı katılımcıların görüşlerine tablo 9’da yer verilmektedir.

**Tablo 9.** Katılımcıların Maraş Kelle Paçasının Günün Hangi Saatlerinde Tüketilmesine İlişkin Cevapları

<b>Katılımcı</b>	<b>Katılımcı Yanıtları</b>
<b>K1</b>	Sabah (7-9) saatleri arası, Akşam (22-24) saatleri arasındır.
<b>K2</b>	Sabah (6-8) saatleri arası, Akşam (22-02) saatleri arasındır.
<b>K3</b>	Sabah (6-9) saatleri arası, Akşam (24-06) saatleri arasındır.
<b>K4</b>	Sabah (7-8) saatleri arası, Akşam (22-23) saatleri arasındır.
<b>K5</b>	Sabah (6-8) saatleri arası, Akşam (23-24) saatleri arasındır.
<b>K6</b>	Sabah (7-10) saatleri arası, Akşam (20-24) saatleri arasındır.
<b>K7</b>	Sabah (6-9) saatleri arası, Akşam (21-24) saatleri arasındır.
<b>K8</b>	Sabah (5-7) saatleri arası, Akşam (23-02) saatleri arasındır.
<b>K9</b>	Sabah (6-7) saatleri arası, Akşam (22-24) saatleri arasındır.
<b>K10</b>	Sabah (6-9) saatleri arası, Akşam (21-24) saatleri arasındır.

Katılımcılara yöneltilen altıncı soruda “Üretim aşamasını anlatır mısınız?” yönelik sorulmuştur. Maraş Kelle Paça üreten işletmelerin sahipleriyle yapılan görüşmelerde elde edilen bulgulara göre, üretimde Maraş Kelle Paçasında küçük baş kelle kullanıldığı, yaklaşık 3 saat geniş kaplarda suda bekletilerek istenmeyen kan ve yabancı maddelerden arındırıldığı ve daha sonra kolay pişirilmesi ve kemikte bulunan ve sağlık açısından son derece faydalı olan iliğinin suya geçmesi için kırıldıktan sonra tencereye koyularak su eklenir ve pişirilmeye hazır hale getirilir. Kelle ve paçaları pişirme sıcaklığı ortalama 200-220 °C arasında olup pişirmenin ilk 1-1.30 dakika arasında kazan suyu üzerinde biriken ve yıkama işlemiyle arındırılmayan kan ve yabancı maddeleri içeren köpük (kef) alınarak haşlanır. Daha sonra sıcaklık yaklaşık 100-120 °C’ye düşürülüp ortalama 10-12 saat boyunca demlenerek pişirilir. Etin sertleşmesini önlemek amacıyla tuz, pişirmenin son 30 dakikasında ilave edilir. Bu bağlamda bazı katılımcıların görüşlerine tablo 10’da yer verilmektedir.

**Tablo 10.** Katılımcıların Maraş Kelle Paçasının Üretimi Üzerine Bilgi Düzeylerine İlişkin Cevapları

Katılımcı	Katılımcı Yanıtları
K1	• Küçük baş hayvan kellerin kasaplardan tedarik edilmesi,
K2	• 3-4 saat temiz suda kan ve yabancı maddelerin arındırılması,
K3	• Kırılma ve detaylı tekrar yıkama,
K4	• Temiz suda 200 °C’de yaklaşık 1 saat kaynatma,
K5	• Kaynadıktan sonra pis kanlardan çıkan “kef” alma,
K6	• Kazandan su dökülüp tekrar kellerin boyunu geçecek şekilde temiz su doldurma,
K7	• 100-150°C’de demleme yöntemiyle 10-12 saat pişirme,
K8	• Et sertleşmesine engel olmak ve tuz oranını ayarlamak adına tuz son 1 saat içinde eklenir,
K9	• Pişen kelleleri süzme ve temiz kaplara alma,
	• Keller yanak, beyin, dil, ayak, göz vb. parçalara ayrılma işlemi,
K10	• Müşteri isteğine göre porsiyonlama,
	• Porsiyon üzerine müşteri tercihine göre Sarımsaklı Maraş Sumak Ekşi Sos ve yağlı Maraş biberi ekleme, (tercihen karışık paça ve ekşili-yagli) olması önerilir.

Katılımcılara yöneltilen son soruda “Tüketicilere ne gibi tavsiyeleriniz vardır?” yönelik sorulmuştur. Maraş Kelle Paça üreten işletmelerin sahipleriyle yapılan görüşmelerde elde edilen bulgulara göre, yerel halkın çoğunluğunun kelle paçanın nasıl tüketileceği hakkında bilgi sahibi olduklarını ama dışarıdan gelen veya kelle paçayı az tüketenler için karışık paçayı tavsiye etmektedirler. Bunun sebebi ise karışık Maraş Kelle Paçanın içerisinde yer alan ayak, beyin, dil, yanak etinin kırık-çıkık, D vitamini, kolojen, çocuk gelişimine etkileri gibi sağlık açısından faydalarının olduğu ifade edilmiştir. Bu bağlamda bazı katılımcıların görüşlerine tablo 11’ de yer verilmektedir.

**Tablo 11.** Katılımcıların Maraş Kelle Paçasının Tüketimine Yönelik Cevapları

Katılımcı	Katılımcı Yanıtları
K1	<b><u>Tüketim Açısından Tavsiyeler</u></b>
K2	✓ Karışık Paça (ayak, beyin, dil, yanak vb.)
K3	✓ Maraş Sumak Eksili ve Yağlı Kırmızı Biberli
K4	<b><u>Sağlık Açısından Tavsiyeleri</u></b>
K5	✓ B12, C, D, vitamini
K6	✓ Grip Hastalığı,
K7	✓ Enerji Deposu,
K8	✓ Kırık-Çıkık,
K9	✓ Çocuk Gelişimi,
	✓ Covid Salgını tedavisi,
	✓ Bağışıklık Güçlendirici,
	✓ Anemi,
K10	✓ Kolojen,
	✓ Kas Gelişimi,
	✓ Omega 3,
	✓ Protein, Mineral, Demir,
	✓ Cilt Sıkılaştırıcı,

## Sonuç ve Öneriler

Son dönemlerde tüketici taleplerinde yaşanan hızlı gelişmeler sonucu insanlar tatil anlayışında sıradanlıktan uzaklaşarak özel ilgi turizmüne yönelmeye başlamıştır. İnsanlar deniz-kum-güneş dışında yeni kültürleri tanıma, farklı destinasyonlarda özel deneyimler yaşama ve kendini daha mutlu edecek etkinliklere katılmak için turizm faaliyetlerine katılmaya başlamışlardır. Bu doğrultuda, turistlerin tatil yapma fikri ortaya çıktığında akıllarına gelen ilk düşünce tatil yapacakları destinasyonların yemek kültürü ve sunulan yemeklerin neler olduğu düşünülmektedir. Bu durum sonucu alternatif turizm türlerinden biri olan gastronomi turizmini son dönemlerde daha tercih edilebilir hale geldiği görülmektedir. Çünkü bir destinasyonun sürdürülebilirliği açısından Gastronomi turizmi son dönemlerde önemli yer tutmaktadır. Sürdürülebilir gastronomi turizmi faaliyetleri sonucu destinasyonlar bünyesinde

bulundurmş oldukları: gastronomik değeri korunması, sürdürülebilir faaliyetlerini devam ettirmesi, tanıtımlarla gelecek nesillere aktarılması ve ekonomik açıdan destinasyona katkı sağlaması hedeflenir.

Bu çalışma coğrafi işaretli Maraş Kelle Paçasının sürdürülebilirlik çalışmalarıyla gastronomi turizmine etkisinin araştırılması amacıyla gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırma yöntemleriyle görüşme teknikleri kullanılarak Nisan-Mayıs 2024 tarihleri arasında saha araştırması ile gerçekleştirilen çalışmada Kahramanmaraş ilinde uzun yıllar kelle paça üretimi yapan farklı yaş grupları ve farklı bölgede satış yapan 10 kişi amaçlı örnekleme yöntemine ait olan kartopu örnekleme ile mülakat gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçlara bakıldığında katılımcıların hemen hemen hepsinin kelle paça hakkında bilgi sahibi olduğu ama coğrafi işaret hakkında ise bilgi sahibi olmadıkları tespit edilmiştir. Ayrıca Maraş Kelle Paçasının diğer kelle paçalarından ayrılan en büyük özelliğinin Kahramanmaraş iline ait bir diğer tescilli ürünü olan Maraş sumak akıtı ve kırmızı biber ile servis edildiği görülmektedir. Bunun yanında gastronomi turizmine son dönemlerde olumlu etkilerinin olduğu ifade edilmektedir. Dolayısıyla gastronomik ürün olarak değerlendirilen Maraş Kelle Paçasının gastronomi turizmi kapsamında tanıtım faaliyetleri artırılarak daha sürdürülebilir hale getirilmesi düşünülmektedir. Bu sebeple yerel yönetimler ve turizm dernekleri tarafından bu işi yapan işletmeler, yerel halk ve diğer paydaşlar bilinçlendirilerek üretim ve satışın yaygınlaştırılması ve ili ziyarete gelen gastro-turistlere tüketiminin teşvik edilmesi konusunda çalışmalar yapılmalıdır. Ayrıca Maraş Kelle Paçasının ili ziyaret eden turistlere yönelik gastronomi müzeleri aracılığı ile geleneksel üretimlerini uygulamalı şekilde deneyimleme fırsatının sunulması önerilmektedir.

Elde edilen sonuçlara göre; Kahramanmaraş ilinde gastronomi turizminin geliştirilmesi açısından işletmeler yerel yemekleri menülerinde sunmayı ve gastronomi turizmini benimsedikleri görülmektedir. Ayrıca il genelinde Maraş Kelle Paçası, Maraş Dondurması, Maraş Tarhanası, Maraş Çöreği, Çağlayancerit Cevizi, Afşin Koçovası sarımsağı, Maraş Sumak Ekşisi Akıtı, Maraş Kırmızı Biberi, Maraş Samsası, Maraş Eli Böğünde, Maraş Ravanda Şerbeti, Maraş Parmak Peyniri, Andırın Andız Pekmezi, Kahramanmaraş Çiriş Böreği, Elbistan Kelle Peyniri, Andırın Tirşiği, Maraş Bertiz Kabarcık Üzümü, Maraş Ekşili Çorba olmak üzere 18 tane coğrafi işaret tescilli gastronomik ürünü bulunmaktadır. Gastronomik değere sahip ürünlerin bir yöreyi temsil etmesi sebebiyle yerel yönetim ve paydaşlarında gastronomi müzeleri, gastronomik ürün festivalleri gibi etkinliklerle bu ürünlere sahip çıkması gerekmektedir. Özellikle son yıllarda yaşanan Covid-19 pandemi gibi salgın hastalıkların yaşanması sonucu iyileştirici unsur olarak kabul görülen ürünlerden bir tanesi olan Maraş Kelle Paçasının sağlık açısından faydaları ön plana çıkartılarak tanıtım faaliyetleri artırılmalıdır. Ayrıca Maraş Kelle Paçasının sürdürülebilirliğinin devam etmesi için gastronomi müzelerinde, çeşitli kurslarda ve eğitimlerde uygulamalı olarak tanıtım yapılmalıdır. Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında yöresel ürünlere olan ilgi ve önem gelecek kuşaklara aktararak destinasyonların sürdürülebilirliği ve bu çalışma adına büyük önem teşkil etmektedir.

## **Beyan**

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi İstanbul Gelişim Üniversitesi Etik Kurulu' nun 19.04.2024 tarihi ve 05 sayılı toplantısında görüşülmüş olup 2024-05-112 sayı numarası ile alınmıştır

**KAYNAKÇA**

- Akdağ, G. & Üzülmöz, M. (2017). Sürdürülebilir Gastronomi turizmi kapsamında otantik yiyeceklere yönelik bir inceleme. *Journal of Tourism And Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 301-309.
- Aksoy, M. & Sezgi, G. (2015). Gastronomi turizmi ve güneydoğu anadolu bölgesi gastronomik unsurları. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Alderighi, M., Bianchi, C. & Lorenzini, E. (2016). The impact of local food specialities on the decision to (Re) visit a tourist destination: Market-expanding or business-stealing? *Tourism Management*, 57, 323-333.
- Aldıoğlu, A. (2022). Sumak ekşi akıtı ve kahramanmaraş mutfağında kullanımı. *Aydın Gastronomy*, 6(1), 39-49.
- Ann, H., & Tony, W. (2019). Markets, festivals and shows: sustainable Approaches to gastronomic tourism through collaboration. In *The Routledge Handbook Of Gastronomic Tourism* (Pp. 289-297). Routledge.
- Baran, Z. & Karaca, Ş. (2021), Coğrafi işaretin sürdürülebilir gastronomi turizminde önemi. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(2), 253-263.
- Bayram, Ü. (2023). Sürdürülebilir gastronomi turizmi: bir sistematik literatür taraması. *Journal Of Gastronomy, Hospitality And Travel*, 6(1), 74-82
- Bilge, B., Demirbaş, N. & Artukluoğlu, M. (2019). Türkiye’de coğrafi işaretli gıda ürünlerinin gurme turizmi açısından önemi. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 25(1), 127-132
- Birch, D. & Memery, J. (2020). Tourists, local food and the intention-behaviour gap. *Journal Of Hospitality And Tourism Management*, 43, 53-61.
- Canbolat, E., Keleş, Y. & Akbaş, Y. Z. (2016). Gastronomi turizmi kapsamında samsun mutfağına özgü turistik bir ürün: Bafra. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 75, 87.
- Cei, L., Stefani, G., Defrancesco, E. & Lombardi, G. V. (2018). Geographical indications a first assessment of the impact on rural development in Italian NUTS3 regions. *Land Use Policy*, 75, 620–630.
- Corbin, J., Strauss, A. (2015). Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory (4. baskı). SAGE Publications.
- Creswell, J. W. & Tashakkori, A. (2007). Differing perspectives on mixed methods research. *Journal Of Mixed Methods Research*, 1(4), 303-308.
- Çağlı, I. B. (2012). *Türkiye’de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çavuş, O. (2021). *Gastronomi Turizmin Geleceği ve Yeni Eğilimler*. S. Şengül & A. Kurnaz Gastronomi Turizmi içinde (395-418). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çavuş, O. & Eker, Ş. (2022). Coğrafi işaretli ürünlerin sürdürülebilir gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi: Bolu Kanlıca mantarı, Mengen Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 303-320.
- Dayısoylu, K. S., Yörükoğlu, T. & Ançel, T. (2017). Kahramanmaraş’ın coğrafi işaretli ürünleri ve ilin potansiyel durumu. *Tarım ve Doğa Dergisi*, 20(1), 80.

- Denk, E. & Sanalan Bilici, N. (2021). Erzurum ilinin coğrafi işaret almış ürünlerinin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi. *Gastroia: Journal Of Gastronomy And Travel Research*, 5(1), 102-122.
- Dias, C. & Mendes, L. (2018). Protected designation of origin (PDO), protected geographical indication (PGI) and traditional speciality guaranteed (TSG): A bibliometric analysis. *Food Research International*, 103, 492-508.
- Doğanlı, B. (2020). Coğrafi işaret, markalaşma ve kırsal turizm ilişkileri. *İnsan ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 525-541.
- Durlu Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S. & Can, A. (2013). Sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde coğrafi işaretlemenin rolü (The role of geographical indication in sustainable gastronomy tourism mobility). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 13-20.
- Eker, F. (2013). Kahramanmaraş'ın tarihi coğrafyasına bir bakış. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 25-38.
- Ekiz, D. (2009). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (2. Baskı). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Ellis, A., Park, E., Kim, S. & Yeoman, I. (2018). What is food tourism? *Tourism Management*, 68, 250–263.
- Galati, A., Testa, R., Schifani, G. & Migliore, G. (2021). Tourists' motivation toward culinary destination choice: targeting Italian tourists. *Journal Of Foodservice Business Research*, 24 (2), 1-22.
- Gálvez, J. C. P., Granda, M. J., López-Guzmán, T. & Coronel, J. R. (2017). Local gastronomy, culture and tourism sustainable cities: The behavior of the American tourist. *Sustainable Cities And Society*, 32, 604-612.
- Gürbüz, S. & Şahin, F. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Vize Yayıncılık.
- Hazarhun, E. & Tepeci, M. (2018). Coğrafi işarete sahip olan yöresel ürün ve yemeklerin manisa'nın gastronomi turizminin gelişimine katkısı. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 371-389
- Kan, M. & Gülçubuk, B. (2008). Kırsal ekonominin canlanmasında ve yerel sahiplenmede coğrafi işaretler. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2), 57-66.
- Kan, M., Gülçubuk, B. & Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi işaretlerin kırsal turizmde kullanılma olanakları. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(1), 93-101.
- Karaca, O. B. (2016). Geleneksel peynirlerimizin gastronomi turizmindeki önemi (The importance of our. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 17, 39.
- Kart, N., Saraç, Ö., Pamukçu, H. & Sandıkcı, M. (2022). Afyon sucuğu üreticilerinin sürdürülebilir gastronomi kapsamında coğrafi işaret tesciline yönelik algıları. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24 (1), 381-404.
- Kaypak, Ş. (2012). Ekolojik turizm ve sürdürülebilir kırsal kalkınma. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 11-29.
- Küçükyaman, M., Demir, Ş. & Bulgan, G. (2018). Mutfak şeflerinin yöresel ürünlere ilgisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2, 86-103.

- Küpelikılıç, S. (2013). *Kahramanmaraş Mutfak Kültürü ve Yöresel Lezzetler*. Kahramanmaraş: Noya Medya Yayınevi
- Likudis, Z. (2016). Menşei korumalı (PDO) ve korumalı coğrafi işaretli (PGI) zeytinyağı. *Zeytin Ağacından Ürünler*, 175, 190.
- Lochman, J. (2021). The spatial distribution of sustainable gastronomy: A case study of tourism in Prague. *Tourism Recreation Research*, 1-17.
- Mercan, Ş. O. & Üzülmöz, M. (2014). Coğrafi işaretlerin bölgesel turizm gelişimindeki önemi: Çanakkale ili örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), 67-94.
- Miral Çavdırılı, C. & Adan Gök, Ö. (2020). Müzeler ve kültürel mirasın sürdürülebilirliği: Köstem zeytinyağı müzesi. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 8(3), 2241-2262.
- Oğuz, Z. (2016). *Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde Coğrafi İşaretlerin Kullanımı: Siirt İli Örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Mardin Artuklu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mardin.
- Orhan, A. (2010). Yerel değerlerin turizm üzerine dönüştürülmesinde coğrafi işaretlerin kullanımı: İzmit pişmaniyesi Örneği. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 243-254.
- Ören, V. E. & Ören, T. Ş. (2019). Gastronomi turizmi kapsamında sürdürülebilirlik: Ebem köftesi örneği. *Social Sciences*, 14(1), 151-162.
- Özkan, Ç. & Aydın, Ş. (2018). Yerel yiyecekler aracılığı ile sürdürülebilir destinasyonlar: Ayvacık örneği. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 6(1), 335-349.
- Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S. & Can, A. (2013). Sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde coğrafi işaretlemenin rolü. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 1(1), 13-20
- Pamukçu, H., Saraç, Ö., Aytuğar, S. & Sandıkçı, M. (2021). The effects of local food and local products with geographical indication on the development of tourism gastronomy, *Journal of Sustainability*, 13(12), 6692.
- Polat, E. (2017). Turizm ve coğrafi işaretleme: Balıkesir örneği / Tourism And Geographical Indication: Balıkesir Example. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 1 (1),17-31.
- Polat, M., (2020), Yöresel yemek imajının destinasyon tercihine etkisi: Kahramanmaraş örneği. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 25(43), 183-194.
- Rinaldi, C. (2017). Food and gastronomy for sustainable place development: A multidisciplinary analysis of different theoretical approaches. *Sustainability*, 9(10), 1748
- Rodrigo, I. & Veiga, J. F. (2016). Portugal: Natural resources, sustainability and rural development. In *Rural Sustainable Development In The Knowledge Society* (Ss. 225-244). Routledge.
- Sabur, D, G. & Güneş, S, G. (2022) Avrupa Birliği'nde coğrafi işaretleme ve Türkiye'nin gastronomi turizmi açısından önemi. İçinde A. E. Tosun., G. Tup Levent., K. Temizer (Ed.), 2. *Uluslararası Sosyal Bilimler Lisansüstü Öğrenci Sempozyumu*,(ss. 157-171). Van, Türkiye.

- Subaşı, M. & Okumuş, K. (2017). Bir araştırma yöntemi olarak durum çalışması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2), 419-426.
- Şengül, S. & Türkay, O. (2018). Yöresel mutfak motivasyon unsurlarının destinasyonu tekrar tercih etme ve başkalarına önerme üzerine etkisi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 149-172. <https://doi.org/10.11611/yead.423509>
- Şimşek, A. (2021). Gastronomik miras: Kelle (Sivas). *Bartın Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12 (23),173-186.
- Şimşek, A. & Güleç, E. (2020). Gastronomi turizmi kapsamında coğrafi işaretli ürün: Elazığ orciği. *Aydın Gastronomy*, 4(2), 73-81.
- Taşdan, K., Albayrak, M. & Albayrak, K. (2014). Coğrafi işaret tescili geleneksel ürünlerde izlenebilirlik: Ankara ili örneği. XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, 3-5 Eylül 2014, Samsun.
- Teuber, R. (2010). Geographical indications of origin as a tool of product differentiation: The case of coffee. *Journal Of International Food & Agribusiness Marketing*, 22(3-4), 277-298.
- Trips (1994). Fikir mülkiyeti haklarının ticari niteliklerine ilişkin anlaşma (Agreement on trade-related aspects of intellectual property rights/trips agreement 1994). Dünya Ticaret Örgütü.
- Türk Patent Enstitüsü Coğrafi İşaretler Bilgilendirme. <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/liste?il=46> (Erişim Tarihi: 03.05.2024).
- Türk Patent ve Marka Kurumu. <https://www.turkpatent.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 03.05.2024).
- UNWTO (2017). *Affiliate Members Report, Volume Sisteen-Second Global Report On Gastronomy Tourism*.
- Usta, S. & Şengül, S. (2022). Türkiye'deki coğrafi işaretli yiyecek-ıçecek ürünlerinin analizi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 604-634
- Vázquez-Martinez, U. J., Sanchís-Pedregosa, C. & Leal-Rodríguez, A. L. (2019). Is gastronomy a relevant factor for sustainable tourism? An empirical analysis of Spain country brand. *Sustainability*, 11(9),2696.
- Zengin, B. & Şeyhanlıoğlu, H. Ö. (2019). Destinasyon pazarlamasının yerel kalkınmaya etkileri: Şanlıurfa örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 7(4), 2977-2992.



## **Evaluation of Geographical Indication Products from the Perspective of Gastronomy Tourism: Maraş Kelle Paçası**

**Mehmet GÜL**

Muş Alparslan University, Vocational School of Social Sciences, Muş/Türkiye

**Özgür KIZILDEMİR**

Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Sakarya/Türkiye

**Serdar EGELİ**

Sakarya University of Applied Sciences, Graduate School of Education, Sakarya/Türkiye

The recent rapid increase in the world population also causes an increase in the demand for food and beverage products. As a result of this situation, the tourism sector has begun to show significant changes depending on economic, social and technological developments (Bilge, Demirbaş & Artukluoğlu, 2019). With these changes, the tourism sector has turned to different pursuits. Consumers participating in tourism activities want to get away from ordinary activities and be in touch with nature, taste natural and local flavors on site, and experience new cultural experiences (Kaypak, 2012). As a result of this situation, curiosity and demand for alternative tourism types are increasing day by day (Galati et al., 2021). Gastronomy tourism, which has emerged as one of the alternative tourism types, is seen as an important type of tourism in terms of sustainability of destinations and destination image and promotion. With the increasing interest in this type of tourism, the concept of gastronomy tourism and sustainable gastronomy tourism has begun to become the most important type of tourism today (Aksoy & Sezgi, 2015; Zengin & Şeyhanlıoğlu, 2019).

Food and beverage culture may differ in every society according to region and time. (Solmaz & Dülger-Altın, 2018). Products with geographical indication; It is an important intermediary element in ensuring that the food culture of the region is not lost over time, that it is correctly transferred to future generations, and that the culinary culture is maintained and protected (Küçükayman, Demir & Bulgan, 2018). Although Kelle Paça is a frequently consumed product in and around the region, the popularity of gastronomic elements and geographically marked products throughout the country has started to increase recently with promotional activities. Although kelle paça soup is made in many provinces, the most important feature that distinguishes Maraş Kelle Paça from others is that it is served by combining it with Maraş Sumak sour, which is another geographical indication registered product of Kahramanmaraş province. Although the production method is similar to the kelle paça soup produced in many regions, it differs in terms of presentation and taste. It is consumed with a mixture of Maraş Sumac Sour Liquid and garlic, as well as Maraş Kelle Paça. Recently, kelle trotter businesses offer consumers the option of roasting brains in the oven in addition to kelle trotters. Therefore, Maraş Kelle Paçası, which has an important place in Kahramanmaraş culinary culture, is a gastronomic product with an important geographical indication that will be of interest to gastro-tourists who are interested in local flavors both in terms of the brand image of the city and in terms of gastronomy tourism.

Kahramanmaraş province is a settlement that has hosted many cultures, civilizations, societies and civilizations and has important events (Eker, 2013; Dayısoylu et al., 2017; Aldıoğlu, 2022). Kahramanmaraş province has a rich food culture as it has hosted different cultures throughout history. In Kahramanmaraş cuisine, the use of meat in

dough dishes, bulgur-based meatballs and other types of dishes comes to the fore. In general, the dishes of the province consist of two main parts: meat-chickpea and sour-vegetable. In addition, chickpeas and sumac (sour syrup) are mainly used in sauce dishes. Another feature that stands out in the food culture of the province is the predominant use of spices in dishes. Maraş Pepper consumed as red pepper (powder and flakes), sumac sour liquid, thyme, mint, basil, onion, garlic, etc. Spices have an important place in meals. Especially in the food culture of the province, sumac (sour liquid) is seen to be used prominently in the preparation of dishes such as Maraş dried stuffing, sour pumpkin soup, sour soup and sour aya water (Aldioğlu, 2022).

According to the results obtained; In terms of developing gastronomy tourism in the province of Kahramanmaraş, it is seen that businesses embrace gastronomy tourism by presenting local dishes in their menus. In addition, throughout the province, Maraş Kelle Paçası, Maraş Ice Cream, Maraş Tarhana, Maraş Bun, Çağlayancerit Walnut, Afşin Koçovası Garlic, Maraş Sumac Sour Flow, Maraş Red Pepper, Maraş Samsa, Maraş Eli Böğrinde, Maraş Ravanda Sherbet, Maraş Finger Cheese, Andırın Andız Molasses. It has 18 geographical indication registered gastronomic products, including Kahramanmaraş Çiriş Pastry, Elbistan Kelle Cheese, Andırın Tırşığı, Maraş Bertiz Kabarcık Grape, Maraş Sour Soup. Since products with gastronomic value represent a region, local governments and their stakeholders need to protect these products through events such as gastronomy museums and gastronomic product festivals. The health benefits of Maraş Kelle Paça, which is one of the products accepted as a healing element especially as a result of epidemic diseases such as the Covid-19 pandemic in recent years, should be highlighted and promotional activities should be increased. In addition, in order to continue the sustainability of Maraş Kelle Trotter, it should be promoted practically in gastronomy museums, various courses and trainings. Within the scope of sustainable gastronomy tourism, the interest and importance of local products are transferred to future generations, which is of great importance for the sustainability of destinations and this study.

**Ek 1. Etik Kurul İzni**



**T.C.  
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ  
Etik Kurul Başkanlığı**

**ETİK KURUL KARAR ÖRNEĞİ**

<b>Toplantı No</b>	<b>Toplantı Tarihi</b>	<b>Toplantı Saati</b>	<b>Toplantı Yeri</b>
2024 – 05	19.04.2024	14.00	Online

**KARAR NO: 2024-05-112:** İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü Doç. Dr. Serdar EGELİ, Sakarya Üniversitesi'nden Doç. Dr. Özgür KIZILDEMİR ve öğrencileri Mehmet GÜL'ün "Coğrafi İşaretli Ürünlerin Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Perspektifinden Değerlendirilmesi: Maraş Kelle Paça" konulu çalışması görüşüldü yapacağı anket sorularının, etik kurallara uygun olup olmadığını tespit etmek üzere, İGÜ Etik Kurulumuzun 15.03.2024 tarih ve 2024-04 sayılı toplantısında, İGÜ Etik Kurul Yönergesinin 12(1) maddesine göre değerlendirme yapmak üzere görevlendirilen öğretim elemanlarının raporları incelenmiş olup, ilgili çalışmada yer alan bilimsel araştırmanın etik kurallara uygun olduğuna oy birliği ile karar verildi.