



## Turistik Bir Ürün Olarak Coğrafi İşaretli Ürünlerin Bilinirliği, Bölgesel Kalkınma ve Markalaşmaya Etkisi: Karaman Divle Obruğu Tulum Peyniri Örneği (Awareness of Geographically Indicated Products as a Touristic Product, Its Effect on Regional Development and Branding: The Case of Karaman Divle Obruğu Tulum Cheese)

\* Pınar YEŞİLÇİMEN <sup>a</sup> 

<sup>a</sup> Karamanoğlu Mehmetbey University, Social Sciences Vocational School, Department of Hotel Restaurant and Catering Services, Karaman/Türkiye

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 28.03.2025

Kabul Tarihi: 09.09.2025

### Anahtar Kelimeler

Coğrafi işaret

Bölgesel kalkınma

Turizm

Markalaşma

Divle obruğu tulum

peyniri

### Keywords

Geographical indication

Regional development

Tourism

Branding

Divle obruğu tulum cheese

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

### Öz

Bu çalışmada, coğrafi işaretli ürünlerin bilinirliği, bölgesel kalkınmaya katkısı ve markalaşma sürecine etkileri Karaman Divle Obruğu Tulum Peyniri örneğinde incelenmektedir. Coğrafi işaretlerin ekonomik, kültürel ve turistik katkılarını değerlendirmek amacıyla nitel bir araştırma yöntemi benimsenmiş ve Karaman ilinde görev yapan kamu yöneticileri, işletme sahipleri ve tüketicilerden oluşan 26 katılımcı ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bulgular, Divle Obruğu Tulum Peyniri'nin yerel halk tarafından tanındığını ancak coğrafi işaret kavramına yönelik farkındalığın düşük olduğunu göstermektedir. Ürünün bölge ekonomisine katkısı sınırlı kalmakta, standart oluşturma, bürokratik işlemler ve denetim yetersizlikleri nedeniyle çeşitli zorluklar yaşanmaktadır. Sahte ürünlerin piyasada yer alması, tüketici güvenini zayıflatmakta ve ürünün marka değerini olumsuz etkilemektedir. Bununla birlikte, çalışma coğrafi işaretli ürünlerin yalnızca ekonomik fayda sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda gastronomi turizmi aracılığıyla destinasyonların marka değerini artırma potansiyeline sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, coğrafi işaretli ürünlerin etkisini artırmak için farkındalık çalışmalarının güçlendirilmesi, denetim mekanizmalarının iyileştirilmesi ve turizm stratejileriyle entegrasyonunun sağlanması gerektiği önerilmektedir.

### Abstract

This study examines the awareness of geographically indicated products, their contribution to regional development and their effects on the branding process in the example of Karaman Divle Obruk Tulum Cheese. In order to evaluate the economic, cultural and touristic contributions of geographical indications, a qualitative research method was adopted and semi-structured interviews were conducted with 26 participants consisting of public administrators, business owners and consumers in Karaman province. The findings show that Divle Obruğu Tulum Cheese is known by the local people, but the awareness of the concept of geographical indication is low. The contribution of the product to the regional economy remains limited, and various difficulties are experienced due to the lack of standardization, bureaucratic procedures and inspection. The presence of fake products in the market weakens consumer confidence and negatively affects the brand value of the product. Moreover, the study reveals that geographically indicated products not only provide economic benefits but also have the potential to enhance the brand value of destinations through gastronomy tourism. In this context, it is suggested that awareness efforts should be strengthened, control mechanisms should be improved, and integration with tourism strategies should be ensured in order to increase the impact of geographically indicated products.

\* Sorumlu Yazar

E-posta: pinaraydag@kmu.edu.tr (P. Yeşilçimen)

DOI: 10.21325/jotags.2025.1701