

Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/
Journal of Travel and Hotel Business
Cilt/Vol:22(1),Yıl/ Year: 2025 ss/pp,230-252
Gönderim Tarihi/ Received: 20.11.2024
Kabul Tarihi /Accepted: 10.02.2025
DOI: 10.24010/soid.1588474

Araştırma Makalesi/ Research Article

Coğrafi İşaretlerin Yerel Gıdaları Turizm Ürününe Dönüştürmedeki Önemi: Akçakoca Örneği*

The Importance of Geographical Indications in Transforming Local Foods into Tourism Products: The Case of Akçakoca

Nurşah MÜFETTİŞOĞLU 

Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Zonguldak, Türkiye
E-posta: nursahmufettisoglu@gmail.com

Doç.Dr. Hasan KÖŞKER 

Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi
Karadeniz Ereğli Turizm Fakültesi,
Zonguldak, Türkiye
E-posta: hasankosker@beun.edu.tr

Öz

Bu araştırmanın amacı Akçakoca'nın coğrafi işaretli yerel gıdalarının ilçenin ziyaret edilmesinde ne derece etkili olduğunu tespit etmektir. Araştırma verileri Haziran 2023-Ağustos 2023 tarihleri arasında Akçakoca'yı ziyaret eden yerli turistlerden kolayda örneklem yöntemi kullanılarak anket formu aracılığıyla elde edilmiştir. 500 katılımcıdan elde edilen veriler, SPSS programı kullanılarak nicel analiz tekniği ile analiz edilerek yorumlanmıştır. Araştırma bulguları, katılımcıların Akçakoca'ya yönelik algılarının genel olarak olumlu olduğunu göstermektedir. Katılımcıların büyük bir kısmı daha önce Akçakoca'yı ziyaret etmiş olup (%71,4), bölgeyi eğlenmek amacıyla tercih ettiklerini ve doğal güzellikleriyle öne çıktığını belirtmişlerdir. Katılımcılar Akçakoca'yı atmosferi dinlendirici, doğal çekiciliklere sahip, park ve mesire alanları bulunan bir destinasyon olarak değerlendirmiştir. Ancak altyapı ve trafik düzeni gibi alanlarda daha düşük memnuniyet oranları tespit edilmiştir. Coğrafi işaretli ürünler hakkında katılımcıların ifadeleri genel olarak olumludur ve bu ürünlerin yerelliği ifade ettiğini, tanıtıma katkı sağladığını belirtmişlerdir. Katılımcılar arasında yaş, eğitim durumu ve ikamet edilen şehre göre ifadelerde farklılıklar görülmüştür. Araştırma bulguları, Akçakoca'nın turistik çekiciliğinin artırılmasında coğrafi işaretli ürünlerin etkili bir araç olabileceği ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi işaret, Yerel gıda, Gastronomi turizmi, Akçakoca.

Abstract

The purpose of this research is to determine how effective Akçakoca's geographically indicated local foods are in visiting the district. The research data were obtained through a survey form from using the convenience sampling method domestic tourists who visited Akçakoca between June 2023 and August 2023. The data obtained from 500 participants were analyzed and interpreted with quantitative analysis technique using the SPSS programe. Research findings show that participants' perceptions of Akçakoca are generally positive. The majority of participants have visited Akçakoca before (71.4%) and stated that they preferred the region for entertainment purposes that it stands out with its natural beauties. Participants evaluated Akçakoca as destination with a relaxing atmosphere, natural attractions, parks, and recreation areas. However, lower satisfaction rates were detected in areas such as infrastructure and traffic order. The participants' statements about geographically indicated products were generally positive and they stated that these products expressed locality and contributed to promotion. There were differences in the expressions among the participants according to the age, educational level and city of residence. The research findings indicate that geographically indicated products can be an effective tool Akçakoca's tourism attractiveness.

Key Words: Geographical indication, Local food, Gastronomy Tourism, Akçakoca.

* (Bu araştırma, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Disiplinlerarası Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda Doç. Dr. Hasan Köşker danışmanlığında Nurşah Müfettişoğlu tarafından hazırlanan "Yerel Gıdaların Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde Coğrafi İşaretlerin Önemi: Akçakoca Örneği" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

Extended Summary

Purpose

The purpose of this research is to determine how effective Akçakoca's geographically indicated local foods are in visiting the district. Transforming local foods into tourism products with geographical indications revitalizes the local economy by providing more economic benefits to local businesses and producers by increasing the uniqueness, attractiveness and competitiveness of destinations. This research may guide businesses, producers and other stakeholders in Akçakoca by raising awareness about the importance of geographically indicated products.

Background

Geographical indications are symbols that express the connection of a product with a certain country, region or district (Tepe, 2008: 4). Certifying the usage rights of the geographical indication system, protecting the quality and standard of the products, protecting the producer and consumer, promoting the products at national and international level, increasing the demand for the products, preventing unfair competition with imitation products, supporting rural development, protecting traditional knowledge and cultural values and developing tourism. It has many purposes such as making a contribution (Babcock, 2003; Tuncay, 2009; Oraman, 2015; Köşker, 2023).

Visitors who prefer gastronomy tourism are generally known as people with high education and income levels and they travel to experience local foods specific to the destination (Bekar ve Kılıç, 2014: 19). These visitors want to make sure that local foods specific to the destination are natural and fresh (Küçükkömürler et al., 2018: 82-83). In this context, it is understood that it is very important to register local foods with geographical indications in order to guarantee their reliability, to protect them and to produce them with region-specific methods and present them to the consumer (Türk, 2023: 41-43). Foods registered with geographical indication contribute to the awareness and promotion of the destination to which they belong (Özkaya et al., 2013: 13-20).

Method

The population of this research consists of domestic tourists, and the sample consists of domestic tourists visiting Akçakoca. Research data was collected through a survey form consisting of three parts. The first part of the survey form contains demographic questions for the participants, the second part contains information about travel, and the third part contains statements measuring the participants' level of agreement with the statements about Akçakoca and the geographical indication. Scale rated in a 5-point Likert category; 1= Strongly disagree, 2= Disagree, 3= Neither agree nor disagree, 4= Agree, 5= Strongly agree. After obtaining permission from Zonguldak Bülent Ecevit University Human Research Ethics Committee dated 25.01.2023 and protocol number 06, 500 survey data collected between June 1 and August 31, 2023 were analyzed and interpreted with the SPSS program.

Findings

Of the 500 participants, 54.2% are women and 45.8% are men. The participants stated that their general purpose of visiting Akçakoca was to have fun and relax, that they found the district relaxing and relaxing, and that they were satisfied with this visit and

that they would recommend it to others. One of the important findings of the research is that a positive, moderately significant relationship was detected between the participants' statements about Akçakoca district and their statements about ($r=0.432$; $p<0.05$). This result means that when the participants improve their expressions about geographical indications, their expressions about Akçakoca district will also improve at a moderate level. It was determined that the participants' overall level of agreement with the statements about geographical indications was at a high level with 3.59 ± 0.76 . The three items with the highest mean in the scale are; "I would like to buy products with geographical indications specific to Akçakoca" ($\bar{x}=3.80$; $s.s.=1.12$), "Products with geographical indications express locality" ($\bar{x}=3.77$; $s.s.=0.94$) and "Geographical indications contributes to the promotion of the product" ($\bar{x}=3.69$; $s.s.=1.03$). On the other hand, when asked what products represent Akçakoca, participants generally referred to the geographically indicated products of the district.

Result

Akçakoca, one of the first destinations in Turkey to open up to tourism, is important in terms of domestic tourism movements. It is important to determine the reasons for visiting Akçakoca and whether the district's geographically indicated foods are effective in visitors' travel decisions. In the research, it was determined that the participants' main reasons for visiting Akçakoca were to have fun (36%), to relax (29.8%) and to see a different city (25%). It is understood that Akçakoca's geographically indicated foods have a small effect on visitors' preferences for the district. However, it was determined that the participants had a positive attitude towards geographically indicated foods and wanted to buy these products. The geographically indicated foods in the district can be used as an effective tool in the promotion and marketing of the district. There should be places where visitors can easily access and purchase these products. Restaurants and cafes in Akçakoca can add geographically indicated foods to their menus and sell them. In addition, informative brochures or posters containing the features and production process of these products can be displayed in restaurants and places frequented by visitors to provide information to tourists.

1. Giriş

Turizm anlayışı, tarih boyunca ağırlıklı olarak deniz, kum ve güneş üzerine kurulmuştur. Ancak son yıllarda, bu klasik anlayış yerini daha çeşitli ve derinlemesine deneyimlere bırakmaya başlamıştır (Park, 2013). Gastronomi turizmi, değişen turizm anlayışına paralel olarak çeşitlilik arayan turistler tarafından tercih edilen ve bölgeye özgü yerel gıdaların tanıtımında etkili olan bir alternatif turizm çeşidi olarak öne çıkmaktadır (Yıldırım, 2023: 1-5). Seyahat edilen bölgelerde, turistlerin yerel gıdalara ve geleneksel ürünlere olan ilgisinin arttığı gözlemlenmektedir (Küçükörmürler ve diğ., 2018: 82-83). Her bölgenin kendine özgü yerel gıdaları, o bölgenin geçmiş yaşantısından izler taşımakta ve coğrafi yapısıyla şekillenmektedir. Yerel gıdalar, bir toplumun kültürel mirasının önemli unsurlarından biri olarak, o toplumun manevi değerlerini yansıtmaktadır. Bu bağlamda yerel gıdalar, yerel halkı ve kültürlerini tanımlamada etkili bir araç olarak görülmektedir (Oğuz, 2016: 5-6).

Gastronomi turizminin sürdürülebilirliği açısından, yerel gıdaların korunması oldukça önemlidir (Türk, 2023: 41-43). Coğrafi İşaret (Cİ), belirli bir coğrafi bölgeye özgü ürünlerin ayırt edici niteliklerini tanımlayarak, bu ürünlerin kalite ve özgünlüğünü koruma altına alan bir sistemdir. Yerel gıdaların Cİ ile tescillenmesi, bu ürünlerin coğrafi kökenini belgeleyerek tüketici güvenini artırmakta ve gıda otantikliğini sağlamaktadır. Aynı zamanda Cİ sistemi, yerel ürünlerin kendine has özelliklerinin

korunmasına katkıda bulunurken, bu ürünlerin markalaşma süreçlerini desteklemektedir (Köşker, 2023: 1-3). Cİ ile tescil edilen ürünler, kültürel mirasın ve yerel bilginin gelecek kuşaklara aktarılmasına da katkıda bulunmaktadır (Oraman, 2015). Geçmişten geleceğe doğru olan bu aktarım, yerel gıdaların sadece birer lezzet kaynağı olmanın ötesinde, kültürel zenginlik ve tanımlayıcı bir unsur olarak varlığını sürdürmesine yardımcı olmaktadır. Bu sayede gastronomi turizmi, sürdürülebilir şekilde gelişmekte ve yerel halkın ekonomik ve kültürel açıdan kalkınmasına katkı sağlamaktadır (Şahin, 2013: 24). Cİ ürünlerin özgünlüğünü ve kalitesini garanti altına alarak hem tüketici güvenini artırmakta hem de yerel ekonomilere katkıda bulunmaktadır. Örneğin Cİ ile tescillenen bir zeytinyağı, yalnızca lezzet ve kalite açısından değil, aynı zamanda çevresel ve sosyal sorumluluk anlamında da değer kazanmaktadır. Bu sistem, yerel üreticilere adil bir pazar erişimi sağlayarak, kırsal kalkınmayı desteklemekte ve göçü önlemektedir. Aynı zamanda, Cİ ile korunan ürünler, gastronomi turistleri için otantik ve unutulmaz deneyimler sunmakta, bu da turistlerin bölgeye olan ilgisini artırmaktadır. Cİ'in sağladığı bu avantajlar yerel gıda kültürünün canlı kalmasını sağlamakta ve geleceğe taşımaktadır (Türk, 2023: 55-57).

Bu araştırmanın amacı, Akçakoca'yı ziyaret eden yerli turistlerin ilçeye yönelik seyahat kararlarında Cİ'li gıdaların etkisini ortaya koymaktır. Cİ'ler, yöresel ürünlerin kalitesini ve özgünlüğünü belgelemekle kalmayıp aynı zamanda destinasyonun turizm potansiyelini artıran önemli bir tanıtım aracı olabilmektedir. Bu bağlamda, Cİ ile tescillenen yerel gıdaların, destinasyonun rekabet gücünü artırması ve ziyaretçilerin ilgisini çekerek turistik bir cazibe unsuru haline gelmesi mümkündür. Ayrıca Cİ'lerin hem destinasyonun kültürel kimliğini yansıtmaları hem de ziyaretçilerin yerel tatları deneyimleme beklentisini karşılamaları açısından önemli rol oynadığı düşünülmektedir. Bu araştırma, Cİ'lerin turizm ve gastronomi bağlamındaki etkilerini analiz ederek, bölgesel kalkınma ve turizm politikalarına yönelik önemli veriler sunmayı hedeflemektedir.

2. Literatür Taraması

2.1. Coğrafi İşaret Kavramı

Cİ'lerin kökenine ilişkin farklı görüşler bulunmaktadır. Bazı kaynaklara göre, Cİ'nin ortaya çıkışı 12. yüzyıla kadar uzanmaktadır. Bu dönemde İngiltere ve Orta Avrupa'da faaliyet gösteren dokumacılar ve baharatçılar, ürünlerin ticaretinde coğrafi köken ile ürün arasında bir bağlantı kurmak amacıyla özel semboller kullanmışlardır (Köşker, 2023: 9). Diğer kaynaklarda ise, eski Mısır'da ürünlerin tanıtımı ve kalitesinin belirtilmesi amacıyla ürün kökenlerinin vurgulandığı ifade edilmektedir (Tekelioğlu, 2010: 50-51). Bir diğer görüşe göre, Sanayi Devrimi sürecinde göç eden toplulukların, geldikleri bölgelerde yetişen ürünlerin kalitesini vurgulamak ve bu ürünleri diğerlerinden ayırt etmek amacıyla özel işaretler kullandıkları tahmin edilmektedir (İloğlu, 2014: 10). Cİ terim olarak ilk kez 1905 yılında Fransada kullanılmaya başlanmış, daha sonra Avrupa ve diğer ülkelerde kullanılmıştır (Demirer, 2010: 44).

Cİ, bir ürünün belli başlı bir ülke, yöre veya bölge ile olan ilişkisini temsil eden semboller olarak ifade edilebilir (Ceî, Defrancesco ve Stefani, 2018). Bir ürünün Cİ olarak kabul edilebilmesi için belli bir coğrafya, ürün, isim (işaret), ürünü farklı kılan özellik ve bu özelliklerin coğrafya ile olan bağlantısını içermesi gerekmektedir (Tepe, 2008: 4). Cİ, bölgeye özgü iklim koşulları, yaşam tarzı ve kültürü ile şekillenen ürünlerin gelecek nesillere aktarılmasını ve üretimden tüketime kadar olan tüm aşamaların doğru şekilde korunmasını sağlayan etkili bir yasal koruma yöntemi olarak tanımlanabilir (Gündoğdu, 2006: 20). Cİ sisteminin kullanım haklarının belgelendirilmesi, ürünlerin

kalitesinin ve standardının korunması, üretici ve tüketicinin korunması, ürünlerin ulusal düzeyde tanıtılması, ürünlere olan talebin artırılması, taklit ürünlerle oluşacak haksız rekabetin önlenmesi, kırsal kalkınmanın sağlanması, geleneksel bilgi ve kültürel değerlerin korunması ve turizmin gelişmesine katkı sağlanması gibi birçok amacı bulunmaktadır (Babcock, 2003; Tuncay, 2009; Oraman, 2015; Köşker, 2023). Cİ sisteminin başlıca faydaları; ürünün üretim süreçlerini en iyi duruma getirerek verimliliği artırması, istihdamı artırması, kırsal alanların gelişimiyle göçü azaltması, bölgesel kalkınmayı teşvik etmesi, bölgesel bilinirliğin artması ve turizm faaliyetlerinin gelişmesi şeklinde ifade edilebilir (Özsoy, 2015: 41). Cİ, ürünün kalite ve özgünlüğünü garantilemekte ve pazarda daha yüksek değer görmesini sağlamaktadır. Bu durum beraberinde bölgesel üreticilerin rekabet avantajı kazanmasını ve ekonomik faaliyetlerin gelişmesini sağlamaktadır (Çalışkan ve Koç, 2012: 197). Cİ'lerin tüketicilere de yönelik önemli katkılarda bulunmaktadır. Cİ, tüketicilerin yerel ve doğal ürünlere güvenle ulaşmasını sağlayarak ürünlerin kalite, içerik, üretim yöntemi ve menşei hakkında şeffaf bilgi edinmelerine olanak tanımaktadır (Orhan, 2010). Bu bağlamda, Cİ hem üreticiler hem de tüketiciler için karşılıklı fayda sağlayan bir mekanizma olarak öne çıkmaktadır.

Türkiye'de Cİ'lerin tescil ve denetim süreçleri Türk Patent ve Marka Kurumu (Türkpatent) tarafından yürütülmektedir. Türkiye'deki Cİ sistemi, üç farklı işaretleme türünden oluşmaktadır: menşe adı, mahreç işareti ve geleneksel ürün adı (Türkpatent, 2023). Bir ürünün menşe adı ile tescillenebilmesi için üretim, işleme ve tüm diğer işlemlerinin, sınırları belirlenmiş bir coğrafi alan içerisinde gerçekleşmesi gerekmektedir (Şahin ve Meral, 2012: 77). Menşe adları, ürünün kökeni ile bağının güçlü olduğu dar bir coğrafi alanı temsil etmekte ve bu yönüyle mahreç işaretlerinden ayrılmaktadır (Çakmaklı ve Salık, 2022: 2). Öte yandan, bir ürünün üretim aşamalarının yalnızca bir kısmının belirli bir coğrafi alanla bağlantılı olması, diğer aşamalarının ise bu alan dışında gerçekleştirilebilmesi durumunda, söz konusu ürün mahreç işareti ile tescillenebilmektedir (Çekal ve Aslan, 2017: 131). Ayrıca, menşe adı ve mahreç işareti kapsamında değerlendirilemeyen, ancak bir bölgeye veya yöreye özgü ürünler, geleneksel ürün adı kategorisine dahil edilmektedir. Bir ürünün geleneksel ürün adı ile tescillenebilmesi için, en az otuz yıl boyunca geleneksel bir biçimde kullanıldığının belgelerle kanıtlanması gerekmektedir (Türkpatent, 2023).

2.2. Yerel Gıda, Gastronomi Turizmi ve Coğrafi İşaret

Belirli bir coğrafi bölgede yaşayan toplulukların kültürel özelliklerini yansıtan özgün ve otantik ürünler, literatürde genellikle yerel gıda veya yerel ürün olarak tanımlanmaktadır (Sims, 2009: 321). Yerel gıdalar, yalnızca fiziksel bir beslenme kaynağı değil, aynı zamanda ait oldukları bölgenin kültürel mirasını, tarihini ve toplumsal dokusunu yansıtan önemli unsurlardır. Bu bağlamda, yerel gıdalar turistlere yalnızca lezzet deneyimi sunmakla kalmayıp, aynı zamanda ziyaret edilen destinasyonu daha derinlemesine keşfetme fırsatı sağlamaktadır (Sormaz ve diğ., 2016: 727). Yerel gıdalar, kırsal ekonomiyi desteklemesi, üretici ile tüketici arasında güçlü bağlar kurulmasını teşvik etmesi ve gıda güvenliğinin artırılmasında oynadığı rol ile dikkat çekmektedir (King ve diğ., 2014: 5). Aynı zamanda, bu gıdalar destinasyonların imajını güçlendiren ve pazarlamasında cazibe unsuru olarak öne çıkan bir değere sahiptir. Bu çerçevede yerel gıdaların tüketimi, turizm faaliyetlerinde deneyim odaklı etkinliklerin temel bileşenlerinden biri olarak değerlendirilmektedir (Kocaman ve Kocaman, 2014: 737). Seyahat edilen destinasyona özgü yerel gıdaların turizm amaçlı değerlendirilmesi ise gastronomi turizmi etkinliklerini oluşturmaktadır. Özellikle yerel mutfakların benzersiz tatları, bir bölgenin kültürel kimliğinin taşıyıcısı olarak önemli bir rol üstlenmektedir.

Gastronomi turizmi kapsamında, farklı lezzetlerin tadılması, geleneksel gıdaların üretim süreçlerine katılım, yerel restoranlarda yemek yeme ve ünlü şeflerin gastronomik sunumlarını deneyimleme gibi etkinlikler öne çıkmaktadır. Bu tür deneyimler, ziyaretçiler için unutulmaz cazibe unsurları oluşturarak gastronomi turizminin çekiciliğini artırmaktadır. Aynı zamanda, bu tür aktiviteler turistlerin ziyaret ettikleri destinasyondan daha fazla memnuniyet duymalarına ve destinasyonla duygusal bağ kurmalarına katkı sağlamaktadır (Kivela ve Crotts, 2005; Yenipınar ve diğ., 2014; Cömert ve Sökmen, 2017). Seyahat motivasyonlarının önemli bir parçası olan yerel gıdalar, bölgelerin ön plana çıkmasına ve turistlerin tercihlerinde belirleyici bir faktör olmasına olanak tanımaktadır (Yorgancı, 2018: 16).

Gastronomi turizmini tercih eden ziyaretçiler, genellikle yüksek eğitim ve gelir seviyesine sahip bireyler olarak bilinmekte ve destinasyona özgü yerel gıda ürünlerini deneyimlemek amacıyla seyahat etmektedir (Bekar ve Kılıç, 2014: 19). Bu ziyaretçiler, tükettikleri yerel gıdaların doğal, taze ve güvenilir olduğundan emin olmak istemektedir (Küçükkömürler ve diğ., 2018: 82-83). Bu doğrultuda, yerel gıdaların güvenilirliğinin garanti altına alınması, korunması ve geleneksel yöntemlerle üretilip tüketicilere sunulması açısından Cİ ile tescillenmesi büyük önem taşımaktadır (Türk, 2023: 41-43). Cİ ile tescillenen yerel gıdalar, yalnızca ürünün kalitesini ve özgünlüğünü garanti altına almakla kalmamakta, aynı zamanda bu ürünlerin ait olduğu destinasyonun bilinirliğini artırmaktadır. Destinasyon bilinirliğinin artışı ise bölgeye yapılan ziyaretlerin sayısında artışa neden olmakta ve bu durum destinasyonun ekonomik kalkınmasına önemli katkılar sunmaktadır (Özkaya ve diğ., 2013: 13-20). Aynı zamanda, Cİ tescilli, ziyaretçilerin güvenilir buldukları destinasyonlara seyahat etme eğilimlerini güçlendirmekte ve bu durum, yerel gıdaların gastronomi turizmi açısından stratejik bir değer taşıdığını göstermektedir (Mercan ve Üzülmaz, 2014: 68). Bunun yanı sıra, yerel gıdalara duyulan ilgi, turistlerin yemek festivallerine katılma, yerel bir gıdayı tatma ve bir yemeğin üretim sürecini gözlemleme gibi etkinliklere yönelmelerine de neden olmaktadır (Hall ve diğ., 2003: 60; Erciyas ve Yılmaz, 2021: 96-97). İnsanların yeme-içme alışkanlıklarına eklenen kültürel ve deneyimsel unsurlar, gastronomi turizmini cazip hale getiren başlıca faktörler arasında yer almaktadır (Karacaoğlu ve Cankül, 2023). Bu kapsamda yerel gıdalar, gastronomi turizminin hem kültürel hem de ekonomik boyutlarını güçlendiren temel bir unsur olarak değerlendirilebilmektedir.

2.3. Akçakoca ve Coğrafi İşaretli Ürünleri

Akçakoca, Türkiye'nin Batı Karadeniz Bölümü'nde, 41.05° kuzey enlemi ile 31.07° doğu boylamı üzerinde konumlanmaktadır. İlçe, doğusunda Zonguldak iline bağlı Alaplı ilçesi, batısında Sakarya iline bağlı Kocaali ilçesi, güneyinde Düzce iline bağlı Yığılca ve Cumayeri ilçeleri ile kuzeyden de Karadeniz ile çevrilidir (Hoşça, 2023; Akçakoca Kaymakamlığı, 2024). Nemli ve fazla sert olmayan iklim yapısına sahip olan Akçakoca, coğrafi konumu ve coğrafi özellikleri bakımında turizm sektörü açısından avantajlı bir konumda yer almaktadır. Tamamen bozulmamış çevresi, tarihi, kültürel varlıkları, yaşam tarzı, ana pazarlara olan yakınlığı ile turistler tarafından ilgi çekici bulunmaktadır. İlçe sahil şeridi boyunca hem doğa hem de deniz açısından önemli bir destinasyon olarak değerlendirilebilmektedir. Mavi bayraklı plajlarının varlığı nedeniyle ilçe "Karadeniz'in incisi" sloganı ile anılmaktadır (Altanlar, 2007: 85; Erşahin, 2021: 25).

1950'li yıllarda Akçakoca, Türkiye'de turizmin başladığı ilk destinasyonlardan biridir. Ancak stratejik bir turizm yönelimi oluşturulamadığından turizm sektörü zamanla durağanlaşmıştır. Akçakoca'da turizmin sadece deniz-kum-güneş üçlüsüne indirgenmesi, sektördeki durağanlığın nedenleri arasında gösterilmektedir. Günümüzde, turizm sektöründe orijinallik, farklı deneyimler edinme ve yeni tatlar

keşfetmenin seyahat motivasyonunu artırdığı bilindiğinden, Akçakoca'nın alternatif turizm türleriyle çekiciliğini artırabileceği düşünülmektedir (Hatırnaz, 2023: 137). Tarih boyunca birçok farklı kültürden insanın göç ettiği bir bölge olan Akçakoca, çok kültürlü yapısının etkilerini mutfağına da yansıtmıştır. İlçe mutfağında Çerkez, Abhaza, Karadeniz ve Manav Türklerinin etkileri görülmektedir. Örneğin, mancarlı pide, mancar tepelenmesi, laz böreği ve damat fındığı Karadeniz mutfağının; çerkez mantısı, çiğ börek, mamursa ve lepsi Çerkez ve Abhaza kültürünün; melengüççeği tatlısı, hoşmerim ve dartı Manav Türkleri kültürünün temsilcileridir. Deniz kenarında yer alması nedeniyle Akçakoca, deniz mahsulleri ile yapılan hamsili pilav, buğulama ve kiremitte palamut gibi çeşitli yemekler de sunmaktadır (Hoşça, 2023: 11-12). Akçakoca mutfağında ayrıca kaldirik, keş, keşli kaygana, acıka, halij, kızılık tarhanası, mısır ekmeği, karalahana sarması ve mihlama (kuymak) gibi yerel yemekler de bulunmaktadır (Bakır, 2018: 45-47).

2024 yılı şubat ayı itibarıyla Akçakoca'nın Akçakoca Mancarlı Pidesi, Akçakoca Melengüççeği Tatlısı, Akçakoca Sarı Fındığı ve Akçakoca Kaplandede Kestanesi olmak üzere 4 adet Cİ'li ürünü bulunmaktadır. Bu ürünlerin tamamı gastronomik ürünlerdir. Bu ürünlerden 3'ü mahreç işareti ile 1'i ise menşe adı ile tescil edilmiştir (Türkpatent, 2024).

3. Yöntem

Araştırmanın amacı; Akçakoca'nın Cİ'li yerel gıdalarının ilçenin ziyaret edilmesinde ne derece etkili olduğunu tespit etmektir. Yerel gıdaların Cİ ile turizm ürününe dönüştürülmesi destinasyonların benzersizliğini, çekiciliğini ve rakabet gücünü artırarak yerel işletmelere ve üreticilere daha çok ekonomik fayda sağlayarak yerel ekonomiyi canlandırmaktadır. Bu araştırma, Cİ'li ürünlerin turistik destinasyonların çekiciliğini artırmadaki rolünü ve turistlerin bu ürünlere yönelik algısını analiz ederek literatüre önemli bir katkı sunmaktadır. Araştırma, turizm pazarlaması ve destinasyon markalaşması alanlarında gelecekte gerçekleştirilecek araştırmalara teorik bir temel oluşturma potansiyeline sahiptir. Ayrıca, Cİ'li ürünlerin önemine dair farkındalık yaratarak, Akçakoca'daki işletmeler ve diğer paydaşlar için yönetsel anlamda yol gösterici nitelikte bulgular sunması beklenmektedir. Bu doğrultuda, araştırmanın hem akademik literatür hem de yerel paydaşlar açısından değerli bir katkı sunduğu söylenebilir.

Araştırmanın temel sorusu; Cİ'li yerel gıdaların Akçakoca'nın ziyaret edilmesinde bir etkisinin olup olmadığını tespit etmektir. Cevap aranan diğer sorular:

- Katılımcıların Akçakoca ilçesi hakkında ifadeleri ile Cİ hakkında ifadeleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Katılımcıların Akçakoca ilçesi hakkında ifadeleri demografik özelliklere göre farklılaşmakta mıdır?
- Katılımcıların Akçakoca ilçesi hakkında ifadeleri seyahat özelliklere göre farklılaşmakta mıdır?
- Katılımcıların Cİ hakkında ifadeleri demografik özelliklere göre farklılaşmakta mıdır?
- Katılımcıların Cİ hakkında ifadeleri seyahat özelliklere göre farklılaşmakta mıdır?

Evren ve örneklem; araştırmanın evrenini, Akçakoca'yı ziyaret eden yerli turistler oluşturmaktadır. Akçakoca'nın araştırma kapsamında tercih edilmesinin üç temel nedeni bulunmaktadır. İlk olarak, ilçe Türkiye'de turizme açılan ilk destinasyonlardan

biri olma özelliğine sahiptir. İkinci olarak, coğrafi konumu itibarıyla Türkiye'nin en büyük metropolü İstanbul ile başkent Ankara'nın arasında yer almakta olup, bu illerden ve çevre bölgelerden kolay ulaşılabilir bir destinasyon konumundadır. Üçüncü olarak, ilçede hâkim olan yerel kültürün yanı sıra Laz, Çerkez, Abhaz ve Gürcü kültürlerinin bir araya gelmesiyle Akçakoca'ya özgü bir kültürel mozağin oluşması, bölgeyi araştırma açısından önemli kılmaktadır. Araştırma verileri, kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak elde edilmiştir.

Veri toplama aracı ve veri toplama süreci; sosyal bilimler alanında anket, sıklıkla tercih edilen veri toplama araçlarındandır. Anket, bireylerin önceliklerini, düşüncelerini, tutumlarını, duygularını betimlemeye yönelik kullanılan bir dizi sorudan oluşan veri toplama aracıdır (Oral ve Çoban, 2021). Bu çalışmada 3 bölümden oluşan anket formundan faydalanılarak veriler toplanmıştır. Anket formunun birinci bölümünde yer alan demografik bilgiler kısmındaki maddeler Kılıçhan ve Köşker (2015)'in çalışmalarından yararlanılarak oluşturulmuştur. İkinci bölümde seyahat ile ilgili bilgilere ilişkin maddeler Kaya (2014), Yalçın (2019), Kılıçhan ve Köşker (2015)'in çalışmalarından esinlenerek oluşturulmuştur. Anketin üçüncü bölümünde katılımcıların Akçakoca ilçesi hakkındaki ifadeler ve Cİ hakkındaki ifadeler katılıp düzeylerini ölçen maddeler yer almaktadır. Bu bölümde sırasıyla Akçakoca ilçesi hakkındaki ifadeler ardından Cİ hakkındaki ifadeler yer verilmiştir. İlk olarak Akçakoca ilçesi hakkındaki ifadeler Kılıçhan ve Köşker (2015)'in çalışmasından alınarak Akçakoca ilçesine uyarlanmıştır. Ardından Cİ hakkındaki ifadeler oluşturulurken literatürden faydalanarak çeşitli önermeler bir araya getirilmiştir. Cİ hakkındaki ifadelerde 1, 2, 3, 4, 5, 6. maddeler Akın (2006), Çalışkan ve Koç (2012), Şentürk (2011) ve Doğanlı (2020)'nin çalışmalarından yararlanılarak oluşturulmuştur. 7, 8, 9, 10, 11. maddeler Polat (2017), Kayran (2021) ve Köşker'in (2022) çalışmalarından; 12, 13, 14, 15. maddeler ise Mercan ve Üzülmaz (2014) ve Çekal ve Doğan'ın (2021) çalışmalarından uyarlanmıştır. Uyarlanan tüm ifadeler beşli likert kategorisinde derecelendirilmiştir. 1= Kesinlikle katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle katılıyorum şeklinde düzenlenmiştir. Likert ölçeği, bir konu hakkında tutum ve görüş içeren ifadeler ile bu ifadeler katılıp düzeyinin hangi ölçüde olduğunu belirtmektedir. İfadeler katılıp, en yüksekten en düşüğe ya da tam tersi olacak şekilde dereceli olarak sıralanmaktadır (Turan ve diğ., 2015: 188).

Araştırmaya başlanmadan önce Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kurulu'ndan 25.01.2023 tarih ve 06 protokol numaralı izin alındıktan sonra anket formundaki ifadelerin anlaşılıp anlaşılmadığını ve ölçeklerin güvenilirliğini test etmek amacıyla 01 Mayıs 2023 - 15 Mayıs 2023 tarihleri arasında Akçakoca'yı ziyaret eden 250 kişi üzerinde bir pilot uygulama yapılmıştır. Pilot uygulama sonucu anketteki ifadelerin tamamının anlaşılabilir olduğu tespit edilmiştir. Akçakoca ilçesi hakkında ifadelerin güvenilirlik düzeyinin yüksek seviyede olduğu belirlenmiştir (C.Alpha = 0.947). Faktör analizi için gerekli olan ön koşulları sağladığı KMO (0,947) değeri, 0,60 değerinden fazla ve Barlett küresellik testi anlamlı bulunmuştur ($p<0.05$). Cİ'ler hakkında ifadeler için güvenilirlik, açıklayıcı faktör analizi ve madde analizi sonuçlarında da ölçeğin güvenilirlik düzeyinin yüksek seviyede olduğu belirlenmiştir (C.Alpha = 0.927). KMO (0,922) değeri, 0,60 değerinden fazla ve Barlett küresellik testi anlamlı bulunmuştur ($p<0.05$). Pilot uygulama sonuçlarının istenen sonuçları vermesinden hareketle 01 Haziran 2023 - 31 Ağustos 2023 ana araştırma verileri toplanmıştır. Bu kapsamda 1000 anket formu dağıtılmış olup 593 tanesi toplanabilmiştir. Eksik doldurma, rastgele kodlama gibi nedenlerden dolayı 93 anket verisi değerlendirmeye alınmayarak 500 tanesi değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

Verilerin analizi; araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik düzeyleri, içsel tutarlılık yöntemiyle (Internal Consistency) değerlendirilmiş ve bu kapsamda Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı hesaplanmıştır (Tablo 3). Elde edilen verilerin dağılım özelliklerini incelemek amacıyla normal dağılım analizleri gerçekleştirilmiş; bu bağlamda merkezi eğilim ölçümleri ile basıklık ve çarpıklık değerlerinden faydalanılmıştır (Tablo 4). Katılımcıların her bir ölçüme katılım düzeylerinin analizinde ortalama ve standart sapma değerleri kullanılmış, demografik özelliklerinin değerlendirilmesi ise frekans ve yüzde analizleri ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada katılımcıların verdiği çoklu cevapların birleştirilmesi “Multiple Responses” yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkinin belirlenmesi için Pearson Korelasyon analizi yapılmıştır. Araştırmada kullanılan her iki ölçeğin de normal dağılım gösterdiği ve verilerin aralıklı ölçek düzeyinde olduğu tespit edildiğinden, analiz sürecinde parametrik testler tercih edilmiştir. Bu doğrultuda, değişkenlerin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini değerlendirmek amacıyla, ikili grup karşılaştırmalarında bağımsız örneklem t testi, ikiden fazla grup arasındaki farklılıkların incelenmesinde ise tek yönlü anova analizi uygulanmıştır.

4. Bulgular

4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri ve Seyahat Özelliklerine Ait Bulgular

Katılımcılara ait demografik bulgular Tablo 1’de yer almaktadır. 500 katılımcının %54,2’si kadınlardan, %45,8’i erkeklerden oluşturmaktadır. Katılımcılar ağırlıklı olarak 25-44 yaş aralığında olup (%57,2; n=286), bekâr (%54,6; n=273), lise ve üniversite mezunu, memur ve işçilerden oluşmaktadır.

Tablo 1: Katılımcılara Ait Demografik Özellik Dağılımları

Demografik Özellikler	Gruplar	n	%
Cinsiyet	Kadın	271	54,2
	Erkek	229	45,8
Yaş	18-24	110	22,0
	25-34	156	31,2
	35-44	130	26,0
	44-54	70	14,0
	55 ve üstü	34	6,8
Medeni Durum	Evli	227	45,4
	Bekâr	273	54,6
Eğitim Durumu	İlkokul	36	7,2
	Ortaokul	40	8,0
	Lise	156	31,2
	Ön lisans	102	20,4
	Lisans	130	26,0
	Lisansüstü	36	7,2
İkamet ettiğiniz şehir	Zonguldak	92	18,4
	Ankara	81	16,2
	Bolu	52	10,4
	Düzce	22	4,4
	İstanbul	81	16,2
	Sakarya	62	12,4
	Trabzon	38	7,6
	Diğer	72	14,4
Mesleğiniz	İşçi	131	26,2
	Memur	190	38,0
	İşveren	44	8,8
	Emekli	24	4,8
	Öğrenci	66	13,2
	Düzenli bir işi yok	45	9,0

Tablo 1'in devamı

Hane Halkı Geliri	Düzenli bir gelir yok	86	17,2
	8.506 (asgari)	82	16,4
	8.507-12.500	39	7,8
	12.501-16.000	63	12,6
	16.001-20.000	98	19,6
	21.000 ve üstü	132	26,4
Toplam		500	100

Katılımcıların seyahat özelliklerini ait bulgular Tablo 2'de yer almaktadır. Katılımcıların çoğunun daha önce Akçakoca'yı ziyaret ettikleri (%71,4; n=357), Akçakoca'yı ziyaret etme amaçlarının eğlenmek olduğu (%36,0; n=180), Akçakoca'ya ziyaret seçiminin arkadaş tavsiyesi olduğu (%60,0; n=300), Akçakoca'nın doğal güzelliğiyle öne çıktığı (%41,9; n=291), Akçakoca denilince aklına ilk doğal güzellik geldiği (%48,6; n=243) tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların Akçakoca hakkında olumlu düşünceye sahip oldukları (%59,8; n=299), Akçakoca'yı tavsiye etmeyi düşündükleri (%52,6; n=263), Akçakoca'yı tekrar ziyaret etmeyi düşündükleri (%50,0; n=250), Akçakoca'dan ayrılırken akılda doğal güzelliğinin kaldığı (%38,9; n=255) ve Akçakoca'yı, Akçakoca Sarı Fındığının imgelediğini (%21,3; n=240) düşündükleri belirlenmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Seyahat Özellik Dağılımları

Seyahat Özellikleri	Gruplar	n	%
Daha önce Akçakoca'yı ziyaret ettiniz mi?	Evet	357	71,4
	Hayır	143	28,6
Toplam		500	100
Genel olarak Akçakoca'yı ziyaret etme amacınız nedir?	Eğlenmek	180	36,0
	Dinlenmek	149	29,8
	Farklı bir şehir görmek	125	25,0
	İş	25	5,0
	Cl'li ürün satın almak	21	4,2
	Toplam	500	100
Akçakoca'ya ziyaret seçimini etkileyen faktörler/etkili olan bilgi kaynakları nelerdir?	Arkadaş Tavsiyesi	300	60,0
	İnternet	129	25,8
	Seyahat Acentesi ve Tur operatörü tavsiyesi	49	9,8
	Diğer	22	4,4
	Toplam	500	100
#Akçakoca'nın öne çıkan özelliği	Doğal güzellik	291	41,9
	Turizm	182	26,2
	Kültür	60	8,6
	Tarih	57	8,2
	Yerel Gıdalar	56	8,1
	Cl'li ürünler	35	5,0
	Ticaret	14	2,0
Toplam		695	100
Akçakoca denilince aklınıza gelen ilk şey	Doğal güzellik	243	48,6
	Gastronomi	98	19,6
	Turizm	78	15,6
	Diğer	44	8,8
	Tarihi Yapı	37	7,4
	Toplam	500	100
Akçakoca hakkındaki genel izlenimiz nedir?	Olumlu	299	59,8
	Çok olumlu	82	16,4
	Ne olumlu ne olumsuz	82	16,4
	Olumsuz	37	7,4
	Toplam	500	100
Akçakoca'yı ziyaret edilmesi açısından tavsiye eder misiniz?	Düşünüyorum	263	52,6
	Kesinlikle düşünüyorum	146	29,2
	Düşünmüyorum	46	9,2
	Kararsızım	45	9,0
	Toplam	500	100

Tablo 2'nin devamı

Akçakoca'yı Tekrar Ziyaret Etmeyi Düşünüyor musunuz?	Düşünüyorum	250	50,0
	Kesinlikle düşünüyorum	150	30,0
	Kararsızım	53	10,6
	Düşünmüyorum	47	9,4
	Toplam	500	100
#Akçakoca'dan ayrılırken akılda kalanlar	Doğal güzellik	255	38,9
	Gastronomi	128	19,5
	Sosyalleşme	106	16,2
	Eğlence	63	9,6
	Tarihi Yapı	54	8,2
	Turizm	20	3,0
	Mimari Yapı	13	2,0
	Yöresel Ürünler	7	1,1
	Diğer	4	0,6
	Kültürel Yapı	4	0,6
	Kültürel Zenginlik	2	0,3
	Toplam	656	100
#Akçakoca'yı imgeleyen ürünler	Akçakoca Sarı Fındığı	240	21,3
	Ceneviz Kalesi	204	18,1
	Akçakoca Melengücceği Tatlısı	151	13,4
	Akçakoca Merkez Camii	134	11,9
	Akçakoca Mancarlı Pidesi	127	11,3
	Fakıllı Mağarası	108	9,6
	Melen Nehri	93	8,3
	Akçakoca Kaplandede Kestanesi	70	6,2
	Toplam	1127	100

#Çoklu yanıt olduğundan toplam sayı örneklem sayısını geçebilir.

4.2. Ölçeklerin Güvenirlik ve Normalliğine İlişkin Bulgular

Araştırmada kullanılan ölçeklerin iç tutarlılık katsayıları (C.A.) Tablo 3'te belirtilmiştir. Akçakoca ilçesi hakkında ifadelerin ($\alpha=0,947$) ve Cİ'ler hakkında ifadeler ($\alpha=0,927$) ölçeklerinin yüksek güvenilirliğe sahip oldukları belirlenmiştir. Güvenirlik bir ölçüm aracının ne kadar tutarlı sonuçlar verdiğini değerlendirmek için kullanılan özelliktir. Bir ölçüm aracının güvenilir olması, aynı koşullarda tekrarlanan ölçümlerde benzer sonuçlar elde edilmesini sağlamaktadır (Ercan ve Kan, 2004: 212). Bir ölgenin güvenilirliği 0 ile 1 arasında değerler almaktadır ve değerin 1'e yaklaşması güvenirliliğin yüksek olduğunu ifade etmektedir (Büyükoztürk ve diğ., 2021: 112-116).

Tablo 3: Ölçeklerin Güvenirlik (Cronbach Alpha) Değerleri

Ölçekler	Cronbach Alfa (α)
Akçakoca İlçesi Hakkında İfadelerin	0,947
Coğrafi İşaretler Hakkında İfadelerin	0,927

Ölçeklerin normallik dağılımları Tablo 4'te yer almaktadır. Her iki ölçeğin de normallik değerlerini sağladığı görülmektedir. Yapılan analizler sonucunda, merkezi eğilim ölçütlerinden ortalama ve medyan değerlerinin birbirine yakın olması, çarpıklık ve basıklık katsayılarının ± 2 aralığında yer alması (George ve Mallery, 2010) incelenen verilerin normal dağılım özelliği taşıdığını göstermektedir. Ayrıca, araştırmaya dahil edilen katılımcı sayısının yeterli düzeyde olması ($n \geq 30$), Merkezi Limit Teoremi'ne dayalı olarak parametrik yöntemlerin kullanılmasını istatistiksel açıdan uygun ve güçlü bir tercih haline getirmiştir (Ghasemi ve Zahediasl, 2012).

Tablo 4: Ölçeklerin Normallik Dağılımı Sonuçları

Ölçümler	Merkezi Eğitlim	Basıklık-Çarpıklık
	Ortalama / Medyan	Basıklık / Çarpıklık
Akçakoca İlçesi Hakkında İfadeler	3,56 / 3,88	0,173 / -1,191
Cl'ler Hakkında İfadeler	3,59 / 3,73	0,431 / -0,868

4.3. Ölçeklerdeki İfadelerin Betimsel Analizine İlişkin Bulgular

Tablo 5'te Akçakoca ilçesi hakkındaki ifadelere ait betimsel bulgular yer almaktadır. Katılımcıların Akçakoca ilçesi hakkında ifadeleri incelendiğinde en yüksek ortalamaya sahip 3 maddenin "Atmosfer olarak dinlendirici ve rahatlatıcıdır" ($\bar{x}=3,84$; s.s=1,09), "Dinlenme, mesire, park gibi alanlara sahiptir" ($\bar{x}=3,76$; s.s=1,14) ve "Doğal çekiciliklere sahiptir" ($\bar{x}=3,73$; s.s=1,11) olduğu belirlenirken en düşük ortalamaya sahip 3 maddenin "Turizm danışma büroları bulunmaktadır" ($\bar{x}=3,36$; s.s=1,12), "Trafik akışı düzenlidir" ($\bar{x}=3,39$; s.s=1,17) ve "Altyapı imkanlar gelişmiştir" ($\bar{x}=3,44$; s.s=1,13) olduğu belirlenmiştir. Genel olarak katılımcıların Akçakoca ilçesi hakkında ifadelerin $3,56 \pm 0,74$ ile yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir. Likert yapılı ölçekler için katılımcıların genel olarak düzeylerinin yorumlanması için 5'li likert için 0,8 puan aralığı ($4/5=0,80$) kullanılmakta olup, bir puanlama ölçeğin başlangıç puanı olan 1 puanın üzerine 0,8 puan aralığı kadar puan alt ve üst sınırı hesaplanmaktadır. Bu durumda "1-1,80 aralığı çok düşük", "1,81-2,6 aralığı düşük", "2,61-3,4 aralığı orta", "3,41-3,4,2 aralığı yüksek" ve "4,21-5,0 aralığı çok yüksek" düzeyi göstermektedir (Durmaz, 2020).

Tablo 5: Akçakoca İlçesi Hakkındaki İfadelere Ait Betimsel Bulgular

Maddeler	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum		$\bar{x}$	ss
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Ulaşım imkanları kolaydır.	26	5,2	72	14,4	83	16,6	230	46,0	89	17,8	3,57	1,10
Atmosfer olarak dinlendirici ve rahatlatıcıdır.	20	4,0	35	7,0	116	23,2	162	32,4	167	33,4	3,84	1,09
Fiyat açısından bakıldığında turizm işletmeleri uygundur.	29	5,8	66	13,2	127	25,4	143	28,6	135	27,0	3,58	1,18
Doğal çekiciliklere sahiptir.	31	6,2	21	4,2	144	28,8	162	32,4	142	28,4	3,73	1,11
Yardımsıver bir bölge insanına sahiptir.	22	4,4	42	8,4	162	32,4	124	24,8	150	30,0	3,68	1,12
Dinlenme, mesire, park gibi alanlara sahiptir.	28	5,6	32	6,4	133	26,6	144	28,8	163	32,6	3,76	1,14
Arkeolojik eserleri bulunmaktadır.	29	5,8	48	9,6	184	36,8	140	28,0	99	19,8	3,46	1,09
Tarihi eserleri bulunmaktadır.	25	5,0	52	10,4	152	30,4	137	27,4	134	26,8	3,61	1,13
Çocuğu olan ziyaretçiler için uygun özellikleri barındırır.	23	4,6	56	11,2	173	34,6	124	24,8	124	24,8	3,54	1,12
Turizm danışma büroları bulunmaktadır.	30	6,0	70	14,0	184	36,8	120	24,0	96	19,2	3,36	1,12
Elverişli iklim koşullarına sahiptir.	24	4,8	65	13,0	153	30,6	132	26,4	126	25,2	3,54	1,14
Festival, şenlik ve kültürel diğer faaliyetler düzenlenmektedir.	36	7,2	47	9,4	170	34,0	123	24,6	124	24,8	3,50	1,17
Alışveriş açısından çeşitli imkanları bulunmaktadır.	32	6,4	63	12,6	139	27,8	150	30,0	116	23,2	3,51	1,16
Doğal ve temiz bir çevreye sahiptir.	27	5,4	54	10,8	169	33,8	141	28,2	109	21,8	3,50	1,11

Tablo 5'in Devamı

Altyapı imkanları gelişmiştir.	38	7,6	40	8,0	89	37,8	129	25,8	104	20,8	3,44	1,13
Şehir güvenli ve emniyetlidir.	39	7,8	43	8,6	157	31,4	140	28,0	121	24,2	3,52	1,17
Trafik akışı düzenlidir.	45	9,0	48	9,6	172	34,4	135	27,0	100	20,0	3,39	1,17
Şehirdeki yapılaşma planlıdır.	38	7,6	51	10,2	157	31,4	124	24,8	130	26,0	3,51	1,20
Gece hayatı imkanları mevcuttur.	32	6,4	43	8,6	162	32,4	152	30,4	111	22,2	3,53	1,12
Eğlence imkanları bulunmaktadır.	30	6,0	44	8,8	173	34,6	138	27,6	115	23,0	3,50	1,10
Rekreasyon imkanları ve çeşitleri bulunur.	26	5,2	43	8,6	179	35,8	135	27,0	117	23,4	3,55	1,10
Konaklama tesisleri kalitedir.	30	6,0	45	9,0	149	29,8	141	28,2	135	27,0	3,61	1,15
Yiyecek-içecek işletmeleri kalitelidir.	34	6,8	37	7,4	148	29,6	140	28,0	141	28,2	3,63	1,16
Farklı tur ve gezi imkanlarına sahiptir.	35	7,0	52	10,4	152	30,4	134	26,8	127	25,4	3,53	1,18
Akçakoca ilçesi hakkında ifadeler											3,56	0,74

Tablo 6'da Cİ'ler hakkındaki ifadelere ait betimsel bulgular yer almaktadır. Katılımcıların Cİ'ler hakkında ifadeleri incelendiğinde en yüksek ortalamaya sahip 3 maddenin "Akçakoca'ya özgü Cİ'li ürünleri satın almak isterim" ($\bar{x}=3,80$; s.s=1,12), "Cİ'li ürünler yerelliği ifade eder" ($\bar{x}=3,77$; s.s=0,94) ve "Cİ ürünün tanıtımına katkıda bulunur" ($\bar{x}=3,69$; s.s=1,03) olduğu belirlenirken en düşük ortalamaya sahip 3 maddenin "Cİ destinasyonlar için çekim unsurudur" ($\bar{x}=3,43$; s.s=1,04), "Cİ ürünün kalitesinin göstergesidir" ($\bar{x}=3,45$; s.s=1,04) ve "Cİ yerel kalkınmayı sağlar" ($\bar{x}=3,47$; s.s=1,07) olduğu belirlenmiştir. Genel olarak katılımcıların Cİ hakkında ifadelerin $3,59\pm 0,76$ ile yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir.

Tablo 6: Cİ'ler Hakkındaki İfadelere Ait Betimsel Bulgular

Maddeler	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum		$\bar{x}$	ss
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Cİ'li ürünler yerelliği ifade eder.	18	3,60	24	4,80	110	22,00	249	49,80	99	19,80	3,77	0,94
Cİ ürünün doğallığının göstergesidir.	13	2,60	49	9,80	125	25,00	231	46,20	82	16,40	3,64	0,96
Cİ tüketicinin ürüne olan güvenini artırır.	11	2,20	70	14,00	140	28,00	184	36,80	95	19,00	3,56	1,02
Cİ ürünün tanıtımına katkıda bulunur.	18	3,60	48	9,60	113	22,60	214	42,80	107	21,40	3,69	1,03
Cİ ürünün markalaşmasını sağlar.	20	4,00	54	10,80	137	27,40	201	40,20	88	17,60	3,57	1,03
Cİ ürünün kalitesinin göstergesidir.	18	3,60	73	14,60	159	31,80	167	33,40	83	16,60	3,45	1,04
Cİ yerel ürünlerin pazarlama olanaklarını artırmaktadır.	19	3,80	60	12,00	115	23,00	195	39,00	111	22,20	3,64	1,07
Cİ bir reklam aracıdır.	21	4,20	67	13,40	135	27,00	168	33,60	109	21,80	3,55	1,10
Cİ destinasyonlar için çekim unsurudur.	23	4,60	66	13,20	156	31,20	183	36,60	72	14,40	3,43	1,04
Cİ destinasyonun tanıtımına katkıda bulunur.	22	4,40	66	13,20	117	23,40	198	39,60	97	19,40	3,56	1,08
Cİ yerel kalkınmayı sağlar.	22	4,40	76	15,20	131	26,20	188	37,60	83	16,60	3,47	1,07
Cİ bölgesel istihdama katkıda bulunur.	19	3,80	80	16,00	140	28,00	157	31,40	104	20,80	3,49	1,10

Tablo 6'nın devamı

CI turizmin canlanmasını sağlar.	25	5,00	52	10,40	112	22,40	208	41,60	103	20,60	3,62	1,08
Akçakoca'ya özgü Cİ'li ürünleri satın almak isterim.	19	3,80	50	10,00	106	21,20	161	32,20	164	32,80	3,80	1,12
Akçakoca'ya özgü Cİ'li ürünleri satın alabileceğim yerler bulunmaktadır.	26	5,20	53	10,60	127	25,40	171	34,20	123	24,60	3,62	1,12
Cİ'ler hakkında ifadeler											3,59	0,76

4.4. Araştırma Sorularına Ait Bulgular

Tablo 7'de ölçekler arası ilişkiyi gösteren korelasyon analizi sonuçları yer almaktadır. Korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde katılımcıların Akçakoca ilçesi hakkında ifadeleri ile Cİ'ler hakkında ifadeleri arasında pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu ($r=0.432$; $p<0.05$) belirlenmiştir. Bu sonuç katılımcıların Cİ'ler hakkında ifadelerini iyileştirdiklerinde Akçakoca ilçesi hakkında ifadelerinin de orta düzeyde iyileşeceği anlamına gelmektedir.

Tablo 7: Değişkenler Arasındaki İlişki Analizi Sonuçları

Değişkenler		Akçakoca ilçesi hakkında ifadeler	Cİ'ler hakkında ifadeler
Akçakoca ilçesi hakkında ifadeler	r	1	
	p		
Cİ'ler hakkında ifadeler	r	0,432	1
	p	0,001*	

* $p<0.05$; Pearson korelasyon analizi yapılmıştır.

Tablo 8'de demografik özellikler ile Akçakoca ilçesi hakkındaki ifadelerin karşılaştırılması yer almaktadır. T testi analizi sonuçlarına göre cinsiyet ve medeni durum ile Akçakoca ilçesi hakkındaki ifadeler arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Tek yönlü Anova testi sonuçlarına göre katılımcıların Akçakoca ilçesi hakkında ifadelerinin yaşlara göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($F=2,528$, $p=0.040<0,05$). Farklılaşmanın hangi gruplardan kaynaklandığının belirlenmesi için yapılan Scheffe testi sonucu ortalamalar incelendiğinde 44-54 yaşında olan katılımcıların Akçakoca ilçesi hakkında ifadelerinin yaşı 18-24 olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların Akçakoca ilçesi hakkında ifadelerinin eğitim durumlarına göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($F=3,597$, $p=0,003<0,05$). Farklılaşmanın hangi gruplardan kaynaklandığının belirlenmesi için yapılan Scheffe testi sonucu ortalamalar incelendiğinde ortaokul mezunu katılımcıların Akçakoca ilçesi hakkında ifadelerinin ilköğretim ve lise mezunu katılımcılardan daha düşük olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların Akçakoca ilçesi hakkında ifadelerinin ikamet ettikleri şehre göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($F=4,587$, $p=0,001<0,05$). Farklılaşmanın hangi gruplardan kaynaklandığının belirlenmesi için yapılan Scheffe testi sonucu ortalamalar incelendiğinde Ankara ve İstanbul'da ikamet eden katılımcıların Akçakoca ilçesi hakkında ifadelerinin Zonguldak, Bolu, Sakarya ve Trabzon'da yaşayan katılımcılara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlar katılımcıların Akçakoca hakkındaki ifadelerinin yaş, eğitim durumu ve ikamet edilen şehre göre farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 8: Katılımcıların Demografik Özellikler ile Akçakoca İlçesi Hakkında İfadelerin Karşılaştırılması

Demografik Özellikler	Gruplar	Ort±ss	F/t	p	Scheffe
Cinsiyet	Kadın	3,55±0,73	t=-0,303	0,762	
	Erkek	3,57±0,74			
Yaş	18-24	3,43±0,82	F=2,528	0,040*	(4>1)
	25-34	3,56±0,74			
	35-44	3,64±0,65			
	44-54	3,71±0,62			
	55 ve üstü	3,49±0,89			
Medeni Durum	Evli	3,62±0,71	t=1,593	0,112	
	Bekar	3,51±0,76			
Eğitim Durumu	İlkokul	3,66±0,65	F=3,597	0,003*	(2<1,3)
	Ortaokul	3,30±0,91			
	Lise	3,71±0,64			
	Ön lisans	3,50±0,73			
	Lisans	3,48±0,77			
İkamet ettiğiniz şehir	Lisansüstü	3,49±0,79	F=4,587	0,001*	(2,5>1) (2,5>3) (2,5>6) (2,5>7)
	Zonguldak	3,38±0,85			
	Ankara	3,83±0,41			
	Bolu	3,48±0,81			
	Düzce	3,52±0,85			
	İstanbul	3,74±0,61			
	Sakarya	3,37±0,86			
	Trabzon	3,38±0,78			
	Diğer	3,61±0,68			

Tablo 9'da katılımcıların seyahat özellikleri ile Akçakoca ilçesi hakkında ifadelerin karşılaştırılması yer almaktadır. Yapılan t testi ve tek yönlü Anova testi sonuçlarına göre sadece bir ifadede farklılık olup diğer ifadelerde bir farklılık bulunmamaktadır. Bu ifade ise katılımcıların Akçakoca'yı tekrardan ziyaret etmeyi düşünme durumuna göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($F=3,263$, $p=0,021<0,05$). Farklılaşmanın hangi gruplardan kaynaklandığının belirlenmesi için yapılan Scheffe testi sonucu ortalamalar incelendiğinde Akçakoca'yı tekrardan ziyaret etme konusunda kararsız kalan katılımcıların Akçakoca ilçesi hakkında ifadelerinin Akçakoca'yı tekrardan ziyaret etmeyi düşünmeyen katılımcılardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu araştırma sorularından "Akçakoca'yı tekrar ziyaret etme durumu" özelinde kabul edilmiştir.

Tablo 9: Katılımcıların Seyahat Özellikleri ile Akçakoca İlçesi Hakkında İfadelerin Karşılaştırılması

Seyahat Özellikleri	Gruplar	Ort±ss	F/t	p	Scheffe
Daha önce Akçakoca'yı ziyaret ettiniz mi?	Evet	3,56±0,75	t=0,189	0,851	
	Hayır	3,55±0,72			
Genel olarak Akçakoca'yı ziyaret etme amacınız nedir?	İş	3,77±0,54	F=1,013	0,400	
	Cl'li ürün satın almak	3,54±0,87			
	Dinlenmek	3,49±0,8			
	Farklı bir şehir görmek	3,62±0,66			
	Eğlenmek	3,55±0,75			
Akçakoca'ya ziyaret seçimini etkileyen faktörler/etkili olan bilgi kaynakları nelerdir?	Diğer	3,78±0,66	F=1,096	0,350	
	Seyahat acentesi ve tur operatörü tavsiyesi	3,52±0,75			
	İnternet	3,50±0,80			
	Arkadaş tavsiyesi	3,58±0,71			
Akçakoca denilince aklınıza gelen ilk şey	Doğal güzellik	3,61±0,71	F=1,615	0,169	
	Gastronomi	3,56±0,78			
	Turizm	3,53±0,75			
	Tarihi yapı	3,29±0,78			

Tablo 9'ün devamı

	Diğer	3,58±0,73			
Akçakoca hakkındaki genel izlenimiz nedir?	Olumsuz	3,53±0,79	F=0,238	0,870	
	Ne olumlu ne olumsuz	3,58±0,70			
	Olumlu	3,57±0,72			
	Çok olumlu	3,50±0,82			
Akçakoca'yı ziyaret edilmesi açısından tavsiye eder misiniz?	Düşünmüyorum	3,58±0,74	F=0,542	0,654	
	Kararsızım	3,63±0,63			
	Düşünüyorum	3,58±0,73			
	Kesinlikle düşünüyorum	3,50±0,78			
Akçakoca'yı Tekrar Ziyaret Etmeyi Düşünüyor musunuz?	Düşünmüyorum	3,33±0,92	F=3,263	0,021*	(2>1)
	Kararsızım	3,76±0,53			
	Düşünüyorum	3,59±0,71			
	Kesinlikle düşünüyorum	3,52±0,76			

*p<0.05; F: Tek yönlü anova analizi; t: Bağımsız örneklem t-testi

Tablo 10'da demografik ifadeler ile Cİ'ler hakkındaki ifadelerin karşılaştırılması yer almaktadır. Bulgulara göre katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum, meslek ve hane halkı geliri ile Cİ'ler hakkındaki ifadeleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Katılımcıların Cİ'ler hakkında ifadelerinin eğitim durumlarına göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir (F=4,561, p=0,001<0,05). Farklılaşmanın hangi gruplardan kaynaklandığının belirlenmesi için yapılan Scheffe testi sonucu ortalamalar incelendiğinde lise mezunu katılımcıların Cİ'ler hakkında ifadelerinin ortaokul ve lisans mezunu katılımcılardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların Cİ'ler hakkında ifadelerinin ikamet ettikleri şehre göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir (F=2,059, p=0,046<0,05). Farklılaşmanın hangi gruplardan kaynaklandığının belirlenmesi için yapılan Scheffe testi sonucu ortalamalar incelendiğinde Ankara ve İstanbul'da yaşayan katılımcıların Cİ'ler hakkında ifadelerinin Bolu ve diğer şehirlerde yaşayan katılımcılardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Tablo 10: Katılımcıların Demografik Özellikler ile Cİ'ler Hakkında İfadelerin Karşılaştırılması

Demografik Özellikler	Gruplar	Ort±ss	F/t	p	Scheffe
Cinsiyet	Kadın	3,58±0,79	t=-0,220	0,826	
	Erkek	3,60±0,72			
Yaş	18-24	3,60±0,80	F=1,070	0,371	
	25-34	3,50±0,80			
	35-44	3,62±0,71			
	44-54	3,67±0,67			
	55 ve üstü	3,71±0,76			
Medeni Durum	Evli	3,64±0,75	t=1,411	0,159	
	Bekar	3,55±0,77			
Eğitim Durumu	İlkokul	3,70±0,71	F=4,561	0,001*	(3>2,5)
	Ortaokul	3,22±1,03			
	Lise	3,76±0,61			
	Ön lisans	3,62±0,72			
	Lisans	3,46±0,84			
İkamet ettiğiniz şehir	Lisansüstü	3,60±0,66	F=2,059	0,046*	(2,5>3) (2,5>8)
	Zonguldak	3,62±0,79			
	Ankara	3,73±0,59			
	Bolu	3,39±0,89			
	Düzce	3,59±0,89			
	İstanbul	3,77±0,73			
	Sakarya	3,52±0,72			
	Trabzon	3,52±0,65			
	Diğer	3,45±0,82			
Mesleğiniz	İşçi	3,50±0,76	F=1,182	0,317	
	Memur	3,62±0,75			

Tablo 10'nun devamı

Hane Halkı Geliri	İşveren	3,52±0,83	F=0,617	0,687	
	Emekli	3,71±0,68			
	Öğrenci	3,74±0,68			
	Düzenli bir işi yok	3,55±0,86			
	Düzenli bir gelir yok	3,60±0,79			
	8.506 (asgari)	3,54±0,78			
	8.507-12.500	3,75±0,82			
	12.501-16.000	3,63±0,56			
	16.001-20.000	3,52±0,82			
	21.000 ve üstü	3,61±0,75			

*p<0.05; F: Tek yönlü anova analizi; t: Bağımsız örneklem t-testi

Tablo 11'de katılımcıların seyahat özellikleri ile Cİ'ler hakkındaki ifadelerinin karşılaştırılması yer almaktadır. Burada üç ifadede farklılık tespit edilmiştir. Katılımcıların Cİ'ler hakkında ifadelerinin daha önce Akçakoca'yı ziyaret etme durumuna göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($t=2,085$, $p=0,038<0,05$). Ortalamalar incelendiğinde daha önce Akçakoca'yı ziyaret eden katılımcıların Cİ'ler hakkında ifadelerinin daha önce Akçakoca'yı ziyaret etmeyen katılımcılardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların Cİ'ler hakkında ifadelerinin Akçakoca denilince aklı gelen ilk şeye göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($F=2,572$, $p=0,037<0,05$). Farklılaşmanın hangi gruplardan kaynaklandığının belirlenmesi için yapılan Scheffe testi sonucu ortalamalar incelendiğinde Akçakoca denilince aklına doğal güzellik gelen katılımcıların Cİ'ler hakkında ifadelerinin Akçakoca denilince aklına gastronomi ve diğer şeyler gelen katılımcılara göre daha düşük olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların Cİ'ler hakkında ifadelerinin Akçakoca'yı tekrar ziyaret etmeyi düşünme durumuna göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($F=2,776$, $p=0,041<0,05$). Farklılaşmanın hangi gruplardan kaynaklandığının belirlenmesi için yapılan Scheffe testi sonucu ortalamalar incelendiğinde Akçakoca'yı tekrardan ziyaret etmeyi kesinlikle düşünen katılımcıların Akçakoca ilçesi hakkında ifadelerinin Akçakoca'yı tekrardan ziyaret etmeyi düşünmeyen katılımcılardan daha düşük olduğu belirlenmiştir.

Tablo 11: Katılımcıların Seyahat Özellikleri ile Cİ'er Hakkında İfadelerin Karşılaştırılması

Seyahat Özellikleri	Gruplar	Ort±ss	F/t	p	Scheffe
Daha önce Akçakoca'yı ziyaret ettiniz mi?	Evet	3,64±0,72	t=2,085	0,038*	
	Hayır	3,47±0,84			
Genel olarak Akçakoca'yı ziyaret etme amacınız nedir?	İş	3,61±0,77	F=0,048	0,996	
	Cİ'li ürün satın almak	3,53±0,89			
	Dinlenmek	3,60±0,77			
	Farklı bir şehir görmek	3,59±0,79			
	Eğlenmek	3,60±0,72			
Akçakoca'ya ziyaret seçimini etkileyen faktörler/etkili olan bilgi kaynakları nelerdir?	Diğer	3,76±0,71	F=1,205	0,307	
	Seyahat acentesi ve tur operatörü tavsiyesi	3,48±0,67			
	İnternet	3,53±0,82			
	Arkadaş tavsiyesi	3,63±0,75			
	Doğal güzellik	3,50±0,78			
Akçakoca denilince aklınıza gelen ilk şey	Gastronomi	3,73±0,77	F=2,572	0,037*	(1<2,5)
	Turizm	3,62±0,73			
	Tarihi yapı	3,54±0,72			
	Diğer	3,79±0,66			
	Olumsuz	3,42±0,69			
Akçakoca hakkındaki genel izlenimiz nedir?	Ne olumlu ne olumsuz	3,58±0,81	F=1,332	0,263	
	Olumlu	3,58±0,75			

Tablo 11'nin devamı

	Çok olumlu	3,71±0,77			
	Düşünmüyorum	3,61±0,72			
	Kararsızım	3,52±0,64			
Akçakoca'yı ziyaret edilmesi açısından tavsiye eder misiniz?	Düşünüyorum	3,58±0,79	F=0,221	0,881	
	Kesinlikle düşünüyorum	3,62±0,76			
	Düşünmüyorum	3,42±0,92			
	Kararsızım	3,71±0,73			
Akçakoca'yı Tekrar Ziyaret Etmeyi Düşünüyormusunuz?	Düşünüyorum	3,54±0,74	F=2,776	0,041*	(1<4)
	Kesinlikle düşünüyorum	3,70±0,72			

p<0.05*; F: Tek yönlü anova analizi; t: Bağımsız örneklem t-testi

5. Sonuç ve Öneriler

Akçakoca, Türkiye'nin iç turizmdeki önemli destinasyonlarından biri olarak, hem doğal güzellikleri hem de kültürel zenginlikleri ile dikkat çekmektedir. Bu araştırma, Akçakoca'yı ziyaret eden yerli turistlerin seyahat nedenlerini ve Cİ'li gıdaların ziyaret kararlarındaki etkilerini inceleyerek, bölgedeki turizm paydaşlarına önemli bilgiler sunmayı amaçlamaktadır. Ulaşılan literatür doğrultusunda Cİ'lerin hem yerel kültürün korunmasında hem de yerel ürünlerin turistik çekicilik unsurlarına dönüştürülmesinde kilit rol oynadığı görülmektedir. Cİ'li yerel gıdalar, bir destinasyonun kültürel yapısını yansıtmakla kalmamakta aynı zamanda bölge ekonomisine ve tanıtımına da doğrudan katkı sağlamaktadır.

Araştırma sonuçları, katılımcıların Akçakoca'yı ziyaret etme nedenlerinin başında eğlenmek, dinlenmek ve farklı bir şehir görmek gibi motivasyonların yer aldığını ortaya koymuştur. Bu sonuçlar, Akçakoca'nın sunduğu doğal güzelliklerin ve sakin atmosferin, yerli turistlerin ilgisini çektiğini göstermektedir. Özellikle katılımcıların Akçakoca denildiğinde akıllarına ilk olarak doğal güzelliklerin gelmesi, bu durumun önemini pekiştirmektedir. Daha önceki araştırmalarla paralellik gösteren bu sonuçlar, Mesci ve Öztürk (2017) tarafından vurgulanan Akçakoca'nın bozulmamış doğal yapısının turizm faaliyetlerine olumlu katkı sağlama potansiyelini desteklemektedir. Bu bağlamda, doğal kaynakların korunması ve sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin planlanması, bölgenin turizm potansiyelini artırmak için kritik öneme sahiptir. Akçakoca'nın doğal güzellikleri, hem yerel hem de ulusal turizm açısından çekiciliği artırmakta ve sürdürülebilir bir turizm gelişimi için fırsatlar sunmaktadır.

Araştırmanın diğer sonuçları, katılımcıların Akçakoca hakkında genel olarak olumlu düşüncelere sahip olduklarını, ziyaretlerinin çoğunlukla arkadaş tavsiyeleriyle yapıldığını ve bölgeyi tekrar ziyaret etme isteğinin yüksek olduğunu göstermektedir. Bu, Akçakoca'nın turizm potansiyelini artırmak için önemli bir fırsat sunmaktadır. Özellikle katılımcıların %52,2'sinin Cİ ile tescillenmiş gastronomik ürünler arasında Akçakoca Sarı Fındığı'nın öne çıktığını belirtmeleri, bu ürünlerin bölge turizmi için önemli bir çekicilik unsuru oluşturduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar, Altanlar (2007) ve Karakulak (2016) tarafından yapılan önceki çalışmaları desteklemekte ve Cİ ile tescillenen ürünlerin yerel ekonomi ve turizm üzerindeki etkisini vurgulamaktadır.

Araştırmada en dikkat çekici sonuçlarından biri, Akçakoca ilçesi ile Cİ ürünleri arasında pozitif yönlü anlamlı bir korelasyon ilişkisinin bulunmasıdır. Katılımcıların Cİ'li ürünler hakkında ortalamanın üzerinde olumlu tutum sergiledikleri, özellikle "Akçakoca'ya özgü Cİ'li ürünleri satın almak isterim" ifadesine yüksek bir eğilim göstermeleri, Cİ'li ürünlerin tanıtım ve pazarlama stratejilerinin güçlendirilmesinin önemini ortaya koymaktadır. Kök ve Güngör'ün (2021) araştırmasında benzer şekilde, turistlerin Cİ ürünleri için bölgeyi ziyaret etme istekleri ifade edilmiştir. Bu sonuçlar,

Akçakoca'nın Cİ'li ürünlerinin tanıtımı ve pazarlanmasına yönelik çalışmaların artırılması gerektiğini göstermektedir.

Araştırma sonuçları, ayrıca Akçakoca'da Cİ'li ürünlerin yeterince bilinmediğini ve bu ürünlerin tanıtımının artırılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Özkan (2019), Işık (2022) ve Yıldırım (2023) tarafından yapılan çalışmalar, gastronomik ürünlerin tanıtım eksikliklerine dikkat çekmektedir. Bu sonuçlar, yerel halk ve işletmeler tarafından Cİ'li gıdaların algısının araştırılmasının yanı sıra, bu ürünlerin pazarlama stratejilerinin güçlendirilmesine yönelik kampanyaların gerekliliğini göstermektedir.

Turizm literatüründe Cİ'li gıdaların destinasyon tercihindeki etkisini konu alan araştırmalar göreceli olarak sınırlıdır. Bu araştırma, Cİ'li ürünlerin turistik destinasyonların çekiciliğini nasıl artırdığını ve turistlerin bu ürünlere yaklaşımının nasıl olduğunu analiz ederek literatüre önemli bir katkı sunmaktadır. Ayrıca araştırma sonuçları, Cİ'li ürünlerin destinasyon tanıtımında stratejik bir rol oynayabileceğini ve turistlerin destinasyon algılarının şekillendirmede etkili bir faktör olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, bu araştırma turizm pazarlaması ve destinasyon makalaşması alanlarında yapılacak yeni araştırmalara teorik bir temel oluşturabilir.

Araştırma, Akçakoca'nın doğal güzelliklerinin, çekicilik açısından belirleyici unsur olduğunu ve Cİ'li gıdaların turistlerin tüketim alışkanlıklarını etkileyebileceğini göstermektedir. Bu noktada, araştırma sonuçları ışığında turizm paydaşlarına bazı öneriler getirilebilir:

- Turizm faaliyetlerinin doğayı koruyarak ve yerel halkın ekonomik refahını artıracak şekilde planlanması gerekmektedir.
- Akçakoca Sarı Fındığı, Mancarlı Pide ve Kaplandede Kestanesi gibi Cİ'li ürünlerin tanıtımının artırılması, turistlerin destinasyon tercihlerini etkileyebilir.
- Akçakoca'daki restoran ve kafelerin Cİ'li ürünleri menülerine dahil ederek turistik tüketimi artırmaları sağlanabilir.
- Akçakoca'nın Cİ'li gıdalarını merkeze alan festivaller, tadım etkinlikleri ve gıda turları düzenlenerek gastronomi turizmi desteklenebilir.
- Akçakoca'nın doğal güzellikleri ve kültürel mirasıyla entegre edilmiş gastronomi rotaları oluşturularak turistlerin destinasyonda geçirecekleri süre uzatılabilir.

Yönetimsel anlamda, bu araştırma yerel yönetimlerin, turizm otoritelerinin ve gıda tedarikçilerinin stratejik karar alma süreçlerine rehberlik edecek bulgular sunmaktadır. Akçakoca'da Cİ'li gıdaların turizm potansiyelini artırabilmesi için yönetimsel düzeyde şu adımlar atılabilir:

- Yerel yönetimler ve ilgili kurumlar, Akçakoca'nın gastronomi turizmi markalaşma sürecini destekleyecek kampanyalar düzenleyebilir.
- Yerel yönetimler, restoranlar, oteller, turizm ajansları çiftçilerle ortak çalışma yürüterek Cİ'li ve diğer gıdaların turizme entegrasyonunu sağlayabilir.
- Akçakoca'nın Cİ'li ve diğer yerel gıdaların tanılabilirliğini artırmak için e-ticaret ve dijital pazarlama araçları kullanılarak ulusal ve uluslararası platformlarda tanıtım yapılabilir.

6. Kaynakça

Akçakoca Kaymakamlığı (2024), "Akçakoca", <http://www.akcakoca.gov.tr/akcakocanin-cografik-konumu> (04.02.2024).

- Akın, E. B. (2006), Coğrafi İşaret Olarak Tescil Edilmiş Malatya Kayısısının Teknolojik Özelliklerinin Saptanması ve Gıda Güvenliği Açısından Araştırılması, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Altanlar, A. (2007), Akçakoca Alternatif Turizm Olanaklarının Araştırılması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Bolu.
- Babcock, B. A. (2003), "Geographical Indications, Property Rights and Value-Added Agriculture", *Iowa Ag Review*, 9(4), ss. 1-3.
- Bakır, B. E. (2018), Destinasyon Markalaşma Süreci: Akçakoca Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.
- Bekar, A. ve Kılıç, B. (2014), "Turistlerin Gelir Düzeylerine Göre Destinasyondaki Gastronomi Turizmi Etkinliklerine Katılımları", *International Journal of Social and Economic Sciences*, 4(1), ss. 19-26.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, E. Ö., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2021), *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Cei, L., Defrancesco, E. ve Stefani, G. (2018), "From Geographical Indications to Rural Development: A Review of the Economic Effects of European Union Policy", *Sustainability*, 10(10), 3745.
- Cömert, M. ve Sökmen, A. (2017), "Türkiye'de Gastronomi Turizmi: Antalya'da Konaklayan Turistler Üzerine Bir Araştırma", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(3), ss. 6-26.
- Çakmaklı, S. ve Salık, M. A. (2022), "Erzurum'un Coğrafi İşaret Tescili Almış Ürünleri: Güncel Bir Bakış ve Öneriler", *Ata Gıda Dergisi*, 1(2), ss. 1-12.
- Çalışkan, V. ve Koç, H. (2012), "Türkiye'de Coğrafi İşaretlerin Dağılışı Özelliklerinin ve Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesi", *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(28), ss. 193-214.
- Çekal, N. ve Aslan, B. (2017), "Gastronomik Bir Değer Olarak Tarhana ve Coğrafi İşaretlemede Tarhananın Yeri ve Önemi", *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), ss. 124-135.
- Çekal, N. ve Doğan, E. (2021), "Sürdürülebilir Gastronomide Standart Reçete ve Coğrafi İşaretlerin Önemi", *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 4(1), ss. 49-60.
- Demirer, H. R. (2010), Yerel Ürünler ve Coğrafi İşaretler; Fransa ve Türkiye, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Doğanlı, B. (2020), "Coğrafi İşaret, Markalaşma ve Kırsal Turizm İlişkileri", *İnsan ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), ss. 525-541.
- Durmaz, Y. (2020), Vakıf Üniversitelerinde Okuyan Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin İlgüdüsel Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisinin Yapısal Eşitlik Modeli ile Belirlenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ercan, İ. ve Kan, İ. (2004), "Ölçeklerde Güvenirlilik ve Geçerlilik", *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30(3), ss. 211-216.
- Erciyas, N. ve Yılmaz, İ. (2021), "Gastronomi Turizminin Gelişiminde Gastronomi Festivalleri ve Türkiye'deki Mevcut Durum", *ART/icle: Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(1), ss. 91-108.
- Erşahin, E. (2021), Akçakoca İlçesinde 2019 Yılında Yaşanan Sel Felaketinin Sürdürülebilir Turizm Açısından Değerlendirilmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bilecik.
- George, D. ve Mallery, M. (2010), *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference*, 17.0 update 10. Edition, Boston: Pearson.

- Ghasemi, A. ve Zahediasl, S. (2012), "Normality Tests for Statistical Analysis: A Guide for Non-Statisticians", *International Journal of Endocrinology and Metabolism*, 10(2), ss. 486-489.
- Gökovalı, U. (2007), "Coğrafi İşaretler ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği", *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), ss. 141-160.
- Gündoğdu, G. (2006), Türk Hukukunda Coğrafi İşaret Kavramı ve Koruması, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Hatırnaz, B. (2023), "Çok Kültürlülüğün Menülere Yansımaları: Akçakoca Restoranları Üzerinde Bir Araştırma", *Anadolu İktisat ve İşletme Dergisi*, 7(2), ss. 128-142.
- Hoşça, T. (2023), Akçakoca Turizm Tarihinin Yaşayan Tanıkların Görüşleri Kapsamında Değerlendirilmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Düzce.
- Işık, N. (2022), Gastronomik Kimlik Oluşturmada Coğrafi İşaretli Ürünlerin Etkisi: Ankara İli Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimsel Enstitüsü, Ankara.
- İloğlu, N. (2014), Coğrafi İşaretlerin Tescili ve Denetimi Üzerine Farklı Ülke Sistemlerinin İncelenmesi ve Türkiye Uygulaması, Uzmanlık Tezi, Türk Patent Enstitüsü, Ankara.
- Karacaoğlu, S. ve Cankül, D. (2023), "Turistlerin Yerel Mutfak Tüketim Değerinin Tutum, Destinasyon İmajı ve Davranışsal Niyet Üzerine Etkileri: Hatay Örneği", *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(1), ss. 197-217.
- Karakulak, Ç. (2016), Coğrafi İşaretleme Yoluyla Gastronomik Kimlik Oluşturma ve Gastronomik Kimliğin Destinasyon Pazarlamasındaki Rolü: Trakya Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Kaya, F. (2014), Destinasyon Markalaşması Sürecinde Doğu Karadeniz Bölgesi'nin Doğal ve Kültürel Kaynaklar Açısından Değerlendirilmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kayran, F. M. (2021), Şanlıurfa İlinin Coğrafi İşaretli Ürünlerinin Gastronomi Turizmi Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Kılıçhan, R. ve Köşker, H. (2015), "Destinasyon Markalaşmasında Gastronominin Önemi: Van Kahvaltısı Örneği", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), ss. 102-115.
- King, R. P., Hand, M. S. ve Gomez, M. I. (2014), *Growing Local: Case Studies on Local Food Supply Chains*, Lincoln: University of Nebraska Press.
- Kivela, J., ve Crotts, J.C. (2005), "Gastronomy Tourism, A Meaningful Travel Market Segment Gastronomy Tourism", *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2-3), ss. 39-55.
- Kocaman, M. ve Kocaman, E. M. (2014), "The Importance of Cultural and Gastronomic Tourism in Local Economic Development: Zile Sample", *International Journal of Economics and Financial Issues*, 4(4), ss. 735-745.
- Kök, A. ve Güngör, A. (2021), "Coğrafi İşaretli Ürünlerin Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Açısından Önemi: Akçakoca Melengücceği Tatlısı Örneği", *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(1), ss. 61-74.
- Köşker, H. (2022), "Batı Karadeniz Bölümü'nün Coğrafi İşaretli Ürünlerinin Tespiti ve Bunların Turistik Önemi", *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12(1), ss. 22-35.
- Köşker, H. (2023), "Coğrafi İşaret Kavramı ve Türkiye'de Coğrafi İşaret" içinde (H. Köşker ve F. Ercan (Editörler), *Türkiye'nin Coğrafi İşaretli Gastronomik Ürünleri*, ss.1-22, Çanakkale: PA Paradigma Akademi Yayınları.

- Küçükkömürler S., Şirvan N. B. ve Sezgin. A. C. (2018), "Dünya'da ve Türkiye'de Gastronomi Turizmi", *Uluslararası Turizm, İşletme, Ekonomi Dergisi*, 2(2), ss. 78-85.
- Mercan, G. O. ve Üzülmmez, M. (2014), "Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizm Gelişimindeki Önemi: Çanakkale İli Örneği", *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), ss. 67-94.
- Mesci, M. ve Öztürk, E. (2017), "Akçakoca'nın Kırsal Turizm Eğilimleri ve Geleceğe Yönelik Öneriler", *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(3), ss. 73-82.
- Oğuz, Z. (2016), Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde Coğrafi İşaretlerin Kullanımı: Siirt İli Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mardin Artuklu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mardin.
- Oral B. ve Çoban A. (2021), *Kuramdan Uygulamaya Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Pegem Akademi.
- Oraman, Y. (2015), "Türkiye'de Coğrafi İşaretli Ürünler", *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), ss. 76-85.
- Orhan, A. (2010), "Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde Coğrafi İşaretlerin Kullanımı: İzmit Pişmaniyesi Örneği", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), ss. 243-254.
- Özkan, F. (2019), Gastronomik Kimlik Oluşturmada Coğrafi İşaretli Ürünlerin Etkisi: Afyonkarahisar Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S. ve Can, A. (2013), "Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), ss. 13-20.
- Özsoy, T. (2015), "Coğrafi İşaretlemenin Katma Değer Oluşturmada Bir Araç Olarak Kullanımı", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(2), ss. 31-46.
- Park, H. (2013), *Heritage Tourism*, London: Routledge.
- Polat, E. (2017), "Turizm ve Coğrafi İşaretleme: Balıkesir Örneği", *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 1(1), ss. 17-31.
- Sims, R. (2009), "Food, Place and Authenticity: Local Food and The Sustainable Tourism Experience", *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), ss. 321-336.
- Sormaz, U., Akmeşe, H. ve Güneş, E. ve Aras, S. (2016), "Gastronomy in Tourism", *Procedia Economics and Finance*, 39, ss. 725-730.
- Şahin, A. ve Meral, Y. (2012), "Türkiye'de Coğrafi İşaretleme ve Yöresel Ürünler", *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 5(2), ss. 88-92.
- Şahin, G. (2013), "Coğrafi İşaretlerin Önemi ve Vize (Kırklareli)'nin Coğrafi İşaretleri", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, ss. 23-27.
- Şentürk, B. (2011), Coğrafi İşaretlerin Ekonomik Etkileri: Mikro ve Makro Açından Bir Değerlendirme, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Tekelioğlu, Y. (2010), "Yöresel Ürünler. Coğrafi İşaretler ve Türkiye Uygulamaları", *Gastro Dergisi*, 59, ss. 118-121.
- Tepe, S. (2008), Coğrafi İşaretlerin Ekonomik Etkileri Uzmanlık Tezi, T.C. Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- Tuncay, M. (2009), Coğrafi İşaretlerin Korunması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.
- Turan, İ., Şimşek, Ü. ve Aslan, H. (2015), "Eğitim Araştırmalarında Likert Ölçeği ve Likert Tipi Soruların Kullanımı ve Analizi", *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(30), ss. 186-203.

- Türk, Ö. (2023), Coğrafi İşaretili Ürünlerin Gastronomi Turizmine Katkısının Yerel İşletmeler Tarafından Değerlendirilmesi: Kayseri İli Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Aksaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aksaray.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2023), “Coğrafi İşaret”, <https://ci.turkpatent.gov.tr/> (10.04.2023).
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2024), “Akçakoca Coğrafi İşaret”, <https://ci.turkpatent.gov.tr/> (09.02.2024).
- Yalçın, D. (2019), Coğrafi İşaretlerin Şehir Markalaşmasına Etkileri: Sakarya İli Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Yenipınar, U., Köşker, H. ve Karacaoğlu, S. (2014), “Turizmde Yerel Yiyeceklerin Önemi ve Coğrafi İşaretleme: Van Otlı Peyniri”, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), ss. 13-23.
- Yıldırım, F. (2023), Ankara Çubuk İlçesinin Coğrafi İşaretili Ürünleri ve Yöresel Yiyecek İçeceklerin Gastronomi Turizmi Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kapadokya Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü, Nevşehir.
- Yüncü, H. (2010), “Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası, 10. Aybastı-Kabataş Kurultayı”, içinde S. Şengel (Editör), *Yerel Değerler ve Yayla Turizmi*, ss. 28-34, Ankara: Detay Anatolia Akademik Yayıncılık.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.	Bilgilendirilmiş Onam Formu: Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.
Teşekkür: Katkılarından dolayı hakemlere teşekkür ederiz.	Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.
Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.	Etik Kurul Onayı: Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kurulu'ndan alınan 25.01.2023 tarih ve 06 protokol numaralı karar.
Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.	