



# International Journal of Contemporary Tourism Research

e-ISSN: 2587-1528

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijctr>



## Gastronomi Turizmi Açısından Coğrafi İşaretli Ürünlerin Algılanma Düzeyi: Antalya Örneği\* (Perception Level of Products with Geographical Marking in terms of Gastronomy Tourism: Antalya Example)

\*Filiz ARSLAN 

Öğr. Gör. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Göynük Mutfak Sanatları M.Y.O.  
E-Posta: [filizarslan@akdeniz.edu.tr](mailto:filizarslan@akdeniz.edu.tr), ORCID: 0000-0003-3868-6637

### Anahtar Kelimeler

Gastronomi Turizmi,  
Coğrafi İşaret,  
Antalya İli Coğrafi İşaretli Ürünleri,

### Jel Sınıflama Kodu

L83

### Makale Türü

Araştırma Makalesi

### Öz

Turizmin sürdürülebilirliği yönünde gastronomi turizmi oldukça önem taşımaktadır. Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizminde kullanılması turizm ürününü farklılaştırarak yöreye önemli bir çekim oluşturduğu, ekonomik kalkınmayı desteklediği, ürünü, tüketiciyi ve üreticiyi koruduğu belirtilmektedir. Bu çalışmanın amacı, Antalya ili coğrafi işaret alan bazı ürünlerinin gastronomi turizmi yönüyle bölge halkı tarafından nasıl algılandığını bulgulamaktır. Araştırma, Antalya ilinde yaşayan 143 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler anket aracılığıyla toplanmıştır. Gerçekleştirilen alan araştırması sonucunda katılımcılar Antalya ilinde coğrafi işaret alan ürünlerin gastronomi turizmine katkısını ölçen sorulara olumlu yönde cevap verdiği gözlenmiştir. Katılımcıların %40,8'i Finike Portakalı'nın bölgedeki gastronomi turizminin gelişimine en fazla katkı sağlayacağını düşünmektedir.

### Keywords

Gastronomy Tourism,  
Geographical Indications,  
Products of Geographical Indications in  
Antalya,

### Jel Classification Code(s)

L83

### Article Type

Research Article

### Abstract

Antalya province of Turkey in terms of tourism is a very important destination. Gastronomy tourism are very important for the sustainability of tourism. It is stated that geographically marked products differentiate the product and create an important attraction for gastronomic tourism in the region, support economic development, and protect the product, the consumer and the producer. The aim of this study is to find out how some products that have geographical indications in Antalya province are perceived by the people of the region in terms of gastronomy tourism. The research was carried out with 143 participants living in Antalya province. The survey was used to collect the obtained data. As a result of the field research conducted, it was observed that the participants responded positively to the questions measuring the contribution of the products that receive geographical indications to gastronomy tourism in Antalya. Participants stated that Finike Orange contributed the most to Antalya gastronomy tourism with 40.8%.

\*Bu çalışma 1. Uluslararası Turizm, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Kongresinde sunulmuştur.

Arslan, F. (2023). Gastronomi turizmi açısından coğrafi işaretli ürünlerin algılanma düzeyi: Antalya Örneği. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 7(1), 1-8. <http://doi.org/10.30625/ijctr.1106011>

*Makale Gönderim Tarihi:* 19/04/2022

*Makale Kabul Tarihi:* 17/01/2023

\*Sorumlu Yazar

## GİRİŞ

Turizm destinasyonların pazarlanmasında “gastronomi” olgusunun önemli bir role sahip olduğu belirtilmektedir (Bükey ve Şen 2022: 14). Literatür doğrultusunda (Suh ve Macpherson, 2007; Teuber, 2011; Jay ve Taylor, 2012; Kan, vd, 2012; Mercan ve Üzülmez, 2014) coğrafi işaretli ürünlerin ürünü farklılaştırarak yöreye önemli bir çekim unsuru oluşturduğu, turizmin canlanmasına katkı sağladığı, kalkınmayı desteklediği, ürünü, tüketiciyi ve üreticiyi koruduğu belirtilmektedir. Bu doğrultuda coğrafi işaret alan gastronomi temelli ürünlerin, değişen turist profiline cevap veren önemli bir olgu olmasının yanında, yöresel değerleri koruma altına alarak gelecek nesillere aktarılmasını mümkün kılmaktadır. Kan, vd. (2012) coğrafi işaretli ürünlerin kendine has üretim yöntemlerini ve kaynakları kayıt altına alarak sürdürülebilirliği sağladığını belirtmektedir. Jay ve Taylor (2012) çalışmalarında, Fransa'nın Champagne köpüklü şarabı sayesinde bölgeye daha fazla turist çekme gücü oluştuğunu belirtmektedir. Çalışmanın amacı, Antalya ilinin coğrafi işaretli gastronomi temelli ürünlerinin gastronomi turizmi yönüyle bölge halkı tarafından nasıl algılandığı bulgulamaktır. Çalışmada ayrıca Antalya ili coğrafi işaretli ürünlerinden en fazla hangi ürünün turizmüne katkı sağladığı algısı da araştırılmıştır. Bu amaçla hazırlanan bu çalışmada öncelikle kavramsal çerçeve incelenmektedir. Bu kapsamda öncelikle gastronomi, coğrafi işaret kavramları açıklanarak, Antalya iline özgü bazı coğrafi işaretli gastronomi temelli ürünler hakkında bilgi verilmeye çalışılmaktadır. Çalışma amacı doğrultusunda gerçekleştirilen alan araştırma yöntem, bulgu ve sonuçları ise araştırma başlığında incelenmektedir.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. Gastronomi ve Coğrafi İşaret Kavramı

Gastronomi kelimesi, gastro (mide) ve nomos (kanun) kelimelerinin birleşimi olup, ülkelerin veya bölgelerin yiyeceklerini, yiyecek hazırlama tekniklerini, yeme-içme alışkanlıklarını, servis şekillerini tanımlamada kullanılan (Kivela ve Crotts, 2006: 354) disiplinler arası sanat ve bilim dalıdır. Savarin (2016), lezzetin fizyolojisi adlı eserinde gastronomiyi, “gastronomi, insanın beslenmesiyle ilişkili olan her şey hakkındaki bilgi” şeklinde ifade etmektedir. Gastronomi turizmi ise genel anlamda yeme-içme yoğunluklu turizm çeşidi olarak tanımlanmaktadır. Hall ve Sharples (2003) gastronomi turizm faaliyetleri arasında yer alacağına dair motivasyon nedenlerini: 1. Özel nitelikli bir yiyeceği tüketme isteği; 2. Belli bir yöreye ait bir ürünü tüketme isteği; 3. Belirli bir aşçının hazırladığı bir yemeği tatma isteği olarak ifade etmektedir.

Türkiye’de coğrafi işaretli ürünler, 555 sayılı “Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname” nin (KHK), uygulanma şeklini gösterir yönetmelik kapsamındadır (Mevzuat, 1995). Türk Patent Enstitüsü tescil hakkıyla ilgili resmi kurumdur. Türkiye’de 10 Ocak 2017 tarihinde kabul edilen 6769 sayılı "Sınai Mülkiyet Kanunu"na (SMK) göre "Coğrafi işaret, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretlerdir". Coğrafi işaretler, menşe adı ya da mahreç işareti olarak tescil edilir. Gıda, tarım, maden, el sanatları, sanayi ürünleri coğrafi işaret tesciline konu olabilir (Mevzuat, 2016-Madde 34). Kan ve Gülçubuk (2008) coğrafi işareten bahsedebilmek için; ürünün belirli bir coğrafyada, belirli bir işarete sahip, ayırt edici karakteristik özellik taşıyan ve ürünün ayırt edici özellikleri ile coğrafya arasında bağlantı olması gerektiğini ifade eder. Ürünün üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerin tamamı bu alanda gerçekleşiyorsa “menşei”, en az biri bu alanda gerçekleşiyorsa “mahreç” işareti olur (Mevzuat, 2016-Madde 34). Coğrafi işaretli ürünler, tüketicilerin ürünün bulunduğu coğrafyaya çekmekte ve turizm canlanmasını sağlamaktadır (Mercan ve Üzülmez, 2014: 68).

### 2.2. Antalya İli ve Coğrafi İşaretli Bazı Ürünleri

Antalya ili, Türkiye'nin güneyinde, Akdeniz kıyısında olan bir turizm merkezidir. Kuzeyinde; Burdur, Isparta, Konya, doğusunda; Karaman, Mersin, batısında; Muğla illeri vardır. Akdeniz ikliminin hâkim olduğu Antalya’da, kışlar ılıman ve yağışlı, yazlar ise sıcak ve kurak geçmektedir. Antalya şehri ve çevresine antik çağda, “çok verimli” anlamına gelen Pamphylia, Batı kesimine ise Lykia denilmekteydi. Yapılan arkeolojik kazılarda Antalya ve bölgesinde, günümüzden 40 bin yıl önce insanların yaşadığı ispat edilmiştir. Milattan önce 2000 yılından bu yana bölge, sırasıyla; Hitit, Pamphylia, Lykia, Kilikya gibi kent devletlerinin ve Pers, Büyük İskender ile onun devamı sayılan Antigonos, Ptolemis, Selevkos, Bergama Krallığı'nın idaresine girmiştir. Daha sonra Roma Devleti, hüküm sürmüştür. 1207’de Selçuklular tarafından Türk topraklarına katılmış ve Anadolu Beylikleri devrinde ise Teke Aşiretinin bir kolu olan Hamitoğulları'nın egemenliğine girmiştir. Osmanlılar zamanında Anadolu eyaletine bağlı Teke sancağının merkezi, şimdiki Antalya il merkeziydi. İlin şimdiki adı ise aslında antik çağdaki adının biraz değişmiş şeklidir ve Cumhuriyet döneminde verilmiştir (Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü). Bölgenin bulunduğu konum, iklim yapısı gibi etkenler coğrafi işaretli yöresel ürünlerin oluşmasında temel etken oluşturmaktadır.

**Tablo 1: Araştırma Kapsamında İncelenen Antalya İli Coğrafi İşaretli Ürünleri**

Coğrafi İşaretin Adı/ Geleneksel Ürün Adı	Dosya No	Tescil Tarihi	Tescil No	Türü	Başvuru İli
Alanya Avokadosu	C2015/031	15.10.2018	386	Menşe adı	Antalya
Antalya Gülüklü (Hülüklü) Çorba	C2018/075	26.09.2019	459	Mahreç İşareti	Antalya
Alanya Muzu	C2022/000008	25.07.2022	1176	Menşe Adı	Antalya
Alanya Yenidünyası	C2017/145	07.08.2018	373	Menşe adı	Antalya
Antalya Kabak Tatlısı	C2019/134	12.04.2021	719	Mahreç İşareti	Antalya
Antalya Paça Çorbası	C2021/000551	24.08.2022	1200	Mahreç İşareti	Antalya
Antalya Serpme Böreği	C2020/052	26.04.2021	736	Mahreç İşareti	Antalya
Finike Portakalı	C2006/008	26.12.2008	106	Menşe Adı	Antalya
Antalya Piyazı	C2017/040	29.12.2017	315	Mahreç İşareti	Antalya
Antalya Turunç Kabuğu Reçeli	C2018/232	26.05.2021	772	Mahreç İşareti	Antalya
Antalya Bergamot Kabuğu Reçeli	C2018/231	07.12.2021	771	Mahreç İşareti	Antalya
Korkuteli Karyagdı Armudu	C2017/212	30.07.2018	369	Menşe adı	Antalya
Antalya Tavşan Yüreği Zeytini	C2014/033	06.09.2018	384	Menşe adı	Antalya
Manavgat Altın Susamı	C2020/140	26.03.2021	709	Menşe Adı	Antalya

**Kaynak: (Türk Patent Enstitüsü (2022), Antalya İli Coğrafi İşaretli Ürünleri Listesi)**

**Alanya Avokadosu:** Anavatanı Meksika olan avokado meyvesi, içerdiği yağ oranı, önemli vitamin ve mineraller ile öne çıkmaktadır. Alanya Avokadosunun cinsi Fuerte'dir. Koyu yeşil renkli, hafif pürüzlü kabuklu olup, armuda benzemektedir. Yetiştigi bölge açısından diğer avokado çeşitlerine göre lezzet profili farklıdır (Türk Patent Enstitüsü, 2022, a).

**Antalya Gülüklü (Hülüklü) Çorba:** Düğün, mevlit okutma, cenaze gibi insanların bir araya toplandığı günlerde veya ev halkının önem verdiği misafirlerine özel olarak hazırladığı Alanya Gülüklü (Hülüklü) Çorba, Alanya'nın en önemli çorbalarından biridir. Geçmişte düğün yemeği olarak servis edildiği için Düğün Çorbası olarak da bilinmektedir. İçerisinde et, kuru bakliyat, baharat ve limon olan Alanya Gülüklü (Hülüklü) Çorba günümüzde sadece özel günlerde değil, günlük yaşamda da sıkça tüketilmektedir. Alanya Gülüklü (Hülüklü) Çorba; yerel ağızda günlük ya da hülük denen küçük köfteler, nohut, işkembe veya tavuk eti, pirinç ile yapılan salçalı bir çorbadır (Türk Patent Enstitüsü, 2022, b).

**Alanya Muzu:** Alanya Muzu; Latince tür adı Musa paradisiaca L. (Musa cavendishii Lam.) olan "Bodur Cavendish" muz çeşidi kullanılarak üretilir. Bu çeşidin karakteristik özelliği soğuğa ve rüzgâra dayanıklı, kısa boylu (bodur) olması ve ılıman Akdeniz iklimi koşulları ile uyumlu olmasıdır. Akdeniz iklim özelliklerine sahip mikroklima iklim alanları bulunduran Alanya ilçesinde yetiştirilen Alanya Muzunun; açık alan ve örtü altı (seralarda) şeklinde yetiştiriciliği yapılır (Türk Patent Enstitüsü, 2022, c).

**Alanya Yenidünyası:** Alanya yenidünyası, ince kabuklu olmasıyla ve kabuk renginin sarı-turuncu, meyve et renginin ise sarı-krem olmasıyla Türkiye'de yetiştirilen diğer yenidünyalardan ayrılmaktadır. Alanya Yenidünyası'nın bir diğer ayırt edici özelliği ise meyvesinin 43,26 g ortalama değer ile diğer yenidünyalardan daha ağır ve iri olmasıdır (Türk Patent Enstitüsü, 2022, d).

**Antalya Kabak Tatlısı:** Antalya Kabak Tatlısı Antalya ili ile özdeşleşmiş, yöre adı ile bilinirlik kazanmış ve yöreye özgü sunumu olan bir tatlıdır. Antalya Kabak Tatlısı; soyulmuş bal kabağı dilimlerinin toz şekerde bekletilip ocakta pişirildikten sonra üzerinin kuzinede ya da fırında kızartılması suretiyle üretilir. Kızartılmış bal kabaklarının üzerine çifte kavrulmuş tahin dökülür ve üzerine ceviz içi serpilerek tüketime hazır hale getirilir (Türk Patent Enstitüsü, 2022, e).

**Antalya Paça Çorbası:** Büyükbaş hayvan kelle eti ve kemik suyu ile hazırlanan ve coğrafi sınırdaki "koşma" olarak adlandırılan susamsız simit ile servisi yapılan terbiyeli bir çorbadır. Çorbanın terbiyesi krema kıvamında olup kemik suyu, yumurta, safran ve buğday unu ile hazırlanır. Antalya Paça Çorbasının geçmişi 1950'li yıllara dayanır. Antalya ilinin yemek kültürü içinde önemli bir yere sahiptir. Bileşenlerinden büyükbaş hayvan kelle eti, kemik suyu ile terbiyenin ayrı ayrı hazırlanarak servis aşamasında birleştirilmesi, coğrafi sınıra özgüdür. Üretimi, özellikle terbiyenin kıvamının tutturulması bakımından ustalık becerisi gerektirir. Bu sebeplerle coğrafi sınır ile ün bağı bulunur (Türk Patent Enstitüsü, 2022, f).

**Antalya Serpme Böreği:** Antalya ile özdeşleşmiş, yörede düğünlerde, mevlit ve cenazelerde sunulan özel bir börektir. Eskiden fitır börek olarak adlandırılan bu böreğin çıkış noktasının ramazan aylarında fitre çıkarıp dağıtma geleneği olduğu ve bölge kültüründe sadaka niyetiyle ikram olarak sunulan bir yiyecek olduğu bilinir. Antalya Serpme Böreğinin hamuru; un, tuz ve sudan oluşur. Hamur, oklava ve merdane kullanılmadan tamamıyla el işçiliğiyle kâğıt inceliğinde açılır. Antalya Serpme Böreğinin iç harcı, kıyma veya peynir olmak üzere iki çeşittir. Ancak günümüzde talebe bağlı olarak farklı iç malzemelerle üretildiği de görülmektedir (Türk Patent Enstitüsü, 2022, g).

**Finike Portakalı:** Finike Washington Navel çeşidi, ince kabuklu, bol sulu, vitamin ve mineraller açısından çok zengin bir portakaldır. Bulduğu bölge neticesinde yetiştiği alüvyonlu toprak ile rengini, kalitesini ve aromasını farklılaştırmaktadır. Ortalama meyve ağırlığı 237,69 gr dır (Türk Patent Enstitüsü, 2022, ğ).

**Antalya Piyazı:** Antalya usulü piyaz yaklaşık yüz yıla yakın geçmişi ile il sınırlarını aşan bir üne sahip olmuştur. Antalya ilinde geliştirilen ve ünlenen piyaz yapım tekniği ile uğrayan yerli ve yabancı turistin tadına bakmadan gitmediği bir yöresel ürün haline gelmiştir. Antalya Piyazı tarator soslu bir fasulye yemeğidir. Başka yörelerde yapılan piyaz çeşitleri salata olarak tüketilirken, Antalya ve ilçelerinde ana yemek olarak yenilmektedir. Antalya usulü piyazın ayırt edici özelliği tarator sosu kullanılmasından, üretim şekli, taratorun yapılışından ve kullanılan küçük taneli fasulyesinden ileri gelmektedir. Antalya hakkında yazılmış eserlerde eskiden kullanılan Çandır Fasulyesinin (*Phaseolus vulgaris*) yemeğe özellik kattığı belirtilmektedir. (Türk Patent Enstitüsü, 2022, h).

**Turunç ve Bargomat Kabuğu Reçeli:** Portakal familyasından gelen turunç ve bargomat meyvesinin kabuğundan yapılan reçel çeşitleridir. İl genelinde hediyelik ve tüketim amaçlı olarak yıllık üretimi önemli rakamlara ulaşmıştır. Her iki reçel çeşidinde mahreç işaretine sahip olup, işlenmiş meyve grubundadır (Türk Patent Enstitüsü, 2022, ı, i).

**Korkuteli Karyagdı Armudu:** Korkuteli Karyagdı Armudu'nun çeşidi *Pyrus Comminustürüne* ait Ankara Armudu'dur. Korkuteli Karyagdı Armudu'nu Ankara Armudu çeşidinden ve diğer armut çeşitlerinden ayıran önemli ayırt edici özelliği, çekirdek etrafındaki kumsu yapının olmamasıdır. Diğer bir ayırt edici özelliği ise, herhangi bir tozlayıcı çeşide ihtiyaç duymadan üstün verim elde edilebilmesidir (Türk Patent Enstitüsü, 2022, j).

**Antalya Tavşan Yüreği Zeytini:** Oleaceae familyasının *Olea europaea L.* çeşidinin aşılı veya çelikten köklendirilmiş bitkisinin meyvesidir. Antalya ili sınırları içerisinde yetiştirilen tavşan yüreği zeytini yerel bir çeşit olup, genellikle yeşil sofralık zeytin olarak tüketilmektedir. Meyvelerinin yağ kapsamı çok yüksek olmadığı için yağlık olarak değerlendirme seviyesi düşüktür (Türk Patent Enstitüsü, 2022, k).

**Manavgat Susamı:** Altın susam olarak da bilinen Manavgat Susamı'nın 15. Yüzyılda Osmanlı Saray mutfağında kullanıldığı ifade edilmektedir. Manavgat Altın Susamı Pedeliaceae familyasına ait *Sesamum cinsi S. Indicum* türünde çift çenekli, içerdiği yağ bakımından zengin, dik büyüyen tek yıllık bir bitkidir. Susam sıcağı çok seven bir yağ bitkisi olduğundan üretimin gerçekleştiği bölgelerde aylık ısı ortalamasının 20 °C'den aşağı düşmemesi, gece ve gündüz sıcaklık farkının az olması ve tohumların çimlenmesi sırasında toprak sıcaklığının 15-20 °C ve daha fazla olması gereklidir. Kumlu-killi alüvyal topraklarda en iyi şekilde yetişir. Manavgat Nehri Havzası ve Karpuz Çay Havzasında yapılan tarım dolayısıyla Manavgat ilçesinin alüvyal topraklara sahip olması, topraklarının organik maddece zengin, bünye olarak killi-tınlı, pH'ı nötr ya da hafif alkali, mineral maddeler bakımından yeterli ve zengin içeriğe sahip olması Manavgat Altın Susamının ayırt edici özelliklerine katkı sağlar. Manavgat susamının Türkiye'de yetişen diğer susamlardan en önemli farkı içerdiği yağ oranının %60 civarında olması ve lezzetidir (Türk Patent Enstitüsü, 2022: l).

### 3. YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, Antalya ili coğrafi işaret alan gastronomi temelli bazı ürünlerinin gastronomi turizmi yönüyle bölge halkı tarafından nasıl algılandığı bulgulamaktır. Araştırma evrenini Antalya ilinde yaşayanlar oluştururken, araştırma örneklemini ise bu evren üzerinden seçilen 143 katılımcı oluşturmaktadır. Araştırmaya katılımın gönüllülük esasına dayandığı için birçok kişinin anketi cevaplamaktan kaçındığı gözlenmiştir. Araştırmanın gerçekleştirilmesi esnasında kişilerin araştırmaya katılma konusunda isteksiz olması, yeterli vaktinin olmadığını belirtmeleri, Antalya'lı olmadığını söyleyerek araştırmaya katılmak istemeleri gibi kısıtlardan dolayı yeterli örneklem sayısı genişletilememiştir. Çalışmada kullanılan gözlenen değişken sayısı 7 olduğundan, örneklem büyüklüğü yeterli olduğu ve analizler için yeterli olduğu belirlenmiştir. Hair, vd. (1998: 604-605) örneklem büyüklüğünün gözlenen değişken sayısının 10 katı olması gerektiğini belirtmektedir. Bu açıdan elde edilen veriler, SPSS 21 paket programı ile analiz edilmiştir. Araştırma örnekleminin seçilmesinde basit olasılıklı örneklem yöntemi seçilmiştir. Araştırma anket yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma 2019 yılı Haziran ve Temmuz aylarında gerçekleştirilmiştir. Anket uygulamaları esnasında anket kavramları (gastronomi, coğrafi işaret, Antalya'nın coğrafi işaretli ürünleri) ve araştırmanın amacı öncelikle katılımcılara açıklanmıştır. Elde edilen verilerin analizinde güvenilirlik, frekans analizleri uygulanmış ve son olarak katılımcıların Antalyalı olup olmaması ile Antalya ili Coğrafi işaretli ürün algılamaları arasındaki farklılık incelenmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeğin oluşturulmasında literatür incelenmiş ve

soruların oluşturulmasında çeşitli çalışmalardan yararlanılmıştır. Bu doğrultuda DuRand ve Heath (2006); Kivela ve Crotts (2006); Hall (2003); Ab Karim ve Chi (2010); Üsküdar, Çakır, Temizkan (2014); Durusoy (2017) çalışmaları incelenmiştir.

#### 4. BULGULAR

Elde edilen veriler doğrultusunda, ölçeğin iç tutarlılığının olup olmadığının göstergesi olan Cronbach's Alpha katsayısı= 0,827 olarak bulunmuş ve verilerin normal dağılım gösterdiği sonucu elde edilmiştir. Elde edilen Cronbach's Alpha değeri neticesinde oluşturulan ölçeğin güvenilir olduğu söylenebilmektedir. Antalya ilinin coğrafi işaretli bazı ürünlerinin gastronomi turizmi yönüyle bölge halkı tarafından nasıl algılandığı bulgulara yönelik yedi soru yöneltilmiştir. Ölçekte yer alan sorular “kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, ne katılıyorum nede katılmıyorum, katılıyorum, kesinlikle katılıyorum” ifadelerinden oluşmaktadır.

**Tablo 2: Katılımcılara Ait Demografik Bulgular**

Değişkenler		Frekans	%
Cinsiyet	Erkek	96	67,6
	Kadın	47	32,4
Eğitim Durumu	İlköğretim	45	31,4
	Lise	57	39,9
	Ön lisans	25	17,5
	Lisans	15	10,5
	Lisansüstü	1	0,7
Yaş	20 yaş ve altı	22	15,4
	21-31 yaş	42	29,4
	32-42 yaş	47	32,9
	43-53	23	16,1
	54 ve üstü	9	6,2

Tablo 2 verileri doğrultusunda, araştırma kapsamına alınan katılımcıların %67,6 (n=96) ile erkeklerden, %32,4 ile (n=47) kadınlardan oluştuğu bulunmuştur. Elde edilen bu bulgu kadınların erkeklere göre araştırmaya katılma konusunda çekimser ve isteksiz olması olarak değerlendirilebilir. Eğitim durumunun yüzdesel yoğunlukta %39,9 (n=57) ile lise, %31,4 (n=45) ile ilköğretim mezunlarından oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların %32,9 (n=47) ile 32-42 yaş, %29,4 ile 21-31 yaş, %15,4 ile 20 yaş ve altı yaş aralığında olduğu bulunmuştur. Antalya ili coğrafi işaretli bazı ürünlerinin gastronomi turizmi yönüyle bölge halkı tarafından nasıl algılandığı bulgulamak amacıyla elde edilen anket verileri sonuçları Tablo 3 ve Tablo 4’de yer almaktadır.

**Tablo 3: Anket Formu Faktör Yükleri Tablosu**

SORULAR		Faktör Yükleri
Coğrafi İşaretli Bazı Ürünlerin Gastronomi Turizmi Yönüyle Algı Düzeyi	Antalya’ya özgü yöresel yiyecek-içeceklerin coğrafi işaret alması ilin tanıtımında önemlidir.	,623
	Antalya’ya özgü yöresel yiyecek-içeceklerin coğrafi işaret alması ilin turizm ve gastronomi turizmi yönüyle ziyaretini artırır.	,585
	Yöreye özgü yiyecek-içeceklerin coğrafi işaret almış olması, gastronomik kimlik oluşturmada oldukça etkilidir.	,718
	Antalya iline özgü coğrafi işaretli yiyecek-içecek ürünleri Türkiye’deki diğer gastronomi turizm destinasyonları ile rekabet edecek düzeydedir.	,786
	Antalya iline özgü coğrafi işaretli ürünler kültürel bir değerdir ve olduğu gibi korunması Antalya’nın turizm geleceği açısından olumlu etkileyecektir.	,757
	Antalya ili coğrafi işaretli ürünlerine yönelik festivaller, medya gibi etkinlikler ilin ziyaretinde etkilidir.	,735
	Yöresel yiyecek-içeceklerin coğrafi işaret alması ürün kalitesini güvence altına alarak turist beklentilerini karşılar ve ürüne talebi sağlar.	,696
<b>KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)</b>		<b>,852</b>
<b>Barlett’s Test of Sphericity (Sig.)</b>		<b>299,442</b>
<b>Sig. (p)</b>		<b>0,000</b>
<b>Toplam Varyansın Açıklama Oranı</b>		<b>49,449</b>

Tablo 3 verileri incelendiğinde oluşturulan ölçek formunda yer alan 7 sorunun aynı faktör boyutunu temsil ettiği bulunmuştur. KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)=0,852, Barlett Test değeri=299,442 olarak bulunmuş ve 7 sorudan oluşan ölçeğin p=0,000 (p<0,0001) anlamlı değeri ile örneğin ölçümüne uygun olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 4: Katılımcıların Antalya İline Özgü Bazı Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gastronomi Turizmine Katkısını Algılama Düzeyi**

Soru	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum		Ortalama	Std. Sapma
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
S1	9	6,3	10	7,0	10	7,0	52	36,6	<b>61</b>	<b>43,0</b>	4,0282	1,16658
S2	10	7,0	31	21,8	28	19,7	36	25,4	<b>37</b>	<b>26,1</b>	3,4155	1,27854
S3	8	5,6	24	16,9	29	20,4	<b>48</b>	<b>33,8</b>	33	23,2	3,5211	1,18333
S4	31	21,8	25	17,6	16	11,3	<b>38</b>	<b>26,8</b>	32	22,5	3,1056	1,49091
S5	7	4,9	25	17,6	32	22,5	<b>46</b>	<b>32,4</b>	32	22,5	3,5000	1,16540
S6	15	10,6	45	31,7	20	14,1	<b>37</b>	<b>26,1</b>	25	17,6	3,0845	1,30733
S7	13	9,2	26	18,3	27	19,0	<b>46</b>	<b>32,4</b>	30	21,1	3,3803	1,25891

Tablo 4 verileri incelendiğinde katılımcıların Antalya iline özgü bazı coğrafi işaretli gastronomi temelli ürünlerin gastronomi turizmi yönüyle algılama düzeyinin olumlu olduğu izlenmektedir. Katılımcıların Antalya olmaları ile gastronomi turizmi yönüyle coğrafi işaretli ürünleri algılamaları Arasındaki Farklılık Testi (t test) Tablo 5’de yer almaktadır.

**Tablo 5: T Testi Analizi**

Antalyalı mısınız?	N	Yüzde	Ort.	Std. S.	T	Sig.(P)
Evet	70	49,3	3,62	0,680	1,394	0,165
Hayır	72	50,7	3,47	0,600		

\*P<0,01

Tablo 5 verileri incelendiğinde katılımcıların Antalya olmaları ile gastronomi turizmi yönüyle coğrafi işaretli ürünleri algılamaları arasında anlamlı bir farklılık gözlenmemiştir (p>0,01). Katılımcılara Antalya iline özgü coğrafi işaretli gastronomik ürünlerden en fazla hangi ürünün gastronomi turizmine katkı sağlayabileceği sorulmuştur. Bu soruya verilen cevaplara ilişkin frekans, yüzde, ortalama ve standart sapma değerleri aşağıda yer alan Tablo 6’de sunulmuştur.

**Tablo 6: Antalya İli Coğrafi İşaretli Ürünlerinin Gastronomi Turizmine En Fazla Katkı Sağlamayacağıın Algılanma Düzeyi**

SORULAR	Frekans	%	ORT.	ST. SP.
Finike portakalı	<b>58</b>	<b>40,8</b>	3,0915	1,38843
Turunç kabuğu reçeli	28	19,7		
Bargomat kabuğu reçeli	27	19,0		
Antalya piyazı	19	13,4		
Tavşan yüreği zeytini	10	7,0		
<b>Toplam</b>	142	100		

Yukarıda yer alan Tablo 6 verileri doğrultusunda katılımcılar en fazla Antalya Finike Portakalı’nın gastronomi turizmine katkı sağladığını belirtmiştir. Ankette yöneltilen diğer coğrafi işaretli ürünler olan, Alanya Avokadosu, Alanya Yenidünyası ve Manavgat Susamı seçenekleri katılımcılar tarafından işaretlenmemiştir.

## SONUÇ

Turizm olgusu dünya ölçeğinde en fazla gelişme gösteren sektörlerden birisidir. Antalya ilinin Türkiye özelinde turizm potansiyeli düşünüldüğünde, ilin sahip olduğu otel ve yatak kapasitesi açısından dünya standartlarında rekabet edebilecek düzeydedir. Coğrafi işaretli ürünlerin destinasyona önemli bir çekim gücü yarattığı ve gastronomi turizmine önemli katkı sağladığı belirtilmektedir (Jay ve Taylor 2012; Kan, vd. , 2012, vd.). Antalya’nın tarımsal üretim potansiyeli yüksek bir şehir olması ve gastronomi turizminin gıda ürünlerine yönelik bir turizm şekli olması dolayısıyla Antalya ilinde gastronomi turizminin gelişme düzeyinin artması tarımsal üretimi de destekleyecektir. Ayrıca ürünlerin sürdürülebilirliği sağlanacağı gibi ürün talepleri de artarak ekonomiye önemli katkı sağlayacaktır.

Antalya ili kırsal kesimlerinde de gastronomi turizminin gerçekleşmesi ekonomik kalkınmayı yaratmasının yanında bölgede yaşayan kadınların ekonomik hayata katılımını da artıracaktır. Araştırma kapsamında Antalya iline

özgü incelen coğrafi işaretli ürünler: “Alanya Avokadosu, Alanya Yenidünyası, Finike Portakalı, Antalya Piyazı, Antalya Turunç Kabuğu Reçeli, Antalya Bargomat Kabuğu Reçeli, Korkuteli Karyağdı Armudu, Antalya Tavşan Yüreği Zeytini, Manavgat Susamı”dır. Gerçekleştirilen alan araştırması sonucunda katılımcıların araştırma kapsamına alınan Antalya iline özgü coğrafi işaretli ürünlerinin gastronomi turizmüne katkısını ölçen sorulara yüzdesel olarak olumlu değerlendirdiği gözlenmiştir. Antalya iline özgü bazı coğrafi işaretli gastronomi temelli ürünlerden en fazla hangi ürünün gastronomi turizmüne katkı sağladığı sorulmuştur.

Katılımcılar gastronomi turizmüne %40,8 ile Finike Portakalı'nın katkı sağlayacağını belirtmiştir. Bilindiği gibi portakal Antalya'nın sembolü haline gelmiş olmakla birlikte uzun yıllardır basında Antalya'yı temsil eden de bir sembol konumundadır. Bu bakış açısıyla yöre halkının Finike Portakalını işaretleme eğilimini yorumlayabiliriz. Antalya ilinin sahip olduğu turizm varlıkları, doğal güzellikler yanında coğrafi işaretli gastronomik ürünlerin tanıtımı sürdürülebilir turizm yönüyle de oldukça önemli olduğunu belirtebiliriz. Yöreyle ait coğrafi işaretli ürünler yöreyi ziyarete gelen turistlere ikram edilerek, bölgede bulunan gerek otel gerekse yiyecek-içecek işletme menülerine eklenerek, gurme ve yemek programları ilçeye davet edilerek, festivaller düzenlenerek coğrafi işaretli ürünler tanıtılabilir.

Bölgede festivaller gerçekleştirilmekle birlikte coğrafi işaretli ürünlere özgü festivaller artırılarak gastronomi hareketliliği yönünde oldukça önemli etki yaratılacağı düşünülmektedir. Özellikle Antalya ili Alanya ilçesinde düzenlenen Alanya Tropikal Meyve Festivali, Finike Portakal Festivali gibi birçok festival turizm için önemli etki yaratmaktadır. Bölgede düzenlenen birçok festival sayesinde bölgeyi ziyaret eden turistlerin diğer geleneksel ürünleri tanınması, yöre halkı ile etkileşiminin artması ve destinasyonda konaklama yapması yönünde önemli bir gelir yaratmaktadır. Bu doğrultuda hem araştırma kapsamına alınan ürünler hemde tescillenmeye devam eden ürünler için festivaller düzenlenerek ürünlerin tanınırlığı sağlanmalı ve gastronomi turizmüne dahil edilmelidir. Bu çalışma araştırma kısıtları doğrultusunda değerlendirilmeli ve bu yönde gerçekleştirilen çalışmalar artırılarak coğrafi işaretli ürünlerin tanınırlığına katkı sağlanmalıdır.

#### KAYNAKÇA

- Ab Karim, S., ve Chi, C. G. Q. (2010). Culinary tourism as a destination attraction: An empirical examination of destinations' foodimage. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(6), 531-555. <https://doi.org/10.1080/19368623.2010.493064>
- Anthelme, J. ve Savarin, B. (2016). *Lezzetin fizyolojisi*. Oğlak Yayıncılık.
- Büke ve Şen (2022). Gastronomi Turizminin Tamamlayıcı Bir Unsuru Olarak Rekreatif Faaliyetler (2. Bölüm), Her Yönüyle Gastronomi Araştırmaları, [https://www.researchgate.net/publication/366733970\\_GASTRONOMI\\_TURIZMININ\\_TAMAMLAYICI\\_BIR\\_UNSURU\\_OLARAK\\_REKREATIF\\_FAALİYETLER](https://www.researchgate.net/publication/366733970_GASTRONOMI_TURIZMININ_TAMAMLAYICI_BIR_UNSURU_OLARAK_REKREATIF_FAALİYETLER) Gulnur SEN (Erişim tarihi: 26.12.2022).
- DuRand, G. E. ve Heath, E. (2006). Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 206-234.
- Durusoy, Y. Y. (2017). *Coğrafi işaretli gastronomik ürünlerin bölge halkı tarafından algılanması üzerine analitik bir araştırma: Kars kaşarı örneği* [Yayımlanmamış doktora tezi]. İstanbul Haliç Üniversitesi
- Hall, C. M. (2003). Food tourism around the world: Development, management and markets. Butterworth-Heinemann.
- Jay, T. ve Taylor, M. (2012). A case of champagne: A study of geographical indications. *Corporate Governance Journal*, 7(15). 1-32.
- Kan, M., Gülbuçuk, B. ve Küçükkongar, M. (2012). Coğrafi işaretlerin kırsal turizmde kullanılma olanakları. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22). 93-101.
- Kivela, J. ve Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Mercan, Ş. O. ve Üzülmöz, M. (2014). Coğrafi İşaretlerin bölgesel turizm gelişimindeki önemi: Çanakkale ili örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), 67-94.
- Suh, J., ve Macpherson, A. (2007). The impact of geographical indication on the revitalization of a regional economy: A case study of 'Boseong' green tea, *Area*, 39(4), 518-527.
- Teuber, R. (2011). Consumers' and producers' expectation towards geographical indication: Empirical evidence for german case study. *British Food Journal*, 13(7), 900-9018.
- Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, <https://antalya.ktb.gov.tr/TR-66213/genel-bilgiler.html> (Erişim Tarihi: 29.02.2019).
- Manavgat Ticari ve Sanayi Odası, [www.matso.org.tr/haberler/manavgat-susami-markalasiyor.html](http://www.matso.org.tr/haberler/manavgat-susami-markalasiyor.html) (Erişim tarihi: 01.07.2019).



- Mevzuat (1995). 555 Sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (24/6/1995), <https://www.mevzuat.gov.tr/File/GeneratePdf?mevzuatNo=555&mevzuatTur=KHK&mevzuatTertip=5>, (Erişim Tarihi: 10. 04.2022).
- Mevzuat (2016). Sınai Mülkiyet Kanunu, 6769 sayılı (22.12.2016), <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6769.pdf>, (Erişim Tarihi: 10.04.2022).
- Türk Patent Enstitüsü (2022), Antalya İli Coğrafi İşaretli Ürünleri <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/liste?il=07&tur=&urunGrubu=&adi=> (Erişim Tarihi: 27.12.2022).
- Türk Patent Enstitüsü, (2022, a). <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/386.pdf> (Erişim tarihi: 27.12.2022).
- Türk Patent Enstitüsü, (2022, b). <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/a87b99a0-73a2-4279-9a65-0a8bd3423b6e.pdf> (Erişim tarihi: 27.12.2022).
- Türk Patent Enstitüsü, (2022, c). <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/a578c370-3060-44cb-8d6c-c9186ae75a63.pdf> (Erişim tarihi: 27.12.2022).
- Türk Patent Enstitüsü, (2022, d). <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/373.pdf> (Erişim tarihi: 27.12.2022).
- Türk Patent Enstitüsü, (2022, e). <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/e74dbc4b-1972-4580-9e28-89156c2dc51e.pdf> (Erişim tarihi: 27.12.2022).
- Türk Patent Enstitüsü, (2022, f). <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/a4a10fcb-b655-4da8-a374-30805ebde7ce.pdf> (Erişim tarihi: 27.12.2022).
- Türk Patent Enstitüsü, (2022, g). <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/41e147b6-960f-446c-8f38-747827d95910.pdf> (Erişim tarihi: 27.12.2022).
- Türk Patent Enstitüsü, (2022, ğ). <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/106.pdf> (Erişim tarihi: 27.12.2022).
- Türk Patent Enstitüsü, (2022, h). <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/315.pdf> (Erişim tarihi: 27.12.2022).
- Türk Patent Enstitüsü, (2022, ı). <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/detay/38671> (Erişim tarihi: 27.12.2022).
- Türk Patent Enstitüsü, (2022, i). <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/detay/38670> (Erişim tarihi: 27.12.2022).
- Türk Patent Enstitüsü, (2022, j). <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/369.pdf> (Erişim tarihi: 27.12.2022).
- Türk Patent Enstitüsü, (2022, k). <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/384.pdf> (Erişim tarihi: 27.12.2022).
- Türk Patent Enstitüsü, (2022, l). <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/c63003e6-8f8e-48b6-a397-cd017a644f58.pdf> (Erişim tarihi: 27.12.2022).

### **Etik Onay**

Bu çalışma, 2020 yılı öncesi araştırma verileri kullanılması nedeniyle etik kurul onayı gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

### **Çıkar Çatışması**

Bu çalışmada potansiyel bir çıkar çatışması yoktur.