



Coğrafi İşaret ile Tescilli Yöresel Mutfak Ürünlerinin Turistlerin Destinasyon Seçimine Etkisi: Güneydoğu Anadolu Bölgesi Örneği (The Effect of Local Cuisine Products Registered by Geographical Indication on the Destination Selection of Tourists: The Case of Southeastern Anatolia Region) **

* Sultan BELLİ^a , Ebru GÜNEREN^b 

^a Harran University, School of Tourism and Hotel Management, Department of Recreation Management, Şanlıurfa/Türkiye

^b Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Nevşehir/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 08.09.2023

Kabul Tarihi: 23.12.2023

Anahtar Kelimeler

Coğrafi işaret

Yöresel ürün

Destinasyon seçimi

Güneydoğu Anadolu

Bölgesi

Gastronomi turizmi

Öz

Dünyadaki sosyo-ekonomik, teknolojik gelişmeler turistlerin tüketim alışkanlıklarındaki değişimi de beraberinde getirmiştir. Turistlerin değişen tüketim alışkanlıklarıyla birlikte yöresel ve geleneksel ürünler ön plana çıkmaya başlamıştır. Dolayısıyla coğrafi işaret ile tescilli yöresel mutfak ürünleri turistler açısından önemli hale gelmiştir. Coğrafi işaretlerin, yöresel ürünlerin korunması, tanıtılması ve turizm ürününe dönüşmesinde önemli rolü bulunmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın amacı Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne gelen ziyaretçilerin coğrafi işaretli yöresel mutfak ürünlerini bilme durumlarını tespit etmek, aynı zamanda coğrafi işaretli yöresel mutfak ürünlerinin turistlerin destinasyon seçiminde etkili olup olmadığını belirlemektir. Bu amaçla 2019 yılında Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ni ziyaret eden 830 yerli turistten anket formu ile veri toplanarak, analiz edilmiştir. Çalışmanın bulgularına göre Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki illerin sahip olduğu coğrafi işaretli yöresel mutfak ürünlerinin bilinirlik düzeyinin düşük olduğu ve her ilin birkaç coğrafi işaretli yöresel mutfak ürünü ile ön plana çıktığı tespit edilmiştir. Ayrıca Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne gelen yerli turistlerin illere ait coğrafi işaret ile tescilli yöresel mutfak ürünlerine yönelik tutumlarının, onların destinasyon seçimini %67,7 oranında etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Keywords

Geographical indication

Local product

Destination selection

Southeastern Anatolia Region

Gastronomy tourism

Abstract

Socio-economic and technological developments in the world have changed the consumption habits of tourists. With this change, local culinary products registered with geographical indication have become important for tourists. The aim of the research is to determine whether visitors to the Southeastern Anatolia Region know about geographically indicated local cuisine products and to determine whether geographically indicated local cuisine products are effective in tourists' destination selection. For this purpose, data was collected and analyzed using a survey form from 830 domestic tourists who visited the Southeastern Anatolia Region in 2019. In the study, it was determined that the awareness level of geographically indicated local cuisine products of the provinces in the Southeastern Anatolia Region is low, and each province stands out with a few geographically indicated local cuisine products. It has been concluded that the attitudes of domestic tourists coming to the Southeastern Anatolia Region towards local culinary products registered with provincial geographical indications affect their destination choice by 67.7%.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: sultancoban@harran.edu.tr (S. Belli)

** Bu çalışma birinci yazarın, ikinci yazar danışmanlığında tamamlanan "Coğrafi İşaret ile Tescilli Yöresel Mutfak Ürünlerinin Turistlerin Destinasyon Seçimine Etkisi: Güneydoğu Anadolu Bölgesi Örneği" başlıklı doktora tezinden türetilmiştir.