



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

# ***BULGARİSTAN –TÜRKİYE SINIRÖTESİ BÖLGESİNDE KIRSAL TURİZM ÜRÜNLERİNİN ARZ VE TALEP ANALİZİ***

**Proje: Komşuların Lezzet Ağı (CuliN)**

**CB005.1.22.011**

Bu yayın, Interreg-IPA Bulgaristan-Türkiye SÖİ Programı, CCI Numarası 2014TC16I5CB005. Avrupa Birliği desteğiyle yayımlanmaktadır. Bu yayının içeriği tamamen Keşan Lokantacılar Kahveciler ve Otelciler Esnaf Odası'nın sorumluluğundadır ve hiçbir şekilde Avrupa Birliğinin veya Programın Yönetim Makamının görüşlerini yansıtmak için alıntılanamaz



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

## **İÇİNDEKİLER**

### **PROJE HAKKINDA**

#### **GİRİŞ**

### **I KISIM: BÖLGE ANALİZİ**

#### **1.1. TRAKYA**

1.1.Trakya'nın Coğrafyası, Tarihi Yapısı, Ekonomisi ve Kültürel Değerleri

#### **1.2. EDİRNE**

1.2.1. Tarihi

1.2.2. Coğrafyası

1.2.3. Kültürü

1.2.4. Mimari Dokusu

1.2.5. Ekonomisi

1.2.6. Sanayii

1.2.7. Edirne İlinde Öne Çıkan Sektörler

1.2.8. Kültürel Faaliyetleri

1.2.9. Edirne'nin Kültürel Kaynakları

1.2.10. Gastronomisi

1.2.11. Turizmi

#### **1.3. BURGAS (Bulgaristan)**

1.3.1. Tarihi

1.3.2. Coğrafyası

1.3.3. Kültürü

1.3.4. Mimari Dokusu



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

1.3.5. Ekonomisi

1.3.6. Sanayii

1.3.7. Kùltür

1.3.8. Gastronomisi

## **II KISIM: YÖRESEL TURZME ETKİ EDEN KAVRAMLAR**

### **2.1. KÜLTÜR**

2.1.1 Kùltürün Tanımı

2.1.2. Kùltürün Turizm Açısından Önemi

2.1.3. Kùltür Turizmi

2.1.4. Türk Kùltürünün Turizm İşletmelerindeki Yeri ve Önemi

2.1.5. Turizm İşletmelerinin Türk Kùltürünün Tanıtımındaki Yeri

### **2.2. TURİZM**

2.2.1. Turizmin Tanımı ve Önemi

2.2.2. Dünyada Turizm Sektörünün Değişimi ve Gelişimi

2.2.3. Türkiye’de Turizm Sektörünün Değişimi ve Gelişimi

2.2.4. Turizm İşletmelerinin Sınıflandırılması

### **2.3. KIRSAL TURİZM**

2.3.1. Kırsal Turizm Kavramı

2.3.2. Kırsal Turizmin İlkeleri ve Ülke Ekonomisine Katkıları

2.3.3. Kırsal Turizmin Kalkındırılması

2.3.4. Kırsal Turizmin Doğal Çevre Üzerindeki Etkileri

2.3.5. Kırsal Turizmin Ekonomik Etkileri

2.3.6. Kırsal Turizmin İstihdama Etkisi



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

#### 2.3.7. Kırsal Turizmin Sosyo – Ekonomik Kültürel Etkisi

##### 2.3.7.1. Kırsal Turizmin Kültürel Etkileri

##### 2.3.7.2. Kırsal Turizmin Sosyal Yapıya Etkisi

### **2.4. GASTRONOMİ TURİZMİ**

#### 2.4.1. Gastronomi Nedir?

#### 2.4.2. Gastronomi Turizmi Nedir?

#### 2.4.3. Dünyada Gastronomi Turizmi

#### 2.4.4. Türkiye’de Gastronomi Turizmi

#### 2.4.5. Bulgaristan Türkiye Sınırötesi Bölgesinde Gastronomi Turizmi

#### 2.4.5. Edirne’nin Gastronomi Turizmi Çeşidi Açısından Arz ve Talebin Mevcut Durumu

#### 2.4.6. Edirne’nin Gastronomik Kültüründe Öne Çıkan Ürünler

#### 2.4.7. Gastronomide Yöresel Tatların Turistlerin Destinasyon Tercihine Olan Etkisi

#### 2.4.8. Gastronomi Turizminin Ülke Ekonomilerine Etkileri

### **III KISIM: BULGARİSTAN –TÜRKİYE SINIRÖTESİ BÖLGESİNDE KIRSAL TURİZM ÜRÜNLERİNE YÖNELİK ARZ VE TALEP**

#### **3.1 GELENEKSEL LEZZETLERE YÖNELİK ARZ**

##### 3.1.1. Edirne Mutfağı

##### 3.1.2. Mutfak Turizminin Geliştirilmesi İçin Yapılması Gerekenler / Eksikler

#### **3.2. GELENEKSE LEZZETLERE YÖNELİK TALEP**

#### **SONUÇ**

#### **KAYNAKÇA**



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

## **PROJE HAKKINDA**

Interreg-IPA Bulgaristan – Türkiye SÖİ Programı dâhilinde, Bulgaristan Pomoriye şehrinde faaliyet gösteren “Bio Network Derneği” ortaklığı ile gerçekleşen “Komşuların Lezzet Ağı” projesi ile sınır bölgesinde turizm alanında rekabet avantajı sağlamak için Burgas ve Edirne illerinde turizm güzergahlarının uzun vadeli sürdürülebilir büyümesine ve gelişimine öncülük etmek için bir ortaklık sağlanmıştır.

### **Proje ile;**

- Sınır ötesi bölgenin geleneklerini ve gastronomi özelliklerini kapsayan uluslararası mutfak güzergahları oluşturulması,
- Yiyecek turizmi ürünlerinin geliştirilmesi ve pazarlanması (çoklu günlük turlar) sağlayarak gelişmekte olan sınır ötesi kırsal turizmin gelişimine katkı sağlanması,
- Sınır bölgesinde turizm ve sağlıklı gıda üretimi alanında rekabet gücünü arttırmak için Bulgaristan ve Türkiye'nin kırsal alanlarında sınır ötesi işbirliğinin geliştirilmesi amaçlanmıştır.

### **Proje Çıktıları;**

- 1.Saha ve etnografik çalışma raporu;
- 2.Sınır ötesi 30 hikaye 30 yemek tarifi 30 fotoğraf içerikli yemek kitabı;
- 3.Sınır bölgesinde kırsal turizm ve hizmet sektörü alanlarında ürünler ve faaliyetler hakkında 1 analiz raporu;
- 4.2 adet ortak kapasite geliştirme eğitimi;
- 5.Sınır ötesi mutfak güzergahları, turistik lezzet haritası ve çoklu günlük turistik turların hazırlanması;



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

6. Keşan ve Pomorie Belediyeleri için 2 adet kültür takvimi;

7.1 Web sayfası hazırlanması ve hosting alımı;

8. Turizm paydaşları için 1 aylık e-bülten, 1 yemek kitabı, 1 filmin hazırlanması ve 2 yemek festivalinin organize edilmesi.

**Proje Ortakları:**

*Lider Ortak:* Bio Network Derneği

*Partner:* Keşan Lokantacılar Kahveciler ve Otelciler Esnaf Odası

Süresi 12 ay olan Projenin bütçesi ise 78693,27 Euro’dur.



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

## GİRİŞ

İnsanların turizm algılamasındaki ve isteklerindeki hızlı değişiklikler turistik ürün çeşitlendirilmesine olan ihtiyacı artırmıştır. Turistik ürün çeşitlendirmesine giderken kültürel, ekonomik ve ekolojik değerleri koruma ve katma değer sağlanması ayrıca turizm faaliyetlerinin deniz-kum-güneş tekelinden kurtarılarak ülkelerin tüm bölgelerine ve dört mevsime yayılması hedeflenmektedir. 1990’lardan beri sürdürülebilir turizmin öneminin daha dikkatli vurgulanmasıyla birlikte kırsal turizm destinasyonları tüm dünyada turizm pastasındaki payını büyütüştür. Kırsal turizmin, her turistik üründe olduğu gibi ancak yardımcı turistik ürünlerin iyi bir şekilde oluşturulması ve yönetilmesiyle yeterli çekiciliğe ulaşacağı aşıkardır. Bu ürünlerin başında tartışmasız dikkat çekici bir çeşitliliğe ve tarihe sahip yöresel yiyecek ve içecek kültürümüz yer almaktadır. Günümüzde bölgenin mutfakla ilgili mirası bir turizm ürünü olması açısından son yıllarda önemli bir güç kazanmıştır. Bölgeden bölgeye değişiklik gösteren yemek kültürü, ziyaretçilerin ilgisini çekmekte ve bu doğrultuda oluşan gastronomi turizmi, turistik çekicilik unsuru olarak turizm çeşitleri arasında yerini almaktadır. Bir ülkenin turizminde, turistlerin yer seçiminde o ülke mutfağı önemli kriterlerden biri durumuna gelmektedir. Gerek iç gerekse dış turizm sektörü büyümek ve çeşitliliğini arttırmak amacıyla gastronominin çekiciliğinden yararlanmaktadır.

Gastronomi birçok ülkede turizmi artık turizm acentelerinin kataloglarında yerini almıştır ancak Türkiye’de hak ettiği yerin çok uzağında kalmıştır. Günümüzde insanlar yedikleri ve içtikleriyle her geçen gün daha fazla ilgili olmaya başlamıştır. Herhangi bir gazetede hemen hemen her gün yiyecek veya içecek ilgili bir haberin yer alması bunun en belirgin kanıtıdır. Ayrıca Amerika Birleşik Devletleri’nde 1994



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

yılında 1775 olan yerel pazar sayısının 2010 yılına gelince 6132 ye çıkararak %245,5 artması yerel organik ürünlere verilen önemin arttığının diğer bir göstergesidir. Yiyecek ve içecek kültürümüz her turizm şekliyle olduğu gibi kırsal turizm ile ilişkilendirilebilir ayrıca destinasyon çekiciliğini arttırıcı bir kültürel tanıtım aracı olarak da nitelendirilebilir. Zengin yiyecek ve içecek kültürüyle büyük bir avantaja sahip olan Türkiye bu avantajı birçok alanda değerlendirebilecek durumdadır.<sup>1</sup>

Dünyanın en zengin mutfakları arasında yer alan Türk Mutfağı, doğru bir konumlandırma ve yaratılacak çekici bir imajla, destinasyonların markalaşmasına büyük katkılar sağlayacaktır. Türk Mutfağı, Orta Asya’dan günümüze kadar çeşitli etnik kökenli milletlerin bir arada yaşayarak oluşturduğu şekliyle günümüze kadar gelmiş ve dünya mutfakları arasındaki seçkin yerini almıştır. Bu durumda yerli ve yabancı turizm faaliyetlerini hızlandırmada Türkiye’de de birçok destinasyon açısından önem taşımaktadır.

Turizm pazarında yaşanan değişim yerel değerleri ön plana çıkartma eğilimindedir. Günümüz turisti gittiği bölge kültürüne uyum sağlamayı seven, kültürün tüm öğelerini görmek ve yaşamak isteyen bir yapıya sahiptir. Bu nedenle bölgeler yerel değerleri ön plana çıkartarak diğer bölgelerden farklılıklarını ortaya koyma çabası içerisinde. Bölgesel farklılığı ortaya koyabilmenin en iyi yolu da yöresel yiyecek içeceklerden geçmektedir. Böylece yiyecekler destinasyonun çekiciliğini, başarısını arttırmaktadır. Yapılan araştırmalarda yiyeceklerinin iklim, konaklama ve doğadan sonra dördüncü çekicilik unsuru olarak belirlendiğini ifade etmişlerdir. Yapılan diğer çalışmalarda ise Türk mutfağının beşinci çekicilik unsuru olduğu sonucu bulunmuştur.

<sup>1</sup> file:///C:/Users/Admin/Downloads/5000134240-5000212222-1-PB.pdf





*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Ülkemiz farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmış, birçok kültürün birlikte yaşadığı zengin bir coğrafyada yer almaktadır. Bu kültürel çeşitlilik farklı bölgelerimizde farklı gelenekler ve yemek kültürlerinin oluşmasına katkı sağlamıştır. Trakya Bölgesinin; eşsiz konumu, dört mevsimin bir arada yaşandığı iklimi, zengin doğal güzellikleri ve binlerce yıldır farklı medeniyetlerin yaşadığı tarihi ve kültürel değerleriyle özel bir coğrafyadır. Trakya bölgesi, zengin bir turizm merkezi olma potansiyeline sahiptir. Özellikle Edirne bölgesi, tarihi ve doğal güzellikleriyle yoğun olarak ziyaretçi alan bir bölgedir. Geçmişten günümüze pek çok kültüre ev sahipliği yapmıştır. Edirne farklı renk ve tatlar arayan değişen turist profilinin talep ettiği tüm özellikleri bir arada barındıran gastronomi potansiyeline sahiptir. Çalışmada, Türkiye ve Bulgaristan Sınırötesi bölgesinde kırsal ve lezzet turizminin analizi, bölgenin gastronomi turizmi potansiyeline ve geleneksel ürün talebine değinilmiştir. Bulgaristan- Türkiye Sınırötesi bölgesinde mutfak kültürünün arz ve talep analizi yapılan bu çalışmada, geleneksel yemek kültürünün destinasyon pazarlaması açısından kullanılabilirliği konusuna değinilmiştir. Bu analiz çalışmasında görüşme ve anket tekniğinden faydalanılmıştır. Lokanta işletmecileri ile yapılan görüşmeler ve her iki ülkede yapılan anket çalışmaları neticesinde bölgede yöresel ürünlerin turistler tarafından tercih edilme düzeyinin yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Sonuç olarak sınır bölgesinde geleneksel mutfağının turizm destinasyonlarında önemli bir role sahip olabileceği düşünülmüştür.



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

## I KISIM: BÖLGE ANALİZİ

### 1.1. TRAKYA

#### 1.1.1. *Trakya'nın Coğrafi, Tarihi Yapısı, Ekonomisi ve Kültürel Değerleri*

**Trakya** Yunanca: *Thraki*, Bulgarca: *Trakiya*), Güneydoğu Avrupa'da yer alan güney Bulgaristan, kuzeydoğu Yunanistan ve Türkiye'nin Avrupa kıtasındaki topraklarını içeren, tarihi çok zengin bir bölgedir.

Türkiye sınırları içindeki yüz ölçümü 23.764 km<sup>2</sup> olan bu bölgenin Karadeniz, Marmara Denizi ve Ege Denizi ile sınırı vardır. Doğu Trakya'da kalan Gelibolu Yarımadası ve Çatalca Yarımadaı da Trakya'nın parçalarıdır. Trakya, Makedonya'dan Mesta Karasu Nehri ile ayrılır. Nehir bölgenin batı sınırını oluşturur. Trakya bölgesi aynı zamanda Ege Denizi'nin kuzeydoğusu bölümüne adını vermiştir. Denizin bu kısmına "*Trakya Denizi*" denir.

Doğu Trakya, Türkiye Trakyası ya da Türkiye'de yaygın olarak sadece Trakya, Trakya bölgesinin Türkiye sınırları içinde kalan kısmıdır. Türkiye'nin Avrupa'daki topraklarının tamamını oluşturur. Batısında Meriç Nehri ve Yunanistan'a bağlı Batı Trakya, kuzeyinde Bulgaristan'da kalan Kuzey Trakya ve Karadeniz, doğu ve güneyde ise sırasıyla İstanbul Boğazı, Marmara Denizi, Çanakkale Boğazı ve Saros Körfezi ile çevrilidir. İstanbul kentinin tarihsel merkezi ve Edirne gibi önemli eski kentler bu bölgededir. Aynı zamanda Türkiye'nin Avrupa ile olan karayolu ve demiryolu bağlantıları Doğu Trakya'dadır.

*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

## *Coğrafya*



Türkiye Trakyası'nın yaygın panoraması alçak tepeler ve ekili arazilerdir.<sup>2</sup>  
Ayçiçeği bölgenin simgesidir.<sup>3</sup>



Bölgenin başlıca akarsuyu, bölgenin doğusundan doğup batısına doğru akarak Meriç Nehri ile birleşen Ergene Nehridir. Doğu Trakya'nın doğal gölleri iki kısma

---

<sup>2</sup> <https://www.tarimdanhaber.com/haber/tarim/trakyanin-tarim-topraklarini-birileri-topluyor//>

<sup>3</sup> <http://www.trakyalihaber.com/trakyada-aycicekleri-strese-girdi-12356h.htm>

*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

ayrılabilir. Bunlar bölgenin doğusunda İstanbul yakınlarında toplananlar: Büyük Çekmece Gölü, Küçük Çekmece Gölü ve Terkos Gölü ve Meriç Nehri'nin civarında oluşunlardır, en önemlileri Gala Gölü'dür.

Doğu Trakya'daki millî parklar şunlardır:



- Gala Gölü Millî Parkı, Edirne (2005'ten beri)<sup>4</sup>

<sup>4</sup> <http://www.parklarimiz.com/gala-golu-milli-parki.html>



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*



- İğneada Longoz Ormanları Millî Parkı, Kırklareli (2007'den beri)<sup>5</sup>

Önemli bazı barajlar ise şunlardır;

- Alibeyköy Barajı
- Armağan Barajı
- Kadıköy Barajı
- Sazlıdere Barajı
- Süloğlu Barajı
- Kırklareli Barajı
- Karaiğdemir Barajı
- Kayalı Barajı
- Altınyazı Barajı

### ***Tarih***

Doğu Trakya'nın insanın Avrupa kıtasına ilk geçiş güzergâhlarından biri olduğu düşünülmektedir. Bölge insanlık tarihi boyunca batıdan, doğuya ya da doğudan, batıya göç eden birçok kavmin rotası içinde yer almıştır.

---

<sup>5</sup> <http://www.milliparklar.gov.tr/mp/igneadalongozormanlari/foto.htm>



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Erken dönemde Misyalılar, Bitinyalılar, Frigyalılar ve daha geç dönemde Galatlar, Anadolu'ya Doğu Trakya üzerinden geçen bazı önemli uluslardır. Küçük Çekmece Gölü yakınlarındaki Yarımburgaz Mağarası, hem Doğu Trakya'nın, hem de Türkiye'nin önemli Paleolitik yerleşim yerlerindedir. Edirne, Kırklareli illerinde yer alan Dolmenler ise diğer eski buluntulardır.

Bölgenin tamamına egemen olan ilk uygarlık Trak uygarlığıdır. Troya Savaşında Troyalıların yanında yer alan, Yunanların savaşçılık ve Ares kültü ile ilişkilendirdikleri bu kavim günümüz Kuzey Trakyası merkez olmak üzere tüm Trakya'yı hatta Bulgaristan ve Makedonya'nın büyük bölümünü egemenlikleri altına alan Odris Krallığı olarak bilinen bir krallığı kurmuştur. Ama aynı zamanda özellikle Gelibolu Yarımadasında ve Marmara kıyılarında Yunan kolonicilerin kurduğu ya da yeniden imar ettiği şehirlerinin bulunduğu bölgelerdir.

*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Doğu Trakya'daki önemli antik kentler:

***Vize Roma Tiyatrosu:***<sup>6</sup>



### ***Ekonomi***

Ergene havzası tarımın en yoğun yapıldığı bölümlerendir. Başlıca ürünler ayçiçeği ve buğdaydır, sulama imkânlarının daha bol olduğu Meriç tarafında ise pirinç ekimi yaygındır. Bunların dışındaki tarım ürünleri Şarköy civarında bağcılık ve Edirne'nin Ege kıyıları ile Gelibolu Yarımadasında zeytinciliktir. Tekirdağ ve Yıldız'da kısımlarında hayvancılık önemli uğraşlardır.

<sup>6</sup> <http://www.yoldakiizler.com/2014/07/trakyanin-efesi-vize.html>



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Enerji kaynakları ve madenler açısından Doğu Trakya incelendiğinde şu kaynaklar öne çıkar:

- Odun ve odun kömürü, Yıldız bölümünde
- Doğalgaz, Hamitabat, Lüleburgaz
- Linyit, Keşan ve Saray civarı<sup>7</sup>

Başlıca sanayi dalları cam, içki, bitkisel yağ, süt ve süt ürünleridir. Özellikle Çorlu sanayileşmenin bölgedeki adresidir. Kıyıköy, Edirne kenti gibi turistik gezi noktalarının dışında bölgedeki turizm deniz turizmidir. Özellikle Silivri-Marmara Ereğlisi ve Saroz Körfezi kıyıları, yazlık tipi ikincil konutların bölgeleri başlıca yerleridir.

Trakya topraklarının büyük bir kısmı tarım alanı olarak kullanılmaktadır. Edirne ve Kırklareli illerinde, en önemli geçim kaynağı tarım ve tarıma dayalı sanayidir. Yoğun sanayi üretimine sahip olan Tekirdağ ilinde özellikle iç ve batı kesiminde yaşayanların büyük bir bölümü yine tarımla ilgili işlerle uğraşmaktadır. Doğuda Sakarya, Kocaeli illerinden başlayan sanayi yerleşimleri, Trakya Bölgesi'nde Tekirdağ'a bağlı Çorlu ile Çerkezköy ve Kırklareli'ye bağlı Lüleburgaz ilçelerine kadar uzanmaktadır. D-100 karayolunun etrafında yoğunlaşan sanayi ve büyük tarımsal alan ile Bölge, ikili bir yapı arz etmektedir. Bu ikili yapı üretimin yanı sıra sosyal yaşamı da şekillendirmektedir.

Trakya Bölgesi geleneksel tarım toplumundan modern tarıma geçişte öncü bir Bölge olmasının yanında, hızla gelişen sanayisi, değişen ekonomik ve sosyal çehresi ile diğer bölgelere ilham kaynağı olmaktadır. Çorlu ve Çerkezköy'de bulunan iki adet Organize Sanayi Bölgesi (OSB) ve Çorlu'daki Avrupa Serbest Bölgesi gelişmiş alt yapıları sayesinde Bölgeye önemli yatırımların çekilmesinde öncülük görevi

<sup>7</sup> [https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:-P2uHDmhJkMJ:https://tr.wikipedia.org/wiki/Do%25C4%259Fu\\_Trakya+%cd=1&hl=tr&ct=clnk&gl=tr](https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:-P2uHDmhJkMJ:https://tr.wikipedia.org/wiki/Do%25C4%259Fu_Trakya+%cd=1&hl=tr&ct=clnk&gl=tr)





*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

üstlenmektedirler. Buralarda yüksek doluluk oranları, yeni yatırımların çekilmesinde bölge adına önemli bir avantaj teşkil etmektedir. Gelişmiş altyapıya sahip bu bölgeler ile birlikte D-100 aksı etrafına serpilmiş sanayi yoğunlaşmasından kaynaklanan çevre kirliliği, Bölgenin önemli sorunlarından biri olarak görülmektedir. Ancak, son dönemde üzerinde çalışılan İslah Organize Sanayi Bölgeleri bu dağınık sanayi bölgesine ortak bir altyapının sağlanması için önemli bir çözüm yolu olma potansiyeline sahiptir.<sup>8</sup>

### ***Kültürel Değerler***

Bölgede arkeoloji turizmi açısından Edirne, Enez, Marmara Ereğlisi ve Vize ön plana çıkmaktadır. Bu yerleşim yerlerindeki kazı alanları ile birlikte müzeler birlikte değerlendirilmesi suretiyle bölgede önemli bir arkeoloji rotası oluşmaktadır. Edirne, sahip olduğu tarihi eserleri ile önemli bir kültür merkezi hüviyetine sahiptir. Selimiye Camii ve Kırkpınar güreşleri gibi UNESCO Dünya Kültür Mirası Listesi’nde yer alan değerleri ile Edirne söz konusu koridorun ana unsurunu oluşturmaktadır. Edirne ili ile birlikte arkeolojik alanlar, Trakya geneline yayılmış olan kale, Tümülüs, dolmen ve Osmanlı dönemi eserleri de vardır.

Koridor içerisindeki turizm türleri:

**Kültür ve İnanç Turizmi:** Bölge kültür varlıkları açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Edirne, Osmanlı Devletine başkentlik yapması yanında UNESCO Dünya Kültür Mirası Listesi’nde yer alan Mimar Sinan’ın Selimiye Camii’si ve diğer Osmanlı dönemi yapıtları ile Müslümanlar için önemli bir inanç turizm merkezidir. Bununla birlikte bölge, haclı seferlerinde geçiş güzergâhı olması ve sahip olduğu kiliseler ve havralar ile diğer inançlar içinde bir cazibe merkezidir.

---

<sup>8</sup> [http://www.trakyaka.org.tr/content-187-trakya\\_bolgesi.html](http://www.trakyaka.org.tr/content-187-trakya_bolgesi.html)



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Arkeoloji Turizmi: Kùltür turizmi içerisinde arkeoloji turizmi açısından Marmara Ereğlisi, Vize, Edirne Merkez ve Enez ön plana çıkmaktadır.

Festival Turizmi: Kùltür koridoru, başlıca Kırkpınar ve Hıdrellez Festivalleri olmak üzere, bir çok festival ve etkinliğe sahiptir.

Yeme-İçme Turizmi: Diğer koridorlara benzer şekilde, bu koridorda da yeme-içme turizmi potansiyeli bulunmaktadır. Yöreye özgün ciğer, köfte, peynir, tatlılar gibi turizm ürünü olarak geliştirilebilecek farklı lezzetler bulunmaktadır.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> ([http://www.trakya2023.com/uploads/docs/rapor/Trakya\\_Turizm\\_Master\\_Plan%C4%B1.pdf](http://www.trakya2023.com/uploads/docs/rapor/Trakya_Turizm_Master_Plan%C4%B1.pdf))



*Project "Culinary Neighborhood Network (CuliN)", Ref. № CB005.1.22.011"*

## **1.2. EDİRNE**

### **1.2.1. Tarihi**

Edirne'nin en eski halkı, Traklar soyundan Odrisler'in yörede, Meriç ve Tunca ırmaklarının birleştiği bugünkü Edirne'nin bulunduğu yerde bir kent kurdukları bilinmektedir. Odrisler'den sonra yöreye egemen olan Makedonyalılar Dönemi'nde kent, büyük bir olasılıkla Odris yada Odrisia adının değişmesi sonucu, Orestia/Orestas olarak anılmaya başlanmıştır.

İS II. yy' da Roma İmparatoru Hadrianus, (117-138) Orestia Kasabası'nın stratejik önemi nedeniyle buraya kent statüsü vermiş ve kendi adını koymuştur. Böylece, Roma Dönemi'nde kent Hadrianopolis/Hadrianupolis/Adrianupolis/Adrianapolis adlarıyla anıldı. Adrianopolis zamanla Adrianople/Adrianopel olarak değişmiştir. Osmanlı dönemi başlarında Edrinus/Edrune/Edrinabolu/Endriye diye anılmıştır. 1476'da yazılan Aşıkpaşazade Tarihi'nde kentin adı Edrene olarak geçmiştir. XVI.yy başlarında kentin Edirne olarak adlandırıldığı görülmektedir. Edirne 1361 yılında I.Murat tarafından fethedilmiş ve İstanbul'un alınışına kadar 88 yıl(1365-1453) boyunca Osmanlı Devleti'nin başkenti olmuştur.

Tarihinde çeşitli unvanları hak etmiştir. Edirne, mutluluk dönemlerinde "Der-i Saadet" (Mutluluk Kapısı) bir "Şenlikler Şehri" dir. Bu "Serhat Şehri" Evliya Çelebi'nin sözleriyle "Bir İslam Duvan" tarihinde birçok kez felaketle de tanışmıştır. En fazlada kuşatma ve işgallerden bunalmıştır.

Edirne her zaman kültür olaylarının yoğun yaşandığı bir kent olmuştur. Mimari yenilikler bu kentin yapılarıyla gelmiş; hat ve süsleme sanatının en güzel örnekleri burada verilmiş, çok sayıda medresesi yoğun tartışmalara tanık olmuş, tıp tarihine geçen ilk uygulamalar burada başlamıştır.



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Kimliğini asıl Osmanlı döneminde bulan ve imparatorluğun ikinci kenti olan Edirne, kültürel mirasımızın en yoğun hissedildiği bir kenttir.

Edirne, camileri, çarşıları, köprüleri, tarihi evleriyle ve özellikle de Muhteşem Selimiye ile ülkemize gelenleri ilk karşılayan ve bir sınır kenti olma özelliğini en iyi yansıtan kentimizdir.

### **1.2.2. Coğrafyası**

Edirne, yurdumuzun Kuzeybatısında Marmara Bölgesi'nin Trakya kısmında bulunmaktadır. Doğusunda Kırklareli ve Tekirdağ, Güneyinde Çanakkale ili ve Ege Denizi, Kuzeyinde Bulgaristan, Batısında Yunanistan yer almaktadır.

Yüzölçümü 609.791 hektar (Edirne İl Tarım Müdürlüğü 2008 Yılı Çalışma Raporu:2009:10) olan Edirne ili; doğuda Kırklareli ve Tekirdağ illeri, batıda Yunanistan, kuzeyde Bulgaristan Devletleri, güneyde Çanakkale ili ile çevrilidir. Meriç, Tunca, Arda ve Ergene nehirlerinin belli bölümleri il hudutları içindedir. Kuzeyde Istranca Dağları, orta bölümde Ergene Havzası, güneyde dağ ve platolarla Meriç Deltası ilin yüzey şekillerini oluşturur (Edirne Valiliği İl Yıllığı,2005:27).

Edirne ilinin merkez ilçesi dışında 8 ilçesi bulunmaktadır. Edirne ili dahilinde toplam 26 belediye ve 248 köy bulunmaktadır (<http://www.illeridaresi.gov.tr>). Kırsal kesimde oba, mezra olarak nitelenen yerleşim şekli mevcut değildir. Yerleşim genelde 46 toplu yerleşim şeklindedir. Edirne ilinin ilçeleri: Merkez, Enez, Havsa, İpsala, Keşan, Lalapaşa, Meriç, Süloğlu ve Uzunköprü'dür.

Edirne ili Trakya Yarımadasında; kuzeyde Istranca Dağları, güneyinde Kuru Dağları ve Ege Denizi-Saros Körfezi, batısında Meriç Nehri ve Meriç Ovası, doğusunda da



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Ergene Ovasını içine alan 41-40 derece kuzey enlemleri ile 26-30 derece doğu boylamları arasında yer almaktadır. Ergene ve Meriç ovalarını içine alan Edirne ili topraklarının %80'i tarıma elverişlidir (Edirne Valiliği İl Yıllığı,2005:27). İlin dağları ovaları ve akarsuları, gölleri aşağıda verilmektedir.

Dağları;

Batı Istranca Dağları: Edirne ilinin kuzeyini, Lalapaşa ilçesini kaplar.

Koru Dağı: Keşan ilçesinin güneydoğusunu kaplar. İlin en yüksek yeridir. Yerli su tepesi 725 metre yüksekliktedir.

Çandır Dağı: İpsala ve Enez ilçelerinin adeta doğa sınırını meydana getirir. En Yüksek tepesi Çandır 385 metredir.

İlimizde ovalar Tunca, Meriç ve Ergene Vadilerinde toplanmışlardır.

Tunca Ovası; Tunca Irmağı vadisindeki ovalar küçük parçalar halindedir.

Kazanova; Meriç Vadisinde Kapıkule ile Edirne arasındadır.

İpsala Ovası; Meriç Vadisi'ndedir. İpsala ilçesi topraklarının çoğunu içine alır. Enez'e kadar uzanır. İlin en büyük ovasıdır.

Ergene Ovası; Ergene Vadisi'ndedir. Uzunköprü, Meriç ilçe topraklarının büyük bir bölümünü içine alır. Ovanın toprakları çok verimli olup, her çeşit bitki üretilmeye elverişlidir.

Edirne ovalarında çeltik, pancar, ayçiçeği, süpürge, mısır, kabak, karpuz ve kavun yetiştirilir. İlin önemli akarsularından olan Meriç, Tunca, Arda ve Ergene Nehir debileri Mart-Nisan aylarında yoğun yağışlara bağlı olarak maksimum seviyeye ulaşmakta, yaz aylarında da normal debilerini muhafaza etmektedir. Yörenin en önemli tarım potansiyeli olan çeltik ekim ve sulamalarında ise nehir debileri en az seviyeye ulaşmaktadır.



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Gölleri ise;

Gölbaba: Edirne Merkez İlçe’sine bağlı Büyükdöllük Köyü ile Değirmenyeni Köyü arasındadır.

Tekke Gölü: Enez ilçesinde bulunur.

Bücürmene Gölü: Tekke Gölü’nün güneyindedir.

Harmanlı Gölü: Enez ilçesinin güneyindedir.

Gala Gölü: Enez –İpsala ilçeleri arasındadır.

Sığırcılı Gölü: İpsala Karpuzlu Gölü’nün doğusundadır.

Pamuklu Gölü: İpsala Karpuzlu Köyü’nün güneydoğusundadır (Edirne İli Çevre İl Müdürlüğü Durum Raporu,1999:4-5).

### ***1.2.3. Kültürü***

Anadolu’yu Avrupa’ya birleştiren Trakya Yarımadası’nda yer alan Edirne’nin konumu nedeni ile zengin bir kültür tarihi vardır. Tarih boyunca Anadolu’ya ya da Avrupa’ya göç eden değişik topluluklar, Edirne’den geçmişlerdir. Ancak bunlardan çok azı yöreye yerleşip uygarlık kurmuştur. Edirne ve çevresinde yapılan kazılar, yöredeki ilk yerleşimlerin Neolitik çağ sonunda başladığını göstermektedir. Yörenin, bilinen en eski halkı Traklar’dır. Traklar’ı Makedonyalılar ve Romalılar izlemiştir. Roma İmparatorluğu’nun ikiye bölünmesiyle Edirne, Bizans İmparatorluğu’nun sınırları içinde kalmıştır. Uzun süren Bizans egemenliğinden sonra yöre Osmanlı İmparatorluğu’na katılmıştır.

Edirne’nin Avrupa’ya yakınlığı, Edirne kültürünün gerek Türkler’den önceki, gerekse Türkler’den sonraki evrimini, büyük ölçüde etkilemiştir. Bu nedenle Edirne kültürünün izlediği çizgi, Anadolu illerinin çizgisinden oldukça farklıdır (Edirne



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Valiliği İl Yıllığı,2005:249). Edirne uzun yılların bakımsızlığına rağmen bir “Abideler Beldesi” olma vasfını daima korumuştur. Edirne ili 1361 yılında Osmanlıların eline geçtikten sonra küçük bir kent olan Edirne gelişerek camiler, saraylar, köprüler, hamamlar ve kervansaraylar ile süslenerek canlı bir kültür merkezi haline gelmiştir (Edirne İli Çevre İl Müdürlüğü Durum Raporu,1999:133).

Edirne'de değişik beslenme biçimleri görülmektedir. Meyve ve sebze beslenmede önemli yer tutmaktadır. Türkiye çapında ünlü beyaz peynir imalatı çok yaygındır. Edirne peyniri denilen bu peynir genellikle koyun sütünden yapılır. Mavzana, tarhana, ciğer sarması, akıtma, badem ezmesi, lokma, gaziler helvası, deva-i misk, Edirne'nin özgün yemek ve tatlılarının başlıcalarıdır. Ayrıca ısırgan yemeği, borani, değişik türde bir peynir tatlısı olan belmuş, mısır unundan imal edilen kaçamak, süte peynir eklenmesiyle yapılan akçakatık ve hardaliye de özgün beslenme öğeleri arasında yer almaktadır. (<http://site.mynet.com>).

Bir dönem, Osmanlı İmparatorluğu'nun başkenti olan Edirne'de el sanatları çok gelişkindi. Ağaç işlemeciliği, lake kap ve kutu yapımcılığı, çiçek ressamlığı, kitap kapakçılığı, italik yazı ve oyunculuğu, mezar taşçılığı eski el sanatlarının başlıcalarıdır. Bu türlerin çoğu günümüze ulaşamamıştır. Edirne'de ağaç işlemlerinin yaygın bir ünü vardır. Edirne'de İstanbul'dan ve Avrupa'dan alınan etkilerle Edirnekari bir üslup meydana getirilmiştir. Yörede süpürgecilik pazara yönelik bir el sanatı olarak varlığını sürdürmektedir. Süpürge darısından yapılır. El süpürgesi, sııklı süpürge, küçük el süpürgesi, top süpürge gibi değişik türleri bulunmaktadır. Edirne'nin en eski sanatlarından biri de misk sabunculuğudur. Portakal, elma, limon, armut vb. gibi biçimlerde yapılan sabunlar, hediyelik eşya olarak satılır. Çömlekçilik, hasırcılık, sepetçilik de varlığını sürdüren el sanatlarıdır (<http://site.mynet.com>).

Yağlı güreş, geleneksel bir Türk sporudur. Güreşçiler vücutlarına yağ sürerek güreştikleri için bu şekilde adlandırılmaktadır. Er Meydanı denilen alanlarda

*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

yapılmaktadır. Güreşçilerin vücutlarının yağlanması nedeni ile birbirlerini tutmaları zorlaştığından, büyük güç ve ustalık gerektiren bir spordur. Yağlı güreş Mısır kaynaklıdır. Deniz ticareti sayesinde Avrupa'ya, Balkanlar'a taşınmıştır. Özellikle bir düğün eğlencesi olarak, güreşçilerin büyük toprak sahipleri tarafından davet edilmeleriyle başlamıştır. Türklerin M.Ö. 4. yy' dan beri güreş yaptıkları bilinmektedir. İlkbahar aylarında doğanın canlanması için yapılan kutlamalarda, evlenme merasimlerinde, zafer şöenlerinde hep güreş müsabakaları yapılmaktaydı. Osmanlı İmparatorluğu'nda karakucak ve yağlı güreşler yaygın olarak, devletin kontrol ve himayesinde yapılmaktaydı. Birçok bölgede güreş tekkeleri kurulmuş, bunların başlarında şeyh denilen eski ve ünlü pehlivanlar görev almıştır.

Günümüzde de bu geleneğin bir uzantısı olarak organize edilen güreş etkinliklerinde, ağalık sistemi ile masrafları karşılayan bir kişi bulunmaktadır. Bu kişiler genellikle yörenin tanınmış ve varlıklı kişileridir. Osmanlı padişahlarından Sultan 4. Murad ve Sultan Abdülaziz de bizzat güreş yaparak bu spora verdikleri önemi göstermişlerdir. Kırkpınar Yağlı Güreşleri, bu sporun Türk kültürünün ayrılmaz bir parçası olduğunu göstermektedir. (<http://tr.wikipedia.org>).

Günümüzde bir şenlik ve tören havası içinde yapılan Kırkpınar Güreşleri'nin insanların yakınlaşması, dayanışması bakımından önemli bir toplumsal işlevi vardır. Kırkpınar spor organizasyonu, sponsorluk, amatörlük, ve profesyonellik gibi olguların kaynağı olduğu gibi, ritm, esneklik, ustalık ve istikrar da Kırkpınar'ın asırlardan beri yeni kuşaklara aktardığı nitelikler arasındadır (Ateş,2003:256-257).

#### 1.2.4. *Mimari Dokusu*

Kent bütününe bakıldığında; sosyo-ekonomik ve kültürel değerlere göre farklılaşan yaşam biçiminden, yoğunluktan, farklı kullanım amaçlarına yönelik değerlerden, topografyadan v.b. nedenlerden kaynaklanan; belirli bir boyutsal bütünlüğe sahip





*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

farklı fiziksel biçimlenişler görülebilmektedir. Bu fiziksel biçimlenişler kentsel dokular olarak tanımlanmaktadır. Her kentin fiziksel bir yapısı vardır. Ancak bu fiziki yapının ilişkileneceği, biçimlenmesi ve oluşması farklıdır. Buna bağlı olarak, kentin fiziksel biçimlenişinin sadece fiziki çevrenin değişimi ve ekonomik organizasyonun yeni şekillere bölünmesi anlamına gelmediğini, aynı zamanda kültürün, sosyal düzenin, davranış biçimlerinin ve kullanıcılarının fikirlerinden etkilenerek, bir süreç içerisinde oluştuğunu söylemek mümkündür.

Kentlerin farklı dokularda olması; farklı değerlere sahip insanlar ve farklı değişik fiziksel çevrelerden kaynaklanmaktadır. Kentlerdeki dokuları; sosyo-ekonomik ve kültürel değerlerin, karmaşık bir toplumsal ilişkiler ağının, bu ilişkilerin zaman içindeki değişiminin ve toplumsal değerlerin fiziki çevreye yansımaları olarak tanımlamak mümkündür. Bu yansıma; aile yapısına, günlük yaşamın nasıl kullanıldığına, mekanların kullanım biçimlerine, insan çevre ilişkilerine, çevresel değerlere, yaygın olarak kullanılan malzemelere, yapı teknolojilerine v.b. olgulara bağlı olarak oluşmaktadır. Ayrıca kentsel dokular; o dokuyu oluşturan toplumsal ilişkileri, üretim biçimlerini ve gündelik yaşamı içeren geniş bir veri kaynağını da bünyesinde bulundurmaktadırlar (Çakır, 2006:15-16).

Edirne, Güneydoğu Avrupa'nın Marmara'ya doğru uzanan Trakya bölgesinde; Tunca, Arda ve Meriç nehirlerinin oluşturduğu kavsın içinde kurulmuştur. Anadolu'yu Avrupa'ya bağlayan ana yol üzerinde bulunması nedeniyle, eski çağlardan beri önemli bir konuma sahip olan Edirne, asıl gelişmesini Osmanlı Dönemi'nde kaydetmiştir. Özellikle XIX.-XX. yüzyıllarda uğramış olduğu işgaller ve saldırıların yanı sıra Cumhuriyet Dönemi'nde bir sınır kenti olması nedeniyle gerektiği gibi büyüyüp, gelişmemiştir (Özer,2006:9).

Edirne, İstanbul'la birlikte, Osmanlı İmparatorluğu'nun mimaride eriştiği yaratıcı düzeyi gösteren bir kenttir. Kentte, Osmanlı mimari yaratıcılığının çok çeşitli örnekleri görülmektedir. Bu açıdan Edirne, Bursa ile İstanbul'un karışımı gibidir.



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Edirne'nin İstanbul'a ve Bursa'ya üstünlüğü, İstanbul'un fethinden önceki mimari yaratıcılığı kadar, fetihten sonra da bu yaratıcılığı sürdürmesidir. Edirne mimarisi Osmanlı Dönemi'nden bu yana bir kaç döneme ayrılmaktadır. Birincisi, Çelebi Sultan Mehmet Öncesi ve O'nun dönemi; ikincisi, Sultan II. Murat Dönemi, üçüncüsü, İstanbul'un fethinden sonra eşsiz Beyazid Külliyesi ile belirlenen dönem; dördüncüsü, Selimiye Camisi ile sonlanan Klasik Osmanlı Mimari Dönemi; beşincisi, Ekmekçioğlu Ahmet Paşa ve Sultan IV.Mehmet Dönemi; altıncısı, batılılaşma sürecinin çalkantılı olaylarını yaşamış Neoklasik çizgide yapılarla dolu bir dönem ve son olarak Cumhuriyet Dönemi mimarisidir.



Foto kaynak: <https://gezilmesigerekenyerler.com/gezilecek-yerler/selimiye-camii-nerede-nasil-gidilir-ve-tarihi-bilgiler-edirne.html>



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Sultan II. Murat Dönemi hem Edirne'nin gerçek başkent olması, hem de mimarisinde bir dönüm noktası olması yönünden öne çıkmaktadır. Bu dönemde yapılan Üç Şerefeli Camisi, merkezde büyük bir kubbenin seçilmesiyle eski camilerden farklılaşmaktadır. Bu olay, Beylik iken İmparatorluğa geçişin bilincini yansıtmak olarak yorumlanmıştır. Dinsel ve toplumsal yapıların bütünleştirilmesine benzersiz bir örnek oluşturan Beyazid Külliyesi, Tunca Nehri kenarında dengeli kütleleriyle güzel bir mimari kompozisyon yaratır. 16. yüzyıl Edirne'sinde ayrıca Rüstem Paşa Kervansarayı, Alipaşa Çarşısı, Sokullu Hamamı, Lari Camisi gibi önemli yapılar gerçekleştirilmiştir (<http://www.edirnevdb.gov.tr>). Bunlara Selimiye Camisi'nin görkemi katılır. Edirne'de daha sonra yapılan Ekmekçiöglü Ahmet Paşa Kervansarayı ve daha bir dizi yapı bu mimari örgüyü tamamlayan birer parça olmuştur (<http://www.edirnevdb.gov.tr>).

Edirne önemli anıtsal ve mimari eserlere sahip yaşayan müze kenttir. Bu eserler camiler külliyeler, köprüler, eski çarşılar, kervansaraylar, saraylar, tarihi konut ve mahalleridir (Erdoğan,2006:1).

### ***1.2.5. Ekonomisi***

Edirne ilinin yüzölçümü 609.791 hektardır. 2008 yılı istatistik çalışmaları 3. tahmin sonuçlarına göre bu alanın 370.015 hektarı tarım arazisi, 104.502 hektarı orman arazisi ve 57.985 hektarı çayır-mera arazisidir. Tarım dışı alan ise 77.290 hektardır.

İl ekonomisi tarım ağırlıklıdır. Bununla birlikte ilin Avrupa'yı İstanbul ve Ortadoğu'ya bağlayan yol üzerinde olması, tarım dışı etkinliklerin de gelişmesini sağlamıştır. Edirne, sosyal yaşantısı açısından çok gelişmiş durumda olan bir ilimizdir. Tarih ve kültür zenginliği, tarımdaki verim ve gelişmekte olan sanayi, sosyal yaşantıyı olumlu yönde etkilemektedir.



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Edirne ilinin Avrupa’yı İstanbul ve Ortadoğu’ya bağlayan yol güzergâhında olması, tarım ve diğer sektörlerin gelişmesini sağlamaktadır. Bununla birlikte, ilde tarım sektörünün ağırlığı daha fazladır (İnan,2003:39). Edirne’de çeşitli tarım ürünleri yetişmektedir. Ovaları çok bereketlidir ve tarla tarımı çok gelişmiştir. Tahılda buğday, sanayi ürünlerinde şekerpancarı ve ayçiçeği ön sırayı almaktadır. Meyvecilikte kavun, karpuz yetiştiriciliği ve bağcılık ileridedir. Son 10 senede tarım ürünleri bir kat daha artmıştır. Buğday, pirinç, ayçiçeği, şekerpancarı, fasulye, susam, kolza, domates, patlıcan, pırasa ve lahana ise ilde yetiştirilen başlıca tarım ürünleridir. Meyve olarak kavun, üzüm, karpuz, elma, armut, erik, kızılcık ve badem önemli yer tutmaktadır. Sulama, gübreleme ve modern tarım araçlarını kullanma hususunda önde gelen iller arasındadır (<http://www.edirne.web.tr>).

### **1.2.6. Sanayi**

Edirne’nin sanayileşme sürecini etkileyen en önemli faktörlerden biri Edirne’nin 1969’da kalkınmada öncelikli iller kapsamına alınmasıdır. Edirne’nin bulunduğu konum itibariyle yurt içi ve yurt dışı ulaşım olanaklarının genişliği, İstanbul gibi büyük bir sanayi ve ticaret metropolüne yakın oluşu, büyük sanayi gruplarının ilgisini çekmiş; özellikle tekstil konusunda faaliyet gösteren işletmeler 1990’lı yıllardan sonra Edirne’de gelişmeye başlamıştır.

İlde bulunan sanayi işletmelerinin büyük bir bölümü un, yağ ve süt konusunda faaliyet gösteren işletmelerden oluşmaktadır. Ayrıca ilde yetiştirilen çeltiğin pirince işlenebilmesi amacıyla çok sayıda çeltik işleme fabrikaları da kurulmuştur. İldeki sanayileşme Tekirdağ ve Kırklareli illerine göre daha yavaştır. İlin en önemli sektörü tarımsal ürün işleyen gıda sanayidir. Bunlar çeltik, un, yağ, süt ve süt ürünleri vb. tesislerdir. Ayrıca ilde son yıllarda tekstil sektöründe de önemli gelişmeler



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

yaşanmaya başlamıştır. İlin en hızlı gelişen ilçeleri ise Merkez ve Uzunköprü ilçeleridir. Özellikle Uzunköprü ilçesinde yağ ve çeltik işleme konusunda faaliyet gösteren çok sayıda işletme bulunmaktadır ([www.etsso.org.tr](http://www.etsso.org.tr)).

Edirne’de çıkarılan başlıca maden ise linyittir. Keşan, Demirhanlı, Küçük Doğanca, Enez ve Meriç linyit ocaklarından linyit çıkarılır. Türkiye ihtiyacının yarısını karşılayacak tabii gaz rezervleri Trakya’da bulunmaktadır. (<http://www.edirne.web.tr>).

### **1.2.7. Edirne İlinde Öne Çıkan Sektörler**

Gıda Ürünleri ve İçecek İmalatı

- Ekmek, taze fırın ürünleri ve taze kek imalatı, (DPT Bölgesel Gelişme ve Uyum Genel Müdürlüğü Yayını,2006:180).
- Öğütülmüş tahıl ürünleri imalatı,
- Süthane işletmeciliği ve peynir imalatı,
- Peksimet, bisküvi imalatı, dayanıklı pastane ürünleri ve dayanıklı kek imalatı,
- Rafine sıvı ve katı yağların imalatı,
- Ham, sıvı ve katı yağların imalatı. Tekstil Ürünleri İmalatı
- Pamuklu dokuma,
- Doğal ve sentetik pamuk elyafının hazırlanması ve eğilmesi,
- Giyim eşyası dışındaki hazır tekstil ürünleri imalatı.
- Diğer dış giyim eşyaları imalatı,
- İç giyim eşyası imalatı,



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

- Deri giyim eşyası imalatı. Madencilik ve Taşocakçılığı
- Linyit madenciliği ve briketlenmesi,
- Taşkömürü madenciliği briketlenmesi,
- Kum ve çakıl ocakçılığı (DPT Bölgesel Gelişme ve Uyum Genel Müdürlüğü Yayını,2006:180).

### **1.2.8. Kültürel Faaliyetleri**

Folklor, bir milletin hayatında var olan gelenek ve göreneklerin dili yardımıyla hafızasında sakladığı edebiyat ve müziğinin, daha geniş anlamıyla, manevi kültür ürünlerinin toplamıdır (<http://www.kir-der.com>). Folklor, halka ait olan her şeyi içine almaktadır. Halkın malı olmuş, kaynak olarak kişisel olsa bile, çoğunlukla sözlü olarak nesilden nesile geçen ve bu geçiş sırasında yeni şartlara göre değişme eğiliminde olan edebiyat ürünleri, halk destanları, masalları, türküleri, manileri, fıkraları, temsili sözler, tekerlemeler, hayat ve tabiatın olaylarına ait inançlar ve buna benzer birçok şeyi kapsamaktadır (<http://www.kir-der.com>).

Edirne, konumu nedeniyle tarih boyunca Anadolu'dan Balkanlar'a geçiş yolu üzerinde önemli bir merkez olmuştur. Başkent olunca da Osmanlı-Türk kültürel etkinlikleri burada yoğunlaşmıştır. Göçmenlerle gelen kültürel öğelerin yöre kültürüne etkisi belirgindir. Bu etkenlere bağlı olarak yörede, Halk Edebiyatının bilinen usta örneklerine rastlanmaktadır. Göçleri, bozgunları en yoğun biçimde yaşayan yöre halkı acılarını, özlemlerini, sıkıntılarını Rumeli Türküleri diye bilinen yanık türkülerle, yarattığı söylenceler, atasözleri, deyimlerle dile getirmiştir. Dil özelliklerinin belirgin olduğu manilerde konu, sevdalar ve ayrılıklardır. Sosyal boyutlu maniler de vardır.



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Edirne; kendini çevreleyen toprakların müzik ve oyun kültüründen etkilenmiştir. Bu nedenle de kendine özgü bir renklilik gösterir. Oyunlar, genellikle bitişik ya da ayrık düzende oynanır. Ayrık düzende oynananlar karşılama, bitişik düzende oynananlar hora diye adlandırılır. Edirne Halk Müziğinde makamsal etkinin varlığı belirgindir.

Edirne ve yöresine ait geleneksel oyunlar da tarihsel ve doğal konum nedeniyle zengin ve renklidir. Bunlar, Trakya Bölgesi Halk Oyunları özelliğindedir. Tümü, devinim, renk, ezgi, biçim yönünden Anadolu oyunlarından ayrılır (<http://www.edirnevdb.gov.tr>). Kasap Oyunu, Zigoş, Debreli Hasan, Kazibe, Çamko, Mendil, Alaybeyi, Karşılama en çok oynanan oyunlardır. Çitme ve Dim ise, Edirne’ye özgü çocuk oyunlarıdır (<http://www.edirnevdb.gov.tr>).

Tarihi geçmişi çok eskilere uzanan Edirne, farklı kültürleri bünyesinde barındırmıştır. Dünya ve Türk tarihinde önemli bir konuma sahip bu il, Osmanlı İmparatorluğuna 92 yıl başkentlik yapmış ve 18.yüzyıl başlarına kadar ikinci başkent olma niteliğini sürdürmüştür. Edirne açık hava müzesi niteliğini taşıyan bir ildir.

**1.2.9. Edirne’nin Kültürel Kaynakları**

**a) Kaleler:** Edirne Kalesi, Makedonya Kulesi, Keşan Kalesi, Sur kalıntıları, Enez Kalesi.

**b) Arkeolojik Değerler:** Enez Antik Kenti ve Dolmenler (Lalapaşa), Tümülüsler.

**c) Camiler:** Selimiye, Eski Üç Şerefeli, Muradiye, II.Beyazıd, Gazi Mihal Bey, Yıldırım, Şah Melek, Darül Hadis, Ayşekadın, Sitti Sultan, Lari Çelebi, Kadı Süleymaniye, Defterdar Mustafa Paşa, Beylerbeyi, Mezitbey (Yeşilce), Sokullu (Havsa), Fatih (Enez), Hersekzade Ahmet Paşa ve Esbat (Keşan), Alaca Mustafa Muradiye (Uzunköprü) Camileri



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

*d) Kervansaraylar ve Hanlar:* Rüstempaşa Kervansarayı, Ekmekçiöğlü Ahmet Paşa Kervansarayı (Ayşekadın), (Dinçer,İ.Dinçer,Güngör,2003:103-106). Deveci Hanı, Taşhan, Küçük Rüstem Hanı.

*e) Köprüler:* Gazi Mihal, Yeni (Meriç), Saray (Kanuni), Uzun,Yıldırım Beyazıt, Seferşah, Ekmekçiöğlü Ahmet Paşa, Fatih, Mamak-Topçu-Değirmen Köprüleri, Yalnız Göz, Beyazıt, Saraçhane (Şehabettin Paşa) Köprüleri.

*f) Çarşılar:* Ali Paşa Kapalı Çarşısı, Bedesten, Selimiye Arastası.

*g) Hamamlar, Çeşmeler ve Sebiller:* Sokullu (Çiftte), Tahtakale, Mezitbey, Beylerbeyi, Gazi Mihal Bey, İbrahim Paşa, Saray, Topkapı (Alaca), Yeniçeriler Hamamları; Sokullu Camii, İbrahim Paşa, Kosec Balaban, Nazır, Ayşekadın Camii, Merzifonlu Kara Mustafa Paşa, Sinan Ağa, Valide Sultan, Amcazade Hüseyin Paşa, Rüstem Bekir Paşa, Tavanlı, Yeniçeri, Hacı Adil Bey Çeşmeleri; Ayşe Kadın, Hasan Çelebi, Ekmekçiöğlü Ahmet Paşa, Eski Camii, Esat Muhlis Sebilleri vs.

*h) Saraylar, Kasırlar ve Medreseler:* Saray-1 Atik (Eski Saray), Saray-1 Cedid (Yeni Saray); Yeni Saray içinde bulunan Kasırlar, Adalet Kasrı, Saatli ve Peykler Medreseleri (Dinçer v.d. 2003:103-106).

*ı) İmaretler:* Yıldırım Beyazıt, Muradiye, Yeni İmaretleri.

*i) Sivil Mimari Örnekleri:* Edirne Evleri, konaklar, binalar (Kaleiçi Sementi), Kamusal Yapılar.

*j) Türbeler:* Has Yunus Bey (Enez), Şerbettar Beyazıt, Halife, Üçler, Kıyak Baba, Karaca Ahmet, Güzelce Baba, Helvacı Baba, Eğlence Baba, Balcı Baba, Yatağan Baba, Tütünsüz Baba Türbeleri vs.

*k) Havra ve Kiliseler:* Yahudi Havrası; Sweti George Ortodoks Kilisesi (Bulgar Kilisesi), İtalyan Kilisesi, Bahai Evi, Enez'deki Şapel ve kilise kalıntısı, diğer kilise kalıntıları.





*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

*l) Müzeler ve Anıtlar:* Edirne Arkeoloji ve Etnoğrafya, Türk-İslam Eserleri, Şükrü Paşa Anıtı ve Balkan Savaşı Müzeleri, Lozan Anıtı ve Müzesi, Sultan II.Beyazıt Külliyesi içinde Sağlık Müzesi, Sarayıçi Balkan Savaşı Şehitliği, Havsa Kurtbey Anıtı, Sırsındığı Anıtı, Jandarma Şehitlik Anıtı, Hıdırlık Askeri Tabyaları.

*m) Gelenek El Sanatları:* Ahşap işçiliği (Edirnekari), el işlemeciliği, aynalı süpürgecilik, aynalı süpürgecilik, meyve sabunculuğu, talika, Edirne Çinisi, çeltik tarağı

### *1.2.10. Gastronomisi*

Edirne ilinin gastronomik açıdan en başta gelen ürünü beyaz peyniridir. Beyaz peynirin bu kadar lezzetli olması, yörede sütün bol ve kaliteli olmasının yanında, mandıralarında teknolojiye paralel gelişimi ve bilhassa İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra karayollarının süratle gelişimi sonucu mandıraların yol kenarlarından köylere kadar girmesidir. Edirne'nin bir diğer gastronomik ürünü de tava ciğeri'dir. Kentin pek çok yerinde tava ciğeri yapan lokantalar sadece Edirnelilerin değil, iç ve dış turistlerin de başlıca uğrak yeri olmaktadır. Beyaz peynir ve ciğer tavanın yanı sıra patlıcan yemeği olan Mamzama, Ciğer Sarma, Akıtma, Badem Ezmesi, Lokma ve Deva-i Misk tatlısı Edirne'ye mahsus başlıca yemek ve tatlılarıdır. Ayrıca Isırgan Yemeği, Borani, değişik türde bir peynir tatlısı olan Belmus, Mısır unundan Kaçamak ve Hardaliye il'deki restaurantlarda yer almasına bilhassa Edirne köylerindeki evlerde yapılan en önemli beslenme ürünleridir (Küçükaltan,1990:39).

### *1.2.11. Turizmi*

Turizm, sürekli yaşanan yer dışında, ticari kazanç amacına dayanmayan nedenlerle yapılan ve yirmi dört saati aşan veya en az bir gecelemeden oluşan geçici seyahat ve



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

konaklamaların ortaya çıkardığı ekonomik ve sosyal nitelikli olay ve ilişkilerin bütünüdür (Usta, 2001:9). Turizmin tanımı da dikkate alındığında kültürel turizmi, “insanların ekonomik, politik ve toplumsal gelişimine dayalı duygu, düşünce, dil, sanat ve diğer yaşayış unsurlarının izlerini görmek amacıyla kendi ikâmet ettikleri bölge veya ülkenin dışına geçici seyahat ederek, buralardaki turizm işletmelerinin ürettikleri mal ve hizmetlerden yararlanmaları” şeklinde tanımlayabilmek mümkündür. (<http://www.trakya.edu.tr>).

Edirne ili camileri, kervansarayları, imarethaneleri, Meriç ve Tunca nehirleri üzerindeki köprüleri, çeşme ve sebilleri, sivil mimari örnekleri, hanları, hamamları, çarşıları, kumsalları, sosyo-kültürel öğeleri, farklı dinlere ait yapıları ile önemli bir sınır kentidir. Kültürel miras açısından zengin bir potansiyele sahip bu kent, kültür turistine yönelik talep açısından fazla bir gelişme gösterememiştir. İç turizm açısından, yazın kıyılarda ikinci konutlar, çadır ve kamping alanları deniz turizmine hizmet vermektedir (Dinçer v.d.2003:112-113).

Kırkpınar güreşlerinin yapıldığı Haziran-Temmuz aylarında, bu güreşleri izlemek için gelen yerli ve yabancı turistler sayesinde otellerin doluluk oranları artmaktadır. Edirne’ye gelen yerli turistlerin çoğunluğu çevre illerden ve İstanbul’dan gelenler oluşturmaktadır. Bahar aylarında gününbirlik çevredeki il ve ilçelerden gelen yerli turistler ya acentelerle ya kendi özel araçlarıyla ya da kamu kuruluşlarının düzenledikleri araçlarla Edirne’yi ziyaret etmekte, Söğütlük ve Karaağaç’ta piknik yapmaktadırlar (Dinçer v.d. 2003:112-113)<sup>10</sup>

<sup>10</sup> <http://dspace.trakya.edu.tr/jspui/bitstream/1/878/1/Saim%20ALTAY.pdf>



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

### **1.3. BURGAS (Bulgaristan)**

#### **1.3.1. Tarihi**

1367 yılında Doğu Roma İmparatorluğu'ndan alınan Burgaz Kalesi 1877-78 Osmanlı-Rus Savaşı'na kadar Türk egemenliğinde kaldı. 1878 yılında imzalanan Berlin Antlaşması ile teşkil edilen özerk ve Osmanlı Devleti'ne bağlı Doğu Rumeli eyaletine bağlanan şehir, 1885 yılında anılan eyaletin Bulgaristan Prensiği tarafından ilhak edilmesiyle fiilen Türk denetiminden ayrıldı. Anılan ülkenin 1908 yılında bağımsızlığını ilan etmesiyle hukuken Osmanlı Devleti'nin elinden çıktı.

#### **1.3.2. Coğrafyası**

##### **Burgaz İli (Bulgarca: Oblast Burgas);**

Bulgaristan'ın Karadeniz kıyısında yer alan küçük ve sevimli sahil şehri Burgaz, gezilecek yerler konusunda çok zengin olmasa da şehre gelenlere hem tarihi hem de doğal güzellikler sunmaktadır. Merkezi Burgaz şehridir. Burgaz ili, yüzölçümü olarak Sofya ilinden sonra ikinci, nüfus olarak 4. büyük ildir.

Bulgaristan'ın Güneydoğusunda, Karadeniz kıyısında yer alan Burgaz, özellikle 20. Yüzyıldaki hızlı gelişimi ve modernleşmesiyle turistlerin ilgi odağı olmaya başlamıştır. Denize kıyısı olması ve göllerle çevrilmesi, ülke genelindeki karasal iklimi yumuşattığından serin yazların ve ılık kışların olması da turizmini olumlu etkileyen sebeplerden biridir.



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

**Vaya (Burgaz) Gölü:** Şehri çevreleyen üç adet gölden biri olan Vaya, aynı zamanda Bulgaristan’ın en büyük doğal gölüdür. Burgaz’ın batısında kalan göle 250’den fazla kuş türünü izlemeye gelmektedirler.<sup>11</sup>



### ***1.3.3. Kültürü***

Burgas’daki festivaller:

- Yaz Festivali (Ağustos)
- Sea of Black Festival (Ağustos)
- Uluslararası Aşçılık Festivali (Mayıs)

---

<sup>11</sup> <https://gezimanya.com/burgaz>

*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

- Paskalya Festivali (Nisan)
- Uluslararası Halk Festivali (Ağustos)
- Spirit of Burgas (Ağustos)
- Şarap Festivali (Temmuz-Ağustos)
- Kum Heykeller Festivali (Temmuz-Eylül)<sup>12</sup>
- Edebiyat Festivali(Ekim)<sup>13</sup>



#### 1.3.4. Mimari Dokusu

Burgaz küçük bir şehir olmasına rağmen, farklı dizayn edilmiş bir **opera binası** var. Burgaz Devlet Operası ve Burgaz Filarmoni Orkestrası'na ev sahipliği yapmaktadır. Program kapı önündeki posterlerden takip edilmektedir. Etnografya müzesi, Ortodoks Kilisesi tarihi yerlerden birkaçıdır.

<sup>12</sup> <https://pxhere.com/tr/photo/500031>

<sup>13</sup> <https://gezimanya.com/burgaz>



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Etnografya Müzesi: <sup>14</sup>



1903 yılında inşa edilen **Burgaz Tren Garı**: Avrupa'nın en güzel tren garlarından biridir.<sup>15</sup>



<sup>14</sup> <https://www.gruppall.com/burgaz-turu>

<sup>15</sup> <https://www.enuygun.com/galeri/burgaz-da-gezilecek-yerler/>



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

**Burgaz Merkez Postanesi:** Tıpkı tren garı gibi tarihi bir yapının içinde hizmet veren postane binası.<sup>16</sup>



<sup>16</sup> <https://www.enuygun.com/galeri/burgaz-da-gezilecek-yerler/>

*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

**Sea Garden Parkı:** Şehirde yaşayanlar ve ziyaretçilerin Burgaz'da en fazla ilgi gösterdikleri yerlerden biri olan parkın yemyeşil atmosferinde gezintiye çıkılabileceği gibi sahilde bulunan plajdan denize girilebilmektedir.<sup>17</sup>



<sup>17</sup> <https://www.enuygun.com/galeri/burgaz-da-gezilecek-yerler/>





*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

**St. Anastasia Adası:** Sahilden hareket eden motorlarla ulaşılabilen manzaralı bir ada.<sup>18</sup>



---

<sup>18</sup> <https://www.enuygun.com/galeri/burgaz-da-gezilecek-yerler/>



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

**Aleksandrovska Caddesi:** Şık restoran ve kafeleri, mağazaları ile Burgaz'ın en gözde caddelerinden biridir.



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

### **Burgaz Plajı<sup>19</sup>**

Burgaz’ın uzun plajı ve Karadeniz’in yüksek dalgaları, özellikle sörf ve kite-sörf yapmak isteyenlerin tercihi olmaktadır.<sup>20</sup>



#### **1.3.5. Ekonomisi**

Bulgaristan’ın en önemli turistik merkezleri Burgaz eyaletindedir. 3000 yıl öncesine yani Bronz Çağı’na kadar giden tarihinde Bizans ve Osmanlı hakimiyetlerinde kalan Burgaz, bir liman şehri olmanın verdiği avantajla tarih boyunca her zaman ekonominin merkezi olmuştur. Bu unvanı şimdilerde de, Bulgaristan’ın en büyük limanına sahip

<sup>19</sup> <https://www.enuygun.com/galeri/bugaz-da-gezilecek-yerler/>

<sup>20</sup> <https://gezimanya.com/bugaz>



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

olasıyla devam etmektedir. Ancak artık sadece bununla değil, turizmi, uluslararası fuar ve festivallere yaptığı ev sahipliğiyle de öne çıkmaktadır.<sup>21</sup>

### **1.3.6. Sanayii**

Burgaz merkezinde bir uluslararası havaalanı ve çok sayıda sanayi tesisi bulunmaktadır.

### **1.3.7. Burgaz İlinde Öne Çıkan Sektörler**

Burgaz İlinde en çok öne çıkan sektör turizm sektörüdür. Burgaz’ın 22 km güneyinde Karadeniz’in bağlık ve meyve bahçeleri ile çevrili güzel bir yarımadası bulunmaktadır sahilde bol miktarda demir ve manganez içeren kum mevcuttur.<sup>22</sup>



<sup>21</sup> <https://gezimanya.com/burgaz>

<sup>22</sup> [https://www.mayaktour.com.tr/Tour\\_Detail.aspx?syprdky=3\\_0\\_587\\_123\\_0&stpcty=1](https://www.mayaktour.com.tr/Tour_Detail.aspx?syprdky=3_0_587_123_0&stpcty=1)

*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

### 1.3.8. Gastronomisi

Pek çok Balkan ülkesinde olduğu gibi Bulgaristan sınırlarındaki Burgaz mutfağında da Türk ve Yunan mutfağı etkileri görülmektedir. Yoğurt, sucuk, börek, kek, salata ve baharat sıkça tüketilen ürünlerdir. Musakka, güveç ve baklava yöresel lezzetleri arasındadır. Yerli üretim şarapları da bunların arasında yer almaktadır.<sup>23</sup>



<sup>23</sup> <https://gezimanya.com/burgaz>



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

## **II KISIM: YÖRESEL TURZME ETKİ EDEN KAVRAMLAR**

### **2.1.KÜLTÜR**

#### **2.1.1. Kültürün Tanımı**

Kültür, yüzyılların deneyimlerinden süzülerek biçimlenmiş, kuşaktan kuşağa aktarılan bir değerler bütünüdür. Kültür ürünleri ile bölge insanı arasında bir bağ vardır. Kültür ürünlerinin şekillenmesinde tarihi ve kültürel mirasın önemli bir rolü vardır. Kültür ürünleri, halk arasında mayalanmış, halkın kültür yapısını belirleyen, toplumun dokusudur. Kültür ürünleri halkın ortak duygu ve düşüncelerini dile getirmektedir.<sup>24</sup>

Bu açıklamalardan sonra kültürü, insanın hayatı boyunca öğrendiği, ürettiği, öğrettiği ve kuşaktan kuşağa aktardığı tarihi, güncel ve aktüel ihtiyaçlarını karşılayan, doyum sağlayan değişebilir değerlerin tümüdür şeklinde tanımlamak mümkündür. Beslenme kültürü de, bir toplumun beslenme ile ilgili hayat tarzıdır. “Yiyeceklerin üretimi, tüketimi, hazırlanması, tamamen kültürün öğeleri olan gelenekler, sevmek sevmemek, inançlar, tabular, boş inançlarla bağlantılıdır. Antropologlar, yemek yeme alışkanlıklarını kültürel bağlamda alırlar”.

Kültürel görecelilik kuralına göre davranış biçimleri bir toplumdan diğerine değişmektedir. İnsanların acıkması ve açlığını gidermek için yemek yemesi genel bir biyokimyasal olay iken, bu açlığını ne şekilde, ne zaman ve hangi yemeği seçerek gidereceği kültürel bir olgudur. Bunların yanı sıra yenilen ve içilen şeylerden haz alma, etkilenmeler konusunda yine her kültürün farklı bir yaklaşım tarzı

<sup>24</sup> [http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/332/hasan\\_aslan\\_tez.pdf?sequence=1](http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/332/hasan_aslan_tez.pdf?sequence=1)

*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

bulunabilmektedir. Bir toplumda tiksindirici sayılan bir gıda maddesi bir başka toplumda en önemli ağız tadı örneği olabilmektedir. Bir toplumun beslenme kültürü yaşam şekliyle yakından ilişkilidir. Yaşam şeklinin değişmesi, beslenme kültürünün de zamanla değişmesine neden olmaktadır.

İlk çağlarda insan, yaşamını sürdürebilmek için doğada bulunan hayvanları avlamak; bitkileri toplamak zorunda kalmıştır. İnsanoğlu zamanla bunları kendi yetiştirmeyi, yetiştirdiklerini pişirerek daha lezzetli hale getirmeyi öğrenmiştir. Yeni tatlar bulma çabası ilkçağdan başlayarak günümüze kadar ulaşmıştır. Bugün de, insanoğlunun en önemli uğraşı olarak devam etmektedir.<sup>25</sup>

### **2.1.2. Kültürün Turizm Açısından Önemi**

Bir ülkeye turizm talebinin yoğun bir şekilde olabilmesi için o ülkenin kültürel zenginliklerinin olması gerekmektedir. Çünkü özellikle ekonomik gücü yüksek batılı insanın en büyük özelliği merak, değişik şeyler görme ve öğrenme arzusudur. Turizmin bir milletin diğer milletleri anlaması ve değerlendirmesinde önemli bir etkisi vardır. Gelişmiş ülkelerin hükümet politikaları, vatandaşlarının kendi ülkelerine karşı duyduğu takdir duygusunu geliştirmek ve diğer ülkeleri tanımak için turizmi teşvik etmektedirler. Genel olarak da insanların yapısında farklı kültürleri tanıma isteği vardır. “Turistin geldiği bölgedeki kültür ile ev sahibi bölgenin kültür yapısı arasındaki farklılıklar arttıkça turist kabul eden bölgeye yönelik turizm talebinde artış görülür.”<sup>26</sup>

<sup>25</sup> [http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/332/hasan\\_aslan\\_tez.pdf?sequence=1](http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/332/hasan_aslan_tez.pdf?sequence=1)

<sup>26</sup> [http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/332/hasan\\_aslan\\_tez.pdf?sequence=1](http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/332/hasan_aslan_tez.pdf?sequence=1)



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

### **2.1.3. Kültür Turizmi**

Kültür, toplumun sahip olduğu maddi ve manevi değerleriyle tarih, felsefe, ahlak, bilim, sanat, teknik, spor, ekonomi, sanayi, eğitim, hukuk, sağlık, turizm vb. alanlardaki varlığının, süreçlerinin, etkinliklerinin gelişmelerinin oluşturduğu bir bütündür (Tunç ve Saç, 1998: 31). Kültür turizmi ise katılanların, önceki dönemlerden kalan mimari, arkeolojik ve tarihi önemi olan yerleri ve başka insanların değişik yaşam tarzlarını tanımalarına, böylece onların gelenekleri, görenekleri, fiziksel çevreleri ve entelektüel bakış açıları hakkında doğrudan fikir edinmelerine olanak sağlayan bir turizm türüdür (Akgül, 2003: 53).

Kültür turizmi bölgesel açıdan, turistik konaklama işletmelerinin doluluk oranını arttırdığı gibi yeni istihdam alanlarının oluşmasını sağlar (Tunç ve Saç, 1998: 31). Aynı zamanda kültür turizmi ülkelerin tarihi ve kültürel değerlerini tanımak, yakından görmek, çeşitli dönemlere ait uygarlıklar arasında karşılaştırmalar yapmak, eski el sanatları tanıma gibi nedenlerle yapıldığından ülkelerin tarihi, kültürel, folklor zenginliklerini korumasını sağlamaktadır. (Akat, 2000; 15). Türkiye'nin önemli turizm potansiyelini oluşturan Avrupalı turistlerin %30'u ziyaret etmek için kültürel mekânları tercih etmekte ve yaşlı nüfusunun da giderek arttığından ülkemize olan turistik talebin artması beklenmektedir. Kültür turizmine katılanlar gün geçtikçe daha da artmakta ve sürdürülebilir turizm yaklaşımına uygun olduğundan sunulan turistik ürün kalitesini yükseltmektedir. Artan turistik ürün kalitesiyle birlikte ülkemizin çekim yeri imajı artmakta ve diğer ülkelerle rekabet gücü artmaktadır. Kültürel değerlerimizle ilgili kesin envanter olmamakla birlikte 6192 arkeolojik sit alanı, 947 doğal sit alanı, 194 kentsel sit alanı, 132 tarihi sit alanı ve 385 diğer sit alanı olmak üzere ülkemizde toplam 7850 sit alanı vardır (Batman ve Oğuz, 2008: 192-198).



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

#### **2.1.4. Türk Kültürünün Turizm İşletmelerindeki Yeri ve Önemi**

Turizm olayını etkileyen en önemli faktörlerden birisi de turistlerin kendi uygarlıkları dışındaki çeşitli uygarlıkları tanıma isteğidir. Tarihi ve kültürel zenginlikleri yakından görmek, bilgi sahibi olmak ve çeşitli dönemlere ait uygarlıklar arasında karşılaştırmalar yapabilmek turizm olayını doğuran ana faktörlerdendir. Ülkemiz birçok medeniyetlere beşik ve köprü olmuş, eski medeniyetlerin geleneklerini, kültürlerini miras olarak almış, farklı kültürlerin kesiştiği yol kavşağındadır. Bu farklı medeniyetlerin etkisi ile her bölgemiz, kendi kültürünü oluşturarak yaşam tarzını belirlemiştir. Doğal olarak, batılı ve diğer gelişmiş toplumlar, farklı medeniyetlerin oluşturduğu bu zengin kültüre ve onu barındıran coğrafyaya ilgi duymaktadır. Kısacası ülkemizin içinde bulunduğu coğrafi konum; kültür ve turizmin iç içe yaşamasına çok uygundur.

Turizmi geliştirmeye çalışırken kültürden yararlanmak, kültürü geliştirmeye çalışırken de turizmden faydalanmak ülke ekonomisine büyük katkı sağlayacaktır. Özellikle gelişmiş ülkelerden gelen ve yüksek harcama gücü bulunan turistlerin tatillerinde yalnızca deniz, güneş ve kumu yeterli bulacağını sanmak büyük bir hatadır. Çünkü ekonomik gücü yüksek batılı insanın en önemli özelliği merak, değişik şeyler görme ve öğrenme arzusudur. Ülkemiz bu tür ihtiyaçlara cevap verebilecek durumdadır.

Turizm işletmeleri için Kültür Turizmi en çok gelir getiren, en zengin kesime hitap eden turizm türüdür. Üstelik Kültür Turizmi yeme-içme kültürü ve alışveriş ile desteklenirse tekrar tekrar yapılabilen bir geziler dizisi olabilir. Ülkemizin Kültür



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Turizmi açısından gerek bölgesel gerekse kültürel çeşitliliği göz önüne alınırsa gezi sayısının ve alternatif seçeneklerin büyük oranda artabileceği de görülebilecektir.<sup>27</sup>

### ***2.1.5. Turizm İşletmelerinin Türk Kültürünün Tanıtımındaki Yeri***

Turizm işletmesi denilince aklımıza otel, motel, tatil köyü ve kampingler gibi konaklama tesisleri gelir. Bunların haricinde turistlere yeme-içme ve eğlence ihtiyaçları için faaliyet gösteren işletmeler ile seyahat ve diğer işletmeleri de turizm işletmesi olarak kabul etmek gerekmektedir. Her işletmenin temel amacı kâr elde etmek ve devamlılık göstermektir. Bunun için de işletmeler arasında yoğun bir rekabet vardır. Rekabet ortamından olumsuz şekilde etkilenmemek ve ayakta kalabilmek için de işletmelerin en fazla başvurduğu yöntem, ürün çeşitlendirmesidir. Turizm olgusu yalnızca bir ülkenin coğrafi ve iklimsel koşulları ile değil tarihi, ekonomisi, doğal özellikleri ile bilhassa insana ve o insanın kültürüyle çok yakından ilgilidir. Tüm insanlığın müşterek kökenini oluşturan Türk kültürü birikiminin hem Türk halkına hem de bütün dünya insanına tanıtılması gerekir. Günümüzde hiç kimse ve hiçbir toplum süresiz olarak ekonomik getirisi olmayan bir faaliyeti sürdürmez. Kültür birikiminin ekonomik faydayı da göz ardı etmeksizin değerlendirilmesi ve tüm dünyaya tanıtılması turizm işletmelerinin bir görevi olmalıdır.

Turizm işletmelerinin, turistik talepten maksimum düzeyde yararlanabilmesi için yeni turistik ürünler oluşturması gerekmektedir. Kaynaklarının kıt olması, arzın genişletilmesini ve uzun ömürlü olmasını engellemektedir. Bu yüzden turistik potansiyelden azami düzeyde yararlanmak ürün çeşitlendirmekle mümkündür. Zengin Türk kültürü, turizm işletmelerine çok fazla ürün ve pazarlama aracı sunmaktadır. Bu renkli kültürel ürünler turizm işletmelerine ekonomik açıdan da

<sup>27</sup> [http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/332/hasan\\_aslan\\_tez.pdf?sequence=1](http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/332/hasan_aslan_tez.pdf?sequence=1)



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

büyük bir avantaj sağlar. Zengin Türk kültüründen söz etmemize rağmen, bu değerlerin bakım ve onarımlarının yapılarak Türk ve Dünya kamuoyuna yeteri kadar tanıtılmadığı, bu zenginliklerin ülke ekonomisine yapması gereken girdiyi sağlamadığı da bir gerçektir.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> [http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/332/hasan\\_aslan\\_tez.pdf?sequence=1](http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/332/hasan_aslan_tez.pdf?sequence=1)



*Project "Culinary Neighborhood Network (CuliN)", Ref. № CB005.1.22.011"*

## **2.2. TURİZM**

### **2.2.1. Turizmin Tanımı ve Önemi**

Turizm denilince akla esas olarak gezip dolaşmak, dostları ve akrabaları ziyaret etmek, tatil yapmak için belirli yere giden, hoşça vakit geçirmeyi uman insanlar gelmektedir. Bu kişiler, tatillerini çeşitli spor faaliyetlerinde bulunarak, güneşlenerek, sohbet ederek, şarkı söyleyerek, turlar yaparak, okuyarak ya da sadece iç ve dış mekânlardan yararlanarak geçirmektedir. Biraz daha kapsamlı düşündüğümüzde, bu insanların içinde, bir iş toplantısı veya başka bir türlü mesleki faaliyet için bir yere gidenlerin bulunduğunu görürüz. Yine bu grup içinde bir uzman rehberin önderliğinde inceleme gezisi yapanlar ya da bilimsel araştırma ve inceleme yürütenler de bulunabilir.

Günümüzde sanayinin gelişmesi, kişi başına düşen gelirin artması, refah düzeyinin yükselmesi, insanların kullanabilecekleri boş zamanların çoğalması, turizme, tarihte insanların ticari, dini ve askeri amaçlarla yaptıkları seyahatlerden çok farklı bir şekil vermiştir. Turizm, hiç de sanıldığı gibi basit bir dal değildir, bir bilim, her bilimin olduğu gibi, sanatla süslenen bir disiplindir. Sanatla süslenen bir bilim dalı olan "turizm, insanların sürekli konutlarının bulunduğu yer dışında yaptıkları seyahat ve gittikleri yerlerde geçici konaklamalarından doğan ihtiyaçlarının karşılanması ile ilgili faaliyetlerdir".

Turizm, insanların sürekli yaşadıkları yer dışında, sadece para kazanmak veya politik ya da askeri bir amaç izlememek üzere; serbest bir ortam içinde iş, merak, din, sağlık, spor, dinlenme, eğlence, kültür, deneyim kazanma, snobik (taklit) amaçlarla veya dost ve akraba ziyareti, kongre ve seminerlere katılmak gibi nedenlerle kişisel



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

veya toplu olarak yaptıkları seyahatlerde, gittikleri yerlerde 24 saati aşan veya o yerin bir konaklama tesisinde en az bir geceleme suretiyle konaklamalarından ortaya çıkan iş ve ilişkileri kapsayan, sosyal bir olay, ağır, bütünleşmiş bir hizmet ve kültür endüstrisidir.

Turizm önceleri ekonomik boyutu ile ele alınmış, bu çerçevede tanımlar oluşturulmuştur. Ancak zaman içinde yalnızca ekonomik faaliyet olmayıp, sosyal boyutu da ortaya çıkınca farklı tanımlar şekillenmeye başlamıştır. Uluslararası Turizm Uzmanları Birliği'nin turizmi bilimsel açıdan belirlemek üzere yaptığı tanıma göre turizm, yabancıların seyahat ve geçici veya devamlı asli kazanç elde etme faaliyeti için yerleşmeye dönüşmemek koşuluyla, konaklamalarından doğan ilişkilerin ve olayların tümüdür.

Turizm, toplumların gelişmesinde rol alan itici ve sürükleyici bir elemandır. Çünkü insanların turizm amacıyla yaptıkları seyahat ve konaklamalarda ihtiyaçlarını karşılamak için yaptıkları harcamalar, bu ihtiyaçları karşılayan mal ve hizmetleri üretenler için bir gelirdir. Bu ihtiyaçlar arttıkça daha çok mal ve hizmet üretmek mecburiyeti yatırımları, üretimi ve geliri artırır. Turizm sektöründen elde edilen döviz gelirleri ile ülkelerin dış ödemeler dengesine olumlu katkı sağlanmaktadır. Turizm sayesinde bir ülkenin sosyo-kültürel varlıkları ve değerleri döviz getiren kaynak olarak kullanılır. Çünkü turizmde bir ülkenin mal ve hizmetlerini başka bir ülkeye göndermeye veya satmaya gerek duyulmaz. Turistin ülkeye gelip tüketim yapması sonucu elde edilen döviz girdisi, ihracat yoluyla elde edilen gelir gibidir. Dünya Turizm Örgütü'nün yapmış olduğu bir araştırmaya göre, Kuzey Amerika ve Avrupa Birliği ülkelerinde turizm sektörü ile ilgili çarpan katsayısı 4,2 olarak hesaplanmıştır. Bunun anlamı, turizm faaliyetleri içinde harcanan her bir dolar, ekonomi içinde el değiştirerek 4,2 \$'lık bir iktisadi faaliyet yaratmaktadır. Bir



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

turistin harcadığı her bir dolar başlangıçta milli gelire doğrudan katkı sağlamakta ve ayrıca harcanan bu paralar ekonomi içinde çeşitli şekillerde el değiştirerek (çarpan etkisiyle) milli gelire ikincil, yani dolaylı yoldan gelir sağlayıcı bir etki yaratmaktadır. Katılan kişi sayısının ve yaratılan gelirlerin sürekli artması sonucu turizm, günümüzde en hızlı büyüyen sektörlerden biri haline gelmiştir. Her şeyden önce ekonomik bir faaliyet ve endüstriyel bir sektör olan turizm, bir ülkenin ekonomik gelişme seviyesini göstergesi ve gelecekteki gelişmeyi destekleyecek bir araç olarak görülmektedir. Olalı (1995)<sup>29</sup>’e göre turizm sosyo-kültürel yönden ele alındığında önemi, özellikle şu hususlarda ön plana çıkmaktadır:

- \* Turizm, insanlar ve uluslar arasında karşılıklı tanınmanın ve kardeşliğin bir aracıdır.
- \* Turizm, ülkelerin birbirinden farklı kültürel değerlerini karşılıklı olarak tanımaya, insanların genel kültür seviyesini yükseltmeye imkân veren bir araçtır.
- \* Turizm, doğal, sosyal ve kültürel çevrenin korunmasını ve değerlendirilmesini sağlayan bir elemandır. Çünkü tabii sosyal ve kültürel kaynakların ekonomik, sağlık ve diğer bakımlardan önemini fonksiyonunu gezerek ve görerek anlayan bireyler onları korumanın bilincine sahip olmaktadır.<sup>29</sup>

### ***2.2.2. Dünyada Turizm Sektörünün Değişimi ve Gelişimi***

Turizme talep kent yaşamının hızlanması ve insanların kendilerini yenilemeye dönük talepleri yüzünden sürekli artmıştır ve bu artış devam etmektedir. Turizm talebini arttıran pek çok faktör vardır. Bu faktörler insanların sosyal ekonomik ve kültürel durumlarıyla ilgili olan kriterlerdir. Günümüzde kent yaşamında ve metropollerde

<sup>29</sup>[http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/332/hasan\\_aslan\\_tez.pdf?sequence=1](http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/332/hasan_aslan_tez.pdf?sequence=1)



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

bireylere düşen ekonomik gelişim turizmi tetikleyici bir unsur olmuştur. Ekonomik refaha kavuşan insanlar kendilerine dönük yatırımlar yapma fırsatları bulmuşlardır. Kazandıkları ile tatil ve seyahat yapabilme istekleri olmuştur. Kentleşmenin bir parçası olan eğitim süreci insanların başka kültürler hakkında bilgi sahibi olmasını sağlamış ve bu kültürler hakkında merak uyandırmıştır. Bununla beraber teknolojinin ilerlemesiyle beraber seyahat edebilme kolaylığının doğması da bu yerleri gidip görebilmeyi kolay kılmıştır. Bu gün 24 saat içerisinde dünyanın herhangi bir yerine gidilebilmektedir. Bu da insanları seyahate çıkmaya teşvik etmektedir. Ayrıca teknolojinin ilerlemesi 26 seyahat kolaylığının yanı sıra insanların gittikleri yerlerden geride bıraktıklarıyla rahat ve çabuk iletişim kurmasına olanak tanımakta ve insanlar işlerini gittikleri yerlerden de halledebilmektedirler. Bu durum insanların turistik gezi yaparken geldikleri yerlere yönelik endişelerini azaltmaktadır. Kuşkusuz turizmin ilk ivmelenmesi ilk demiryolunun kurulması ile ilgilidir. Demiryolu ile beraber ulaşım süresinin kısalması ve çeşitliliğinin artması insanları seyahat etmeye yönlendirmiştir. Demiryolu ilerledikçe tarih içerisinde turizm de gelişmiştir. 20.yy da Akdeniz turizm de yaz aylarının vazgeçilmez bölgesi oldu. 1950'lere gelindiğinde turizm önemli sektörlerden birisi halindeydi. Bu çıkışını sürdürerek 60'larla 80'ler arasında büyük atılımlar gerçekleştirdi. Bu süreçte kitle turizminin etkileri git gide önemsenemeye başladı.

### ***2.2.3. Türkiye’de Turizm Sektörünün Değişimi ve Gelişimi***

Ülke ekonomisinin temellerinden biri olan turizm sektörünün gelişimi ile ilgili politikalar planlı dönemin başlarına dayanmaktadır. Türkiye’de turizm ile ilgili politikaları 1960’dan itibaren planlı dönem öncesi ve sonrası diye ayrılmaktadır. Cumhuriyet tarihine bakıldığında 1950’li yıllara kadar turizm alanında ciddi hiçbir girişimin olmadığı gözlenebilmektedir. Cumhuriyetin ilk yıllarında yaşanan sıkıntıların, çözülmesi acil problemlerin ve dönemin iktidarlarının ekonomik gelişme



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

anlayışının yanı sıra bu dönemde tüm dünyada görülen istikrarsız siyasi politikaların da büyük etkisi vardır.

1960 sonrası turizm sektörü için en önemli gelişme, bir hizmet sektörü olarak kabul edilip kalkınma planlarına alınmasıdır. 1963 yılında kurulan Turizm Bakanlığı'nın ardından günümüzde 4000'den fazla seyahat acentesinin üyesi olduğu Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) kurulmuştur. Türkiye'de 1980 yılı turizm sektörü açısından referans noktasıdır. 1980 sonrasında sektörde büyük bir gelişme yaşanmış, gelen turist sayısı ve buna bağlı olarak döviz girdisi artmış ve özellikle 2634 sayılı “Turizmi Teşvik Kanunu” çerçevesinde sektöre şimdiye kadar görülmemiş bir destek sağlanmıştır. Bu dönemde turizm yatırımlarına özellikle yatak kapasitesinin artırılmasına yönelik teşvikler verilmiş, tamamen kitle turizmine altyapı oluşturmaya yönelik bu teşvikler maalesef, çevre ve tarihi değerlerin korunması gerekliliği çoğu yerde göz ardı edilerek kıyılarda betonlaşmaya yol açmıştır.

Kamu kesimi açısından olumlu görülebilecek bir özellik ise sektörün ihtiyaç duyduğu çeşitli alanlarda bazı yönetmelik ve yönergelerle yasal çerçevelerin oluşturulmasıdır. Gerek 1984 ve 1995 tarihli geçiş programlarında gerekse Beşinci ve Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planlarında tarihi ve fiziki çevre değerlerinin korunması, turizm mevsiminin uzatılması ve özellikle eğitilmiş personel ihtiyacının giderilmesine yönelik ve turizm planlamasına yönelik konulara önem verilmiştir. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, turizm çeşitliliğine ve tanıtım, pazarlama çalışmalarına önem verilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Yatak kapasitesinin artırılması yoluyla kitle turizminin her şeyden önce geldiği dönemin geride kaldığına ve turizmde sürdürülebilirlik kavramının öneminin anlaşıldığına dair sektörün diğer sorunlarına yönelik politika önerileri taşıması bakımından da önemlidir.





*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

#### ***2.2.4. Turizm İşletmelerinin Sınıflandırılması***

Turizm sektörü, toplumun her kesimini doğrudan veya dolaylı olarak ilgilendiren bir sektördür. Günümüzde turizm, ülkelerin gelişme çabalarına paralel ve gelişmişliğin bir göstergesi olarak, en fazla önem verilen sektörlerin başında gelmektedir. Turizm olayı gerek uluslar arası, gerekse ulusal alanda kazandığı büyük boyutlarla, yatırımları ve iş hacmini geliştiren, gelir sağlayan, döviz girdisine katkıda bulunan, yeni iş alanları açan, sosyal ve kültürel yaşantıyı etkileyen bir niteliktedir. Bu niteliklerine bağlı olarak, günümüzde birçok turizm işletmesi hizmete girmiştir.

Turizm faaliyetlerinin gelişmesi sonucu açılan turizm işletmelerini şu şekilde tanımlamak mümkündür: Turizm olayı ve ilişkileri sonucunda turistlerin ihtiyacı olan mal ve hizmetlerin karşılanması, bunların geniş kitlelere duyurulup pazarlanması ve satışlarını yapmak amacıyla kurulan işletmelere turizm işletmesi denir. Turizmin gelişmesi ve karmaşık bir hal almasıyla, turizm sektöründe çok sayıda mal ve hizmet üreten işletmeler kurulmuştur. Bunları sınıflandırmak oldukça zordur. Ancak turizm olayının mahiyetini anlayabilmek için sınıflandırmanın yapılması da şarttır. Bu nedenle turizmin fonksiyonlarına göre şöyle bir sınıflandırma yapılabilir:

#### ***Konaklama İşletmeleri***

Sürekli ikamet ettiği yerin dışına seyahat eden kişinin en önemli ihtiyaçlarından birisi konaklamadır. Turistin değişik mekânlarda geceleme ihtiyacını karşılayan tesislere konaklama işletmeleri denir.



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

### ***Seyahat İşletmeleri***

Turistik mal ve hizmet üreten kuruluşlarla turistler arasında ilişki kurulmasına yardımcı olan kuruluşlar olup, pazarlamada dağıtım kanalları fonksiyonunu da gören işletmelerdir. Bu tür işletmeleri toptancı ve perakendeci durumunda olan tur operatörleri ve seyahat acenteleri haricinde bir de ulaştırma işletmeleri oluşturur.

### ***Yiyecek – İçecek İşletmeleri***

Yemek ve içmek insanlığın en eski ve büyük zevklerindenidir. Birlikte yeme ve içme faaliyetleri insanları sosyalleştirmeye götürmektedir. Ortaçağdan beri uygulanmakta olan toplu beslenme sistemi, kentleşme ve sanayileşmeye paralel olarak gelişmiş ve günümüz yaşantısının önemli bir parçası haline gelmiştir. Bu kapsamda, yiyecek ve içecek işletmeleri şu şekilde tanımlanabilmektedir: “Yapısı, teknik donatımı, konforu ve bakım durumu gibi maddesel, sosyal değeri ve personelin hizmet kalitesi gibi niteliksel elemanları ile kişilerin yeme içme ihtiyaçlarını karşılamayı meslek olarak kabul eden ekonomik, sosyal ve disiplin altına alınmış bir işletmedir”. Bu tesisler, insanları ortak bir amaç için bir araya getirmeye, onları kaynaştırmaya yardımcı bir araç olmakta, yalnızca açlığın veya susuzluğun giderildiği bir yer olarak değil, aynı zamanda ruhsal açıdan yenilenmenin gerçekleştirildiği bir moral kaynağı fonksiyonunu da yerine getirebilmelidir. Restoranlar; halka hizmet veren, yiyecek içecek olanaklarının sağlandığı işletmeler olarak tanımlanabilir.

Ancak, yiyecek ve içecek işletmelerinin tek görevi, misafirlerin istediği yemek ve içkileri onlara ulaştırmak değildir. Tüketici; beslenme gereksinimini giderirken diğer taraftan dinlenmek, eğlenmek, saygı ve hizmet görmek, sosyal ve psikolojik yönden tatmin olmak ister. Bir başka tanımda ise, müşterilere rahat ve huzurlu bir şekilde



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

yeme ve içme olanağı sağlayan, gerek tek başına ve gerekse bir konaklama tesisine bağlı olarak çalışan kuruluşlar olarak ele alınmaktadır.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup>[http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/332/hasan\\_aslan\\_tez.pdf?sequence=1](http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/332/hasan_aslan_tez.pdf?sequence=1)



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

### **2.3.KIRSAL TURİZM**

#### **2.3.1. Kırsal Turizm Kavramı**

Kırsal turizm, sürdürülebilirlik yaklaşımlarından hareketle giderek daha fazla ilgi gören ve geliştirilen bir turizm çeşididir. Kırsal turizm çok yönlü bir kavram olduğundan tanımı zor olmakla birlikte en yaygın olan tanımlama şehir dışında gerçekleşen turizm hareketidir ki bu kavram kırsal turizm içeriğini tam olarak yansıtmaz. Kırsal turizmde, doğal yaşam ve tarımsal değerlere duyulan ilgi asıl hareket noktasını oluşturmakla birlikte kırsal alana yönelik olarak yapılan aktiviteleri yöresel özelliklerden faydalanarak zenginleştirmek mümkündür.

Kırsal turizmi coğrafi olarak, şehir dışında gerçekleştirilen ve genellikle personelin turizm hareketinin gerçekleştiği kırsal alandan karşılan turizm şekli olarak tanımlanabilir. Ürüne ilişkin tanımlamada ise kırsal turizm, kırsal çekim yerinde yer alan veya sunulan doğal ve kültürel güzellikler, faaliyetler ve diğer değerlerin birleşimiyle oluşan turizm şeklidir. Turistin deneyimine ilişkin tanımda ise şehir dışında piknik yapmak, bir çiftlikte bizzat çalışarak o yaşamı deneyimlemek veya bir koyunun kırılmasını izlemek gibi farklı turistik deneyimler arayan turistlerin gerçekleştirdiği turizm seyahat şeklidir.

Devlet Planlama Teşkilatı'nın (2007-2013) Dokuzuncu Kalkınma Planı'nda yapmış olduğu tanımlamaya göre kırsal turizm; kişilerin doğal ortamlarda dinlenmek ve değişik kültürlerle bir arada olmak amacıyla bir kırsal yerleşime gidip, orada konaklamaları ve o yöreye özgü etkinlikleri izlemeleri ya da katılmalarıyla gerçekleşen bir turizm türüdür (DPT, 2006). Kırsal turizm Avrupa Birliği tarafından yapılan çalışmalarda ise; “amacı tarımsal ya da yerel değerlerle iç içe bulunarak



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

hoşça vakit geçirmek olan turistlere, beklentileri doğrultusunda konaklama, yiyecek içecek ve diğer hizmetleri veren küçük ölçekli işletmelerin yer aldığı küçük yerleşimlerde gerçekleştirilen faaliyetler bütünüdür.” şeklinde tanımlanmıştır.

Kırsal alanlar, dağlar, göller, nehirler, ormanlar ve doğa manzaraları, kırsal miras; endüstriyel (çağdaş) mimari, tarih öncesi miras, kaleler, kiliseler ve köyler, kırsal yaşam; el sanatları, yerel etkinlikler, beslenme, agri-turizm ve geleneksel müzik, kırsal etkinlikler; bisiklete binme, balık tutma, at binme, avcılık ve yürüyüş gibi bileşenlerden oluşur. Kırsal turizm, bu bileşenlerin toplamından oluşmaktadır.<sup>31</sup>

### ***2.3.2. Kırsal Turizmin İlkeleri ve Ülke Ekonomisine Katkıları***

Kırsal turizm, kırsal alanlarda insanların eğlenme, dinlenme ve boş zamanlarını değerlendirme amaçları için ayrılmış ve düzenlenmiş alan ve yapıların görünümüdür. Piknik ve kamping alanları, plajlar, motel, otel ve tatil köyleri kırsal turizm kapsamına girmektedir. Bu alanlar ve yapılarının bilinçli bir planlama ile doğa içinde eritilmeleri, doğa ile bir bütünlük oluşturmaları gerekmektedir. Bu açıdan aşırı kullanım ya da bu alanlara fazla yüklenme, hem yararlananlar hem de çevre, doğal etmen ya da özellikleri açısından olumsuz sonuçlar doğurmaktadır (Koç ve Şahin, 1999). Bu nedenle kırsal turizmin belirli ilkeler çerçevesinde sürdürülmesi gerekmektedir.

31

[http://adudspace.adu.edu.tr:8080/jspui/bitstream/11607/847/1/okan\\_colak\\_sirince%20k%C4%B1rsal%20turizm%20potansiyeli.pdf.pdf](http://adudspace.adu.edu.tr:8080/jspui/bitstream/11607/847/1/okan_colak_sirince%20k%C4%B1rsal%20turizm%20potansiyeli.pdf.pdf)



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Kırsaldaki turizmin ilkeleri; yararlanma, gelişim, tasarım, kırsal ekonomi, koruma ve pazarlama olmak üzere 6 ana başlık altında özetlenebilir (Sharpley ve Sharpley, 1997).

- Gelişim: Kırsaldaki turizm gelişimi, koruma ve ayağa kaldırma amaçlarına yardımcı olmalıdır. Örnek olarak, tarihi evlere yeni kullanımlar, çiftliklere ise ek kullanım ve gelir getirebilir; terk edilmiş arazilerin ıslahına yardımcı olabilir ve kırsala ulaşım için yeni fırsatların önünü açabilir.
- Yararlanma: Turistlerin kırsaldan daha çok yararlanmalarını sağlama çabaları, kırsalın özelliğini, güzelliğini, kültürünü, tarihini ve yaban canlılarını merkez alan etkinliklere yöneltilmelidir.
- Kırsal Ekonomi: Turizme yatırım, kırsal ekonomiyi desteklemeli, fakat hem yoğun kalabalıktan ve erozyon ile aşırı kullanma dolayısıyla turizm kaynaklarına hasar vermektan kaçınmak için hem ekonomik ve hem de başka faydaları yaygınlaştırmak için coğrafi olarak daha geniş çapta yayılmanın ve ziyaretlerin en yoğun olduğu dönemlerin dışına daha çok kaydırılmasının peşinde olmalıdır.
- Tasarım: Yeni turizm gelişimlerinin planlanması, yerlerinin saptanması ve yönetilmesi, peyzaja uygun olmalı ve mümkün olan durumlarda ise peyzajı zenginleştirmeye çalışmalıdır.
- Koruma: Kırsaldaki turizmden faydalananlar, bu turizmin en değerli varlığı olan kırsalın korunmasına ve zenginleştirilmesine katkıda bulunmak için koruma ve ayağa kaldırma politikalarına ve programlarına politik ve pratik destek sağlamalıdır.
- Pazarlama: Turizm sanayisinin tanıtım, bilgilendirme ve pazarlama girişimlerinde insanların kırsala yönelik anlayışlarını ve ilgilerini derinleştirerek takdir etme ve



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

yararlanma duygusuna ulaşmalarını sağlamaya çalışılmalıdır. Söz konusu bu ilkeler kırsal alanların korunarak kullanımına rehber olma özelliği taşımaktadır. Bu rehberlik tüm dünyada kırsal alanlara yönelen ve her geçen gün artan ilginin getireceği olumsuzlukların giderilmesi açısından da son derece önemlidir.

Kırsal turizm faaliyetleri, gelişmekte olan ülkelerde toplumun gelir düzeyi yüksek olan kesiminin kırsal alanlarda inşa ettirdikleri ve daha çok yakın kullandıkları ikinci evler / tatil evlerinde, yalnızca denize ya da göle girmek, balık tutmak gibi küçük çaptaki faaliyetlerden oluştuğu halde, gelişmiş ülkelerde çok sayıda insanın katılabildiği ve çok çeşitli faaliyetlerden oluşan dev bir endüstri haline gelmiştir. Ayrıca, yüksek ücret alan kentli nüfus her gün işe gidip gelme şekillerini kırsal yaşam şekline dönüştürmeye başlamışlardır ve değişen sosyal değerler kent merkezlerini çevreleyen çiftlik parçalarında kentli nüfusu barındırmaya başlamıştır.

Türkiye’de son yıllarda turistik kıyı merkezleri ve büyük kentlerin çevresindeki köyler, yine antik kentlerin yakınlarındaki kırsal yerleşmeler, yol kenarlarındaki köyler, kasabalar, turizme artık yabancı değillerdir. Kır lokantaları ve alışveriş sergileri, hatta balık çiftlikleri ve kırsal yollar, turistlerle veya günübirlikçilerle tanışmışlardır. Bu tür yerlere ya da onların içinde bulunduğu kırsal alanlara günlük geziler düzenlenmektedir. Bütün bu gelişimler, ülkemizde kırsal turizmin son yıllarda talep görmeye başladığının işaretidir. Son yıllarda daha çok gelişen kırsal turizm, kırsal yörelerin kalkınmasına yardımcı olarak, ülke ekonomisine katkıda bulunur. Tarımsal ve turistik etkinlikler bir arada ve birbirinin tamamlayıcısı olarak yer alarak, hem kırsal alan hem de ülke ekonomisine önemli olumlu etkileri olur. Ülkemizde kırsal alanda yaşayan nüfus kırdan kente göç nedeniyle giderek azalmaktadır. Turizm, turistik çekim gücü olan yörelerin canlılığı için zorunlu olan en uygun nüfus miktarının köyde tutulması ve göçün önlenmesi açısından önemli bir etmendir. Kırdan kente göçün önlenmesi, kırsal kesimdeki yaşam koşullarının iyileştirilmesi ve adil gelir dağılımının sağlanması ile olanaklıdır.



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Kırsal turizmin, kırsal yörelerde yaşayan insanlara yeni bir çalışma olanağı getirdiği söylenebilir. Bunlarda kırsal yörelerin kalkınmasına etki ederek iç göçü engelleyebilir, nüfusu yerinde tutmada önemli rol oynayabilir. Kırsal alanlarda gerek tarımsal etkinliklerle uğraşan ve gerekse uğraşmayan ailelere kırsal turizm yoluyla ek gelir sağlamak mümkündür. Çünkü kırsal turizmde konaklama ve diğer hizmetler çoğunlukla küçük aile işletmelerinde ya da kır otellerinde gerçekleştiğine göre, aile bireylerinin hepsine iş olanağı doğmaktadır.

Turizm, kırsal yöreler halkına, çok çeşitli kaynaklardan gelir kazanma olanakları yaratır. Bunlar:

- Tarım ürünlerine ek istem doğacağından, tarım ürünleri için ek piyasa oluşması demektir.
- Turistik mal ve hizmet sektörü ile kamu hizmetlerinin çoğalması, hem kişisel gelirleri hem de kamu gelirlerini arttırır.
- Kırsal yörelerde el ve ev sanatları gelişir, esnaf ve sanatkâr sayısı artar, ek gelirler çoğalır.
- Konaklama, yeme-içme vb. ilgili tesisleri arttırır.
- İnşaat sektörü geliştiği için ona bağlı yan sektörler ve gelirler artar.

Kırsal turizmin başlatıldığı yörelerde eskiden var olan tarım, ormancılık ve el sanatları gibi etkinlikler kesinlikle bir yana itilmemekte, aksine sektörler arası işbirliği geliştirilmeye çalışılmaktadır. Çünkü kırsal turizmin onlara, onların da kırsal turizme gereksinimi vardır. Bazı uygulamalarda tarımın kırsal turizm sayesinde canlandığı, verimli hale geldiği ortadadır. Kırsal el sanatları gibi geleneksel kültür mirasının öğelerinin geleceğe aktarılması büyük ölçüde kırsal turizme borçlu olmaktadır. Türkiye’de kırsal alanların kalkındırılması ve kırsal nüfusun yaşam koşullarının iyileştirilmesine yönelik çalışmalar, Cumhuriyet’in kuruluş yıllarına





*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

kadar gitmektedir. Cumhuriyetin kuruluşu ile başlayan modernleşme hareketleri tarımda ve kırsal kesimde kalkınma çabalarında da etkisini göstermiştir. Nüfusun çok önemli bir bölümünün köylerde yaşadığı ve ekonominin ağırlıklı olarak tarıma dayandığı bu ortamda, tarımsal ve kırsal kalkınmanın ulusal kalkınmadaki rolü, kalkınma ve çağdaşlaşma çabalarında tarıma ve kırsal nüfusa özel bir önem verilmesini zorunlu hale getirmiştir (DPT, 2006).<sup>32</sup>

### **2.3.3. Kırsal Turizmin Kalkındırılması**

Ülkemizde kırsal kalkınma denince uzun yıllar hemen akla tarımsal kalkınma gelmiş ve çalışmalar bu konu üzerinde yoğunlaştırılmıştır. Bu yüzden de kırsal alanların kalkındırılmasına yönelik hazırlanan projeler kırsal kesimde yaşayan halkın beklentisine yeterince cevap verememiştir. Bunun nedeni olarak da kırsal turizme yeterince ağırlık verilmemesi gösterilmektedir. Çünkü, kırsal alanların kalkındırılması tarım, sanayi ve turizm gibi hizmet sektörlerinin dengeli bir şekilde geliştirilmesi ile başarılabilir.

Kırsal kalkınmada kırsal turizme ihtiyaç duyulmasının nedenleri arasında şunlar gösterilebilir:

- Kırsal alanlarda geleneksel işlerin korunması son derece önemlidir. Çünkü bunların bazıları oraya özgü olup, yok olma aşamasına gelmişlerdir.
- Kırsal turizm sırasında pek çok yeni iş yaratılabilir.
- Kırlarda turizmin gelişmesi çeşitlendirmeyi desteklediğinden çoklu entegre aktiviteler doğar.
- Kırsal alanlarda hizmetlerin korunması esastır: Kırsal turizm, bilgilendirme, ulaştırma vb. hizmetlerin gelişmesine katkı sağlar.

<sup>32</sup> <http://avekon.org/papers/486.pdf>



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

- Çiftçilere destek, devlet organları tarafından her zaman tarım içeriğinde verilir, başka destek unsurları aranır.
- Kırsalda az nüfuslu küçük yerleşmeler, canlılığı kaybetme tehlikesi taşır, çünkü hizmet götürülmesi zordur.
- Kırsal el sanatları, ülkelerin ve bölgelerin kültürel mirasında öncelikli ve önemli bir yere sahiptir.
- Kültürel hizmetler kırsal bölgelerde her zaman geri kalmıştır.
- Kırsal turizmde tarihsel yapılardan (eski kiliseler, şatolar, çiftlik binaları, evler) çeşitli şekillerde (müze, el sanatları merkezi, konaklama evi, vb.) yararlanmak mümkündür.
- Kırsal çevrenin iyileştirilmesi ve sağlıklı hale getirilmesine (köy yollarını onarmak gibi) her zaman ihtiyaç vardır.
- Kırsal toplumlarda eskiden kadının rolü oldukça sınırlı olmasına rağmen günümüzde önemli roller almaya hazırdır.
- Yeni fikirler ve yeni girişimler, kırsal toplumların gelişmesini desteklemek için kaçınılmazdır.

Kırsal alanların, sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel yönde kalkındırılmasında kırsal turizmin önemli etkilerinin olacağı göz ardı edilmemelidir. Devlet Planlama Teşkilatı'nın 2006 yılında yayınlamış olduğu 2007-2013 Dokuzuncu Kalkınma planında Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne tam üyelik sürecinde 2001-2023 döneminin kapsayan Uzun Vadeli Geliştirme Stratejisi kapsamında “Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi” geliştirilmiştir. Bu strateji belgesiyle; yerel kaynaklara dayalı olarak kırsal ekonominin rekabet gücünün yükseltilmesi, iş ve gelir imkânlarının artırılması, insan kaynaklarının ve örgütlenme düzeyinin geliştirilmesi, fiziki ve sosyal altyapı hizmetlerinin yaygınlaştırılması, etkinleştirilmesi ve yaşam kalitesinin iyileştirilmesi



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

ve kırsal çevrenin, doğal ve kültürel varlıkların korunarak geliştirilmesi suretiyle kırsal toplumun refahının artırılması hedeflenmektedir (DPT, 2006).

Kırsal alanların sosyokültürel, ekonomik ve çevresel yönden kalkındırılmasında kırsal turizmin olası etkileri şu şekilde sıralanabilir:

- Kırsal turizmin yaygınlaşması ile kırsal alanlara götürülecek altyapı, sağlık ve eğitim gibi hizmetlerin kalite ve sayısında önemli miktarlarda artışlar görülebilecektir.
- Kırsal turizmin gelişmesi ile kırsal yöredeki kadınların aile içersindeki rollerinin değişmesi ve kadının çalışma yaşamına daha aktif olarak katılması kolay ve hızlı olabilecektir.
- Gelecekte turistlerin çevreye daha duyarlı olacakları dikkate alınarak kırsal alanlarda yeni bina inşa etmektense, restore çalışmaları ile geleneksel mimari tarz korunarak çevrenin peyzaj açısından daha planlı ve düzenli olması sağlanabilir.
- Kent insanının kırsal hayatı yerinde görmesi sonucu kırsal hane halkının problemlerinin fark edilmesi ve çözüme kavuşturulması sağlanabilir.
- Kırsal alanlardaki kırsal turizm açısından gelir getirecek potansiyeller arasında yer alan doğal, (örneğin, anıt ağaçlar, yaylalar, şelaleler, mağaralar gibi) ve arkeolojik değerlere verilen önem daha da artacaktır. Ayrıca biyolojik çeşitliliğin korunmasına katkıda bulunulacaktır.
- Kentte yaşayan insanların kırsal alanları ziyareti sonucu her iki kesim arasında bilgi akışı olabilir. Bunun sonucunda kırsal alandaki halk için yeni şeylerin öğrenilmesi, yeni insanlar tanıma ve dışa açılma; turistler için ise kırsal aile ile birlikte yaşama, yeni dost edinme ve farklı hayat görüşüne sahip olma gibi faydalar sağlayabilir.



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

- Dağlık bölgeler gibi tarımsal üretim yapılacak arazi açısından marjinal sınırlara ulaşmış alanlarda yaşayan kırsal halka yeni iş olanakları yaratarak kırdan kente göçün önlenmesi ve yerinde istihdam sağlanabilir.
- Kırsal turizm yoluyla gerek tarımla uğraşan ve gerekse uğraşmayan kırsal alandaki hane halkına ek gelir sağlanabilir.
- Kırsal turizm aktivitesi içerisinde köy düğünleri, yöresel el sanatları, yemekler ve sporlar (deve ve boğa güreşleri) gibi faaliyetlerin yer alması kırsal ekonominin geliştirilmesinin yanı sıra bölgenin tanıtılması açısından büyük önem taşır.

Kırsal turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel yönden yöreye sağlayacağı pek çok yararının yanında iyi organize edilmemesi ve iyi kontrol edilmemesi halinde aşırı doğal kaynak kullanımı, doğal alanların, tarihsel değerlerin, yöresel özelliklerin tahrip edilmesi gibi olumsuz çevresel etkileri de vardır. Bunun nedeni, kırsal turizm bölgelerinin hassas ekosistemler olması ve bu bölgelerde yapılacak herhangi bir turizm hareketinin doğal kaynakların yok edilmesi hatta çevre kirliliğinin yaratılmasına sebebiyet verebilmesidir. Yerel halk ise, turizmin olumlu ve olumsuz sonuçlarından en fazla etkilenecek ve en fazla kaybedebilecek kesimdir. Bu nedenle yerel halkın bölgelerinde gelişen turizmin yol açacağı etkiler konusunda önceden bilgilendirilmesi ve turizm gelişimini resmen kabul etmiş olmaları gerekmektedir.<sup>33</sup>

#### ***2.3.4. Kırsal Turizmin Doğal Çevre Üzerindeki Etkileri***

Turizm, çevrenin sunduğu değerler üzerinde şekillenen ekonomik bir sektördür. Bu yüzden çevre ve turizm birbiriyle yaşamsal bir ilişki içindedir. Günümüzde çevresel sorunlar bir yandan tehlikeli boyutlara ulaşırken, öte yandan çevreyi korumaya yönelik duyarlılığın da geliştiğini görmekteyiz. Yerel bir zenginliğin evrensel bir

33

[http://adudspace.adu.edu.tr:8080/jspui/bitstream/11607/847/1/okan\\_colak\\_sirince%20k%C4%B1rsal%20turizm%20potansiyeli.pdf.pdf](http://adudspace.adu.edu.tr:8080/jspui/bitstream/11607/847/1/okan_colak_sirince%20k%C4%B1rsal%20turizm%20potansiyeli.pdf.pdf)

*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

değer olduğu bilincinin gelişmesine turizmin katkısının büyük olduğu artık kabul edilmiştir. Çiftlikleri veya köyleri tatil amacıyla seçen turistlerin doğal olanı tatmak için bu bölgede oldukları düşünülürse, suların, ormanların, dağların kirlenmemesi, tarım ve hayvancılığa bağlı geleneksel üretim biçimlerinin canlı kalması büyük önem taşımaktadır. Kısacası kırsal turizmin bir yerde sürekliliği için doğanın ve kültürün korunması önemlidir.<sup>34</sup>

### **2.3.5. Kırsal Turizmin Ekonomik Etkileri**

Kırsal turizmin kırsal kalkınmaya olan ekonomik etkileri, aşağıdaki şekilde açıklanmıştır:

- Kırsal turizmin yaratmış olduğu istihdam sayesinde, kırsal alanlardaki işsizlik oranı azalmaktadır.
- Turizm sayesinde, kırsal alanlarda tarımla uğraşan bölge halkının yetersiz ve istikrarsız gelirleri artmakta ve refah düzeyi yükselmektedir.
- Kırsal alanda turizmin gelişmesine bağlı olarak kadınların turizm işletmelerinin farklı departmanlarında istihdam edilmesiyle, çalışma yaşamında aktif olarak katılımı ve işsizlik oranı azalmaktadır.
- Kırsal turizmin gelişmesiyle birlikte, kültürel zenginlik pazarlanarak bölge halkına ek bir gelir sağlanmakta ve gelir dağılımındaki dengesizliğin azalmasına katkıda bulunmaktadır.

<sup>34</sup> [https://www.researchgate.net/profile/Abdullah\\_Karaman/publication/289220730\\_KIRSAL\\_TURIZMIN\\_SOSYO\\_-\\_KULTUREL\\_-\\_EKONOMIK\\_ETKILERI\\_CERCEVESINDE\\_KONYA\\_ILI\\_HADIM\\_ILCESI\\_ICIN\\_ONERILER\\_Doc\\_Dr\\_Abdullah\\_KARAMAN\\_Mehmet\\_GUL/links/568a5a6208ae051f9afa44fe/KIRSAL-TURIZMIN-SOSYO-KUeLTUeREL-EKONOMIK-ETKILERI-CERCEVESINDE-KONYA-ILI-HADIM-ILCESI-ICIN-OeNERILER-Doc-Dr-Abdullah-KARAMAN-Mehmet-GUeL.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Abdullah_Karaman/publication/289220730_KIRSAL_TURIZMIN_SOSYO_-_KULTUREL_-_EKONOMIK_ETKILERI_CERCEVESINDE_KONYA_ILI_HADIM_ILCESI_ICIN_ONERILER_Doc_Dr_Abdullah_KARAMAN_Mehmet_GUL/links/568a5a6208ae051f9afa44fe/KIRSAL-TURIZMIN-SOSYO-KUeLTUeREL-EKONOMIK-ETKILERI-CERCEVESINDE-KONYA-ILI-HADIM-ILCESI-ICIN-OeNERILER-Doc-Dr-Abdullah-KARAMAN-Mehmet-GUeL.pdf)



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

- Kırsal alanlarda yerel kaynakların etkin kullanımı yoluyla ekonomik faaliyetler çeşitlendirilmekte, yerel işbirliği ve kalkınma taleplerinin güçlendirilmesi sağlanmaktadır.
- Kırsal turizmin gelişmesiyle birlikte aile pansiyonculuğu uygulamaları, yöre halkına ek bir gelir sağlamaktadır.
- Kırsal alandaki turizm yatırımları ile birlikte, inşaat sektörüne bağlı yan sektörlerin ve diğer sektörlerin gelirleri artmaktadır.
- Kent ile kırsal arasındaki gelişmişlik düzeyi arasındaki farklılık azalmaktadır.
- Kırsal turizmin gelişmesine bağlı olarak yörede fiziksel altyapı sorunu da ortadan kalkmaktadır. Böylelikle yörenin sahip olduğu turistik arz potansiyeli sebebiyle, kırsal alanlarda yaşayanların yaşam kalitesinin yükselmesi sağlanacaktır.<sup>35</sup>

### **2.3.6. Kırsal Turizmin İstihdama Etkisi**

Kırsal alanlarda turizmin gelişmesiyle birlikte yürütülecek faaliyetler için gerekli olan mal ve hizmetlerin üretimleri artmakta ve daha fazla iş görene ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca bu bölgelerde tarım yatırımlarının artması da ek bir istihdam alanı oluşturmaktadır. Turizmde istihdam edilen kişilerin, mesleki bilgi ve becerilerinin gelişmesine yönelik mesleki eğitimler de gelişmektedir. Bu da kırsal işgücünün eğitim düzeyini olumlu yönde etkilediği gibi istihdam oranlarını da doğrudan etkilemektedir.<sup>36</sup>

<sup>35</sup> [https://www.researchgate.net/profile/Abdullah\\_Karaman/publication/289220730\\_KIRSAL\\_TURIZMIN\\_SOSYO\\_-\\_KULTUREL\\_-\\_EKONOMIK\\_ETKILERI\\_CERCEVESINDE\\_KONYA\\_ILI\\_HADIM\\_ILCESI\\_ICIN\\_ONERILER\\_Doc\\_Dr\\_Abdullah\\_KARAMAN\\_Mehmet\\_GUL/links/568a5a6208ae051f9afa44fe/KIRSAL-TURIZMIN-SOSYO-KUeLTUeREL-EKONOMIK-ETKILERI-CERCEVESINDE-KONYA-ILI-HADIM-ILCESI-ICIN-OeNERILER-Doc-Dr-Abdullah-KARAMAN-Mehmet-GUeL.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Abdullah_Karaman/publication/289220730_KIRSAL_TURIZMIN_SOSYO_-_KULTUREL_-_EKONOMIK_ETKILERI_CERCEVESINDE_KONYA_ILI_HADIM_ILCESI_ICIN_ONERILER_Doc_Dr_Abdullah_KARAMAN_Mehmet_GUL/links/568a5a6208ae051f9afa44fe/KIRSAL-TURIZMIN-SOSYO-KUeLTUeREL-EKONOMIK-ETKILERI-CERCEVESINDE-KONYA-ILI-HADIM-ILCESI-ICIN-OeNERILER-Doc-Dr-Abdullah-KARAMAN-Mehmet-GUeL.pdf)

<sup>36</sup> [https://www.researchgate.net/profile/Abdullah\\_Karaman/publication/289220730\\_KIRSAL\\_TURIZMIN\\_SOSYO\\_-\\_KULTUREL\\_-\\_](https://www.researchgate.net/profile/Abdullah_Karaman/publication/289220730_KIRSAL_TURIZMIN_SOSYO_-_KULTUREL_-_)



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

### **2.3.7. Kırsal Turizmin Sosyo – Kültürel Etkisi**

Turizmin birçok olumsuz etkisi olmasına rağmen sağladığı gelir dolayısıyla kırsal toplumun tarımdan kazanacağı gelirden çok daha fazla gelir sağlamasından dolayı turizm kırsal toplum tarafından çabuk kabul görmüştür. Ancak, kırsal toplum üzerinde olan etkileri oldukça büyük olduğu ve kırsal turizmin kırsal toplumun lehine yarar sağlayacak şekilde düzenlenmesi gerektiği fark edilmiştir. Turizm iyi planlanmadığı takdirde yerel halk yabancı ziyaretçilerin kendi değerlerinden etkilenebilir ve kırsal toplumun kültürünü etkileyebilir. Kentsel alanlardaki turizm çekim yerlerinde var olan yüksek standartların kırsal alanlara taşınması sonucunda demografik yapının değişmesine ve kültür şoklarına neden olabilmektedir. Sosyo-kültürel etkiler de, değer sistemlerinde, kişisel davranışlarda, aile ilişkilerinde, ortak hayat tarzlarında, güvenlik düzeyinde, ahlak kurallarında, geleneksel törenlerde ve toplum örgütlenmesindeki değişimlere turizmin etkide bulunduğu yollardır. Kırsal turizm de bireyler ve toplum üzerinde çeşitli sosyo-kültürel etkiler yaratmaktadır.<sup>37</sup>

#### **2.3.7.1. Kırsal Turizmin Kültürel Etkileri**

Kırsal turizmin kırsal kalkınmaya olan kültürel etkileri, aşağıdaki şekilde açıklanmıştır: • Kırsal yörelerde turizmin gelişmesi sonucunda yöredeki kültürel varlıklar koruma altına alınmakta, yerel halk ve turistler bölgenin tarihi ve kültürü hakkında bilgi sahibi olmaktadır. Ayrıca turizmden elde edilen gelirler kültürel

---

\_EKONOMİK\_ETKILERI\_CERCEVESINDE\_KONYA\_ILI\_HADIM\_ILCESI\_ICIN\_ONERILER\_Doc\_Dr\_Abdullah\_KARAMAN\_Mehmet\_GUL/links/568a5a6208ae051f9afa44fe/KIRSAL-TURIZMIN-SOSYO-KUeLTUeREL-EKONOMIK-ETKILERI-CERCEVESINDE-KONYA-ILI-HADIM-ILCESI-ICIN-OeNERILER-Doc-Dr-Abdullah-KARAMAN-Mehmet-GUeL.pdf

37

[http://adudspace.adu.edu.tr:8080/jspui/bitstream/11607/847/1/okan\\_colak\\_sirince%20k%C4%B1rsal%20turizm%20potansiyeli.pdf](http://adudspace.adu.edu.tr:8080/jspui/bitstream/11607/847/1/okan_colak_sirince%20k%C4%B1rsal%20turizm%20potansiyeli.pdf)



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

anlamda çekiciliğe sahip yapıların uygun şekilde restore edilmesine katkı sağlamaktadır.

- Kırsal alanlarda turizme bağlı olarak iki taraf arasında oluşan dostluğa bağlı olarak giyim kuşam, yemek kültürü, gelenek görenekler gibi kültürel bileşenlerin alışverişi sonucunda kültürlerin zenginleşmesi sonucu doğmaktadır.
- Kırsal turizm, yörede hem kültürel mirasın, hem de geleneksel mimari yapının korunmasını olumlu yönde etkilemektedir.
- Kırsal turizm, doğal çevrenin ve kültürel mirasın korunmasına katkıda bulunur. Turizm sayesinde kırsal alanlarda çevre bilinci gelişir. Ayrıca kırsal alanlarda doğayla iç içe zaman geçiren insanlar çevre konusunda daha bilinçli hale gelir ve hayat tarzlarında doğayı korumak konusunda olumlu değişimleri gerçekleştirirler.

### ***2.3.7.2. Kırsal Turizmin Sosyal Yapıya Etkisi***

Kırsal alanlardaki ekonomik koşulların zorluğu, dışa açılma eğilimini arttırmakta ve bu eğilim ise beraberinde birçok sorunu da getirmekte, topluluklar kültürel ve ekonomik açıdan yeni arayışlara girmektedirler. Bu arayışlar değer sistemlerinde, kişisel davranışlarda, aile ilişkilerinde, ortak hayat tarzlarında, güvenlik düzeyinde, ahlak kurallarında, geleneksel törenlerde ve toplum örgütlenmesindeki değişimler açısından hem turizmin biçimlenmesine hem de kırsal turizmin sosyo-kültürel bir değer olarak bütünleşmesinde önem taşımaktadır.<sup>38</sup>

<sup>38</sup> [https://www.researchgate.net/profile/Abdullah\\_Karaman/publication/289220730\\_KIRSAL\\_TURIZMIN\\_SOSYO\\_-\\_KULTUREL\\_-\\_EKONOMIK\\_ETKILERI\\_CERCEVESINDE\\_KONYA\\_ILI\\_HADIM\\_ILCESI\\_ICIN\\_ONERILER\\_Doc\\_Dr\\_Abdullah\\_KARAMAN\\_Mehmet\\_GUL/links/568a5a6208ae051f9afa44fe/KIRSAL-TURIZMIN-SOSYO-KUeLTUeREL-EKONOMIK-ETKILERI-CERCEVESINDE-KONYA-ILI-HADIM-ILCESI-ICIN-OeNERILER-Doc-Dr-Abdullah-KARAMAN-Mehmet-GUeL.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Abdullah_Karaman/publication/289220730_KIRSAL_TURIZMIN_SOSYO_-_KULTUREL_-_EKONOMIK_ETKILERI_CERCEVESINDE_KONYA_ILI_HADIM_ILCESI_ICIN_ONERILER_Doc_Dr_Abdullah_KARAMAN_Mehmet_GUL/links/568a5a6208ae051f9afa44fe/KIRSAL-TURIZMIN-SOSYO-KUeLTUeREL-EKONOMIK-ETKILERI-CERCEVESINDE-KONYA-ILI-HADIM-ILCESI-ICIN-OeNERILER-Doc-Dr-Abdullah-KARAMAN-Mehmet-GUeL.pdf)





*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

## **2.4.GASTRONOMİ TURİZMİ**

### **2.4.1. Gastronomi Nedir?**

Gastronominin konusu yiyecek ve içeceklerle ilgili her şey, dolayısıyla insandır. Gastronomik değerler; kültürel, sosyal, tarihi, coğrafi, psikolojik faktörler gibi pek çok unsura dayalıdır. Bu nedenle yapılan gastronomi tanımlarının çoğu gastronominin belirli yön veya yönlerini vurgularken, gastronomiyi bütün olarak tanımlamaktan uzaktır. Gastronomi kelimesinin etimolojik kökenleri incelendiğinde, kelimenin Yunanca ‘gastros’ (mide) ve ‘nomos’ (yasa, kural) sözcüklerinden oluştuğu dikkat çekmektedir.

Gastronomi; yemeği iyi yeme merakı, sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi olarak ifade edilmektedir. Diğer tanımlar ise yemeği ana eksenine alarak güzel sanatlar, sosyal bilimler ve doğa bilimlerini kapsayan çok sayıda kültürel bileşeni inceleyen disiplinler arası bir faaliyet olarak ele almaktadır. Kelimenin etimolojisine bakıldığında Fransızca da Gastronomie kelimesiyle ilgili olup damak zevki uzmanı, lokantacı gibi anlamına gelir.

Gastronomi; hem fen bilimleri, hem de sosyal bilimlerden yararlanır. Ayrıca fen ve sosyal bilimler için zengin bir araştırma alanıdır. Konu yeme-içme ile ilgili olduğundan; beslenme bilimi ile doğrudan ilişkili olarak tadım fizyolojisi ve tat alma, şarap üretimi, besin öğelerinin insan vücudundaki işlevleri, gıda maddelerinin seçiminde niteliklerinin belirlenmesi, gıdaların fiziksel, kimyasal ve biyolojik olarak bozulmalarının önlenmesi için hijyen ve sanitasyon kurallarına uygun üretim süreçlerinin geliştirilmesi büyük oranda fen bilimlerine dayanmaktadır. Böylesi bir bütünlükle sınırlarını genişleten gastronomi; antropoloji, sosyoloji, ekonomi, kimya, ziraat, çevre bilimi, tıp bilimleri, geleneksel bilgiler ve modern teknolojilerle ilişkiler kurarak; sadece yiyecek ve içecek çerçevesinde olmadığını da göstermektedir. Gastronomi turizminin kökeni tarım, kültür ve turizmde yatmaktadır. Bu üç unsur;



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

gastronomi turizminin bölgesel bir çekicilik ve deneyim olarak pazarlanmasına ve konumlandırılmasına fırsat sağlamaktadır. Tarım, ürünü sunmaktadır, kültür; tarihi ve otantikliği, turizm ise; alt yapıyı ve hizmetleri sağlamaktadır. Tüm bu unsurlar, gastronomi turizmi altında buluşmaktadır. Kısaca, gastronomi tüketebilir tüm yiyecek ve içecek maddeleriyle kültür arasındaki ilişkiyi ve iyi yemek yeme ve içme sanatını inceleyen bir disiplin olarak tanımlanabilir.<sup>39</sup>

#### **2.4.2. Gastronomi Turizmi Nedir?**

Gastronomi kavramı “yiyecek ve içecek kültürünün bilime ve sanata dönüşmesi” olarak nitelendirilebilmektedir. Turizm sektörü büyümek ve çeşitliliğini arttırmak için gastronominin çekiciliğinden yararlanmaktadır. Gastronomi yemek pişirme sanatı, iyi yemek merakı, mutfak kültürü olarak nitelendirilmektedir. Turizm açısından, yiyecek ve içecek kültürü olarak tanımlanabilecek olan gastronomi, gerek iç ve gerekse dış turizm için vazgeçilmez bir unsurdur. Her mutfağın özünü oluşturan bir felsefe, daha doğru deyişle bir tür dünya görüşü vardır.

Sanayi devrimi sonrası, boş zaman kavramının ortaya çıkması, insanların sosyal yaşamlarındaki değişme, bireylerin beslenme ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik faaliyetlerde bulunan işletmelerin sayısının artmasına ve gerek ulusal gerekse uluslararası alanda gittikçe gelişme göstermesine vesile olmuştur. Bu bağlamda, kişilerin yiyecek-içecek işletmelerinin ürettiği mal ve hizmete olan talebi, ülke ekonomilerine ve hizmet endüstrisinin büyümesine katkı sağlamıştır. Dünya turizm pastasından payını artırmak isteyen ülkeler: turizmin çeşitlendirilmesi ve sürekliliğinin sağlanması için ülkelerin turistik ürün bileşenlerinde cazibe- çekicilik unsurunu yeterli bulmayıp kültürel öğeleri, özellikle de gastronomi kültürünü ön plana çıkarmak istemektedirler. Böylece gastronomi turizmle bütünleşerek gerek iç, gerekse dış turizmde önemini artırarak, ülke ekonomisine de artı gelir olarak katkıda

<sup>39</sup> <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/318814>



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

bulunmaktadır. Gastronomi olgusu, turistlerin destinasyon seçiminde de etkili olabilmektedir.

Gastronomi turizmi potansiyeli açısından Türkiye, son derece zengin değerlere sahiptir. Gastronomi turizminde Türkiye birçok ülkeden daha zengin değerlere sahip olmasına rağmen halen istenilen düzeyde gelişmemiştir. Bunun en önemli nedenlerinden birinin, yapılan tanıtım ve pazarlama çalışmalarında deniz, güneş ve kum üçlüsüne ağırlık verilmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Diğer bir ifadeyle bu turizm çeşidinin tatil turizminin gölgesinde kaldığı söylenebilmektedir. Gastronomi turizmi kapsamında yapılan etkinlikler, turistlere eşsiz deneyimler kazandırıp dünya insanları arasındaki kültür alışverişine katkıda bulunurken, şehirlerin kalkınmasında ve marka şehir olmalarına da önemli katkılar sağlamaktadır.

El sanatları, geleneksel sanatsal ve sportif etkinlikler, yöre halkının geçmişini, yaşantısını ve inançlarını yansıtan arkeolojik kalıtlar ile dinsel mekânlar, edebi faaliyetler, törenler (doğum, evlenme, cenaze vb.), töreler, kısacası tüm folklorik değerler bu kapsamda ele alınabilecek belli başlı yöresel etkinliklerdir. Turizm sayesinde sanat, müzik, dans, yöresel yemek ve lezzetler, otantik ürünler topluca “kültür” olarak pazarlanırken, aynı zamanda ulusal, bölgesel ve yerel boyutlarda kültürel aktiviteler ve sanat ürünlerinin yaşatılması, sunulması da turistlerin ilgisine yol açmaktadır.<sup>40</sup>

Gastronomi turizmi endüstrisi, yiyecek içecek işletmeleri ve yemek rehberleri çerçevesinde dar bir alana konumlandırılmamalıdır. Bu endüstrinin içerisinde; aşçılık okulları, yemek kitapları satan dükkanlar, gastronomi tur operatörleri ve bu turların

40

[http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/332/hasan\\_aslan\\_tez.pdf?sequence=1](http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/332/hasan_aslan_tez.pdf?sequence=1)



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

rehberleri, gastronomi ile ilgili medya, televizyon programları ve dergiler, gastronomi ile ilgili aktiviteler, şarapçılar ve şarap bağları, bira fabrikaları, içki damıttım yerleri, tarla sahipleri ve üreticileri bulunmaktadır.

Gastronomi turizminin en önemli unsurlarından biri olan yerel ve bölgesel gastronomi turizminin gelişmesi hem de tatil mekanı pazarlama perspektifinden, uzun soluklu rekabetçiliğe katkı sağlayabilmek için iyi bir potansiyele sahiptir. Yemek pişirmekle ilgili mirası koruyarak ve tatil mekanının otantikliğine değer katarak, yerel ve bölgesel turizm kaynak temellerini genişleterek ve geliştirerek, tarımsal üretimi teşvik ederek yerel ve bölgesel yiyeceğin reklamını yapmak, turizm ve yerel ekonomilerin tarım sektörünü desteklemesinin ve güçlendirmesinin etkili bir yoludur. Gastronomi turizmini gerçekleştirmek için bir taslak ve kılavuzun geliştirilmesi, mevcut ve muhtemel girişimcileri yerel ve bölgesel yiyeceğin turizm potansiyelini en iyi şekilde kullanmaları için fırsat yaratmaktadır. Gastronomi turizmi deneyimini tüm yönleriyle destinasyon deneyimiyle bütünleştirmenin en iyi yolu, yerel ürünlerin, yiyeceklerin ya da şarap gibi içeceklerin destinasyondaki oteller ya da restoranların menülerinde yer almasından ziyade bu kapsamda etkinlikler düzenleyip, destinasyona gelen turistlere bölgeye ait yöresel yemekleri ve içecekleri tatma imkanı sağlamaktır.<sup>41</sup>

### **2.4.3. Dünyada Gastronomi Turizmi**

Dünyada turizmle ilgili gelişmeler incelendiğinde, turistik destinasyonların pazarlanmasında “gastronominin” önemli bir role sahip olduğunu görmekteyiz. Destinasyonlara ait gastronomik unsurların yoğun olarak kullanıldığı pazarlama faaliyetlerinde, turistlere sunulan bu yeni ürüne olan talep ve gastronomik turizm

<sup>41</sup> <http://sbe.balikesir.edu.tr/dergi/edergi/c16s30/makale/203-216.pdf>



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

faaliyetlerinden elde edilen gelir çok ciddi sayısal verilerle kanıtlanmaktadır. Dünya da insanlar giderek daha fazla dışarıda yemek yemektedir. Bu iş bir sanat noktasına ulaşmış durumdadır ve bir sürü de yeni trendleri vardır.

Dünya da ‘pasta’ diye bilinen makarna neredeyse tüm genel restoranların mönüsünde bulunan standart bir dünya yemeği haline gelmiş durumdadır. Çin restoranları zaten tüm dünyaya yayılmış ve kendini ispatlamış durumdadır. Bunu Fransız, Meksika, Japon, Hindistan ve Vietnam restoranları izlemektedir (Demir, 2011: 34-35). Dünya’da ün yapmış olan mutfakların üç temel özelliği tanınmışlık, özgünlük ve çeşitliliktir. Tanınmışlık; bir mutfağa ait yemeklerin diğer kültürlerce bilinip uygulanmasını, özgünlük; bir mutfakta üretilen yemeklerin tamamen o kültüre has olmasını, çeşitlilik ise o mutfakta üretilen yiyeceklerin, tariflerin bolluğunu, zenginliğini göstermektedir. Dünya mutfaklarını değerlendirirken önyargılardan kurtulmalı ve insanların yemek kültürlerinin oluşumunda buldukları coğrafyanın, iklimin ve hayatta kalma mücadelesinin etkisi ve bu doğrultuda ortaya çıkan yaşam tarzları unutulmamalıdır.<sup>42</sup>

Avrupa Birliği’ne üye ve aday ülkeler üzerinde yapılan araştırmaya göre gastronomi turizmi işletme sayısı, istihdam, katma değer gibi konular ile ülke ekonomilerine ciddi katkı sağlamaktadır. İstihdam açısından konaklama sektörü ile gastronomi sektörünü karşılaştırdığımızda gastronomi sektörünün ülke ekonomisine katma değeri % 70 iken konaklama sektörünün katma değeri sadece % 30 dur. Bu veri gastronomi turizminin önemini ortaya koymaktadır. Yine istihdam açısından baktığımızda yiyecek-içecek sektörünün istihdama katkısı % 75 iken konaklama sektörünün sadece % 20’dir (European Commission, 2014). Avrupa’da gastronomi turlarının yoğun olduğu ülkeler Fransa, İspanya, İtalya, Portekiz ve İrlanda’dır.

Gastronomi turlarında gerçekleştirilen aktiviteler; yerel peynir üreticilerini ziyaret, atölyelerde peynir yapımlarına katılım, kırsal bölgelerde yer mantarı arayıcılığı, yerel

<sup>42</sup> <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/318814>



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

pazarları ziyaretler, zeytinyağı tadımı ve zeytinyağı üreticilerini ziyaret, ünlü şeflerden yemek dersleri, smokehouse gezileri, üzüm bağları ve bağ bozumu etkinlikleri, şarap tadım ve üreticilerini ziyaretler, yerel yiyecek ve içecek festivallerini ziyaretler ve evde mutfak derslerinden oluşmaktadır.

Hızlı bir şekilde gelişmekte olan gastronomi turizmi; şarap turizmi, bira turizmi, çikolata turizmi, peynir turizmi gibi birçok alt başlık ile çeşitlendirilmektedir. Dünyada gastronomi turizmini alt kollarıyla birlikte başarıyla gerçekleştiren birçok ülke bulunmaktadır. Örneğin Fransa, İtalya, İspanya, Avustralya ve Almanya dünya da şarap turizmini başarıyla gerçekleştiren ülkeler arasındadır. Peynir turizminde Fransa, İsviçre, İtalya, Hollanda dünya çapında üne sahiptir.

#### ***2.4.4. Türkiye’de Gastronomi Turizmi***

Türkiye, gerek sahip olduğu turistik çekiciliğiyle, gerekse tarih boyunca köklü ve zengin bir mutfaka sahip olmasıyla turistik destinasyon ve gastronomi turizm açısından tercih edilebilecek önemli bir ülkedir. Günümüzde de küreselleşmeyle birlikte ülkelerin mutfakları, yemek kültürleri, yiyecek içecek alışkanlıklarında ve tüketimlerinde de hızlı bir değişime neden olmaktadır. Yöresel lezzetler özellikle korunması gereken unsurlardır. Çünkü milletlerin birçok adetleri gibi yiyeceklerinde de kültür, tarihi oluş ve tabiat varlığının tesirleriyle özellikler bulunmaktadır.

Yerel ve uluslararası yemek kültürü son yıllarda bir destinasyonun sahip olduğu en değerli çekiciliklerden biri olarak nitelendirilmektedir. Turizmin en önemli destinasyon illerinden biri olan Edirne’nin gastronomi turizm açısından arz ve talebin mevcut durumu hakkında aşağıda bilgi verilmiştir.



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Türkiye’de Gastronomi Turizmi Türk mutfağı, yedi farklı bölgenin farklı lezzetlerini barındırarak birçok çeşitte ürün sunabilme özelliğine sahip dünyanın en önemli ve en eski mutfaklarından biridir. Yaşanan coğrafi bölgelerin değişiklik göstermesi Türk mutfağını da etkilemiştir. Türkler yerleşik düzene geçtikten sonra tarımsal alanda gelişmeler göstermişlerdir (Dilsiz, 2010). Türk mutfağı çok zengin bir mutfak kültürüne sahiptir. Türk mutfağı; Orta/İç Asya dönemi Türk mutfak kültürü, Karahanlı-Memlûkler dönemi Türk mutfak kültürü, Anadolu Selçuklu ve Beylikler dönemi Türk mutfak kültürü, Osmanlı Dönemi Türk mutfak kültürü, Cumhuriyet Dönemi Türk mutfak kültürü olmak üzere beş ana dönemde incelenebilir (Üner, 2014). Osmanlı mutfağı denince ilk akla gelenler arasında yemek sanatı, yemek kültürü, sofraya zenginliği gelmektedir. Saray mutfağı kendine has bir dizayna, düzen ve kurallara sahiptir. Has mutfak, Ağalar mutfağı, Divan mutfağı, Helvahane bölümlerinden oluşmaktadır. Bugünkü anlamıyla restoranlar Osmanlı Devletinde 19. Yüzyıl sonlarında açılmıştır. İstanbul’da Avrupa yemeklerinin sunulduğu otel restoranları 1890- 1920’li yıllarda popüler hale gelmiştir (Akgöl, 2012). Ankara Ticaret Odası ve Ankara Patent Bürosu tarafından yapılan 81 ili kapsayan araştırmada “Türkiye’nin Lezzet Haritası” belirlenmiştir.

Bu araştırmaya göre Türkiye’de 2205 çeşit yöresel yiyecek içecek tespit edilmiştir. Akdeniz ve Marmara bölgesi sırası ile 184 ve 162 çeşit ile takip etmiştir (Cömert ve Özkaya, 2014). Türkiye sahip olduğu köklü geçmişi, zengin mutfağı ve turistik çekiciliği ile gastronomi turizmi için tercih edilen bir ülkedir. Adana, Mersin, Hatay, Urfa, Mardin gibi yöresel tatları ile ünlü, gastronomi turizmine önem veren kentlerimiz bulunmaktadır. Yapılan araştırmalara göre bölgeyi ziyaret eden turistlerin % 20-25’inin gastronomi turizmi amaçlı tercih ettiği belirtilmektedir (Aslan, 2010). Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “Geleneksel Türk Mutfağı Kampanyası” adı altında geleneksel yeme içme ürünlerinin ve hizmetlerinin



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

korunması, gelecek nesillere aktarımının sağlanabilmesi için Türk mutfağına uygun nitelikte hizmet veren, ulusal veya uluslararası alanda adını duyurmuş, marka özelliği taşıyan işletmelere, bakanlığın önderliğinde kendilerini tefriş, dekorasyon, teçhizat v.b. fiziksel nitelikler, işletme ve hizmet kalitesinde iyileştirmeyi teşvik amaçlı yönlendirme yöntemi ile Özel Tesis Turizm İşletmesi Belgesi verilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014). Şahin (2014)’e göre;

***2.4.5. Edirne’nin Gastronomi Turizm Çeşidi Açısından Arz ve Talebin Mevcut Durumu***

Edirne; tarihi geçmişi, konumu, kültürü ile Türk tarihinde büyük bir öneme sahiptir. 92 yıl Osmanlı İmparatorluğu’nun başkentliğini yapmış olan bu kentin fethi, Türk ve Avrupa tarihi açısından bir dönüm noktası olmuştur. Coğrafi konumu nedeniyle ilkçağlardan itibaren birçok uygarlığın gözdesi haline gelmiş olan şehir, halen daha önemini sürdürmektedir. Yunanistan ve Bulgaristan ile sınırının olması kenti, Türkiye’nin Batıya açılan kapısı yapmıştır. Osmanlı İmparatorluğu için bu kadar önemli olan kent kültürel açıdan çok büyük bir birikim elde etmiştir. Kültürel birikimin oluşumunda saray mutfağının ve Rumeli yöresinin eşsiz yemeklerinin etkisi büyüktür. Aslında çok zengin bir mutfağa sahip olmasına rağmen zamanla ekonomik ya da eğitim amaçlı göçlerin olması, neredeyse 1970’li yıllara kadar yaşayan azınlıkların kenti terk etmeleri gibi nedenlerle yöreye ait yemekleri bilen kişi sayısı epey azalmıştır. Kırsal kesimde etkileri devam etse de şehir merkezinde unutulmakta olduğu bilinmektedir. Bu nedenle Kültür ve Turizm Müdürlüğü ile Edirne Belediyesi her sene Tarihi Kırkpınar Şenliklerinde “Geleneksel Ev Yemekleri” yarışmaları düzenlemektedir. Amaç, unutilan çeşitlerin hatırlatılmasıdır (Gizerler, 2004:67).

Edirne Mutfağının yapısına bakıldığında, genellikle tarımla uğraşan kırsal kesimin çok olması nedeniyle hamur işleri ve etlerin her zaman yerini koruduğu





*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

görülmektedir. Çorbalar, tatlılar, etli yemekler, hamur işleri, reçeller, şerbetler ve içecekler ile turşular Edirne'nin gastronomi ürünlerini oluşturmaktadırlar. Edirne Mutfağına ait bazı yemeklere aşağıda yer verilmiştir:

- Acıbadem Kurabiyesi Tarihi bilinmeyen bir dönemde şehrin bugünkü Yıldırım semtine hacı olan ve bu lakapla anılan bir kişi yerleşir. Bu kişinin badem ağaçları yetiştirdiği ve bu bademlerden yapılan kurabiyelerin “Hacı Badem” i ile yapılıp daha sonra “Acı Badem” olarak anıldığı rivayet edilmektedir (Gizerler, 2004:85).
- Ciğer Sarma Ciğer yemeklerinin meşhur olduğu Edirne mutfağında ciğer sarma çok eski bir yemektir. Eskiden hıdrellez zamanlarında yapılan yemek, küçükbaş hayvanların kuzuladığı dönemlere bahar aylarında bereketin artmasını, sürüye yeni katılan hayvanlarını müjdelemek için sahipleri tarafından yapılıp komşulara dağıtılırdı. Bugün Osmanlı mutfağı teması taşıyan restoranların menülerinde de rastlanmaktadır.
- Deva-i Misk Edirne'ye ait geleneksel bir şekerleme çeşidi olan Deva-i Misk, "güzel kokan ve bedene iyi gelen" anlamını taşımaktadır. Misk-i amber, tarçın, karanfil, zencefil, yenibahar gibi baharatlar karıştırılarak yapılır.
- Gerdaniye Alışılmamış bir tat olan Gerdaniye, kurban bayramlarında yapılan bir et tatlısıdır. Ege Bölgesi'nde ve Bulgaristan Türklerinin mutfağında da görülmektedir. Bütün ya da yuvarlak olarak kesilmiş bir halde haşlanan kuzu etine şeker ilave edilerek hazırlanır. Sıcak yenmesi gereken bir tatlıdır ve yanına mevsimine göre erik, kuru kayısı veya haşlanmış yemeklik nohut ilave edilir (Gizerler, 2004:84).
- Kandilli Mantı Av ördeği ile yapılması gereken mantı, biraz değişime uğrayarak tavuk etiyle de yapılmaktadır. Normal mantı gibi hazırlanan yufkasının içine iç pilav konup ve dört tarafından kapatılan mantılar tepsiye dizilerek fırına verilir. Fırından çıkınca üzerine daha önceden haşlanmış ördek ya da tavuğun suyu dökülür ve etleriyle birlikte servis edilir (Gizerler, 2004:74).



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

- Mamzana Közde pişirilen patlıcan ve yeşil biber, domates, sarımsak ve sirke ile yapılan bu yiyecek, yemeklerin yanında salata türünde servis edilmektedir.
- Patlıcan Reçeli Çiçekten yeni çıkmış patlıcanların kireç suyunda bekletilmesiyle yapılan reçel yörenin en gözde reçellerindedir. Edirne Mutfağı şerbetler ve içecekler açısından da zengindir.
- Hardaliye Halen Edirne'nin Uzunköprü ilçesine bağlı Kırçasalih ve Yeniköy'de yapılan içecek, rengi, kokusu ve tadıyla çok özeldir. Yaklaşık bir ayda hazırlanan içecek yuvarlak ve ağaçtan yapılmış bir fiçiya üzüm ve hardaldan konularak yapılmaktadır (Gizerler, 2004:86).
- Langure Batı Trakya Gümülcine yöresinde yapılan doğal içeceklerden olduğu tespit edilmiştir. Halen daha köy içeceği olarak yapılmaktadır. Su dolu fiçiya olmamış yaban armutları doldurularak arasına küçük bir bez torba ile arpa ya da hardal katılır. Yirmi gün sonra hazır olan içecek içine pekmez katılarak içilir (Gizerler, 2004:87).

Yukarıda sayılan yiyeceklerin birçoğu Edirne dışında yaşayanlar tarafından tanınmamaktadır. Elbette ki Edirne Mutfağı bu yemeklerden ibaret değildir. Ancak Edirne denilince birçok insanın aklına tava ciğer, köfte, badem ezmesi ve beyaz peynir gelmektedir. Bu nedenle bu dört ürün, ayrı bir başlık altında tanıtılmıştır.<sup>43</sup>

#### ***2.4.6. Edirne'nin Gastronomi Kültüründe Öne Çıkan Ürünler***

Edirne, hem Osmanlı Mutfağından hem de bulunduğu yörenin mutfağından ötürü zengin bir yemek kültürüne sahiptir. Ancak yeteri kadar tanıtımı yapılamamaktadır. Bu kadar zengin bir yemek kültürüne sahip olmasına rağmen Edirne dışından gelen ziyaretçilerin en fazla talep ettiği ve rağbet gösterdiği ürünler; tava ciğer, köfte,

43

<http://dspace.trakya.edu.tr/jspui/bitstream/1/2047/1/SENE%20ERGAN%20G%C3%96YN%C3%9C%C5%9EEN.pdf>



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

badem ezmesi ve beyaz peynirdir. Özellikle de 2005 yılında yapılan EMITT Fuarı’ndan sonra tava ciğerin bilinirliği önemli ölçüde artmış ve kentin tanıtılmasında Kırkpınar Yağlı Güreşleri ve tarihi eserlerinin yanında bir lokomotif görevi üstlenmiştir.

**Tava Ciğer** Osmanlı İmparatorluğu’nun payitahtlığını yapmış olan Edirne, zengin bir saray ve Rumeli mutfağına sahiptir. Bu zengin mutfağın ürünleri arasında Edirne için en önemlilerinden birisi Tava Ciğeridir. 100 yıldan fazla bir geçmişe sahip olmasına rağmen adı EMITT 2005 Fuarında duyulan ve son birkaç yıldır Edirne’nin tanıtımında önemli bir rol üstelenen Edirne Tava Ciğeri, 25.07.2009 tarihinden itibaren Türk Standartları Enstitüsü tarafından tescillenmiş bir ürün olma özelliğine kavuşmuştur (<http://www.tpe.gov.tr>, 21.04.2011 ). Tava ciğer, yöreye özgü malzemelerle ve yine yöreye özgü pişirme teknikleri ile pişirilmektedir. Edirne Tava Ciğeri, Edirne yöresinin doğal bitki ortamında beslenen 1 yaşına gelmiş dananın karaciğerinden yapılmaktadır. Dana ciğeri, hijyen işleme tahtasında 6-7 cm lik ince parçalara ayrıldıktan sonra bıçak sırtı kalınlığında ince dilimlere ayrılır. Doğrama işlemi, yatay ve dikey olarak yapılırken ciğerin içindeki damarlar ayıklanır. Doğranan ciğer, kevgir kullanılarak iyice yıkanır ve kandan temizlenir. Daha sonra kan oluşmaması için de ciğer tuzlanır ve pişirilinceye kadar buzdolabında beklemeye bırakılır. Tava ciğerini pişirmek için yağın çok hızlı kızabilmesini sağlayan 1 mm kalınlığındaki alüminyum tavalar kullanılır. Edirne yöresine ait ayçiçek yağından tavaya 1 lt konulup, 115-120 derecelik yüksek ateşte ısıtılır. Bu işlem yapılırken diğer tarafta ciğer, bölgede yetiştirilen buğdaydan elde edilen un ile harmanlanır. Ciğer serpilerek tavaya atılır ve 2 dakika kadar pişirilir. Ciğer, yağı emmeyecek şekilde hızlı kızartılır ve yağı süzülerek servis edilecek tabağa alınır. Karaağaç’ta yetiştirilen ve gölgede doğal yolla kurutularak, kızgın yağda pişirilen biberle birlikte servis edilir (Kar, 2006:19). Anket çalışması sırasında yüzyüze yapılan görüşmelerde tava ciğer ustalarının ortak görüşü, Edirne Tava Ciğerinin lezzetinin yörede yetişen ürünlerden imal edilmesidir. Ciğeri kızartmada kullanılan yağın hammaddesi



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

ayçiçeği, kızartma işleminden önce kullanılan unun hammaddesi buğday ve ciğerin yanında servis edilen biber yörede yetişmektedir. Ayrıca ciğerin lezzetinin nedeni de yapım şeklinin yanı sıra yörede yetişen bitkilerle beslenen danalardan yapılmış olmasıdır

**Köfte** Edirne Köftesinin de tava ciğer gibi en önemli özelliği etlerin yörede yetişen hayvanların etinden yapılıyor olmasıdır. Ateşin harı, etin yağ oranı, yapan kişinin ustalığı da köftenin lezzeti açısından büyük bir öneme sahiptir. Köfte yapmak için ağırlıklı olarak dananın kaburga eti kullanılmaktadır. Ete yoğunlaşması için %5 i kadar ekmek katılır. İçine kimyon, kekik, tuz, karabiber eklenir ve iki kez çekilir. Soğan bu işlemde sonra bir pirinç tanesinin 20 dörtte biri kadar doğranmış (doğrama işlemi bıçakla yapılmaktadır) olarak eklenir. Nedeni ise, soğanın makinede çekilmesi etin kararmasına neden olmaktadır. Karışım elle yoğrulur, kömür ateşinde pişirilir. Ancak köfte ateşinin hızı, köftenin görünümü ve lezzeti açısından önemlidir. Çünkü hızlı ateşte pişen köfte haşlanırken, yavaş ateşte pişen köfte ise büzüşür.

**Badem Ezmesi** Badem ezmesi, Edirne'nin yemek kültürüne ait ünlü ürünlerden bir tanesidir. Badem ezmesinin geçmişi Kanuni Sultan Süleyman dönemine kadar uzanmaktadır. Bu dönemde Edirne'ye yerleşen İspanyol sürgünleri Dolce Blance (Beyaz Tatlı) ile ezilmiş bademi karıştırarak badem ezmesi üretirlerdi. Saray çevreleri ve Edirneli ustalar tarafından bu tat daha da geliştirilerek, yaygınlaştırılmıştır. Badem ezmesini yapmak için önce bademler sıcak suda haşlanır, ayıklanır ve kurutulur. Kurutulan bademler mermer dibek içinde dövülerek un kıvamına getirilir. Bir kazanda istenilen koyuluğa gelinceye kadar kaynatılan şeker, ateşten indirilip soğumaya bırakılır. Soğuyan şerbet ile un haline getirilen badem tozu, şekeri emecek şekilde ağır ağır karıştırılır. Hamur kıvamına getirilen karışım mermer taşa serilerek soğumaya bırakılır (Edirne İl Yıllığı, 2005:299). Soğuyan



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

karışım, elle ezilerek tamamıyla kaynaşması sağlanır. El ile fitil çekilir ve rulo haline getirilir. Bıçak ile kesildikten sonra tepsiye ya da kutulara dizilir (Gizerler, 2004:85).

**Beyaz Peynir** Edirne'nin en ünlü yiyeceklerinden birisi de beyaz peyniridir. Peynir çok uzun yıllardır Türklerin hayatında var olmaktadır. Peynirin ilk kez Türkler tarafından kullanılmasının Türklerin Anadolu'ya göçlerinden önce olduğuna dair bilgiler vardır. Bunun en büyük göstergeleri ise, Dede Korkut'un hikâyelerinde peynirden bahsetmesi, Romalılarla savaş yapan Atilla'nın askerlerinin en önemli yiyeceklerinden birinin peynir olması, 12. asırda Şirazlı Sadi'nin “Bostan” isimli eserinde peynirden “kutsal bir besin olarak” bahsetmesidir. Karacaoğlan dahi şiirinde peynir sözcüğünden bahsetmiştir ki bu da peynirin çok eskiden beri Anadolu'da bilindiğini göstermektedir. 16. asırda İstanbul'a gelen Alman gezgin Hans Derschwann hatıralarında Türklerin beyaz peynir yediklerini anlatmaktadır. Evliya Çelebi ise Seyahatnamesi'nde İstanbul'da peynircilikle uğraşan 400 civarında işyerinin bulunduğu ve teleme peyniri, kaşkaval peyniri, kesme peyniri gibi peynir çeşitlerinden bahsetmektedir (Kamber, 2006:40). Edirne peynirini diğer peynirlerden ayıran en önemli özelliği, Edirne mandıralarında üretilen sütlerden yapılmasıdır. Düz beyaz renkte kalıpları yağlı ve az delikli olan Edirne beyaz peynirinin yapımı, sütün 70 dereceye kadar kaynatılmasıyla başlar. Kaynayan süt 30 dereceye kadar soğutulur, mayalanır. Ancak kaynama ve mayalama sıcaklıkları hava koşullarına bağlı olarak değişiklik gösterir. 1,5 saat sonra telemesi oluşan peynir çendere adı verilen bezlere alınarak süzölmeye bırakılır. Yaklaşık olarak 3,5 saat süren bu işlemden sonra kalıplar halinde tuzlanıp tenekeye dizilir. 48 saatte ikinci tuzunu alır ve buzhaneye yollanır. Buzhaneye gönderilen beyaz peynirler 45 günde tadını alır ve böylece satış için hazır hale gelir. Edirne Beyaz Peyniri 23.10.2007 tarihinde coğrafi işaret olarak tescillenmiş ürünler kategorisine girmiştir.



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

#### ***2.4.7. Gastronomide Yöresel Tatların Turistlerin Destinasyon Tercihine Olan Etkisi***

Yemek, bir toplumun kendisini ve yaşama tarzını ifade şeklidir. Kültürün en önemli unsurlarından biri yemektir. Bir bölgeye özgü yemekler, o bölge için bir fark yaratmaktadır. Günümüzde insanlar sadece açlık duygusunu gidermek için değil aynı zamanda o yemek sürecinde farklı deneyimleri yaşamak amacıyla evlerinden dışarıda yemek yemektirler. Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisinden yola çıkarak, yiyecek turizmine uyguladığı modeline göre yeme içme, insan ihtiyaçlarının bütün evrelerinde farklı biçimlerde yer almaktadır. Bu ihtiyaçlar, mevsiminde bir yiyeceğin toplanması gibi fiziksel, bağıcılık turizmine katılmak gibi sosyal ya da uzman yiyecek turizmine dâhil olmak gibi kendini gerçekleştirme ihtiyacı olarak sınıflandırılmaktadır. Yiyecek-içecek tüketimi başlı başına turizm türü olarak yeni yeni görünmeye başlasa da aslında sürekli turizmin içinde bulunan deneyimlerin en önemli unsurudur. Birçok akademisyen yiyecek içecek kültürünün toplumsal öneminden, gastronominin turizmdeki rolünden ve turistlerin tercihlerini etkileyen, onları heveslendiren bir faktör olduğunu belirtmiştir. Bu yüzden özgün deneyimler yaşatmak, saygınlık ve statü kazandırmak, ürün farklılaştırmak ve destinasyonu diğerlerinden daha çekici kılmak gibi sebeplerle gastronomi bir araç olarak gösterilmektedir. Destinasyon pazarlamasında da kullanılan yeni değerlerden biridir (Kaşlı, vd., 2015: 31). Gastronomi turizmi, yerel mutfak ürünleri sayesinde kültürlerin birbirlerini daha iyi tanımalarını sağlamaktadır. Ayrıca bir yerin, bölgenin ya da ülkenin, turistik kaynaklarının fazlalığı, daha aktif ve daha eğlenceli hizmet sunması, tatilcilerin tatmin deneyimi, bölge nüfusu, üretimi, refahı, ürün ticareti ve sürdürülebilirlik açısından kalkınmalarını da sağlamaktadır (Göker, 2011: 45).<sup>44</sup>

<sup>44</sup> <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/318814>



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Özgünlük olarak turistlerin deneyimi için nadir hale gelen, destinasyondaki yiyecek "düzenli bir temelde uygun olduğu özgünlüğün belki de son alanlarından biridir" (Reynolds, 1994: 191). Gastronomi turistleri aynı zamanda kültür turistleridir ve meraklısı oldukları yeme içme kültürünü her yönü ile öğrenmek isterler. Gastronomi turizmi sadece otellerde turistler için yiyecek içecek sunumu olarak algılanmamalı, turistlerin yiyecek ve içecek arayışı, bunlardan hoşlanma ve kültürel olarak bilgilenme amacı ile seyahat etmesi şeklinde kavramsallaştırılmalıdır. (DuRand ve Heath, 2006).

#### ***2.4.8. Gastronomi Turizminin Ülke Ekonomilerine Etkileri***

Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak Gastronomi Destinasyonun çekicilik unsuru olarak “gastronomi” kültürel miras olması dolayısı ile kuvvetli bir araçtır ve turistlerin destinasyonla ilgili beklentileri sıralamasında ilk sıradadır (Selwood, 2003). Destinasyonların artan rekabetle baş edebilmeleri ve kendilerine farklı ve taklit edilemeyen bir yer yaratmalarında gastronomik kimliğin rolü büyüktür. Gastronomik kimlik, içinde bulunulan kültürel, coğrafi, ekolojik, ekonomik yapıya ve tarihsel sürece göre farklılık göstermektedir. Yöreye ait olan bu özelliklerin taklidi mümkün değildir (Kesici, 2012). Gastronomi turizmi, destinasyonların pazarlanmasında önemli bir pazarlama aracıdır çünkü gastronomi turizmi yılın 12 ayı gerçekleştirilebilen bir turizm çeşididir. Dolayısı ile destinasyon, turizmin sağladığı ekonomik, sosyo kültürel, alt yapı v.b avantajlardan on iki ay boyunca faydalanabilmektedir. Bu da gastronomi turizminin destinasyonun pazarlanmasında önemli bir pazarlama aracı olduğunu gösterir. Gastronomi turizmi “deniz, güneş, kum” turizminden faydalanamayan, yeni destinasyonlar için etkili bir alternatif oluşturur. Gastronomi turizmi, turistik destinasyonun oluşumunda destinasyona önemli bir katma değer katar ve kendine özgü bir pazar yaratır (Kivela ve Crotts, 2005). Shenoy (2005) rekabetin giderek arttığı dünya turizm pazarında tüm bölge ve



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

destinasyonlar rakiplerinden farklılaşmak amacıyla kendilerine özgü ürünler yaratmaya çalıştıklarını, yerel mutfakların ise pazarlama aracı olarak eşsiz birer kaynak durumunda olduğunu belirtmiştir. Gelişmekte olan ülkeler, ülkenin gelişiminde ve pazarlama stratejilerinde gastronominin önemli bir yere sahip olduğunu unutmamalıdır. Gastronomik aktivitelerin destinasyonlarda doğrudan ya da dolaylı etkileri söz konusudur. Örneğin otantik, bölgeye ait olma özelliği ile destinasyonun tek düzelikliğini, sıradanlaşmasını önler, destinasyonun ilgi çekiciliğini artırır, toplumun ekonomik, sosyo kültürel gelişimini dolayısı ile güçlenmesini sağlar. Gastronomi ile yarattığı özel olma duygusu ile destinasyonun popülaritesini artırarak gözde mekân olmasını sağlar. Ziyaretçilerin deneyimledikleri olumlu yemek tecrübeleri ile destinasyonun marka kimliğinin oluşmasında önemli rol oynar. Destinasyonlar için güçlü bir gelir kaynağı oluşturur. Aynı zamanda gastronomi destinasyonun rekabet gücünün artmasında ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasında önemli bir güce sahiptir (Rand ve diğerleri, 2003). Turizm sektöründe yiyecek içecek ürünleri uzun yıllar destekleyici ürünler olarak değerlendirilmiş, turistleri tek başına seyahat motivasyonu olarak destinasyonlara çekebilecek faktörler olarak düşünülmemişlerdir. Hjalager (2002), Scarpato (2002) gibi araştırmacılara göre ise gastronomik ürünlerini temel pazarlama aracı olarak kullanan ve turistik ürünleri tamamlayıcı özelliğinin yanında, kendi başına bir turistik ürün olarak sunan Tuscany ve Lyons gibi destinasyonlar bu sayede popüler hale gelmiştir.



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

### **III KISIM: BULGARİSTAN –TÜRKİYE SINIRÖTESİ BÖLGESİNDE KIRSAL TURİZM ÜRÜNLERİNE YÖNELİK ARZ VE TALEP**

#### **3.1 GELENEKSEL ÜRÜNLERE YÖNELİK ARZ**

##### **3.1.1. Edirne Mutfağı**

Türkiye Cumhuriyeti'nin Avrupa kıtasındaki sınır kenti olan Edirne, Balkan ülkelerinden Bulgaristan ve Yunanistan sınırında bulunmaktadır. Tunca, Arda ve Meriç Irmaklarının bulunduğu düzlükte Neolitik Çağ'da Trak halkları tarafından kurulduğu bilinmektedir. Bölgenin Trakya olarak anılması da Traklardan gelmektedir. Pers, Makedon, Roma ve Bizans imparatorlukları sonrası Edirne; 14 yy. ortalarında Osmanlı İmparatorluğu hâkimiyetine katılmıştır. Edirne, bu tarihsel süreçte Anadolu ve Avrupa arasındaki ve özellikle Balkan coğrafyasında göç etmiş toplumların geçiş ve yerleşim bölgesi konumunda olmuştur. Bu nedenle birçok farklı kültürel unsurun da birikimine sahiptir. Mutfağımız; geçmişimizi yansıtan özellikleri ile dünya mutfakları arasında öncelikli sıralarda yer alan önemli kültür mirasımızdır. Toplumsal dayanışma, konukseverlik, birliktelik ve paylaşım temelinde şekillenmiştir. Edirne mutfak kültürü; Türk mutfağının Orta Asya, Anadolu ve Balkanlar eksenini üzerinde farklı kültürel unsurlar ile buluşması, “coğrafi ve kültürel buluşmanın” sentezidir. Bu buluşma, etkileşimlerle ortak lezzetleri yarattığı gibi yaşamış, yaşayan farklı inanç ve kültürlerin sürdürdükleri özel tatları, mutfakları “Edirne mutfağı”nın zenginliğini yaratmıştır. Bu zenginlik komşu ülkelerin pek çoğunda da varlığını sürdürmektedir. Bulgaristan, Romanya, Makedonya, Kosova vb. ülkelerde yemeklerin ve kullanılan kap kacakların Türkçe adlandırılmaları ile lokanta gibi işletmelerin günlük yemek listelerinde (menüleri) Edirne mutfağı yemeklerini görmek çok olasıdır.



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

EDİRNE SARAY MUTFAĞI Beylikler döneminden sonra Edirne’den başlayan 90 yıllık Osmanlı İmparatorluk dönemi ve sonrasında idare merkezi Edirne’de Osmanlı Saray Mutfağı dönemi de Edirne mutfağı zenginliğinin önemli kaynaklarından. On üçüncü yüzyılın sonlarında kurulan Osmanlı Devleti, çok hızlı bir gelişme göstererek üç kıtaya yayılmış ve büyük bir imparatorluğa dönüşmüştür. Bu alanlarda farklı köken ve kültürlerden gelenleri, Türklerin yarattığı siyasal varlığının yanı sıra İslam dünyasının da en güçlü temsilcisi olması nedeniyle siyasal şemsiyesi altında toplamıştır. Bu nedenle birçok kültürle iç içe yaşamış ve her alanda olduğu gibi yiyecek içecek alışverişinde de bulunmuşlardır. Saray mutfağı da Osmanlı İmparatorluğunun gelişme ve büyümesine paralel olarak büyük bir gelişme göstermiş, saray ileri gelenlerinin bir sofrada toplanması devin en büyük sosyal hareketlerinden biri olmuştur. Bu nedenle aşçıların bütün yaratıcılıklarını ve becerilerini gösteren çok zengin ve lezzetli türler ortaya çıkmış; mutfaklar, çalışanlar, yemekler, şenlikler, konuk ağırlamaları, kap kacaklar gibi konularda kurallar, teamüller geliştirilmiştir. Osmanlı saray mutfağı bulunduğumuz coğrafyada kuşkusuz Osmanlı’nın saray kenti olan ve bölgenin yemek kültürünün merkezi konumundaki Edirne’den başlamıştır. Edirne, 1361 tarihi itibariyle 90 yıl İmparatorluğa başkentlik yapmış; Saray mutfağı ve Saray sofralarında pek çok konuk ağırlanmış ve birçok şenliklere sahne olmuştur. I. Sultan Murad’ın Edirne’yi merkez yaptıktan sonra burada muhteşem dairelere ayrılmış saraylar, köşkler yaptırıp törenlere dair bazı kurallar koyduğu bilinmektedir. Yıldırım Beyazıt zamanında Osmanlı Sarayı’nda kölelere, cariyelere, kapıcılara, mutfak görevlilerine rastlanmaktadır. Sultan I. Murat’ın şehzadeleri için yaptırdığı büyük sünnet düğünü törenlerini Âşık Paşazade şöyle canlandırmıştır: Bir düğün kim Murad Han etti kardaş Yayıldı sofralar, döküldü çok aş Bir ay tamam yenildi nimetler Fakir ve gani ve hem yedi evbaş Çelebi Mehmet zamanı teşrifata uygun olmayıp II. Murad’ın Saray’ında intizam ve ihtişam tamamıyla görülmektedir. Mutfakta ekip zenginliği başlamış olup saray koruması yanında ocakçıbaşı, kuşhaneci, pilavcı, börekçi, tatlıcı, çeşnicibaşı gibi mutfak görevlileri de belirlenmiştir. Padişahın etrafında çeşniciler



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

ve peşkirilere rastlanmaktadır. Çeşnicibaşı, yemekte zehir bulunduğu şüphesini ortadan kaldırmak için ilk lokmayı aldıktan sonra sofraya koyduğu, diğerlerinin de öteki işleri görüp, leğen ibrik tutup, kaşık değiştirdiği, bunların da öğretildiği şekliyle peşkircilerce yapıldığı anlaşılmaktadır. Fatih Sultan Mehmet tarafından saraylarda iki mutfak yaptırılmıştır. Bunlar Edirne ve İstanbul Saraylarındakilerdir. Ayrıca haremde “Kuşhane” denen mutfaklar vardır. Edirne Saray’ında kilerli koğuş, enderunlar kileri, kileri hassa ve dört kilerle beş mutfak vardır. Tunca Nehri civarında ise helvacılar, güllabcılar, aşçılar, fodlacılar, ekmekçiler, tatlıcılar ve sabunculara (mis sabunu) ait odalar ve bunlara ait hamam, mescit, büyük bir çeşme bir de kileri amire bulunmaktaydı.

Mutfak ve kilerdeki yiyecek ve pişirim malzemeleri, mutfak masraf defterlerine işlenmekteydi. Padişahın yemekleri kuşhane mutfağında pişirilmekte olup yemekler kuşçubaşılar tarafından hazırlandığı, çalışanların yaptıkları işlere ve kıdemlerinin belirlendiği (kuşçubaşı, ocakçibaşı, serçini, derçini) kaynaklardan anlaşılmaktadır. Bütün bu kurallar Fatih Sultan Mehmet’in Kanunname-i Osmanî ile getirilmiş olup mutfak idaresinde yazılı kurallara bağlanmıştır. Mutfakların masraf defterleri mevsimlere göre sarayda tüm yaşayanların konumları ve sağlık durumlarına göre yemek listeleri, diyet yemekleri ve bunların pişirileceği yerler ayrı ayrı belirlenmiştir. Valide Sultan, şehzadeler ve harem halkından ileri gelenlerin yemekleri ise has mutfaklarda hazırlanmaktadır.

Helvahane Matbah-ı Amire Saray Mutfaklarına bağlı bir ocaktı. Burada çeşitli tatlıların yanında reçeller, şurup ve şerbetler, hekimbaşılardan özel formüllü ilaç şurupları yapılmaktadır. Bu ocaklarda senede bir defa ilkbaharda tarçın, havlıcan, gül, gelincik macunlarının kaynatıldığı ve bu geceye ot gecesi dendiği kayıtlarda bulunmaktadır. Hekimbaşılardan ise her sene Nevruz’da amber, afyon hülâsası ve diğer kokulu nebattan Nevruzziye ismi verilen kırmızı renkli ve kokulu bir macun yaparak bunları nevrüz gecesi porselen kaplar içersinde padişah, şehzade ve sultanlara, kadı efendilere, sadrazam ve devlet ricaline ikram ettikleri bilinmektedir. Edirne Sarayı ayrıca 17-18 yy.lara kadar



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

düğün ve şenlik merkezi konumunu sürdürmüş; günlerce süren düğünler, şenlikler ve törenlerde yemekler, tatlılar, şerbetler ile mutfak zenginliği yaşatılmıştır.

Beslenmeye Osmanlı tıbbında da yer verilmiştir. Ayrıca insanların mizaçlarına göre beslenmelerinin gerektiği, mevsimlere göre ilişki kurulduğu yazılı kayıtlardadır. Ruh hastalarının müzikle tedavi edildiği Edirne II. Beyazid Darüşşifası’nda bu yönlü beslenmenin varlığı Evliya Çelebi Seyahatnamesinde, “her hastanın derdine göre nefis yemeklerin verildiği” ifadesi ile mevcuttur.

### **3.1.2. Mutfak Turizminin Geliştirilmesi İçin Yapılması Gerekenler / Eksikler**

Bir destinasyona çok farklı nedenlerle gelen bir ziyaretçinin beklentileri çeşitlilik arz ettiğinden, tek tip destinasyon pazarlamasının başarıya ulaşması oldukça zordur. Bu nedenle güçlü ve zayıf yönleriyle, tehdit ve fırsatlarıyla destinasyon özelliklerinin turizm talebi ve dikkat e alınarak belirlenmesi ve buna bağlı çalışmaların yapılması rekabetçi destinasyonların oluşturulması açısından oldukça önemlidir.

Bu çalışmanın amacı, Edirne’nin turizm açısından mevcut durumunun belirlenmesi için SWOT analizini yaparak, bölgenin turizm açısından iyileştirilmesine yönelik önerilerde bulunmaktır.

Ekonomik, sosyo - kültürel, teknolojik v.b. açılardan yoğun bir değişimin yaşandığı ve yeni performans kriterlerinin ortaya çıktığı günümüz rekabet ortamında kentlerin başarılı olabilmesi; kentlerin güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenerek, fırsatlardan maksimum faydayı sağlanmasına ve tehditlerin minimuma indirilebilir stratejileri geliştirmelerine bağlıdır. Edirne ili böylelikle yatırım ve turizm potansiyeli yüksek bir il haline gelecek ve etkin bir biçimde pazarlanması sağlanarak başarılı ve dinamik bir turizm kenti olacaktır. Edirne ilinin SWOT Analizi aşağıda görüldüğü gibidir:



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

<b>Güçlü Yönler</b>
Yöredeki tarihi çekiciliğinin olması (Tarihi Evler, Kiliseler, Camiiler vb.).
Yöre mutfağının zengin olması.
Yörenin tarihi kültürel zenginliğinin olması.
Yörenin kendine özgü gıda ve el sanatı ürünlerine sahip olması.
Yörenin sanayi şehri olması.
Sultan II. Beyazid Külliyesi Sağlık Müzesi'nin Avrupa'daki ödüllü müzeler arasında yer alması.
Edirne'nin İstanbul'a yaklaşık 225 Km. mesafede olması
Yağlı Güreş Sporuna sahip olması.
Edirne'nin, kültürel mirasının sergilendiği müzelere sahip olması.

Edirne'nin dünyada en eski yerleşim yerlerinden biri olması, birçok medeniyete ev sahipliği yapması ve dini ve ulusal açıdan önem taşıyan, stratejik birçok savaşa konu olması gibi nedenlerle turizm açısından çok sayıda tarihi ve kültürel çekiciliğe sahiptir. Bu kültürel ve tarihi geçmiş yöre insanının kültürel özelliklerine, el sanatlarına ve yöresel lezzetlerine yansımıştır.

<b>Zayıf Yönleri</b>
Yörenin tanıtım eksikliğinin olması.
Tarihi, kültürel ve doğal dokuya gerekli özenin gösterilmemesi.
Yöredeki turizm bilinci ve turistlere karşı önyargının olması.
Kamu ve özel işletmelerin turizmle ilgili çalışmaların yetersiz olması.
Restorasyon eksikliğinin olması.
Kamu ve özel işletmeler arasındaki koordinasyonun eksik olması.
Yöre mutfağına sahip çıkılmaması

*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Yöre esnafının turizm konusundaki eğitim eksikliğinin olması.
Yeterli tanıtım ve pazarlamanın yapılamaması.
Kent logosunun olmaması.
Kentin turistik imajının zayıflığı.
Mevcut tarihi eserlerden turizm tanıtımı olmaması sebebiyle kazanç sağlanamaması
Doğal, tarihi ve kültürel değerlerin korunmasında yeterli özenin gösterilememesi.
Edirne'nin Selimiye Cami dışında diğer tarihi zenginliklerinin ön plana çıkarılmayışı

Yapılan görüşmelerde, Edirne turizminde ziyaretçi sayısında artış sağlansa da yetersiz kaldığı ve mevcut kaynakların yeterince değerlendirilmediği belirtilmiştir. Ayrıca, yöre esnafının ve yerel halkın turizm konusunda bilinçlenmesi gerektiği ve kamu ve özel işletmelerin turizm ile ilgili çalışmalarda koordineli çalışmalarını gerektiği belirtilmiştir.

<b>Fırsatlar</b>
Bölgedeki diğer tarihi ve turistik çekim yerlerinin varlığı
Bölgeye artan turizm talebi
Edirne'de Organize Sanayi Bölgesinin bulunması.
Edirne'nin ve ilçelerinin markalaşması bölgenin sosyo-kültürel ve ekonomik gelişimine olumlu katkılar sağlayabilmesi.
Edirne'nin Avrupa Birliği'ne üye ülkelere sınır ve Balkan Ülkelerine yakınlığının, markalaşmasına katkısı.
Metropol kargaşasının yaşanmadığı bir bölge olması.
Avrupa-Asya kıtaları arasında köprü olması.
Edirne'nin Avrupa Birliği'ne üye ülkelere sınır kapılarının ve İstanbul'a ulaşım



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

kolaylığının bulunması.

**Tehditler**

Uluslararası ulaşım yolunun kent dışına alınması nedeniyle kentin uğrak yeri olmaktan uzaklaşması.

Tanıtımı profesyonelce yapılmadığından, yetersiz kalması.

**Edirne'nin Zayıf Yönlerini Düzeltme İle İlgili Öneriler**

Halkın turizme bakış açısının değiştirilmesi ve turizm bilincinin oluşturulması için eğitim seminerleri düzenlenmeli

Tanıtıma ağırlık verilmeli

Turizm ile ilgili tüm özel ve kamu kurum çalışanlarının turizm bilinci artırılarak turizme bakış açılarının değiştirilmesi gerekir

Turizmin ekonomik, toplumsal vb. getirilerini dikkate alarak turizm ile ilgili yatırımlara ağırlık verilmeli

Tarihi, doğal ve kültürel değerlerin korunması bilinci yerel ve özel yönetimlerce halka benimsetilmeli

- Turizm ile ilgili tüm ve özel kuruluşlar arasında koordinasyon sağlanarak ortak hareket etmeleri sağlanmalı

Arkeolojik kazı ve araştırmaların desteklenmesi

Katılımcılar, Edirne turizminin geliştirilmesi açısından sahip olduğu fırsatları değerlendirmesi açısından yapılması gerekenlere ilişkin alınan yanıtlar yukarıdaki tablolarda gösterilmiştir. Görüşme yapılan işletme sahipleri öncelikle ilin sahip olduğu tarihi, doğal ve kültürel kaynakların daha etkin kullanılması gerektiği, daha etkin tanıtım yapılması gerektiği, turizm alanında daha fazla yatırım yapılması



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

gerektiği, kamu ve özel yöneticilerin turizm bilincinin artırılması gerektiği ve kültürel ve sosyal aktivitelerin artırılması gerektiği görüşündeler.

**Analiz şu şekilde detaylandırılabilir:**

**Güçlü Yönler:** Edirne bulunduğu Trakya coğrafyasının merkezinde, içinde barındırdığı tarihi eserleri ile ülkemizin önemli kentlerinden biridir. Osmanlı İmparatorluğu’na 92 yıl başkentlik yapmış olan kent, üzerinde birçok devlet, imparatorluk ve medeniyetlerin izlerini taşıması sebebiyle, önemli bir kültür ve uygarlık merkezi haline gelmiştir. Edirne’nin tarihsel ve kültürel olduğu kadar, tabiat zenginliğine sahip olması da kayda değer diğer bir özelliğidir.

Edirne il merkezinde, Edirne Arkeoloji ve Etnografya Müzesi, Edirne Türk İslam Eserleri Müzesi, İkinci Beyazıt Külliyesi Sağlık Müzesi, Vali Fahri Yücel Kent Tarihi Müzesi (Hafızağa Konağı), Lozan Anıtı Ve Müzesi ve Şükrü Paşa Anıtı Ve Balkan Savaşı Müzesi bulunmaktadır. Sultan II. Beyazıt Külliyesi, mimarisiyle olduğu kadar Avrupa’daki ödüllü müzeler arasında yer alan Sağlık Müzesi olarak kullanılan şifahanesi ile de dikkat çekmektedir. Edirne, Trakya’nın genelinde hâkim olduğu üzere, Rumeli Türk kültürü ile yoğrulmuş bir ildir. Yıllardır kesintisiz olarak düzenlenen Kırkpınar Yağlı Güreşleri de yaz aylarında birçok yerli ve yabancı turisti çekmektedir. Bu dönemlerde komşu illerden ve ülkelerden Edirne’ye gelen insanların birbirlerini ve kenti yakından tanıma fırsatı elde etmeleri bakımından bu faaliyet, önemli bir folklorik işlev taşımaktadır. Ayrıca Kırkpınar Yağlı Güreşleri’nin Avrupalı Seçkin Destinasyonlar Projesi’nde birincilik ödülüne sahip olması kente olan turistik talebi artırmaktadır. Folklorik zenginliğin diğer bir unsuru olan yemek kültürü de Edirne’de dikkat çekicidir. Edirne’nin adını ulusal ve uluslararası sınırlar dışına taşıyan tava ciğeri, Edirne peyniri, badem ezmesi ilk akla gelen yiyeceklerdir.





*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Ayrıca kültürün ve ekonomin kalbi sayılan İstanbul’a 225 km. mesafede olan Edirne, güneybirlik turizmin gelişmesi açısından önemli bir konuma sahiptir.

**Zayıf Yönler:** Yukarıda belirtilen üstün özelliklerin yanı sıra, Valilik, Belediye Başkanlığı, Üniversite, Sivil Toplum Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odası, Esnaf Odası’ndan oluşturulan planlı ve organize bir oluşumun bulunmaması, Edirne’nin zengin kültür mirasını ulusal ve uluslararası düzeyde vurgulayacak tanıtımın yapılamamasına yol açmaktadır. Yerel yönetimlerin ve sivil toplum kuruluşların ilgisizliği bölgenin markalaştırılması yolundaki ilerlemeyi geciktirmektedir. Edirne’nin Selimiye Camii dışında diğer tarihi zenginliklerin turizm tanıtımın yeterli değildir. Bulgar Kilisesi, Havra, İtalyan Kilisesi, Maşatlık, Eski Camii, Üç Şerefeli Camii, Muradiye Camii, II. Bayezıt Camii, Kasımpaşa Camii, Gazi Mihal Camii, Dar-ül Hadis Camii, Lari Camii ve diğer camii, türbe ve müzelerin varlıkları, medeniyetlerin bulunduğu bir kent olması yönünden Edirne’yi ayrıcalıklı kılmaktadır.

**Fırsatlar:** Edirne’de kurulan Avrupa Birliği Ofisi eğitim ve araştırma alanında Avrupa Birliği ile bütünleşme sürecine katkıda bulunmak amacı ile yapılan çalışmalara, projelere destek vermektedir. Organize Sanayi Bölgesi, Edirne’ye yerli ve yabancı yatırımcıların daha fazla yatırım yapmasında, işsizliğin azaltılmasında, yeni istihdam alanlarının yaratılmasında, dengeli ve sürdürülebilir sosyo-ekonomik kalkınmanın sağlanmasında önemli rol oynamaktadır. Edirne zengin kültürel mirası, tarihi geçmişi ve pek çok özelliğiyle birçok Avrupa kentinden üstündür ancak bir kentin sosyo-kültürel yapısının gelişmesi her anlamda değişim ve gelişim göstermesiyle olur. Tarihi Edirne Evlerinin (sivil mimarlık örnekleri) restorasyonu ve butik otel olarak projelendirilmesi, yöresel mimari değerlerin korunarak turizm hizmetine sunulduğu sıra dışı konaklama tesislerinin oluşturulması markalaşma için önemli bir unsurdur.



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

**Tehditler:** Kapıkule sınır kapısı her ne kadar ilk bakışta bir avantaj gibi görünse de sınır kapısından giriş yapan insanların Edirne’yi transit geçiş merkezi gibi görmesi ve genellikle uluslararası ulaşımı sağlayan çevre yolunu kullanmaları bu insanların ili ve ilçelerini yakından tanıma fırsatını ortadan kaldırmaktadır. Dış turizm olanakları ivedilikle geliştirilmeli ve Edirne, dış turizmin uğrak yeri haline getirilmelidir. Tarımın uzun dönemde negatif yönde etkilenmesi, işsizliğe ve nüfus kaybına, özellikle kırsal alanlardan göçlere neden olmuştur.

### **Değerlendirme**

Destinasyon pazarlaması, turist taleplerini arttırmakla birlikte sürdürülebilir turizmin gelişimi açısından da önem taşımaktadır. Destinasyon pazarlamasında ön plana çıkan konulardan biri de destinasyona ilişkin kültürel öğelerden yararlanarak bunların turizm amaçlı kullanılmasıdır. Bu kültürel öğeler içerisinde geleneksel yemek kültürünün değerlendirmeye alınması ayrı bir öneme sahiptir. Geleneksel mutfak, destinasyonun imajını olumlu etkileyen önemli unsurlardan biridir. Ayrıca yemekler, turistlerin tüketim giderlerinden kısmayı en son düşündükleri ve tüketirken en çok zevk aldıkları faaliyetlerden biridir.

Ulusal ve uluslararası kapsamda değerlendirildiğinde, son yıllarda insanların farklı kültürlere ait yemekler hakkında bilgi ve deyim sahibi olma isteklerinin arttığı gözlenmektedir.

Yerel ve bölgesel yemek kültürü sürdürülebilir rekabet açısından bir destinasyon için büyük bir potansiyel oluşturmasına karşın, destinasyon pazarlamasında etkili bir sermaye aracı olarak kullanılmamaktadır. Trakya’nın geleneksel yemek kültürü destinasyon pazarlaması açısından değerlendirildiğinde; yörenin ziyaret edenler tarafından talep edilme düzeyi ve sıklığıyla beraber ziyaretçilerin geleneksel yemeklere ilgi göstermeleri de büyük önem taşımaktadır.



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Yabancı literatürde yiyecek turizmi olarak adlandırılan bu kavramın önemi ve Gastronomi nedeniyle seyahat edenlerin sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Gastronomi turizmi gelişmeye devam ettiği sürece, geleneksel yemek kültürünün destinasyon pazarlaması yönetiminde daha etkin bir rol oynaması kaçınılmaz olacaktır.

Özellikle yerel turizm faaliyetlerinde yöresel tanıtımın daha etkin olmasını sağlamak için; turizm gelişiminin sağlanmasının yanında geleneksel mutfak kültürünün ve geleneksel yemeklerin tanıtımına yönelik çalışmaların da yapılması, yöredeki destinasyonların pazarlanmasının gelişimi açısından önem arz etmektedir.

Bu araştırma Edirne'nin Keşan ilçesinde yapılmış ve Turizm destinasyon pazarlamasında Keşan ve bölgesinin geleneksel mutfağının rolü araştırma konusu olmuştur.

Bir toplumun kültürünün ve yaşam biçiminin ifadesi olarak görülen geleneksel yemek kültürü turizm destinasyonları kapsamında dahil edilerek; destinasyonda farklılaşma ve destinasyon pazarlaması kapsamında önemli bir konuma gelmesi sağlanabilir.

Turizm destinasyonları içerisinde geleneksel yemek kültürü;

- Turistler tarafından tüketilen yerel kültürün bir parçası,
- Bölgesel turizmin promosyon unsuru,
- Yerel, tarımsal ve ekonomik kalkınmanın bir parçası,
- Rekabetçi destinasyon pazarlamasının bir unsuru,
- Küreselleşme ve yerelleşmenin bir göstergesi
- Turistler tarafından özellikle tercih edilerek tüketilen ürün ve hizmetlerin bütünü olarak ifade edilmektedir.



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Keşan, farklı kültürlerin bir arada olduğu zengin bir yapı sergilemektedir. Bu da toplumsal ve kültürel açıdan çeşitlilik olmasını sağlamıştır.

***Yöresel yemeklerin tercih edilme durumu:***

İşletme sahiplerinin ifadelerine göre lokantalara gelen müşteriler ve turistler bilinen yemekleri tercih etmektedir. Bu nedenle menülerde bilinen yemeklere yer verilmesi daha uygundur.

***Lokanta sahiplerinin geleneksel yemeklere bakışları:***

Geleneksel yemekler yiyecek içecek işletmeleri için; sunum açısından çeşitlilik arz ettiğinden oldukça önem verilen bir konu olarak değerlendirilmektedir. Ancak geleneksel mutfak yemeklerinin yapılması uzmanlık gerektiğinden yapımı çok detaylı olan yemeklere menülerde çok fazla yer vermedikleri, bunun yerine yapımı ve hammadde temini kolay olan geleneksel yemeklere yer verdiklerini belirtmişlerdir. Bu noktada işletmeler geleneksel mutfak kültüründe yer alan bir yemek için ticari kaygı taşımadıklarını sadece sürekliliğinin olmaması nedeniyle geniş olan menü içeriğinden sadece tanınmış olan yiyecek- içecekleri sunduklarını belirtmişlerdir.

***İşletmelerde müşterilere sunulan geleneksel yemekler:***

- **Edirne Tava Ciğeri**

Edirne Tava Ciğeri olarak da bilinen Edirne Yaprak Ciğeri, dana karaciğerinin ince bir şekilde kesilip buğday ununa bulanarak hazırlanmaktadır. Malzeme olarak Edirne yöresinde yetiştirilen dana cinsi büyükbaş hayvan ve bu yöreye ait buğday unu kullanılmaktadır. Servisi esnasında ise Edirne yöresine ait olan kızartılmış ve doğal yolla kurutulmuş kırmızı biber kullanılmaktadır. Hazırlanışı ve pişirilişi kolay gibi gözükse de yapılışı ustalık gerektiren bir yemektir.

- **Badem Ezmesi**



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

- Badem Ezmesi, badem unu ve şeker kullanılarak hazırlanan Edirne yöresine özgü birtatlı çeşididir. Hazırlanması ustalık gerektiren badem ezmesinin, yapımında Edirne bademleri kullanılmaktadır. Edirne Badem Ezmesi'nin sırrı buna dayanmaktadır. Turistik değeri oldukça yüksek olan bu yöresel lezzet, hediyelik ikramlar için oldukça rağbet görmektedir.
- 
- Edirne Kurabiyesi
- Edirne Kurabiyesi, Osmanlı'ya dayanan Edirne'de meşhur olan bademli, kavrulmuş un kurabiyesidir. 16. yüzyılda Osmanlı Devleti'nin hüküm sürdüğü dönemde sarayda sıklıkla yapılan ve ikram edilen, bölgede yetişen badem parçalarıyla hazırlanan Edirne Kurabiyesi, pudra şekeriyle sunulur ve eşsiz lezzetiyle hafızanızda unutulmaz tatlar bırakır
- Trelice
- Balkanların özelliğini taşıyan ve bir Arnavut geleneği olan Trileçe, Edirne'de de üç süt karışımının kullanıldığı sütlü şerbet ile hazırlanan bir tatlıdır. Trileçe , hafifliği ve sünger keki ile dilden dile yayılan enfes karamalize sosla servis edilmektedir.
- Edirne Beyaz Peyniri
- Edirne'ye özgü, burada yetiştirilen süt veren hayvanların sütü kullanılarak üretilen beyaz peynirdir.Edirne Beyaz Peyniri, karışım süt kullanılmadan tek cins süt ile üretilmektedir.Peynirin özelliği, farklı aylarda farklı aromaya sahip olmasıdır. Bunun sebebi, aylara göre değişiklik gösteren bitki örtüsü ile beslenen hayvanların sütlerinin besin değerlerinin farklılık göstermesidir. Besin değeri farklı olan sütlerle üretilen peynirin aroması da bu yüzden farklılık göstermektedir.
- Hardaliye
- Hardaliye; asma yaprağı, hardal tohumu ve üzüm kullanılarak hazırlanan Trakya'ya özgü, yöresel bir içecektir. Kırklareli'de de rastlayabileceğiniz bu içeceğin patenti alınarak milli içecek haline getirilmesi hedeflenmektedir. Kuvvet verici, iştah açıcı, harareti önleyici, tansiyonu dengeleyici, dolaşım ve bağışıklık sistemlerini



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

düzenleyici etkileri bulunmaktadır. Hardaliye'nin koyu renge sahip olması için özenle seçilen papazkarası üzümler kabuğu kırılacak şekilde ezilmekte, ardından şarap ve sirkeye dönüşmesini engellemek için kabuğu çatlayacak kadar ezilen hardal tohumu ile asma yaprağı kaplı fiçılara yerleştirilmektedir. Kıvama geldiğinde de süzülerek içilmeye hazır hale getirilmektedir.

- **İpsala Pirinci**

İpsala'nın meşhur baldo pirinci sofraların en çok tercih edilen pirinç çeşididir. Türkiye'nin pirinç üretiminin %60'ı Meriç Deltası ve Ergene Ovası'ndan sağlanmaktadır; Trakya'daki pirinç üretiminin %90'ı da Edirne'den sağlanmaktadır. Edirne için ekonomik açıdan oldukça önemli olan pirinç aynı zamanda yemeklerde bolca kullanılmaktadır.

- **Keşan Satır Et**

Keşan Satır Et, Keşan Ticaret ve Sanayi Odası tarafından tescillenmiştir. Trakya Bölgesi'nin güneyinde bulunan Keşan, Enez ve İpsala yerleşkelerinde yetiştirilen kıvırcık cinsi süt kuzularının eti ile hazırlanmaktadır. Bu kuzular doğal ortamda yetiştirilmekte; yonca, arpa, buğday, mısır ve kekik gibi hiçbir katkı maddesi içermeyen doğal gıdalar ile beslenmektedir.

- **Ciğer Sarma**

Pirinç, soğan ve kuzu ciğerinin harmanlanarak kuzu gömleğine sarılıp, fırındak pişirilmesiyle hazırlanmaktadır. Edirne'de oldukça fazla tüketilen sakatatlar kategorisine giren Ciğer Sarma'ya Rumeli mutfağında da rastlamak mümkündür. Eski dönemlerde besi hayvancılığı yapılmadığı için küçükbaş hayvanların kuzuladığı dönemlerde bahar aylarının bereketli geçmesi ve sürüye yeni hayvanların katıldığını müjdelemek amaçlı, hayvan sahipleri tarafından ciğer sarma yapılarak etrafa dağıtılıyordu ve bir statü ürünü olarak algılanıyordu. Zamanla besi hayvancılığına başlanmasıyla birlikte yapımı artmıştır. Osmanlı mutfağının önemli ve prestijli yemekleri arasında yer almaktadır.

- **Kuskus**



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

- İrmik, un ve yumurta kullanılarak yapılan bir çeşit makarnadır. Yapımı oldukça vakit alan Kuskus, kışlık olarak hazırlanan ev makarnası çeşitlerindedir. Makarna hamuru gibi hazırlanmaktadır. Hazırlanan hamur küçük parçalar halinde kesilerek unlanıp çok küçük yuvarlaklar haline getirilmektedir. İsteğe bağlı olarak güneşli havada kurutulmakta veya fırınlanmaktadır. Daha sonra kaynar suda haşlanıp pişirilerek servis edilmektedir.
- **Kapama**  
Kapama; av hayvanları, kuzu veya tavuk eti ile hazırlanan bir pilav çeşididir. Fırınlanıp pişirilerek servis edilmektedir. Balkan’da oldukça yaygın olan Kapama, Edirne ve Kırklareli olmak üzere Trakya’ya da Balkanlar’dan gelmiştir. En büyük özelliği pişirilirken içine karabiber ilave edilmesidir. Adı, eski dönemlerdeki pişiriliş şeklinden gelmektedir. Eski dönemlerde, fırınlanmak için tepsiye yerleştirilen kapamanın üzerine kapamayı örtecek şekilde bir kapak ve onun üzerine odun kuru konulurdu. Bu şekilde alttan ve üstten ayrı ayrı pişmesi sağlanan bu pilav “kapama” adını almıştır.
- **Kaçamak**  
Aslen Balkanlar’a ait bir yemek olan Kaçamak, zamanla Edirne mutfağında yerini almıştır. Mamaliga olarak da bilinen Kaçamak, mısır ununun özel bir şekilde pişirilerek üzerine çeşitli malzemeler ilave edilerek hazırlanan ve sıcak olarak servis edilmesi gereken bir yemektir. Kafkas ve Balkan göçmenleri tarafından Edirne’ye yayılan Kaçamak, Edirneliler tarafından kahvaltıda da tercih edilmektedir.
- **Yılan Balığı**  
Ülkemizde ender üreme alanlarından biri olan Enez Lagün veya Dalyan Gölleri’nde yetişen Yılan Balığı Enez’e gelen ziyaretçiler için aranan bir lezzettir.”
- **Peynir Helvası**



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

### **3.2. GELENEKSE LEZZETLERE YÖNELİK TALEP**

## **SINIR BÖLGESİNDEKİ TURİZM OLANAKLARININ ARAŞTIRILMASI ANKETİ**

### **DEĞERLENDİRME VE ANALİZ RAPORU**

Bu anket çalışmasının amacı; Interreg – IPA Bulgaristan – Türkiye SÖİ Programı dahilinde, Bulgaristan Bio Network Derneği ortaklığı ile gerçekleşen “Komşuların Lezzet Ağı” projesi ile sınır bölgesinde turizm alanında rekabet avantajı sağlamak için, Burgas ve Edirne İllerinde turizm güzergahlarının uzun vadeli sürdürülebilir büyümesine ve gelişimine öncülük etmek için ortaklık kurulmasının sağlanması ile ilgili görüş ve düşüncelerini ortaya koymaktır.

Anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm kişisel bilgilerin elde edilmesi amacıyla hazırlanan sorulardan; ikinci bölüm ise sınır ötesi bölgedeki turizm olanaklarının araştırılması hakkında, katılımcıların görüş ve düşüncelerini belirleme amacıyla hazırlanan sorulardan meydana gelmektedir.

Anket Burgas ve Edirne illerinden toplam 102 kişiye uygulanmıştır. İlk 5 soru katılımcı profilini belirlemek amacıyla kişisel bilgileri elde etmeyi amaçlamaktadır. Kalan 12 soru ise sınır ötesi bölgede turizm potansiyelini, gelişmeye açık turizm alanlarını, yöresel mutfağın turizmin gelişmesine olan katkısını belirleme hedefini taşımaktadır.

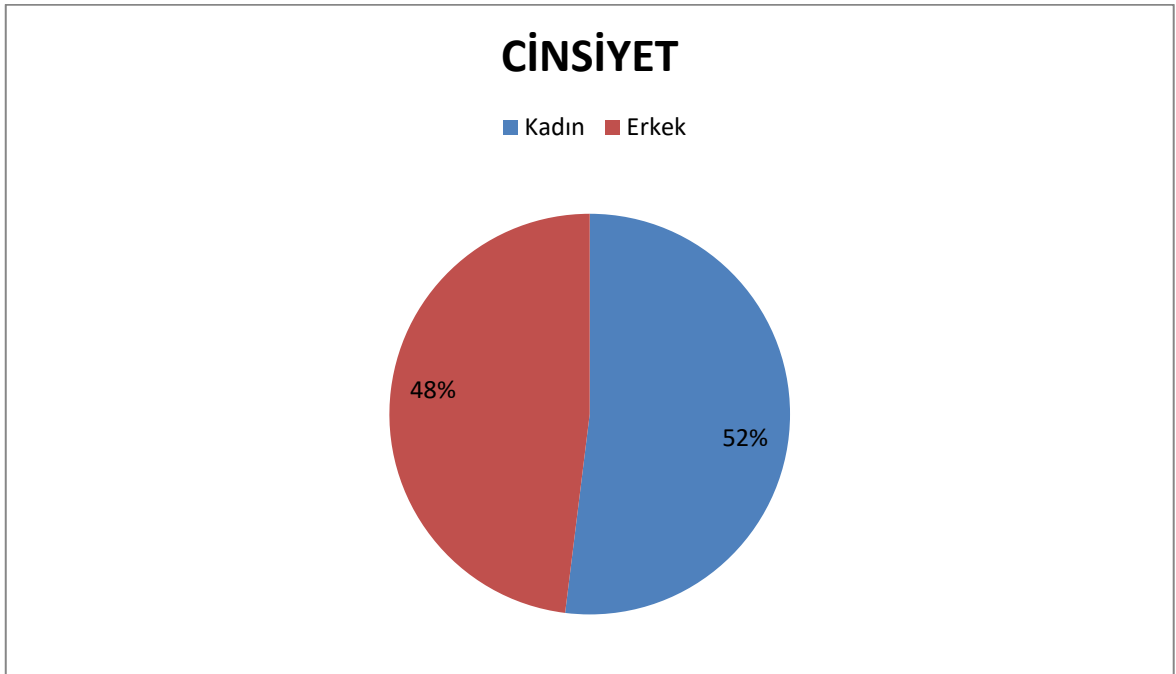
### **KİŞİSEL BİLGİ BÖLÜMÜ**



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

### **Soru 1: Cinsiyet dağılımı**

Ankete katılan 102 kişinin 53 tanesi kadın (%52), 49 tanesi erkektir (%48). Katılımcı profilinin cinsiyet dağılımında eşitliğe dikkat edilmiştir.

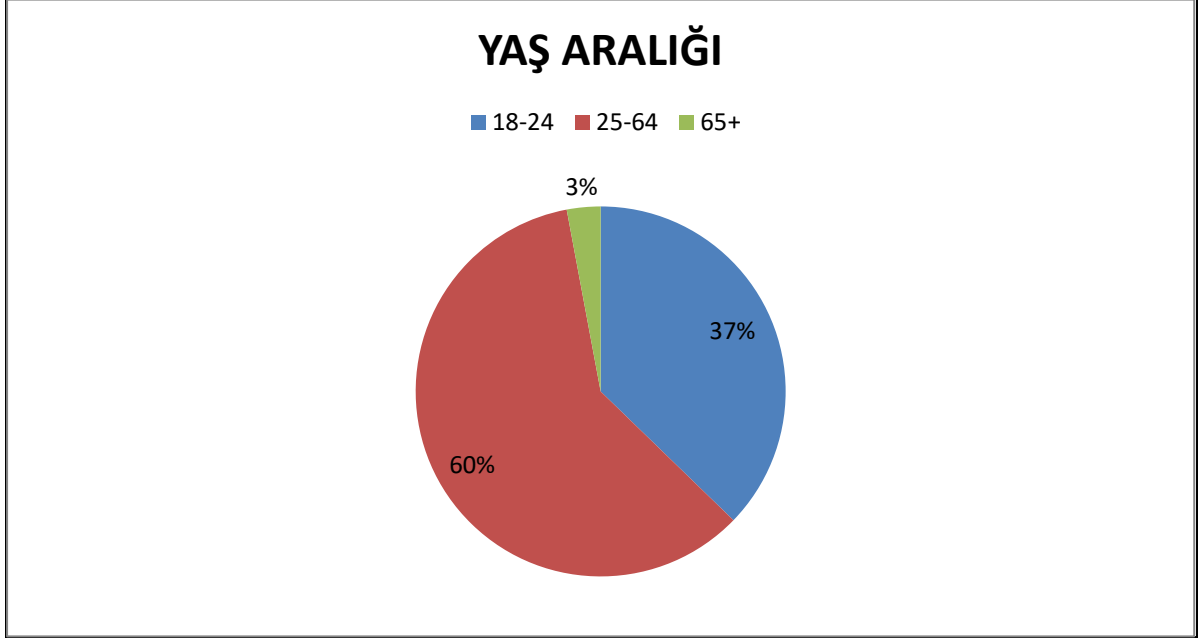


### **Soru 2: Yaş aralığı**

Ankete katılan 102 kişinin 38 tanesi 18-24 yaş aralığında (%37), 61 tanesi 25-64 yaş aralığında (%60), 3 tanesi ise 65 yaş üstüdür. Katılımcı profili yaş aralığı nüfusun genel yaş aralığı ortalaması ile uyumludur.



Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”

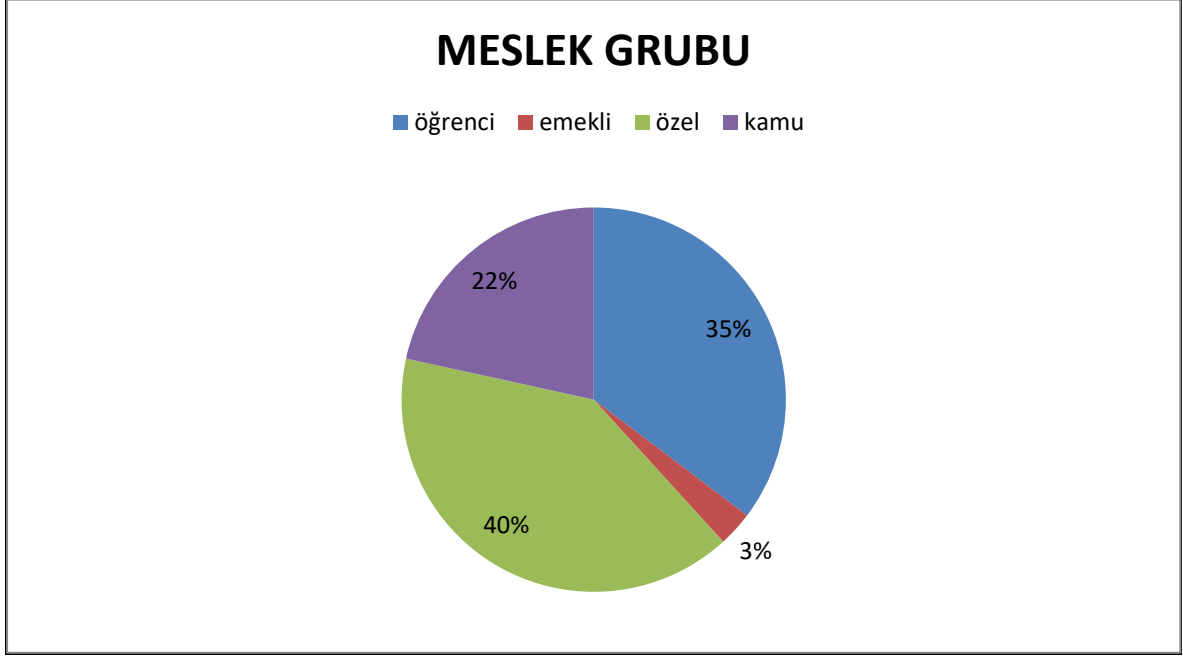


### Soru 3: Meslek grubu

Ankete katılanların meslek grubu 4 ana alanda belirlenmiştir. Katılanların 36 tanesi öğrencidir (%35), 22 tanesi kamu sektöründe (%22), 41 tanesi özel sektörde (%40) istihdam edilirken 3 tanesi emekli (%3) olarak hayatını sürdürmektedir. Katılımcı profilindeki meslek gruplarının turizm ile ilgili etkinliklere daha yoğun olarak katıldığı söylenebilir. Bu yönüyle katılımcı profili meslek grubu anketin amacına ulaşması açısından doğru belirlenmiştir.



Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”



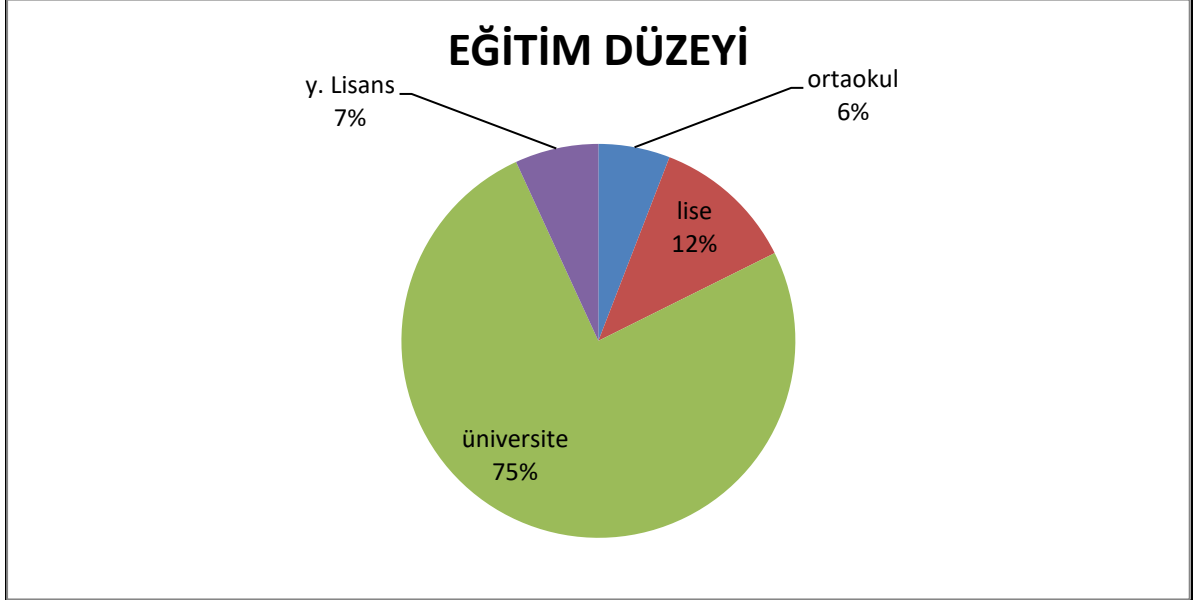
#### Soru 4: Eğitim düzeyi

Ankete katılanların 77 tanesi üniversite (%75), 12 tanesi lise (% 12), 7 tanesi yüksek lisans (% 7), 6 tanesi ortaokul (%6) mezunudur. Ankete katılanların eğitim seviyesinin özellikle Türk tarafı dikkate alındığında genel ortalamadan yüksek olduğu gözlenmektedir.

Öte yandan eğitim seviyesi yüksek grubun turizm faaliyetlerine daha çok katıldığı dikkate alındığında, anketin doğru sonuca ulaşması açısından katılımcı profilinin eğitim düzeyinin uygun seçildiği söylenebilir.



Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”



## TURİZM POTANSİYELİNİN ARAŞTIRILMASI BÖLÜMÜ

Anketin bu bölümünde sınır ötesi bölgede genel olarak turizm potansiyelinin, özel olarak yöresel mutfak ürünlerine olan ilgi, talep ve görüşlerin öğrenilmesi hedeflenmektedir. Elde edilecek sonuçlar bu alanda faaliyet gösteren işletmelere geleceğe yönelik stratejilerini belirlemede yol gösterecek, ilgili meslek kuruluşları ile bölgesel kalkınma kurumlarının bu alandaki faaliyetleri için referans olacaktır.

### **Soru 1: Yöresel mutfak ürünleri toplulukları ve bölgeleri tanıyabilmek için bir araçtır.**

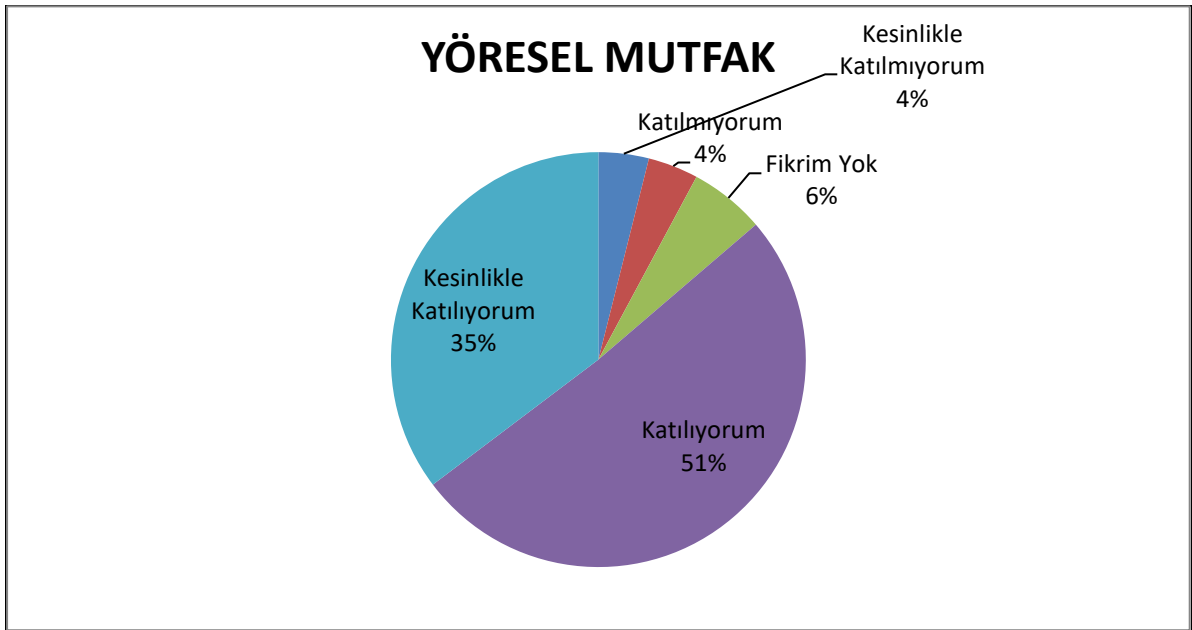
Yöresel mutfak ürünlerinin bölgeleri ve toplulukları tanımak için bir araç olduğunu düşünenlerin oranı hayli yüksektir. Ankete katılanların % 51'i bu tespiti katılmakta, %35'i ise kesinlikle katılmaktadır. Dolayısıyla anketi cevaplayanların % 86 gibi ezici çoğunluğu yerel mutfak ürünleri aracılığı ile bölgeyi ve bölgede yaşayan toplum hakkında fikir sahibi olabileceğine inanmaktadır. Bu tespiti katılmayanlar % 8 ile sınırlı kalmaktadır.

Bu sonuçtan hareketle yöresel mutfak ürünlerini bölgenin ve toplumun tanıtımı için bir araç olarak kullanmanın etkili bir yöntem olacağı söylenebilir. Dolayısıyla sınırın her iki



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

tarafında turizmin gelişmesine ve bölgelerinin tanıtımına yönelik faaliyet yürüten kamu kurumları, yerel yönetimler, STK’lar ve meslek kuruluşları ile işletmeler yöresel mutfak ürünlerini daha fazla ön plana çıkartmalı, tanıtım araçlarında (afişler, broşürler, sosyal medya, internet vb.) bu ürünlere yer vermelidir.



**Soru 2: Ziyaret ettiğim yerlerde yöresel yemekleri tercih ederim.**

Ziyaret ettikleri yerlerde yöresel yemekleri tercih edenlerin oranı % 85 gibi yüksek bir oranda tespit edilmiştir. Ankete katılanların % 43’ü bu tespite katılmakta, %42’si ise kesinlikle katılmaktadır. Anketi cevaplayanların % 85’i turizm etkinliği sırasında yöresel mutfağı tercih etmektedir. Yöresel mutfağı tercih etmeyenler % 7 gibi düşük bir orana sahiptir.

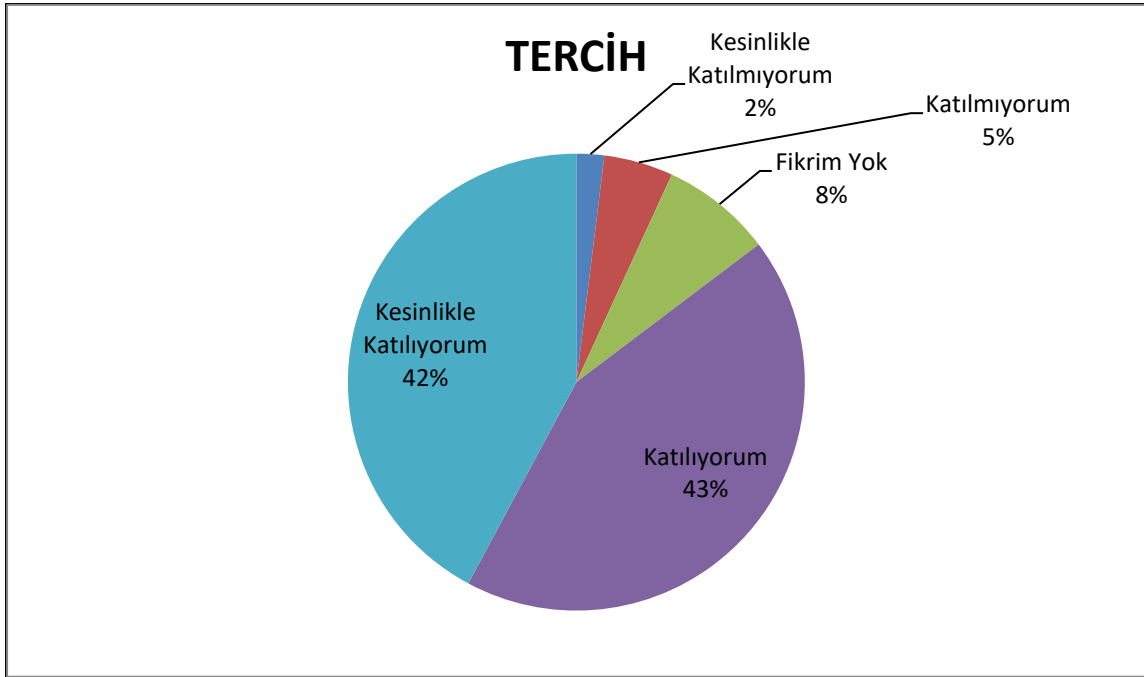
Bu sonuç, yöresel mutfak ürünlerini satan işletmelerin tercih edilme oranının ve satış potansiyelinin yüksek olduğunu göstermektedir. Bu ürünlerin satışını yapan işletmelerin

*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

sayısının artması bölge ve genelde ülke kalkınmasına olumlu katkı sağlayacaktır. Turizmin gelişmesine yönelik politika geliştiren kurumların;

- yöresel ürünlerin ve yöresel yemeklerin bölge ve ülke turizmine sağlayacağı katkıyı dikkate alması,
- yöresel mutfağın tanıtımını teşvik etmesi,
- geleneksel yemek kültürünü yaşatacak projeler geliştirmesi

yararlı olacaktır.



**Soru 3: Yöresel yemekler tatil yeri tercihimde etkilidir.**

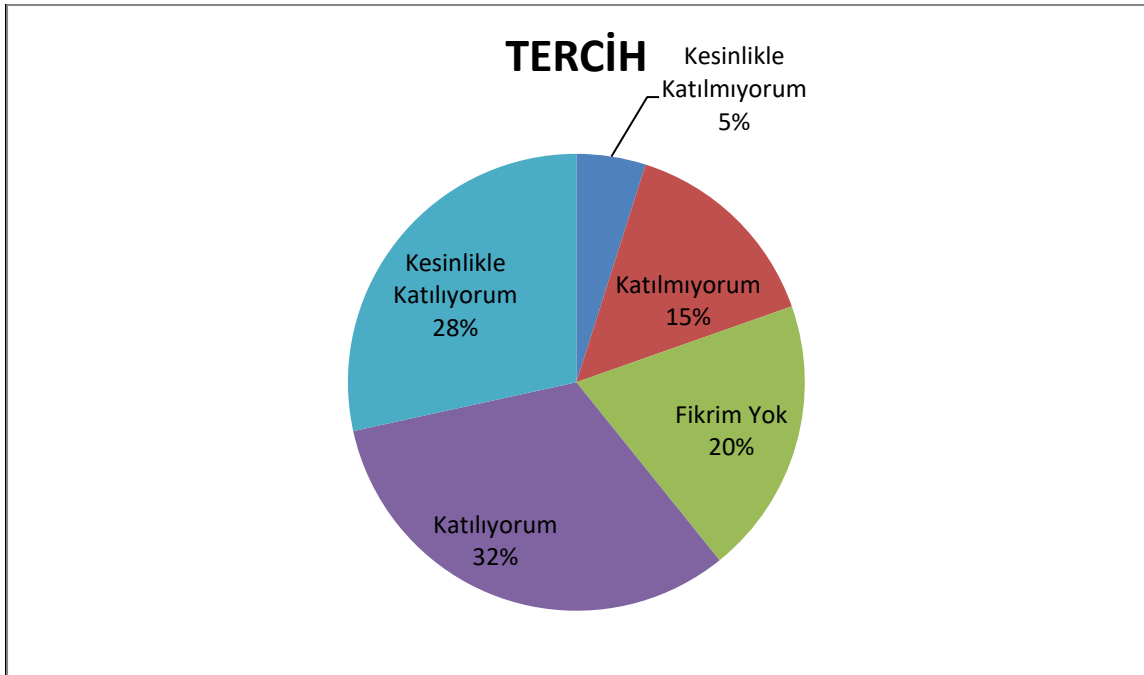
Anketi cevaplayanların yarısından çoğu tatil yeri belirlerken yöresel yemekleri dikkate almaktadır. Ankete katılanların % 32'si bu tespite katılmakta, % 28'si ise kesinlikte

*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

katılmaktadır. Fkri olmayanların oranı da % 20 civarındadır. % 20 oranında katılmayan grup bulunmaktadır.

Bu sonuca göre yöresel mutfağın zengin ve ulaşılabilir olması seyahat edenler açısından tatil yerinin tercih edilirliliğini arttırmaktadır. Yöresel mutfağın zengin ve kolay ulaşılabilir olması, aynı zamanda iyi tanıtılması halinde bölgesel turizmin gelişmesine katkı yapacağı, turist sayısını arttıracığı, gelen turistin yöresel mutfağa bütçe ayıracağı bu soruya verilen cevaptan ortaya çıkmaktadır.

Meslek kuruluşları, yöresel mutfak ürünleri üreten ve satan işletmeleri ön plana çıkartmalı, desteklemeli ve tanıtmalıdır. Turizm destinasyonları belirlenirken turizm acenteleri yöresel mutfağın zenginliğini vurgulamalıdır. Fikri olmayan % 20’lik kesimin tatil tercihinde yöresel mutfağın etkisi bu faaliyetlerde olumlu anlamda değiştirilebilir.



**Soru 4- Yöresel mutfak ürünleri bölgenin kültürel öğeleri arasında yer almaktadır.**



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Yöresel mutfağı bölge kültürünün bir parçası olarak değerlendirenler % 86 gibi yüksek bir orana ulaşmaktadır. % 8’lik bir grup ise bu tespiti katılmamaktadır.

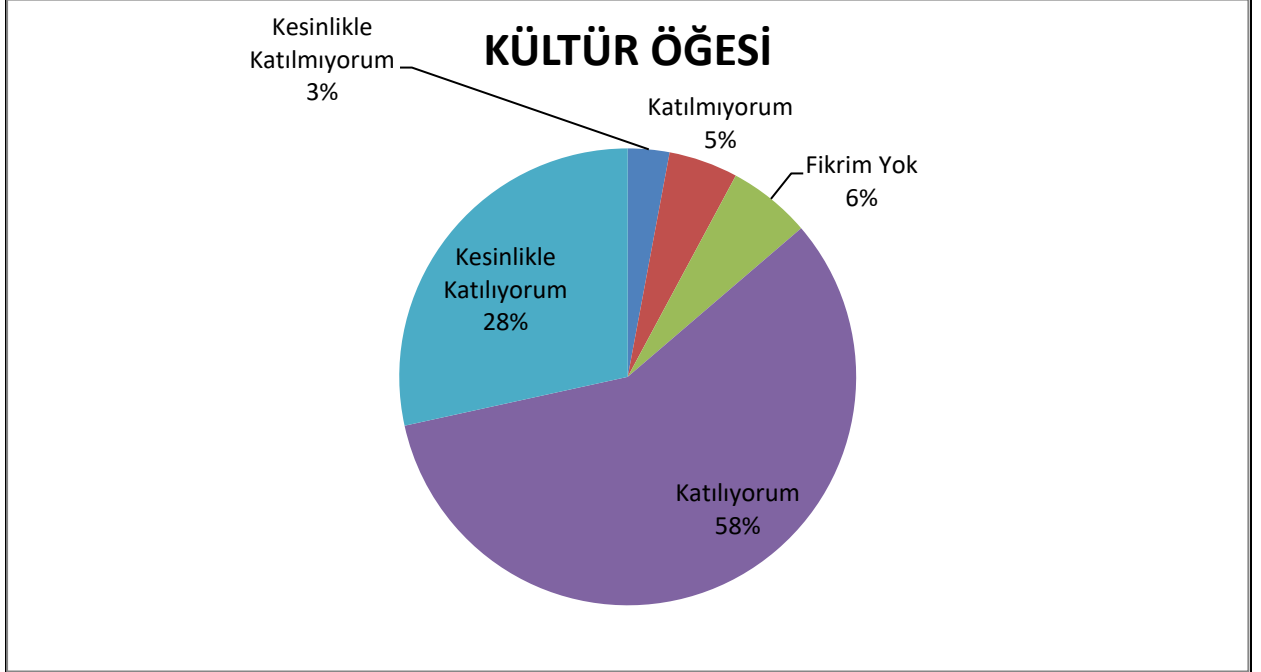
Geleneksel mutfağın turistler açısından bölge ve ülkeyi tanımak için önemli bir araç olarak görüldüğü bu anketteki ilk soruda tespit edilmişti. Aynı zamanda yöresel mutfak bölge kültürünün önemli bir ögesi olarak kabul edilmektedir.

Yemek, bir toplumun kendisini ve yaşam tarzını ifade şeklidir. Kültür, yöresel yemekleri tatmak amacıyla yapılan seyahatlerin göz ardı edilemez önemli bir parçasını oluşturur. Yemek turizmi ev sahibi bölgenin yemek sayesinde kültürel özelliklerinin de öğrenilmesi anlamına gelmektedir, bu sayede yöresel mutfağı keşfetmek, turistleri aynı zamanda kültür turisti haline getirmektedir.

Yöresel mutfağı tanıtmak ve turizm destinasyonları belirlenirken önemli bir unsur olarak kullanmak, aynı zamanda bölge kültürünü tanıtmak amacına hizmet edecektir. İnsanların turistik destinasyon seçiminde, gidilen ülkenin yemek kültürü ve yöresel yemekler giderek artan oranda önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Seyahat edilen yerin sahip olduğu özgün tatlar, turistlerin ilgisini en çok çeken konular arasında yer almaktadır. Dolayısıyla yöresel mutfağın turizmin geliştirilmesine yönelik planlarda daha çok kullanılmasının yararlı olacağı söylenebilir.



Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”



**Soru 5- Yöresel mutfak ürünleri bölgenin markalaşması için önemli bir unsurdur.**

Bölgelerin marka değerini arttıran unsurlar arasında yöresel mutfakın da bulunduğu görüşüne, ankete katılanlar % 84 oranında destek vermektedir. % 6’lık bir grup ise bu görüşe katılmamaktadır.

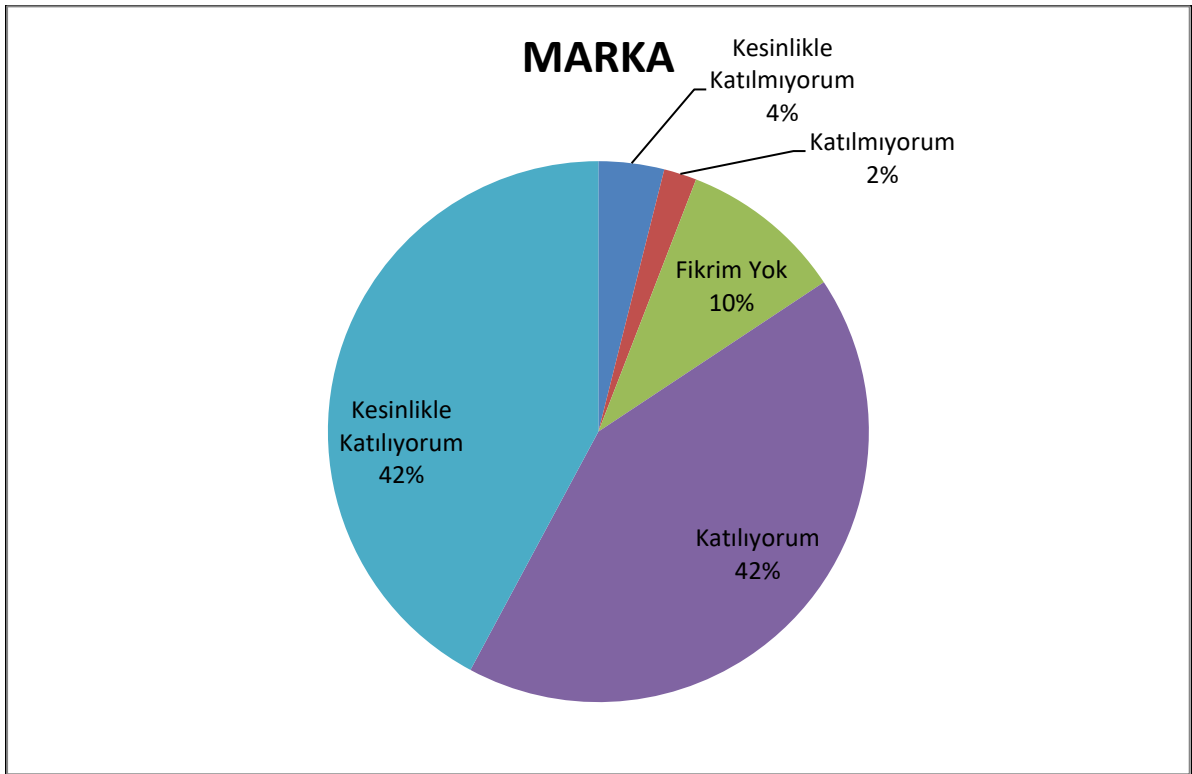
Turizmde destinasyon markası kavramı, ürünlerde farkındalık yaratmada kullanılan etkin bir kavramdır. Destinasyonun kendi markası ile pazarlanmasının, günümüz şartlarında daha etkin sonuçlar vereceği düşünülmektedir. Bir marka oluşturmak, turistik bölge için, turistik bölgeyi diğer benzer turistik bölgelerden ayırt eden başlıca özellikleri ile ön plana çıkararak, bir kimlik oluşturma sürecidir.

Bir turizm bölgesinin diğer bölgelerden farkı ancak marka ile müşterilere iletilebilir. Markalaşmak, destinasyonun sahip olduğu kaynakları etkin kullanması ve iyi bir tanıtım yapması ile mümkün olmaktadır. Bu nedenle, destinasyonlar yiyecek-içeceği kendilerini farklılaştırmak amacıyla kullanmaktadır Bir toplumun kültürünü ve yaşam biçimini



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

yansıtan yemek kültürü, turistik destinasyonu oluşturan önemli bir özelliktir. Bir bölgeye özgü yemekler, o bölge için bir fark yaratmaktadır. Dolayısıyla yöresel yemek kültürünün zenginliği bölgenin turizm markası haline gelmesinden önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Anketin bu sorusuna verilen cevaplar da bu tespiti doğrulamaktadır.



**Soru 6- Yöresel yiyecekleri diğer yiyeceklere göre daha fazla tercih ederim.**

Ankete katılanların % 77'si ziyaretlerinde yöresel mutfağı tercih edeceğini belirtmektedir. % 13'lük bir grup bu deneyime sıcak bakmamaktadır. % 10'luk grup ise fikri olmadığını beyan etmiştir.

Bir bölgeye özgü yemekler, o bölge için bir fark yaratmaktadır. Günümüzde insanlar sadece açlık duygusunu gidermek için değil, aynı zamanda o yemek sürecinde farklı



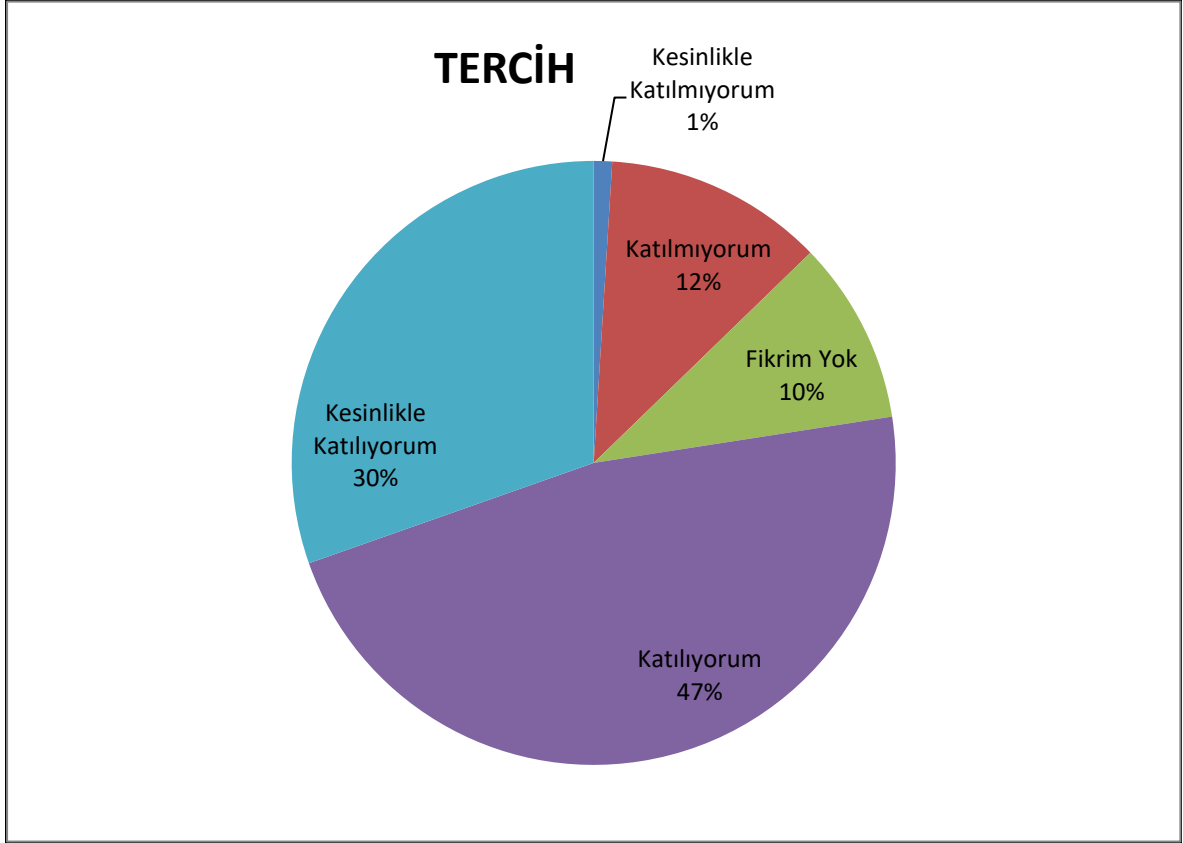
*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

deneyimleri yaşamak amacıyla dışarıda yemek yemektir. Ziyaret edilen bölgede, o bölgenin kültürünü tanımak, kendini o bölgeye ait hissetmek ve ziyaret sürecini zenginleştirmek amacıyla yerel mutfaklar ve yöresel ürünler giderek daha fazla tercih edilmektedir.

Yöresel mutfak, turistlerin tatil kalitelerini arttırmak için önemli bir etkidir. Turistler her ne sebeple seyahat ederse etsin yerel mutfaklar, turizm destinasyonlarının profilini yükseltmek, yeni fırsatları yaratmak ve bölgesel kalkınmayı desteklemek için fırsatlar sunmaktadır.

Sonuçta turistlerin yöresel mutfağı tercih oranlarını arttıracak turizm stratejileri geliştirilmesinde yarar görülmektedir.

Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”



**Soru 7- Seyahate çıkmadan önce tercih ettiğim tatil yerinin yöresel mutfak ürünleri hakkında araştırma yaparım.**

Ankete katılanların % 55'i seyahati öncesinde tercih ettiği tatil bölgesinin yöresel mutfak ürünlerini araştırmakta, % 27'si ise araştırmamaktadır. % 17'lik grup ise bu konuda fikri olmadığını beyan etmiştir.

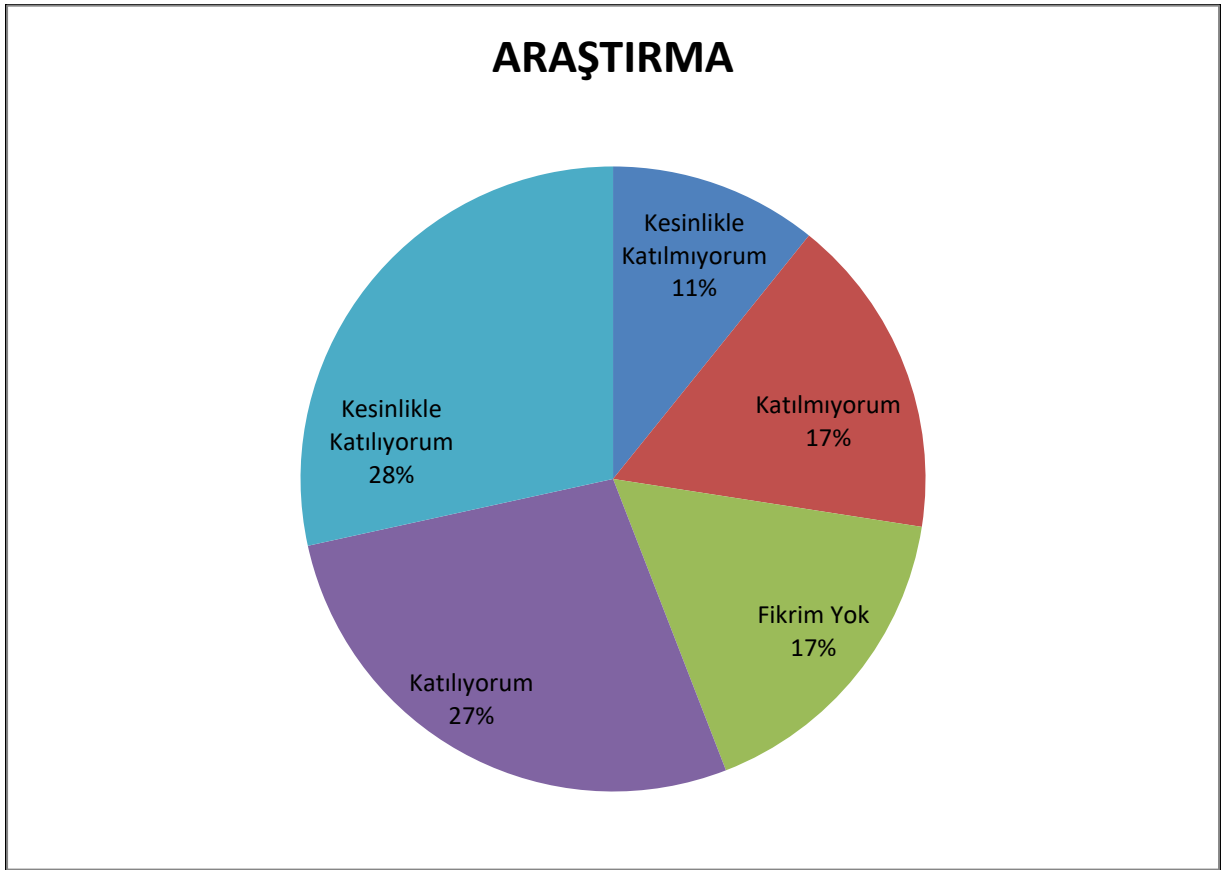
Yerel gıda ürünleri turistler açısından bir pazar oluşturduğu sürece turizmi güçlendirir. Yöresel yiyecekler kültürel mirasın bir parçası olup, ziyaret edilen alanın özgün niteliğine katkıda bulunan önemli çekicilik unsurlarındandır. Bu nedenle, geleneksel yemeklerin turizm tercihlerinde önemli bir etkileme aracı olabilmesi için, turizm faaliyetlerinin gereklerine uygun olarak tanıtılması, pazarlanması ve hazırlanması gereklidir



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Sosyal medya kanallarının artması, paylaşılan yöresel yemek fotoğrafları ve bunlar hakkında yapılan yorumlarda insanların bu konuda araştırma yapması ve bilgi edinmeye çalışmasının önemli sebepleri arasında yer almaktadır.

Yöresel mutfağın seyahat planlarında daha fazla yer tutması için turistin yöresel mutfak ile ilgili bilgilere kolay ulaşması, bu bilgilerin de turistin dikkatini bu konuya çekecek çekicilikte hazırlanması önem taşımaktadır.



**Soru 8- Hakkında bilgi sahibi olduğum yöresel ürünleri daha fazla tercih ederim.**

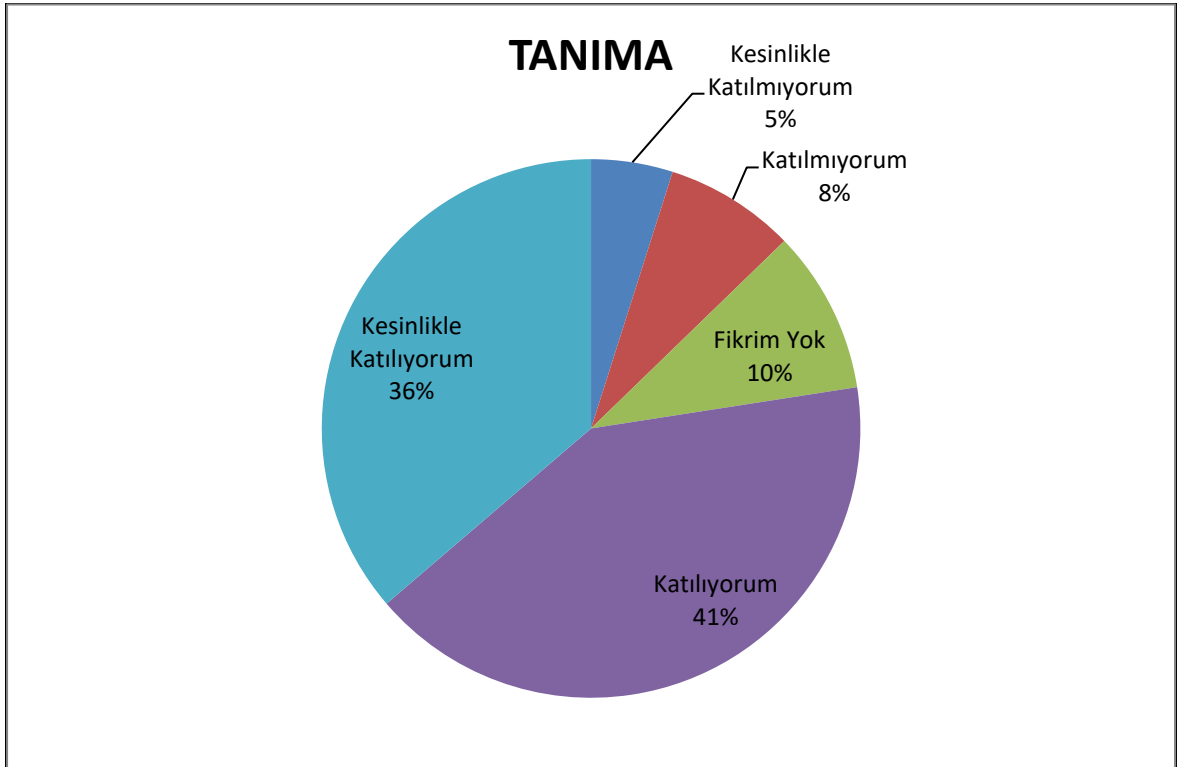
Ankete katılanların % 77’lik bölümü bilgi sahibi olduğu yöresel ürünleri daha fazla tercih edeceğini belirtmekte, % 13’lük bir grup ise bu görüşe katılmamaktadır.



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Bu tespit yöresel ürünlerin tanıtımının iyi yapılması halinde bu ürünlere talebin de artacağı sonucunu ortaya koymaktadır. Turist bölgeye gelmeden önce yöresel ürünler ve mutfak hakkında bilgi sahibi olursa bu ürünlere daha fazla bütçe ayırabilecek, dolayısıyla bölge kalkınmasına daha fazla destek olacaktır.

Turistlerin yöresel yiyecek ve içecekler tatil deneyimlerinin içerisinde yer vermesi destinasyonların gelecekte olumlu olarak hatırlanabilmesinde önemli bir imaj avantajı yaratabilecektir. Yöresel yiyecek diye adlandırılan ürünlere daha fazla ödemeye yapmaya hazır olan turistler, bu ürünler hakkında sahip oldukları bilginin harcama düzeylerini etkilediğini belirtmişlerdir. Bu nedenle yöresel ürünlerin tanıtımına daha fazla önem verilmelidir.



**Soru 9- Hakkında bilgi sahibi olmadığım yöresel ürünleri daha fazla tercih ederim.**



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

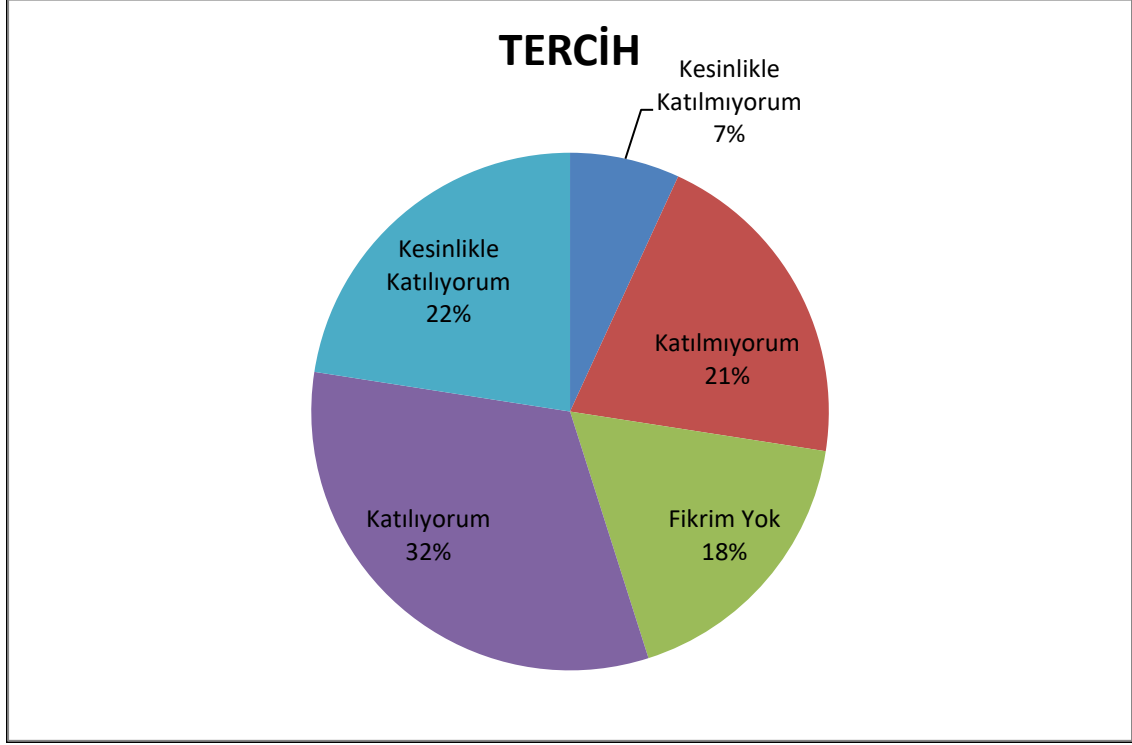
Bilgi sahibi olduğu yöresel ürünleri tercih edenlerin oranı % 54 iken tercih etmeyenlerin oranı % 28’dir. % 18’lik grup ise fikri olmadığını beyan etmiştir.

Bir önceki soru ile bu soruya verilen cevaplar arasında uyumsuzluk olduğu görülmektedir. Ankete katılanlar bir önceki soruda bilgi sahibi olduğu yöresel ürünleri % 77 oranında tercih ederken bu soruda bilgi sahibi olmadığı yöresel ürünleri %54 oranında tercih edeceğini belirtmektedir. Aynı kişi hem hakkında bilgi sahibi olduğu hem de bilgi sahibi olmadığı yöresel ürünleri tercih edebilmektedir. Ancak her halükarda bilgi sahibi olunan ürünün tercih edilme oranı daha yüksektir.

Buradan hareketle yöresel ürünlerin tercih edilme oranını arttırmak için yeterli tanıtım yapılması, turizm acenteleri kataloglarında yerel mutfaklara daha fazla yer ayrılması, hakkında bilgi sahibi olmadığı ürünleri tercih etme potansiyeli yüksek turistler için tur organizasyonlarında yerel ürünlerin satışının yapıldığı yerlere program düzenlenmesi önerilmektedir. Aynı zamanda yöresel ürünlerin turistin tercih edeceği şekilde ambalaj ve paketleme yöntemleri kullanılarak turistin kullanıma sunulması ürünlerin tercih edilirlüğünü arttıracaktır.



Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”



**Soru 10 - Yöresel yiyecek diye adlandırılan ürünlere daha fazla ödeme yapabilirim.**

Yöresel ürünlere ankete katılanların % 58’lik bölümü daha fazla ödeme yapabileceğini beyan ederken % 28’lik grup buna katılmamaktadır. % 14’lük grup ise fikri olmadığını söylemektedir.

Yöresel ürünler turistin kendisini ziyaret ettiği bölge ile bütünleştirmesinin en önemli aracı olarak kabul edilebilir. Sınır ötesi bölgede turizm açısından pazarlama stratejilerinin geliştirilebilmesi açısından destinasyonların temel kaynak ve cazibe unsurları ile ilgili özelliklerinin belirlenmesi oldukça önemlidir. Başarılı destinasyonların ortak özellikleri arasında kendilerine ait değerlerle bir cazibe gücü oluşturmaları ve belirli bir turist kitlesi tarafından ziyaret edilmeleri, sahip oldukları turistik ürünler ile seyahat gereksinimini karşılamaları sayılabilmektedir. Sınır ötesi bölgede turizm destinasyonlarının sahip oldukları cazibe unsurlarından en önemlilerinden biri yöresel mutfak kültürleridir.

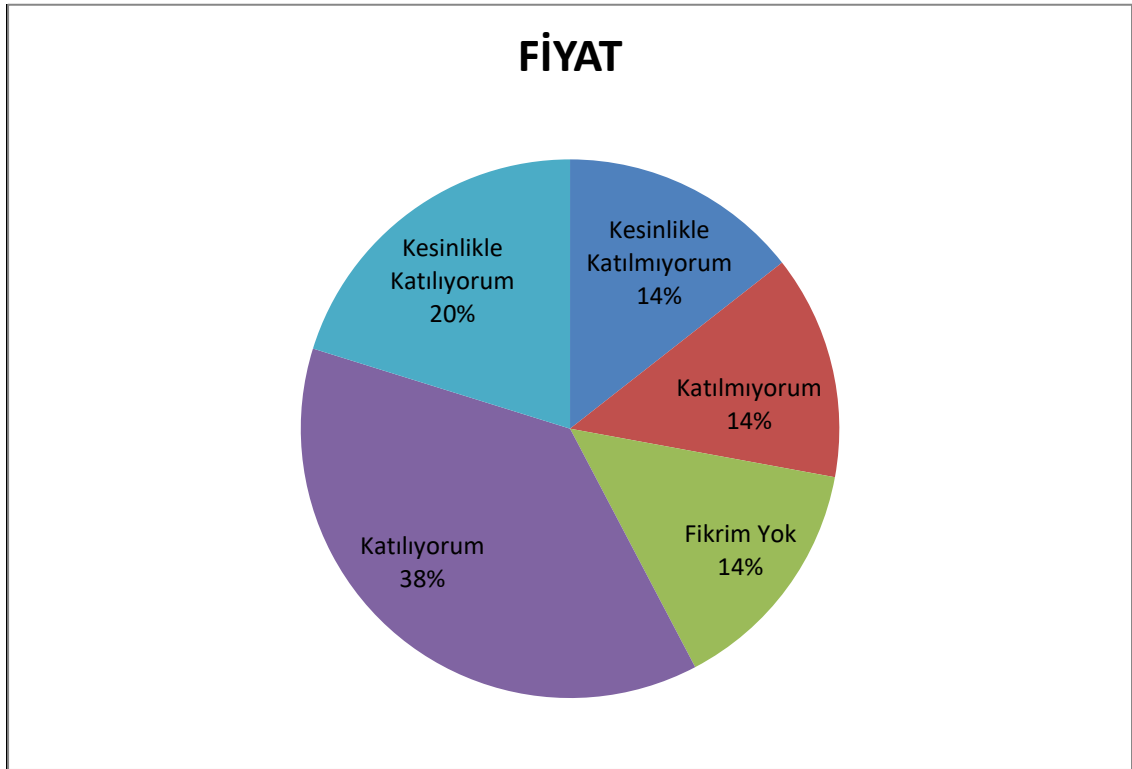




*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

Her destinasyon, ziyaretçilerine sahip olduğu çekiciliklerinin yanı sıra bölgede yaşayan insanların mutfak kültürlerini de deneyimleme imkanı sunmaktadır. Yöresel yiyecek ve içeceklerin turistlerin seçim sürecinde motivasyon yaratıcı bir etkisi ve cazibe unsuru olması birçok çalışmada ortaya koyulmuştur. Yöresel yiyecekler turistler için bir pazar konumunda olduğu sürece turizmi güçlendirmektedir. Yöresel mutfak kültürü, diğer çekicilikleri tamamlayıcı bir ürün olarak kabul görebilir. Bunun yanında bağımsız bir cazibe unsuru olarak destinasyonların başarısına katkıda bulunmak için kullanılabilir ve bir turizm ürününün temel elamanı ya da temel bir cazibe unsuru olarak da ele alınabilir.

Yöresel ürünlere daha fazla ödeme yapabilecek olan kesimin bu beklentisini karşılamak için yöresel ürünler turistler açısından kolay ulaşılabilir, özgün ve bölge kültürünü yansıttığı açık olarak vurgulanmış şekilde tüketime sunulmalıdır.





*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

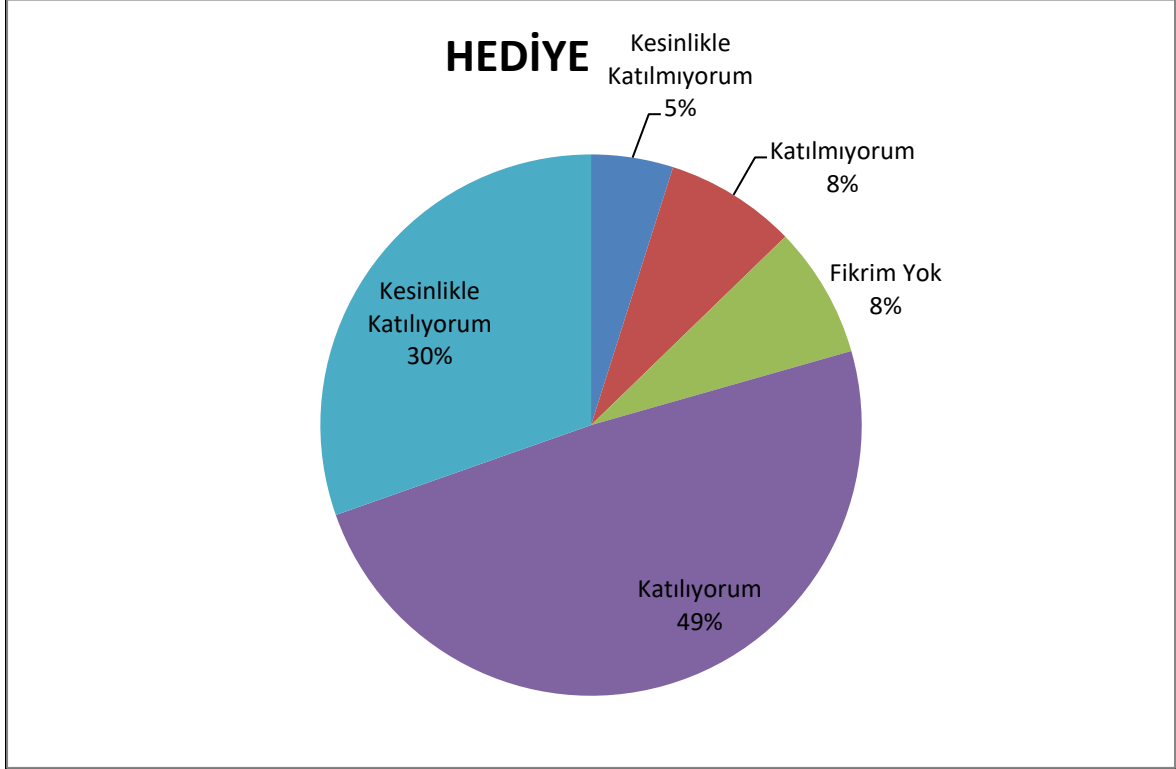
**Soru 11- Ziyaret ettiğim yerlerde yöresel ürünleri (tarhana, turşu, meyve, sebze vb) hediye olarak satın alırım.**

Ziyaret edilen bölgeden hediye olarak yöresel ürünleri alanların oranı % 79 iken bunu tercih etmeyenlerin oranı % 13 civarındadır. % 8’lik grubun bu soruda fikri yoktur.

Turizm sektöründe hem gelecekte kullanmak hem de gidilen yerin hatırası olarak kullanmak üzere yöresel ürünler sıkça satın alınmaktadır. Yöresel mutfak ürünlerine, eğer yeterince iyi bir pazarlama stratejisi oluşturulabilirse yüksek oranda talep olacaktır. Ziyaret edilen yörelerden hatıra ürünler almak giderek yaygınlaşmakta ve turistler bu konuda daha fazla harcama yapmaya hazır bulunmaktadır. Burada sektördeki ilgili kurumlara düşen rol; daha iyi bir pazarlama stratejisi geliştirmek ve turiste cazip gelecek şekilde yöresel ürünleri hediye olarak almaya hazır halde bulundurmaktır.



Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”



**Soru 12 Yöresel ürünlere harcadığım para tatil harcamalarımda en fazla kısmı temsil eder.**

Yöresel ürünlere harcanan para ankete katılanların % 54'nün tatil bütçesinde en önemli harcama kalemini oluştururken % 32'lik grupta en önemli harcama yöresel ürünler değildir. % 14'lük grubun ise bu konuda fikri olmadığı görülmektedir.

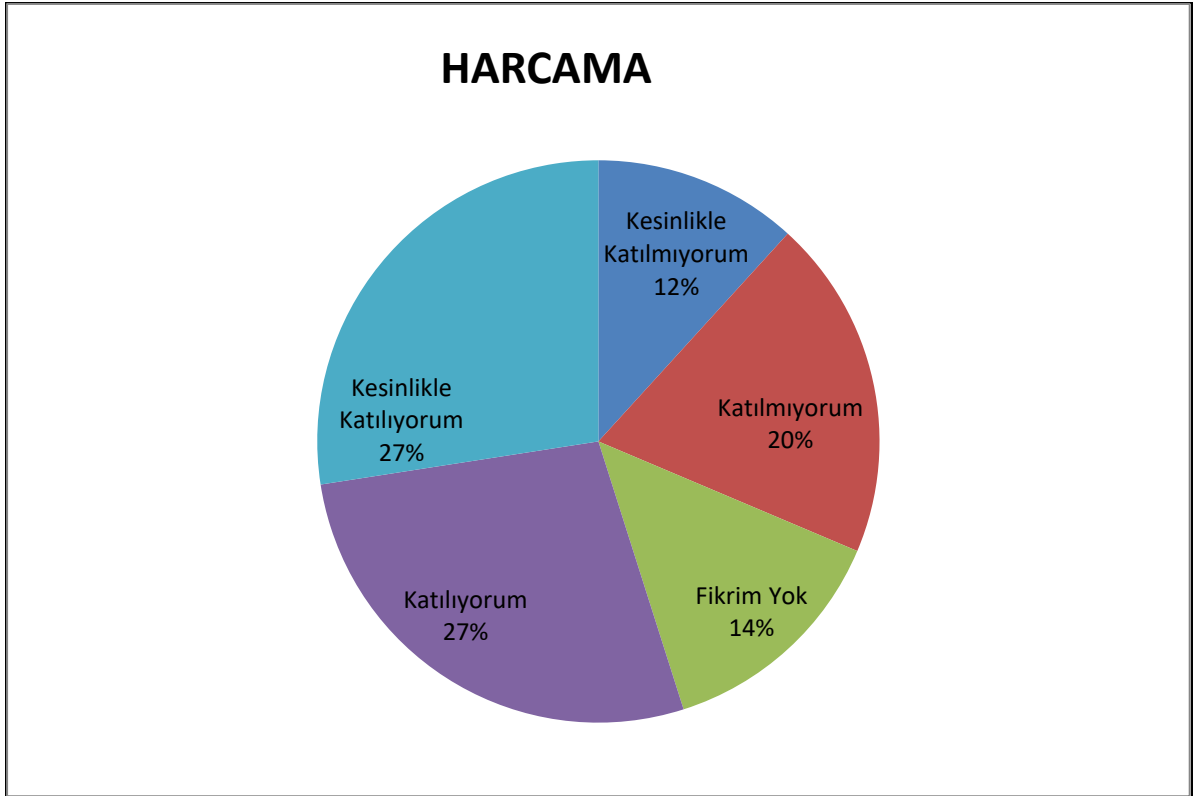
Yöresel ürünler ve yöresel mutfak turistlerin yarısında tatil bütçesinin en önemli kısmını oluşturmaktadır.

Belirli bir yöreye özgü ya da belirli bir yörede yetiştirilen ürünleri kapsayan yöresel yemek kavramı insanların seyahatleri süresince karşılaştıkları ya deneyimlemek istedikleri gıdalar



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

arasında yer almaktadır. Turistin tatil bütçesinden yöresel ürünlere aktardığı payı artırmak için öncelikle turizm ve yemek kültürünün bir bütün olduğu vurgulanmalı, yöresel ürünlerin çeşitliliği ve zenginliği turistlere çeşitli tanıtım araçları ile tanıtılmalı, gerektiğinde turist tercihlerine göre sunumlar farklılaştırılmalıdır.





*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

## SONUÇ

Kırsal turizm, kırsal kalkınmanın temel araçlarından biridir. Kırsal turizmin, kırsal kalkınmadaki başarısı oldukça önemlidir. Çünkü kırsal turizm ile kırsal kalkınma arasında doğru yönlü bir ilişki söz konusudur. Kırsal turizm her şeyden önce kırsal alanlar için istihdam ve gelir fırsatı teşkil etmektedir. Turistlerin seyahat amacıyla gittikleri kırsal yörelerde konaklama, yeme içme, kırsal aktivitelere katılma, ulaşım, alışveriş gibi ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla yaptıkları harcamalar, kırsal yöre halkının gelirlerini arttırır. Kırsal alanlardaki kalkınma bileşenlerinden biri olan kırsal turizm tamamıyla bu alanlardaki turistik arz değerlerine bağlıdır. Kırsal alanlar, sahip oldukları sosyo-kültürel değerler, yabani hayat ve doğal çevre ve tarımsal faaliyetler nedeniyle turist çekebilirler. Bu yörelerdeki turistik ürünün oluşması ancak bu yöreye turistlerin gelmesiyle mümkündür. Özellikle bölgelerarası gelişmişlik farkının ve yoksulluğun daha çok olduğu ülkelerde kırsal turizm arz potansiyelinin etkin bir şekilde kullanılmasıyla bu sorunların giderilmesinde etkin bir alternatif olabilir. Özellikle tarımsal faaliyetlerin yoğun olduğu yerlerde, çiftçilerin asıl uğraşı olan tarımı terk etmeden, yörenin sahip olduğu doğal, sosyokültürel ve tarihsel değerleri, turizm amaçlı kullanarak kendilerine bir ek gelir sağlamak ve refah düzeylerini yükseltmek kırsal turizmle veya yöresel turizmle mümkündür.



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

## **KAYNAKÇA**

[https://www.jasstudies.com/Makaleler/358677529\\_18-](https://www.jasstudies.com/Makaleler/358677529_18-)

[Yrd.%20Do%C3%A7.%20Dr.%20Turgay%20BUCAK.pdf](#)

<http://yenihaber.be/lezzet-turizmi-uzerine/30075/>

[http://www.bulgaristanturlari.net/?page\\_id=3936](http://www.bulgaristanturlari.net/?page_id=3936)

<http://www.gezi-yorum.net/bulgaristan-burgaz/>

<file:///C:/Users/Admin/Downloads/5000134240-5000212222-1-PB.pdf>

<https://www.tarimdanhaber.com/haber/tarim/trakyanin-tarim-topraklarini-birileri-topluyor/>

<http://www.trakyalihaber.com/trakyada-aycicekleri-strese-girdi-12356h.htm>

<http://www.parklarimiz.com/gala-golu-milli-parki.html>

<http://www.milliparklar.gov.tr/mp/igneadalongozormanlari/foto.htm>

<http://www.yoldakiizler.com/2014/07/trakyanin-efesi-vize.html>

<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:->

[P2uHDmhJkMJ:https://tr.wikipedia.org/wiki/Do%25C4%25Fu\\_Trakya+%&cd=1&hl=tr&ct=clnk&gl=tr](https://tr.wikipedia.org/wiki/Do%25C4%25Fu_Trakya+%&cd=1&hl=tr&ct=clnk&gl=tr)

[http://www.trakyaka.org.tr/content-187-trakya\\_bolgesi.html](http://www.trakyaka.org.tr/content-187-trakya_bolgesi.html)

[http://www.trakya2023.com/uploads/docs/rapor/Trakyaka\\_Turizm\\_Master\\_Plan%C4%B1.pdf](http://www.trakya2023.com/uploads/docs/rapor/Trakyaka_Turizm_Master_Plan%C4%B1.pdf)

[www.etso.org.tr](http://www.etso.org.tr)

<http://www.edirne.web.tr>

<http://dSPACE.trakya.edu.tr/jspui/bitstream/1/878/1/Saim%20ALTAY.pdf>

<https://gezimanya.com/burgaz>

<https://www.grupp.al.com/burgaz-turu>

<https://www.enuygun.com/galeri/burgaz-da-gezilecek-yerler/>

<https://gezimanya.com/burgaz>



*Project “Culinary Neighborhood Network (CuliN)”, Ref. № CB005.1.22.011”*

[https://www.mayaktour.com.tr/Tour\\_Detail.aspx?sypdky=3\\_0\\_587\\_123\\_0&stpcty=1](https://www.mayaktour.com.tr/Tour_Detail.aspx?sypdky=3_0_587_123_0&stpcty=1)

[http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/332/hasan\\_aslan\\_t ez.pdf?sequence=1](http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/332/hasan_aslan_t ez.pdf?sequence=1)

[http://adudspace.adu.edu.tr:8080/jspui/bitstream/11607/847/1/okan\\_colak\\_sirince%20k%C 4%B1rsal%20turizm%20potansiyeli.pdf.pdf](http://adudspace.adu.edu.tr:8080/jspui/bitstream/11607/847/1/okan_colak_sirince%20k%C 4%B1rsal%20turizm%20potansiyeli.pdf.pdf)

[https://www.researchgate.net/profile/Abdullah\\_Karaman/publication/289220730\\_KIRSAL\\_TURIZMIN\\_SOSYO\\_-\\_KULTUREL\\_-\\_EKONOMIK\\_ETKILERI\\_CERCEVESINDE\\_KONYA\\_ILI\\_HADIM\\_ILCESI\\_ICIN\\_O\\_NERILER\\_Doc\\_Dr\\_Abdullah\\_KARAMAN\\_Mehmet\\_GUL/links/568a5a6208ae051f9afa44fe/KIRSAL-TURIZMIN-SOSYO-KUeLTUeREL-EKONOMIK-ETKILERI-CERCEVESINDE-KONYA-ILI-HADIM-ILCESI-ICIN-OeNERILER-Doc-Dr-Abdullah-KARAMAN-Mehmet-GUeL.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Abdullah_Karaman/publication/289220730_KIRSAL_TURIZMIN_SOSYO_-_KULTUREL_-_EKONOMIK_ETKILERI_CERCEVESINDE_KONYA_ILI_HADIM_ILCESI_ICIN_O_NERILER_Doc_Dr_Abdullah_KARAMAN_Mehmet_GUL/links/568a5a6208ae051f9afa44fe/KIRSAL-TURIZMIN-SOSYO-KUeLTUeREL-EKONOMIK-ETKILERI-CERCEVESINDE-KONYA-ILI-HADIM-ILCESI-ICIN-OeNERILER-Doc-Dr-Abdullah-KARAMAN-Mehmet-GUeL.pdf)

[https://www.researchgate.net/profile/Abdullah\\_Karaman/publication/289220730\\_KIRSAL\\_TURIZMIN\\_SOSYO\\_-\\_KULTUREL\\_-\\_](https://www.researchgate.net/profile/Abdullah_Karaman/publication/289220730_KIRSAL_TURIZMIN_SOSYO_-_KULTUREL_-_)

<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/318814>

[http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/332/hasan\\_aslan\\_t ez.pdf?sequence=1](http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/332/hasan_aslan_t ez.pdf?sequence=1)

<http://sbe.balikesir.edu.tr/dergi/edergi/c16s30/makale/203-216.pdf>

[https://books.google.com.tr/books?id=ZUgsCQAAQBAJ&pg=PA1362&lpg=PA1362&dq=geleneksel+mutfak+arz+ve+talep&source=bl&ots=jDIARIRxWP&sig=0X7ONy-xa9xBbZD53J\\_dUio9ZcE&hl=tr&sa=X&ved=0ahUKEwiYi8XorIrXAhVkd5oKHytBAwQ6AEIjAA#v=onepage&q=geleneksel%20mutfak%20arz%20ve%20talep&f=false](https://books.google.com.tr/books?id=ZUgsCQAAQBAJ&pg=PA1362&lpg=PA1362&dq=geleneksel+mutfak+arz+ve+talep&source=bl&ots=jDIARIRxWP&sig=0X7ONy-xa9xBbZD53J_dUio9ZcE&hl=tr&sa=X&ved=0ahUKEwiYi8XorIrXAhVkd5oKHytBAwQ6AEIjAA#v=onepage&q=geleneksel%20mutfak%20arz%20ve%20talep&f=false)