T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ PROGRAMI
DOKTORA TEZİ

TURİSTİK ÇEKİM UNSURU OLARAK YEREL YİYECEK – İÇECEK ÜRETİMİNİN EKONOMİK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ: KAZDAĞI ÖRNEĞİ

Danışman
Prof. Dr. Alp TİMUR

Özay YILDIZ

İZMİR – 2015

DOKTORA
TEZ ONAY SAYFASI

2011800865

Üniversite : Dokuz Eylül Üniversitesi

Enstitü : Sosyal Bilimler Enstitüsü

Adı ve Soyadı : ÖZAY EMRE YILDIZ

Tez Başlığı : Turistik Çekim Unsuru Olarak Yerel Yiyecek-İçecek Üretiminin Ekonomik Sürdürülebilirliği- Kazdağı Örneği

Savunma Tarihi : 18.06.2015

Danışmanı : Prof.Dr.Alp TİMUR

JÜRİ ÜYELERİ

Ünvanı, Adı, Soyadı	Üniversitesi	İmza
Prof.Dr.Alp TİMUR	DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ	
Doç.Dr.Burcu Selin YILMAZ	DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ	
Prof.Dr.Hüseyin Avni EGELİ	DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ	
Doç.Dr.Gözde EMEKLİ	EGE ÜNİVERSİTESİ	
Doç.Dr.Gökçe ÖZDEMİR	YAŞAR ÜNİVERSİTESİ	

Oybirliği (X)
Oy Çokluğu ( )

ÖZAY EMRE YILDIZ tarafından hazırlanmış ve sunulmuş "**Turistik Çekim Unsuru Olarak Yerel Yiyecek-İçecek Üretiminin Ekonomik Sürdürülebilirliği- Kazdağı Örneği**"başlıklı tezi kabul edilmiştir

Prof.Dr. Utku UTKULU
Enstitü Müdürü

YEMİN METNİ

Doktora Tezi olarak sunduğum “TURİSTİK ÇEKİM UNSURU OLARAK YEREL YİYECEK – İÇECEK ÜRETİMİNİN EKONOMİK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ: KAZDAĞI ÖRNEĞİ” adlı çalışmanın, tarafımdan, akademik kurallara ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih
..../..../.....
Özay YILDIZ

ÖZET

Doktora Tezi

TURİSTİK ÇEKİM UNSURU OLARAK YEREL YİYECEK – İÇECEK ÜRETİMİNİN EKONOMİK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ: KAZDAĞI ÖRNEĞİ

Özay YILDIZ

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Turizm İşletmeciliği Programı

Yerellik, hedef bölgenin kendine özgü kültürü ve bölgesel kimliği ile ziyaretçilere özgün bir mekân algısı sunmasıyla kendini gösterir. Bölge ile ilişkilendirilebilen küçük ölçekli tarım ve gastronomi üretiminden, yerel toplum ve çevreye saygılı üretim süreçleriyle kaliteli, özgün ve besleyici ürünler; ayrıca destekleyici kültürel unsurlarla beraber turistik çekim unsuru yaratarak ziyaretçiler için hatırlanabilir ve yaratıcı deneyimler sunması, yerel kaynak kullanımı ile sızıntıyı azaltarak yerel ekonomiyi güçlendirmesi ve üreticilere çeşitlendirme olanağı sunması beklenmektedir.

Bu tür bir üretim, doğaya egemenlik arayışındaki, üretim miktarına odaklı endüstriyel besin üretimine seçenek oluşturarak, üretimin sürdürülebilir olmasını hedeflemelidir. Yerel yiyecek – içecek üretiminin çekim unsuru etrafında gelişen, doğal ve kültürel miras unsurlarıyla zenginleşen turistik ürünün de, uzun vadeli planlama ile talebin devamlılığını ve maliyetlerin azalmasını sağlayarak sürdürülebilir olması, yerel toplumun kalkınmasına ve doğanın korunmasına katkıda bulunması beklenmektedir. Ekonomik sürdürülebilirlik için yalnızca turizmin ekonomik faydalarına odaklanmak yerine, ölçümü daha karmaşık olan çevresel ve toplumsal maliyetlerin de dikkate alınması gereklidir.

Kazdağı bölgesi, çeşitli turistik çekim unsurlarının yanında, zengin bir tarımsal ve gastronomik mirasa da sahiptir. Bölgede yerel yiyecek – içecek üretiminin ana veya destekleyici turistik çekim unsuru oluşturduğu girişimler ve yerel toplum araştırma konusu olarak seçilmiştir. Görüşme ve gözlem yöntemleri kullanılarak elde edilen sonuçlar da, geliştirilen şablona

uygulanarak başlangıç aşamasındaki turistik gelişimin orta sürdürülebilirlik özellikleri gösterdiği saptanmıştır. İleriki aşamalarda bölge için uzun vadeli ve pro-aktif bir turizm planı gereklidir. Ayrıca bölgede üretilen ürünler için markalaşmaya, yoğunlaşmanın aşılmasına ve ulaşımın iyileştirilmesine yönelik çaba gösterilmelidir. Bölgenin ayrıca yetişmiş ve nitelikli işgücüne, yerel yönetim desteğine, çevre ve mimari koruma çalışmalarına gereksinimi vardır.

Anahtar kelimeler: Yerellik, Özgünlük, Yerel Yiyecek – İçecek Üretimi, Kırsal Turizm, Sürdürülebilir Tarım, Yerel Mutfak, Ekonomik Sürdürülebilirlik, Kazdağı

ABSTRACT

Doctoral Thesis

Doctor of Philosophy (PhD)

Economic Sustainability of Local Food & Beverage Production as a Tourist Attraction: The Example of Kazdağı

Özay YILDIZ

Dokuz Eylül University

Graduate School of Social Sciences

Department of Tourism Management

Tourism Management Programme

Locality of the destination manifests itself in authentic cultural aspects and a regional identity, as well as the offer of an authentic sense of place for the visitors. Small scale agricultural and gastronomical production that is attributable to a specific region is expected to produce authentic and nutritious products through people and environment friendly processes, as well as a complete tourist attraction, complemented by cultural and natural heritage, to offer memorable, creative tourism experiences for the visitors, to empower local economies by minimising leakage through local resource use and to offer a possibility for diversification for local producers.

Such a development offers an alternative to industrial food and beverage production, characterised by a will to dominate nature and a focus on quantity and should therefore aim at the sustainability of the production. A tourist product that develops around the attraction of local food and beverage production and enriched by natural and cultural heritage, is expected to be sustainable by supporting local development and nature conservation, sustaining demand and reducing costs, through a long term plan. Instead of focusing solely on economic benefits, environmental and social costs, which are more complicated to measure, should also be included in determining economic sustainability.

Kazdağı region boosts a rich agricultural and gastronomical heritage, besides various other tourist attractions. The scope of research consists of enterprises, which offer local food and beverage production either as a main or supporting tourism attraction and local people. The results, gathered through

interview and observation, are applied to the template developed to determine the introduction level tourism development to show signs of medium level sustainability. The region is in need of a solid long-term, pro-active tourism plan for the later stages. Also, efforts are needed for a regional brand development for local products, to overcome seasonality and to improve transportation infrastructure. The region also needs a qualified workforce, support from the local government and natural and architectural conservation.

Keywords: Locality, Authenticity, Local F&B Production, Rural Tourism, Sustainable Agriculture, Local Cuisine, Economic Sustainability, Kazdağı

TURİSTİK ÇEKİM UNSURU OLARAK YEREL – YİYECEK İÇECEK ÜRETİMİNİN EKONOMİK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ: KAZDAĞI ÖRNEĞİ

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ iii
ÖZET iv
ABSTRACT vi
İÇİNDEKİLER viii
KISALTMALAR xi
TABLOLAR LİSTESİ xiii
ŞEKİLLER LİSTESİ xiv
EKLER LİSTESİ xv

GİRİŞ 1

BİRİNCİ BÖLÜM
TURİSTİK ÇEKİM UNSURU OLARAK YEREL YİYECEK – İÇECEK ÜRETİMİ

1.1. YERELLİĞİ OLUŞTURAN KAVRAMLAR 3
1.1.1. Hedef Bölge 3
1.1.2. Mekân Algısı 9
1.1.3. Yerel Kültür, Gelenek ve Miras 11
1.1.4. Bölgesel Kimlik 15
1.1.5. Özgünlük 16
1.2. YEREL YİYECEK – İÇECEK ÜRETİMİ 25
1.2.1. Yiyecek – İçecek ve Bölge İlişkisi 25
1.2.1.1. Yerel Yiyecek – İçeceğin Arz Yönü 26
1.2.1.2. Yerel Yiyecek – İçeceğin Talep Yönü 28
1.2.2. Yerel Tarımsal Üretim 33
1.2.3. Yerel Mutfak 35
1.3. TURİSTİK ÇEKİM ve DENEYİM 37
1.3.1. Turistik Çekim 37
1.3.2. Turistik Deneyim 38
1.3.3. Yaratıcı Turistik Deneyim 40

1.4. YEREL YİYECEK – İÇECEK ÜRETİMİNE DAYALI TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLERİ 44

İKİNCİ BÖLÜM
EKONOMİK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

2.1. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK 52
2.1.1. Sürdürülebilirliğin Tarihsel Gelişimi 52
2.1.2. Sürdürülebilir Kalkınma 60
2.2. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM 64
2.2.1. Sürdürülebilir Turizm Bileşenleri 68
2.2.2. Çevre, Turist, Yerel Halk ve Ekonomi Uyumu 71
2.2.3. Sürdürülebilir Turizm Analiz Araçları 74
2.3. TURİZMİN EKONOMİK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ 75
2.3.1. Ekonomik Sürdürülebilirliğin Ölçülmesi 78
2.3.1.1. Fayda Ölçümü 79
2.3.1.2. Maliyet Ölçümü 80
2.4. TURİSTİK ÇEKİM UNSURU OLARAK YEREL YİYECEK – İÇECEK ÜRETİMİ VE EKONOMİK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK 90

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
KAZDAĞI ÖRNEĞİNDE TURİSTİK ÇEKİM UNSURU OLARAK YEREL YİYECEK İÇECEK ÜRETİMİNİN EKONOMİK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI 98
3.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ 98
3.3. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI 102
3.4. ARAŞTIRMA BULGULARI 105
3.4.1. Kazdağı'nda Yiyecek – İçecek Üretimi ve Yemek Kültürü 105
3.4.2. Kazdağı'nda Turizm 109
3.4.3. Turizm Planlarında Kazdağı 111
3.4.4. Kazdağı'nda Turistik Çekim Unsuru olarak Yiyecek – İçecek Üretiminin Mevcut Durumu 114
3.4.4.1. Ayvacık 114
3.4.4.2. Edremit 131

3.4.4.3. Bayramiç 140
3.5. KAZDAĞI ÖRNEĞİNDE TURİSTİK ÇEKİM UNSURU OLARAK YEREL YİYECEK İÇECEK ÜRETİMİNİN EKONOMİK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİNİN ÖLÇÜLMESİ İÇİN BİR ŞABLON ÖNERİSİ 144
3.5.1. Uygulama 152

SONUÇ VE ÖNERİLER 167
KAYNAKÇA 173
EKLER 187

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
AC	Appellation Contrôlée
AOC	Appellation d'Origine Contrôlée
ATV	All Terrain Vehicle
BATNEEC	Best Available Technology Not Entailing Excessive Economical Costs
BM	Birleşmiş Milletler
BPEO	Best Practicable Environmental Option
CSD	The Comission on Sustainable Development
ÇAPAD	Çanakkale Profesyonel Aşçılar Derneği
ÇATAK	Çevre Amaçlı Tarım Arazilerini Koruma Programı
ÇAYEK	Çanakkale Ekolojik Yaşam İnisiyatifi
ÇED	Çevresel Etki Değerlendirme
ÇYS	Çevre Yönetim Sistemi
DEFRA	UK Government Department for the Environment, Food and Rural Affairs
DOC	Denominazione di Origine Controllata
DOCG	Denominazione di Origine Controllata e Garantita
EAGGF	European Agriculture Guarantee and Guidance Fund
ECEAT	Avrupa Ekolojik Tarım Turizmi Merkezi
EFF	European Fisheries Fund
EMAS	Eco-Management and Audit Sheme
EU	European Union
EXPO	International Exposition
GBE	Geri bağlantı etkisi
GAP	Good Agricultural Practices
GEN	Avrupa Avrupa Küresel Ekoköyler Ağı
GMKA	Güney Marmara Kalkınma Ajansı
GPS	Global Positioning System
GSMH	Gayrisafi Milli Hâsıla
GSYİH	Gayrisafi Yurt İçi Hâsıla
ICLEI	International Council for Local Environment Initiatives
ICTA	International Culinary Tourism Association
IGT	Indicazione Geografica Tipica
IRTS	International Recommendations for Tourism Statistics

ISO	International Organisation for Standardisation
IUCN	International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources
İBE	İleri bağlantı etkisi
İTU	İyi Tarım Uygulamaları
KAZOD	Kazdağı Otelleri Derneği
KKA	Köken Kontrollü Adlandırma
KOAH	Kronik Obstrüktif Akciğer Hastalığı
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KTKGB	Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi
LEADER	Liaison Entre Actions de Développement de l'Economie Rurale
MSG	Monosodyum Glutamat
MYK	Mesleki Yeterlilik Kurumu
NUSRATDER	Nusratlı Köyü Kültür, Turizm ve Dayanışma Derneği
PDO	Protected Designation of Origin
PGI	Protected Geographical Indication
PRODES	Proje Destek Sistemi
RCEP	Royal Commission on Environmental Pollution
SPRITE	Supporting and Promoting Integrated Tourism in Europe’s Lagging Rural Regions
TUİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TUYUP	Turizm Sektöründe İşverenlerin ve Çalışanların Uyum Yeteneklerinin Arttırılması Projesi
UNEP	United Nations Environment Programme
UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu
UNWTO	Dünya Turizm Örgütü
WCED	World Commission on Environment and Development
WCS	The World Conservation Strategy
WSSD	World Summit on Sustainable Development
WWF	World Wildlife Fund
WWOOF	Dünya Organik Çiftliklerde Gönüllüler Organizasyonu

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 2.1.	Sürdürülebilirliğin Tarihsel Gelişimi	s. 54
Tablo 3.1.	Tesis Sonuçları	s.154
Tablo 3.2.	Ortalama, Mod ve Medyan Sonuçları	s.155
Tablo 3.3.	Turistik Çekim Unsuru Olarak Yerel Yiyecek - İçecek Üretiminin Ekonomik Sürdürülebilirliği: Kazdağı Örneği	s.166

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1.	Deneyimsel Özgünlük Modeli (Tarımsal Turizm ve Tarım Ailesi Kimliği)	s. 20
Şekil 2.1.	Parçacıl Çözüm Modeli	s. 57
Şekil 2.2.	Karma Çözüm Modeli	s. 57
Şekil 2.3.	Bütüncül Çözüm Modeli	s. 58
Şekil 2.4.	Sürdürülebilirlik Yaklaşımlarının Şemalaştırılması	s. 59
Şekil 2.5.	Sürdürülebilir Turizm	s. 69
Şekil 2.6.	Dışsal Maliyetlerin İçselleştirilmesi	s. 83
Şekil 3.1.	Kazdağı Haritası ve Kapsama Alınan Köyler	s.104
Şekil 3.2.	Turistik Çekim Unsuru olarak Yerel Yiyecek - İçecek Üretiminin Ekonomik Sürdürülebilirliğinin Ölçümü Şablonu	s.146

EKLER LİSTESİ

Ek 1	Fransız ve AB Köken Adlandırma Sistemleri	ek s. 1
Ek 2	İyi Tarım Uygulamaları Rehberi	ek s. 3
Ek 3	ÇATAK Programı	ek s. 5
Ek 4	Turistik Çekim Unsuru Olarak Yerel Yiyecek İçecek Üretimi Örnekleri	ek s. 6
Ek 5	Dünya Turizm Örgütü Tarafından Geliştirilen Sürdürülebilir Turizm Göstergeleri	ek s. 15
Ek 6	Görüşme Kapsamı	ek s. 21
Ek 7	Görüşme Formu	ek s. 23
Ek 8	Gözlem Formu	ek s. 24

GİRİŞ

Yerel besin üretimi ve bağlantılı gelişmeler, turizm araştırmalarına giderek daha çok konu olmaktadır. Genel sürdürülebilirlik kapsamında da, üretimin yerelleşmesi, küçük ölçekli, yerel toplumlar ve çevreye saygılı olması tartışılagelen konulardır. Besin üretimi konusunda da, verimlilik ve miktar artırımına yönelik yığın üretimle şekillenen endüstriyel üretime ve bunun neden olduğu sorunlara karşı belirli bir süredir tepkiler bulunmaktadır. Buna seçenek oluşturan üretim şekillerinin de temelde küçük ölçekli, yerel ve sürdürülebilir olması beklenmektedir.

Doğal olarak turistler de bu hassasiyetleri giderek daha çok taşımaktadır. Kırsal huzur arayışı, doğaya / köye dönüş hareketi, sağlıklı beslenme arzusu gibi unsurlar önemli turist beklentilerini oluşturmaktadır. Burada, yerel besin üretimi, bunun öyküsü, tarım ve mutfak mirası gibi unsurlar etrafında şekillenen, kırsal yaşam, açık alan duygusu, yerel kültür ve doğa gibi destekleyici unsurlarla zenginleşen bir turistik ürün çeşidi, bu yeni arayışlara yanıt verebilecek bir turistik çekim gücüne sahip olmaktadır.

Ne var ki, olumlu amaçlar taşıdığı kabul edilen böyle bir gelişimin teoride mutlak sürdürülebilir olduğunu savunmak hatalı olacaktır. Yerel yiyecek – içecek üretiminin çekim gücü etrafında şekillenen turistik ürünün ne kadar sürdürülebilir olduğu ile sürdürülebilir olması için nelerin yapılması gerektiği yanıtlanması gereken sorulardır. Bu çalışma, bu yanıtların arayışına katkı sağlama amacındadır.

Çalışmada, öncelikle çekim unsuruna konu olan yiyecek içecek üretiminin yerelliğini oluşturan unsurlar üzerinde durulmuştur. Tarımsal ve gastronomik üretimin yerelliği sadece coğrafi köken kavramından daha kapsamlı olarak, ürünün bölgenin somut ve soyut özelliklerini taşıması, üretimin öyküsü, mekân algısı, destekleyici kültürel özellikler ile şekillenen bir hedef bölge oluşturacak şekilde incelenmiştir. Bununla beraber, yerellikle yakın anlamlar taşıyan kırsallık ve özgünlük kavramları da incelenmiştir.

Yerel yiyecek – içecek üretiminin çekim unsuruna dayalı bir turistik üründen turistler için kırsallığın deneyimlenmesi olanağı sunması beklenmektedir. Aynı şekilde, böyle bir ürün turistler için özgün ve yaratıcı turistik deneyimler sunarak rekabetçi gücünü koruyabilecektir. Konuyla ilgili ürün çeşitleri ve dünyadan çeşitli örnekler verilmiştir.

Yerel yiyecek – içecek üretiminin incelenmesinin ardından, üzerinde durulan ikinci kavram sürdürülebilirlik olmuştur. Burada, sürdürülebilirlik anlayışının gelişimi, geleneksel besin üretiminden endüstriyel, ardından buna tepki olarak gelişen seçenek üretim yöntemlerine geçiş süreciyle paralel biçimde incelenmiştir. Seçenek üretim yöntemlerinin nasıl sürdürülebilir olabileceği araştırılmış, sürdürülebilir besin üretimi kavramına ulaşılmıştır. Doğal olarak, yerel besin üretimine dayalı bir turistik gelişimin sürdürülebilir olabilmesi için besin üretiminin kendisinin de sürdürülebilir olması beklenmelidir.

Daha sonra turizmin sürdürülebilirliği ile ilgili konular işlenerek, ekonomik sürdürülebilirlik ve sürdürülebilirliğin ölçümü ile ilgili görüşlere yer verilmiştir. Daha önce ihmal edilen turizm gelişiminin çevresel ve sosyal maliyetleri de ekonomik sürdürülebilirlik ölçümüne dâhil edilerek, bu maliyetlere yaklaşımı bakımından zayıf, orta ve güçlü sürdürülebilirlik anlayışları incelenmiştir. Son olarak ekonomik sürdürülebilirlik, yerel yiyecek – içecek üretimine ve bunun çekimiyle gelişen turizme bağlanmış ve konuyla ilgili örnekler verilmiştir.

Son bölümde Kazdağı'nda yapılmış olan alan araştırmada elde edilen veriler sunulmuştur. Araştırmada, ağırlıklı olarak nitel yöntemler kullanılmıştır. Verilerin elde edilmesinde bölgede konuyla ilgili girişimler bulunan köyler kişisel olarak ziyaret edilmiş, ilgili girişim yetkilileri ve yerel halkla birebir yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar da, zayıf, orta ve güçlü sürdürülebilirlik ölçeğinde geliştirilen şablona uygulanmış, elde edilen sayısal veriler yapılan gözlemler ışığında değerlendirilerek yorumlanmıştır. Bölgede yerel yiyecek – içecek üretiminin çekim unsuruna dayalı gelişen turizmin orta sürdürülebilirlik özellikleri gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmanın ilgili yerel yönetim ve girişimlerle paylaşılarak bölgede gelişen turizmin geleceğine ışık tutması ve gelişimin daha sürdürülebilir olmasına katkıda bulunması umulmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM
TURİSTİK ÇEKİM UNSURU OLARAK YEREL YİYECEK – İÇECEK ÜRETİMİ

1.1. YERELLİĞİ OLUŞTURAN KAVRAMLAR

Yerellik, turistik çekicilik ve yiyecek – içecek üretimi anlamında alt boyutlarıyla beraber işlenmesi gereken karmaşık bir kavramdır. Bu doğrultuda, temel hedef bölge kavramından başlayarak, yerelliği oluşturan kavramlar etraflıca incelenecektir. Böylece turistik çekim gücüne sahip yerel yiyecek – içecek tanımı için sağlam bir temel oluşturmak amaçlanmıştır.

1.1.1. Hedef Bölge

Turizm hareketinin gerçekleştiği toplam coğrafi alan dikkate alındığında, üç önemli bölge görülmektedir. İlki, turistin sürekli yaşadığı yer, turist gönderen bölge / ülke, turist pazarı veya turizm mahreci olarak adlandırılan, kişinin efektif olarak turizm olayına katılması için ayrılmak ve seyahatin sonunda geri dönmek zorunda olduğu bölgedir.[1,2] Turist gönderen bölge, turistin normalde yaşadığı, çalıştığı, günlük gereksinimlerini karşıladığı coğrafi bölgedir. Turist, genel olarak bu bölgede karşılayamadığı gereksinimlerini karşılamak amacıyla seyahate çıkar. Bu bölge *(potansiyel ve efektif)* turistik talebi oluşturur[3] ve hedef bölgeler tanıtımlarını bu bölgeye yönlendirirler. Turist gönderen bölgenin toplumsal yapısı, kültürü, doğası, yerleşim şekli ve benzer özellikleri ile turistin yapısı *(değişiklik isteği)* turistik eylemin yönünü belirleyecektir. Turizm coğrafyasındaki ikinci *(ara)* bölge seyahat rotası ve ara istasyonları içeren transit bölgedir.[4] Üçüncü bölge ise, turizm olayının büyük bölümünün gerçekleştiği hedef bölgedir *(turistik destinasyon)*. Genellikle, kişiler hedef bölgenin çekiciliğiyle o bölgeye seyahat ederler ve konaklama, yeme – içme, eğlence, gezme – görme gibi gereksinimlerini bu bölgede karşılayıp, harcamalarının önemli bir kısmını burada gerçekleştirirler.[5] Hedef bölge, seyahat için çekim unsurunu barındırır

---

1 **International Recommendations for Tourism Statistics** (IRTS) 2008, United Nations, Department of Economic and Social Affairs Statistics Division, ss. 11 – 13 http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf (09.07.2014)
2 Hasan Olalı, Alp Timur, **Turizm Ekonomisi**, Ofis Ticaret Matbaacılık, İzmir, 1988, ss. 36 ve 168
3 Orhan İçöz, **Turizm Ekonomisi**, 3. Baskı, Turhan Kitabevi, Ankara, 2005, s. 101
4 IRTS, 2008, s. 27
5 IRTS, 2008, s. 27

ve çekim yaratabilmesi, basit bir deyişle turist gönderen bölgeden "farklı" olmasıyla mümkündür. Bir coğrafi alanın hedef bölge halini alması elbette turistler için çekim unsuru yaratabilecek özelliklerden fazlasını ve bir dönüşümü gerektirmektedir. Bu dönüşüm ile ilgili çeşitli yaklaşımlar bulunmaktadır:

Doğal ve İnsan Eliyle Yaratılmış Çekicilikler Yaklaşımı:[6] Doğal çekicilikler, insan etkisi olmadan, kendiliğinden oluşmuş doğal manzara, yer altı suları, iklim, kumsallar, deniz, flora ve fauna gibi unsurlardır. İnsan eliyle yaratılmış çekicilikler ise, kültür ve sanat varlıkları ve turizm endüstrisi olarak iki grupta incelenmektedir. Doğal, kültürel ve sanatsal varlıklar, bunları değerlendirecek bir turizm endüstrisi olmaksızın bir bölgeyi hedef bölge haline getirmeye yeterli değildir. Bu çekicilikler toplu olarak hedef bölgenin turizm arzını oluştururlar. Turizm endüstrisi, turizm arzının üstyapısını oluşturur ve turizm arzını somutlaştırır.[7]

Turizm Bölgelerinde Bütünsel Kalite Yaklaşımı:[8] Bu yaklaşım, bir bölgede turizmin gelişebilmesini üç türlü özelliğe bağlamaktadır. Öncelikle zorunlu özellikler, turistik etkinlik için gereken güvenlik, hijyen, ulaşım gibi asgari özelliklerdir. Bu özellikler tek başına turist çekmeye yeterli olmamakla beraber, yokluğu durumunda turizmden bahsetmek olası olmamaktadır. İkinci kategoride turizm tesislerinin sayısı, sınıfı, hacmi, olanakları gibi ölçülebilir özellikler bulunmaktadır. Bu özellikler, sayısal olarak belirtilebilmekte, temelde turizm endüstrisini oluşturmakta ve turist konaklama süresi ve harcamasını belirlemektedir. Üçüncü grup özellikler ise sayısal olmayan çekici özelliklerdir. Bunlar nitel özellikler olup, turistik ürünü ve deneyimi şekillendirerek bölgeyi diğerlerinden ayırırlar. Bu özelliğiyle, irrasyonel olan turistik satın alma kararını ve turistik tatmini etkilerler ve genelde ölçülebilir özelliklerden daha önemli görülürler. Çekici özellikler, bölgenin doğal ve kültürel kaynak verileri, bölgesel kimlik,[9] pazarda algılanma biçimi, marka değeri ve marka imajı tarafından oluşturulur.

Turistik Fonksiyon ve Piyasa Fonksiyonu Yaklaşımı:[10] Bu yaklaşıma göre, bir bölgenin turistik hedef bölge olarak sınıflandırılabilmesi yerel etkinliğe göre turistik etkinliğin oranıyla belirlenir. Turistik fonksiyon, bölgenin yatak kapasitesinin yerel nüfusa oranıdır ve hedef bölge olarak sınıflanabilmesi için bu oranın %35-40 ve üzeri olması gereklidir. Piyasa fonksiyonu ise yıllık turistik harcamanın yerel nüfusun yıllık

---

6 Hasan Olalı, **Turizm Politikası ve Planlaması**, İstanbul, 1990, s. 163
7 Olalı ve Timur, 1988, s. 176
8 **Integrated Quality Management of Rural Destinations** http://europa.eu.int/comm/enterprise/services/tourism/tourism-publications/documents/iqm_rural_en.pdf (01.06.2004)
9 Bölgesel kimlik konusu için bkz. Bölüm 1.1.4.
10 Olalı ve Timur, 1988, ss. 186 – 187

harcamasına oranı olup, hedef bölge için turistik harcamanın daha yüksek çıkması beklenmektedir. Bu iki fonksiyon, bir bölgede turizmin hacmini ve etkisini göstermekte, hedef bölge olarak sınıflandırılmada etkili olmaktadır.

Turistik Ürün Yaşam Döngüsü Yaklaşımı:[11,12] Pazarlamanın "ürün yaşam döngüsü" kavramı, turistik hedef bölgelere de uygulanabilmektedir. Diğer mal ve hizmetler gibi turizm ürünleri ve hedef bölgeler de benzer ürün yaşam süreçlerinden geçerler. Turistik ürünün duygusal eğilimlere, modaya ve benzer çevre unsurlarına karşı diğer mal ve hizmetlerden daha duyarlı olması, onun yaşam sürecini doğrudan etkilemektedir.[13] Bu durumda bir bölge, hedef bölge olma sürecinde belirli aşamalardan geçmekte ve değişmektedir. Genellikle gelişme ve büyüme evrelerinde bölge "hedef bölge" olarak kabul edilmeye başlar.

Turistik Ortam Yaklaşımı:[14] Coğrafi bir belirteç olan hedef bölge kavramından daha kapsamlı olan turistik ortam kavramı; turistik simgeler, durumlar ve bölgelerden meydana gelir. Turistik simgeler, turistin seyahatine anlam katan unsurlardır. Müzeler, eski yapılar, doğa, etnoloji ve benzeri bölgesel unsurlar ile turistin çektiği fotoğraf ve satın aldığı hediyelik eşyalar, turist için simge görevi görürler.[15] Turistik durumlar, simgelerin değerlendirilme biçimlerini etkiler. Simgelerin anlamı ve özgünlüğü[16] ile turistlerin bunları algılayışları ve tatmin duyguları bu durumları belirtmektedir.

Turistik ortamı oluşturan son unsur turistik bölgelerdir. Etkinliğin gerçekleştiği bölgeler ön ve arka bölgeler olarak ikiye ayrılır ve turistik durumun özelliğini etkiler. Ön bölge, genellikle turistik etkinliğin gerçekleştiği, ilişkilerin belirli kurallara bağlı ve ticari yapıda olduğu, davranışların nispeten suni olduğu veya sahnelendiği bölgelerdir. Arka bölgeler ise yerel halkın gündelik ve özel yaşantısının sürdüğü, genellikle turistlerden korunan alanları ifade eder. Özgünlük arayışındaki turist, arka bölgeye sızmaya ve burada "gerçek" olarak algıladığı durumları gözlemeye gayret edecektir.[17]

---

11 Olalı, 1990, s. 142

12 Orhan İçöz, **Turizm Endüstrisinde Pazarlama,** Genişletilmiş 2. Basım, Turhan Kitabevi, Ankara, 2001, ss. 31–52

13 Özay Yıldız, **Türkiye'de Şarap Turizmi – Çeşme Örneğinde Ürün Geliştirme Modeli**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2009, ss.25 – 26

14 Hasan Zafer Doğan, **Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri**, Detay Yayıncılık, Ankara, İkinci Baskı, 2004, ss. 55 – 58

15 N.H.H. Grauburn, **Teaching the Anthropology of Tourism**, International Social Science Journal, 1980, Cilt: 32, Sayı: 1, ss. 56 – 68'den aktaran: Doğan, 2004, s. 56

16 Özgünlük için bkz. Bölüm 1.1.5.

17 E. Goffmann, **The Presentation of Self in Everyday Life, Doubleday – Anchor**, New York, Garden City, 1959 ile D. MacCannell, **Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings**, Sociological Abstracts, 1974, Cilt: 22'den aktaran: Doğan, 2004, ss. 57 – 58

Bu iki bölge arasında, hem turistlere gerçeğe yakın deneyimler sunmak, hem de arka bölgenin kendine özgü yaşam tarzını korumak amacıyla ara bölgeler oluşturulabilir. Ara bölgelerde, turiste arka bölgeye girdiği izlenimi yaratılmaya çalışılmaktadır. Bu tür alanlar, Norveç ve Avusturya'da yazlık çiftliklerde çalışanların hem çiftçi hem turist ağırlayan rolleriyle nasıl baş ettiklerini araştıran bir çalışmada "sözde arka bölgeler" olarak adlandırılmıştır. Kitle turizmine göre kültür ve doğayla daha barışık, turistle daha samimi olduğu düşünülen tarımsal turizmde, tarımda özgünlük ve miras sahnelenmesinin daha inandırıcı olabilmesi ve arka bölgede devam eden tarım uygulamalarının turistler tarafından rahatsız edilmeden devam edebilmesi adına, girişimciler "arka bölgeymiş gibi görünen ön bölgeler" yaratmaktadır.[18]

Turizm Planlaması Açısından Yaklaşım:[19,20,21] Turizm planları, hedef bölgeleri coğrafi kapsamı açısından farklı seviyelerde değerlendirebilir. En geniş anlamda, uluslararası turizm planları, birden çok ülke toplu olarak geniş bir hedef bölge kabul edilerek gerçekleştirilir. Uluslararası düzeyde turizm planlamasına örnek olarak Dünya Turizm Örgütü'nün *(UNWTO)* kıtasal girişimleri verilebilir. Ulusal turizm planları, ülkenin genel ekonomi ve turizm politikasıyla aynı doğrultuda hazırlanan, ülkenin turizm sektörünün, tanıtımının ve hedeflerinin belirlendiği planlardır.[22] T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın hazırladığı Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007 – 2013[23] ulusal turizm planına örnek olarak verilebilir.

Bir alt düzeyde, bölgesel turizm planları yer alır. Bu tür planlar, birkaç ilin sınırlarında bulunan bir bölgeyi hedef bölge olarak ele alırlar. Bölgesel planlara, Uşak, Afyon ve Eskişehir sınırlarına giren "Frigya Kültür ve Termal Turizm Gelişim Projesi" örnek olarak verilebilir. Bir alt seviyede ise kentsel turizm planları yer almaktadır ve İl Turizm Müdürlükleri tarafından yürütülür. Adıyaman, Bursa, Trabzon… Kültür Kentleri Projesi kentsel ölçekte turizm planlaması örnekleridir.

---

18 Karoline Daugstad, Christoph Kirchengast, **Authenticity and the Pseudo-Backstage of Agri-Tourism**, Annals of Tourism Research, 2013, Cilt: 43, ss. 170 – 191

19 Orhan İçöz, Turgut Var, İbrahim İlhan, **Turizm Planlaması ve Politikası, Turizmde Bölgesel Planlama**, Turhan Kitabevi, Ankara, 2. Baskı, 2009, ss. 107 – 111

20 Öcal Usta, **Turizm, Genel ve Yapısal Yaklaşım**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2. Baskı, 2009, ss. 215 – 237

21 **Tourism Destination Planning And Development**, University of Hawaii, School of Travel Industry Management, http://www.tim.hawaii.edu/dl/Document%20Library%20%20TO%20490%20Additional%20Materials/TO490_section-5_destination-planning.pdf (09.07.2014)

22 Alp Timur, **Turistik Ürün Politikaları** ders notları, T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Turizm İşletmeciliği Doktora Programı, İzmir, 2012

23 http://www.kultur.gov.tr/TR,23264/turizm.html, (09.07.2014)

Yerel seviyede planlama ise, bir veya birkaç köy, topluluk, belde veya kasabayı kapsar. Saros Körfezi Turizm Kenti, Datça Eko-Turizm Kenti ve benzeri planlar yerel planlama örnekleridir. En alt seviyede ise mahalli planlama yer alır. Mahalli planlama, hedef bölgeyi en küçük kapsamda bir birey, işletme ya da yerel yönetim kurumu tarafından kontrol edilen alan olarak ele alır.[24] Bu çalışmada, "yerel" terimi, yerel ve mahalli ölçekteki hedef bölgelere hitaben kullanılacaktır.

Şehir / Kırsal Alan Ayrımı Yaklaşımı: Hedef bölgelerin sınıflandırılmasında, kent *(urban)* alanları ile kırsal *(rural)* alanlar ayrımı da faydalı olmaktadır. Kentsel ve kırsal hedef bölgeler farklı özellikler taşırlar. Uygulamada bu ikisi arasındaki ayrım her zaman kesin olmayabilmektedir; "kentleşme" yaşam alanlarının gelişiminin bir dışavurumudur.

Kent, siyasi açıdan "belirli yönetim sınırları içerisinde görev yapan yönetimlere sahip birim", fiziki açıdan "değişik amaçlar için kullanılan çok sayıda binalar ile ulaşımı sağlayan yollar" ve işlevsel açıdan "ekonomik, sosyal ve kültürel etkinliklerin yapıldığı yerleşme alanları" olarak tanımlanabilir.[25] Kırsal alanlar ise, kent alanlarının dışında kalan, doğal ve boş alanların daha geniş, nüfusun ve nüfus yoğunluğunun çok daha düşük olduğu *(veya yerleşim olmayan)*, genel ekonomik etkinliğin tarım gibi geleneksel üretim şekillerine dayandığı, köy ve benzeri bölgelerdir. Kent alanları genel olarak insan eliyle yaratılmış kültürel çevre ve kültürel peyzaj içerirken, kırsal alanlarda insanlar tarafından önemli değişikliğe uğramamış geniş doğal alanlar da bulunmaktadır. [26] Planlama yaklaşımına paralel olarak, kırsal alanların kültürel özellikleri, kentlere oranla daha homojen ve özgün olacaktır. "Kırsal alan sosyal biçimde oluşturulmuştur. … Kırsallığın ve kırsal alanların sosyal biçimde üretilmesi, sosyal temelli mekânsallığı benimseyen bir kavramdır."[27]

Yerellik ve kırsallık birbirine yakın anlamlar içermekte olup, turistler kırsal alanlarda yerelliği de deneyimlemeyi beklemektedir. Kavramsal olarak kırsal alan, üç boyut arasındaki etkileşim sonucu oluşur. Bu boyutlar; kırsallık algısı ile ilgili *fikirler*, coğrafi ve fiziksel *yerellik* ile toplumun günlük yaşamıyla ilgili *insan eylemleridir*. Bu

---

[24] Usta, 2009, s. 232

[25] Eyüp G. İsbir, **Şehirleşme ve meseleleri: çevre, mesken, yönetim**, Gazi Büro Kitabevi, Ankara, Geliştirilmiş 2. bs., 1991, s. 5

[26] Özay Yıldız, **Tarihi ve Doğal Çevrenin Korunması** Ders Notları, TC Doğuş Üniversitesi, 2010

[27] Halfacree, K., **Trial by space for a 'radical rural': Introducing alternative localities, representations and lives**. Journal of Rural Studies, 2007, Cilt: 23, Sayı: 2, ss. 125 – 141 ve Halfacree, K. Rural space: Constructing a three-fold architecture, **Handbook of rural studies** (Ed. P. Cloke, T. Marsden ve P. H. Mooney), London: Sage Publications, 2006, ss. 44–62'den aktaran: Svein Frisvoll, **Conceptualising Authentication of Ruralness**, Annals of Tourism Research, 2013, Cilt: 43, s. 275

unsurlar karşılıklı olarak birbirlerini etkiler ve kırsal alan ve kırsallık / yerellik ile ilgili kavramları yaratır. [28]

Geleneksel olarak kırsal alanlar, kent yaşamının getirdiği yalıtılmışlık, anomi,[29] kimlik ve anlam kaybı, sıkıcılık, stres gibi etkilerden kaçıp doğaya ve eski yaşam şekillerine sığınma işlevini karşılarlar. Hedef bölgenin kentsel veya kırsal alan olması, gelişen turizm biçimini belirleyecektir. Aynı şekilde, kentsel alanlarda yaşayanların, turizme katılma oranları çok daha yüksek olmaktadır:

> *Kırsal alanlar artan bir oranda eğlence, rekreasyon, ikinci ev alanları ve meskûn şehir alanlarına alternatif olarak görülmektedir. … Kent-çevresi yerleşimi (peri-urbanization), kırsal-kentleşme (rurbanization), kentsel seyreltme (urban de-concentration) ve ters göç (urban exodus) gibi gelişmeler sonucu, kırsal bölgeler için eski "köylü" yaklaşımı geçersiz kalmıştır. Çiftçi sayısı azalırken, çalışanlar, emekliler, orta sınıf çalışanlar gibi yeni nüfus kategorileri ortaya çıkmıştır. … Turizmi kimlik, mekân ve diğer insanların arayışı olarak ele aldığımızda, kırsal alanlar, sunduğu birlikte yaşam, ait olma, doğa, saflık, özgünlük gibi vaatlerle turizm için uygun bir yerleşim olarak görülmektedir. … "Köy yaşamı", insanların kökeni, kaybolmuş kökleri ve olanak dışı bir özgünlüğün mabedi halini almıştır.*[30]

Kırsal alanlara yöneliş, uygarlık boyunca geçerli olan "doğaya egemen olma" ve kentleşmeye ters bir "doğaya dönüş" eğilimi olarak görülebilir.[31] Bu yönelişte, "kırsal huzur" *(rural idyll)* ve nostalji gibi kavramlar önemli bir yer tutmaktadır:

> *"Kırsal huzur", kırsal yaşamla ilgili olumlu, "kent" ile ilgili olumsuz kalıpyargıların toplamıdır. … Örneğin, kırsal huzur miti, kırsal kesimi sakin ve sessiz, temiz ve güvenli; sosyal katılım, samimi ilişkiler ve pitoresk yerleşimler içeren, doğayla ve bütünsel yaşam tarzlarıyla uyumlu (sürdürülebilir) olarak görürken diğer tarafta kentler gürültü, kir, tehlike, sosyal yalıtım, çirkinlik, (sürdürülebilir olmayan) sağlıksız yaşam tarzları ve ticari / sahte ilişkilerle ilişkilendirilir.*[32]

Ürün Karması Yaklaşımı: Turistlerin seyahatleri boyunca en çok gereksinim duydukları konaklama, yeme – içme, eğlence, gezme görme gibi hizmetleri ve turistik çekicilikleri barındıran hedef bölge, üretim anlamında turistik ürün karması olarak ele alınabilir. Bu ürünler, bölgesel kaynaklar doğrultusunda belirlenmektedir. Bu ürün

---

28 Frisvoll, 2013, ss. 276 – 277

29 "Dışlanmışlık", Doğan, 2004, s. 43

30 Jacinthe Bessière, **Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas**, European Society for Rural Sociology (Sociologia Ruralis), 1998, Cilt: 38, Sayı: 1, ss. 21 – 23

31 Fischler, C., **L'homnivore**, Paris: Odile Jacob, 1993'ten aktaran: Bessière, s. 24

32 Frisvoll, 2013, ss. 287 – 288

karmasının, turistlerin gereksinimleri ve bu bölgesel kaynaklarla, aynı zamanda da birbirleriyle uyumlu olması gerekmektedir. Hedef bölgenin ölçeği küçüldükçe, ürün karması hem daralmakta, hem de daha tutarlı olmaktadır. Bu sebeple kırsal / yerel hedef bölgelerin daha belirgin bir bölge imajına sahip oldukları söylenebilir.

1.1.2. Mekân Algısı

Yerellikle ilgili diğer bir kavram mekân algısıdır *(sense of place*[33]*).* Mekân algısı, kişinin bir yeri hissetmesi, kendini bir yerde hissetmesi, bir yerin özünü veya ruhunu anlaması şeklinde tanımlanabilir. Bir diğer tanım da, "bir kişi veya grubun belirli bir yer ile ilgili bağlılığı veya doyumu"[34] olarak yapılmıştır. Mekân algısı kavramı, "kendini evinde hissetme", "mekâna bağlılık", "mekâna bağımlılık", "mekân kimliği" ve "bölgeselcilik" gibi kavramları bünyesinde barındırır.[35]

Bu kavram turistik anlamda tanımlanabileceği gibi, diğer kapsamlarda da kullanılabilmektedir. Örneğin, kişi kendini sürekli yaşadığı yere *(turist gönderen bölge)* ait hissetmekle, o yerin binaları, manzarası, cadde ve sokakları, parkları ve benzeri fiziksel özelliklerini, insani ilişkiler, komşuluk ilişkileri, ticaret, ulaşım ve benzeri sosyal özelliklerini, tarihi, gelenekleri, değerleri, kültürü ve benzeri soyut özelliklerini özümsemekte ve kendini "orada" hissetmektedir.

Aynı şekilde, kişi kendisini çekim gücüne kapılıp seyahat ettiği hedef bölgede de hissetmek ister; diğer bir deyişle "turist, mekânı tatmak ve deneyimlemek ister."[36] Turizm, "mekânın tüketimini içeren bir eylemdir"[37] ve "mekânın görsel, kültürel ve tarihsel özellikleri ziyaretçiler için özellikle önemli olmaktadır".[38] Ne var ki, turistin zamanı kısıtlı ve değerlidir. Bu kısa sürede mekân algısını olduğu gibi özümsemeye

---

33 Terim Türkçe'ye mekân algısı, yer algısı, yer duygusu, mekân hissiyatı ve benzeri şekillerde çevrilebilir. Mevcut çalışma için mekân algısı çevirisi uygun görülmüştür.

34 Stedman RC., Is it really just a social construction? The contribution of the physical environment to sense of place. Society and Natural, 2003'ten aktaran: Kianicka, S; Buchecker, M; Hunziker, M; Müller-Böker, U, **Locals' and Tourists' Sense of Place: A Case Study of a Swiss Alpine Village**, University of Zurich, Zurich Open Repository and Archive, 2005, Mountain Research and Development, Şubat 2006, Cilt: 26, Sayı: 1, s. 55

35 Seamon (1973), Altman ve Low (1992), Williams vd (1992), Prohansky vd (1983), Twigger – Ross ve Uzzel (1996), Backhaus ve Müller (2006)'dan aktaran: Kianicka vd, 2006, s. 55

36 Jacinthe Bessière, **Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas,** Sociologia Ruralis, Cilt 38, Sayı: 1, 1998, ss. 21 – 34'ten aktaran: Fikret Soner, **Gastronomy Tourism: A Solution For Small Cities Marketing and Regional Development**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), T.C. Yeditepe Üniversitesi SBE, İstanbul, 2013, s. 40

37 Urry, J.,**The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies**, Sage, London, 1990 ve Urry, J., **Consuming Places**, Routledge, London, 1995'ten aktaran: Rebecca Sims, **Putting place on the menu: The negotiation of locality in UK food tourism, from production to consumption**, Journal of Rural Studies, 2010, Cilt: 26, s. 105

38 Bessière ve diğerlerinden aktaran: Sims, 2010, s. 105

çoğu zaman olanağı olmamaktadır. Hedef bölgenin özellikle kültürel özelliklerini sindirmek için yeterli zaman ve kültürel arka plandan yoksun olan turistler için, turizm girişimcileri kültürel uygulamaları, törenleri, ayinleri ve nesneleri turistin daha kolay ve çabuk sindirebileceği formlara sokmak zorunda kalmaktadır. Bu amaçla özelliklerin çoğunlukla "sahnelenmesi" yoluna gidilerek turistin mekânı algılamasına çalışılmaktadır. Olaya pazarlama açısından yaklaşıldığında, turistin hedef bölgeden memnun kalması ve tekrar ziyaret etmesi, bireysel turistik ürünlerden ziyade, büyük oranda seyahatten sonra, eve geri döndüğünde hedef bölgeye dair anılar, çektiği fotoğraflar, yaşadığı bütünsel tatil deneyimi[39] ve aklında kalan mekân algısına bağlıdır. Turist kendisini "orada" mutlu hissetmişse, tekrar o duyguyu yaşamak için oraya seyahat etmesi son derece doğaldır:

> *Seyahatin veya etkinliğin doğası, dışsal etkiler, "mekân"ın rolü ve duygu, bilgi, öz kimlik ve gelişim anlamında deneyimin kişisel önemi turizm deneyiminin önemli boyutlarıdır.[40] Dahası, bir yerin fiziksel ve konumsal özelliklerini birleştiren mekân algısı ve kişilerin buna yüklediği anlamlar bireyleri düşünmeye, geçmişi anmaya veya gelecek deneyimlerin beklentisine sevk edebilir.[41]*

Mekân algısını oluşturan, turistin hedef bölgeyi hissetmesini sağlayan somut ve soyut unsurlar, kişinin duyularıyla algılanır. Buradan hareketle, mekân algısını yaratan unsurlardan yerel yiyecek – içecekler, tatma ve koku duyularına hitap ederek derin ve sağlam anılar yaratabilir. Bununla beraber, yerel besin üretiminin ardındaki öykü de mekân algısını güçlendirecektir. "Besin ve mekân arasında tüketiciler tarafından algılanan güçlü bağların değişik özellikleri, yerel / bölgesel besin ürünlerinin tüketiminin oluşturduğu katma değer sürecinin kanıtıdır."[42] İnsanlar ve toplumlar, kültürel değerleri, ilgileri ve bireysel deneyimleri sonucu mekânlar ile farklı ilişkiler kurmaktadırlar.[43]

---

39 Turistik deneyim için bkz. Bölüm 1.3.2

40 Quinlan-Cutler, S. ve Carmichael, B. A., The dimensions of the tourist experience, **The tourism and leisure experience. Consumer and managerial perspectives** , (Ed. M. Morgan, P. Lugosi ve J. R. B. Ritchie) Bristol:Channel View, 2010, ss. 3–26'dan aktaran: Siow-Kian Tan, Shiann-Far Kung, Ding-Bang Luh, **A Model of 'Creative Experience' in Creative Tourism,** Annals of Tourism Research, 2013, Cilt: 41, s. 159

41 McClinchey, K. A. ve Carmichael, B. A., The role and meaning of place in cultural festival visitor experiences, **The tourism and leisure experience. Consumer and managerial perspectives,** (Ed. M. Morgan, P. Lugosi ve J. R. B. Ritchie), Bristol: Channel View, 2010, pp. 59–80'den aktaran: Siow-Kian Tan vd, 2013, s.159

42 Dimitris Skuras, Efthalia Dimara and Anastasia Petrou, **Rural Tourism and Visitors' Expenditures for Local Food Products**, Regional Studies, 2006, Cilt: 40, Sayı: 7, s. 771

43 Kianicka vd, 2006, s. 55

Sosyoekonomik, politik ve teknolojik gelişmeler peyzajda değişikliğe neden olur. Bu değişimler insanların peyzajla ve ona yükledikleri sosyal anlamlarla olan ilişkilerini etkiler.[44] Boş ve nesnel "alan"lardan ziyade, kültürel peyzaj, kişilerin onlara yüklediği anlamlar tarafından yaratılan ve bunlar aracılığıyla algılanan mekânlardır.[45] Kültürel peyzaj, "bir tarihi olay, etkinlik, kişi veya toplum ile ilgilendirilen kültürel ve doğal kaynakları içeren alanlar" olarak tanımlanabilir.[46] Bu kültürel peyzaj unsurlarının arasında, yiyecek – içecekle ilgili olan, açık alan duygusu veren tarım alanları, bağlar, yemek festivalleri, yerel ürün fuarları, yerel restoranlar da sayılmaktadır.

Doğal olarak, turistler ve yerel halk mekânı farklı biçimde algılayacaktır. Mekân algısı, insanların mekân ile çok boyutlu ilişkisini tanımlayan genel bir kavramdır. İsviçre Alvaneu Alp köyünde yapılan bir araştırma sonucunda, yerel halk ve turistlerin mekân algısını aynı unsurların oluşturduğu, fakat tarafların bunlara farklı derecede önem verdikleri bulunmuştur.[47] Turistler için, ziyaret edilen yerler yerel halk için olduğu kadar derin anlamlar içerebilir. Farklı sosyal, tarihsel, kültürel ve ekonomik geçmişleri nedeniyle yerel halk ve turistler peyzaj gelişmelerini farklı yorumlarlar. Mekânı ve anlamlı simgeleri oluşturmaları, dolayısıyla mekân algıları farklı olduğundan sürdürülebilir bir peyzaj gelişimi için yerel halkın beklediği ekonomik gelişme ve kültürel koruma ile turistlerin aradığı özgünlük arasında bir denge kurulmalıdır.[48] Turistler ve yerel halk arasındaki en belirgin fark, yerel halk için mekân algısı unsurlarının, yaşadıkları yerle ilişkili olduğundan varoluşsal önemidir. Tam tersine, turistler için geçici zaman geçirdikleri hedef bölge, turizmin doğasına uygun olarak daha bireyseldir. Turistler hedef bölgeye yerel halkın hissettiği bağlılığı duymamakta, rekreasyonel unsurlara bireysel boyutta daha çok değer vermektedirler. Bunun yanında, kültürel unsurlara verdikleri değer toplumsal boyuta daha yakın olmuştur. Son olarak sosyal yıkım ve istihdam konuları turistler için kaygı konusu değildir.[49]

1.1.3. Yerel Kültür, Gelenek ve Miras

[44] Greider T, Garkovich L., **Landscapes: The social construction of nature and the environment**, Rural Sociology, 1994, Cilt: 59, Sayı: 1, ss. 1 – 24'ten aktaran: Kianicka vd, 2006, s. 55
[45] Tuan YF., **Topophilia: A Study of Environmental Perception, Attitudes and Values**, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1974'ten aktaran: Kianicka vd, 2006, s. 55
[46] Kuban, 2000, ss. 45 – 48
[47] Kianicka vd, 2006, ss. 55 – 63
[48] Kianicka vd, 2006, ss. 55 – 56
[49] Kianicka vd, 2006, ss. 55 – 63

Yerellik kavramının, yerel yaşamın ve yerel turizm gelişiminin ayrılmaz bir öğesi yerel kültür ve onun uzantıları olan gelenek ve mirastır. Hedef bölgenin bu varlıklarının deneyimlenmesi, özellikle yenilik arayışındaki, dışa dönük turistler için daha yüksek tatmin sağlamaktadır. Bu varlıklar ayrıca kültürel eğilimli turizm ürününün ana bileşenleridir. Turistler, sürekli yaşadığı yerden farklı olanın arayışında olduğu gibi, farklı kültürleri deneyimlemek için de güçlü bir istek duymaktadır. Bu doğrultuda hedef bölgenin maddi ve manevi kültürel öğeleri önemli turistik kaynaklar olarak ön plana çıkmaktadır. Özellikle daha küçük yerleşim yerlerinin nispeten korunmuş ve değişik, başka yerde olmayan / yerel ve özgün kültürel özellikleri önemli rekabet üstünlüğü sağlamaktadır.

Yiyecek – içecek de, kültürün çekirdek unsurlarından biri olarak önemli bir turistik çekiciliğe sahiptir; "yemek sadece temel bir turist gereksinimi değil, bölgesel kültürün asıl unsurlarından biridir." [50] "Kültür, ne yediğimizin önemli bir belirleyicisidir."[51] Yerel toplumun doğal nimetleri değerlendirme yöntemleri, toprakla ilişkisi, tarım ve hayvancılık, yerel ürünler, besin işleme ve saklama yöntemleri, yerel yemek tarifleri, pişirme yöntemleri, pişirme donanımları, sofra düzeni, sofra adabı, yemek ve servis donanımları, öğün düzenleri, yemek alışkanlıkları, yemekle ilişkili törenler, bağbozumları, festivaller, yerel besin fuarları, birlikte yemek yeme, kutlama, düğün, cenaze, doğum günü, bayram gibi etkinlikler, düzenlenen özel ziyafetler, mönü kullanımı, yiyecek – içecek işletmeleri, servis yöntemleri, hijyen ve sanitasyon alışkanlıkları, besin işleme fabrikaları, tarihi mutfaklar, yemek müzeleri gibi kültür öğeleri olarak turistleri çekmektedir.

> *Yemek bir toplumun ana özelliklerinden olduğu, gelenekler ve özel olaylar anlamında simgesel anlamlar taşıdığı için, seyahat edilen yerde yeme – içme, bir hedef bölgenin yerel kültürünü deneyimlemek için en önemli araçlardandır.[52] Fakat bazı durumlarda, "tuhaf" ve "tanıdık olmayan" yemekler, yenilik aramayan içe dönük turistler için bir seyahat engeli oluşturabilir ve yerel yemekler ancak bu turistler için uyarlandığı zaman kabul edilebilir olabilir.[53] Kültür, belirli bir sosyal grup için yemeğin nasıl "kabul edilebilir", "kabul edilemez", "iyi" ve "kötü" olarak kodlandığını*

---

50 Jones, A. ve Jenkins, I., ''A taste of wales—Blas Ar Gymru'': Institutional malaise in promoting welsh food tourism products, **Tourism and gastronomy** (Ed. A. M. Hjalager ve G. Richards), London:Routldge, 2002, ss. 113 – 115'ten aktaran: Shuai Quan, Ning Wang**, Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism**, Tourism Management, 2004, Cilt: 25, s. 299

51 Geertz, C, **The interpretation of cultures**, New York: Basic Books, 1973'ten aktaran: Chang vd, 2011, s. 308

52 Kivela, Crotts ve diğerlerinden aktaran: Chang vd, 2011, 307

53 Cohen, E. ve Avieli, N, **Food in tourism: attraction and impediment**, Annals of Tourism Research, 2004, Cilt: 31, Sayı: 4, ss. 755 – 778'den aktaran: Chang vd, 2011, s. 307

belirler.[54] Kültürel farklılıklar nedeniyle, bir kültürde iyi yemek, başka bir kültürde kötü olabilir. [55] Bunun yanında, turistin gösterdiği yeni ve bilinmedik yemeğe karşı korku ve şüphe (neofobi) veya yeni ve tuhaf yemek arayışı (neofili) yaklaşımları da yerel mutfağı deneyimlemesi konusunda belirleyici olacaktır.[56]

Kültürün iki önemli öğesi, turistik çekim gücüne de sahip olan gelenek ve mirastır. Farklı, geçmişin ve doğanın izlerini taşıyan ve günümüzde sürdürülen yerel ve geleneksel uygulamaların gözlemlenmesi, turist için ödüllendirici olabilmektedir. Gelenekler geçmişten gelen ve bugün sürdürülen soyut uygulamalar ve görüntüler iken, miras geçmişten günümüze kalan, şimdi kullanılan, zamana uydurulan, değiştirilen ve gelecek nesillere bırakılacak olan her türlü somut ve soyut varlıklar olarak gelenekten daha kapsamlıdır.[57] Ayrıca, gelenek yerel veya ulusal iken, miras evrensel olabilmektedir. İlk olarak Immanuel Kant tarafından önerilen "insanlığın ortak mirası" kavramı, belirli alanların ve insanlığın ortak kültürel ve doğal mirası ile ilgili unsurların gelecek nesiller gözetilerek devletler veya şirketler tarafından korunmasını öngören bir uluslararası kanun ilkesini ifade eder.[58] UNESCO, insanlığın ortak mirası için olağanüstü öneme sahip alanların korunması amacıyla, 1972 yılında "Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına dair Sözleşme"yi [59] kaleme almış ve sözleşmeye taraf ülkeler için, listede yer alan miras varlıklarını koruma zorunluluğu ve desteği getirmiştir.

Miras, doğal ve kültürel olarak, kültürel miras ise, somut ve somut olmayan şeklinde sınıflandırılmaktadır. Doğal miras, doğal çevreyi kuşatan doğal varlıklar ve soyut özelliklerin vasiyetidir. Flora ve fauna, coğrafya ve yeryüzü şekilleri doğal mirasa dâhildir. Biyolojik çeşitlilik, ekolojik denge bakımından son derece önemli bir doğal miras unsurudur ve korunması amacıyla 1992'de Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi imzalanmıştır.[60]

Somut kültürel miras, büyük anıtlar ve eski anıtsal kalıntılar üzerinde birikim, büyük kentsel kompozisyonlar, tarihi kentler ve konut mimarisi olarak tarihi ve kültürel

---

54 Mäkelä, J., **Cultural definitions of the meal, Dimensions of the meal: The science, culture, business, and art of eating**, (Ed. H.L. Meiselman), Gaithersburg, ML: Aspen Publication, 2000, ss. 7 – 18'den aktaran: Chang vd, 2011, s. 308

55 Chang vd, 2011, s. 308

56 Fischler, C., **Food, Self and Identify**,. Social Science Information, 1988, Cilt: 27, ss. 275 – 292'den aktaran: Chang vd, 2011, s.308

57 Baeta Neves Flores, L.F., **Mémoires migrantes. Migration et idéologie de la mémoire sociale,** Ethnologie Française Ocak – Mart 1995, Cilt: 25'ten aktaran: Bessière, 1998, s. 26

58 Yıldız, **Tarihi ve Doğal Çevrenin Korunması** Ders Notları, TC Doğuş Üniversitesi, 2010

59 UNESCO, http://www.unesco.org.tr/dokumanlar/somutkulturelmiras/somut_kulturel_miras.pdf (11.07.2014)

60 Dışişleri Bakanlığı, http://www.mfa.gov.tr/biyolojik-cesitlilik-sozlesmesi.tr.mfa (11.07.2014)

peyzajı oluşturan miras unsurlarıdır.[61] Tarihi ve kültürel miras unsurları, uygarlığın nasıl oluştuğu, geçmiş toplumların nasıl yaşadığı, coğrafyanın koşullarına nasıl uyum sağladığı gibi önemli konularda bizi aydınlatarak, geleneksel ve bölgesel olarak güçlü ve farklı bir karakter, bölgesel farkındalık, aitlik duygusu, dayanışma gibi somut faydalar sağlar. Tarihi miras unsurları yenilenemez bir kaynak olup, yok olduğunda yeniden yaratılamaz.[62]

Diğer yandan, somut olmayan kültürel mirası, yaşayan uygulamalar oluşturur ve büyük oranda gelenek ile aynı anlamı taşır. Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi'ne göre:

> *"Somut Olmayan Kültürel Miras", toplulukların, grupların ve kimi durumlarda bireylerin, kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekânlar anlamına gelir. Kuşaktan kuşağa aktarılan bu somut olmayan miras, toplulukların ve grupların çevreleriyle, doğayla ve tarihleriyle etkileşimlerine bağlı olarak, sürekli biçimde yeniden yaratılır ve bu onlara kimlik ve devamlılık duygusu verir; böylece kültürel çeşitliliğe ve insan yaratıcılığına duyulan saygıya katkıda bulunur.[63]*

Bir yaklaşıma göre, yakın anlamlar taşıyan gelenek ve miras kavramları tümleşik biçimde değerlendirilebilir. "Miras, sürekli değişen bir dünyada tarihsel derinlik ve sabit bir kalıp yaratmaktadır ve zamansal bir köprü olarak, gelenek kavramından farklı düşünülmemelidir." [64] Yaklaşımda, geleneklerin sabit kalma, değişime direnme ve koruma yönünde, çağdaşlığın ise tam tersi yönde güç uyguladığı varsayılmıştır. Miras aktarımı sırasında faydalı unsurların korunup faydasızların elenmesi, yeni unsurların eklenmesi ve zamanın gereklerine uygun hale getirilmesi yoluyla hem gelenekleri korumak, hem de çağdaş yaşama uyum sağlamak mümkün olacaktır. [65]

Doğal ve kültürel mirasın turistik çekicilik yaratması bazı zorlukları da beraberinde getirebilir. "Toplum, miras aktarımı sırasında değer verdiği miras unsurlarını aktarırken, toplum üyesi olmayan yabancıların ve turistlerin bir miras unsuruna özel değer vermesi, hatta sahip çıkması ve korunmasında etkin rol oynaması *(miras farkındalığı)* durumunda sorunlar yaşanabilir."*[66]*

---

61 Kuban, 2000, ss. 69 – 87
62 Kuban, 2000, ss. 45 – 95
63 UNESCO, http://www.unesco.org.tr/?page=11:129:5:turkce (11.07.2014)
64 Bessière, 1998, s. 26
65 Bessière, 1998, s. 27
66 Bessière, 1998, s. 28

Miras üretimi, kişisel anılar, öyküler ve maddi unsurların, yerel halk ve turistler tarafından deneyimlenebilir hale getirecek şekilde gösterilmesi veya oynanmasını içeren, turizm girişimcileri tarafından yürütülen seçici bir süreç olarak tanımlanabilir.[67] Miras ve kimlik üretimi, belirli kültürel unsurlar kullanılarak insanlar için anlamlı gösteriler yaratmak olarak tanımlandığında, turizm girişimcileri, günlük hayattan farklı çevreler ve deneyimler yaratmak üzere çeşitli sahneleme yöntemleri kullanmaktadır.[68] Gelenek, kültür, kimlik ve mirasın ticarileşmesi ve ekonomik bir kaynak olarak turistleri çekmek için kullanılması, yerel halkın belirli kültürel gelenekleri ve aksi halde kaybolacak olan anlamlı bir yerel ve etnik kimliği korumasına yardımcı olabileceği gibi, tarihsel amacından veya uygun kapsamdan sapmaya neden olabilir:[69]

> *Mirasın hakiki olabilmesi için meşruluk kazanması gereklidir: başarılı bir miras pazarı için en önemli şartlar olan tarihsel içerik, köken ve kökler hakkında tüketiciye olanaklar dâhilinde en yüksek garanti sağlanmalıdır. Bazı miras veya gelenekler herhangi bir tarihsel özden mahrum güncel ve yapay yeniden canlandırmalar olmalarına rağmen yanlış anlaşılabilir, yanlış temsil edilebilir, hatta gerçek miras unsuru olarak algılanabilir. Bu tür folklorik öğeler özel bir durum için düzenlenmiş olabilir.* [70]

> *Turizm, miras zenginliklerini göstermek için düzenlenen etkinlikler gibi yerel törenlerin tüketimine ve kutlamasına katılım sağlayarak turistin kültürel kodları özümsemesi ve yeniden yorumlaması yoluyla sosyal ve kültürel bütünleşmesine olanak sağlar. Gastronomi bu kodlardan biridir ve mutfak mirası bu kapsamda değerlendirilebilir. Yemek hazırlama ve yeme usulleri, belirli bir bölgeye ve zamana sağlam köklerle bağlıdır ve yaşayanların karakterini yansıtır. Kırsal bölgelerin mutfak mirası da köylü kimliğine, yemek üretim ve tüketim alışkanlıklarına sağlam bir şekilde bağlıdır. Bu mutfak uygulamaları ayrıca bir bölgeyi diğerlerinden ayırmaktadır. Bir gastronomik ürünün korunması, tanıtılması ve kaybolmasının önlenmesi, tarihin yeniden canlandırılması ile yaratıma, yenileşime ve değişime katkıda bulunmaktadır.*[71]

1.1.4. Bölgesel Kimlik

Bölgesel kimlik, bir hedef bölgenin doğal, kültürel, sosyal, tarihi özellikleri, genel ekonomi ve turizm endüstrisinin durumu, çekicilikleri ve benzeri pek çok somut

---

67 Võsu vd, 2012, s. 77

68 Pine, B. Joseph ve Gilmore, James H., **The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage**, Boston: Harvard Business School Press, 1999'dan aktaran: Võsu vd, 2012, s. 79

69 Cohen, Erik, **Authenticity and Commoditization in Tourism**, Annals of Tourism Research, 1998, Cilt: 15, Sayı: 3, s. 322'den aktaran: Võsu vd, 2012, s. 78

70 Bessière, 1998, s. 28

71 Bessière, 1998, ss. 26 – 29

ve soyut özelliği elle tutulabilir ve nispeten homojen bir kavram haline getirmek için önerilen bir terimdir. Hedef bölge imajı ile yakın anlamlar taşımaktadır. Ancak imaj pazarlama çalışmalarının da etkisiyle turizm pazarının algısını ifade eden dışsal bir kavramken, hedef bölge yerel paydaşların ve yerel karar vericilerin oluşturduğu içsel bir kavramdır.

Bir bölge, turistik arz verilerini kullanıp geliştirerek hedef bölge halini alır. Pek çok hedef bölge benzer verilere sahip olduğunda, rekabette öne çıkabilmek adına turizm planlamasında "farklılaştırıcı unsur"lar yaratıp bunlar üzerinde odaklanma yoluna gidilmelidir. Bölge bu farklılaştırıcı unsurlara gerçekten sahip olabileceği gibi sahipmiş algısı yaratma yoluna da gidebilmektedir. Farklılaştırıcı unsurlar belirlendikten sonra, arz verileri ortak bir özellik etrafında birleştirilmelidir. Bu hedefe "birleştirici unsur" denilmektedir ve bölgedeki tüm paydaşlar, çabalarını bu unsur etrafında birleştirerek işbirliğine gitmelidir. Hedefin doğru seçilmesi durumunda, ortak çabalar için eşgüdüm sağlanacaktır. Hedef bölgenin birleştirici unsur etrafında gelişen turistik ürünü ve farklılaştırıcı unsurları birleşerek bölgesel kimliği oluşturur. Bölgesel kimlik, tanıtımda, imaj yaratmada ve rekabet üstünlüğü sağlamada temel oluşturur.[72]

Bir hedef bölgenin karakteristik özelliklerini anlamak yaşamsal öneme sahiptir. Bu özellikleri ile bölge sadece belirli turist tiplerine hitap edebilir. Hedef bölgenin pazarlanmasında da, somut ve soyut özgün ürünlerini öne çıkararak bölge diğerlerinden farklılaştırılmalıdır. Farklılaştırma odağı, ziyareti teşvik edecek kadar gerçek ve sağlam olmalıdır.[73]

1.1.5. Özgünlük

Yerellikle yakın anlamlar taşıyan bir başka kavram da özgünlüktür. Genel olarak turist, yerel olanın özgün de olmasını bekleyecektir. Bir anlamda, "yerel ürünler turizm deneyimine özgünlük katar ve ziyaretçilerin bir bölgeye gelmesi için

---

[72] Bölgesel kimlik oluşturma süreci, EU LEADER+ kapsamında "Bölgesel Rekabetçilik ve Kırsal Destinasyonların Bütünsel Kalite Yönetimi Yaklaşımları"ndan alınmıştır: **Territorial competitiveness - Creating a territorial development strategy in light of the LEADER+ experience** http://europa.eu.int/comm/archives/leader2/rural-en/biblio/compet/conclus.htm (20.06.2004)

[73] Bendegul Okumus, Fevzi Okumus, Bob McKercher, **Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey**, Tourism Management, 2007, Cilt: 28, s. 254

motivasyon yaratır."[74] Doğal olarak, yerel ve özgün besin ürünleri, üretim yöntemleri, yiyecek – içecek deneyimleri gibi unsurlar, turistin yaşadığı tatminde önemli rol oynayacaktır: "besin üretiminin öyküsünü anlatarak, turistin özgünlük arzusunu, sürdürülebilirliği artıracak ve kırsal alanlara fayda sağlayacak ürün gelişimini teşvik etmek için kullanmak mümkündür."[75]

> *Özgünlük arayışındaki turist, ürünlerin, özellikle yiyecek – içecek ürünlerinin "sahte" veya "yapay" değil, hedef bölgenin mekân algısı ve kültürü ile ilişkili olmasını, o yerin ve insanlarının doğası ile ilgili anlayışını güçlendirmesini arzular. Mekânın, ortamın ve besinlerin turistin beklentilerini karşılaması, özgünlük arayışındaki turisti tatmin edecektir. Bu algı, geleneksellik ile de yakından ilişkili olmaktadır. Turist, özgün turistik ürünlerin ardındaki anlamı aramaktadır. Örneğin, üretim yöntemlerinin nesiller boyunca devam etmesi ve ürün ile birlikte bu öykünün de sunulması, turistik deneyime meşruiyet kazandırmakta, bu miras ve çekicilik unsuru, özgünlük arayışını tatmin etmektedir.*[76]

Fakat tek olma, başka yerde bulunmama, gerçek ve orijinal olma gibi anlamlarda kullanılan özgünlük kavramı, turistik olaylar ve durumlar için kullanıldığında tanımı güç bir kavram olmaktadır. Çünkü turizm, çekiciliklerin turistik tüketime uyarlandığı yeniden canlandırmalar, yeniden üretim, sahneleme gibi yöntemleri kullanır. Bu sebeple, turistik ürünlerin "gerçek" olup olmadığından ziyade, "ne kadar gerçek" olduğu, "aslına ne kadar sadık" olduğu, sonuçta ne kadar özgün olduğu, buna ek olarak, özgünlüğe kimin karar vereceği kapsamlı tartışmalara konu olmuştur:

> *Kavramın önemine rağmen, özgünlük iddialarına hak vermek, bunları analiz etmek ve yorumlamak için kabul görmüş bir çerçeve modeli bulunmamakta, bu sebeple literatürde özgünlük konusu şiddetle tartışılmaktadır.*[77] *Neredeyse özgünlük hakkında yazan kişi sayısı kadar tanım bulunmakta; hatta bazı araştırmacılar kavramın tanımlanamadığı için araştırmalarda kullanılmaması gerektiğini öne sürmektedir.*[78] *Turizm çok yönlü bir olaydır ve bunun sonucunda özgünlükle ilgili, onun sonsuz sayıda çeşidini kapsayacak tek bir görüş fikri olanaksız olmaktadır.*[79]

---

74 Soner, 2013, s.19

75 Rebecca Sims, **Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience**, Journal of Sustainable Tourism, 2009, Cilt: 17, Sayı: 3, s. 322

76 Sims, 2009, ss. 329 – 330

77 Cohen ve diğerlerinden aktaran: Svein Frisvoll, **Conceptualising Authentication of Ruralness**, Annals of Tourism Research, 2013, Cilt: 43, ss. 272 – 274

78 Wang, N., **Rethinking authenticity in tourism experience**. Annals of Tourism Research, 1999, Cilt: 26, Sayı: 2, ss. 349–370'ten aktaran: Muchazondida Mkono, **African And Western Tourists: Object Authenticity Quest?** Annals of Tourism Research, 2013 (a), Cilt: 41, s. 198

79 Frisvoll, 2013, s. 293

Klasik MacCannell ve Cohen özgünlük modellerinden hareketle, Wang, turistik özgünlüğü şu şekilde sınıflandırmıştır:

a) Nesneyle ilişkili *(objektif)* özgünlük; ziyaret edilen nesnelerin özgün olmaları veya o şekilde algılanmalarıyla ilgilidir.
   i. Nesnel özgünlük, bir nesnenin özgünlüğünün tarafsız olarak ölçülebileceğini varsayar.
   ii. Yapısal / sembolik özgünlük, özgünlüğün sosyal olarak yapılandırıldığı ve sonuçta algıya dayalı olduğunu öne sürer.
b) Varoluşsal özgünlük; kişisel deneyimin samimi, mutlu olması, yapmacıklıktan ve toplumsal sınırlamalardan uzak oluşuyla ilgilidir. Varoluşsal özgünlük, turistler "iyi vakit geçirdiklerinde" ve turizm deneyimiyle etkileşime girdiklerinde devreye girer; kişisel olarak şekillenen bir etkinlik özgünlüğüdür.[80]

> *Özgünlük turist için varoluşsal bir durumdur ve belirli bir turizm deneyiminin turistte yarattığı tepki ile belirlenir. Turistler, etkinliklere kişisel olarak katılarak kendi kimliklerini ve özgünlüklerini oluşturmaktadırlar. Özgünlük, turistin kendi bünyesinde yarattığı bir algıdır ve kişisel özgünlük, turistik ürünlere yüklenen anlam ile ilişkilidir.*[81]

Basit bir örnekle, turistin hediyelik eşya olarak satın aldığı tarımsal ürünün sahip olduğu sertifikalar veya köken etiketi nesnel olarak, sahip olduğu ün ve tanınırlık ise yapısal / sembolik olarak özgün olduğunu kanıtlar. Eğer turist bunlarla uğraşıp tadını kaçırmak istemiyor ve deneyimin tadına varmak için olumlu bir tutum sergiliyorsa burada varoluşsal özgünlükten bahsedilebilir. Pek çok durumda, turistin algısı ve tutumu, turistik durumların ve ürünlerin "gerçekten gerçek" olduğundan daha önemli olmaktadır.[82,83,84]

Kırsal alanın özgünlüğünün analiz edilmesine yönelik bir diğer yaklaşım ise, özel olarak kırsal alanlar ve burada gelişen turistik ürünün özgünlüğü üzerinde durmaktadır. Zira "özgünlük, kırsal turizm için kritik öneme sahiptir.[85] Kırsal kesimin özgünlüğü kavramı, kırsal turizm içinde metalaştırılan ve tüketilen kültürel kavramların

---

80 Ning Wang, **Rethinking authenticity in tourism experience**. Annals of Tourism Research, 1999, Cilt: 26, Sayı: 2, ss. 349–370
81 Wang, 1999, ss. 349–370
82 Wang, 1999, ss. 349–370
83 Mkono, 2013 (a), s. 198
84 Frisvoll, 2013, 274
85 Frisvoll, 2013, 272

doğasında yer almaktadır."[86] Yaklaşımın amacı, "kırsal kesimde özgünlük ile ilgili popüler mitleri yeniden üretmek, kırsal kesim, özgünlük kavramı, kırsal turizmin kırsal kesimi ticarileştirmesi ve tüketmesi ilişkisini teorik olarak desteklenmiş biçimde anlamak"[87] olarak verilmiştir.

Turistik alanlar "içlerinde görünürde tek bir kültürün pek çok yorumunun tartışılabileceği, kıyaslanabileceği ve tüketilebileceği" alanlardır.[88] Kırsal turizmin özgünlüğü ve kırsal alanları sahneleme, tasarlama, düzenleme ve sonuçta ticarileştirmesini kavramlaştıran "kırsal bakış", karar alıcılara yol gösteren güç ve ortak sosyal normları ifade eder. Bu anlamda "kırsal bakış", kırsallığın özgünlüğünün merkezinde yer alır.[89]

Yaklaşıma göre kırsal alanın özgünlüğü şu aşamalarla analiz edilebilir:

a) Üretim: Turistik ürünün üretimi *(gerçek bir kırsallık mevcut mudur, özgünlük nerede bulunmaktadır?)*
b) Tüketim: Ürünün deneyimlenmesi, tatmin derecesi *(tüketim için kırsallık ve özgünlük ne kadar önemlidir?)*
c) Donanım: Turistik üründe kırsallığın vurgulanması için kullanılan unsurlar *(çiftlikler, manzara, binalar gibi maddi, gelenekler ve kırsal yaşam gibi maddi olmayan unsurlar)*
d) Yorumlama: Kırsal simgelerin kültürel bir bakışla yorumlanması *(üreticiler ve turistlerin algıları)*
e) İçsel uyum: Kırsal turizm ürünü ve kırsal alan uyumu, farklı unsurların uyumu *[verilmek istenen anlamla deneyimin uyumu (Halfacree'nin yapısal uyumu[90])]*
f) Dışsal uyum: Kırsal turizm ürünü ile kırsallık kavramının uyumu *(kırsal alan ve bölgesel durumlar)*[91]

---

86 Bell, D., **Variations on the rural idyll** (Ed. P. Cloke, T. Marsden ve P. H. Mooney), Hanbook of rural studies, London: Sage 2006, ss. 149–160'tan aktaran: Frisvoll, 2013, s. 272
87 Frisvoll, 2013, ss. 272 – 273
88 Lacy, J. A. ve Douglass, W. A., **Beyond authenticity. The meanings and uses of cultural tourism,** Tourist Studies, 2002, Cilt: 2, Sayı: 1, ss. 5–21'den aktaran: Frisvoll, 2013, s. 275
89 S. Abram, The rural gaze., **Country visions,** (Ed. P. Cloke), Harlow: Pearson/Prentice Hall, 2003, ss. 31–48'den aktaran: : Frisvoll, 2013, s. 278
90 Yapısal uyum: Kırsal turizm ürünü ve kırsal alanda bulunan farklı unsurların birbirine ne kadar uyduğu algısıdır. Bu unsurlar: Uyumlu ve birleşmiş / Çelişkili ve kopuk / Kaotik ve uyumsuz olabilir.
91 Frisvoll, 2013, ss. 278 – 280

İlk durumda, sunulan, algılanan ve yaşanan kırsallık aynıdır. Bu durumda özgünlükten bahsedilebilir. Böyle bir özgünlük de turist kabul edenler ve turistlerin öznel değerlendirmeleri sonucudur. Bu durum ayrıca beklentileri de karşılarken, diğer durumlarda bütünsel bir kırsallık algısını bozacak çelişkili unsurlar yer almaktadır.[92] Yaklaşım, kırsal alanlar için özellikle geliştirilmiş olduğu, uyum, tüketim ve yorumlama gibi boyutlar getirdiği için özellikle faydalıdır.

Son olarak deneyimsel özgünlük yaklaşımı, turistik eylemde, turistik nesnelerden ziyade, üretici ve tüketicinin etkileşiminden doğan deneyimin ne kadar özgün olduğunun algılandığı üzerinde durur. Bu açıdan Wang yaklaşımıyla paralellik göstermektedir. Bu yaklaşımda, sahnelenen özgünlüğün özgün deneyim yaratmada önemli olduğu vurgulanmıştır.

> *Deneyimsel özgünlük, turistik deneyimi sunanlar ve deneyimleyenlerin, doğal yaşamın gözlenmesiyle ilgili gerçekleşen ve hayal edilen deneyimin değerlendirilmesinde kendilerine karşı dürüst olması şeklinde tanımlanmıştır.[93] Özgünlüğün deneyimlenmesi ile ilgili algılarda mekân, yerleşim ve estetik ana unsurlardır.[94] Deneyimsel özgünlük ayrıca turistik etkinlik ve çekilikler (özellikle bir çekiciliğin, olayın, yerin veya kişinin turistik amaçlarla kullanımının bir yeniden yaratma süreci gerektirdiği kültürel ve sanatsal miras) için önemli bir tartışma konusudur.[95]*
>
> *Özgünlük, kişiler kendi benliklerinden uzakta veya yalıtılmış olduklarında değil, kendi deneyimleriyle bağlantı kurabildikleri ölçüde ortaya çıkar.[96] Özgünlük bir sosyal yapılanma olup turistlerin özgünlük arayışı ile şekillenir.[97] Turistlerin özgünlük arzusu, insanların kendini doğadan yabancılaşmış hissettiği ve günlük yaşamın yapay ve sahte göründüğü bir dünyada (…) doğal, ruhsal ve kültürel olarak bozulmamış olanın arayışının sonucudur.[98]*

Şekil 1.1. Deneyimsel Özgünlük Modeli (Tarımsal Turizm ve Tarım Ailesi Kimliği)

---

92 Halfacree vd, aktaran Frisvoll, 2013, ss. 276 – 277

93 Trilling, L., **Sincerity and Authenticity**, Harvard, MA: Harvard University Press, 1974'ten aktaran: Di Domenico ve Miller, 2012, s. 285

94 Taylor, C, **The Ethics of Authenticity**. Harvard, MA: Harvard University Press, 1992'den aktaran: Di Domenico ve Miller, 2012, s. 287

95 Ferrara, A., **Reflective authenticity**. London: Routledge, 1998'den aktaran: Di Domenico ve Miller, 2012, s. 287

96 Hall, C. M., Response to Yeoman et al: the fakery of 'The authentic tourist' Tourism Management, 2007, Cilt: 28, Sayı: 4, ss. 1139 – 1140'tan aktaran: MariaLaura Di Domenico, Graham Miller, **Farming and Tourism Enterprise: Experiential Authenticity in the Diversification of Independent Small-Scale Family Farming**, Tourism Management, 2012, Cilt: 33, s. 288

97 George Hughes, (1995). **Authenticity in Tourism**, Annals of Tourism Research, Cilt: 22, ss. 781 – 803'ten aktaran: Sims, 2009, s. 325

98 J Taylor, **Authenticity and Sincerity in Tourism**. Annals of Tourism Research, 2001, Cilt: 28, ss. 7 – 26'dan aktaran: Sims, 2009, s. 325

Baskın kimlik / Girişimler	*Uyarlamacı:* *Baskın kimlik tarım ailesi, turizm yan etkinlik*	*Dönüşümcü:* *Baskın kimlik tarımsal turizm girişimcisi aile*
Girişimlerin beraber yürütülmesi: Geleneksel tarım ve tarımsal turizmin yüksek oranda örtüşmesi	Turistik deneyimin **derin** deneyimsel özgünlüğü	Turistik deneyimin **yüzeysel** deneyimsel özgünlüğü
Girişimlerin birbirinden ayrılması: Geleneksel tarım uygulamaları ile turizmin birbirinden ayrı yürütülmesi	Turistik deneyimin **sahnelenmiş** deneyimsel özgünlüğü	Turistik deneyimin **yapmacık** deneyimsel özgünlüğü

Kaynak: Di Domenico ve Miller, 2012, s. 291

"Büyük, modern ve kurumsal tarım şirketleri karşısında hayatta kalabilmek için, küçük çiftlik sahibi aileler tarımsal turizmi de içeren yeni girişimlerle çeşitlendirmeye gitmek zorunda kalmışlardır. Bu durumda kimlikleri, yaşam tarzları, özgünlükle ilgili algıları ve deneyimleri ile tarıma bakış açılarında ciddi sorunlarla karşılaşmışlardır."[99] Cohen'in özgünlük / yadsıma / sahneleme / kurgu özgünlük matrisinin uyarlandığı modele göre, tarım ailesinin turizm girişimi yoluyla çeşitlendirmeye gitmesi, dört farklı sonuç doğuracaktır.

"Uyarlamacı" durumunda, aile tarımsal özelliğini korur, turizmi yan etkinlik olarak görür ve tarımsal etkinliği turizme uyarlar. Bu durumdaki tarım ailesi, iki girişimi de beraber sunarsa, sonuçta ortaya çıkan turistik deneyim en yüksek, "derin" özgünlüğe sahip olacaktır. Başka bir deyişle, turist, gerçek bir tarım ailesinin gerçek tarımsal etkinliklerini ön bölgede deneyimleyecektir. Bu aile tarım ve turizm girişimlerini birbirinden ayırır ve turistik ortamı ön ve arka bölgelere ayırırsa, ön bölgede sunulan turistik deneyim, arka bölgede gerçekten devam eden tarımsal etkinliğin "sahnelenmiş" bir sunumu olacaktır.

Eğer çeşitlendirmeye giden aile, tarımsal kimliğini bırakıp kendini turizm girişimcisi olarak kabul ederse, sonuçta sunulan tarımsal turizm deneyiminin özgünlüğü daha düşük olacaktır. Başka bir deyişle, sunulan deneyim gerçek bir tarımsal deneyim olmaktan uzaklaşarak, bunun "turistik" bir versiyonu olacaktır. Aile

[99] Haugen ve Vik (2008) ve diğerlerinden aktaran: Di Domenico ve Miller, 2012, s. 285

tarım ve turizm etkinliklerini beraberce yürütürse deneyim "yüzeysel", girişimler ayrı bölgelerde yürütülürse de "yapmacık" bir deneyimsel özgünlüğe sahip olacaktır.[100]

Özgünlükle ilgili literatürde görülen ikinci sorun ise, özgünlüğe kimin karar vereceği veya kimin doğrulayacağı [101] sorunudur. Genel olarak iki taraf öne çıkmaktadır; doğrulama üretici veya yetkili gibi *dışsal* kaynaklardan olabileceği gibi turist tarafından *içsel* biçimde de olabilmektedir.

> *Özgünlüğü doğrulama, bir turistik çekim unsurunun özgünlüğünün teyit edilmesini içeren sosyal bir süreçtir. … Bir rol, ürün, bölge, nesne veya olayın orijinal, hakiki, gerçek veya güvenilir olduğunun teyit edilmesi sürecidir. … Bir çekim unsurunun özgünlüğünün teyit edildiği sosyal süreç keşfedilmemiş haldedir.[102]*

Norveç'te özgünlüğün doğrulanması hakkında dört farklı kırsal turizm işletmesi üzerinde yapılan bir araştırmanın en önemli bulgusu, özgünlüğün doğrulanmasının, tüketilen turistik ürünün dışında söylemlerle bağlantılı olan pek çok karmaşık öğe içeren sosyal bir süreç olduğudur.[103]

Özgün olarak kabul edilen nesneler ile onlara özgünlük yükleyen özneler arasında bir bağlantı vardır.[104] Özgünlük yükleyen özneler dışsal ise soğuk, içsel ise sıcak doğrulamadan bahsedilebilir. "Soğuk doğrulama, tekil, açık ve genellikle resmi hatta yasal bir edimsel eylem yoluyla bir nesne, bölge, olay, gelenek, rol veya kişinin kopya, sahte veya yapay değil; orijinal, hakiki ve gerçek olduğunun açıklanmasıdır."[105] Soğuk doğrulama eylemleri bilimsel verilere, uzmanlığa, kişisel bilgiye veya ilhama dayalı olabilir.[106] Wang modelinde nesnel özgünlüğe denk düşer.

> *Turistlerin, özgünlüğü "soğuk" olarak doğrulanmış nesnelere yönelik arayışı açık bir şekilde nesnel özgünlüğün deneyimlenmesi arzusunu gösterir. Fakat anlaşılabilir bir şekilde, araştırmacıların çoğunun görüşü nesnel özgünlük arayışının ulaşılması güç bir hedef olduğu yönündedir; özgünlüğü resmi olarak doğrulanmış nesneler bile mutlaka orijinal*

---

[100] Deneyim konusu için bkz. Bölüm 1.3.1, Modelin uyarlandığı araştırma için bkz. Ek 4 (Yorkshire ve East Anglia Örneği)

[101] Kimliğin, doğruluğun ve benzeri (resmi olarak) onaylanması, belgelenmesi, aslına uygunluğunu kanıtlama, doğrulama, özgünlük isnat etme gibi anlamlara gelen authentication terimi, "özgünlüğün doğrulanması" olarak kullanılacaktır.

[102] Erik Cohen, Scott A. Cohen, **Authentication: Hot And Cool**, Annals of Tourism Research, 2012, Cilt: 39, Sayı 3 s. 1296

[103] Frisvoll, 2013, s. 273

[104] Muchazondida Mkono, **Hot And Cool Authentication: a Netnographic Illustration**, Research Notes, Annals of Tourism Research, 2013 (b), Cilt: 41, s.215

[105] Erik Cohen, Scott A. Cohen, **Authentication: Hot And Cool**, Annals of Tourism Research, 2012, Cilt: 39, Sayı 3, s. 1298

[106] T. Selwyn, Introduction. **The Tourist Image: Myth and Mythmaking in Tourism** (Ed. T. Selwyn), Chichester: Wiley, 1996, ss. 1 – 32'den aktaran: Cohen ve Cohen, 2012, s. 1298

değildir, bazı durumlarda orijinal hiç yoktur. Tek özgünlük iddiaları doğrulayan bir otorite tarafından doğrulanmış olmasıdır.[107]

Sıcak doğrulama, bir nesne, bölge veya olayın özgünlüğünün yaratılması, korunması veya güçlendirilmesi için içsel, tekrarlayan, gayri resmi bir edimsel süreçtir. Tipik olarak anonim bir eylem olup tanınmış bir otoriteden yoksundur. Sıcak doğrulama süreci duygusaldır, kanıt yerine inanca dayalıdır ve bu sebeplerle dışsal eleştiriye duyarsızdır. [108] Wang modelinde sıcak doğrulama, yapısal / sembolik özgünlük olarak gösterilmiştir.

Turistik tüketicilerin erişim [109] yorumlarından deneyimlerinin özgünlüğünün araştırıldığı bir çalışmada, nesnelerin özgünlük statüsünün tartışılması, teyit edilmesi, yaratılması veya güçlendirilmesi sürecinde, turistlerin çekim unsurlarını içsel ve tekrarlayıcı şekilde geçerli veya geçersiz kılan politik gücü paylaştığı sonucuna ulaşılmıştır:

"Ateş seremonisi özgün görünüyordu, fakat akşam yemeği başladığında özgünlük pek kalmadı. Çaldıkları şarkı bir tarih dersinden ziyade Disney animasyon müziğini andırıyordu. Bir yetişkin için deneyim kesinlikle özgün değildi. Bir grup aktör tarafından ortaya konmuş bir gösteri gibiydi. Bazıları çok iyi iş çıkardılar. Diğerleri sıkılmış ve ilgisiz görünüyorlardı."[110]

Son olarak, özgünlüğün turistler için evrensel olarak önemi sorgulanmıştır. Zimbabwe – Victoria Şelaleleri'nde Batılı ve Afrikalı turistler arasında yapılan bir araştırmada, Batılı turistlerin öncelikli olarak nesne özgünlüğüne ve sahnelenen kültürde sahteliği aramaya odaklı olduğu, bununla birlikte Afrikalı turistler için kültürel performansları değerlendirirken özgünlük yerine estetik ve sanatın daha anlamlı ölçütler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. [111] Ayrıca, kültürel özgünlüğün doğrulanmasında, etkinliğin yerel halkın kontrolünde olması, kimin ne kadar gelir elde ettiği, performansların özgünlüğünü doğrulayan otoritenin kim olduğu gibi sorular da mevcuttur.[112] Buradan hareketle, nesne özgünlüğünün uluslararası geçerliliği olan bir turist arayışı olmadığı, turistlerin turistik üründen özgünlükten başka, estetik, hediyelik eşya, günlük tüketim gibi faydalar dabeklediği sonucuna varılabilir. Bunu destekleyen

---

[107] Schouten, F. The process of authenticating souvenirs. **Cultural tourism in a changing world: Politics, participation and (Re) presentation** (ed. M. K. Smith ve M.Robinson), (pp. 191–202). Bristol, UK: Channel View Publications, 2006, ss. 191-202'den aktaran: Mkono, 2013 (b), s.217

[108] Cohen ve Cohen, 2012, s. 1300

[109] tripadvisor.com

[110] Mkono, 2013 (b), s. 217

[111] Mkono, 2013 (a), ss. 195 – 214

[112] Mkono, 2013 (a), s. 196

başka bir görüşe göre, “özgünlük Avrupa merkezli bir kavramdır, kültür ve güç arasındaki etkileşimi ve turizmin daha az gelişmiş ülkelerin güçlenmesi için stratejik rolünü tanımlayamamaktadır.”[113]

Özgünlüğe dair yaklaşımlar beraberce incelendiğinde, soğuk doğrulamaya dayalı nesnel özgünlüğün önemli bir tartışma konusu olduğu görülmektedir. Bu durumlarda, “mutlak özgünlüğün” ulaşılamaz ve gereksiz olduğu, turist için her zaman önemli olmadığı savunulmuştur. Bunun aksine, bireysel veya sosyal olarak, sıcak doğrulanmış varoluşsal özgünlüğün, deneyimsel özgünlüğün, sahnelenen özgünlüğün ve hatta kurgusal durumların da turistin iyi vakit geçirmesi, yerelliği tatması ve tatmini açısından önemli olduğu vurgulanmıştır. Turist için sürekli yaşadığı yerden yeterince farklı olan bir yerelliği deneyimlemek ve bu şekilde yorumlamak çoğu zaman yeterli görülmüştür. Dahası, özgünlüğün turistin evrensel ve yegâne arayışı olmadığı da belirtilmiştir.

Yerel yiyecek – içecek ürünlerinin üretim ve ürün özgünlüğü köken adlandırması, sertifikalar ve benzeri yöntemlerle soğuk olarak doğrulanabilmektedir. Bunun sosyal olarak yapılandırılmış, yorumlanmış, varoluşsal bir özgünlükle ve sıcak doğrulamayla tamamlanması, turisti bütünsel özgünlüğe ulaştıracaktır. Buna ulaşmak için bölgenin somut bir bölgesel kimliğe ve ürün tanınırlığına, ayrıca üretimin ve mekânsallığın ardındaki öyküyü turiste sunmasına gereksinimi vardır.

[113] Cole, S., **Beyond authenticity and commodification**, Annals of Tourism Research, 2007, Cilt: 34, Sayı: 4, ss. 943–960’dan aktaran: Mkono, 2013 (a), s. 197

1.2. YEREL YİYECEK – İÇECEK ÜRETİMİ

Çekim unsurunu oluşturan yerel yiyecek – içecek üretiminin kapsamına yerel ürün ile o ürünün üretim ve tüketim süreci girmektedir. Bu anlamda, çekim unsuru yerel tarımsal hammaddeler, işlenmiş besinler ve restoran yemekleri ile tarımsal etkinlikler ve ardındaki kültürel özellikler, yemek etrafındaki yerel kültür, yemek pişirme yöntemleri, yemeğin duyusal özellikleri gibi unsurlar etrafında gelişir. Buna kırsal yaşam şekli, açık alanlar, doğaya dönüş, rekreasyon ile özgün, öğretici ve yaratıcı turizm deneyimleri eklendiğinde, zenginleştirilmiş yerel yiyecek – içecek çekim unsuruna ulaşılmaktadır.

1.2.1. Yiyecek – İçecek ve Bölge İlişkisi

"Yerel" bir yiyecek – içecek çekiminden bahsedebilmek için, onun bölge ile olan bağlarını saptamak gereklidir. Üretim anlamında, o bölgede üretilmiş olmak ve bunun soğuk doğrulaması, tüketim anlamında da mekân algısını destekleyen, onunla ilişkilendirilebilen besinin sıcak doğrulaması yerel yiyecek – içecek için genel ölçütler olmaktadır:

> *Yerellik, bir ürünün sınırlı bir coğrafi bölgede üretilip satılmasını ifade edebilir. Farklı bir bakışla da yerel ürün, bir bölgeye özgü / özel ürün (speciality) veya bir bölge ile ilişkilendirilebilen ve satılması veya ihraç edilmesi yoluyla bölge için katma değer yaratan ürünler olarak ele alınabilir. Yiyecek – içecek ürününün yerel olması sorunu da, kullanılan hammaddenin, üretim yöntemlerinin ve benzeri unsurların sadece o bölgeye özgü olup olmaması ile ilgili olup, farklı algılara yol açabilmektedir. Bu yerellik algısı da kişinin inançları ve duruma göre değişen bir toplumsal yapı olarak ele alınabilir. Turist, belirli bir ürünün simgesel özelliklerini ve farklı kimliklerini değerlendirip hedef bölge ile ilişkilendiriyorsa, "yerel" olarak algılayacaktır.*[114]

Yerel ürünlerin tüketilmesi, turistler için ayrıca bir içsel tatmin de sağlar. Etik açıdan daha doğru bir tüketim şekli algısı, aynı zamanda hedef bölgenin mekân algısı ve kültürüyle de ilişkilendirildiğinden tatil sonrası anıları canlandırma gücü sayesinde yerel tüketim daha yüksek bir tatmin sunmaktadır[115]. Turistlerin yerel besinleri talep etmesi, bir pazarlama fırsatı yaratarak sürdürülebilir tarım uygulamalarını teşvik

---

[114] Sims, 2009, ss. 324 – 332

[115] K Soper, (2007). **Re-Thinking the Good Life**, Journal of Consumer Culture, Cilt: 7, ss. 205 – 224'ten aktaran Sims, 2009, s. 328

etmekte, geleneksel tarım alanlarının korunmasına katkı sağlamakta ve yerel ekonomiyi desteklemektedir[116]. Ayrıca yerel yiyecek ve içecek ürünleri, yerel üreticileri desteklemek ve bölgeye daha fazla ziyaretçi ve yatırım çekecek bir "marka" geliştirmek yoluyla hem turizmin, hem de kırsal bölge yerel toplumunun ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliğini geliştirebilir. Aynı zamanda, yerel ekonomi için yüksek çoğaltan ve katma değer etkileri sağlayabilir, yerel satın alma sayesinde nakliyattan ve enerjiden tasarruf sağlayabilir ve farklılaştırıcı unsur ve rekabet üstünlüğü aracı olabilir.

> *Yemeğin, bir hedef bölgenin kültürünü ve kimliğini pazarlamanın önemli bir aracı olduğu saptandığı için, besin tüketimi hedef bölge pazarlamasının gelişiminde önemli bir unsur olarak görülmektedir. Diğer sebep de, hammaddelerin etrafında bir turistik deneyim yaratmak yoluyla, besin tüketiminin yerel besin üreticilerinin ürünlerine katma değer yaratmasıdır.*[117]

1.2.1.1. Yerel Yiyecek – İçeceğin Arz Yönü

Endüstriyel besin üretiminin tüketiciler ve geleneksel üreticiler için yarattığı sorunlara tepki olarak geliştiği savunulan alternatif üretim eğilimi, üretimde ekolojik yaklaşımı benimseyen, daha küçük pazarlar için daha küçük ölçekli üretim yapan üreticileri kapsamaktadır. Bu durumda kırsal turizm, yerel ve küçük ölçekli besin üreticileri için bir doğrudan satış kanalı sunmakta ve bu sayede geleneksel üretim yöntemlerinin korunmasında ve çeşitlendirilmesinde fırsat oluşturarak yerel ekonomi, kültürel değerler ve doğa için olumlu etkiler yaratabilmektedir. Gastronomi turizmi, yerel gelişmenin yanı sıra, yerel tarımsal ürünlerin ticarileşebilmesi amacıyla tanıtımı ve dağıtımı için katkı sağlamaktadır.

> *Kaliteli tarımsal ürünler ve ilgili özellikleri, önceleri ekonomik olarak marjinal görülen kırsal gelişim alanında son yıllarda gerçekleştirilen pek çok proje için itici güç oluşturmuştur. Bu projeler kırsal bölgelere yeni yaşam olanakları sunmakta, onları sadece ekonomik olarak değil, toplumsal olarak da güçlendirmektedir. Günümüzün kırsal bölgelerinden, aynı zamanda hem geleneksel, hem de yenilikçi olması talep edilmekte, böylece kırsal çevre şehir pazarları için sadece besin değil; aynı zamanda doğa, manzara, arazi dengesi, kültür, sağlık, gastronomi ve turizm gibi*

---

[116] H Buller ve C Morris, (2004). **Growing Goods: The Market, State and Sustainable Food Production**, Environment and Planning, Cilt: 36, ss. 1065–1084'ten aktaran: Sims, 2009, s. 334

[117] Hjalager, A. M. ve Richards, G., Still undigested: Research issues in tourism and gastronomy, Tourism and gastronomy (Ed. A. M. Hjalager ve G. Richards), London, Routledge, 2002'den aktaran: Shuai Quan, Ning Wang**, Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism**, Tourism Management, 2004, Cilt: 25, s. 299

maddesel olmayan varlıklar sunması beklenmektedir. … Özellikle kırsal turizm ve gastronomi turizmi gibi ürün çeşitlerinde, besin ürünleri ve özel mutfak ürünleri, toplumların ve bölgelerin belirteci olarak kültürlerin daha iyi anlaşılması için araç görevi görmektedir.[118]

Yerel yiyecek – içecek üreticileri, ürünleri için aldıkları çeşitli belgeler yanında, ürünlerinin bölgesel olduğunu soğuk doğrulama yoluyla da belgelendirmek istemektedirler. Fransız temelinde gelişen AB köken adlandırma sisteminin[119] bir benzeri, ülkemizde Köken Kontrollü Adlandırma (KKA) olarak uygulamaya sokulmuştur. Köken adlandırması, yiyecek – içecek ürününe özgün bir kalite kimliği kazandırır.[120]

Coğrafi işaret (köken kontrollü adlandırma), belirli bir coğrafi kökeni olan ve özel olarak bu bölgeyle ilişkilendirilebilen kalite özelliklerine, tanınırlığa veya niteliklere sahip ürünlerde kullanılan bir işarettir. Genellikle, bir coğrafi işaret bölgenin adını ve ürünlerin kaynağını içerir. Örneğin, tarım ürünleri tipik olarak üretim yerinden gelen niteliklere sahiptir ve iklim ve toprak gibi belirli yerel unsurlardan etkilenir.[121]

Bu gibi soğuk doğrulama yöntemlerinin dışında, besinin yerelliği için farklı ölçütler bulunmaktadır:

Yerel besinin, kendine atfedilen kalite ve sürdürülebilirlik özelliklerine rağmen üzerinde uzlaşılmış bir tanımı yoktur. Bir tanım, "pazarın 30 mil yakınında üretilmiş besin"[122] *olarak tanımlarken, başka bir tanım belirli bir bölgede üretilip satılan, hem de katma değer amaçlı başka bölgelere ve ülkelere ihraç edilen özellikli ve yerel besinleri bu kapsamda değerlendirmektedir.* [123] *Bunun yanında, üretim yeri ve içeriklerin kökeninin farklı olduğu durumlarda yerel besin tanımı karmaşıklaşmaktadır.*[124]

---

118 X Armesto Lopez, B Gomez Martin, **Tourism And Quality Agro-Food Products: An Opportunity for the Spanish Countryside**, Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie – 2006, Cilt: 97, Sayı: 2, ss. 176 – 177

119 Fransız ve AB köken adlandırma sistemi için bkz: Ek 1

120 Dimitris Skuras, Efthalia Dimara and Anastasia Petrou, **Rural Tourism and Visitors' Expenditures for Local Food Products**, Regional Studies, 2006, Cilt: 40, Sayı: 7, s. 771

121 World Intellectual Property Organisation, http://www.wipo.int/geo_indications/en/ (25.06.14)

122 National Farmers' Retail and Markets Association, 2007'den aktaran: Rebecca Sims, Putting place on the menu: **The negotiation of locality in UK food tourism, from production to consumption**, Journal of Rural Studies, 2010, Cilt: 26, s. 107

123 Morris, C., Buller, H., **The local food sector: a preliminary assessment of its form and impact in Gloucestershire,** British Food Journal, 2003, Cilt: 105, ss. 559–566'dan aktaran: Sims, 2010, s. 107

124 DEFRA, **Policy Paper on Local Food**, 2003 ve Working Group on Local Food, **Local Food – a Snapshot of the Sector**, 2003'ten aktaran: Sims, 2010, s. 107

Ontario, Kanada'da yapılan bir araştırma sonucuna göre, tüketiciler yiyecek – içecek ürünlerinin gerçekten yerel olmasından ziyade, yerel üreticileri desteklemekten ve sosyal etkileşimden alınan zevk üzerinde durmuşlardır. Öte yandan, dükkân sahipleri sattıkları ürünün gerçekten yerel olduğu konusunda titiz davranmakla beraber, tüketicilere geniş bir seçenek sunmak amacıyla belirli bir oranda yerel olmayan ürünleri de raflarına yerleştirmektedir.[125] Burada, talep arttıkça yerel kavramının genişlediği görülmektedir. Araştırmada, paydaşların yerellik hakkında farklı algılara sahip oldukları bulunmuştur. Üreticiler yerelliği amaca göre tanımlarken, turistler yereli "tipik" olarak tanımlamaktadır. Yerel ürünler, bir bölgenin veya kültürün kendisine özgüdür. Odak noktaları yerel besinlerin onlar için neden önemli olduğudur. Bu durumda, yerel besinin tanımına coğrafi değerlerinin yanında, sosyal, doğal ve kaliteye ilişkin unsurlar da eklenmelidir. Turistler yerel besinlerin doğaya daha az zarar verdiği, yerel yaşamı desteklediği ve daha sağlıklı ve kaliteli olduğunu düşünmekle beraber, bu her zaman gerçek olmayabilir.[126]

Örnekler ışığında, üretimin ve ürünün yerelliği şu şekilde sınıflandırılabilir *(aşağıya doğru yerellik azalmakta, sızıntı artmaktadır)*:

- Tüm kaynaklar *(toprak, su, işgücü ve benzeri)* ve girişim yereldir, son ürün bölgeye özgüdür
- Tüm kaynaklar ve girişim yereldir, göçmen işgücü kullanılmaktadır
- Tüm kaynaklar yereldir, girişim yabancıdır
- İçerikler yabancıdır, bölgede işlenmektedir
- İçerikler yereldir, dışarıda işlenmektedir
- İçerikler ve üretim dışarıda yapılmakta, ürüne bölgenin etiketi konulmaktadır

1.2.1.2. Yerel Yiyecek – İçeceğin Talep Yönü

Tüketicilerin yerel yiyecek – içecek algısı, önceki bölümlerde işlenen doğaya dönüş ve kırsallığın yüceltilmesi benzeri eğilimlerle paralellik göstermektedir. Besin ve beslenme kavramları, insan gönenci ve sağlığıyla doğrudan ilişkilidir. Doğal olarak

[125] 4 Smithers, J., Lamarche, J., Joseph, A., **Unpacking the terms of engagement with local food at the Farmers' market: Insights from Ontario**, Journal of Rural Studies, 2008, Cilt: 24, ss. 337 – 350'den aktaran: Sims, 2010, s. 107

[126] Sims, 2010, ss. 107 – 112

insanlar daha üstün gördükleri besinlere yönelmek isterler. Ne var ki, besin üretimi ve beslenme, halen gelişmektedir ve zaman ilerledikçe, doğru bilinen yanlışlar ortaya çıkmaktadır.

Temelde, insanların özlem duyduğu besinler, eski ve geleneksel üretim ürünleridir. Kişinin çocukluğunda yediği yemeklere duyduğu nostalji ve köklere dönüş arzusunun yarattığı bu "eski tariflere yöneliş tutkusu", yemek yemeyi besleyici bir gerçeğin veya yemeğin özünde saklı bir sırrın arayışı haline getirmiştir. Modern tüketici, besinle gerçek *(üreticiyle yüz yüze)* veya hayali *(etiket aracılığıyla)* olarak daha yakın bir bağ kurmak, çiftlik / bağ evi ziyaretleri yoluyla kaynağını, içeriğini ve öyküsünü bilmek istemektedir.[127]

Bugün geleneksel besinlere özlem duyulması, dolaylı olarak teknolojinin gelişmesi, nüfusun artması, besin kıtlığı gibi etmenler sonucudur. Yakın geçmişte üreticiler öncelikle ekimde ve hasatta makineleşme yoluna gitmişlerdir. Daha sonra, doğal denge ve çevrim unsurları olan zararlılarla mücadeleye girişmişlerdir. İnsanların mevsim dışında taze sebze meyve talepleri, seracılığı doğurmuştur. Tarımsal ürünlerin gelişimi için geçen zamanı kısaltmak, bu sayede topraktan daha çok verim alabilmek adına yapay gübreler ve ilaçlar, gelişim hormonları kullanılmıştır. Hayvancılıkta da, besi hayvanları hızlı gelişip kesim boyuna gelmesi için gelişim hormonları ve yapay besinlerle beslenmeye, güneş görmelerini ve otlamalarını engelleyen kapalı alanlarda yetiştirilmeye başlamıştır. Bazı taze sebze ve meyveler, daha uzun süre dayanmaları için radyasyonla işlem görmektedir. Son aşamada, besinlerin genetik özellikleri değiştirilerek zararlılara ve iklim şartlarına dirençli olmaları sağlanmıştır.

Tüm bu gelişmeler, dev bir besin endüstrisi ve zinciri oluşturmuş, küçük çiftçi bunlarla rekabet edemez hale gelmiştir. Kitle üretimi yapan besin endüstrisi, daha uzun raf ömrü için koruyucular, özellikle çocuklar için daha çekici görüntü için boya maddeleri ve kıvam arttırıcılar, daha lezzetli ürünler için lezzet arttırıcı *(MSG)* ve glikoz şurubu, daha düşük maliyetler için soya kıyması ve patates nişastası ve daha birçok katkı maddeleri kullanarak karlılığını arttırma yoluna gitmiştir.

Uzun erimde, bu uygulamaların insan sağlığı üzerindeki yıkıcı etkileri gözlemlenmiştir. Zararlıların tüketmediği besinleri tüketirken vücuda alınan yapay pestisit ve gübreler, çocuk gelişim sorunlarına yol açan hormon maddeleri, aşırı tüketimde diyabet, kanser ve kardiyovasküler sorunlara neden olan katkı maddeleri ve daha pek çok unsur, en temel gereksinim olan besinlerin insan sağlığını bozması

[127] Bessière, 1988, ss. 25 – 26

sonucunu doğurmuştur. Dahası, yeterince güneş görmediğinden antioksidan, vitamin ve doğal lezzetten mahrum sebze ve meyveler nedeniyle özellikle çocuklarda besinsizlik önemli bir sorun olmuştur. Yine güneş görmeyen, otlamayan hayvanlar hem etik sorunlara, hem de besleyici olmayan et ürünlerine sebep olmaktadır. Genetiği değiştirilmiş besinlerin sağlığa etkilerini gözlemleyebilmek için yeterli süre geçmemiştir.

> *Tarımsal üretimde verimliliğin yapay ve toprağı zorlayan yöntemlerle artırılmasının temel sebebi olarak insan nüfusundaki hızlı artışa geleneksel tarım üretiminin yetişememesi gösterilebilir. Tarım sektöründe yapılan mekanizasyon, genetik, hibritleme, hastalıklarla mücadelede kimyasalların kullanılması, bitkinin ihtiyaç duyduğu elementlerin doğrudan toprağa verilebilmesi kısa zamanda hızlı verim artışlarını sağlamıştır. Dünya tarımında pestisitlerin ve kimyasal gübrelerin kullanımı yeni bir çığır açmıştır. Dünyadaki açlık sorununun ortadan kaldırılması adına yeni bir umut olmuştur. Fakat aradan geçen zaman kimyasalların da yan etkilerini ortaya çıkarmıştır.* [128]

Besin kaynaklı hastalık ve genetik bozulmalar ile toprakta önemli nitelik kaybı nedenleriyle besin endüstrisine karşı yapılan eleştirilere karşı ilk tepki propaganda olmuştur. Margarinin sağlığa faydalarını savunan bilimsel raporlar bu konuda örnek olarak verilebilir. Ayrıca endüstri, besinlerin yol açtığı sağlık sorunlarına uzun süre yanlış hedef göstermiş, tereyağı, zeytinyağı, kırmızı et, yumurta gibi doğanın en besleyici nimetlerinin zararlı olduğunu savunmuştur. Kolesterolün kendisinin hastalık olduğu ve bunun yağ tüketiminden kaynaklandığı uzun süre beslenme uzmanlarınca belirtilmiştir. Oysaki kolesterolün besinlerden alınmadığı, vücudun kendisinin ürettiği, yağdan değil şekerden sentezlendiği ve yanlış beslenme sonucu meydana gelen iltihaplanmaya karşı vücudun bir savunma mekanizması olduğu ispatlanmış,[129] fakat yaygın inanış değişmemiştir.

Bu gelişmeler sonucunda tüketiciler, zamanla sağlıklı besinlere yönelme konusunda bir farkındalığa varmış ve bir anlamda "bütün bunlar başlamadan önce" zaten tükettikleri besinleri yeniden talep etmişlerdir. Bu gelişmenin kırsal huzur arayışı veya doğaya dönüş ile aşağı yukarı eşzamanlı olması dikkate değerdir. Küçük ölçekli, yerel, kaliteli ve özgün ürün talebi, küçük üreticinin de desteklenmesi anlamına geldiğinden, toplumsal açıdan da doğru görülmektedir.

---

[128] Albeni, 2011, sf 14

[129] Ahmet Aydın, İÜ Cerrahpaşa Tıp Fak. Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları ABD, Metabolizma ve Beslenme Bilim Dalı Başkanı, Kolesterol Konferansı sunumu, http://beslenmebulteni.com/beslenme/?p=1217 (04.03.2010)

Yerel üretime olan artan talep, tarımın ve besin üretiminin endüstriyelleşmesine bir tepki olarak da görülebilir. Son yıllarda, hem turizm hem de tarımın ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliğini geliştirme çabaları, "alternatif" besin ağlarının gelişmesi ve geleneksel ve yerel olarak algılanan besin ürünlerine yönelik artan ilgi ile ilişkilendirilmiştir. … Yerel besinler, ziyaretçilerin tatil deneyiminde özgünlük arzusuna hitap ettiğinden, sürdürülebilir turizm deneyiminde önemli bir rol oynayabilir. … Yerel besinler, hedef bölgenin kültürünü ve yer algısını simgeleyen "özgün" ürünler olarak kabul edilmiştir. … "Yerel besin" tüketiciyi bölge ile ve bölgenin algılanan kültür ve mirası ile bir araya getirerek ziyaretçi deneyimini artırma olanağına sahiptir.[130]

Yerel besinlerin turistler tarafından algılanan yüksek kalitesi de, kaynağında tüketim ile ilgili olmakla beraber, üretim alanı ve onun kültürü ile olan bağları ile de ilgilidir. "Kaliteli yerel ürünler, ilgili bölge ile bağları olan ürünlerdir ve kültürel bir bakış açısı ile elde edildikleri veya üretildikleri yerleşik geleneklere saygı gösterirler. Bu nitelikleri onları olası rakiplerinden farklılaştırır."[131] Kalite, yerel ürünlerin hijyen, besleyicilik, duyusal özellikler ve kullanım kolaylığı özelliklerine göre belirlenir. Bu daha iyi ve daha sağlıklı ürünler de, doğrudan üretildikleri veya yetiştirildikleri bölgelerle ilişkilendirilirler.[132] Kaynakta tüketim ayrıca nakliyeyi ve buna bağlı maliyet, enerji kullanımı ve atık üretimini ortadan kaldırmaktadır.

Yerel üretimde, tüketicilerin beklentilerinin bilinmesi ve karşılanması da önem taşımaktadır. Turistler için besinlerin algılanan yerelliği ve özgünlüğü turistik deneyimden alınan tatmini doğrudan etkiler. Besinlerin, üretim alanlarının ve yöntemlerinin ardındaki öykü ve yerel tüketimin yarattığı farklı deneyim, özgünlük arayışındaki turist için büyük önem taşımaktadır.

Turistler, besinleri tüketirken sadece tadından keyif almaz; bunun yerine, onun ardındaki anlamı tüketirler. Yeme ve içme böylece ziyaretçinin hedef bölgenin mekân algısı ve kültürüyle bağ kurmasını sağlayan üç boyutlu bir deneyim halini alır. … Kısaca, turistlerin çoğunun aradığı yiyecek ve içeceğin ardındaki anlamdır ve sürdürülebilir girişimler belirli hedef bölgelerde sunulan yiyecek ve içecekler yoluyla bu anlamı ileterek başarılı olabilirler.[133]

---

130 Sims, 2010, ss. 321 – 323

131 B. Gómez Martín, ve X. A. Armesto López, **Turismo, Gastronomía y Territorio**, Actas del XI Coloquio de Geografía Rural, 2002, Cilt: 1, ss. 139–147'den aktaran: Armesto Lopez vd, 2006, s. 171

132 Armesto Lopez vd, 2006, s. 172

133 Sims, 2010, s. 333

Ayrıca besin ürünlerinin hediyelik eşya olarak satın alınması da tatil sonrası deneyimde hedef bölgenin hatırlanmasını sağlar. Bu ve benzer eğilimler de kırsal turizm bölgeleri için talebi yeniden şekillendirmekte ve kaliteli yerel üretim yöntemlerinin korunması ve geliştirilmesi için katkı sağlayabilmektedir.

Yunanistan'ın iki adet dağlık kırsal turizm bölgesinde, turistlerin yerel besin satın alma davranışları aracılığıyla yerel turizm gelişimi ile bölgesel özellikli yiyecek – içecek ürünleri arasındaki ilişkinin araştırıldığı bir çalışmada, yerel ürün satın alma kararını etkileyen unsurlar şu şekilde saptanmıştır:

> *Tüketicilerin besin ürünlerinde yerelliği tanıdığı ve değerli bulduğu tezi araştırmalarla desteklenmektedir. Köken adlandırmalı veya bölgeyle ilişkilendirilen ürün tüketim kararı, tüketicinin yaş, cinsiyet, eğitim gibi sosyo-demografik özellikleri, tüketicinin kırsal kökenli oluşu, bölge algısı ve aile geliri gibi unsurlardan etkilenmektedir. Tüketicinin yerel besin ürünleriyle ilgili bilgi miktarı ve kaynağı, onların besinin yerel belgesini veya belirli bir yerle ilişkisini takdir etmesine olumlu etki eder. Tüketiciler bir bölgeyi, ürünün üretimiyle ilgili gelenek ve kültürle ilişkilendirirse, bölgenin fiziksel çevresinin ürüne belirli üstünlükler yüklediğini düşünürse veya bölgeyle ve doğal olarak ürünle ilgili kişisel bir deneyimleri varsa, harcama davranışları önemli oranda etkilenecektir. Ayrıca satın alma ortamının ve deneyimin genel durumunun da satın alma kararında etkisi vardır. Tüketiciler bölgenin fiziksel ve sosyokültürel özelliklerini dikkate alarak bölgesel besin ürünlerini gelenekle ve mirasla ilişkilendirmektedir. Dahası, tüketicilerin besin ürünlerinin yerelliğine ilişkin tutumlarının belirgin bir unsuru, bu ürünlerin algılanan özgünlüğüdür ve bu tüketicinin ürüne ilişkin kişisel deneyimiyle oluşur.*[134]

Araştırma sonucunda şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- Yerel besin satın alımı toplam kırsal turizm harcamasının önemli bir kısmını oluşturmaktadır.
- Yerel besin ürünleri satın alan ziyaretçileri almayanlardan ayıran belirli özellikleri bulunmaktadır.
- Bu ürünleri satın alan ziyaretçilerin harcama düzeyleri yüksek oranda yerel besin ürünlerine olan bakışları ve ürünlerle olan aşinalıkları ile ilgilidir.
- Ziyaretçilerin üçte ikisi yerel besinlerden satın almıştır ve bu kişilerin yerel besin harcamaları diğer seyahat harcamalarından yüksek olmuştur.

[134] Dimitris Skuras, Efthalia Dimara and Anastasia Petrou, **Rural Tourism and Visitors' Expenditures for Local Food Products**, Regional Studies, 2006, Cilt: 40, Sayı: 7, s. 771

– Daha önceki seyahatlerinde bu ürünlerden satın almış olan, ürünler hakkında bilgi sahibi olan, eğitimli ve yüksek gelir sahibi tüketicilerin yerel besin harcamaları daha yüksektir.[135]

1.2.2. Yerel Tarımsal Üretim

Yerel tarımsal üretim, küçük ölçekli ticari çiftçilik ve hayvancılık etkinliklerine işaret eder ve endüstriyel besin üretimine karşıtlık oluşturur. Yerel tarımsal etkinliğin hammadde ve işlenmiş ürünler olarak başlıca iki somut ürünü bulunmaktadır. Bu etkinliği destekleyen soyut unsurlar ise genel olarak kırsal ve tarımsal turizmin konusunu oluşturur.

Avrupa kırsal gelişim politikası, yerel tarımsal üretimi çeşitlendirmek için yöre ve bölge ismi taşıyan yiyecek – içecek ürünlerinin üretimini ve kırsal istihdamı çeşitlendirmek için kırsal turizmi desteklemiştir.[136] Kırsal turizm, AB'nin özellikle geri kalmış ve dağlık bölgeleri için umut vadeden bir çeşitlendirme stratejisi olarak görülmektedir ve 1994 – 1999 arasında AB Yapısal Fonları turizm projelerine 7,3 milyar Avro katkı sağlamıştır.[137] EAGGF'nin (European Agriculture Guarantee and Guidance Fund) desteğe uygun gördüğü 22 projeden biri, "turizm ve elişi endüstrilerinin teşviki" doğrudan turizm etkinlikleriyle ilgiliyken, diğer projeler de özellikle kırsal alanlarda doğa korumasını desteklemek suretiyle turizme dolaylı katkıda bulunmaktadır.[138] Tarım Politikası ve az gelişmiş kırsal alanların gelişmesine yönelik Kırsal Gelişim kapsamında LEADER projesi, AB girişimlerinin en proaktif olanlarından birisidir ve kırsal gelişim süreciyle bütünleşik olan yerel turizm projelerinin en büyük hızlandırıcısıdır. AB yapısal fonlarıyla desteklenen EU LEADER programı, Avrupa kırsal alanlarında, ekonomik, sosyal ve doğal kaygıları ele alan bir sürdürülebilir gelişimi destekleme amaçlıdır. Programın ana işlevlerinden biri, sürdürülebilir yerel zanaat ve besin ürünlerine değer yaratmaktır. Örnek olarak Cumbria Fells ve Dales LEADER+ projesi, yüksek rakımda tarım ve Herdwick cinsi koyun besiciliğini desteklemektedir.[139]

---

135 Skuras vd, 2006, s. 777
136 Skuras vd, 2006, s. 769
137 Roberts L., Hall D., **Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice**, CABI Publ., Oxford, 2001'den aktaran: Skuras vd, s. 770
138 Skuras vd, 2006, s. 770
139 European Commission, **Introduction – EU LEADER** http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leaderplus/index_en.htm, 2009'dan aktaran: Sims, 2010, s. 106

Yiyecek – içecek ve sürdürülebilir kırsal turizm ile ilgili bir başka AB girişimi de SPRITE projesidir. Bu proje, geri kalmış kırsal bölgeler için "Tümleşik Kırsal Turizm" *(geniş kapsamlı sürdürülebilir turizm)* modelini önermektedir. Girişim sadece turizm endüstrisinin sürdürülebilirliğini değil, aynı zamanda yerel ekonomi, kültür ve doğanın gelişimini amaçlamaktadır.[140]

Üreticilerin nakliyatın kısalmasının önemi ve hayvan refahı ile ilgili kaygılarından turistlerin bölgenin mekân ve kültür özelliklerini yansıtan ikon ürünlere karşı olan talebine kadar, çeşitli talepleri karşılayabilmesinin sonucu olarak yerel besinin sürdürülebilir turizmde önemli bir rolü vardır. "Turistler için besin üretimi ve satışında doğal, toplumsal ve yerel farklılıkların ortaya konmasına yönelik uygulamalar için besin zincirinin tüm paydaşlarından gerçek bir talep bulunmaktadır." [141]

Ürünlerin sahip olduğu kalite ve köken belgeleri ile marka, katma değeri artıran unsurlardır. Yerel markalı çiftlik ürünlerinin yerel toplumda gelir ve istihdam artışı gibi doğrudan, turizm gelişimi gibi dolaylı etkileri hakkında Japonya'da tarım kooperatifleri üzerinde yapılan bir araştırma sonucuna göre; daha uzun bir ürün markalama tarihi olan, kalite kontrol sistemlerine sahip, yerel mirası koruyan, tarım ve turizm arasında yerel ortaklık kuran yerel kooperatifler, birincil ekonomik hedefler olan gelir ve istihdam yaratma konusunda daha başarılı bulunmuştur. Ayrıca, yerel kaynak yönetimi konusunda daha geniş ve uzun erimli bir bakış açısının, yerel markalı çiftlik ürünlerinin ekonomik katkısı ve turizm gelişimi arasındaki ilişkiyi güçlendirmek için zorunlu olduğu sonucuna varılmıştır.[142]

Yerel tarım uygulamalarında önemli bir gelişme olan organik tarım, doğal hammadde ve üretim yöntemleri ile verimi artırma yöntemidir. "20. yüzyılın son dönemlerinde adını duymaya başlayan organik tarım, tarımın doğal ortam ve döngülere yapay yöntemlerle müdahale edilmeden yapılması olarak tanımlanabilir."[143] Organik tarım, endüstriyel besin üretiminin yol açtığı etik sorunlar, besleyicilik konusunda güvenilirliğinin zayıflaması ve üreticiler için sunulan daha düşük getirilere tepki ve seçenek olarak gelişen besin ağlarının bir uzantısı olarak

---

[140] European Commission, SPRITE – Supporting and Promoting Integrated Tourism in Europe's Lagging Rural Regions, http://ec.europa.eu/research/agriculture/projects/qlrt_1999_31211_en.htm, aktaran: Sims, 2010, ss. 106 – 107

[141] Sims, 2010, s. 113

[142] Yasuo Ohe, Shinichi Kurihara, **Evaluating the complementary relationship between local brand farm products and rural tourism: Evidence from Japan**, Research note, Tourism Management, 2013, Cilt:35, s. 278

[143] Fatma Uzun, **Organik Tarım Üretim ve İhracatı**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 2006, s. 2

değerlendirilebilir. Pazarlama yönünden de, artan tüketici farkındalığı ve daha etik ürünlere yönelme, bu gelişimin diğer bir etkeni olmuştur. Son olarak kırsal yerleşmelerde yaşam seviyesini artırmak olarak tanımlanabilen kırsal kalkınma konusunda da organik tarım önemli bir itici güç oluşturur.[144] Dünyaya ve tüketiciye karşı etik sorumluluğun önemli bir unsur olduğu organik tarım, aynı zamanda yerel üretim ve yerel üreticiyi de korumayı amaçlamaktadır ve sonuç olarak belirli bir bölgeye özgü yerel ürünler sağlayacağı sonucuna ulaşılmaktadır.[145]

Yerel tarımı ilgilendiren organik tarım benzeri diğer gelişimler de İTU[146] ve daha küçük ölçekte de ÇATAK [147] olarak sayılabilir. İki uygulama da toprak ve su kalitesinin korunması, doğal kaynakların sürdürülebilirliği, erozyonun önlenmesi ve tarımın olumsuz etkilerinin azaltılmasına yönelik alanların korunması amaçlamaktadır. T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, iki program için de çiftçilere parasal destek ve uzmanlık sağlamaktadır. Ayrıca Bakanlık, organik tarım ve İTU uygulamalarına sertifikasyon sağlamaktadır.[148]

Özellikle geri kalmış tarımsal bölgeleri ilgilendiren bir diğer gelişme de adil ticarettir *(fair trade)*. Adil ticaret, "gelişmekte olan ülkelerdeki üreticilere yardım etmeyi ve sürdürülebilirliği teşvik etmeyi amaçlayan pazar odaklı organize bir sosyal harekettir. Hareket, sosyal ve doğal standartlarının yanı sıra üreticilere daha yüksek ödeme yapılmasını savunur. Özellikle, gelişmekte olan ülkelerden gelişmiş ülkelere yapılan dışsatımda bilhassa el işleri, kahve, kakao, şeker, çay, muz, bal, pamuk, şarap, taze meyve, çikolata ve çiçek gibi ürünler üzerine yoğunlaşmıştır."[149]

1.2.3. Yerel Mutfak

Turistik çekim oluşturan çok önemli bir yerel kültür unsuru da yerel mutfaktır. Yerel mutfak, o bölgenin tarihten gelen yemekle ilgili her türlü somut ve soyut unsurları ile restoranda gerçekleşen yeme – içme deneyiminden oluşur.

---

144 Necmettin Albeni, **Kırsal Kalkınmada Organik Tarımın Rolü ve Bucak İlçesi Melli Yemişi (İncir) Örneği**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), T.C. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta, 2011, ss. 1-17

145 Organik Tarım Ulusal Eylem Planı için bkz: http://www.tarim.gov.tr/BUGEM/Belgeler/Bitkisel%20%C3%9Cretim/Organik%20Tar%C4%B1m/UlusalEylemPlan-2013-2016.pdf (01.08.2014)

146 İyi Tarım Uygulamaları (Good Agricultural Practices – GAP). İTU uygulamaları rehberi için bkz. Ek. 2

147 Çevre Amaçlı Tarım Arazilerini Koruma Programı. ÇATAK programı için bkz. Ek. 3

148 TC Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, http://www.tarim.gov.tr/Konular/Bitkisel-Uretim/Iyi-Tarim-Uygulamalari (15.07.2014)

149 http://tr.wikipedia.org/wiki/Adil_ticaret (15.07.2014)

Yemek, kimlik taşır, tarihi ve belirli bir topluluğun doğal kaynakları uyarlama yöntemlerini yansıtır. Belirli yemekleri diğerlerinden daha çok vurgulayıp, yeni yemekler keşfedip mönüler oluştururken, turizm bir mekân, mutfak veya kültür imgesi yaratır. Pek çok insanın kültürleri anlaması turizm aracılığıyla olduğundan, endüstri olası etkilerinin farkında olmalıdır."[150]

Yemek fizyolojik, psikolojik ve algısal, sosyal ve simgesel çevrenin bir parçasıdır. Hijyenik ve besleyicilik değerlerinin yanında, psikolojik ve simgesel özellikleri vardır. İnsanlar besin maddeleriyle, ama ayrıca işaretler, simgeler, düşler ve hayal gücüyle beslenirler. Yemek kişinin inancını ve içsel / düşsel yapısını gösterebilir. Yemek yaşamsal simge, ortak yaşam işareti, sınıf göstergesi veya yerellik gösteren bir amblem değeri taşıyabilir. [151]

Bölgenin işaretlerini aramak ve bölgeye özgü ürünlerle ilgilenmek çok önemlidir. İyi bir gezgin olmak sürdürülebilirlik için önemlidir, çünkü yerel yemekler, yerel ekonomiyi desteklemek, doğayı korumak, geleneksel kırsal peyzajı korumak gibi değerler ile olan bağlarıyla beraber anılmaktadır.[152]

Seyahatte yenen yemekler, turistin hedef bölgenin yemeğe ilişkin kültürel özelliklerini ve miras unsurlarını deneyimlemesini sağlamanın yanında, yemeğin rekreasyonel ve sosyal işlevini de yerine getirir:

Seyahatte (restoranda) yeme – içme, sadece fiziksel doyum amaçlı değildir, seyahat deneyimine katkıda bulunan zevkli bir tadım etkinliğidir. Bu zevk unsuru, turistleri hedef bölgeye çeken bir unsurdur.[153]

Seyahat sırasında yenen yemekler, var olan sosyal ilişkileri güçlendirerek ve yenilerinin oluşmasına olanak sağlayarak önemli bir kişiler arası işlev üstlenmektedir. [154] *Seyahatte yeme – içme deneyiminin algılanan performansı, yemeğin kendisini, restoranın ortamını ve çalışanlarla girilen kültürel etkileşimi içerir.*[155]

---

150 Lucy M. Long, Culinary Tourism, **The Business of Food**, (ed. Gary Allen ve Ken Albala), Greenwood Publishing Group, CT, 2007, s. 113

151 Bessière, 1998, s. 23

152 Urry, John **The Tourist Gaze: Leisure and travel in contemporary Societies**. London: Sage, 1990'dan aktaran Soner, 2013, s. 18

153 Kivela, J. ve Crotts, J.C, Tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience a destination. Journal of Hospitality and Tourism Research, 2006, Cilt: 30, Sayı: 3, ss. 354 – 377'den aktaran: Richard C.Y. Chang, Jaksa Kivela, Athena H.N. Mak, **Attributes that Influence the Evaluation of Travel Dining Experience: When East Meets West**, Tourism Management, 2011, Cilt: 32, s. 307

154 Fields, K., Demand for the Gastronomy Tourism Product: Motivational Factors, **Tourism and Gastronomy** (ed. A.M. Hjalager ve G. Richards), London: Routledge, 2002, ss. 37-50'den aktaran: Chang vd, 2011, s. 307

155 Chang vd, 2011, s. 308

1.3. TURİSTİK ÇEKİM ve DENEYİM

Yerellik ve yerel üretimle ilgili kavramların ardından, turistik çekim kavramı incelenerek, çalışmaya konu olan yerel yiyecek – içecek üretiminin hangi şekillerde çekim unsuru oluşturabileceği belirlenecektir. Ayrıca turistik deneyim ve yaratıcı deneyim kavramları da, bu çekim unsuru etrafında gelişen turistik ürünün turist için ne şekillerde değer yaratabileceği gösterilecektir.

1.3.1. Turistik Çekim

Kişi veya grubun kendisiyle ve sürekli yaşanan yer ile ilgili olan etmenler, kişiyi seyahat etmeye yönlendiren veya "turizme iten" unsurlar olarak tanımlanmaktadır ve bunlar turizmin amacını ve dolayısıyla turizmin şeklini belirlemektedir. Turistin kendisiyle ve içinde yaşadığı toplumla ilgili olan itici unsurların karşısında, hedef bölge ve bütün olarak turistik seyahatin kendisi ile ilgili olan, tüketiciyi harekete geçiren, başka bir deyişle potansiyel talebi efektif talebe çeviren ve "çeken" unsurlar bulunur. Kişi bu çekiciliklerin tatmin beklentisine kapılarak seyahate çıkmakta, dolayısıyla hedef bölge, sahip olduğu ve sunduğu çekicilikler ile olanakların talep yaratabilmesi oranında turist çekebilmektedir. Çekim unsurları, hedef bölgenin turistik arz verileri tarafından oluşturulur.

Kişi, farklılık ve macera arayışı ile turizme yönlendiren iştah unsuru oranında, kendi kültüründen başka kültürleri deneyimlemek istediği zaman, farklı mutfaklar, yemekler, besin üretim yöntemleri ve ortamları gibi kültürel unsurlar da turistik çekim yaratacaktır. Özellikle yerel, kaliteli ve özgün yiyecek – içecek üretimi, belirli turistler için güçlü çekim özelliğine sahiptir. Turistik çekim gücüne sahip turistik ürünler, farklı yaklaşımlarda ticari bireysel ürünler veya bunların toplamı / paketi veya karmasını oluşturan hedef bölge olarak ele alınabilir.

Turistik ürünün çekicilik özellikleri, potansiyel talebi efektif hale getiren, kişiyi seyahat etmeye güdüleyen, seyahatin şekli ve hedef bölge seçimini belirleyen özellikleridir. Çekici özellikler nicel olarak sayılamayan, fakat nitel özellikleriyle turistik ürünü diğerlerinden ayıran özelliklerdir. Çekicilik unsurları doğal / insan yapımı veya yer / olay çekiciliği [156] olarak sınıflandırılabilir.

[156] Olalı, 1990, s. 40

1.3.2. Turistik Deneyim

Turistik ürüne geniş ve bütünsel bir bakış, basit olarak deneyimin ürünün kendisi olduğunu öne sürer. Turistik deneyim, turistin turistik ürünü tüketmesi sonucunda oluşur. Ticari veya bireysel ürün tüketimi sonucunda bireysel deneyimler yaşanacağı gibi, toplam turistik ürünün tüketimi sonucunda, seyahatin ardından, bütünsel turistik deneyim oluşacaktır ve bu deneyim, turist açısından bakıldığında turistik tüketim sonucunda değer yaratan nihai üründür. Turistik seyahatin her aşaması bireysel olarak turiste değer yaratmakla beraber, nihai değerin özellikle seyahat sonrası aşamada oluştuğunu, seyahatin sonunda turistin elinde sadece edindiği bütünsel deneyimin kaldığını ve buradan hareketle de turizmin hayal veya deneyim ürettiğini söylemek mümkündür.

> *Turistin davranışları, çok kez, yolculuk anındaki doyumlardan çok, yolculuk sonrası doyumlara yönelmiştir. Bu nedenle, yolculuk kanıtı olarak birçok eşyalar alınır, filmler, fotoğraflar çekilir. Sonradan bunlar, yolculuğun anımsanmasında, dostlara, akraba ve arkadaşlara sunularak onların gözünde saygınlık kazanılmasında kullanılırlar.*[157]

Turistin deneyim yaratma sürecindeki bilişsel yapısındaki farklılıklar ile turistik ürünün soyut ve değişken yapısı dikkate alındığında, deneyimler çok büyük ölçüde öznel, soyut ve önceden kestirilmesi güç olmaktadır. Seyahat ile ilgili turistin duygu ve düşüncelerini şekillendiren turistik deneyim, tekrar ziyaretlerde de irrasyonel unsur olarak belirleyici olacaktır. Olumlu hatıralar, olumlu deneyimler sonucu, deneyimler de seyahat sırasındaki algılar sonucu oluşacaktır. Mekân algısını oluşturan duyulardan tat ve koku, bilinçaltına yerleşerek, kalıcı hatıralar ve deneyimlerin yaratılmasında son derece önemli olmaktadır:

> *(Şarabın ve) yerel mutfağın, bir arz verisi olarak koku ve tat alma duyularına hitap ederek kalıcı deneyim yaratma konusunda belirgin bir üstünlüğe sahip olduğu sonucuna varabiliriz. Açık alan duygusu, temiz hava ve benzeri estetik öğeler de duyusal uyarılmayı tamamlamaktadır.*[158]
>
> *Turistik deneyimin oluşmasında görsel öğelerin yanında, tat, dokunma, ses ve koku da pay sahibidir. Özellikle tatil yemekleri önemli bir araştırma konusu halini almıştır. Yerel kaynaklı ürünlerin çeşitliliği hem yerel halk, hem de turistler için fayda sağlayabilir. Tarım alanında da, çiftçi pazarları ve organik pazarlar gibi seçenek yaratan satış kanalları geleneksel*

[157] Doğan, 2004, s. 29
[158] Yıldız, 2009, s. 84

tarımın sürdürülebilirliğinin yanında bağlı toplumun ve manzaranın gelişimi için önemli görülmektedir.[159]

Turistin algısı, seyahat öncesi bilgi, beklenti ve önyargılarca etkilenir ve turistin seyahate anlam vermesini sağlar. [160] Beklentiler ve gerçekleşen arasındaki uyumsuzluk, turistte tatminsizliğe, saldırganlığa, hayal kırıklığına veya yadsımaya yol açabilir. Beklentileri karşılandığında ise, bilişsel bir uyum ve huzur yakalayacak olan turist, yaşadığı deneyimden tatmin duyacaktır. Doğal olarak, turistin bilişsel yapısı turistik deneyim sonucu değişime uğrayacaktır. [161] Beklentilerin karşılanması konusunda, "beklenti – onay / boşa çıkarma paradigması" kuramı şu şekildedir:

Tatmin, turistin belirlediği bir dizi özelliğin değerlendirilmesi sonucu oluşur. Eğer algılanan performans (turistik hizmetin kalitesi) beklenilenden iyiyse, onaylanır ve turist tatmin olur. Kalitenin beklentileri karşılayamaması durumunda boşa çıkarma ve memnuniyetsizlik meydana gelir. … Beklentiler, kişinin bilgisi, önceki deneyimleri, diğer kişilerin deneyimleri ile pazarlama etkinlikleri sonucu oluşur.[162]

Beklentiler, genellikle turistik deneyimin ilk evresi olan "düşlenen gezi" aşamasında oluşur. Bu düzeyde turist, hem hedef bölgeyle ilgili bilgi ve önyargılarından, hem de bir bütün olarak yolculuktan beklediği faydadan etkilenmektedir. İkinci evre olan "yaşanan gezi" aşamasında, gerçek deneyimler oluşacak, turist bu deneyimleri beklentileriyle karşılaştırarak yorumlayacaktır. Hedef bölgeyi deneyimlemeye ve anlamlandırmaya çalışan turist, birçok yeni uyarıcının etkisi altındadır. "Dış etkenler, sosyal ve doğal etkinlikler ile 'mekân'ın rolü, turistlerin deneyimlerinin önemli boyutlarıdır."[163] Son evre "uzatılan gezi"dir. Bu aşamada, gezi anıları hatırlanır ve sergilenir. Amaç, deneyimin tekrar yaşanması yoluyla turistik faydanın uzatılması ve özellikle turisti en çok etkileyen unsurların unutulmasının engellenmesidir. Edinilen deneyimler ve beraberinde getirilen fotoğraf, sanat eserleri,

---

159 Sims, 2009, s. 322
160 Doğan, 2004, ss. 24 – 26
161 Doğan, 2004, ss. 28 – 29
162 Oliver, R.L., Effects of expectation and disconfirmation on post-exposure product evaluation: an alternative interpretation. Journal of Applied Psychology, 1977, Cilt: 62, Sayı: 4, ss. 480 – 486'dan aktaran: Richard C.Y. Chang, Jaksa Kivela, Athena H.N. Mak, **Attributes that Influence the Evaluation of Travel Dining Experience: When East Meets West**, Tourism Management, 2011, Cilt: 32, s. 309
163 Siow-Kian Tan, Shiann-Far Kung, Ding-Bang Luh, **A Model of 'Creative Experience' in Creative Tourism,** Annals of Tourism Research, 2013, Cilt: 41, ss. 169 – 170

hediyelik eşyalar gibi anı eşyaları kişinin kültürel sermayesine[164] ve bilişsel yapısına katkıda bulunur.[165] "Toplam turistik deneyim ise, gezi öncesi, hedef bölgedeki ve gezi sonrası deneyimlerin hepsini kapsamaktadır." [166]

Turistik deneyimler genel olarak incelendiğinde, belirleyici bir takım özellikleri ortaya çıkmaktadır. Bu özellikler, günlük deneyimden farklılıklarına veya gezi davranışına özgü olmalarına göre ele alınırlar. Sürekli yaşadığı yerdeki günlük hayatından, rutin görevlerinden, sosyal baskıdan, stresten kaçış arayan turistin, normalden farklı davranması ve farklı deneyimler araması normal olsa da, turistik deneyimin tamamıyla günlük hayattan farklı olması beklenemez. Turistik deneyim ve onu oluşturan bileşenler, günlük rutin deneyimlerle olan farklılıklarına göre değerlendirildiğinde, genellikle zirve / ana ve destekleyici deneyim olarak iki boyutta incelenmiştir.[167] Turizmde besin tüketimi, duruma göre zirve veya destekleyici turistik deneyimi oluşturabilir. Zirve deneyim durumunda, tüketilen yiyecek – içecek turistin günlük tükettikleriyle keskin zıtlık taşımaktadır. Başka bir deyişle alışılmışın dışında, yeni, farklı, özgün, egzotik… yiyecek – içecek deneyimi zirve deneyimi oluşturur. Diğer durumda, turist alıştığı yiyecek – içeceklere yöneldiğinde deneyim tüketime yönelik ve destekleyici olacaktır:

> *Yiyecek – içecek tüketimi seyahat için temel veya destekleyici çekim unsuru olabilir ve turistlerin para harcamaktan çekinmeyeceği bir eylemdir. Yerel mutfak da, bir hedef bölgenin soyut mirasının temel bir dışavurumudur ve bunun tüketimi yoluyla turistler gerçek anlamda özgün bir deneyim yaşayabilirler. … Mutfaklar ulusal ve bölgesel şekilde "markalandığı" için, yemek ve hedef bölge arasında olumlu bir çağrışım kurulabilir.*[168]

1.3.3. Yaratıcı Turistik Deneyim

Deneyim ekonomisi kuramı, tarım, sanayi, hizmet ve deneyimin ardından beşinci üretim alanının "dönüşüm ekonomisi" olacağını öne sürer. Dönüşüm ekonomisi ürünü, kişinin kendisini gerçekleştirmesini ve kalıcı değişikliklere ulaşmasını sağlar. Yaratıcı turizm, dönüşüm ekonomisi ürünü olarak

---

[164] Kültürel sermaye, kişilerin yaşamları boyunca edindikleri bilgi ve deneyimi ifade eder. Bu sermaye kişiyi, daha az kültürel sermayeye sahip olanlardan daha başarılı kılar. Bourdieu, P., Distinction: A social critique of the judgement of taste. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1984'ten aktaran: Chang vd, 2011, s. 308

[165] Doğan, 2004, ss. 69 – 70

[166] Doğan, 2004, s. 70

[167] Shuai Quan, Ning Wang**, Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism**, Tourism Management, 2004, Cilt: 25, s. 300

[168] Bendegul Okumus, Fevzi Okumus, Bob McKercher, **Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey**, Tourism Management, 2007, Cilt: 28, s. 253

değerlendirilmiştir.[169] Maslow'un gereksinimler piramidi [170] ile karşılaştırıldığında, tarımsal ürünler açlık ve susuzluğu, sanayi ürünleri güven ve düzeni, hizmetler sevilme, özdeşleşme ve saygınlığı, deneyimler de kendine saygı gereksinimlerini karşılamaktadır. Dönüşüm ekonomisi ürünü olarak görülen yaratıcı turizm deneyimi ise, turisti deneyimin oluşumuna etkin biçimde dâhil ederek hiyerarşide en üst basamakta yer alan "kendini gerçekleme isteğini" tatmine yönelik olacaktır.

Deneyim, turistin yaratıcılığa ulaşmak için geçirdiği bir süreçtir.[171] Turistler, yaratıcı deneyim sürecine etkin biçimde katılırlar:

> *Deneyim, konuğun ürünle etkileşime girmesiyle yaratılır. … Deneyimleri sahnelemek müşterileri sadece eğlendirmekle sınırlı değildir; onları dâhil etmektir. Eğitim deneyimi ile konuk önünde olup biten olayları özümserken onlara etkin olarak katılır. ... En zengin deneyimler dört boyutun hepsini kapsayanlardır – eğitsel, eğlenceli, estetik ve gerçeklerden kaçma.*[172]

Fakat deneyimlerin yaratıcı ve özgün olabilmeleri için turistlerin etkileşimli ve katılımcı bir rol üstlenmeleri de yeterli değildir; deneyimlerin yaratılması, tasarlanması, seçilmesi ve üzerinde düşünülmesinde de rol oynamalıdırlar.[173]

Turistik deneyim beş grupta toplanabilir; rekreasyonel, oyalayıcı, deneyimsel, deneysel ve varoluşsal tipler.[174] En üst düzeyde varoluşsal deneyimler, turiste yeni anlamlar, yeni bir yaşam merkezi ve kendini bulma, gerçekleştirme olanağı tanır. Varoluşsal deneyimler, ağırlıklı olarak yaratıcı deneyimler ile paralellik göstermektedir.

Deneyim sahnelemede yaratıcılığın üstünlükleri şu şekilde sıralanabilir:

a) Yaratıcılık daha kıt olduğundan, durağan ve ayırt edilemez kültürel varlıklardan daha kolay değer yaratmaktadır.
b) Yaratıcılık, bir rekabet üstünlüğü olan yeniliğe olanak sağlamaktadır.

---

169 Pine ve Gilmore, 1999
170 Doğan, 2004, s. 15
171 Siow-Kian Tan, Shiann-Far Kung, Ding-Bang Luh, **A Model of 'Creative Experience' in Creative Tourism,** Annals of Tourism Research, 2013, Cilt: 41, s. 159
172 G. Richards, The Experience Industry and the Creation of Attractions**, Cultural Attractions and European Tourism**, editör: Richards, CAB International, 2001, ss.55–67.
173 B.J. Pine ve J.H. Gilmore, **Welcome to the experience economy**, Harvard Business Review, July–August, 1998, ss. 97–105 ve Pine, B. J. ve Gilmore, J. H., The experience economy. Boston: Harvard University Press, 1999'dan aktaran: Tan vd 2013, s. 159
174 Cohen, E. (1979). **A Phenomenology of tourist experiences**, Sociology, 1979, Cilt: 13, Sayı: 2, ss. 179–201'den aktaran: Doğan, 2004, s. 65 ve Mkono, 2013, s. 197

c) Fiziksel kültürel kaynaklarla karşılaştırıldığında, yaratıcılık kaynakları sürekli gelişim halindedir ve yenilenebilirler, bu yüzden daha sürdürülebilirlerdir.
d) Yaratıcılık hareketlidir.
e) Yaratıcılık kendini keşif ve dünyayı keşfi teşvik eder. [175]

Yaratıcı turistik deneyimler günlük hayattan farklı olmak zorunda değildir: "yaratıcılık ve turizmin buluşma noktası ikisinin de günlük hayatla ilgili olmasıdır. Başka bir deyişle, turistler kendi gerçek hayatlarındaki durumlara daha yakın olan günlük yaratıcılık eylemlerine katılmak isterler."[176] Bu günlük eylemler, "kullanıcı dostu" oldukları ve turisti etkin katılıma motive edebilecekleri için yaratıcı turizm için gerekli olan yaratıcılık temelini sağlayabilir.[177]

Yaratıcı turizmin tanımlanmasında, Dumazedier'in edilgin / etkin rekreasyon ayrımına göre, rekreasyonel veya edilgin olarak tanımlanan boş zaman değerlendirme şeklinde, kişi dinlenme ve rahatlama arayışında, edilgin durumda bulunmaktadır. Bu durumda, turistik tüketici hazır ulaşılabilen, geleneksel ve standartlaştırılmış bir ürünü yenilik arayışına tercih etmektedir. Diğer yandan, yaratıcı ve etkin boş zaman değerlendirme veya "yaratıcı turizm", özgün olanın arayışını ve turizm ürününe doğrudan katılım sağlayarak kendi yaratıcılığını da katmayı öngörmektedir. Yaratıcı turizm, temel kaynağı kültürel olan, turistik tüketicinin etkin katılımıyla yeni bilgi ve yetenek geliştirmesine olanak sağlayan devingen bir ürün oluşturarak tüketiciye kalıcı ve *"yaratıcı bir deneyim"* sunmayı amaçlar.[178] Yaratıcı turizm, "hedef bölgenin karakteristik özelliklerini yansıtan kurslar ve eğitsel deneyimlere etkin katılım yoluyla turistlere kendi yaratıcı potansiyellerini geliştirme olanağı sağlayan turizm şekli"[179] veya "gidilen hedef bölgenin etkin katılım yoluyla sanat, miras veya özel niteliğinin öğrenilmesini içeren ve o bölgede yaşayan ve bu yaşayan kültürü yaratanlarla bağlantı sağlayan, özgün ve etkin bir deneyime yönelik seyahat"[180] olarak tanımlanmıştır.

---

[175] Richards, 2001, ss.55–67.
[176] Richards, G., **Creativity and tourism: The state of the art,** Annals of Tourism Research, 2011, Cilt: 38, ss. 1225–1253'ten aktaran: Tan vd, 2013, s. 158
[177] Ivcevic, Z. ve Mayer, J. D. **Mapping dimensions of creativity in the lifespace**, Creativity Research Journal, 2009, Cilt: 21, ss. 152–165'ten aktaran: Tan vd, 2013, s. 158
[178] G. Richards, C. Raymond, **Creative Tourism**, Atlas News, sayı: 23, 2000, ss. 16 – 20
[179] Richards ve Raymond, 2000, ss. 16 – 20
[180] UNESCO, **Towards sustainable strategies for creative tourism: Discussion report of the planning meeting for 2008 international conference on creative tourism,** Santa Fe, New Mexico, 2006'dan aktaran aktaran: Tan vd, 2013, s. 155

Yaratıcı turizm tanımının ortak yönleri; yerel halk ve onların kültürüyle temas yoluyla etkin katılım, özgün deneyimler, yaratıcı potansiyelin değerlendirilmesi ve yeteneklerin geliştirilmesidir. Bu deneyimler genellikle günlük hayatla ilişkilidir ve yaratıcı turizmin yaratıcılık tabanı geleneksel sanat / zanaat üretimi, gastronomi, parfüm üretimi, porselen boyama, dans ve benzeri etkinlikleri içerir. … Turistler yaratıcı deneyimlerin ortak yaratıcılarıdır. … Turistler, ulaşılması zor olan sanatsal veya uzman yaratıcılık yerine, sıradan gündelik hayat ortamında orijinal veya özgün bir nesneden ve ilgili etkileşimlerden keyif almayı tercih edebilirler.[181]

Turistin yaratıcı bir tüketim içinde bulunması, bir taraftan turistik tüketiciye kişiye özgün ve tekrarlanamaz bir deneyim sunma, diğer taraftan da hedef bölgenin sürdürülebilir gelişimini sağlama üstünlüklerini de sağlamaktadır. Bu sayede turistik ürün, uzun vadede rekabet gücünü korumaktadır. Yaratıcı turizmle ilgili etkinlikler turistlere ziyaret ettikleri bölgeye özgü yerel sanatları, uzmanlık alanları, gelenekleri, özgün özellikleri ve günlük yaşamları ile ilgili daha fazla şey öğrenme olanağı sağlar.[182] Yaratıcı turistlerin, kişisel gelişimleri ve kimlik geliştirmelerinde yardımcı olacak olan, daha fazla etkileşim içeren deneyimler aramaları, yaratıcı turizmin kültür turizminin uzantısı veya buna bir tepki olarak tanımlanmasına neden olmuştur.[183]

Yaratıcı turizm, tartışmaya açık olarak, geleneksel kültür turizminden daha fazla potansiyel sunmaktadır; çünkü yaratıcılık daha kolay değer katabilir, hedef bölgelerin nispeten daha hızlı yeni ürün geliştirmelerini sağlayabilir ve bu sebeplerle yaratıcı kaynaklar somut kültürel ürünlere göre daha sürdürülebilir ve daha hareketlidir. … Yaratıcı turizm, çok büyük ölçüde turistin etkin katılımına bağımlıdır. Turistler bir bölgede bulunarak sadece diğerlerini izlememektedir. Tam tersine, etkin biçimde çevreleri hakkında bilgiler öğrenerek ve bu bilgileri kendi yeteneklerini geliştirmek için kullanarak bölge ile etkileşime girmekte ve tüm deneyimi beraberce yaratmaktadır.[184]

Sonuç olarak, ana veya destekleyici çekim unsuru olarak, yiyecek – içeceğin çekimine dayalı bir turistik ürün sunumu, üretimin ardındaki öyküyü, kültür, miras ve gelenekleri de aktarmak, turisti bu sürece dâhil ederek kendisini geliştirmesine olanak

---

181 Tan vd, 2013,ss. 153 – 154

182 G. Richards ve J. Wilson, **Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?.** Tourism Management, 27, 2006, ss. 1209–1223'ten aktaran: Tan vd, 2013, s. 155

183 G. Richards, **World culture and heritage and tourism**, Tourism Recreation Research, 2000, Cilt: 25, ss. 9–18 ve Richards, G. ve Raymond, C. **Creative tourism,** ATLAS News, 2000, Cilt: 23, ss. 16–20'den aktaran: Tan vd, 2013, s. 156

184 G. Richards ve J. Wilson, **Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?.** Tourism Management, 27, 2006, ss. 1209–1223'ten aktaran: Tan vd, 2013, s. 156

sağlamak yoluyla özgün ve hatırlanabilir deneyimler yaratabilmektedir. Özgünlük ve yerelliğin yanında, turiste zirve deneyimler yaşatmak kadar, fayda sağlamak da son derece önemlidir. Sunulan veya sahnelenen yaratıcılığın, hedef bölgenin günlük hayatıyla bağları da vurgulanmalıdır.

1.4. YEREL YİYECEK – İÇECEK ÜRETİMİNE DAYALI TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLERİ

Turizme katılma amacı, seyahatin düzenlenmesi, hedef bölge seçimi, turistik davranışlar ve benzeri ölçütler dikkate alındığında "turizm çeşitleri" şeklinde geniş bir ayrıma gitmek mümkündür. BM Dünya Turizm Örgütü, istatistiksel amaçla, seyahatin amacına göre bir sınıflandırma getirmiştir. Öncelikle profesyonel ve kişisel olarak yapılan sınıflandırmada, kişisel turizm de rekreasyonel turizm, arkadaş ve akraba ziyareti, eğitim ve öğrenim, sağlık ve tıbbi bakım, din ve hac ve alışveriş turizmi türlerine ayrılmıştır.[185] Bunlar, geniş ve homojen olmayan turizm çeşitleridir. Daha belirli eylemler etrafında tanımlanan "turistik ürün çeşitleri":

> *(…) Belirli bir ilgi alanı (doğa turları, çiftlik hayatı, tarihi ve kültürel alanların ziyareti, bir şehrin ziyareti, belirli bir sporun icra edilmesi, kumsal ve benzeri) etrafında şekillenen değişik özelliklerin bütününü (ziyaret edilen yerlerin karakteristiği, konaklama tipi, hedef bölgede belirli etkinlikler ve benzeri) ifade eder. Bu turistik ürün anlayışı, ekonomik istatistiklerde kullanılan "ürün" kavramıyla ilgili değildir; daha ziyade turizm profesyonellerinin belirli paket veya hedef bölgeleri pazarlamak için kullandıkları bir tanımdır. Bu durumda, gastronomi turizmi, eko-turizm, şehir turizmi, deniz-güneş-kum turizmi, tarımsal turizm, sağlık turizmi, kruvaziyer turizm, kış turizmi gibi farklı "turistik ürün çeşitlerinden" bahsetmek mümkündür.*[186]

Turistik ürün çeşitleri, belirli karakteristik özelliklere sahip olmakla beraber, sınırları çizilebilen tek tip bir özelliğe sahip olmamakta, değişen tüketici beklentileri gibi gelişmelerle sürekli olarak yeniden yapılanmaktadır. Ayrıca bir turistin tüm seyahati boyunca kesin çizgilerle belirlenmiş tek bir turistik ürün çeşidine özgü eylemlerde bulunması beklenemez:

> *Bu sınıflandırma, giderek daha fazla talep edilmekte ve turizm profesyonelleri tarafından bir pazarlama aracı olarak kullanılmaktadır. Bu*

[185] IRTS, 2008, ss. 24 – 25
[186] IRTS, 2008, s. 26

'ürün'lerin halen yeterli bir tek tip tanımı yapılamadığından, bu tür bir sınıflandırmanın uluslararası kullanımı için bir öneri bulunmamaktadır."[187]

Turistik ürün çeşitlerinin değişik türlerinden bahsetmek de mümkündür. Öncelikle, "ana turistik ürün çeşidi", kendi başına talep oluşturabilen, ana çekim unsurunu oluşturan, turistin özel olarak katılmak üzere seyahat ettiği ve süre ve harcama bakımından seyahatin ağırlığını oluşturan ürün çeşididir. "Mevcut turistik ürüne karşı rakip olabilecek, kendi başına çekim gücüne sahip ve kendine talep yaratabilecek turistik ürünlere ana turistik ürün denir."[188] Bunun yanında, ana çekim unsurunu yaratmayan, doğrudan talep yaratmayıp mevcut talebi destekleyen, seyahatin bir parçasını oluşturan ürün çeşitleri "destekleyici turistik ürün çeşididir". Turist, seyahati boyunca bir ana turistik ürün çeşidinin yanında, destekleyici ürünlerden de faydalanarak seyahatini zenginleştirebilir.

Hedef bölgenin, barındırdığı turistik ürün çeşitleriyle ilgili planlama yaklaşımları, çeşitlendirme ve farklılaştırma yönünde olabilir. Turistik ürün çeşitlendirme, belirli bir bölgedeki turistik arzın özellikleri dâhilinde, tüketicilere daha fazla seçenek sunma ve rekabet üstünlüğü sağlama amacıyla, turistik tüketime sunulan ürün çeşitlerinin çoğaltılması, başka bir deyişle destekleyici turistik ürünlerin eklenmesidir.[189,190] Hedef bölge turistik ürün çeşitlendirmesine giderken destekleyici ürünlerin ana ürünle ve kendi aralarında, aynı zamanda bölgesel kimlikle de uyum içinde olmasına dikkat etmek zorundadır. Uyumsuz ürünler turist pazarlarında istikrarlı bir imajın oluşmasını önleyecek ve çabaların boşa gitmesine neden olacaktır. Turistik ürün farklılaştırma ise, tek tip ürünün sakıncalarından korunmak, çekim unsurunun yıpranmasını engellemek, rekabette üstünlük sağlamak veya ürün yaşam sürecini uzatmak amacıyla mevcut ürünün değiştirilmesidir.

Çekim unsurunu yerel yiyecek – içecek üretiminin oluşturduğu turistik ürün çeşitleri, ağırlıklı olarak kültür turizminin kapsamında yer almaktadır. Bunun yanında, bazı durumlarda kısmen alışveriş turizmine ve diğer turizm çeşitlerine uygun davranışlara da rastlanmaktadır. Yiyecek – içeceğin çekim unsuruyla gelişen turizm, eko-turizm, lifestyle turizm, yaratıcı turizm, miras turizmi, hedonik turizm gibi çeşitlerle de örtüşebilmektedir. [191] Bunların kesin sınırlarını çizmek her zaman mümkün

---

[187] IRTS, 2008, s. 26

[188] Alp Timur, Turistik Ürün Politikası, Doktora Ders Notu, 2002, aktaran Mustafa Sarkım, **Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikaları ve Antalya Örneği**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2007, s. 159

[189] Alp Timur, Turistik Ürün Politikası, Ders notu, 2012

[190] Özay Yıldız, Genel Turizm Ders notu, Doğuş Üniversitesi, 2009

[191] Yerel yiyecek – içecek üretiminin çekim unsurunu oluşturduğu örnekler için bkz. Ek 4

olmamakta, farklı ürün çeşitleri birbiriyle örtüşen özellikler taşıyabilmektedir. O nedenle bu türlerin tanımlarını ve sınırlarını belirlemek yerine, yerel yiyecek – içecek üretiminin ne şekilde çekim unsuru olarak kullandıklarının belirtilmesi daha uygun olacaktır.

Bu turistik ürün çeşitlerini, üretime ve ürüne yönelik olarak iki ayrı kümede değerlendirmek mümkündür. Bunlardan birincisi, yerel tarımsal üretime yönelik olan kırsal turizm, tarım turizmi,[192] çiftlik turizmi, yayla turizmi, şarap turizmi gibi turistik ürün çeşitleridir. Diğer kümede ise, mutfak turizmi, gastronomi turizmi, yemek turizmi gibi yerel yemeğe ilişkin ürün çeşitleri yer alır. Doğal olarak, tarımsal turizm kırsal alanlarda yoğunlaşırken, yemek ile ilgili turizm hem kırsal, hem de restoranların bulunduğu kentsel alanlarda gelişebilir.[193] Çiftlikteki ham ürünü deneyimlemekte fırsat ve ürün kalitesi önemliyken, restoranda yaşanan bir gastronomik deneyimde deneyimin kalitesi ön plana çıkmaktadır.[194]

Kırsal turizm, çekim unsuru yerel yiyecek – içeceği de içeren geniş kapsamlı bir ürün çeşididir ve genel olarak kırsal yaşamın çekiciliğiyle yapılan her türden seyahati kapsar. Tarımsal etkinlik yanında yemekler ve özellikle yerel mutfak, kırsal turizm gelişiminin sürdürülebilirliği için önemli bir rol oynamaktadır.[195]

> *Kırsal turizm terimi kırsal kültürün rekreasyonel turist ürününün ana parçası olduğu turizm şeklidir. Kırsal turizmde, hizmet sağlayanlar, ziyaretçilerle kişisel iletişime yardım ederler ve ziyaretçilerin ziyaret edilen yerdeki atmosferi test etmesi ve kırsal ürünleri denemelerini mümkün kılmalarına yardımcı olurlar.*[196]
>
> *Sürdürülebilir kırsal turizmde yerel tarımsal değerler tek başına belirleyici olmamakla birlikte önemli bir güce sahiptir.*[197] *Geleneksel ekonomi ürünleri, kırsal turizmin bir yerde gelişmesinde en önemli çekiciliklerden biridir. Çünkü herhangi bir ürünün ekilmesinden toplanmasına, işlenmesine kadar tüm üretim aşamaları kültürel farklılıklar taşır ve çoğu da geleneksel yöntemlerle yapılır.*[198]

---

192 Literatürde agritourism veya agrotourism

193 Long, 2007, s. 113

194 Anna Kyriakaki, Smaragda Zagkotsi, Nikolaos Trihas, **Creating Authentic Gastronomic Experiences For Tourists Through Local Agricultural Products: The 'Greek Breakfast' Project**, University of the Aegean, 5th International Scientific Conference – Tourism Trends and Advances in the 21st Century, Rodos – Yunanistan, 2013, s. 2

195 Sims, 2010, s. 105

196 www.unwto.org; Burcu Selin Yılmaz, **Avrupa Birliği'nde Turizm Politikaları Ders Notları**, 2012, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Turizm İşletmeciliği Doktora Programı

197 Tuğba Kiper, Aslı Korkut, Emine Yılmaz, **Tekirdağ İli Şarköy İlçesi Bitkisel Üretim Durumunun Kırsal Turizme Etkisi**, YYÜ Tarım Bilimleri Dergisi, (YYU J Agr Sci), 2011, Cilt: 21, Sayı: 3, s. 235

198 Soykan F., **Kırsal alanların turizm potansiyelinin saptanması ve Şirince (İzmir) Köyüne uygulanması,** Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, İzmir, 2004'ten aktaran: Kiper vd, 2011, s. 235

Kırsal turizm bölgeleri, kırsal huzur arayışını karşılayabildikleri ölçüde başarılı olacaklardır. Turistler kırsal bölgelerden, modern yaşamın karmaşıklığına karşı kırsal yaşamın basitliği, ticari ilişkilere karşı dostane ilişkiler, yalıtıma karşı sosyalleşme, yapay kültüre karşı özgün kültür ve miras, sürekli değişime karşı sükûnet, [199] ilerlemeye karşı durağanlık – nostalji, sağlıksız besinlere karşı sağlıklı besinler, hızlı yemeye karşı sakin yeme [200] ve standart yemeklere karşı farklı ve çeşitli yemekler vaatlerini yerine getirmesini beklemektedir.

Kırsal turizmin kapsamında sayılabilen tarımsal turizm, çekim unsurunu özel olarak tarım hayatı, üretim yöntemleri, pastoral yaşam ve benzerinin oluşturduğu seyahatler olarak tanımlanabilir. "(Bu) genellikle çiftlik turlarını, inek sağmak veya ekin toplamak gibi tarımsal etkinliklerini veya konserve fabrikası, peynir üretim tesisleri veya fabrikalar gibi besin işleme ve üretim tesislerinin turlarını içerir."[201]

> *Tarımsal turizmde, turistik tüketimin yapıldığı belirli mekân bütünsel turistik ürünün ayrılmaz bir parçasıdır ve birincil çekim unsurudur. Tarımsal turizm bu nedenle çiftlik alanının ve bütün olarak kırsallığın deneyimlenmesinden ayrı tutulamaz. Bu açıdan turizm, ziyaretçinin kırsal doğayı hissetmesine ve tarımsal yaşam tarzıyla ilgili kendi anlayışını geliştirmesine olanak sağlama potansiyeline sahiptir.*[202]

Arz yönünden bakıldığında, yerel tarım girişimlerinin turizme giriş amacı geniş oranda hayatta kalmak için ekonomik etkinliği çeşitlendirme olmaktadır. Çiftlik temelli turizm Avrupa'da uzun süreli bir gelenek olmakla beraber, çiftliklerin turizm yoluyla çeşitlendirmeye gitmesi genelde kırsal alanların sosyo-ekonomik ve özelde tarım sektörünün sorunlarına karşı son yıllarda etkin bir çözüm olarak görülmektedir. Bu doğrultuda, pek çok ülkede tarım temelli turizm arzında ve kırsal gelişim politikalarında ciddi bir artış gözlemlenmektedir.[203]

> *Yeni Zelanda ekonomisinin temeli tarımdır ve turizm ona ek olarak gelişme göstermektedir. Ülkede kırsal turizmin etkisiyle birçok çiftlik, turizm aktivitelerinde kullanılmaya başlanmıştır. Güney Zelanda'nın birçok bölgesi ürettikleri ürünler ile özdeşleşmiştir. Örneğin, Gora kasabası alabalıkları, Clinton kasabası atları, Cromwell meyveleri ile ön plana çıkmıştır. Tarımsal ve pastoral olaylara dayanan şovlar ve özel bir dizi*

---

[199] Cittaslow - sakin şehirler örneğinde olduğu gibi
[200] Slow food
[201] Long, 2007, s. 113
[202] MariaLaura Di Domenico, Graham Miller, **Farming and Tourism Enterprise: Experiential Authenticity in the Diversification of Independent Small-Scale Family Farming**, Tourism Management, 2012, Cilt: 33, ss. 286 – 287
[203] Richard Sharpley, Adrian Vass, **Tourism, farming and diversification: An attitudinal study**, Tourism Management, 2006, Cilt: 27, s. 1040

festivaller ön plana çıkmıştır. Meyve bahçesi ve Açelya (Rhododendron) haftasını kutlayan "Aleksandra Bloom Festivali" bunlara bir örnektir. Güney Almanya'da Oberschwaben Allgau Bölgesi olarak adlandırılan bir bölge içindeki Baden-Wüttemberg eyaletinde ise, tarım çiftlikleri turistik talep için yoğun bir ilgi odağı oluşturmuştur. Fransa'da ise kırsal turizme yönelik çiftliklerde ziyaretçiler kendi ürünlerini bizzat kendileri üretmektedir.[204]

Çiftlik ve yayla turizmi de, yerel besinle kısmen ilgili diğer turistik ürün çeşitleridir. Burada yerel besin önemli olmakla beraber genellikle ana motivasyon unsuru değildir; turistler çiftlik veya yayla hayatı, doğal manzara ve destekleyici unsurların çekimiyle seyahat ederler.

Şarap turizmi, çekim unsuru doğrudan doğruya yerel ürün olan, tarımsal üretim ve gastronomiyle eşit derecede ilişkili, özel ilgiye yönelik bir turistik ürün çeşididir. "Şarap turizmi, şarap evleri ve şarap bölgesindeki tarımsal etkinlik etrafında hizmet sunumu ve tadım, şarap yemek eşleştirmeleri, rekreasyon, eğitim, yerel kültür ve doğa özellikleri gibi eşlik eden unsurların oluşturduğu bütünsel ve yaratıcı bir deneyimin özel ilgiye sunulduğu bir bölgesel turizm gelişimi ve turistik ürün çeşididir."[205] Şarap, özellikle gastronomi turizminde de önemli bir yere sahiptir:

Genellikle incelikli yeme – içme etkinliklerine şarap eşlik etmektedir. Yemek – şarap eşleştirmeleri, bağ evlerinin ziyareti, şarap tadımları bu etkinliklere eşlik etmektedir. Şarabın aynı zamanda tarihsel olarak incelikli yemeğe eşlik etme çağrışımı bulunmaktadır.[206]

Konu ile ilgili bir araştırmada, şarap turizminin bölgede üretilen şarabın doğrudan tüketimi veya hediyelik eşya olarak satın alınmasının yanında, bölgenin tanıtımı, festival, tadım, konser gibi etkinliklerle bölge yaşamını canlandırması, mevsimsel yoğunlaşmanın aşılmasına katkıda bulunması gibi faydaları saptanmıştır. [207] Şarap turizmi, bölgenin tarımsal ve gastronomik üretimini bir araya toplayıp

---

[204] Kearsley G., **Rural tourism in Otago and Southland, Tourism and Recreation in Rural Areas**, John Wiley& Sons Ltd., England, 1999; Oppermann M., **Rural tourism ın Southern Germany**, Annals of Tourism Research, 1996, Cilt: 23, Sayı: 1, ss.86 – 102 ve Soykan F., **Kırsal turizm ve Avrupa'da kazanılan deneyim**, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Ankara, Yıl: 2000, Cilt: 11'den aktaran: Tuğba Kiper, Aslı Korkut, Emine Yılmaz, **Tekirdağ İli Şarköy İlçesi Bitkisel Üretim Durumunun Kırsal Turizme Etkisi**, YYÜ Tarım Bilimleri Dergisi, (YYU J Agr Sci), 2011, Cilt: 21, Sayı: 3, s. 235

[205] Yıldız, 2009, s. 53

[206] Long, 2007, ss. 111 – 112

[207] Turgay Bucak, Serdar Sünnetçioğlu, Ayşe Sünnetçioğlu, **Şarap Turizminin Önündeki Yasal Engeller: Bozcaada Şarap Turizmi Örneği,** 15. Ulusal Turizm Kongresi Türkiye Bildiri Kitabı, ss. 1373 – 1385, Gazi Üniversitesi, Ankara, 2014

bunların etrafındaki kültürel varlıkları turistik çekim unsuru haline getirerek turistlere zengin bir duyusal deneyim sunan, farklı bir turistik ürün çeşididir.

İkinci kümede yer alan, yemek ile ilgili turistik ürün çeşitlerinden yemek turizmi *(food tourism)*, mutfak turizmi *(culinary tourism)*, gastronomi turizmi gibi turistik ürün çeşitlerinin kesin ayrımları bulunmamakta, bu terimler belirli ölçüde aynı ürünü ifade etmektedir. Yemek turizmi genel bir kavram olarak, gastronomi turizmi de mutfak turizminin özellikli bir alanı olarak ele alınmıştır. Yemek turizmi, "uzakta veya yakında, özgün ve hatırlanabilir yiyecek içecek deneyimi ve keyfinin arayışıdır."[208]

Yerel ürünlerin, geleneksel yemeklerin ve mutfak kültürünün tüketimi turizm deneyimini zenginleştirdiği gibi, yerel kültür, alışkanlıklar ve doğa hakkında bilgi, yemek ve besin ürünlerinin hazırlanması ve üretimi hakkında farkındalık ve gelenekleri keşfetme fırsatı sağlar. Bu sayede deneyimin özgünlüğünü vurgulayarak yerel halk ve ziyaretçiler arasında kültürel bir bağ oluşturur.[209]

Yemek ile ilgili turizm, gurme yemeklerin ötesine geçerek yemek kültürüne ve yeme – içmeyle ilgili bütün etkinlik ağına hitap eder. Bu ağ, besinin elde edilmesi, saklanması, hazırlanması, sunumu ve tüketimiyle ilgili usulleri, yemek yeme, temizlik ve simgesel durumları içerir. Kişiler yemeklere farklı anlamlar yüklerler, çünkü bu içeriklerle ilgili değişik anıları vardır. Turizmin gurme mutfaklara ve yemeklere eğilimi olmakla beraber, bir yerle ilişkilendirilebilen herhangi bir yemek, yemek ile ilgili turizmin odak noktası olabilir. Bazı ülkeler, şehirler, hatta topluluklar belirli yemeklerle beraber anılmaktadır.[210]

> *Tarihsel olarak, yemek ile ilgili turizmle en çok ilişkilendirilen iki ülke gelişmiş ve saygı duyulan mutfakları, yemek ve şarap kültür ve tarihiyle Fransa ve İtalya'dır. Dahası, İtalya "Slow Food" akımının ortaya çıktığı yerdir. Bu akım, acele etmeden, yerel olarak yetiştirilmiş ve incelikle hazırlanmış yemeklerin takdirini öngörür. Carlo Petrini tarafından başlatılan bu akım uluslararası boyuta ulaşmıştır ve sanatkâr besin üretimi ve sakin, saygılı tüketimi öngördüğü için turizmle bağlantılı hale gelmiştir. … Kanada, Avustralya, İngiltere, ABD, ayrıca İspanya, Meksika, Çin ve Tayland gibi egzotik mutfaklara sahip ülkeler de yemek ile ilgili turizm için yeni hedef bölgelerdir.*[211]

[208] World Food Travel Association. (2013). www.worldfoodtravel.org, aktaran Soner, 2013, s.7
[209] Anna Kyriakaki, Smaragda Zagkotsi, Nikolaos Trihas, **Creating Authentic Gastronomic Experiences For Tourists Through Local Agricultural Products: The 'Greek Breakfast' Project**, University of the Aegean, 5th International Scientific Conference – Tourism Trends and Advances in the 21st Century, Rodos – Yunanistan, 2013, s.3
[210] Long, 2007, ss. 111 – 112
[211] Long, 2007, ss. 111 – 112

Televizyon, tanıtımlar, festivaller, şarap turları gibi alanlar turizm endüstrisi tarafından ürün geliştirme için kullanılırlar. Bunlara yemek pişirmeyle gezme görmeyi birleştiren turlar veya turistin yemek kültürü yoluyla yeni bir kültürü tanımak için başka ülkelerde ailelerin yanında hafta sonu konakladığı ve tarım, alışveriş ve pişirmede yardım ettiği seyahatler örnek olarak verilebilir.[212] Bazı tur operatörleri, Asya, İtalya ve Fransa'ya düzenli gurme / mutfak seyahatleri, Toskana ve Provence'ta aşçılık dersleri içeren tatil paketleri düzenlemektedir. Pek çok turist, yerel mutfağın tadını çıkarmak için hedef bölgeleri tekrar ziyaret etmektedir.[213]

Turistler için yemek, değişen oranda motivasyon unsuru olmaktadır. Turistlerin çoğu için destekleyici deneyim iken, diğer uçta, adanmış "yemek turisti" yer almaktadır. Bir araştırmaya göre genel kitlenin %6 ila %8'ini oluşturan bu grup için yemek, seyahate çıkmada önemli bir etken olmakta, seyahatlerinde etkin biçimde bölgenin gastronomik mirası ile ilgili bilgi toplamaya çalışmaktadırlar.[214]

Yemek turizmiyle aralarında belirgin bir fark olmamakla beraber, daha dar kapsamlı olan mutfak turizminde yemeğin kendisinden ziyade kültürel bir unsur olarak mutfak daha merkezi bir çekiciliğe sahip olmaktadır. Mutfak turizminin tanımı, "başka toplumların yemek kültürlerine kasıtlı ve araştırmacı bir katılım; kendine ait olmayan bir mutfak sistemine ait bir yemeğin, mutfağın, öğün sisteminin veya yeme – içme alışkanlığının tüketimi, hazırlığı ve sunumuna katılım"[215] olarak yapılabilir. World Food Travel Association, bu alanda hedefleri ve ölçütleri belirlemede öncü rol oynamaktadır ve amacını "özgün ve hatırlanabilir yeme – içme deneyimleriyle şekillenen yeni bir turistik çekimin geliştirilmesi ve pazarlanması" olarak belirlemiştir. Birlik, yemek, mutfak ve tarım turizmi konularında çalıştay ve konferanslar düzenlemekte, bireysel ve bölgesel sertifika vermektedir.[216]

Son olarak, yemek ve mutfak turizmi genel olarak yerel yiyecek – içecek ve etrafında gelişen kültür ile ilgiliyken, benzer çekim unsurlarına sahip olan gastronomi turizmi, daha incelikli, "gurme" yiyecek – içecek deneyimlerine yönelik olmaktadır.

---

212 Long, 2007, s. 113

213 Kivela, Jaksa, and John C. Crotts, **"Gastronomy Tourism: A Meaningful Travel Market Segment"**, Journal of Culinary Science & Technology, 2005, Cilt: 4(2/3): ss. 39-55'ten aktaran: Kyriakaki vd, 2013, s. 5

214 Boyne, S., Hall, D. ve Williams, F., **Policy, support and promotion for food related tourism initiatives: A marketing approach to regional development**, Journal of Travel and Tourism Marketing, 2003, Cilt: 14 (3/4), ss. 131 – 154'ten ve Enteleca Research and Consultancy, **Tourists' attitudes towards regional and local foods**, Prepared for the Ministry of Agriculture, Fisheries and Food and the Countryside Agency by Enteleca Research and Consultancy, London:MAFF. http://www.defra.gov.uk/foodrin/marketing/touristreport.pdf; 2000'den aktaran: Okumus, 2007, s. 255

215 Long, 2007, s. 111

216 World Food Travel Association, http://www.worldfoodtravel.org/ (16.07.2014)

Gastronomi kelimesinin kökeni, Yunanca mide anlamına gelen *gastros* ve bilgi veya yasa anlamına gelen *gnomos* sözcükleridir. Gastronominin klasik tanımı, "iyi yemek yeme arayışı" olarak yapılmıştır.[217] Gastronomi, turiste bir bölgenin kültürü ile temasa geçme ve geçmişiyle, gelenekleriyle, tarihi ve kültürel mirasıyla bir bağ kurma olanağı sağlayarak bir hedef bölgenin kültürel farklılığını ve kimliğini güçlendirebilir. Dahası, bir bölgenin gastronomisini tanıtmak, o bölgenin sürdürülebilirliğine katkıda bulunabilir. [218] Gastronomi turizmi, "hedef bölgelerin yiyecek ve içeceklerini keşfetmek, bunlardan keyif almak ve özgün ve hatırlanabilir gastronomi deneyimleri yaşamak için yapılan seyahatler" olarak tanımlanabilir.[219] Gastronomi turizmi, yerel yiyecek – içecek ile ilgili diğer turistik ürün çeşitleri gibi, daha zayıf bölgelerde ekonomik ve sosyal gelişim ve değer zinciri yaratarak bir yerel gelişim aracı olarak görülmektedir.[220]

> *Besin arz zincirinin gelişmesi, hedef bölgenin simgesel yiyecek – içecek ürününün belirlenmesi ve dağıtımı yoluyla hedef bölgeye katkıda bulunabilir. Hedef bölgenin turistlere sunduğu yiyecek – içeceğin kalitesi ve özgünlüğü hedef bölgenin başarısını artırabilir. … Yerel besinler turistik ürün karmasının önemli bir bileşeni olabilir ve gastronomi turizmi pazarlaması turizm ve diğer yerel işletmelerin hepsinin desteğini gerektirir.*[221]

[217] Scarpato, Rosario, Gastronomy as a tourist product: the perspective of gastronomy studies". In **Tourism and Gastronomy**, (ed. Anne-Mette Hjalager, and Greg Richards), London: Routledge, 2002, ss. 51-70'ten aktaran: Kyriakaki vd, 2013, s. 1

[218] Kyriakaki, 2013, s. 2

[219] Wolf, Erik. 2002. "Culinary tourism: Tasty economic proposition", http//:www.culinarytourism.org/faq.php, aktaran: Soner, 2013, s. 7 ve Kyriakaki vd, 2013, s. 2

[220] Boyne, S., Williams, F. ve Hall, D. The Isle of Arran Taste Trail., Tourism and Gastronomy (ed. A.-M. Hjalager ve G. Richards), London: Routledge, 2002, s. 91-114'ten aktaran: Soner, 2013, s. 19

[221] O'Halloran, R. M. ve Deale, C. S., **Food tourism:Creating and positioning a supply chain**. ASAC, Laval Quebec City, 2004, ss. 1-14'ten aktaran: Soner, 2013, s. 26

İKİNCİ BÖLÜM
EKONOMİK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

2.1. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Sürdürülebilirlik, farklı amaçlarla kullanılabilen, farklı anlamlara gelebilen ve bu sebeplerle süregelen tartışmalara konu olmuş genel bir kavramdır. Temelde bir gelişmenin sürekli olabilmesi, devam ettirilebilmesi gibi öz anlamlar içerir ve gelişimi devam ettirecek olan koşulların ve kaynakların devamlılığına doğrudan doğruya bağlı olduğu kabul edilir. Konu için temel oluşturmak amacıyla sürdürülebilirliğin tarih içinde gelişimi ile konuya yapılan farklı yaklaşımlar işlenecektir.

2.1.1. Sürdürülebilirliğin Tarihsel Gelişimi

Kavram genel olarak 1970'lerden sonra kullanılmaya başlanmıştır. Bunun görünen sebebi, nüfusun, üretimin ve insan etkinliğinin eksponansiyel artışı ve bir anlamda insanın doğaya egemen oluşunun doğal çevre üzerinde yarattığı etkilerin fark edilmesidir. Sürdürülebilirlik kavramı temelde doğal kaynakların sonsuz ve bedelsiz bir üretim unsuru olarak görülmesi, artan nüfus ve atıklar, azalan doğal alanlar gibi gelişmelerin sonucu olan doğal felaketlere tepki olarak gelişen çevre koruma hareketinin bir ürünüdür. Kavram bugün halen geniş olarak doğa odaklı ele alınmakla beraber, kapsamı çok daha genişlemiştir.

Günümüz medeniyetine ulaşılmadan önce insanın doğayla daha farklı bir ilişkisinin olduğu görülmektedir. Eski toplumlarda doğa, korkulan, saygı duyulan, nimetleri için teşekkür edilen ve tanrısallaştırılan bir kavram olmuştur. Eski Mısırlılar için Nil'in taşması, Sümerliler için Mezopotamya'nın kuraklaşması gibi ciddi felaketler insanın doğa karşısındaki güçsüzlüğünü ve doğaya bağımlılığını göstermektedir. Gaia, Kybele, Artemis ve benzeri Tanrısal "doğa ana" figürleri doğanın besleyicilik, koruyuculuk ve yaşam kaynağı rolüne eski insanların yorumudur. Anaerkil toplumda doğaya bağımlılığın aksine ataerkil toplumun doğaya egemen olma görüşü, günümüzde kadının doğayla daha barışık olduğunu ve doğal felaketlere eril etkinliklerin neden olduğunu savunan "eko-feminizm" hareketiyle paraleldir. Daha sonraları, sonbaharda "ölen" doğanın ilkbaharda "yeniden doğuşuna" duyulan minnet ile tapınılan Dionysos ve daha sonra Bacchus, denizin nimetlerini sunan Poseidon, doğa olaylarını kontrol eden Zeus ve benzeri tanrılar yine insanın doğaya bakışını

özetlemektedirler. Bu tanrı ve tanrıça figürleri, doğanın kendisi gibi kaprislidir; yaşam kaynağı oldukları gibi felaketlerden de sorumludurlar. Evreni ve varoluşu anlama sürecinde insan, nedenini bilmediği ve anlamadığı doğal olaylardan sorumlu gördüğü tanrıları kızdırmamak için doğaya zarar verecek eylemlerden kaçınmıştır.

Bu arkaik toplumun toprakla ilişkisi de saf düzeyde olmuştur. Tarımın keşfi ile avcılık ve toplayıcılıkla tanımlı göçebe / mağara yaşamından yerleşik hayata geçen insan, hayvanları evcilleştirmiş, karnını doyuracak kadar tarımsal ürün üretmeye ve toplumsal normlarını oluşturmaya başlamıştır. Bu ölçekte insan, hem nüfusunun azlığı hem de etkinliğinin ölçeği doğrultusunda, doğada önemli bir etkide bulunmamıştır *(günümüzde de küçük ölçekli üretimin daha sürdürülebilir olduğu kabul edilmektedir)*. Değişik tarımsal ürünlerin takas edilmesi, basit bir ticaretin doğuşunu simgeler. İnsan bu aşamada doğaya ve doğal olaylara ileri düzeyde bağımlıdır. Sel, dolu, kuraklık gibi felaketler o sene ürün alınamaması, kıtlık ve açlık anlamına gelmektedir.

Daha sonraki çağlarda insanlar daha geniş ve daha verimli tarım toprakları üzerinde egemenlik kurmaya başlamıştır. Bu durumda, kişiler gereksiniminden fazla ürünleri depolayıp satmaya başlayarak zenginlik ve güç toplamaya, himayesinde insanlar bulundurmaya başlayınca, feodal toplumlar oluşmuştur. Bir kişide gereğinden fazla güç ve zenginliğin toplanması da sosyal eşitsizliği ve büyük çaplı savaşları başlatmış, insanlar doğaya bağımlı anaerkil yapıdan doğaya ve birbirine egemen olma ihtirası taşıyan ataerkil yapıya bürünmüştür.

Üretimin hacmindeki artış, makineleşme ve sanayi devriminden sonra benzeri görülmemiş bir biçimde olmuştur. Çok düşük ekonomik maliyetlerle üretilebilen ürünler, yeni üretim yöntemleri, yeni işler, yeni toplumsal sınıflar anlamına gelmiştir. Bu üretim anlayışında doğal kaynaklar sınırsız ve bedelsiz görülmekte, atıklar doğrudan doğaya salınmaktadır. Az sayıda insanın yaşadığı, düşük nüfus yoğunluklu, sıkı sosyal ağların bulunduğu, küçük ölçekli üretimin yapıldığı pastoral yerleşim yerleri yerine, büyük ölçekli üretimin yapıldığı büyük, kalabalık, kirli ve insanların birbirine yabancılaştığı, uzun saatler tekdüze işler yaptıktan sonra evine gittiği kentler oluşmuştur *(kalabalık kent yaşamından doğal alanlara kaçış önemli bir turistik güdü oluşturmaktadır)*. Bu gelişmenin yarattığı psikolojik, toplumsal ve doğal sorunlar bir süre sonra fark edilmiştir. Doğal çevre sorunlarına karşı farkındalığın gelişmesi de belirli bir süre almıştır.

> *Geçmiş yüzyıllarda, özellikle "Kuzey"de, doğanın sosyo-ekonomik konulardan ayrılmasına, doğanın insanın dışında, sömürülmesi / kontrol altına alınması gereken bir unsur olduğuna yönelik bir anlayış egemen*

olmuştur. Kapitalizm, sanayi devrimi ve modern bilimin gelişimi bu anlayışla bağlantılıdır. Sürdürülebilir gelişmeye yönelik ilgi ve destek, insanlar arasında ve insanla doğa arasındaki ilişkiye yönelik bu anlayışımızda önemli bir değişiklik olmuştur.[222]

Geçtiğimiz yüzyıl içerisinde, insan nüfusunda ve buna bağlı olarak gıda ve enerji kaynakları ile ulaşım ve yerleşim gereksinimlerindeki eksponansiyel artış, ekonomik büyümenin sürekli canlı tutulmasını özendirmiştir. Uygulanmakta olan ve son yıllarda küreselleşmenin bir sonucu olarak tüm dünya ülkelerine de yayılan neo-klasik ekonomi ilkeleri de zaten bunu gerektirmekte ve ekonomik büyümeyi desteklemektedir. Bu nedenle maalesef, doğal sermayenin doğal ve yarı doğal ekolojik sistemlerinin veya kendi kendini onarabilen bileşenlerinin, insan baskısındaki bileşenlerle yoğun bir şekilde değiştirilmesi desteklenmiştir.[223]

18-19-20. yüzyıllarda sürdürülebilirliğe yakın çabalar tarımsal üretimde, ormancılık ve balıkçılıkta gözlemlenmiştir. Bu ilkel sürdürülebilirlik anlayışı, kaynakların optimum kullanımı ile verimliliğin artırılması üzerinedir. Bu kaynakların yenilenemediği, aşırı kullanımının ileride azalmaya neden olacağı fark edilmiştir. Daha sonra gelişen kalkınma anlayışı, ekonomik refahın yanında, insanların toplumsal ve çevresel taleplerini ortaya çıkarmış, sanayileşmenin neden olduğu çevre sorunlarına karşı tepkilerini ortaya çıkarmıştır.

1970'li yıllarda, ekolojik sorunların tek başına ele alınıp çözülemeyeceği, etkin bir çözüm stratejisi geliştirebilmek için, dünyanın az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerindeki nüfus artışı sorunu, giderek artan yoksulluk ve uluslararası düzeydeki fırsat eşitsizliği ile mücadele yöntemlerini, sınırsız kaynak tüketimi ve kaynak paylaşımı gibi faktörleri de içerecek biçimde, yeni bir yaklaşımla ele alınması zorunluluğu ortaya çıkmıştır. İnsanlığın kendi kendini yok etmemesi için tek çıkar yolun, ekolojik çevrenin korunması ve ekonomik kalkınma arasındaki hassas dengenin hem doğal ve sosyal gelişmeyi hem de ekonomik kalkınmayı destekleyecek biçimde kurulması olduğu da bu dönemde anlaşılmıştır.[224]

Bu süreçlerin sonucu olarak gelişen sürdürülebilirliğin tarihsel gelişimi şu şekilde özetlenebilir:

Tablo 2.1. Sürdürülebilirliğin Tarihsel Gelişimi

---

[222] Bill Hopwood, Mary Mellor, Geoff O'Brien, **Sustainable Development: Mapping Different Approaches**, Sustainable Development (Published online in Wiley InterScience (www.interscience.wiley.com). DOI: 10.1002/sd.244), 2005, Cilt: 13, s. 38

[223] İ. Ethem Gönenç ve John Wolflin, **Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Yönetim Ve Karar Verme Süreci,** http://igemportal.org/Resim/SurdurulebilirlilIk_kavrami_ve_karar_verme.pdf (17.07.2014), s. 2

[224] Urungu Akgül, **Sürdürülebilir Kalkınma: Uygulamalı Antropolojinin Eylem Alanı**, Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Antropoloji Dergisi, 2010, Cilt: 24, s. 142

1972 – Büyümenin Sınırları (Roma Kulübü) *1980 – IUCN Dünya Koruma Stratejisi*	<u>Yerel Çabalar</u> Olumsuz sosyal (açlık ve yoksulluk gibi) ve çevresel (kirlilik, sağlık problemleri) etkilerin ölçülmesiyle sorunun irdelenmeye başlanması	Parçacıl çözümler	Sürdürülebilir kalkınma düşüncesinin gelişimi
1982 – BM Dünya Doğa Şartı *1983 – Çevre ve Kalkınma Üzerine Dünya Komisyonu* *1987 – Ortak Geleceğimiz (Brundtland) Raporu*	<u>Yerel/Bölgesel Çabalar</u> İktisadi kalkınmanın sosyal ve çevresel etkilerinin sorgulanması ve bütünleştirilmesi yolunda çalışmaların başlaması	Karma çözümler	
1992 – BM Dünya Zirvesi (Rio) – Gündem 21 (Uygulama) *2000 – BM Binyıl Zirvesi - Binyıl Kalkınma Hedefleri (Hedef ve izleme)* *2002 – BM Johannesburg Zirvesi (WSSD) - WSSD Uygulama Planı (Kurumsallaşma ve Uygulama)*	<u>Küresel Çabalar</u> Sürdürülebilir kalkınma kavramının küresel ve ulusal boyutlarda gündeme oturması, prensiplerinin benimsenmesi, yaygınlaşması ve kurumsallaşması	Bütüncül çözümler	Sürdürülebilir kalkınma düşüncesinin yerleşmesi

Kaynak: Atila Uras, Alper Acar, **Sürdürülebilir Kalkınma**, http://www.marmara.gov.tr/document/news/163/sunum.ppt (17.07.2014)

Bu gelişmelerden *Ortak Geleceğimiz / Our Common Future* Raporu, 1983 yılında dönemin Birleşmiş Milletler Genel Sekreterinin isteği ve teklifi üzerine, Norveç Başbakanı Gro Harlem Brundtland [225] başkanlığında, yirmi ayrı ülkeden gelen katılımcılardan oluşan Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nca hazırlanarak 1987 yılında Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'na sunulmuştur. Raporun sürdürülebilirliği tanımlayan 27-30. maddeleri şu şekildedir: [226]

> *27.*
> *İnsanlığın, gelecek nesillerin kendi gereksinimlerini karşılama imkânından ödün vermeden mevcut gereksinimleri karşılayarak, kalkınmayı sürdürülebilir yapma yeteneği vardır. Sürdürülebilir kalkınma kavramı sınırları belirtir; bu sınırlar kesin olmamakla beraber, doğal kaynaklarla ilgili teknoloji ve sosyal yapının güncel durumu ve biyosferin insan etkinliğinin etkilerine dayanma kapasitesi tarafından belirlenirler. Fakat hem teknoloji hem de sosyal yapı yeni bir ekonomik büyüme evresine*

[225] Rapor bu sebeple "Brundtland Raporu" olarak anılmaktadır
[226] Bozloğan, 2005, s. 1020

olanak sağlayacak şekilde yönetilebilir ve geliştirilebilir. Komisyon, yaygın yoksulluğun artık önlenemez olmadığına inanmaktadır. Yoksulluğun sadece kendisi bir kötülük değildir; sürdürülebilir kalkınma herkesin temel gereksinimlerini karşılamasını ve herkese daha iyi bir yaşam özlemini gerçekleştirme şansının tanınmasını gerektirir. Yoksulluğun yaygın olduğu bir dünya her zaman ekolojik ve diğer yıkımlara yatkın olacaktır.
28.
Zorunlu gereksinimlerin karşılanması, sadece çoğunluğun yoksul olduğu uluslarda yeni bir ekonomik büyüme evresini değil, yoksulların bu büyümeyi sürdürebilmeleri için gereken kaynaklardan hakkı olana ulaşmasının güvence altına alınmasını da gerektirir. Böyle bir eşitlik, karar almaya etkin vatandaş katılımını güvence altına alan politik sistemler ve uluslararası karar almada daha geniş bir demokrasi ile desteklenebilir.
29.
Sürdürülebilir küresel kalkınma, daha varlıklı olan insanların gezegenin ekolojik olanakları dâhilinde bir hayat tarzı benimsemelerini (örneğin enerji tüketimi) gerektirir. Dahası, hızla artan nüfus kaynaklar üzerindeki baskıları arttırabilir ve yaşam standartlarındaki yükselmeyi yavaşlatabilir. Böylece sürdürülebilir kalkınmaya, sadece nüfus ve nüfus artış hızı ekosistemin değişen üretken potansiyeliyle uyumlu olduğu durumda ulaşılabilir.
30.
Yine de sonuçta, sürdürülebilir kalkınma sabit bir uyum durumu değil, daha ziyade kaynak kullanımı, yatırımın ve teknolojik gelişimin yönü ve kurumsal değişimin hem gelecek hem de mevcut gereksinimlerle tutarlı hale getirildiği bir değişim sürecidir. Sürecin kolay veya dolambaçsız olduğunu öne sürmüyoruz. Acı verici kararlar alınmalıdır. Böylece, son tahlilde, sürdürülebilir kalkınma politik iradeye bağlıdır.[227]

Brundtland raporu, doğa temelli öncüllerinin aksine temelde insan merkezlidir: "insan gereksinimleri gidermek ve refah için çevreye bağımlıdır" [228] Rapora göre çevresel sorunlar yerel bile olsa sonuçları küreseldir, o sebeple eylemler ve etkiler küresel olarak ele alınmalıdır. Aksi halde sorunlar bir bölgeden diğerine aktarılacaktır. Organik tarım bu görüşle uyumludur. Bir tarlada kullanılan yapay pestisit, gübre, büyüme hormonu, melez tohum ve benzeri her türlü maddenin su döngüsüyle diğer tarlalara ve dünyanın kalanına ulaşmaktadır.

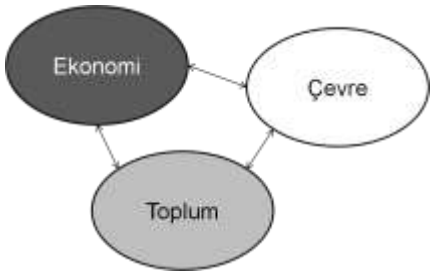
Sürdürülebilir kalkınma, uluslararası bolluk ve refahın küresel ticaret ve sanayi ile çözülebileceği savını sorgulamaktadır. Brundtland raporuna göre, önceki gelişim programları ülkeler arasındaki gelişmişlik düzeyini gideremediği gibi, yoksulluk ve çevresel bozulmaya neden olan bir sürekli düşüşe neden olmuştur. Sürdürülebilir kalkınma, insani gelişim, kararlara katılım ve kaynaklara eşit erişim hakkı merkezinde,

[227] United Nations, **Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future**, 1987, http://conspect.nl/pdf/Our_Common_Future-Brundtland_Report_1987.pdf (18.07.2014), s. 16
[228] Hopwood vd, 2005, 39

karar alma sürecinde çevresel ve ekonomik unsurların birleştirilmesini ve yoksulluğun giderilmesini, ayrıca günümüz ve gelecekte sosyal adaleti öngörür.[229]

Tablo 2.1.'de yer alan parçacıl, karma ve bütüncül çözüm yaklaşımları sürdürülebilirlik konusunda özellikle önemlidir.

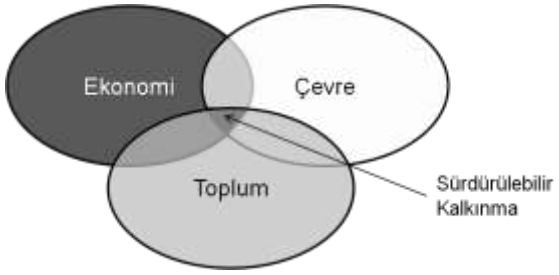
Şekil 2.1. Parçacıl Çözüm Modeli



Kaynak: Uras, Acar[230]

Sürdürülebilirlik tartışmalarının ilk döneminde ele alınan bu yaklaşıma göre, çevresel sorunlar ile sosyo-ekonomik sorunlar ayrı konulardır. Doğal kaynaklar ekonomik büyüme için bedelsiz bir maldır.[231] Toplumu oluşturan bu üç kategori birbirinden bağımsız fakat eşzamanlıdır.[232]

Şekil 2.2. Karma Çözüm Modeli

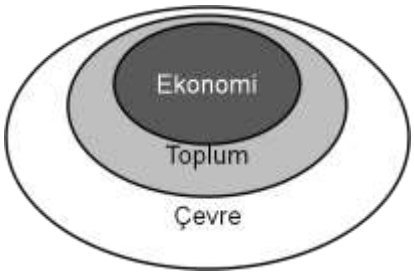


Kaynak: Uras, Acar[233]

[229] Hopwood vd, 2005, 39
[230] Atila Uras, Alper Acar, **Sürdürülebilir Kalkınma**, http://www.marmara.gov.tr/document/news/163/sunum.ppt (17.07.2014)
[231] Uras ve Acar, Sürdürülebilir Kalkınma
[232] Akgül, 2010, s. 152
[233] Atila Uras, Alper Acar, Sürdürülebilir Kalkınma

"Üç sütun modeli" olarak da bilinen bu yaklaşımda, sürdürülebilirlik için üç kategori eşit ağırlığa sahiptir. Bu süreçlerin aynı anda işlemesiyle sürdürülebilirlik sağlanabilir.[234]

Şekil 2.3. Bütüncül Çözüm Modeli



Kaynak: Uras, Acar[235]

Bütüncül yaklaşıma göre, ekonomi toplumun, toplum da çevrenin içinde yer alır. Ekonomik faaliyetler, toplum tarafından gerçekleştirilir. Topluma yaşama mekânı oluşturan da çevredir.[236] Bu yaklaşım "Russian Doll" olarak da bilinmektedir.[237] Sürdürülebilirlik konusunda nihai yaklaşım olan bütüncül çözüm modeli, doğal çekicilikler / insan yapımı çekicilikler / turizm endüstrisi yaklaşımıyla da paralellik göstermesi açısından önemlidir. Bir bölgenin hedef bölge halini almasında öncelikle doğal çekicilikler gerekliyken bunu toplumsal çekicilikler desteklemekte, ama turistik arzı somutlaştıracak bir turizm endüstrisinin yokluğunda turizmden bahsedilememektedir. Doğal çevre / kültürel çevre ayrımında da, insan doğal çevrenin içinde kendine yaşam alanları oluşturmakta, ekonomik etkinliklerini de bu çevrenin içinde devam ettirmektedir. Doğal kaynakları üretim unsuru ve doğayı ekonominin bir parçası olarak gören anlayışın aksine, tüm etkinliklerin doğal çevrenin içinde, doğal şartlara bağlı olarak devam ettirilmesi anlayışı da sürdürülebilirliğin en üst seviyesi olmaktadır.

---

234 ICLEI, **The Local Agenda 21 Planning Guide: An Introduction to Sustainable Development Planning, International Institute for Environment and Development**, Toronto, 1996'dan aktaran: Akgül, 2010, s. 153

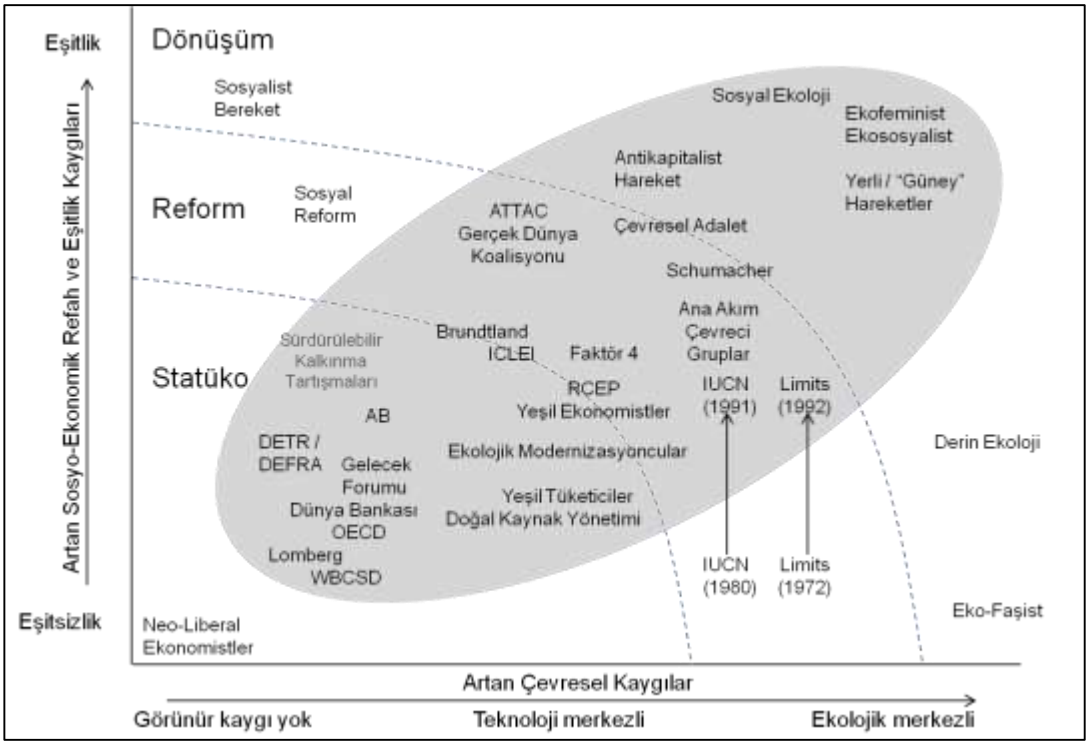
235 Atila Uras, Alper Acar, Sürdürülebilir Kalkınma

236 Atila Uras, Alper Acar, Sürdürülebilir Kalkınma

237 James Lovelock, **The Ages of Gaia: a Biography of our Living Earth**, Oxford: Oxford University Press, 1988'den aktaran: Akgül, 2010, s. 153

Sürdürülebilirliğin tarihsel gelişimi konusunda ayrıca, farklı görüşlerin sürdürülebilirliğin farklı boyutlarına göre nerede durduklarını gösteren şema incelenebilir.

Şekil 2.4. Sürdürülebilirlik Yaklaşımlarının Şemalaştırılması



Kaynak: Hopwood vd, 2005, s. 41

Sürdürülebilirlik konusunda çok sayıda görüş, sosyal ve ekonomik eşitlik, teknoloji kullanımı ve çevresel kaygılar konularında farklı yerlerde durmaktadır. Şemada, dik olan sosyo-ekonomik eksende insan refahı ve eşitlik temsil edilirken, yatay olan çevresel eksende, çevreye verilen önem düşük, teknoloji merkezli ve ekoloji merkezli olarak gösterilmiştir. Ortadaki gri alan sürdürülebilirlik tartışmalarının kapsamını belirler. Bu kapsamın dışında kalan görüşler eksenlerden en az birini tamamen ihmal etmektedir.[238]

[238] Hopwood vd, 2005, ss. 41 – 42

Bu şemada, sürdürülebilir kalkınmaya ulaşılabilmesi için toplumun politik ve ekonomik yapısında ve insan – doğa ilişkisinde gerekli olan değişimle ilgili üç ana görüş yer alır: [239]

- Statüko: Sürdürülebilirliğe mevcut yapıyla ulaşılabilir,
- Reform: Temel reform gereklidir fakat mevcut düzenlemeler tamamen bozulmamalıdır,
- Dönüşüm: Sorunların kökleri toplumun kendi ekonomik ve güç yapısındadır ve radikal bir dönüşüm gereklidir.

Son olarak, sürdürülebilirlikle ilgili görüşler 3 ayrı düzeyde incelenebilir: [240]

- Zayıf sürdürülebilirlik: "Doğal ve insan yapımı sermaye birbiriyle ikame edilebilir, çünkü kaynak yetersizliği ve çevre hasarı gibi doğal dünyadaki insan yapımı eksiklikleri teknoloji doldurabilir."[241]
- Güçlü sürdürülebilirlik: "Ozon tabakası, fotosentez veya su çevrimi gibi insan varoluşu için elzem pek çok süreci insan yapımı sermaye ikame edemez."
- Koyu yeşiller: "İnsan dışı türler, doğal sistemler ve biyolojik çeşitliliğin de kendi hakları ve değerleri bulunmaktadır."[242]

2.1.2. Sürdürülebilir Kalkınma

Sürdürülebilirliğin klasik tanımı, "insanlığın mevcut gereksinimlerini, gelecek nesillerin kendi gereksinimlerini karşılama imkânından ödün vermeden karşılaması"[243] olarak yapılmıştır. Bu tanım, zaman içinde genişleyerek yeni unsurları içine eklemiştir. "Sürdürebilirlik düşüncesi, iklimsel istikrar, çevresel koruma, fakirliğin ortadan kaldırılması, gelecek kuşakların refah seviyesine ilgi, iyi ortaklık ve sosyal

---

239 W. Rees, **Achieving sustainability: reform or transformation?** Journal of Planning Literature, 1995, Cilt: 9, ss. 343 – 361'den aktaran: Hopwood vd, 2005, s. 42

240 W. Rees, Understanding sustainable development, **Sustainable Development and the Future of Cities**, (ed. Hamm B, Muttagi P), Intermediate Technology: London, 1998, ss. 19 – 42 ve M. Roseland, **Towards Sustainable Communities: Resources for Citizens and their Governments**, New Society: Gabriola Island, Canada, 1998'den aktaran: Hopwood vd, 2005, s. 40

241 H. Daly, J Cobb, For the Common Good: Redirecting the Economy Towards Community, the Environment and a Sustainable Future, Green Print: London, 1989, ss. 267 – 273'ten aktaran: Hopwood vd, 2005, s. 40

242 A. Naess, **Ecology Community and Life Style**, Cambridge University Press: Cambridge, 1989'dan aktaran: aktaran: Hopwood vd, 2005, s. 40

243 United Nations, 1987, s. 16

yönetim, bütün sosyal kesimleri kapsama, küçük toplumlar ve yaşam biçimlerinin korunması gibi toplumda ideal olabilecek her şeyi kapsamaya başlamıştır."[244]

Sürdürülebilirliğin, gelişimin devamına olanak sağlayan kaynakların devamına bağlı olduğu görülmektedir. Ekonomi biliminin de temel sorununu oluşturan sınırlı kaynaklarla sınırsız insan gereksinimlerini karşılama, bu kaynakların tüketilmeden kullanımına bağlı olacaktır. Görünürde sonsuz bir geleceği temsil eden uzun vadede, gelişim adına kaynakların sömürülmesi veya tüketilmesi, sürdürülemez bir gelişime işaret eder.

Sürdürülebilirliğe dair bu dar bakışta, çevresel, toplumsal ve ekonomik unsurlar, gelişim için kaynak olarak ele alınmaktadır. Oysaki uygarlığın gelişiminden daha büyük beklentilerimiz vardır. Bu unsurlara, yaşamı zenginleştiren, refahı arttıran etmenler olarak bakıldığında, sadece niceliksel olarak belirtilen "büyüme" kavramından daha geniş olarak, nitel faydalar beklenen "kalkınma" kavramına varılmaktadır. Büyüme, bir ekonominin üretim kapasitesinin artması, yani üretim olanakları eğrisinin sağa kayması sonucu daha fazla mal ve hizmet üretilmesidir. Ekonomide büyüme, reel GSYİH artışıyla ölçülür.[245] Kalkınma ise, "büyümeden farklı olarak, niceliksel bir değişmenin, ilerlemenin ve iyileşmenin aynı zamanda *niteliksel* olmasıdır."[246] Toplam olarak üretim miktarının veya toplam gelirin artışından ziyade kalkınma, ekonomik anlamda kişi başı gelir, gelirin dağılımı, toplumsal anlamda kaynaklara erişim, refah düzeyi, eğitsel, bilimsel, teknolojik, sosyal ve toplumsal ilerleme ve çevresel anlamda kaliteli çevrede yaşam hakkı gibi unsurları da kapsar. Kalkınma ayrıca üretimde yüksek katma değer yaratan seçeneklere yönelerek kaynakları en etkin biçimde kullanmayı öngörür.

> *Geleneksel ekonomi, kalkınma kavramını, sadece kişi başına reel üretim veya tüketimin, düşük ve istikrarlı bir enflasyon ortamında, finansal istikrarla birlikte büyümesi olarak tanımlarken, sürdürülebilir kalkınma söz konusu bu ekonomik büyümenin kantitatif yönünün yanı sıra kalitatif yönüne dikkati çekmektedir. … Bu anlamda kavram, insanoğlunun refahına hem ekonomik hem sosyal hem de çevresel olmak üzere üç boyuttan yaklaşır.*[247]

Kavram, Stockholm Bildirgesi ve Dünya Koruma Stratejisi'nde kullanılmış olsa da, en kapsamlı olarak ilk defa Brundtland Raporu'nda ele alınmıştır.

---

[244] İhsan Yıldıztekin, **Sürdürülebilir Kalkınmada Çevre Muhasebesinin Etkileri**, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2009, Cilt: 13, Sayı: 1, s. 368

[245] Tümay Ertek, **Makroekonomiye Giriş**, Beta Yayınevi, İstanbul, 3. Baskı, 2008, ss. 53 – 54

[246] Uras ve Acar, Sürdürülebilir Kalkınma

[247] Gönel, 2002, s. 1

Sürdürülebilir kalkınma yaklaşımının en önemli getirisi, ekonomik büyüme ve kalkınma kavramlarını yeniden tanımlayarak ayrıştırması olmuştur. Bu yaklaşıma göre kalkınma kavramı, elde edilen reel gelir faktörünü önceleyen ekonomik büyüme kavramından farklıdır. Kalkınma ekonomik girdinin artışının yanı sıra, diğer refah göstergelerini de içerir. Yani kalkınma kavramı ekonomik büyümeyi olduğu gibi ekolojik ve sosyal gelişmeyi de kapsar. Bu anlamda sürdürülebilir kalkınma, doğrudan insanlığın toplam yaşam kalitesi ile ilgilidir ve yaşam kalitesinin gelişimindeki devamlılığı ifade eder.[248]

Sürdürülebilir kalkınma kavramı, sürekli büyüyen çevresel sorunlar, eşitsizlik ve fakirlikle ilgili sosyo-ekonomik sorunlar ile insanlık için sağlıklı bir gelecek kaygısı arasındaki küresel bağa ilişkin artan bir farkındalığın sonucudur.[249] Bu kavram, endüstri devrimi ile başlayan ve günümüzde de devam eden, hammaddenin işlenmiş ürüne dönüştürülmesi süreçlerinin, yalnızca ekonomik faydaya dayalı, uzun vadede doğal ve sosyal gelişimin önünü tıkayıcı sistematiğine bir alternatif olarak ileri sürülmüştür.[250]

Sürdürülebilir kalkınma, ekonomik açıdan dünya piyasalarıyla rekabet edebilen, insanların temel ihtiyaçlarının uygun şekilde karşılandığı, refah düzeyini yükseltici; toplumsal açıdan hakkaniyetçi, eşitlikçi, dezavantajlı grupları kapsayıcı, yaşam kalitesini yükseltici; çevre ve doğal sistemler açısından önleyici / koruyucu / iyileştirici / destekleyici olacak şekilde birbirini destekleyici ve bütünleyici; nesiller içi ve nesiller arasında dengeli bir planlama, uygulama ve yönetme sürecidir.[251]

Sürdürülebilir kalkınma, insanların daha iyi bir dünyada yaşama isteğini yansıtır. Daha iyi bir dünyada yaşamak da topluca, küresel olarak mümkün olacaktır, çünkü toplulukların yaşamları ve neden oldukları etkilerin küresel sonuçları olacaktır: "sürdürülebilirliğin küresel olma dışında başka bir anlamı olamaz[252], sürdürülebilirlik küresel ekoloji ile yeryüzünün sağlığının korunması ve hava, toprak ve malzeme gibi ana kaynakların idareli kullanılması ile ilgilidir."[253]

Sürdürülebilir kalkınmada, bütünsel yaklaşımla insanın doğal çevrenin bir parçası olduğu görüşü egemendir. "Yeryüzünü Önemsemek: Sürdürülebilir Yaşam

---

[248] Akgül, 2010, s. 158
[249] Hopwood vd, 2005, s. 39
[250] Akgül, 2010, 135
[251] Uras, Acar, Sürdürülebilir Kalkınma
[252] John Whitelegg, **Transport for a Sustainable Future: the case for Europe** Belhaven, London, 1993'ten aktaran: Akgül, 2010, s. 145
[253] Hugh Barton, Geoff Davis, Richard Guise, **Sustainable Settlements: A Guide for Planners, Designers, and Developers**, The Local Government Management Board, Bristol, 1993'ten aktaran: Akgül, 2010, s. 145

için Bir Strateji" raporunda sürdürülebilir kalkınmanın dinamiği, ekosistemin taşıma kapasitesi olarak belirlenmiş ve "insanın yasam kalitesinin, bağımlı olduğu ekosistemin taşıma kapasitesinin sınırları içinde kalmak koşuluyla artırılması" tanımı önerilmiştir. Bu tanıma göre, ekonomik kalkınma ve ekosistem birbirini besleyen iki kaynak olarak kabul edilir. Doğal olarak, sürdürülebilir bir kalkınma ancak sürdürülebilir bir ekosistem ile mümkündür.[254]

Sürdürülebilir kalkınma, nesil içinde ve nesiller arasında kalkınma kaynaklarının dengeli kullanımını öngörmektedir. Bu kaynaklar, ekonomik, toplumsal ve çevresel sermaye olarak sınıflandırılabilir: [255]

> *Sürdürülebilir kalkınmanın temel ilkesi, ekonomik, çevresel ve sosyal olmak üzere üç farklı alanda sürdürülebilirliği sağlamaktır. … Karakteristik özelliklerinin korunabilmesi için ekonomik, çevresel ve sosyal bileşenlerin yenilenme kapasiteleri, sistemin doğal sermayeleri olarak algılanmak zorundadır.*[256]

Sürdürülebilir kalkınmada nesil içi eşitlik amaçlanırken, bunun yerelden küresele doğru yürütülmesi etkin bir yöntemdir. Zira sürdürülebilir gelişim gösteren bölgeler, çevresindeki diğer bölgeleri de etkileyerek bir kalkınma dalgası yaratacaktır. AB kırsal kalkınma politikası bu amaçları gütmekte, özellikle geri kalmış bölgeleri, dezavantajlı insanları hedefleyerek AB bölgesi içinde gelişmişlik farkını ortadan kaldırmayı amaçlamaktadır. Kırsal kalkınma, küçük toplulukların içinde bulundukları ekonomik, toplumsal ve kültürel koşulları iyileştirmek amacıyla giriştikleri çabaların devletin bu konudaki çabalarıyla birleştirilmesi, bu toplulukların ulusun tümüyle kaynaştırılması ve ulusal kalkınma çabalarına tam biçimde katkıda bulunmalarının sağlanma sürecidir. Kırsal alanlar ayrıca doğa için önemli role sahiptirler. Doğal kaynakların korunması, biyolojik çeşitliliğin sürdürülmesi, doğal felaketlere karşı koruma, yaşam şartlarının korunması ve doğal manzaranın korunması doğal çevre ile ilgili hususlardır.[257]

Her ne kadar ideal bir dünyanın arayışında gözükse de, özellikle de bu yüzden, sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma kavramları ciddi eleştirilere de uğramaktadır:

---

[254] IUCN, UNEP ve WWF, 1991, aktaran: Akgül, 2010, s. 149
[255] Uras, Acar, Sürdürülebilir Kalkınma
[256] Akgül, 2010, s. 133
[257] Yılmaz, **AB Turizm Politikası** ders notları

Kavramın ve kuramsal temelinin gevşekliği, "sürdürülebilir kalkınma" ve "sürdürülebilirlik" terimlerinin, politikacı ve işletmeciler için kullanımı zorunlu bir hale gelmesine neden olmuştur. … Sürdürülebilirlik o kadar fazla tanımlarla yüklüdür ki, en iyi durumda anlamsızlığa dalma, en kötü durumda ise demagoji sloganı olma riski taşır. Komünal tarımsal ütopyacılıktan geniş ölçekli sermaye yoğun pazar gelişimine kadar çok sayıda politika ve uygulamaları haklı gösterme ve meşru çıkarma aracı olarak kullanılmaktadır.[258] *… Brundtland raporunun anlam belirsizliği, işletmelerin "sürdürülebilir büyüme"yi, hızlı gelişimi haklı gösterme aracı olarak kullanmasına neden olmaktadır. Ekosistemlerin sınırlı olduğu bir dünyada sürdürülebilir büyüme önemli bir tezat oluşturmaktadır.*[259]

2.2. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM

Dünyada sürdürülebilirlik fikri ile sürdürülebilir turizmin ortaya çıkışı büyük oranda aynı şekilde gerçekleşmiştir. Bu sebeple genel kavramın oluşmasındaki gelişmeleri aynen sürdürülebilir turizme uygulamak mümkündür. Yalnız turizm konusunda belirgin bir istisna bulunmaktadır. Genel sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma formülü, doğal kaygılar ile sosyo-ekonomik beklentileri iki ayrı kutup olarak ele almakta, bu ikisi arasında bir uzlaşma aramaktadır. Oysaki turizmde tüketici dışarıdan gelmektedir. Ayrıca hedef bölgenin hem doğal, hem de kültürel özellikleri turizmin kaynağını oluşturmaktadır. Bu yerel kaynak verilerini kullanarak turizm endüstrisi, hedef bölgenin turizm arzını somutlaştırmaktadır. Bu durumda, kutuplardan birini doğa ve yerel toplum, diğerini de ekonomik beklentiler oluşturmakta, sürdürülebilir turizm de bu ikisi arasında denge aramaktadır.

Diğer ekonomik etkinliklerde de olduğu gibi, turizm gelişimi kaynaklara bağlıdır. Yeterli çekicilik kaynaklarına sahip olmayan bölgelerin hedef bölge halini alması teoride olanaksızdır. Fakat turizm, kaynaklarını yok edebilir. Çekim unsurlarını kaybeden hedef bölge de kendisinden beklenen faydaları sağlayamaz hale gelir. "Doğal ve kültürel kaynakların bir sınırı vardır ve aşırı tüketimde zarar görecektir; sürdürülebilir turizm kavramı, turizmin gelişigüzel ve uygun olmayan bir şekilde gelişerek ev sahibi toplum ve yöre üzerinde yarattığı olumsuz doğal ve kültürel etkilere

[258] Workshop on Urban Sustainability (National Science Foundation), **Towards a Comprehensive Geographical Perspective on Urban Sustainability**, Rutgers University: NJ, 2000, s. 1'den aktaran: Hopwood vd, 2005, s. 40

[259] H. Daly, Sustainable growth: an impossibility theorem, **Valuing the Earth: Economics, Ecology Ethics,** (ed. Daly H, Townsend K). MIT Press: Cambridge, MA, 1993'ten aktaran: Hopwood vd, 2005, s. 40

bir cevap olarak ortaya çıkmıştır."[260] Basit bir ifadeyle sürdürülebilir turizm, gelişimin uzun vadede kaynaklarını ve karlılığını korumasını hedefler. Sürdürülebilir turizmin kapsamlı bir tanımı şu şekilde yapılmıştır:

> *İnsanın etkileşim içinde bulunduğu çevrenin bozulmadan korunarak kültürel bütünlüğün, ekolojik süreçlerin, biyolojik çeşitliliğin ve yaşamı sürdüren sistemlerin idame ettirildiği ve aynı zamanda tüm kaynakların ev sahibi bölgedeki insanların ve turistlerin ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçlarını doyuracak şekilde ve gelecek nesillerin de aynı ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri biçiminde yönetildiği bir kalkınma şekli.*[261]

Sürdürülebilir turizmle yakından ilgili bir kavram da "sorumlu turizm"dir. Turizmle ilgili "sorumluluk" kavramı, turizmle ilgilenenlerin kendi karar ve eylemlerinden doğan sorumluluklarının bütünü olarak tanımlanır.[262] Sürdürülebilir turizmde, merkezi ve yerel otoriteler, turizm endüstrisi, yerel halk ve turistlerden sorumlu davranış beklenmektedir.

Ne kadar küçük ölçekli veya planlanmış olursa olsun, turizm, gerçekleştiği hedef bölgeye belirli etkilerde bulunacaktır. Turistik gelişimin sürdürülebilirliği de olumlu etkilerin en üst seviyeye çıkartılırken olumsuz etkilerin en alt seviyeye indirgenmesiyle gerçekleşebilir. Turistik gelişimde sürdürülebilirliğin ortaya çıkışı da, turizmin olumsuz etkilerinin gözlemlenmesi sonucu olmuştur. Bazı hedef bölgeler için bu etkilerin fark edilmesinde geç kalınmış ve bölge çekim unsurunu tamamen kaybetmiştir. Ürün yaşam döngüsü ele alındığında, hedef bölgelerin hızlı biçimde gerileme dönemine girmesi istenmeyen bir durumdur. Sürdürülebilir turizm, gelişme ve olgunluk dönemlerinin daha yavaş oluşmasını ve teoride gerileme dönemine asla ulaşmamayı hedefler.

Burada, ulaşım ve haberleşme teknolojisinin gelişimi, turizmin demokratize olması, turizm endüstrisinin ölçek ekonomilerinden faydalanması gibi etkenlerle gelişen klasik kitle turizmi önemli bir günah keçisidir. Kısa vadede yüksek karlılık sağlamasına rağmen, çekim unsurunun hızlıca kaybolması, yerel halkın yaşam standartlarında bozulma ve sızıntılar nedeniyle bölgenin turizmden beklediği faydaları

---

[260] L. Aranson, **Sustainable Tourism Systems: The Example of Sustainable Rural Tourism in Sweden**, Journal of Sustainable Tourism, London, 1994, Cilt: 2, Sayı: 1ve2'den aktaran: Erol Duran, **Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Toplumsal ve Kültürel Kimliğin Korunması: Gökçeada Örneği**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2009, s. 44

[261] WTO, **Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry**, 1996, http://www.worldtourism.org/sustainable/doc/a21-def.pdf (01.05.2009)

[262] Jan L. Jones, Publications in review (Responsible Tourism, By David Leslie. CABI International <www.cabi.org> 2012) **Annals of Tourism Research** 2013, Cilt: 41 s. 249

sağlayamaması dünyada kitlesel şekilde gelişen turizme ciddi tepkilere yol açmıştır. "Düzensiz turizm gelişimi 1960'lı yılların en önemli turizm hareketlerini oluşturan kitle turizminin hızlı yükselişine bağlıdır ve bu hareketlerin günümüze kadar geçirdiği tarihsel gelişim, sürdürülebilir turizm kavramının ortaya çıkmasında etkili olmuştur."[263] Dahası, ürün anlamında yoğunlaşmanın turistlerde yarattığı bıkkınlık, hedef bölgelerin değişen turist beklentilerini karşılamaktan uzaklaşmasına sebep olmuştur. Bu arayışların ilk sonuçları, kitlesel olmayan, münhasır özellikli golf turizmi ve benzeri turistik ürün çeşitlerinin gelişmesidir. Talep yönlü diğer unsurların etkisiyle, kitle turizmine seçenek oluşturacak yeşil turizm, eko-turizm, özel ilgi turizmi gibi ürün çeşitleri gelişmeye başlamıştır.

Kitle turizmi ile seçenek türler arasındaki belirgin ayrıma rağmen, bazı turistik ürün çeşitlerinin kesinlikle sürdürülebilir, bazılarının sürdürülemez olduğunu öne sürmek yanlış olacaktır. Kaldı ki seçenek turistik ürün çeşitlerinin de zamanla kitlesel niteliğe bürünmesi olasıdır. Sürdürülebilirlik ürün çeşidinden ziyade, turistik gelişimle ilgili bir kavramdır. Bu konuda görüşler şu şekilde evirilmiştir:

a) Karşı kutuplar yaklaşımı: Sürdürülebilir turizm ve kitle turizmi zıt kutuplardır. Biri için diğerinden vazgeçmek zorunludur.
b) Bütünleştirici yaklaşım: Sürdürülebilir turizmle kitle turizmi belirli ortak noktalar taşımakla beraber aralarında çeşitli farklılıklar vardır.
c) Eylemsel yaklaşım: Kitle turizmi daha sürdürülebilir hale getirilmelidir.
d) Uzlaşmacı yaklaşım: Tüm turizm türleri sürdürülebilir olmalıdır.[264]

Belli türlerin mutlak sürdürülemez olduğunu kabullenip bunlardan vazgeçmek, kaçırılan fırsatlar anlamına gelecektir. Bununla beraber, turizmin sürdürülebilir veya sürdürülemez olmasından ziyade, "ne kadar" sürdürülebilir olduğu da tartışılabilir. Güçlü, orta ve zayıf sürdürülebilirlik ile sürdürülemez durumlar, farklı turistik gelişim koşullarına işaret eder.

Turistik gelişimin sürdürülebilirliği, yerelliğe bağlıdır. Gelişimin yerel ölçekte başlaması, yerel kaynakları kullanması ve faydalarının yerel paydaşlarca paylaşılması gereklidir. Bu açıdan da sürdürülebilirliğin "yerelden küresele" ilkesiyle

[263] J. Swarbrooke, **Sustainable Tourism Management**. CABI Publishing, CAB International: New York, 1999'dan aktaran: Duran, 2009, s. 44
[264] John Swarbrooke, **Sustainable Tourism Management**, CABI Publishing, CAB International, New York, 1999, s.9'dan aktaran: Cengiz Demir, Aydın Çevirgen, **Turizm ve Çevre Yönetimi – Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2006, s. 102

uyumludur. Bu noktada kırsal turizm, geleneksel tarım ve ormancılık üretimine dayalı ekonomik etkinliği çeşitlendirme ve turizmin toplumsal dinamizminden faydalanma yoluyla kırsal bölgelerde sürdürülebilir kalkınmanın önemli bir aracı olarak ele alınmaktadır. Kırsal kalkınma politikası tarım ve ormancılığın rekabet gücünü artırma, kırsal alanlarda çevre iyileştirmesi, yaşam kalitesinin arttırılması, ekonominin çeşitlendirilmesi ve istihdam için yerel kapasitenin oluşturulmasını hedeflemektedir. Bu hedeflere ulaşmak için eğitim ve teknik yenileşim yoluyla işgücü kalitesinin ve kapasitesinin arttırılması ile ürünlerde AB kalite standartlarına uyum öngörülmüştür. LEADER ve benzeri girişimler bu amaçlara yönelik olarak AB yapısal fonlarından kırsal bölgelere maddi ve teknik destek sağlamaktadır.[265]

Kırsal alanlar turizm ve boş zamanların değerlendirilmesinde önemli bir yer tutmaktadır. Kırsal alan, turistlere sakin ve huzurlu bir seçenek sunmaktadır. AB kırsal gelişim politikası yenilenebilir enerji kaynakları, biyolojik çeşitliliğin korunması, su ve enerji tasarrufu, kırsal ve dağlık alanların yönetimi gibi konulara eğilerek çevre kalitesinin arttırmayı amaçlar. Bu kapsamda sürdürülebilir turizm projeleri için değerli doğal çekim unsurları yaratılacaktır. Bunun yanında, kültürel miras unsurlarının korunması, bilgi paylaşımı, yüksek katma değer yaratan hizmetlere yönelme, nitelikli yerel işgücü ve girişim yaratma amaçlarıyla sürdürülebilirlik desteklenmektedir.[266]

Ayrıca kırsal turizm içerisinde altyapıyı iyileştirme ve diğer ekonomik gelişimler için de fırsatlar sunmaktadır. Özellikle tarımsal turizm kırsal yaşam şeklini ve kırsal kültürü korumak için önemli görülmektedir. Turizm, tarımın ayakta kalma şansını artırmak için fazladan bir ekonomik aktiviteyi çiftçilere sunmaktadır. Ayrıca turistler çiftlik ürünleri için, örneğin çiftlikteki bölgesel ürünlerin satışı vasıtasıyla bir pazar oluşturmaktadırlar. Çiftçiliği muhafaza etme, rekreasyon ve turizme etken olan tarımsal peyzajın korunmasını teşvik etmektedir. Kırsal turizm kırsal ekonomi için değerli katkılarda bulunmaktadır. Çeşitliliğe olanak sağlamakla birlikte, sosyal mirasın korunmasını desteklemektedir. Kırsal turizm, AB ülkelerinde çoğu kırsal alanda, kıyı kesimlerinde ve dağlık alanlarda büyük bir işgücü kaynağı oluşturmuştur. Turist ve el sanatları aktivitelerinin teşvik edilmesi ve aktivitelerin çeşitlendirilmesi tarıma çoklu faaliyet ve alternatif gelir sağlamada yakın bir ilişkiye sahiptir. Çiftçilerin, turizm sektörüne girerek faaliyetlerini çeşitlendirmeleri için de Yapısal Fonlardan destek sağlanmıştır.[267]

---

[265] Yılmaz, **AB Turizm Politikası** ders notları
[266] Yılmaz, AB Turizm Politikası ders notları
[267] Yılmaz, AB Turizm Politikası ders notları

2.2.1. Sürdürülebilir Turizm Bileşenleri

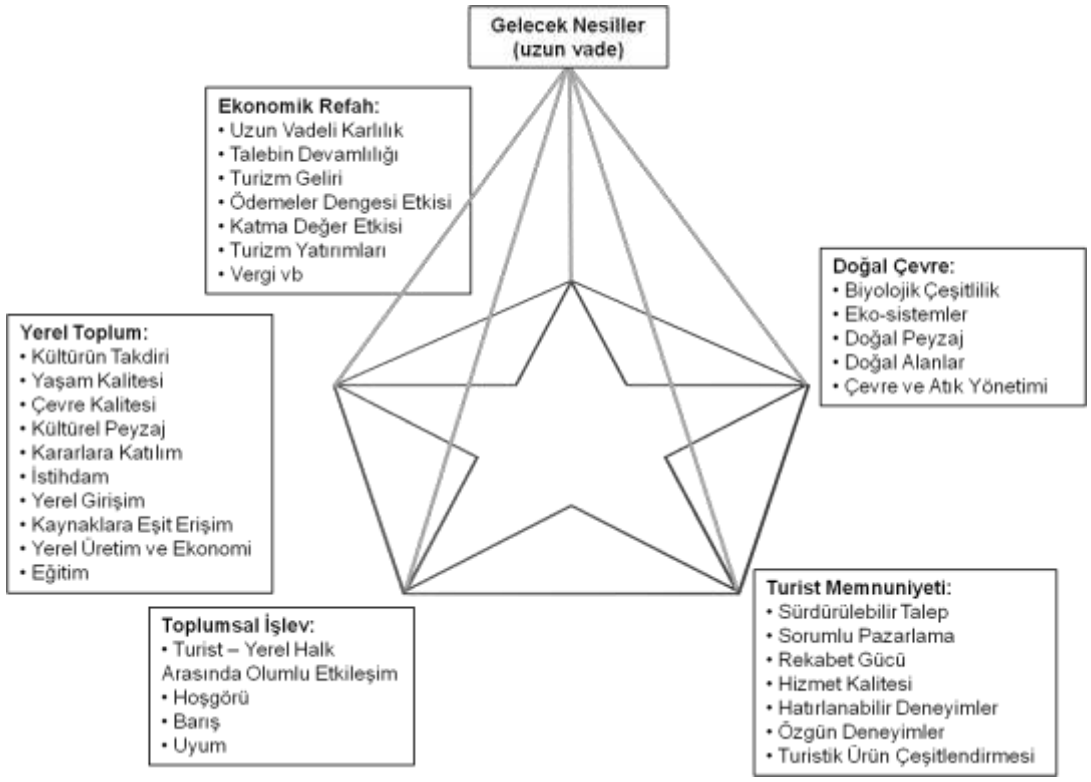
Sürdürülebilir turizm, sürdürülebilirliğin üç ana unsuru olan çevre, toplum ve ekonomiyi içermekle beraber, tüketici memnuniyeti ve uzun vadeli pro-aktif planlama diğer zorunlu unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

> *Turizmin kaynağı olan (kültürel ve doğal) çevrenin uzun dönemdeki sürdürülebilirliği, kısa vadeli düşüncelerle zarara uğratılmamalı, korunarak gelecek nesillere aktarılmalıdır. … Sürdürülebilir turizm için, uzun dönemli strateji ve geniş kapsamlı politika ve planlama yapılarının oluşumunu içeren kurumsal bir çatı ortaya konulmalıdır.*[268]

Sürdürülebilir turizmin bu özellikleri ışığında, aşağıdaki gibi bir şema oluşturulabilir:

[268] Gül Güneş Paçacı, **Turistik Alanlarda Doğal Kaynakların Korunmasında Yeni bir Kavram: Sürdürülebilir Turizm**, Çevre ve İnsan, Çevre Bakanlığı Yayın Organı, 1995, Sayı. 23, ss.34 – 36'dan aktaran: Demir ve Çevirgen, 2006, s. 113

Şekil 2.5. Sürdürülebilir Turizm



Kaynak: "Sürdürülebilir Turistik Gelişmenin Beşgen Piramidi" modelinden uyarlanmıştır. H. Müler, **Alpine Tourism, Sustainability: Reconsidered and Redesigned,** Proceedings of the International Conference at the University of Innsbruck, University of Insbruck, Austria, 1996, ss. 176 – 185'ten aktaran: Duran, 2009, s. 47

Piramidin tepesinde gelecek nesiller bulunmaktadır. Bu, sürdürülebilir turizm gelişiminde uzun vadenin, planlamanın başlangıç noktası ve gelişimin nihai amacı olması gerektiğine işaret etmektedir. Pro-aktif planlamada, gelişimin yönü ve beklenen faydalar belirtilmeli, kaynakların kullanımında nesil içi ve nesiller arası adalet ilkesi ana amaç olmalıdır. Aksi durumda, re-aktif veya tepkisel / onarmacı planlama yoluna gidilecek ve planlama gelişimi takip ettiği için olumsuz etkiler olduktan sonra onarma çabaları başlayacaktır. Ayrıca planların kısa vadeli olması da genellikle kısa vadede yüksek parasal kazanç elde etmek için hem kaynak tabanının yıpranması, hem de turistik talebin yorulması sonucunu doğuracaktır.

Uzun vadeli planlama, teorik olarak ürün yaşam döngüsünün sonsuza uzadığını varsayar. Sürdürülebilir bir gelişim için planlama yerel şartları dikkate almalı; fakat makro turizm planları, genel ekonomi ve çevre politikasıyla uyumlu olmalıdır. Hedef bölgenin fiziksel özellikleri ve sınırları belirlendikten sonra, potansiyel çekim

unsurları / arz kaynakları belirlenmeli, talep analizi yapılmalı, talep ile arz karşılaştırılarak konaklama ve diğer turistik ve destekleyici unsurlar planlanmalıdır. Tesisler planlanırken yerel mimari ve kültürel peyzaj dikkate alınmalı, girişim ve istihdamda mümkün olduğunca yerel halk teşvik edilerek sızıntı azaltılmalıdır. Çekim unsurları belirlenirken özellikli ve kırılgan doğal alanlar belirlenmeli, çevresel analizler yapılmalı ve kümeleme veya koruma alanı oluşturma seçenekleri değerlendirilmelidir. Değişik alanlar için ve toplam taşıma kapasitesi hesaplanarak gelişimin bu yönde sınırlandırılması gereklidir. Sınırlandırma veya talebin yönlendirilmesi fiyatlama kontrolü veya tanıtım yoluyla daha etkin olacaktır.

Köşelerde yer alan beş ana unsur birbiriyle bağımlıdır. İlk olarak ekonomik refah, geleneksel olarak turizmden beklenen en önemli faydadır. Ekonomik sürdürülebilirlik, uzun vadeli karlılığı içermekle beraber bundan ibaret değildir. Ekonomik sürdürülebilirlik talebin devamlılığına bağlı olacaktır. Bu da hem çekim unsurlarının sürdürülebilirliğine, hem de turistik tatmine bağlıdır. Turizmden beklenen diğer ekonomik katkılar arasında yatırım etkisi, gelir etkisi, dış ödemeler dengesi etkisi sayılabilir. Ayrıca turizm, yüksek katma değer yaratan üretim alanlarına yönelmeyi öngören sürdürülebilir kalkınma için uygun bir gelişme şeklidir.

İkinci köşede yerel toplum yer almaktadır. Sürdürülebilir kalkınma, yerel odaklı olmalı, yerel paydaşlar kararlara katılım ve fayda / maliyetlerin paylaşımında eşit hak sahibi olmalıdır. Yerel üretim yöntemleri, yerel ürünler, gelenekler, kültürel peyzaj ve benzeri öğelerin korunması ve sürdürülebilirliği, turistik çekim unsurunun korunması açısından zorunludur. Yerel toplum turizm sayesinde daha nitelikli altyapı ve çevre olanaklarına kavuşarak yaşam kalitesinde yükselme yaşayacaktır. Yerel toplumun eğitilmesi, turizme daha olumlu bir tutum, çevre koruma ve nitelikli işgücü anlamına gelir. Ayrıca yerel girişim ve istihdam, sızıntıyı engelleyerek yerel toplumun ve komşu bölgelerin faydasını maksimize edecektir. Yerel toplum ile turistler arasında yer alan turizmin toplumsal işlevi, sürdürülebilir turizmde olumlu etkileşimler, barış ve huzuru amaçlar.

Turizm endüstrisi için başarı, turist memnuniyetine bağlıdır. Turist memnuniyeti de, bozulmamış olumlu çevre unsurları, yüksek ürün kalitesi, yaratıcı, hatırlanabilir ve özgün deneyimler sunmakla olanaklıdır. Özgünlük, hedef bölge için son derece önemli bir rekabet üstünlüğü sağlar. Rekabet; diğer rakipler karşısında hedef bölgenin kaynaklarının ve pazardaki durumunun sürdürülebilirliğini sağlayacak şekilde, katma değer yaratan bileşik bir ürünü oluşturma yeteneğidir. Rekabet gücünü belirleyen unsurlar, karşılaştırmalı avantajlar, talebin uyumu, sektörün yapısı ve

çevresel sorumluluktur.[269] Turistik ürün çeşitlendirmesi de, turist için daha çok seçenek ve daha zengin bir deneyim, dolayısıyla rekabet üstünlüğü sağlar. Son olarak, sürdürülebilir, bozulmamış ve özgün bir deneyime yönelik turistik talep ve bunun devamlılığı da önemlidir. Beklenti – onay / boşa çıkarma dizisi, memnuniyeti beklentilerin karşılanmasıyla açıklamaktadır. Beklentiyi oluşturan da büyük oranda pazarlama eylemleridir. Bu nedenle, sürdürülebilirlik için pazarlama gerçekçi ve sorumlu olmak, karşılanamayacak beklentiler yaratmamak zorundadır.

Beşinci köşede doğal çevre yer almaktadır. Doğal çevre, hem turizmin sürdürülebilirliği, hem de yerel halkın sağlığı açısından en önemli veridir. Bu verinin yenilenemez olması önemini daha da arttırmaktadır. Sürdürülebilir turizm, biyolojik çeşitlilik, eko-sistemler, doğal peyzaj ve doğal alanların korunmasını, geliştirilmesini ve gelecek nesillere miras bırakılmasını öngörür.

2.2.2. Çevre, Turist, Yerel Halk ve Ekonomi Uyumu

Sürdürülebilir turizm, temel kaynakları olan doğal ve toplumsal unsurların korunması ve geliştirilmesini öngörmektedir. Uygulamada, çevresel ve toplumsal unsurların öz değerleri nedeniyle değil, turistik çekim değerleri nedeniyle korunmaları tartışmalı bir konudur. Dahası, doğal ve kültürel çevre unsurları olduğu gibi korunmamakta, "turistik" hale getirilmektedir.

Çevresel sürdürülebilirlik, turistik çekim gücü oluşturan çevre unsurlarının korunup geliştirilmesi ve turizmin bölgenin doğasında yaratabileceği hasarın mümkün olduğu kadar önlenmesidir. Özellikle çekim unsurunu kırılgan ve özgün doğal yapının sağladığı hedef bölgelerde turizmin çevresel etkileri iyi yönetilmediğinde turistik çekimin tamamen kaybedilmesi tehlikesi bulunmaktadır. Turizm, hedef bölgenin çevresi üzerinde meydana gelir. Çevre, önemli bir turistik çekim unsuru ve turizm kaynağıdır. Turizmin en önemli etkileri de turizm etkinliğinin ve doğrudan veya dolaylı ekonomik etkinliğin gerçekleştiği çevre üzerinde olur.[270] Turistlerin seyahat alışkanlıkları ve tercihleri konusunda doğanın güzelliği, bozulmamış bir doğal çevre gibi unsurlar önemli rol oynar. Doğal unsurların takdiri güdüsüyle gerçekleşen, doğal farkındalığın ön planda olduğu, düşük enerji kullanımı ve atık üretimine neden olan eko-turizm gibi ürün çeşitlerinde bile, turizmin gerçekleştiği çevre üzerinde etkileri

[269] Salah S. Hassan, **Determinants of market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry**, Journal of Travel Research, 2000, Cilt: 38, Sayı: 3, ss. 239 – 245'ten aktaran: Demir ve Çevirgen, 2006, s. 125

[270] Demir ve Çevirgen, 2006, ss. 134 – 135

olacaktır. Özellikle yoğunlaşma zamanlarında artan turistik etkinlik ve ulaşım, kalabalık ve kirlenmeye neden olabilmektedir. Ayrıca plansız turizm gelişimi, doğal çevre üzerinde tesisleşme baskılarına neden olabilmekte, bu da hem yerel halk hem de ziyaretçiler için doğal çevrenin ve peyzajın kalitesini bozmaktadır. Altyapının yetersiz kaldığı durumlarda ise salgın hastalıklar gibi halk sağlığını olumsuz etkileyen durumlar ortaya çıkabilir.

Toplumsal sürdürülebilirlik ise, bölgenin toplumsal ve kültürel varlıklarının korunup geliştirilerek turistik çekicilik özelliğinin korunması ve turistik gelişim gösteren bölge halkının yaşam kalitesinin artırılmasını öngörür. Turizm gelişiminin yerel toplumun çıkarlarına ters düşmesinin engellenmesi ve toplumun turizm arzına etkin katılımıyla faydanın eşit dağılımı ile sağlanabilir. Turizmin, çok önemli kültürel işlevleri bulunmaktadır. Turizmde, temelde iki toplumsal taraf *(turistler ve yerel halk)* ve iki farklı kültür etkileşime girmektedir. Turizm sayesinde, turistler farklı toplumların çağdaş ve eski kültürel ve sanatsal özelliklerini keşfetmekte, kendi kültür ve görgülerini geliştirmekte, kültürel alışveriş sayesinde toplumlar arasında sevgi ve hoşgörü gelişirken toplumsal mesafeler azalmaktadır.[271] Kültürel mesafe, turistin kendi kültürü ile hedef bölgenin kültürü arasındaki farkın boyutudur. Kültürel mesafe ne kadar büyükse, turist için kültürel etkinliklere katılma ve yerel mutfağı deneme o kadar ilgi çekici olacaktır.[272]

> *Her şeyden önce turizm, değişik kültürler arasında bir diyalog kurmakta, kültürleri birbirine yaklaştıran bir işlev görmektedir. Turizm, seyahat eden insanlar için ruhsal ve kültürel bir değişme ve yarar sağlamaktadır. Turizm, bir ülkenin kültürel varlığını tanıtmanın da bir aracıdır.*[273]

Bu etkileşim, her zaman olumlu olmayabilir. Kültürel etkileşim, ticari bir eylemde gerçekleşmekte, ilişkiler de ticari nitelik taşıyabilmektedir. Olumsuz durumlarda, yerel toplum turiste karşı ilgisizlik, ticari sömürü veya saldırı durumlarında olabilir. Doğal olarak bu etkileşimin kalitesinde turistik durum kadar iki tarafın yapısı, tutumları, davranışları ve yaşam biçimleri etkili olmaktadır.[274] Kültürel varlıkların ekonomik değer yaratması, bu değerlerin ticarileşerek içeriğini kaybetmesine, sahneleşmesine, ucuzlamasına ve bozulmasına sebep olabilir. Aynı zamanda yerel

---

271 Usta, 2009, s. 127 – 128

272 McKercher, B. ve Chow, S.M.B., Cultural distance and participation in cultural tourism. Pacific Tourism Review, 2001, Cilt: 5, Sayı: 1, ss.23 – 32'den aktaran: Chang, 2011, s. 308

273 **Toplumların Kültürel Gelişmesinde Kültür Endüstrilerinin Rolü Konferansı**, Montreal, 1980, aktaran: Olalı ve Timur, 1988, 40

274 Doğan, 2004, ss. 89 – 103

halkta yabancı düşmanlığı ve suç gibi istenmeyen davranışlar artabilir. Gösteriş etkisi yerel kültür üzerinde bozucu etkiye sebep olur. Artan trafik, arazi fiyatlarının yükselmesi, kırsal bölgelerin kentleşmesi ve çevresel etkiler yerel halkın göç etmesine sebep olabilir.[275]

Yerel halkın turizme ve turistlere karşı tutumu, turistik ürünün yaşam döngüsü boyunca değişiklik gösterecektir. Genel olarak, başlangıçta dostane olan ilişkiler, hedef bölge yaşam döngüsünde ileri aşamalara geçtikçe yerini önce ticarileşmeye sonra tepkilere ve düşmanca tavra bırakacaktır.[276] Yerel halkın, turizmin toplumsal etkilerine uyumu farklı biçimlerde ortaya çıkabilmektedir. İlk durumda, yerel toplum turizme ve etkilerine karşı *"direnme"* yolunu seçer. Özellikle kapalı veya gelişmemiş bölgelerde yaşayanlar, gelen yabancılara, onların yaşam biçimlerine ve isteklerine karşı direnç, hatta düşmanlık gösterebilir. Daha az şiddetli durumda yerel halk *"içine kapanır"*. Geleneksel yaşam biçimlerine tehdit olarak algıladıkları turizmden kendilerini korumak isterler. Bu durum, geleneksel kültürün canlanmasına da neden olabilir. Üçüncü durumda, yerel halk turizmi kabul eder, fakat ön ve arka bölgeler arasındaki *"sınırları vurgulama"* yönünde çaba göstererek kendi yaşam biçimlerini turizmden korumaya çalışır. Turizmin benimsenmesi durumunda, turistik çekicilik taşıdığını fark eden yerel halk kendi yaşam biçimini *"canlandırma"* yoluna gidecektir. Bu durumda, aksi halde kaybolma olasılığı bulunan kültürel unsurlar korunacak, ancak anlam ve şekil değiştirerek ticari / turistik hale gelecektir. Turizmle en yüksek uyum durumunda ise, yerel halk turizmle *"bütünleşecek"*, kendi yaşam şeklini terk ederek turistik davranışları benimseyecektir.[277] Turistle yerel halkın bütünleşmesi, olumlu etkileşimin en üst seviyesi olarak görülmektedir.

Gelişimde ve yapılaşmada yerel halkın kültürel özelliklerine uyulması, yerel halka kapalı alanlar yerine toplu alanların yaratılması, turistik tesislere yerel halkın kabulü, yerel halka açık etkinlikler iki taraf arasında yalıtılmışlığı ortadan kaldırarak mesafeyi azaltacaktır. Yerel halkın ve turistlerin eğitimi de bütünleşmeyi olanaklı kılacaktır.

---

[275] Özay Yıldız, **Genel Turizm** ders notları, Doğuş Üniversitesi, 2009

[276] J.C.M. Cordero, **Resident's Perception of Tourism: A Critical Theoretical and Methodological Review**, CIENCIA ergo sum, Universidad Autonoma del Estado de Mexico, Toluca, 2008, Cilt: 15, Sayı: 1, ss. 35 – 44'ten aktaran: İnam, 2009, s. 60

[277] Doğan, 2004, ss. 152 – 156

2.2.3. Sürdürülebilir Turizm Analiz Araçları

a) Fayda / Maliyet Analizi: Turizmde fayda / maliyet analizi, ekonomik bir karar olarak turizmin avantaj ve dezavantajlarının değerlendirilmesi ve karşılaştırılmasıdır.[278] Sürdürülebilir turizm, turizmin faydalarını *(olumlu etkilerini)* en üst, maliyetlerini *(olumsuz etkilerini)* de en alt seviyeye çekmeyi amaçlar. Ayrıca bu fayda ve maliyetlerin yerel toplum içinde adaletli dağıtımını da öngörür. Fakat parasal olarak ölçülebilen fayda ve maliyetlerin yanında, çoğu kültürel ve doğal çekim unsuruna parasal değer biçmek olanaksızdır. Bu durum, analizi güçleştirmektedir. Zayıf sürdürülebilirlik yaklaşımında, bu çekim unsurlarının potansiyel ekonomik değerleri, turistlere satışı sonucu ekonomik getirisiyle veya kaybolması durumunda fırsat maliyetiyle ölçülmektedir. Güçlü sürdürülebilirlik yaklaşımında ise bu varlıkların sonsuz ekonomik değeri bulunmaktadır ve hiçbir ekonomik fayda kayıplarını haklı gösteremez.

b) Taşıma Kapasitesi Analizi: Sürdürülebilirliğin ayrılmaz bir parçası taşıma kapasitesidir. Taşıma kapasitesi basit olarak olumsuz etkiler görülmeden önce bir bölgenin ağırlayabileceği en fazla turist sayısıdır. Taşıma kapasitesi, sürdürülebilirliğin sınırını ifade eder. Ayrıca, turistik ürün yaşam döngüsünde erişilen en üst nokta, nihai taşıma kapasitesidir. Kavramın tanımında, “en çok kişi” yaklaşımından, “kabul edilebilir değişimin sınırı” yaklaşımına geçilmiştir. Ayrıca salt nicelik taşıma kapasitesi için ölçü olmayabilir. Turizm gelişim şekli, yoğunlaşma ve turist davranışları da dikkate alınmalıdır.

c) Çevresel Etki Analizleri: Çevresel etki analizleri, çevrenin turistik eylemlerden ne kadar etkilendiğini belirleyerek taşıma kapasitesi ölçümü ve sürdürülebilirlik için faydalı sonuçlar vermektedir. Bu amaçla kullanılan çevre ve atık yönetim sistemlerine şu örnekler verilebilir:

   i. Çevresel Etki Değerlendirme (ÇED): “Planlanan bir etkinliğin / işletmenin, proje aşamasında, ekonomik fayda ve maliyetinin çevresel

[278] İçöz (ed), 2007, s. 232

etkileriyle birlikte değerlendirilmesidir. Çevrede oluşabilecek hasarların önceden önlenmesi, ortaya çıktıktan sonra giderilmesine çalışmaktan çok daha etkilidir."[279]

ii. Çevre Yönetim Sistemleri (ÇYS): Çevre Yönetim Sistemi, genel yönetim sisteminin; çevre politikasının geliştirilmesi, uygulanması, başarıya ulaştırılması, gözden geçirilmesi ve idamesi amacını güden; kuruluş yapısı, planlama etkinlikleri, sorumluluklar, uygulamalar, usuller, işlemleri de içine alan parçasıdır. Çevreyle ilgili faaliyetlerin, belli bir sistematik ve süreklilik içinde yürütülmesini sağlar.[280]

- ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi[281]
- Avrupa Birliği Eko-Yönetim ve Tetkik Programı – EMAS [282]
- Aşırıya mal olmayan en iyi kullanılabilir teknoloji – BATNEEC [283]
- En kullanışlı çevresel seçenek – BPEO [284]

Örnekleri verilen analiz araçları, duruma ve gölgeye uygunluğuna göre ve beraber kullanılarak planlamada yol gösterici sonuçlar vermektedirler. Temel analiz aracı olan fayda / maliyet analizi, taşıma kapasitesi ve çevresel etki analizlerinin sonuçlarını yorumlamada kullanılmaktadır.

2.3. TURİZMİN EKONOMİK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ

Turizm geleneksel olarak, özellikle çekim unsuru bakımından avantajlı olan geri kalmış bölgeler için son derece önemli bir ekonomik büyüme ve refah aracı olarak görülmüştür. Bu tür bölgelerde turizm gelişimi, kitlesel biçimde gerçekleşmiş ve devletler tarafından da dış ödemeler dengesini iyileştirici özelliği sebebiyle

[279] Demir ve Çevirgen, 2006, s. 168
[280] Elif Çolak, **Avrupa Birliği Eko-Yönetim Ve Tetkik Programı (EMAS) ve Türkiye'de EMAS Uygulamasının İncelenmesi**, T.C. Ankara Üniversitesi Avrupa Toplulukları Araştırma Ve Uygulama Merkezi, Orman Genel Müdürlüğü Ankara- 2010 http://web.ogm.gov.tr/birimler/merkez/egitim/disiliskiler/Dokumanlar/AB-odev/elifcolak.pdf (29.07.2014), s. 4
[281] Yıldız, **Doğal ve Tarihi Çevrenin Korunması** ders notları, 2010
[282] Çolak, 2010, s. 11
[283] European Union Directive 96/61/EC #17http://en.wikipedia.org/wiki/Best_available_technology (29.07.2014)
[284] Hopwood vd, 2005, s. 43

desteklenmiştir. Yine bu bölgeler için başarı ölçütleri ziyaretçi sayısı ve / veya turizm geliri ile ölçülmüştür. Turizmin kaynakları uzun süre sıfır maliyetli olarak ele alınmıştır. Özellikle parasal veya nicel biçimde ölçülemeyen maliyetler klasik finans anlayışında olduğu gibi turizmde de ihmal edilmiştir. Ne var ki, önceki bölümlerde işlendiği gibi, gelişim süreci içerisinde bu anlayışın neden olduğu yıkım sonradan fark edilmiştir. Kaynaklarını ve çekim unsurunu kaybeden hedef bölgenin ekonomik değer üretememeye başlaması, gelişen sürdürülebilirlik anlayışıyla beraber odak noktasını turizmin faydalarından maliyetlerine ve bunların sınırlandırılmasına doğru kaydırmıştır.

Ekonomik sürdürülebilirliğin temelinde uzun vadeli karlılık vardır. Hatta zayıf bir sürdürülebilirlik anlayışında bu ikisi eşanlamlı kabul edilir. Fakat ekonomik sürdürülebilirlik, çevresel ve toplumsal unsurlardan ayrı değerlendirilemez. Zira ekonomik ve turistik gelişimin devamı kaynaklarına bağlı olduğundan, kaynaklarını kaybeden hedef bölge talep kaybı yaşayacak, yatırımlar ve gelirler düşecek, ürün yaşam dönemi gerileme dönemine girecek ve uzun vadeli karlılık hedefinden uzaklaşacaktır. Sonuçta görüşler aynı noktada birleşmektedir.

> *Ekonomik sürdürülebilirlik, maliyetlerin ötesindeki yararları hesaba katabilmek demektir. Ekonomik faaliyetlerin üzerindeki ekolojik sınırlayıcı olarak tanımlanabilir. Ekonomik maliyetlerle çevresel yararlar arasındaki denge durumunu ifade eder. Bu denge durumu, ekonomik faaliyetler devam ettirilirken, doğal kaynak kullanımına dikkat edilmesi, kaynakların yenilenebilme kapasitesinin korunması, yenilenemeyenlerin idareli kullanımı ve yerlerine yenilenebilir olanlarının ikame edilmesi gibi süreçleri kapsar. … Zira ekolojik çevrenin içerdiği kaynaklar açısından kendini yenileyememesi ve sürekli aşınması, uzun vadede ekonomik maliyet artışına neden olacak ve giderek ekonomik sürdürülemezlik sonucunu doğuracaktır. Bu durumda ekonomik maliyetlerin üzerine, çevresel gereksinimleri de karşılamak üzere bir ekolojik çevre maliyeti eklenmek zorundadır.*[285]

Ekonomik sürdürülebilirlik tanımları genellikle ekonomik büyüme ile çevresel tahribat üzerinde durmakta, konunun toplumsal yönünü ihmal etme eğiliminde olmaktadır. Oysa çevrede ve ekonomide yaşanacak her türlü olumsuzluğun toplumu etkileyeceği açıktır.

> *Sürdürülebilir kalkınmada (…) çevre boyutu, sosyal boyut üzerinde yaşama ve çalışma koşulları yoluyla etkide bulunurken, ekonomi boyutu üzerinde de, çevresel verimlilik vasıtasıyla etkide bulunmaktadır. Buna*

[285] Akgül, 2010, s. 156

karşılık, sosyal ve ekonomik boyutların çevre üzerindeki etkileri daha çok çevre kaynakları üzerindeki baskılar şeklindedir.[286]

Turizmi saf ekonomik büyüme aracı olarak görmenin bir diğer sakıncası da sürdürülebilir kalkınmayı ihmalinde yatmaktadır. Ekonomik büyüme, daha fazla üretim ve tüketim, daha yüksek kişi başı GSYİH anlamına gelecektir. Daha fazla tüketen rasyonel tüketici, daha yüksek fayda sağlayacak ve yaşam standardı yükselecektir. Fakat sürdürülebilir kalkınma anlayışı, insanın sağladığı tüm refahın ekonomik olduğu varsayımını reddeder. İnsanlar toplum içinde mutlu olmak, kültürel gereksinimlerini karşılamak ve kaliteli bir çevrede yaşamak da isterler. Ne var ki bu unsurlar parasal olarak ölçülememektedir. Çevre ayrıca ekonomik büyüme için hem kaynak olarak, hem de üretimin atıklarının işlendiği ortam olarak kullanılmaktadırlar. Varlıkları parasal olarak ölçülemeyen bu kaynaklar da yokluklarıyla toplumsal ve çevresel sorunlar yaratırken, ekonomik büyümenin sürdürülebilirliğini de önlemektedirler.

Konvansiyonel ekonomik modelin eleştirildiği bir (diğer) nokta ise 1. ve 2. temel termodinamik kanunlarını dikkate almamasından kaynaklanmaktadır. Termodinamiğin 1. yasası enerji ve maddenin 'yoktan' var edilemeyeceğini, 'vardan' ise yok edilemeyeceğini söylemektedir. 2. yasa ise, kaynakların işlenmesi sırasında gereği olmayan enerjinin arttığını belirtmekte ve bu durumu entropi olarak isimlendirmektedir. Entropi bu noktada kirlilik olarak nitelendirilebilir. Günümüzde ekonomi biliminin karsılaştığı en önemli sorun kirliliğin çevre üzerindeki maliyetini hesaplamada düşmüş olduğu yetersizliktir.[287]

Doğal çevrenin, toplum ve dolayısıyla ekonomiye sağladığı olanaklar şu şekilde gösterilebilir:

- *Refah yaratımı için kaynaklar yenilenebilir ve yenilenemeyen türlere dayanmaktadır.*
- *Endüstriyel üretim ile boş zaman ve turizm aktiviteleri sonucu ortaya çıkan atıkların asimile edilmesi yönünde doğal çevre atık dönüşüm sistemi görevini yerine getirmektedir*
- *Rekreasyon alanları ile olumlu estetiğe sahip çevrenin insanlar üzerinde bıraktığı olumlu etki bulunmaktadır.*

[286] Feride Doğaner Gönel, **Globalleşen Dünyada (Nasıl bir) Sürdürülebilir Kalkınma**, Birikim Dergisi, 2002, Sayı: 158, s. 5

[287] Naci Polat**, Wellness Turizminde Sürdürülebilirlik Uygulamalarının Tespitine Yönelik Nitel bir Araştırma ve bir Model Önerisi: Afyon İli Örneği**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), T.C Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya, 2010, s. 51

– *Farklı eko-sistemlerin bir araya gelmesi sonucu ortaya çıkan oksijen ve su sayesinde hayat destek sistemi olarak insanlara imkân sunmaktadır*[288]

Ayrıca, doğal alanlar en önemli üretim unsuru olan işgücünün dinlenmesini ve sağlığını korumasını sağlayarak verimliliğin artmasında katkıda bulunmaktadır.

2.3.1. Ekonomik Sürdürülebilirliğin Ölçülmesi

Ülkeler turizmden elde ettikleri ekonomik faydaların sürdürülebilir olmasını beklerler. Turizmin ekonomik sürdürülebilirliği, uzun vadede hedef bölgenin karlılığını koruması veya gerilemeye girmeyecek, uzun bir ürün yaşam döngüsüyle kendisini göstermektedir. Bu durum, planlı ve kontrollü bir gelişimle mümkün olabilir. Ekonomik sürdürülebilirlik, talebin devamlılığına bağlıdır. Bu da çekim unsurunun bozulmadan korunmasına ve iyileştirilmesine bağlı olacaktır. Ayrıca kaynak tabanının sürekliliği de gelişimin devamı için zorunludur. Özellikle yerel kaynak tabanına dayalı küçük ölçekli turizm gelişiminde, kendi kaynakları hedef bölgenin hayatta kalmasını sağlar. Ancak hedef bölgelerde turizm hacmi arttıkça, dışalım kaynak kullanımı ve atıkların bölge dışına salınmasıyla bölge dışı etkiler de *(dışsallıklar)* görülecektir. Hedef bölgenin sürdürülebilirliğinde bunun da dikkate alınması gereklidir.

Ortak temel zorunluluklar dışında, hedef bölgenin ekonomik sürdürülebilirliği için evrensel bir formül yoktur. Her hedef bölgenin ve turistik ürün gelişiminin kendine özgü şartları bulunur. "UNWTO 2004 yılında karar organlarının veya katılımcıların değerlendirmelerine yardımcı olmak amacıyla 140 adet gösterge yayınlamıştır.[289] 42 gösterge ekonomik sorunlarla, 45 gösterge sosyal sorunlarla ve 53 gösterge çevresel sorunlarla ilgilidir. Ancak, her ülke ya da bölge bu göstergeleri kendi özgün koşullarına göre uyarlayabilir."[290]

Turizmin ekonomik sürdürülebilirliği için temel mantık, turizmin faydalarının maksimize, maliyetlerinin de minimize edilmesidir. Ayrıca yine sürdürülebilirlik için kaynakların kendini yenileyebilme hızını aşmamak, kaynak kullanımında verimlilik,

---

[288] K.R. Turner, D. Pearce, I. Bateman, **Environmental Economics: an Elementary Introduction**, Hemel Hempstead, Harvester Wheatsheaf, 1994 ve Ian Willis, **Economics and the Environment: a Signalling and Incentives Approach**, St. Leonards, Allen &Unwin, 1997'den aktaran: Polat, 2010, s. 50

[289] Bkz. Ek 5 - Dünya Turizm Örgütü tarafından geliştirilen sürdürülebilir turizm göstergeleri

[290] Aysu Uğurlar, **Turizmin Yerel Ekonomiye Etkileri ve Sürdürülebilirliği; Van Örneği**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2006, s. 34

doğal ve toplumsal çevrede kabul edilemez değişikliğe neden olmamak zorunlu unsurlar olacaktır.

2.3.1.1. Fayda Ölçümü

Ekonomik faydaların maksimizasyonunda, hazırda bulunan nicel verilerden derlenebilen turizmin dış ödemeler, gelir ve çarpan, katma değer ve reel etkileri söz konusu olacaktır. Geleneksel olarak, özellikle gelişmekte olan ülkelerin turizm gelişimini desteklemesinin temelinde, turist kabul eden ülkenin döviz arzını artırması ve dış ödemeler dengesini düzeltici etkisi yatar. Ülkede üretilen turistik ürünün yabancılara satılması, aynı mal dışsatımındaki gibi bir etki yaratacaktır; dahası turistik ürünün üretildiği yerde tüketilme zorunluluğu, taşınmasını gereksiz kılar. Turizmin ülkeye olan "net döviz gelir payı", turizm sayesinde elde edilen dövizin, toplam turizm harcamalarından ve bunların fırsat maliyetinden fazla olan kısmıdır.[291]

Dış ve iç turistik tüketim harcamaları ve turistik yatırımlar turizm gelirlerini oluşturur. Bu, doğrudan turizm geliridir. Bu gelir, doğrudan ve dolaylı turizm işletmelerinin üretim unsurlarının gelirini oluşturur. Üretim unsurları da elde ettikleri geliri ekonomi içinde yeniden harcadıklarında, dolaylı gelir etkisi yaratır. Ekonomideki canlanma da uyarılmış etkiler yaratır ve sonuçta nihai turizm geliri, yapılan turistik harcamalardan yüksek olur.[292] Yeniden harcama akımı içerisinde harcama ve gelirler, "gelirin tekrar dağılımı" olarak nitelenir. Bu zincirleme etki, tüketim ve tasarruf ayrıca sızıntılar yardımıyla açıklanır. Bu akımın yarattığı, gelirin tekrar harcandıkça çoğalması etkisine de "çarpan etkisi" adı verilir.[293] Gelirin tekrar dağılımında marjinal tüketim eğiliminin yüksek, sızıntının düşük olması yüksek bir çarpan oranı verirken, tasarruf ve sızıntılar oranında azalan bir özellik sergiler. Turistlerin geniş gereksinimlerini karşılamak için turizm endüstrisi pek çok üretim alanıyla işbirliği halindedir. Çok sayıda endüstri turizmin tedarikçisi konumundadır. Ayrıca turizm, yapısı gereği bir tüketim işidir ve yüksek harcama oranını içerir. Bu sebeplerle turizmin çarpan etkisinin yüksek olduğu kabul edilir. Özellikle yerel turizm gelişiminde, yerel kaynak kullanımı sızıntıları önleyerek çarpan katsayısının yükselmesini sağlar.

---

[291] Olalı ve Timur, 1988, s. 89
[292] Olalı ve Timur, 1988, ss. 106 – 107
[293] Olalı ve Timur, 1988, s. 107

Turizmin yarattığı katma değer etkisinin de diğer endüstrilerden yüksek olduğu kabul edilir. Bunun birinci sebebi, turizmin serbest malları da ekonomik fayda sağlayacak şekilde değerlendiren yapısındadır. Klasik ekonomide serbest kaynakların maliyeti sıfır olarak değerlendirildiğinde, bu kaynakları değerlendiren turistik ürünün yüzde yüz katma değer sağladığı kabul edilir. Ne var ki, serbest kaynakların da bir maliyeti bulunmaktadır ve bu kaynakların kullanımı kendini yenileme hızlarını aşmamalıdır. İkinci sebep, turistik üretimin hizmet üretimi özelliğinden dolayı, malzemeden çok işgücü kullanmasında yatar. Yüksek istihdam oranı da ek sosyo-ekonomik faydalar sağlayacaktır.

Bir diğer sebep de, turizmin pek çok endüstriden girdi sağlamasında yatar. Bölgede gelişen turizm, ekonomik büyüme dalgası yaratarak diğer iş kolları için katalizör görevi görecek ve dolaylı katma değer yaratacaktır. Bir ekonomik etkinlik alanının diğerine girdi sağlaması veya tedarikçi konumunda olması, "ileri bağlantı etkisi" (İBE), diğer alanlardan girdi sağlaması ise "geri bağlantı etkisi" (GBE) olarak tanımlanır.[294] Turizm işletmeleri, ağırlıklı olarak girdi alan bir üretim yapmakta, buna karşın tedarikçi rolü zayıf olmaktadır. Turizm son tüketime yöneliktir ve son ürünlerin, ara ürünlerden daha yüksek katma değer yarattığı kabul edilmektedir.

> *Turizm sektörünün toplam geri bağlantı katsayıları sürekli yüksek çıkmaktadır. Buna karşılık, ileri bağlantı etkilerinin oldukça zayıf olduğu gözlenmiştir. Bunun nedeni, turizm sektörünün yapısı gereği önemli miktarlarda ara malları kullanmakla birlikte, ara malları/hizmetleri üretme yerine çoğunlukla nihai mal/hizmet üretmesidir. O halde, turizm sektörünün belirgin yapısal özelliği, nihai talep artışlarına bağlı olarak ortaya çıkan geriye doğru bağlantı etkileridir. Bu durum turizm sektörünün çıktı kapasitesini genişletmesinin, ekonomide genişletici etki yaratacağının göstergesidir. Sonuç olarak turizmin etkinliklerinin genişlemesinden birçok sektör olumlu yönde etkilenmektedir.*[295]

Turizmin ekonomik sürdürülebilirliğinde, parasal olarak ölçümü yapılan faydalarının yanında, istihdam, altyapı ve diğer sektörlere etki gibi reel etkileri de önemli olmaktadır. Bunların aynı zamanda toplumsal yaşam ve doğal çevre üzerinde de doğrudan etkileri bulunur.

2.3.1.2. Maliyet Ölçümü

---

[294] Uğurlar, 2006, ss. 24 – 26

[295] M. Çakır, A. Bostan, **Turizm Sektörünün Ekonominin Diğer Sektörleriyle Bağlantılarının Girdi Çıktı Analiziyle Değerlendirilmesi**, Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, Yıl 11, 2000, ss. 35 – 44'ten aktaran: Uğurlar, 2006, s. 27

Turizmin ekonomik sürdürülebilirliğinin değerlendirilmesinde başlangıç kolayca ölçülen ekonomik etkiler, özellikle de ekonomik faydalar olmakla beraber, turizmin sayısal olarak ölçümü daha zor olan ekonomik sonuçları ve maliyetleri de değerlendirmeye alınmalıdır. Ekonomik büyüme ve kalkınmanın, kullandığı kaynaklar ve yarattığı çevresel sorunların parasal olarak ölçülmesinin zorluğu, ekonomik sürdürülebilirlik için sorun oluşturmaktadır. Bu durum uzun süre ihmal edildikten sonra, sürdürülebilirlik anlayışının gelişmesiyle çeşitli ölçüm yaklaşımları gelişmiştir.

> *Prensipte kavramların kabul edilmesine karşın pratikte uygulanmamasının en önemli nedeni, ölçülebilirlikte karşılaşılan problemler ve bu tür faktörlerin fayda ve maliyetlerinin hesaplanamaması şeklinde gözükmektedir. Dolayısıyla, finans piyasası hala "ölçemiyorsak, bize hiç bahsetmeyin" sloganının ardına sığınmakta ve geleneksel yöntemlerde ısrar etmektedir.*[296]

Fayda / maliyet temeline dayanan ekonomik sürdürülebilirliğin ölçülmesi yaklaşımlarını, nicel ve nitel yaklaşımlar olarak iki grupta incelemek mümkündür. Nicel yaklaşımlar, üretimin neden olduğu çevresel tahribatın parasal hale getirilmesi ve bu sayede getiriler ile karşılaştırılabilmesine çalışır. Nicel yaklaşımlar genel olarak kaynakların verimli kullanımı üzerinde dururlar. Nitel yaklaşımlar ise çevresel unsurların parayla ölçülemeyeceği varsayımından hareketle, çevreyi birincil öncelik olarak ele alan, daha güçlü sürdürülebilirlik yaklaşımlarıdır. Nicel yaklaşımlardan çevre muhasebesi, eko-etkinlik ve fırsat maliyeti yaklaşımları, nitel yaklaşımlardan da süreç odaklı uzlaşı, yeşil ekonomi ve güçlü sürdürülebilirlik yaklaşımları incelenecektir.

Çevre Muhasebesi Yaklaşımı:

Ekonomik sürdürülebilirlik için, geleneksel olarak ölçülmeyen çevresel unsurlara ekonomik değer belirleme veya fiyat biçme yaklaşımı bulunmaktadır. “Ekonomik sürdürülebilirlik ve ekolojik sürdürülebilirliği bir arada götürecek; bu arada bu iki değerin birbiri üzerinde yarattığı etkiyi belli standartlar dahilinde ölçecek ve maliyet-fayda analizini ortaya koyacak bir hesaplama sistemine ihtiyaç olduğu kesindir.”[297] Muhasebeyi bunları da içerecek şekilde ele almaya çalışan yaklaşımların

[296] Gönel, 2002, ss. 6 – 7
[297] Nurdan Kuşat, **Yeşil Sürdürülebilirlik İçin Yeşil Ekonomi: Avantaj ve Dezavantajları - Türkiye İncelemesi**, Journal of Yasar University, 2013, Cilt: 29, Sayı: 8, s. 4907

en bilindiği çevre muhasebesidir. Bu yaklaşım, uzun vadede karlılık için maliyetlerin kapsamını genişletir.

> *Ekonomik faaliyetlerinin etkilerinin kayıtlanması yanında sosyal etkilerini de hesaba katarak toplumun çeşitli kesimlerine açıklama zorunluluğundan sosyal muhasebe doğmuştur. … Çevresel faaliyetlerin raporlanması, performans ölçümü, denetim maliyetleri, temiz teknolojiye yatırım, çevre dostu mamul, üretim süreçleri geliştirme, mamulün hayat seyrinde oluşan çevresel maliyetler, mamul fiyatlandırma gibi konularda maliyet ve finansal muhasebe bilgi sistemlerinde üretilen bilgilerin, yönetsel karar sürecine sunulması açısından yönetim muhasebesi isabetli yatırım kararlarının alınmasına rehberlik edebilir. … Ulusal üretime çevre faktörlerini dâhil etmek için fiyatı bilinmeyen malların fiyatlandırılması, çevre kalitesini olumlu fiyat olarak belirlenmesi neticesinde ulusal muhasebe genişlemesiyle çevresel maliyetler kayıtlanmalıdır.*[298]

Üretimin neden olduğu "çevresel maliyetler", genelde 3 grupta incelenmektedir; önleme / azaltma, kullanma ve zarar maliyetleri.[299] Çevresel maliyetler, bir başka açıdan, dışsal ve içsel olarak ayrılabilir. Doğrudan işletmeyi etkileyen maliyetler içsel, işletmenin çevresini etkileyen dolaylı maliyetler dışsal kabul edilir.[300] Dışsal maliyetler bütün olarak toplumu ve dünyayı etkilediğinden, sürdürülebilirlik için dışsal maliyetlerin içselleştirilmesi esastır. Maliyetlerin içselleştirilmesi şu şekilde gösterilebilir:

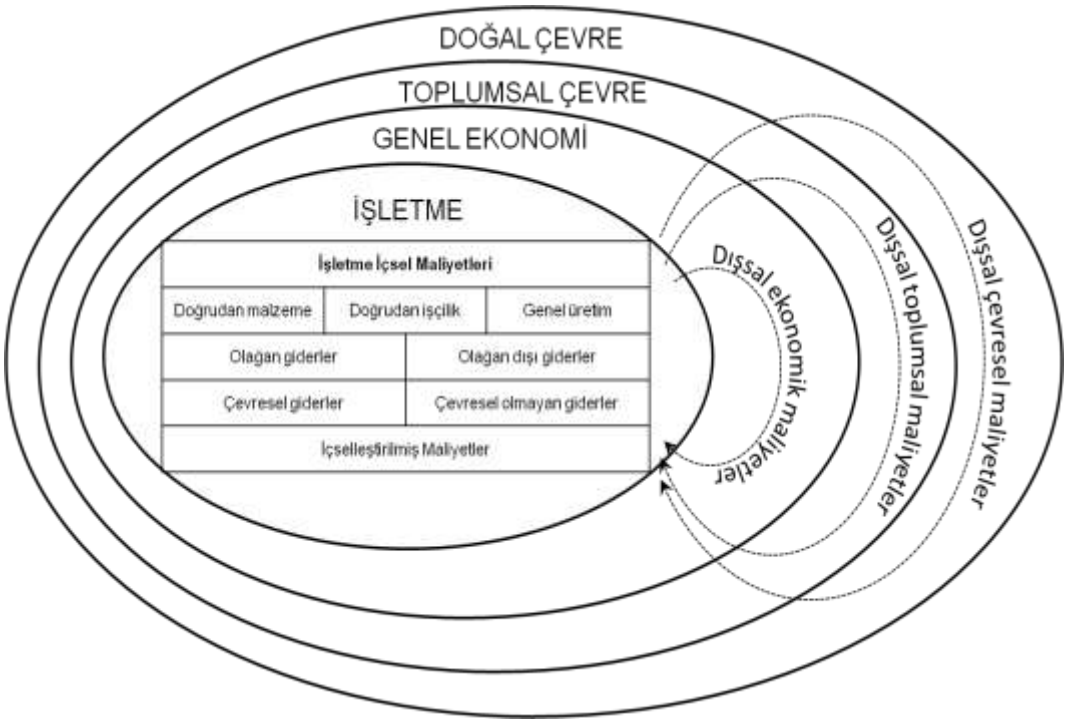
---

[298] İhsan Yıldıztekin, **Sürdürülebilir Kalkınmada Çevre Muhasebesinin Etkileri**, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2009, Cilt: 13, Sayı: 1, s. 368

[299] Ali Altınbay, **Çevresel Maliyetlerin Raporlanması**, Akademik Bakış, İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi – Türk Dünyası Kırgız – Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü Celalabat – Kırgızistan, Ocak – 2007 Sayı: 11, ss. 4 – 6 ve Alagöz ve Yılmaz, 2001, s. 153

[300] Robert J. P. Gale ve Peter K. Stokoe, Environmental Cost Accounting and Business Strategy, **Handbook of Environmentally Conscious Manufacturing**, (ed. Chris Madu), Kluwer Academic Publishers, 2001, s. 122'den aktaran: Muhsin Çelik, **Çevreye Duyarlı Muhasebe**, Muhasebe ve Finansman Dergisi, 2007, Sayı: 33, s. 155

Şekil 2.6. Dışsal Maliyetlerin İçselleştirilmesi



Kaynak: Stefan Schaltegger, Hindrichsen Müler ve Henriette Kapsar, **Corporate Environmental Accounting**, John Wiley & Sons, 1996, s. 25'ten aktaran: Çelik, 2007, 156

Dışsal maliyetlerin içselleştirilmesi için önerilen yaklaşımlardan biri "kirleten öder" prensibidir ve işletmenin kendi neden olduğu çevresel sorunların maliyetini ödemesini, dolayısıyla fiyatlarına yansıtmasını önerir. "Kirleten öder prensibinin çevreye salınan zararlı atıkların, zarar önleme maliyetlerini ya da ulusal çevre standartlarına bağlı kabul edilebilir limitlerin içinde kalan zararların maliyetlerini kapsaması beklenmektedir."[301] Prensibe göre, işletmenin etkinlikleri sonucu oluşan dışsal maliyetlerine çevre, toplum ve müşterileri katlanacaktır. Örneğin, su kirliliği oluşacak, bunun sonucunda bölgedeki tarım ve balıkçılık zarar görecek, müşteriler ve toplum su kirliliğinden dolayı hastalanacak, tedavi masraflarına katlanacaklardır. Eğer işletme cezalar veya teşvikler yoluyla bu maliyetleri kendi karşılamak zorunda kalırsa, yani içselleştirirse, toplam maliyeti, hem özel marjinal maliyeti hem de sosyal marjinal maliyeti içerecektir. Sonuçta maliyetleri içselleştirmesi, işletmenin maliyetlerini artıracaktır. Özellikle aşırı esnek özellik gösteren turizm talebi karşısında bu durum işletme için olumsuz olacak ve maliyetlerin içselleştirilmesi zorlaşacaktır.

[301] David Pearce, **Economic Values and the Natural World**, London, Earthscan Publications, 1993'ten aktaran: Polat, 2010, s. 60

Geliştiriciler, çevreyi doğanın vazgeçilmez bir hediyesi olarak kabul etmektedirler. Serbest pazar ekonomisi doğal kaynakların maliyetini ve çevresel zararların değerini turizm ürün fiyatlarıyla ilişkilendirememektedir. Diğer bir ifadeyle çevresel maliyetler henüz içselleştirilememiştir.[302]

Ekonomik sürdürülebilirlik hedefleyen tüm yaklaşımlarda olduğu gibi, çevre muhasebesinde de tasarruf önemli bir noktadır. Tasarruf, nihai amaçlar olan savurganlığın önlenmesi, daha az kaynak kullanımı ve atık üretimi için ekonomik teşvik sağlamaktadır. Çevre muhasebesi yaklaşımı, çevre unsurlarını doğa ve toplum adına korumaktan ziyade, ekonomik etkinlikte maliyet unsurları olarak ele almaktadır. Pek çok doğal çevre unsuruna fiyat biçmek mümkün değildir. Yaklaşım çevreyi ekonominin bir parçası olarak görmekte, bu sebeple zayıf sürdürülebilirliğe yönelik olmaktadır.

Eko-etkinlik Yaklaşımı:

Bu yaklaşım, çevre muhasebesinde bahsedilen tasarruf anlayışını ilerleterek, ekolojik kaynakların mümkün olan en üst seviyede verimli biçimde kullanılmasını öngörür. Temel olarak, kaynakların kıt olduğu gerçeğinden hareket eder.

Eko-etkinlik, "ekolojik etkileri ve kaynakların yoğunluğunu ürün döngüleri vasıtasıyla dünyanın tahmini taşıma kapasitesine indirgerken, rekabetçi mal ve hizmet fiyatlarının, insan ihtiyaçlarının karşılanması ve belli bir yaşam kalitesi sunulması için dağıtılması ile ulaşılan" bir kavram olarak tanımlanır.[303] *Dünyanın tahmini taşıma kapasitesi ile kastedilen, mikro düzeyde şirketlerin performansları değil, esas olarak ülkelerin makro-ekonomik koşullarıdır. Bir başka ifadeyle, ülkelerin var olan ekonomik koşulları çerçevesinde çevreye duyarlı olarak yapabilecekleridir.*[304]

Eko-etkinlik analizi, beklenen yaşam döngüleri boyunca ürün veya süreç seçeneklerinin karşılaştırmalı çevresel ve ekonomik etkilerini ölçme yöntemidir. … Eko-etkinlik basit bir ifadeyle, daha fazla mal ve hizmet

---

302 Zbigniew Mieczkowski, **Environmental Issues of Tourism and Recreation**, Lanham, MD: University Press of America, 1995, s. 160'tan aktaran: Polat, 2010, s. 60

303 M. Lehni, **WBCSD Project on Eco-Efficiency Metrics and Reporting. State-of-Play Report**, World Business Council on Sustainable Development, http://www.wbcsd.org, 1998'den aktaran: Feride Doğaner Gönel, **Globalleşen Dünyada (Nasıl bir) Sürdürülebilir Kalkınma**, Birikim Dergisi, 2002, Sayı: 158, s. 7

304 Gönel, 2002, s. 7

üretirken kaynak kullanımı, atık ve kirlenmeyi azaltmaya çalışan bir yönetim felsefesidir.[305]

Eko-etkinlik, işletmelere kullanılan doğal kaynaklar ve hammadde miktarını azaltıp, hizmet ve işgücü yoğunluğunu artırmayı önerir. Bu sayede işletmeler hem doğaya daha az zarar verecek, hem de daha yüksek istihdam ve değer yaratacaklardır. Özellikle makineleşme ve dolayısıyla enerji kullanımı ve atık üretiminin azaltılıp geleneksel yöntemlere ağırlık verilmesi, eko-etkinliği arttıracaktır.

Ticaret ve çevre kuralları arasındaki çatışmada, (…) aslında her iki tarafın da ortak bir kavramda buluştukları, dolayısıyla da aralarında bir çatışmanın doğmaması gerektiği sonucuna varılabilir. Bu kavram kaynakların daha etkin kullanılmasıdır. … Kaynakların etkin kullanımı sonucu, hem artan gelir ya da azalan maliyet anlamında ticari avantaj elde edilmekte hem de çevresel performans düzelebilmektedir.[306]

Eko-etkinlik, dışsal maliyetlerin kapsamını da genişletmiştir:

Geleneksel ekonomi çerçevesinde bir mal veya hizmet fiyatının onunla ilgili tüm maliyetleri yansıtması gerekir ve öyle olduğu kabul edilir. Ancak, örneğin kömür enerjisi kullanan bir santralde üretilen elektriğin maliyeti, kullanılan kömürün neden olduğu asit yağmurlarının ya da hava kirliliğinin meydana getirdiği zararın maliyetini yansıtmaz. Oysaki bunlar da gerçek maliyetlerdir. Yapılan tahminlere göre, ABD'de atmosfere karışan her bir ton kükürt dioksit, topluma yılda 25 milyar dolara mal olmaktadır.[307]

Şüphesiz bunlar tahmini hesaplamalardır ancak ne olursa olsun ödenen reel bir para miktarı söz konusudur. Geleneksel ekonominin "dışsallık" olarak nitelendirdiği bu maliyetleri birileri ödemek durumundadır. Dolayısıyla dışsal maliyetlerin içselleştirilmesi konusu gittikçe daha fazla önem kazanmaktadır. Maliyetlerin içselleştirilmesi konusunda da eko-etkinliğin ölçülmesi yine karşımıza çıkmaktadır:

Eko-etkinlik = Ürün veya Hizmetin Değeri / Çevresel Etki [308]

Göstergeler incelendiğinde, eko-etkinliğin çevre muhasebesi yaklaşımının tüm unsurları parasal hale getirme çabasına girmediği görülmektedir. Parasal olarak ölçülmesi kolay olan enerji kullanımı gibi unsurlar bu şekilde incelenmekte, ancak

---

[305] NSF, The Public Health and Safety Organization, **Q&A about the new NSF Protocol P352: Validation and Verification of Eco-Efficiency Analyses**, http://www.nsf.org/newsroom_pdf/NSF_P352_Q-A_July09.pdf (30.07.2014)

[306] Gönel, 2002, s. 10

[307] Stephan Schmidheiny ve J. L. Zorraquin Federico, "Eco-efficiency and the Financial Markets", **Bridges to Sustainability**, (ed. L.G. Echeverri), Business and Government Working Together for a Better Environment, Yale/UNDP Program on Public-Private Partnership, 1997, s. 105'ten aktaran: Gönel, 2002, s. 8

[308] Gönel, 2002, s. 8

hesaplamaya ölçülemeyen unsurlar da dâhil edilerek tümel bir verimlilik hesabı amaçlanmaktadır. Yaklaşım daha güçlü bir sürdürülebilirliği ifade eder.

Fırsat Maliyeti Yaklaşımı:

Bu yaklaşım da, temelde çevre muhasebesinde olduğu gibi, kaynakların parasal değerine ulaşmayı amaçlamaktadır. Fakat bunu yaparken kaynakların nominal değerinden ziyade, fırsat maliyetlerine odaklanır. Gelişim için kaynakların doğal, toplumsal ve ekonomik sermaye olarak sınıflandırıldığını varsayıldığında, bu üçünün birbirini kısmen de olsa ikame edebilecek durumda olduğu sonucuna varılmaktadır. Sürdürülebilir kalkınma, kararlarda sadece ekonomik sermayenin değil, tüm sermayenin hesaba katılması gerektiğini varsayar.[309] "Sabit sermaye kuralına" göre, kalkınma kişi başı sermaye stokunu sürdürülebilir kalkınmanın normal talebini karşılayacak şekilde, en azından sabit tutmalıdır.[310]

> *Toplam sermaye hem stok hem de doğal kaynakların kalitesini, toplumun bilgi ve beceri düzey ile sağlık derecesini kapsayan geniş bir kavramdır. Sermaye türlerinin doğal sermaye ile ilişkileri piyasa dışı değerlere bağlı olduğundan ölçmek ve belirlemek oldukça zor bir süreçtir. Doğal, beşeri ve sosyal sermayeyi parasal olarak ifade etmek en çok tartışılan konudur.[311] Tüketilen doğal sermayenin yerini insan yapımı sermaye aldığı sürece, toplam sermaye stoku değişmeyeceğinden sürdürülebilir olacaktır."[312]*

Sermaye türlerinin fırsat maliyeti üzerinden sürdürülebilirliğinin araştırıldığı Figge ve Hahn yaklaşımında, değer yaratmada kurumsal sermayenin verimliliğinin artırılması üzerinde durulmuştur. Bu yaklaşıma göre bir işletme, yalnızca her bir sermaye türünü diğer bir işletmeden daha verimli kullandığında *(hiper-verimlilik)* sürdürülebilirliğe katkıda bulunabilir. Aksi durumda, bir tür sermayenin daha verimli kullanımının diğerlerinin daha az verimli kullanımını telafi edip etmediği belirlenmelidir. Yaklaşım, sorun temelli yaklaşımlarda olduğu gibi "değer / maliyet" verimlilik formülünün paydasında yer alan maliyet veya tahribat yerine pay kısmında

---

309 Frank Figgeve Tobias Hahn, **The Cost of Sustainability Capital and the Creation of Sustainable Value by Companies**, Journal of Industrial Ecology, the Massachusetts Institute of Technology and Yale University, 2005, Cilt: 9, Sayı: 4, s. 47

310 Figge ve Hahn, 2005, s. 48

311 Yıldıztekin, 2009, s. 370

312 Yıldıztekin, 2009, s. 371

yer alan "değer yaratmaya" odaklanır. Bunu yaparken de fırsat maliyetini ele alır.[313] Yaklaşım, ölçülemeyen unsurları ölçülebilir hale getirmek için, çevre muhasebesinden farklı bir tutum izler. Tüm unsurları aynı ölçü birimine çevirmek yerine, işletmenin farklı sermayeleri farklı ölçütlerle ne kadar verimli kullandığını, genel ekonomiyle kıyaslayarak bulmaya çalışır ve bu şekilde daha güvenilir sonuçlar amaçlar. Fakat kaynakların ikame edilebileceğini öne süren toplam sermaye yaklaşımı, yeterli katma değer üretiminin, doğal kaynakların tüketilmesini haklı gösterebileceği sonucunu yaratır. Bu durum açık olarak zayıf sürdürülebilirlik anlayışını gösterir. Ayrıca bu yaklaşımın küçük işletmelerde kullanılabilirliği düşük olacaktır.

Süreç Odaklı Uzlaşı Yaklaşımı:

Sürdürülebilir kalkınma, kaynakların tüketilmeden uzun vadeli kullanımını hedef aldığında, başarılı olup olmadığı uzun vadede anlaşılacaktır. Bu yaklaşım da, bu fikirden hareketle, sürdürülebilirliğin statik analizlerle ölçülemeyeceğini, ölçülebilmesi için süreç içinde analiz yapılması gerektiğini öne sürer.

> *Bu kavramın anlaşılması ancak on yıllar boyunca sürecek araştırma, öğrenme ve tecrübeden sonra mümkün olabilecektir. Bir doktor, terapi öncesinde 'sağlık' kavramının faaliyet yönünden tanımına ne kadar az ihtiyaç duyuyorsa, politika için sürdürülebilirlik kavramının operasyonel tanımına da o kadar az ihtiyaç duyulabilmektedir. Sağlık gibi sürdürülebilirlik kavramı da geçici ve farazi yorumlara açık nitelik taşımaktadır. Göreceli olarak değişim içinde olan kavramlar tartışma konularının içinde sürekli yer alacaklardır.*[314]

Bu fikir, sürdürülebilirliğin "iş işten geçmeden" ölçülmemesi gerektiği anlamına gelmemelidir. Sürdürülebilir gelişim için pro-aktif planlama, hedeflerin ve ilkelerin belirlenmesi gerektiği gerçeği sabittir. Fakat zaman içinde gelişime yön vermede ne kadar sürdürülebilir olduğu daha kolay gözlemlenecek ve planlar bu geribildirimlere göre yeniden gözden geçirilecektir.

Yeşil Ekonomi Yaklaşımı: [315]

---

313 Frank Figgeve Tobias Hahn, **The Cost of Sustainability Capital and the Creation of Sustainable Value by Companies**, Journal of Industrial Ecology, the Massachusetts Institute of Technology and Yale University, 2005, Cilt: 9, Sayı: 4, ss. 47 – 58

314 Karl Homann, **Sustainability: Politikvorgabe oder regulative Idee?**, Nomos Baden Baden, Verlagsgesellschaft, 1996, s. 37'den aktaran: Polat, 2010, s. 9

315 Nurdan Kuşat, **Yeşil Sürdürülebilirlik İçin Yeşil Ekonomi: Avantaj ve Dezavantajları - Türkiye İncelemesi**, Journal of Yasar University, 2013, Cilt: 29, Sayı: 8, ss. 4896 – 4916

Bu yaklaşım, ekonomiyi çevrenin içinde değerlendiren güçlü sürdürülebilirlik ve bütüncül çözüm anlayışlarını temsil etmektedir. Doğal kaynakların kullanımının ne kadar maliyet oluşturduğu ve bu maliyetin ne kadar değer yaratımıyla telafi edileceği sorunları yerine, ters bir bakış açısıyla ekonominin kendisinin "yeşil" olması gerektiğini öne sürmektedir.

> *Yeşil sürdürülebilirlik için ülke ekonomilerinin "yeşil ekonomi" şekline dönüştürülmesi gerekir. Ekonomi kavramı zaten özünde kıt kaynakların en etkin şekilde kullanımını içine alan bir kavramdır. Yeşil ekonomi ile de mevcut kaynakların etkin kullanımının yanı sıra kullanım sonrası ortaya çıkan tüm atıkların da etkin kullanımı yani pozitif dışsallıklar anlatılmak istenmektedir. Ayrıca üretim sürecinin sonunda yaratılan negatif dışsallıkların da telafi edilmesi gerektiği yeşil ekonomi görüşünün içerisinde yer almaktadır. Bu negatif dışsallıklar ağırlıklı olarak ekolojik yapıya verilen zararları içerisine almaktadır.*[316]

> *Kalkınmak için sürekli olarak kaynak tüketimine ve kaynak için de çevrenin insanoğluna sunduğu faktörlere ihtiyaç vardır. Daha çok üretim daha çok kaynak ve daha çok çevre tüketimi anlamına gelir. Ama esas sorun çevresel kaynakların kendilerini yenileme sürecinde ortaya çıkmaktadır. Çevre kendisini yenilemekte zorlanmakta ve bunu insanoğluna başka şekillerde ifade etmeye başlamaktadır. Ayrıca bir diğer sorun da üretim sürecinin ortaya çıkardığı atıkların ekosistem tarafından kabullenilmesinde ortaya çıkmakta ve bu sürecin sonucunda ortaya çıkan da çevre kirliliği olmaktadır. Hem çevrenin aşırı kullanımının ortaya çıkardığı yenilenememe sorunu, hem de üretim sonucunda çevreye salınan atıklar çevrenin dejenerasyonuna ve tahribatına sebep olmaktadır. Bu sıkıntılar aslında ekonomik anlamda üretimin ortaya çıkardığı negatif dışsallıklardan başka bir şey değildir.*[317]

Bütüncül yaklaşımdan hareketle, yeşil ekonomi çevreyi ekonomik, toplumsal ve doğal çevreye ayırır. Bunların iç içe ve karşılıklı etkileşimde olduğunu kabul eder. Toplumsal ve doğal kaynakların mümkün olan en üst verimlilikte kullanımını tekrar ederken, aşırı kullanımın hiçbir şekilde telafi edilemeyeceğini öne sürerek diğer yaklaşımlardan ayrılır.[318] Yeşil ekonomi, klasik ekonomik kuramları sorgulamakta, sürdürülebilirliğe ulaşmak için yeni yaklaşımlar önermektedir. Özellikle maliyetlerin düşürülüp üretim miktarının artırılması, yeşil ekonomiye zıt bir durum olarak görülmektedir. Ekonomik sürdürülebilirlik, birim maliyeti minimuma indirmeye odaklı, kaynak kullanımı ve atık üretimi yüksek olan klasik ölçek ekonomilerinden

316 Kuşat, 2013, 4897
317 Kuşat, 2013, s. 4898
318 Kuşat, 2013, ss. 4899 – 4900

vazgeçmeyi zorunlu kılabilir. Yeşil ekonomilerde ürün fiyatlarında yükselme doğal olacaktır. Üretimde tasarrufu öngören bu yaklaşım, dolaylı olarak tüketim miktarında da tasarruf sağlayacaktır.

Yeşil ekonomi yaklaşımı, sürdürülebilir olmayan, üretime ve tüketime dayalı ekonomik büyüme ve fayda anlayışımızı terk etmeyi, doğal ve toplumsal kaynakların tükenmemesi adına fedakârlıkta bulunmayı önermektedir. Yaklaşım ayrıca klasik ekonominin mülkiyet anlayışını da sorgulamaktadır. Özellikle insanlığın ortak mirası olan kamusal / serbest ürünlerin kullanımında yaşanan sorunları işaret eder.[319]

> *Yeni ekonomik düzen, klasik iktisat teorilerinin sürdürülebilir kalkınma için yeterli olmadığını gözler önüne sermiştir. İşte bu noktada "ekolojik iktisat" yaklaşımı gündeme gelmeye başlamış ve boşluğu doldurmaya çalışmıştır. Bu yaklaşıma göre, üretim süreçlerinin her zaman çevreyle dost olması ve her zaman pozitif dışsallık yaratması mümkün değildir. Önemli olan üretim sürecinin ortaya çıkardığı negatif dışsallıkların maliyetinin, ekosistemin tüketilen kaynaklarını yenileme kapasitesinden büyük olmamasıdır.*[320]

Son olarak yeşil ekonomi yaklaşımı, toplumsal çevre ile doğal çevre sorunlarının bağını vurgulamaktadır:

> *Çevrenin tahribatındaki artış ile yoksulluktaki artış birbiriyle yakından ilişki içerisindedir. Çünkü insanlar geçimlerini sağlamak için yakın çevrelerindeki doğal kaynakları yoğun bir şekilde tahrip ederler. Asya'nın ekonomik mucizesinin maliyeti, doğal kaynak kaybı ve çevre dejenerasyonu olarak kendini göstermiştir. İşte bu noktada yeşil ekonomi, ekonomik ve çevresel kalkınmanın sürdürülebilirliğini sağlamak adına önemli bir araç haline dönüşür.*[321]

Güçlü bir ekonomik sürdürülebilirlik için, ne kadar ekonomik değerin ne kadar kaynak tüketimini telafi edeceğini hesaplamak yerine, başlangıç noktası olarak doğal ve toplumsal kaynaklar ele alınmalıdır. Gelişim bu kaynakların kullanımından ziyade, çevre için olumlu dışsallıkların üretilmesine odaklanmalıdır. İnsan gereksinimleri devam edecektir. Bu gereksinimleri gidermek için de üretim devam edecek ve mecburen bir miktar olumsuz dışsallığa neden olacaktır. Fakat önemli olan, kaynak kullanımında tasarrufun ve verimliliğin maksimize edilmesi ve kullanımın neden olduğu olumsuz dışsallıkların, kaynakların kendini yenileme kapasitesini aşmamasına dikkat edilmesi olacaktır. Güçlü sürdürülebilirlik yaklaşımı, gelişimin başlangıcında "ne

[319] Kuşat, 2013, s. 4905
[320] Kuşat, 2013, ss. 4905 – 4906
[321] Kuşat, 2013, s. 4907

kadar üretilmeli" sorusunu "kaynakların kendini yenileme hızı nedir" sorusuyla ikame eder. Doğal olarak gelişim, yenilenemeyen kaynaklardan, yenilenebilir kaynaklara yönelmek zorundadır.

2.4. TURİSTİK ÇEKİM UNSURU OLARAK YEREL YİYECEK – İÇECEK ÜRETİMİ VE EKONOMİK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Besine olan gereksinim, tüm canlılarla paylaştığımız bir özelliktir. Bunun ötesinde, uygarlık sürecinde insanlar besin üretimi yoluyla hangi besinleri tüketeceğinin kararını kendi ellerine almıştır. İnsanlar tükettikleri besinlerden, hayattan kalmanın ötesinde gereksinimlerinin tatminini beklerler; insanlar yediği ve içtiğinden zevk almak ister. Bu durum, insanın açgözlülüğü ve aşırı nüfus artışıyla birleşince üretilen ve tüketilen besin miktarının doğanın karşılayamayacağı ölçüde artmasına neden olmuştur.

Doğal kaynakları daha fazla tüketme, daralan doğal ve tarım alanlarından daha yüksek verim alma zorunluluğu, nüfus artışıyla gereksinimin artması, doğal alanların daha da daralması modern zamanların en önemli kısırdöngülerinden birini ortaya çıkarmaktadır. Bu sistemde, besin üretiminin de kitlesel olması zorunludur. Fakat kitlesel üretim, daha önceki bölümlerde bahsedildiği üzere, verimi artırmak, raf ömrünü uzatmak ve ürünün pazarlanabilirliğini artırmak için doğal döngülere kabul edilemez düzeyde müdahale etmeye başlayınca, insan sağlığına hem ürünlerdeki kalıntılar ve katkılarla doğrudan, hem de doğanın tahribatı yoluyla dolaylı olarak zarar vermeye başlamıştır. İnsan sağlığı ve gönenciyle ilgili olan besin üretiminin bu amaçlardan ziyade ekonomik getiriye yönelmesi bir diğer şanssız durumdur.

> *Dünyada özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki dönemde tarım sektöründe çok önemli gelişmeler olmuştur. Tarımda yüksek teknolojinin kullanılması, gübre ve kimyasal ilaç kullanımın artması ve özellikle de üretimi arttırma politikaları, tarımsal üretim miktarında önemli artışlar meydana getirmiştir. Bu gelişmeler gıda ve lif üretim miktarlarındaki pozitif etkileri yanı sıra tarım işletmeleri üzerinde birçok negatif etkiler ortaya çıkarmıştır. Tarım işletmeleri üzerindeki negatif etkiler, toprak yapısının bozulması, erozyon, yeraltı ve yüzey sularının kirlenmesi gibi yapısal problemleri, tarımsal faaliyette bulunanların hayat standartlarının ve*

çalışma şartlarının kötüleşmesi gibi sosyal problemleri, üretim maliyetlerinin yükselmesi ise ekonomik problemleri kapsamaktadır.[322]

Sonuç olarak, endüstriyel besin üretimi aşırı kaynak kullanımı ve doğa tahribatı ile çevresel, neden olduğu sağlık sorunları, açlığa ve yoksulluğa çare olamaması, küçük üreticilere yaşam şansı tanımayarak göçe zorlaması ile toplumsal, değişen tüketici beklentilerine karşılık verememesi ile ekonomik olarak sürdürülebilir olmayan bir görüntü çizmektedir.

Son yüzyılda tanık olduğumuz "kalkınma" süreci ve yakın tarihte hızlanan küreselleşme olgusu insanların, yiyeceklerinin yetiştirildiği toprakla ve üreticileriyle bağlantısını kopartarak gıda üretimini fabrika benzeri tarımsal işletmelere kaydırmış, aile çiftçiliğini yok olma tehdidi ile karşı karşıya bırakmıştır.[323] *Oysa gıda güvenliğinin ayrılmaz bir parçası niteliğindeki aile çiftçiliğinin sosyo-ekonomik, çevresel ve kültürel açıdan önemi büyüktür ve yerel ekonomilerin desteklenmesinden biyo-çeşitliliğin korunmasına uzanan geniş bir yelpazede hayati işlevleri bulunmaktadır.*[324] *Öte yandan Birleşmiş Milletler, açlık ve yoksullukla mücadele ve doğal kaynakların korunması açısından öneminin vurgulanması amacıyla 2014'ü Aile Çiftçiliği yılı ilan ederek, küçük çiftlik sahiplerinin dünya yiyeceğinin %70'ini üretmelerine rağmen, dünyada açlık çeken %50'yi oluşturmasına dikkat çekmektedir.*[325]

Doğanın tahribi, sağlığını yitiren insanlar ve adil olmayan bir gıda sistemi. Birbiriyle bağlantısızmış gibi duran üç farklı konu, ancak gıda ekseninden baktığımızda hepsi bir bütünün parçaları. Yoğun girdili, az insanlı, monokültür tarım bir yandan toprak ve su gibi kısıtlı kaynakları aşırı kullanıp, kirletirken ve yüksek enerji miktarına bağımlı hale gelirken diğer yandan bu tarım biçiminin son ürün olan gıdalar da insan sağlığını tehdit ediyor. Bu tarım biçiminden sosyal olarak en zarar gören kesim ise küçük üreticiler. Her geçen gün rekabet şansını yitiren küçük üreticiler oysa tarım pratikleri sayesinde hem doğayı koruyabilecek hem de sağlıklı gıdalar üretebilecek potansiyele sahip. Öte yandan küçük üreticinin kendine yeterli şekilde yaşamını sürdürdüğü bir düzen gerçek anlamda sürdürülebilirliğin anahtarı. Bu nedenle aile tarımını destekleyecek üretici - kullanıcı zincirleri oluşturulmasına destek olmalı ve hatta bu zincirlerin içinde bulunmalıyız.[326]

---

322 S. Tan ve H. Köksal, **Sürdürülebilir Tarım**, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü Dergisi, 2004, Cilt: 2, Sayı: 5, s. 1'den aktaran: Makbule Civelek, **Sürdürülebilirlik Kapsamında Agro-Turizm Ve Kırsal Kalkınma İlişkisi: Muğla Yöresindeki TaTuTa Çiftliklerinin Agro-Turizm Potansiyeli Yönünden Değerlendirilmesi**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), T.C Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla, 2013, ss. 45 – 46

323 E. Henderson, 2010'dan aktaran: Ayşegül Çerçi, **Topluluk destekli tarım uygulamaları 1**, Yeşil Gazete, 28/07/2014, http://yesilgazete.org/blog/2014/07/28/topluluk-destekli-tarim-uygulamalari-1-aysegul-cerci/ (01.08.2014)

324 İ. Donat, BloombergHt, 13-05-2014, aktaran: Çerçi, 2014

325 Çerçi, 2014

326 Güneşin Aydemir, Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği Başkanı, http://www.bugday.org/portal/haber_detay.php?hid=6733 (01.08.2014)

Bu duruma tepki olarak gelişen yerel, organik, ekolojik, küçük ölçekli, zanaatkâr, sakin ve benzeri besin üretimi eğilimleri temelde besin üretiminin "eskiden olduğu gibi" *(endüstrileşmeden önce)* olması gerektiğini savunur. Buna paralel olarak sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma tartışmalarının da bize söylediği, kitlesel üretime ve tüketime dayalı kaynak israfının dünyaya zarar verdiği ve yeniden eski yöntemlerin kullanılması gerekliliğidir.

Fakat eski olanın mutlak biçimde sürdürülebilir olduğunu savunmak güçtür. Öncelikle, eski tarım yöntemleri her zaman sürdürülebilir olmamıştır; kuraklaşan verimli araziler bunu kanıtlar. Yine eski besin üretimi yöntemlerinin günümüzde artan nüfusu besleyeceğini ummak ve ekonomik olarak sürdürülebilirliğini savunmak hayalci olmaktadır. Yapılması gereken, mevcut teknoloji ve bilgi birikimimizle, geçmişten alınan derslerin bugünün şartlarına uygulanması yoluyla besin üretiminin sürdürülebilirliğini sağlamak olmalıdır.

"Ekolojik ve ekonomik açıdan uygun, sosyolojik açıdan ise adil ve insancıl"[327] olan sürdürülebilir tarımın geniş tanımı "biyolojik ve ekolojik faktörleri akılcı, ölçülü ve yararlı bir şekilde kullanmak ve kullanılan bu doğal kaynaklara geri döngü kazandırmak, her zaman kullanılabilir halde tutmak, bunun için de yeni teknolojileri geliştirmek"[328] olarak yapılmıştır.

Sürdürülebilir tarımın 7 boyutunu aşağıdaki gibi ifade etmek mümkündür: [329]

a) *Bütünsel Bilim: Doğayı bütünsel bir bakış açısıyla anlamlandırmaya çalışmaktır.*
b) *Uygun İnsan Potansiyelinin Gelişimi: Bireylerin evrensel bir yaklaşımla hareket etmesidir.*
c) *Kültürel Duyarlılık: Kültürel yozlaşmanın olmamasıdır.*
d) *Ekolojik Uygunluk: Pestisitler yerini ekolojik zararlı yönetimine bırakmalıdır. Biyoçeşitlilik sağlanmalı, kimyasal gübre kullanılmamalıdır.*
e) *Sosyal Adalet ve Eşitlik: Yerel halkın ekonomik refahının gözetilmesidir.*
f) *Ekonomik Uygunluk: Adil fiyatlandırma, yeterli geçim hakkı sağlanmasıdır.*
g) *Uygun Teknoloji: Üretilecek olan ürünlere uygun teknolojilerin kullanılması*

[327] W. Scheewe, **Nurturing The Soil-Feeding The People**, Revised, Updated and Expanded Editon, Philippines: Rex Printing Company Inc. 2000, s. 153'ten aktaran: Civelek, 2013, s.61
[328] Z. Dernek, **Tarım Ekonomisi ve İşletmeciliği**. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, 2005, s. 56'dan aktaran: Civelek, 2013, s. 62
[329] N. Perlas, The Seven Dimensions of Sustainable Agriculture, (ed. Vandana Shiva ve Ingunn Moser).UK: Zed Boks LTD., 1995, ss. 234 – 261'den aktaran: Civelek, 2013, ss. 61 – 62

Sürdürülebilir yiyecek – içecek üretimine, "topluluk destekli tarım" güzel bir örnektir:

> *Küreselleşmenin, etkili olduğu diğer alanlarda olduğu gibi, tarımsal üretimi tektipleştirici ve büyük işletmeler lehine dönüştürücü etkilerine karşı gelişen hareketlerden bir tanesi de topluluk destekli tarım uygulamalarıdır. Günümüzde pek çok ülkede doğal ve yerel gıdayı üreten küçük çiftçiler ile bu gıdayı talep eden tüketiciler ve ülkelerinde uygulanan tarım ve gıda politikaları konusunda endişe eden tüm kesimler bir araya gelerek alternatif bir ekonomik yaklaşımla yerel dayanışma ortaklıkları kurmaktadır. Yoğun haşere ilacı, kimyasal gübre kullanımı ve monokültür üretim özellikleri öne çıkan endüstriyel gıda üretimine alternatif, ekolojik (doğal ve organik yöntemlerin tamamını kapsayacak şekilde) üretim yöntemlerini destekleyen bu türden gıda topluluklarının oluşumu ve yaygınlaşması ilgili taraflara sağladığı pek çok faydanın yanı sıra küçük aile çiftçiliğinin varlığını sürdürebilmesi için de çok önemlidir.*
>
> *Doğal ve yerel gıda üreten küçük çiftçi/çiftçiler ile bir grup tüketicinin değişik modellerde kurduğu ortaklık, tüketicilere sağlıklı, doğal, taze ve mevsime uygun gerçek gıdaya aracısız erişim imkânı sağlarken, üreticilere de tarımsal üretimin içerdiği riskleri tüketicilerle paylaşma ve ürünlerini adil bir fiyattan satabilme imkânı yaratmaktadır. Bu sistemde tüketici kendisine sunulan ürünü satın almanın ötesine geçip türetici ya da eş-üretici işlevini üstlenmekte, üretim sürecinde sorumluluk almakta ve üreticiyle işbirliğine gitmektedir.*[330]

Yerel yiyecek – içeceğe dayalı turizmin sürdürülebilir olması için, öncelikle çekim unsuru oluşturan besinin üretiminin sürdürülebilir olması gerekmektedir:

> *Yerel besinle (sürdürülebilir) turizm ilişkisinde üç ana sorun bulunmaktadır. Birincisi, yerel besin üretiminin kendisinin ne kadar sürdürülebilir olduğudur. Üretim yöntemleri, sulama, kullanılan gübre ve böcek ilaçları ve yıldan yıla değişen verimlerde sürdürülebilirlik sağlanmalıdır. İkinci olarak, küresel besin üretim zinciri ve büyük otel, restoran ve kafe zincirleri yüksek miktarda üretimin ve dışalımın birim başına daha düşük maliyetli olmasını sağlamakta, bu da küçük üreticiler üzerinde baskı oluşturmaktadır. Son olarak, sürdürülebilir turizm ve yerel besin sınırları kolay çizilemeyen kavramlardır, besin üretimi, tüketimi, alışverişi ve yerel kültür, mekânın tüketimi, kültürel değerler gibi unsurlar da konuya dâhil olmaktadır.*[331]

Yerel yiyecek – içeceğe dayalı turizmden, "yeni iş olanakları, göçün önlenmesi, üreticiler için yeni seçenekler, geleneklerin korunması, katma değer, yerel bölgesel gelişim, kimlik güçlendirme, yerel mirasın rejenerasyonu, kırsal toplulukların

---

330 Çerçi, 2014
331 Sims, 2010, ss. 105 – 106

takdiri, ilişkileri güçlendirme, turizm sektörünü ve hedef bölgeyi yeniden canlandırma, turistik ürün çeşitlendirmesi, yerel kültür yoluyla turistik deneyimin zenginleştirilmesi"[332] gibi faydalar beklenmektedir. Ayrıca turistlere yerel ve özgün bir yiyecek – içecek deneyimi sunmak, turistin kendisinde de sürdürülebilir biçimde üretilmiş yiyecek – içeceklere karşı bir bilinç ve talep yaratarak uyarılmış bir etki de sağlayacaktır.

Yerel yiyecek – içecek ürünleri turizm endüstrisinin ve yerel halkın ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliğine şu şekillerde katkıda bulunabilir: [333]

- Çeşitliliği ve ekolojik uygulamaları destekleyerek sürdürülebilir tarım uygulamalarını teşvik etmek,
- Kırsal alanlarda yerel üreticileri güçlendirerek yerel ekonomiyi desteklemek,
    - *Üretilen her mal ve hizmet tarım sektörü için görünmeyen ihracat yaratırken, üretimde bulunanlara da dolaysız gelir yaratır*[334]
- Kırsal toplumların sosyal yaşamını geliştirmek
- Çevre düzenlemeleri yapmak
- Yerel toplumların hayatta kalmasını sağlamak
- Hedef bölge için daha fazla turist ve yatırımcı çekecek bir marka oluşturmak
- Turist ve besin üretimiyle ilgili mekânlar ve insanlar arasında bağ kuracak özgün bir turist deneyimi yaratmak

Tarıma dayalı turizmden beklenen faydalar da şu şekilde ifade edilmiştir: [335]

- *Agro-turizm yerel çiftçilerin gelirlerini arttırır. Faaliyetlerinin çeşitlenerek canlanması için fırsatları oluşturur*
- *Yerel halkın, tarımın önemi ve ekonomik anlamda yaşam kalitesini artırmaya yönelik eğitilmesine olanak tanır*
- *Agro-turizm sezon dışında da nakit akışının olmasını sağlamaktadır*
- *Üretilen yerel ürünlere olan talebi arttırmak için çarpan etkisi oluşturarak ekonomik faaliyetlerin artmasına fırsat tanımaktadır.*

---

[332] Kyriakaki vd, 2013, s. 4
[333] Sims, 2009, s. 322
[334] P. Çakır, **Türkiye'nin Turizm Gelirlerinin Ödemeler Dengesine Katkısının Analizi**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1999, a. 157'den aktaran: Civelek, 2013, s. 57
[335] Civelek, 2013, ss. 71 – 72

– *Agro-turizm çevreye duyarlılığı ile doğal kaynakların korunmasını ve sürdürülebilirliği sağlamaktadır.*
– *Bir diğer özellik de atıl konumdaki kadın iş gücünün pasif konumdan aktif konuma geçmesine yardımcı olmasıdır.*
– *Yerel halk diğer ülkedeki turistlerle iletişime geçerek yeni şeyler öğrenme fırsatı elde edebilir.*

Ekonomik sürdürülebilirlik için turizm endüstrisi ve besin üreticileri arasındaki ekonomik ve sosyal faydayı en üst seviyeye çıkaracak bir strateji gereklidir. Böyle bir strateji için uygulama ilkeleri: [336]

– Dış kaynaklar yerine yerel ve yenilenebilir kaynakların kullanımı yoluyla sızıntının önlenmesi *(örn. paketlemede yerel malzemelerin kullanımı)*,
– Yerel mal ve hizmet kullanımı yoluyla finansal kaynakların geri dönüşümü *(örn. otel ve restoranların yerel yemek ve şarapları satın alması ve tanıtması)*,
– Yerel bankalar ve finansal kurumların kullanılması,
– Dışsatımdan önce yerel ürünlere katma değer yaratma *(örn. yerel yemekleri turistler için çekim unsuru olarak sunma)*,
– Bu yollarla turistik harcamanın yerel ekonomi içinde dolaşımının artırılması ve uygun yerlerde finans, teknik bilgi ve teknolojide dış kaynaklardan yararlanma
– Yerel çiftçi ve üretici kooperatifleri gibi yerel paydaşlar arasında güven oluşturma,
– Yerel pazarlama ağları kurma,
– Doğrudan satış yöntemiyle *(çiftlik / şaraphane kapısı, bültenler, internet, mail veya yerel pazarlar, etkinlikler, yemek / şarap festivalleri)* turistler ve üreticiler arasında doğrudan bağ kurmak
– Yerel kimlik ve özgünlüğü destekleyecek marka ve tanıtım stratejileri *(örn. ürün etiketinde köken bilgisi)*

[336] C. Michael Hall, , Richard Mitchell, and Liz Sharples, "Consuming places: the role of food, wine and tourism in regional development", **Food Tourism around the World: development, management, and markets,** (ed. Michael C. Hall, Liz Sharples, Richard Mitchell, Niki Macionis, and Brock Cambourne), Oxford: Butterworth-Heinemann, 2003, ss. 25-59'dan aktaran: Anna Kyriakaki vd, 2013, ss. 3 – 4

Kırsal turizm, kırılgan ekonomiler için yerel ve bölgesel gelişim anlamında çarpan etkisi üretme işlevi üstlenebilir.[337] Çarpan etkisi nedeniyle kırsal turizm ürünlerine olan bu doğrudan talep, ekonomik yapının tüm alanları için dolaylı ve uyarılmış etkiler yaratır.[338] Yerel kaynakların kullanımı çarpan etkisini arttıracağı gibi, turist sayısındaki artış da bunu destekleyecektir. "Artan turist sayılarının yaratacağı çarpan etkisinin yerel ekonomiye katkı sağlayacağı umuduyla kırsal manzara, gelenekler ve kültürel uygulamalar turistik tüketim için düzenlenebilir ve paketlenebilir."[339] Ne var ki, artan turist sayıları hedef bölge üzerinde baskılar da oluşturabilir. Buradan hareketle, kırsal bölgeler için sürdürülebilir bir turizm endüstrisi geliştirme fikri, hedef bölgenin sadece ekonomik değil, sosyal, kültürel ve çevresel unsurlarını da dikkate almalıdır. Ortaya çıkan sonuç, kırsal bölgenin kalitesini düşürmeyecek, aksine yükseltecek turistik ürünlerin tüketimini teşvik etme yönündedir. Bu sürecin bir örneği, turistlere yerel kaynaklı ürünlerin tanıtımını yapmaktır. Bunun avantajları arasında azalan nakliyat masrafı ve kaynak tasarrufu ile "ikonik" ürün markalarının hedef bölge ismine yapacağı katkı sayılabilir.[340]

Turistlerin geleneksel ve belirli bir bölgeye özgü besin ürünlerine karşı satın alma davranışlarını anlamak, kırsal turizm ürününün çok yönlü özelliği ve çoklu etkileşiminin iç yüzüyle ilgili önemli bilgiler sağlayacaktır. Yunanistan'ın iki adet dağlık kırsal turizm bölgesinde, turistlerin yerel besin satın alma davranışları aracılığıyla yerel turizm gelişimi ile bölgesel özellikli yiyecek – içecek ürünleri arasındaki ilişkinin araştırıldığı bir çalışmada, çarpan etkisi hariç, bölgelerin birinde 500.000 – 650.000 Avro *(83 – 103 yerlinin yıllık gelirine denk)*, diğerinde ise 1.500.000 – 1.750.000 Avro *(115 – 135 yerlinin yıllık gelirine denk)* yıllık yerel besin harcaması tespit edilmiştir.[341]

> *Turistlerin yerel besin satın alımları yeni ve dışsatıma yönelik bir ekonomik etkinlik veya bölgenin besin ürünlerine yönelik talepte otonom bir artış olarak değerlendirildiğinde çarpan etkileri daha kolay anlaşılabilir. Böyle bir ekonomik etkinliğin bölgesel gelire olan etkisi, bölgenin toplam dışsatımına olan oranına ve bölgenin yerel girdi kullanma eğilimine*

---

[337] European Commission, **Towards Quality Rural Tourism: Integrated Quality Management (IQM) of Rural Tourism Destinations**, Enterprise Directorate-General, Tourist Unit, Brussels, 1999'dan aktaran: Skuras vd, 2006, s. 770

[338] Archer B. H., **The value of multipliers and their policy implications**, Tourism Management, 1982, Cilt: 3, ss. 236 – 241'den ve Vaughan D. R., Farr H., Slee R.W., **Estimating and interpreting the local economic benefits of visitor spending: an explanation**, Leisure Studies, 2000, Cilt: 19, ss. 95 – 118'den aktaran: Skuras vd, 2006, s. 770

[339] Shaw, G., Williams, A., **Tourism and Tourism Spaces**, Sage, London, 2004 ve Torres, R., **Towards a better understanding of tourism and agriculture linkages in the Yucatan: tourist food consumption and preferences,** Tourism Geographies, 2002, Cilt: 4, ss. 282–307'den aktaran: Sims, 2010, s. 105

[340] Sims, 2010, s. 105

[341] Skuras vd, 2006, ss. 770 – 777

bağlıdır. Yerel besin harcamasını artıran tüm unsurlar, dışsatımı ve bölgesel gelirin çarpan etkisini artıracaktır. Erişilebilirlik hem dışsatımı hem de yerel üreticilerin yerel içerik kullanma eğilimini artırır. Daha erişilebilir bölgelerde turistler daha fazla harcama eğiliminde olurken, daha az erişilebilir bölgelerde dışalım maliyetleri nedeniyle üreticiler yerel girdilere yönelerek bu etkiyi dengeleyeceklerdir. Yerel tedarikçi ağlarına bağımlı besinlerde uzmanlaşmış üretim yapan işletmelerin yerel girdi kullanım eğilimi daha yüksektir.[342]

Son olarak, yerel yiyecek – içecek üretimine dayalı turistik üründen yüksek katma değer beklenmektedir. Turistleri normal koşullarda devam eden tarımsal etkinliğe dâhil etmek, serbest malların turistik amaçla kullanımına benzer bir katma değer yaratacaktır. Ayrıca yerel tarımsal ürünlerin işlenmesi veya restoran servisiyle sunulması durumlarında da yüksek katma değerden bahsetmek mümkündür.

[342] Skuras vd, 2006, s. 777

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
KAZDAĞI ÖRNEĞİNDE TURİSTİK ÇEKİM UNSURU OLARAK YEREL YİYECEK İÇECEK ÜRETİMİNİN EKONOMİK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışmanın kavramsal amacı, yerel yiyecek – içecek üretiminin turistik çekim gücü ve ekonomik sürdürülebilirliğinin temel ilkelerinin saptanmasıdır. Literatürde, yerel yiyecek – içeceğin çekim gücüne dayalı turistik gelişim ya mutfak turizmi, ya da tarımsal turizm ekseninde değerlendirilmiştir. Bu ürün çeşitleri birbirlerinden ayrı değerlendirilmemelidir. Mutfak turizminin üretim anlamında kültürel temeli, bölgede üretilen tarımsal ürünlerdir ve sonuçta bunlara değer katmaktadır. Çekim unsurunun "yerel yiyecek – içecek üretimi" olarak belirlenmesi, daha bütünsel bir anlayış sağlamaktadır.

Yerel turizmin sürdürülebilirliği ile ilgili çalışmalar, sürdürülebilirliği geniş veya çevresel anlamda ele almaya eğilimli görülmüştür. Bu çalışmada ağırlık ihmal edilen ekonomik sürdürülebilirliğe verilmiştir. Gelişimin ekonomik açıdan sürdürülebilir olmasının, gelişimin paydaşları için daha yüksek motivasyon sağlayacağı açıktır. Bu açılardan çalışmanın başka örneği bulunmamaktadır.

Uygulamada ise, sürdürülebilir olduğu genel olarak kabul edilen küçük ölçekli, yerel ve kaliteli yiyecek – içecek üretiminin ve buna dayalı turizm gelişiminin gerçekte *ne kadar sürdürülebilir* olduğu, ülkemizden bir örnek üzerinden belirlenmeye çalışılmıştır.

3.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

İnsan ve toplum yaşamı ile ilgili durumları ele alan sosyal bilimler, tarih boyunca içerik ve yöntem olarak doğal bilimlerden ayrı sınıflandırılmıştır. Aristoteles okulunda felsefe temel bilim olarak kabul edilmiş, diğer bilimler kuramsal *(metafizik, matematik ve fizik gibi)*, uygulamalı *(insan ve toplum bilimleri)* ve poetik *(edebiyat)* olarak üçe ayrılmıştır. Kısmen bu sınıflandırmaya dayanan çağdaş anlayış, mutlak yasalara dayanan, deneyle kanıtlanabilen ve sayısal yöntemlerle ölçümü mümkün olan doğal bilimleri, çok sayıda değişken içeren, öngörülmesi daha güç olan, sayısal

veriler ve mutlak yasalarla açıklanamayan sosyal bilimlerden ayrı değerlendirme eğilimindedir.

Yine de bu ayrım çok kesin olmayabilir. Sosyal bilimler, doğal bilimlerden ve kullandığı araştırma yöntemlerinden değişen ölçüde yararlanmaktadır. Zira güçlü sürdürülebilirlik anlayışında da görüldüğü gibi insan ve toplum, doğanın içinde yer almakta, onun bir öğesi olmaktadır. Temel olarak, sosyal bilimler nitel araştırma yöntemlerini kullanmalıdır; fakat nicel yöntemlerden de yararlanmaktadır. Örneğin bir sosyal bilim olarak ekonomi, sayısal yöntemleri yoğun biçimde kullanmakla beraber, bu yöntemler her zaman geçerli olacak mutlak yasalar sağlamazlar. Talebin fiyatla ters orantılı olmasını öngören talep kanunu her durumda işlememektedir. Tüketici davranışları çok sayıda rasyonel ve irrasyonel değişken içermekte, hatasız öngörülmesi olanaksız olabilmektedir. Bu durumda nitel yöntemleri kullanmak gerekmektedir.

Bir sosyal bilim olarak turizm, interdisipliner yapısı, dinamik ve dış etkenlere duyarlı özelliği, irrasyonel tüketici davranışına hitap etmesi, soyut ürün ve öznel müşteri tatminine dayanması gibi durumların sonucu olarak, sadece nicel yöntem kullanımını geçersiz kılmaktadır. Geçmiş performans, ziyaretçi istatistikleri, karlılık ve doluluk analizleri ve benzeri durumlarda nicel yöntemler ağırlıklı olarak kullanılabilse de, bunların yorumlanması, gelecekle ilgili çıkarımlar ve gelişimin planlanması nitel yöntemleri gerektirmektedir. Mevcut çalışmanın araştırma bölümünde de ağırlıklı olarak nitel yöntemler kullanılmıştır.

Çalışmada durum çalışmasının sekiz aşamasına uymaya gayret edilmiştir:[343]

1. Araştırma sorularının geliştirilmesi *(yerel yiyecek – içecek, turistik çekim, ekonomik sürdürülebilirlik)*
2. Araştırmanın alt problemlerinin geliştirilmesi *(yerellik, özgünlük, yaratıcılık, sürdürülebilirlik…)*
3. Analiz biriminin saptanması *(Kazdağı)*
4. Çalışılacak durumun belirlenmesi *(alan çalışması, yüz yüze görüşme, gözlem)*
5. Araştırmaya katılacak bireylerin seçimi *(katılımcılar)*
6. Verinin toplanması ve toplanan verinin önermelerle veya alt problemlerle ilişkilendirilmesi *(görüşme ve gözlemlerin kaydı)*

[343] Yıldırım ve Şimşek, 2000, s. 194

7. Verinin analiz edilmesi ve yorumlanması
8. Durum çalışmasının raporlaştırılması

Tezin kuramsal çerçevesini oluşturan ilk iki bölümün yazımında literatür taraması yapılmıştır. Araştırma başlığı parçalarına ayrılmış ve bu sırayla işlenmiştir. İlk olarak "yerel" kavramının felsefi temeli oluşturulmak amaçlanmıştır. Ardından "yiyecek – içecek üretimi" ve "turistik çekim" kavramları işlenmiş ve birbiriyle ilişkilendirilmiştir. İkinci olarak, "turizmin ekonomik sürdürülebilirliği" kavramının altında yer alan "sürdürülebilirlik" ve "sürdürülebilir turizm" kavramları sırasıyla işlenmiştir. Belge inceleme aşaması bütünsel olarak, nihai tez konusunun uyarlanmasını sağlamıştır: *yerel yiyecek – içecek üretiminin turistik çekim unsuru olarak ele alınması, bunun ekonomik sürdürülebilirliğinin ölçümü ve bir bölge üzerinde uygulanması.* Sürdürülebilirlik için geliştirilmiş ölçütlerden de yararlanılarak, "turistik çekim unsuru olarak yerel yiyecek – içecek üretiminin ekonomik sürdürülebilirliği"nin ilkeleri ve eldeki duruma uygun biçimde ölçülebilmesi için tümdengelimsel bir şablon önerisi sunulmuştur.

Tezin üçüncü bölümünde, seçilen bölgede geniş bir alan araştırması yürütülmüştür. Öncelikle harita üzerinden coğrafi alan belirlenmiş, konuyla ilgisi olan paydaşlar araştırılmış, saptanmış ve araştırma süresinden önce hepsine e-posta ve telefon yoluyla ulaşılmıştır. Nitel araştırma için elzem olan gözlem, iletişim, katılım ve yorumlama [344] amaçlarını tam olarak gerçekleştirmek için, görüşme ve gözlem yöntemleri kullanılmıştır. Bu sayede birincil veriler elde edilirken, kişisel olarak mekân algısının, kırsallığın ve kırsal uyumun deneyimlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada ağırlıklı olarak birincil veriler kullanılmıştır.

Görüşme, "araştırmacının araştırdığı konuya ilişkin verileri katılımcılarla görüşerek toplamasıdır". "Konuya ilişkin derinlemesine bilgi edinme, görüşmeyi belli bir seyirde götürme, daha önceden önemi fark edilmeyen konuları açığa çıkarma ve katılımcının önemli gördüğü konularda bilgi edinme esnekliği sağlaması" [345] bakımından yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılmıştır *(görüşme formu için bkz. Ek 7)*. Gerçekleştirilen görüşmelerde toplanmak istenen verilerin ana konu başlıkları önceden belirlenmiş, fakat görüşmenin seyri katılımcının önemli gördüğü ve daha önceden önemli görülmeyen konuların da değerlendirilmeye alınmasına olanak

[344] Gary D. Shank, **Qualitative Research – A Personal Approach,** Second Edition, Pearson Merrill Prentice Hall, NJ, 2006, s. 3
[345] Remzi Altunışık ve diğerleri, **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri,** Sakarya Kitabevi, Sakarya, 2004, s.84.

sağlamıştır. Ayrıca bu yöntemle yerel paydaşların kendi tesis veya kurumu dışında, Kazdağı turizmiyle ilgili vereceği bilgilere de olanak sağlanmıştır. Görüşmeler önceden hazırlanan görüşme formuna bağlı kalmakla beraber, sohbet biçiminde gerçekleşmiştir. [346] Görüşme süresince gereken durumlarda doğru verilere ulaşabilmek adına katılımcıya konular açıklanmış ve yanıtlar sürekli not tutularak görüşme sonrasında değerlendirilmiştir. Görüşmeler öncesinde katılımcılara araştırmanın amacı açıklanmış, verilerin hangi amaçla toplandığı ve sonuçları belirtilerek izin alınmadan toplanan verilerin kullanılmayacağına dair güvence verilmiştir. Katılımcıları yönlendirmemek için tezin konusuyla ilgili ayrıntılar saklı tutulmuştur. Ayrıca katılımcıların not tutma ve soru sorma, kendi isimlerinin ve tesis / kurum isminin kullanımı ve fotoğraf konularında tercihlerine uyulmuştur. Görüşmeler katılımcının uygunluğuna göre en az yarım saat sürmüş, yüz yüze görüşmenin ardından eksik veriler telefon ve e-posta ile takip edilmiştir. Görüşme yapılacak evren, Kazdağı'nda turistik çekim unsuru olarak yiyecek – içecek üretimi ile doğrudan ilgili elemanlar olarak belirlenmiş ve tümüne ulaşılmış, istisnalar dışında tümüyle yüz yüze görüşülmüştür. Yine istisnalar dışında, katılımcılar bilgi vermek için oldukça istekli ve misafirperver bir tavır sergilemiştir.

Görüşmelerin yürütülmesinde, zaman kısıtlaması olmaması için iki haftalık bir süre ayrılmış, tesisler için zaman ayırma güçlüğünü azaltmak adına ziyaretler hafta içi yapılmış ve sonuçlar yerinde değerlendirilerek yanlılık önlenmeye çalışılmıştır. Bu sayede, görüşme yönteminin eksiklerini ortadan kaldırmak amaçlanmıştır. [347] Görüşmeler önceden kararlaştırılan randevu günü ve saatinde gerçekleştirilmiş, katılımcıların yönlendirilmemesi amaçlanmış ve daha kişisel bir ortam için sonuçların kaydedilmesinde not tutulmuş, ses kaydı kullanılmamıştır.

Katılımcıların ziyaret edildiği köylerde gerçekleştirilen gözlem ise, tamamen yapılandırılmamış *(araştırmacının katıldığı)* doğal ortam alan çalışması[348] niteliğinde gerçekleşmiştir. Bu sayede hedef bölgelerin sosyo-kültürel özelliklerini doğal ortam içinde gözlemlemek amaçlanmıştır. Alan çalışması sırasında rastgele görüşmeler de yapılarak bilgiler desteklenmiştir. Kültürü içeriden tanımaya çalışarak, mekân algısı deneyimlenmek istenmiştir. Bu amaçla ayrıca köylere mümkün olduğunca toplu ulaşımla, bisikletle veya yaya ulaşılmıştır.

[346] Yıldırım ve Şimşek, 2000, ss. 94 – 95
[347] Yıldırım ve Şimşek, 2000, s. 99
[348] Yıldırım ve Şimşek, 2000, s. 125

Gözlem boyutları olarak doğal ve kültürel çevrenin yapısı, sosyal yaşam, yiyecek – içecek üretim süreçleri ve konukseverlik seçilmiştir. Ardından her bir köyün fiziksel ortam ve coğrafi özellikleri belirlenmiş, turistik ve günlük ortamların sosyal yapıları, etkinlikler ve iletişim süreçleri gözlenmiştir *(gözlem formu için bkz. Ek 8)*. Gözlem sonuçları not ve fotoğraf olarak kaydedilmiştir. [349] Görüşme ve gözlem sonuçları beraber analiz edilerek yorumlanmış ve üçüncü bölümün sonunda elde edilen ölçüm şablonuna uyarlanmıştır. Şablonda, görüşmelerden elde edilen nicel sonuçlar gözlem sonuçlarına göre yeniden değerlendirilmiştir.

3.3. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI

Araştırmanın coğrafi kapsamı, Kazdağı bölgesi olarak belirlenmiştir (Şekil 3.1.). Bu bölgedeki tez konusuyla ilgili paydaşlar şu şekilde belirlenmiştir: Yerel yiyecek – içeceği destekleyici çekim unsuru olarak kullanan küçük konaklama tesisleri *(butik otel ve pansiyonlar),* çiftlik ve dağ evleri, ekolojik yaşam çiftlikleri, yerel üreticiler, girişimler ve dernekler, turizm il müdürlüğü, doğa kampları, yerel restoranlar, müzeler ve fabrikalar.

Kazdağı, Edremit Körfezi'nin kuzeyinde yer alan, Çanakkale'nin Ayvacık ve Bayramiç ile Balıkesir'in Edremit ilçelerinin sınırları içinde yer alan, toplam 700 km^{2}'lik bir dağdır. Dağ, doğusunda yer alan Zeytinli Çayı ile ayrıldığı, kısmen benzer coğrafi özellikler gösteren diğer dağlar ile beraber olarak halk arasında yanlış biçimde *Kazdağları* olarak da anılmaktadır. [350] Kazdağı'nın en yüksek tepeleri, Sarıkız *(1726m)*, Karataş *(1774m)* ve Babatepe *(Babadağ veya Cılbak, 1768m)* zirveleridir.[351]

Kazdağı, kuzey ve güneyinde belirgin iklim ve coğrafya farklılıkları göstermektedir. Dağın Marmara ve Ege iklimlerinin doğal sınırı olduğu kabul edilmektedir.[352] Kazdağı'nın Ayvacık ve Edremit sınırlarında kalan güney bölümü, denize ve kıyı turizmine yakın engebeli eteklerinde kuru Ege iklimi özellikleri göstermektedir. Bu alanda düz tarım arazilerinin seyrek olması, eğimli alanlarda zeytin ve keçi yetiştiriciliğine olanak sağlamaktadır. Bayramiç içinde yer alan, daha ılıman kuzey tarafında geniş ovalar yer almakta ve sebze meyve yetiştiriciliği ön planda olmaktadır.

---

[349] Yıldırım ve Şimşek, 2000, s. 129-138
[350] Sınır yaklaşık olarak Şekil 3.1.'de çizgi ile gösterilmiştir
[351] Sema Azatoğlu ve İskender Azatoğlu, **Kazdağı / İda Doğa ve Kültür Gezi Rehberi,** İdaköy Çiftlik Evi Yayını, 2011, s. 195
[352] Azatoğlu ve Azatoğlu, 2011, s. 201

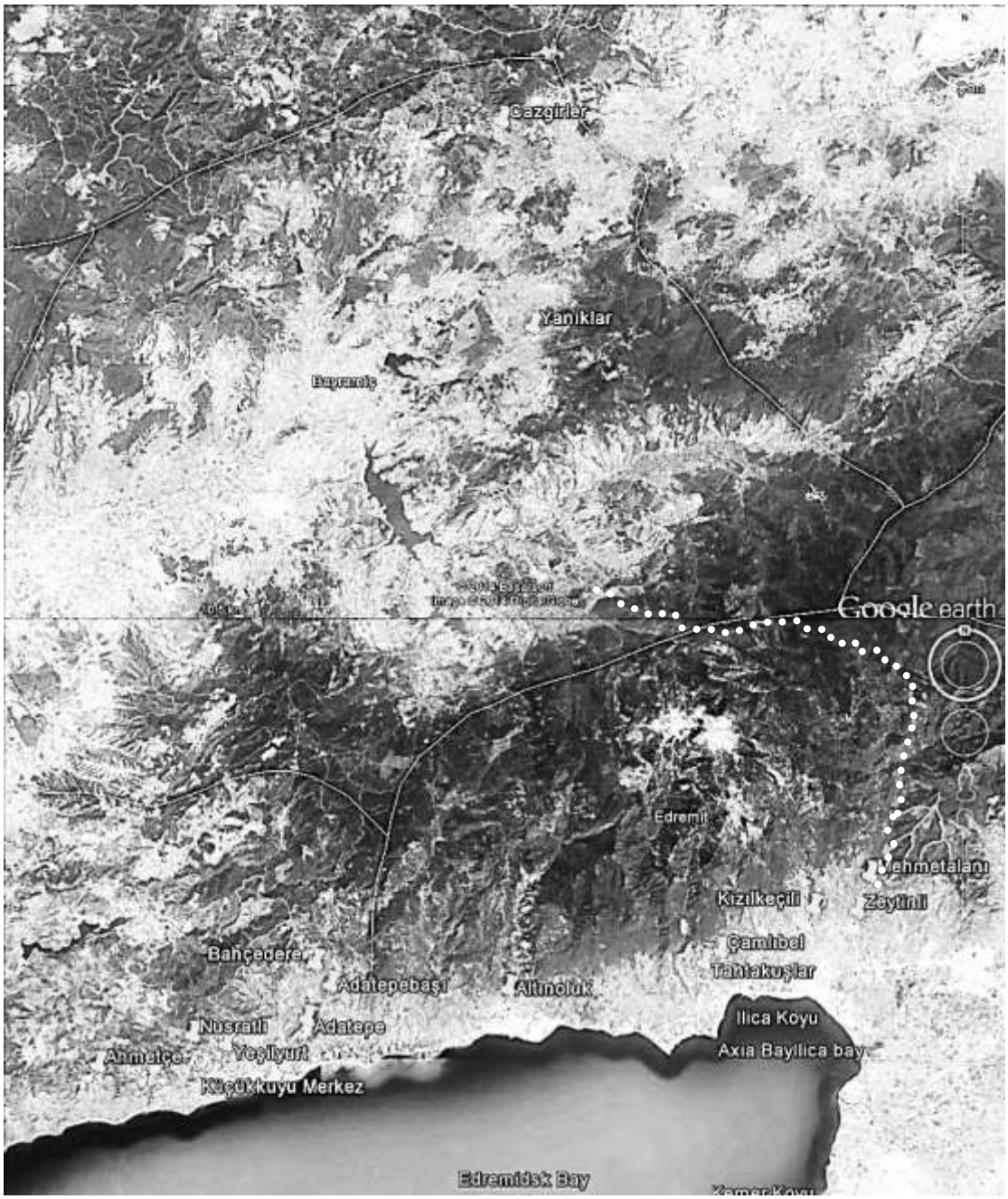
Tüm bölge, akarsular ile zengin flora ve fauna tür çeşitliliğine sahip bulunmaktadır. Dağın doğal bitki örtüsü olan çam ve zeytin ağaçlarının yanında, 26'sı endemik yaklaşık 100 bitki türü ve şifalı otlar yetişmekte, dağ bol miktarda yaban hayvanı ve kuş için doğal yaşam alanı oluşturmaktadır.[353] Bu geniş biyoçeşitlilik ve su varlığı canlı bir ekosistem oluşturmaktadır. Geniş ormanlık alanlar sayesinde Kazdağı, Alpler'in ardından dünyanın oksijen bakımından en zengin ikinci bölgesi kabul edilmektedir.

Araştırma için Kazdağı'nın coğrafi kapsamı belirlendikten sonra, bölgede yer alan, yerel yiyecek – içecek üretiminin yapıldığı ve turizm gelişimi *(veya potansiyeli)* gösteren kırsal alanlar saptanmıştır. Bu köylerde yer alan konuyla ilgili tesisler ile görüşülmüştür. Bunun yanında, bölgeyle ilgili genel bilgi sağlayacak çeşitli resmi ve sivil oluşumlar da araştırma kapsamına alınmıştır.[354]

Araştırmada doğal olarak belirli sınırlamalar da bulunmaktadır. Listede yer alan bütün kişi ve kurumlarla yüz yüze görüşülmek amaçlandıysa da, bazı tesislerin bilgi vermeyi kabul etmemesi, iş yoğunlukları ve ulaşım zorlukları sonucunda görüşülememiştir. Bu istisnai durumlarda bilgiler, mümkün olduğu sürece kendi erişim sitelerinden veya telefon / e-posta yoluyla toplanmıştır. Bunun yanında, bazı köylerde etkin işgücü bulunmaması, köy ekonomisinin büyük ölçüde kayıt dışı durumu gibi sınırlamalar belli ekonomik göstergelere ulaşılmasını olanaksız kılmıştır. Küçük konaklama tesislerinin istatistik tutmamaları sonucu da doluluk oranları tahmini olarak belirtilmiştir.

[353] Azatoğlu ve Azatoğlu, 2011, ss. 77 – 94
[354] Görüşme kapsamının tamamı için bkz. Ek 6

Şekil 3.1. Kazdağı Haritası ve Kapsama Alınan Köyler



3.4. ARAŞTIRMA BULGULARI

Yukarıda kapsamı belirtilen araştırma süreci sonunda, önceki konularda işlenen kavramlar, ilkeler ve ölçüm şablonunda yer alan unsurlara ulaşılmaya çalışılmıştır. Sonuç kısmında bulgular özetlenerek ölçüm şablonuna uygulanacaktır.

3.4.1. Kazdağı'nda Yiyecek – İçecek Üretimi ve Yemek Kültürü

Önceki bölümde işlendiği gibi, Kazdağı'nda tarımsal üretim çok büyük oranda yağlık zeytin ve zeytinyağı üretimine dayanmaktadır. Bunun yanı sıra şifalı, ıtırlı ve besin olarak kullanılan yabani otlar, mantar, taze sebze ve meyve, başta keçi olmak üzere küçük ve büyükbaş ve bir miktar kümes hayvancılığı bölgenin besin üretiminin ana başlıklarını oluşturmaktadır. Son yıllarda özellikle organik ve ekolojik tarıma yönelik çabalar artmakla beraber, tarımda kimyasal gübre ve ilaç ile yabancı tohum kullanımı devam etmektedir. Organik tarım genellikle sertifikasız yapılmaktadır. Etiketleme veya köken kontrollü adlandırmada markalaşmaya yönelik çabalar henüz başlangıç düzeyindedir.

Kazdağı'nın coğrafi özellikleri, üretilen besinler üzerinde doğrudan etkili olmaktadır. Engebeli alanlarda keçi yetiştiriciliği, zeytincilik daha baskın olmakta, sebze ve meyve tarımı köylerin dışındaki düzlüklerde yapılmaktadır. Daha ovalık olan Bayramiç'te, hemen hemen tüm sebze ve meyveler *[domates, kabak, patlıcan, börülce, deniz börülcesi, Gaziantep'e gönderilen acı biber, şeftali, beyaz nektarin (Bayramiç beyazı), elma, kayısı ve diğerleri]* yetişmektedir. Ayrıca yetişen susamdan bölgeye özgü bir çeşit tahin helvası yapılmaktadır. Bölgede ot kültürü mutfağa egemendir. Yemekte kullanılan hindiba, şevketibostan, kazayağı, ebegümeci, ısırganotu gibi otların yanında gelincik çiçeğinden de şerbet yapılmaktadır. Ağırlıklı olarak güney tarafında yetiştirilen oğlaklardan, bahar aylarında oğlak dolması ve çevirmesi bölgeye özgü diğer özel yemeklerdendir. Akarsularda avlanan ve yetiştirilen alabalığın yanında, deniz tarafında özellikle sardalye yoğun olarak avlanmakta, bütün olarak, kaşarlı, asma yaprağında, baharatlı ve benzeri şekilde pişirilerek yabani otlar ve salatayla servis edilmektedir. Bölgede bol miktarda yetişen domatesten, badem, karanfil, fındık ve fıstıkla hazırlanan domates tatlısı yapılmaktadır.[355] Ülkemizin

[355] ÇAPAD (Çanakkale Profesyonel Aşçılar Derneği) Yönetim Kurulu Üyesi Osman Demirci ile görüşme, (13.08.2014)

hemen her yerinin yerel yemeği mantı benzeri, bulgurla hazırlanan "sütlü göce" ve kıymalı gözlemeden mantı gibi hazırlanan "manlama" da bölgeye özgüdür.[356]

Ayvacık bölgesi Yörüklerinin devam ettirdiği 2500 yıllık çömlek geleneğinden gelen "çömlek kebabı", kuzu eti, Kösedere domatesi, Yenice biber salçası ve kapya biberi, arpacık soğan ve Ayvacık tereyağıyla çömlekte pişirilmekte, otlu bulgur pilavıyla sunulmaktadır. Geleneksel olarak köz ateşinde çömlek içinde pişirmenin yanında, yer ocakları, bakır tencereler ile sote, haşlama, ızgara ve benzeri pişirme yöntemleri kullanılmaktadır. Çanakkale ilinin adının da, 1462'de Fatih Sultan Mehmet'in Çimenlik Kalesi'ni fethi sırasında Romanya'dan getirilen ve buraya yerleşen işçilerin ürettiği çanak ve çömlekten geldiği öne sürülmektedir.[357]

Bölgede geleneksel beslenme ağırlıklı olarak ot ve tahıla dayanmakla beraber, günümüzde bol miktarda bulunan et de diyette yerini almıştır ve yemekler et ve tahıl / sebze karışımından yapılmaktadır. Bunların en bilineni "keşkek", buğdayın kuzu etiyle beraber dövülmesi ve pişirilmesiyle hazırlanmaktadır. Hazırlanan yemekler neredeyse tamamen zeytinyağıyla hazırlanmaktadır. Sıcak, soğuk yemekler, kızartmalar ve tatlılarda zeytinyağı kullanılmaktadır. Zeytinyağı ve ot kullanımı bölge mutfağının temel direklerini oluşturmaktadır. Sıcak servis edilen ot kavurma ve sıcak salatalar zeytinyağıyla hazırlanmakta, sebzeler genelde yoğurtsuz servis edilmektedir. Kızartma örneklerinden "kıstırma", patlıcanın oyularak içine keçi peyniri doldurulması ve bol zeytinyağıyla fırınlanması veya kızartılmasıyla *(tost şeklinde)* yapılmaktadır.[358]

Özel günlerde yaygın olarak pişirilen keşkeğin yanında, dana yahni, kışın oğlaklı pilav, hayır etkinliklerinde etli veya tavuklu bulgur pilavı, yoğurt ve tulumba tatlısı sunulmaktadır. Keşkek, Bayramiç dağ köylerinde yanında taze soğan ve taze sarımsakla tüketilmektedir. Yerel girişimlerin yıllık olarak düzenledikleri yerel lezzetler festivallerine tesislerin ilgisi henüz istenen düzeyde olmasa da, yerel halkta geleneksel beslenme ve pişirme yöntemlerine ve besin değerlerini korumaya dönüş gözlemlenmektedir. Gelibolu Sardalye Festivali *(13 Ağustos 2014)*,[359] Bayramiç Tohum Takas ve Yerel Ürünler Şenliği *(25 – 26 Nisan 2014)*,[360] Çanakkale Yemek

[356] Nurşen Köy Evi görüşme, (12.08.2014)
[357] ÇAPAD (Çanakkale Profesyonel Aşçılar Derneği) Yönetim Kurulu Üyesi Osman Demirci ile görüşme, (13.08.2014)
[358] ÇAPAD (Çanakkale Profesyonel Aşçılar Derneği) Yönetim Kurulu Üyesi Osman Demirci ile görüşme, (13.08.2014)
[359] ÇAPAD (Çanakkale Profesyonel Aşçılar Derneği) Yönetim Kurulu Üyesi Osman Demirci ile görüşme, (13.08.2014)
[360] http://www.bugday.org/portal/haber_detay.php?hid=7096 (22.08.2014)

Kültürü Festivali *(7 – 8 Haziran 2014)*,[361] bu tür etkinliklere örnek olarak verilebilir. Ayrıca ÇAPAD girişimiyle, EXPO 2012 fuarına peynirler ile ilgili tanıtım çalışmaları kapsamında yöre ürünlerinden keçi peyniri, ayrıca Yenice acı biber reçeli ve Ayvacık tarhanası gibi özel ürünler götürülmüştür. Bu koruma, pazarlama ve tanıtım girişimleri belirli yerel firmalarca desteklenmektedir.[362]

Bölgede bol miktarda yetişen ve yemeklerde kullanılan şifalı / ıtırlı otların arasında; arapsaçı *(rezene)*, akkız *(şevketibostan)*, gelincik otu, acı filiz *(yabani kuşkonmaz)*, sarmaşık *(karaasma)*, turp otu, hardal otu, hindiba, radika, karahindiba ve ısırgan sayılabilir. Böreklerde de kullanılan ısırgan, ayrıca tercihe göre yumurta ile kavrulup yoğurtlanarak "ısırgan borana" yapılır. Bu otların dışında, ekşikulak *(kuzukulağı)*, yabani sarımsak, eşekdikeni, eşek marulu, ebegümeci, keçimemesi *(madımak)*, kaymacık, kazayağı, labada *(efelek)*, deniz börülcesi, özlemek filizi, sirken ve kuşotu da daha nadir olarak tüketilmektedir. Daha genel olarak bilinen marul, pazı, ıspanak, maydanoz, tere, semizotu, roka, kekik, sumak, defne, biberiye, fesleğen, mercanköşk ve altınotu da yetişmekte ve tüketilmektedir.[363]

Bölgede üretilen çeşitli peynirlerden biri olan "tepme peyniri", keçi peyniri ve susamın birlikte küpün içine "tepilmesi" ile üretilmektedir. İncir ağacının dibine gömülen küpün içindeki peynir, 3 – 4 ay olgunlaştıktan sonra Erzurum tulumuna benzer bir dokuda tüketilmektedir. Ağırlıklı olarak oğlak ve kuzu eti kullanılmakla beraber, yemeklerde tavuk ve diğer kanatlı etleri de kullanılmaktadır. "Çingen kebabı" olarak adlandırılan ve göçer Yörük geleneğinden gelen yemek, tavuğun dibine sebze döşenmiş bir teneke içinde şişe geçirilip köze gömülmesi ile pişirilmektedir.[364] Büyükbaş eti yaygın değildir.[365]

Bayramiç'te yetişen sahlep ve Bursa'ya gönderilen kestane ile Kazdağı'nda yetişen sumak bölgede işlenmeden gönderilmekte ve katma değer fırsatı kaçırılmaktadır. Ormanlık alanlarda yabani olarak yetişen ve kışın toplanan "melki mantarı", fazla tüketimde zehirleme riski taşımaktadır. Yine "göbelek mantarı" *(kuzugöbeği)*, sadece ilaç sanayinde kullanılmakta ve çoğu Fransa'ya ihraç

[361] http://www.bugday.org/portal/haber_detay.php?hid=7205 (22.08.2014)
[362] ÇAPAD (Çanakkale Profesyonel Aşçılar Derneği) Yönetim Kurulu Üyesi Osman Demirci ile görüşme, (13.08.2014)
[363] Azatoğlu ve Azatoğlu, 2011, ss. 31 – 32
[364] ÇAPAD (Çanakkale Profesyonel Aşçılar Derneği) Yönetim Kurulu Üyesi Osman Demirci ile görüşme, (13.08.2014)
[365] Çanakkale Kent Konseyi Yemek Kültürü Çalışma Grubu Başkanı Akın Boran ile görüşme, (13.08.2014)

edilmektedir.[366] Diğer mantar çeşitleri arasında göbek, et, çam, geyik, cincile, çayır, evlek ve ağaç mantarı sayılabilir.[367]

Kazdağı'nda egemen olan Yörük / Türkmen kültürünün yanında, özellikle Bayramiç'te yer alan Osmanlı kültürü ile Mübadele sonrası gelen ağırlıklı Balkan ve Giritlilerin kültürünün karışımı bir Akdeniz mutfağı bölgenin mutfak kültürünü oluşturmaktadır. Yaygın olan ot kültürü, doğada kendiliğinden yetişen ve besin olarak tüketilen otların tanınması, zeytinyağıyla çiğ olarak salata biçiminde veya hafif haşlanarak / kavrularak tüketilmesini içerir. Bölgede otlarla ilgili çeşitli bilimsel çalışmalar düzenlenmektedir. Bu ot kültürü, eskiden Kazdağı'ndan Bozcaada'ya üzüm toplamaya giden mevsimlik işçiler tarafından adaya da taşınmıştır. Sabah kahvaltı olarak çorba içen ve bağa giden çalışanlar, sepetlerinde bulunan peynir, zeytin, ekmek ve meyvenin yanında, etrafta bulunan semizotu ve benzeri yabani otları toplayarak beslenmişlerdir.[368]

Otların yanında, hamur işleri de bölge mutfağında önemli bir yer tutmaktadır. Keşkekte kullanılan buğdayın yanında, tam buğday unuyla hazırlanan 3 – 5 kiloluk ekmekler, erişte ve hamur kızartması "pişi" önemli hamur işleridir. Geleneksel olarak özel günlerde hazırlanan pişi günümüzde günlük olarak tüketilmektedir. Nişan ve sözlerde, pişinin süt ile ikramı bolluk amacıyla uygulanan bir gelenektir. Taze olarak tüketilen sebze ve meyvelere ek olarak "kurutma" yaygın bir uygulamadır. Yazın bol olan sebze ve meyveler kurutularak kışın da yemeklerde tüketilmektedir. Ormanlık alanlarda bol olarak bulunan ceviz, yeşil haldeyken toplanarak reçel yapımında kullanılmaktadır. Ayrıca badem, Kozak Yaylası'nda çamfıstığı ve Küçükkuyu'da Antep fıstığı da üretilmektedir.[369]

Bölgeye özgü ot yemekleri, göce mantısı, manlama, çömlek kebabı, Çingen kebabı, oğlak dolması, oğlak çevirme, oğlaklı pilav, keşkek, asma yaprağında sardalye, tahin helvası, domates tatlısı, kıstırma, pişi ve benzeri yemeklerin yanında, erikli sarpa balığı, taraklı pilav *(Girit yemeği)*, baklalı keşkek, kabak çiçeği dolması ve benzeri nadir yerel yemekler de bulunmaktadır.[370] Kazdağı ile özdeşleşen Türk yemekleri arasında ise, Avunya *(Kalkım)* mantısı, Arnavut böreği, Ege mutfağından bacana *(un ve nişastayla hazırlanarak peynirli, domatesli veya kıymalı sosla servis*

[366] ÇAPAD (Çanakkale Profesyonel Aşçılar Derneği) Yönetim Kurulu Üyesi Osman Demirci ile görüşme, (13.08.2014)
[367] Azatoğlu ve Azatoğlu, 2011, s. 33
[368] Çanakkale Kent Konseyi Yemek Kültürü Çalışma Grubu Başkanı Akın Boran ile görüşme, (13.08.2014)
[369] Çanakkale Kent Konseyi Yemek Kültürü Çalışma Grubu Başkanı Akın Boran ile görüşme, (13.08.2014)
[370] Karaüzüm Otel ve Restoran sahibi Hasan Açanal ile görüşme, (13.08.2014)

edilir), sura *(bir çeşit kaburga dolması)*, enginarlı bakla, otlu börek, Trakya mutfağından papazyahnisi *(tencerede kuzu yahnisi)* sayılabilir. Türk tatlılarından zerde, pelte, aşure, irmik ve un helvası, bademli baklava, saraylı, kalburabasma, lor tatlısı, höşmerim, bademli keşkül gibi tatlılar da Kazdağı mutfağında yer almaktadır.[371]

Küçük pansiyonlar ve ev pansiyonlarında, ayrıca yol kenarlarında yöresel ürün satış ofisleri yer almakta, buralarda makarna, bulgur, reçel, otlar, kekik, nane, kuskus, zeytin, zeytinyağı, peynir ve benzeri yöresel ürünler satılmaktadır. Ayrıca Assos – Küçükkuyu – Altınoluk – Akçay sahil şeridinde yöresel ürün satışının yanında, restoran ve oteller yerel ürünlerden hazırlanan kahvaltı, ot ve zeytinyağı yemeklerini sunmaktadır. Kazdağı'nda doğal olarak yetişen kekik ve diğer ıtırlı otlarla beslenen serbest dolaşan keçi ve koyunların eti ve sütü istisnai lezzete sahiptir ve ziyaretçiler tarafından beğenilmektedir. Kazdağı'nın kuzeydoğusunda yer alan Kalkım bölgesinde av turizmi de yapılmakta, domuz, geyik ve tavşan etleri de tüketilmektedir. Tüm bu potansiyele rağmen, gelişim Kazdağı'nın güneyinde yer alan kıyı şeridine yoğunlaşmış, bölge ihmal edilmiştir. Bölgenin kapsamlı bir gastronomik envanter çalışması yapılmamıştır (benzer bir çalışma Eceabat yemek kültürü ile ilgili yapılmıştır). Aynı zamanda, yerel gastronomi kültürünü turizme entegre edecek ciddi bir girişim de bulunmamaktadır.[372]

3.4.2. Kazdağı'nda Turizm

Kazdağı'nın besin üretimi için verimli olmasını sağlayan cömert doğası, zengin bir turistik çekiciliği de beraberinde getirmektedir. Turistik gelişim hemen güneyinde yer alan kıyı bölgesinde yoğunlaşmıştır. Geleneksel olarak Kazdağı, bu turizm bölgesinin art bölgesi, besin *(zeytinyağı)* tedarikçisi ve günlük turlar ile ürün çeşitlendirme aracı görevi görmüştür.

Kazdağı'nın manzaralı ormanlık engebeli arazisi, doğal parkurlar oluşturmaktadır. Haritalanmış pek çok doğa yürüyüşü *(trekking)* parkurlarının yanında, dağ tırmanışı *(Sarıkız Tepesi ve Türbesi, Karataş tepesi)*, bisiklet, jip, ATV ve atlı safari için uygun bölgeler yer almaktadır. Ayrıca endemik bitki türleri botanik turizm, kuş çeşitleri ornitoloji turizmi, av hayvanları varlığı av turizmi ve vahşi yaşam gözlemi için kaynak sağlamaktadır. Dağda bulunan Kazdağı Milli Parkı ve Hasanboğuldu, Sutüven Şelalesi, Pınarbaşı, Talimalanı gibi mesire alanları da

[371] Azatoğlu ve Azatoğlu, 2011, s. 33
[372] TC Kültür ve Turizm Bakanlığı Çanakkale İl Müdürlüğü, Hüseyin Şevik ile görüşme, (13.08.2014)

günübirlik seyahat için uygun bölgelerdir. Dağda bol miktarda bulunan akarsu ve göletler *(Zeytinli Çayı, Damlagöl, Yeşilgöl, Mıhlı Çayı, Manastır Çayı ve benzeri)* yüzmek ve alabalık avlamak için uygundur. Dağ eteklerinde yer alan köylerin bir kısmı kırsal turizm için uygun alanlardır. Bölgede yer alan Troia, Aleksandria, Antandros, Adramytteion gibi kazı alanları, Zeus Altarı, Tahtakuşlar ve Sıdıka Etre Etnografya Müzeleri, Adatepe ve Evren Ertür Zeytinyağı müzeleri, özellikle Adatepe ve diğer köylerdeki özgün mimari yapılar, cami ve şapeller kültür turizmi için zengin bir kaynak oluşturmaktadır. Bunun yanında Kazdağı'nın önemli pek çok tarihsel ve mitolojik olaya sahne olması da kültürel varlığını desteklemektedir. Bunların arasında Hasanboğuldu ve Sarıkız söylenceleri, günümüzde halen devam eden Yörük hayırları geleneği, İliada ve ilk güzellik yarışması efsaneleri sayılabilir. Kazdağı'nın daha önce de bahsedilen yüksek oksijen oranı, özellikle güney yamacının kuru havasıyla birleşince, bronşit ve astım gibi hastalıkların tedavisinde faydalı olmakta ve bölgeyi bir klimaterapi merkezi haline getirmektedir. Dahası, termal yer altı suları ile spa ve kaplıcalar ile bölge bir termalizm merkezidir.[373]

Zengin tarım alanları ve mutfak kültürü sayesinde bölgenin tarım ve gastronomi turizmi olanakları da keşfedilmeye başlamıştır. Bölge ağırlıklı olarak domestik turizm kapsamında, günübirlik veya kısa süreli geceleme *(hafta sonu)* ziyaret edilmektedir. Bölgede ayrıca yüksek oranda mevsimsel yoğunlaşma yaşanmaktadır. Dağlık arazi ve yetersiz yollar, toplu taşıma eksikliği, bölgenin araçla ve özellikle tur otobüsleriyle ulaşımını zorlaştırmaktadır.

Kazdağı için turizm ve yiyecek – içecek ile ilgili sivil oluşumlar şu şekildedir:

TaTuTa (Tarım, Turizm, Takas):

> *Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği, yaşamını sürdürürken diğer yaşamlarla uyum içerisinde ve ekolojik bütüne saygılı bireyler ve bu bireylerden oluşan bir toplum hayaliyle, 12 Ağustos 2002 tarihinde, bu tarihten önce on yılı aşkın bir süre benzer çalışmalar yürüten Buğday hareketinin öncüleri tarafından kurulmuştur. Dernek bu hayale ulaşmak için "bu yönde örnekler oluşturma, var olana destek olma ve bilginin dolaşımını sağlama" misyonunu üstlenmektedir. "Ekolojik Çiftliklerde Tarım Turizmi ve Gönüllü Bilgi, Tecrübe Takası" projesi, kısa adıyla TaTuTa, bu misyon doğrultusunda yürütülen projelerden bir tanesidir.[374]*

[373] Azatoğlu ve Azatoğlu, 2011, ss. 1 – 195
[374] http://www.tatuta.org/?p=301&pg=8&lang=tr (23.08.2014)

Araştırma kapsamında Kazdağı'nda yer alan TaTuTa üyesi 3 girişimle *(Dhara Organik Zeytinyağı Fabrikası, Dedetepe Ekolojik Yaşam Çiftliği ve Agrida Tarım ve Turizm Derneği)* görüşülmüştür.

ÇAYEK (Çanakkale Ekolojik Yaşam İnisiyatifi):

Çanakkale'de doğa dostu besin üreten girişimleri ve alıcıları buluşturma, dayanışma ve eğitim amacıyla kurulmuştur.[375] ÇAYEK üyesi iki girişimle *(Nusratder Nusratlı Köyü Kültür, Turizm ve Dayanışma Derneği – Süheyla Doğan ve Agrida Tarım ve Turizm Derneği)* görüşülmüştür.

KAZOD (Kazdağı Otelleri Derneği):

Kazdağı'nda yer alan konaklama tesislerinin bir araya gelerek doğa ve mimari koruma, eko-turizm konularında dayanışması amacıyla kurulmuştur. KAZOD başkanı *(Öngen Country Hotel – Mehmet Öngen)* ve üye tesislerden beşi ile *(Adatepe Pansiyon, Zeushan, Manici Kasrı, Hünnap Han, Zeytinbağı)* görüşülmüştür.

3.4.3. Turizm Planlarında Kazdağı

Resmi turizm planlarında, bütünsel bir hedef bölge olarak Kazdağı'na yönelik bir planlama çalışması bulunmamaktadır. Vizyonu "sürdürülebilir turizm yaklaşımı benimsenerek istihdamın artırılmasında ve bölgesel gelişmede turizmin öncü bir sektör konumuna ulaştırılması ve Türkiye'nin 2023 yılına kadar, uluslararası pazarda turist sayısı ve turizm geliri bakımından ilk beş ülke arasında önemli bir varış noktası ve uluslararası bir marka haline getirilmesinin sağlanması" olarak tanımlanan Türkiye Turizm Stratejisi 2023,[376] ülkemizin uzun vadeli turizm planı olarak sayılmalıdır. Bu stratejide, bu amaçlara ulaşılması için hedefler arasında küçük girişimlere teşvikler, yabancı yatırımların önündeki bürokratik engellerin kaldırılması, firmaların belgelendirilmesi ve yerel turizm imajı ve markalaşma yer almaktadır. Bu hedeflerden kentsel ölçekte markalaşma önemlidir ve Kazdağı benzeri bölgeler için fırsat sağlamaktadır. Bu hedefe ulaşabilmek için mimari düzenlemeler, ulaşım düzenlemeleri, kültürel aksların düzenlenmesi ve fiziksel – sosyal düzenlemeler

[375] http://cayek.org/sample-page/ (23.08.2014)
[376] http://www.kultur.gov.tr/TR,23264/turizm.html, s. 3 (09.07.2014)

önerilmektedir. Turizm çeşitlendirilmesi stratejisinde "alternatif" turizm türlerinden sağlık turizmi ve termal turizm, kış turizmi, golf turizmi, deniz turizmi, eko-turizm ve kongre ve fuar turizmi yer almakta, tarım veya mutfak turizmi yer almamaktadır. Sağlık turizmi ve termal turizm için belirlenen öncelikli dört alandan biri olan Güney Marmara, Kazdağı'nı da içeren Çanakkale ve Balıkesir ile Yalova'yı kapsamaktadır.[377]

Konuyla kısmen ilgili olan "eko-turizm ve yayla turizmi" başlığında şu hedeflere yer verilmiştir: [378]

- *Yerel halk, turistik ürün, hediyelik eşya yapımı, servis, kalite ve işletmelerin yönetimi konusunda eğitilecektir.*
- *Etnografik ve ekolojik özelliklerinin sergilendiği müze evlerin açılması teşvik edilecektir.*
- *Alana girişte kabul noktaları oluşturulacak ve buralarda ziyaretçilere farklı güzergâhları ve yöresel özellikleri gösteren mola noktaları ve tur güzergâhlarını gösteren haritaları sunulacaktır.*
- *Doğa turizmi için kullanılacak alanlarda, çeşme, WC, barınak, mesafe ve yön levhalarının tamamlanması, trekking rotalarının Küresel Yer Belirleme Sistemi (GPS) ile uydulara tanıtılması, yeni taşıt yolu açılmaması sağlanacaktır.*
- *Kitle turizmi amaçlı kullanılacak alanlarda; fiziksel planlama çalışmalarına altlık oluşturacak kadastro tamamlanarak, orman ve mera alanlarının sınırlarının tespitini takiben 1/25 000, 1/5000 ve 1/1000 ölçekli imar planları hazırlanacaktır.*
- *Doğa turizm amaçlı olarak seçilen alanlarda güzergâh üzerinde yer alan mağara, şelale, ilginç ağaç ve kaya oluşumu, sportif alanlar, kamping alanları ve benzeri çekicilikler için çevre düzenlemeleri yapılacak, başta ulaşım olmak üzere gerekli altyapılar tamamlanacaktır.*
- *Yörenin özelliklerinin araştırılmasına imkân verecek ve bunun bilimsel anlamda gösterimini sağlayacak araştırma istasyonları ve bilim müzeleri kurulacaktır.*
- *Yöre halkına pansiyonculuk eğitimi verilecektir.*
- *Turizm gelişim alanlarında yer alan eko-turizm alanlarının "alan yönetim planları" yapılacaktır.*

Stratejide önerilen Turizm Gelişim Bölgeleri'nden "Troya Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi" kapsamında, Kazdağı'na yönelik şu ifadeler yer almaktadır:

> *(…) bölgenin en önemli doğal potansiyeli olarak ele alınabilecek mitolojideki ilk güzellik yarışmasının yapıldığı "Kaz Dağları"nın klimatik özelliği ve pek çok endemik türün yer aldığı flora-fauna özelliği de esas alınarak, termal ve kıyı potansiyeli ile bütünleştirilerek bölgede düşük*

[377] http://www.kultur.gov.tr/TR,23264/turizm.html, ss. 7 – 24 (09.07.2014)
[378] http://www.kultur.gov.tr/TR,23264/turizm.html, s. 26 (09.07.2014)

yoğunlukta yüksek nitelikli turizm gelişiminin oluşturulması hedeflenmektedir.
Kaz Dağlarının güney yamaçlarında yer alan jeotermal kaynakları tespit edilerek diğer turizm türleri ile entegrasyon sağlanacak, bölgede yer alacak yeni yatırımlar ile yeni yatırımlar ile nitelikli tesis sayısının ve nitelikli yatak kapasitesinin artırılması sağlanacaktır.
Bölgede, mevcut konaklama kapasitesinin termal, kültür ve eko-turizme yönelik yapılacak planlama ve uygulamalarla artırılacaktır.
"Troya Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi" nde ulaşım bağlantılarının çeşitlendirilmesi ve niteliklerinin yükseltilmesine yönelik çalışmalar yapılacaktır. [379]

Önerilen Turizm Gelişim Koridorları'ndan "Zeytin Koridoru", Gemlik – Mudanya – Erdek – Ezine aksını kapsamakta, Kazdağı'nı içermemektedir.

Çalışmada ele alınan Kazdağı'nda yerel yiyecek – içecek üretimine dayalı turizm gelişimi önerisi, Stratejinin 2007 – 2013 Eylem Planı'nda yer alan "Uzmanlaşmış turizm merkezleri ve turizm türlerinin entegre olacak şekilde planlanması" eylemi için bir "Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi (KTKGB)" oluşturabilir. Eylem planında ayrıca "ulaşımın geliştirilmesi, iç turizme yönelik tedbirler, tarihi, kültürel ve mimari özelliği olan yapıların ve ören yerlerinin restorasyonu, onarımı ve çevre düzenlemesi, sanat köyleri, kültür köyleri, müze evler" hedefleri konuyla ilgili görülmüştür.[380]

Uygulamada, yiyecek – içecek ile ilgili turizm başvuruları bakanlıkça "alternatif turizm" içinde değerlendirilmektedir. Kazdağı bölgesinden bakanlığa bu yönde veya köy evi / dağ evi belgesi için bir başvuru olmamıştır. Bölgede bakanlık belgeli tarımsal turizm tesisi bulunmamaktadır. Yerel girişimler için Kırsal Kalkınma Ajansları doğrudan ilgili olmaktadır. Ajanslar, gereklilikleri yerine getiren ve belge alan girişimlere hibe vermektedir. Kazdağı için geçmiş dönemlerde bir planlama girişimi olmuşsa da gerçekleşmemiştir. Bu konuda yerel yönetimlerin de talep ve baskısının eksik olduğu görülmüştür. Özellikle iki ilin sınırları içinde yer alması, bölgenin yerel yönetim ve planlamada ihmal edilmesi sonucunu doğurmuştur.[381]

Geleceğe yönelik olarak ise, AB akreditasyonu ile köylerde eko- ve agro-turizmin gelişmesi beklenmektedir. Bu konudaki projelerden "köyde gençlerle el ele" ve TUYUP *(Turizm Sektöründe İşverenlerin ve Çalışanların Uyum Yeteneklerinin Arttırılması Projesi)* uygulamadadır. İşletmecisi Almanya ve Avustralya olan, Türkiye'de uygulanan TUYUP, ekolojik ve tarımsal turizm için küçük tesislerin

[379] http://www.kultur.gov.tr/TR,23264/turizm.html, ss. 27 – 28 (09.07.2014)
[380] http://www.kultur.gov.tr/TR,23264/turizm.html, ss. 43 – 72 (09.07.2014)
[381] TC Kültür ve Turizm Bakanlığı Çanakkale İl Müdürlüğü, Hüseyin Şevik ile görüşme, (13.08.2014)

desteklenmesini amaçlamaktadır. Ayrıca yeşil yıldız uygulaması da doğa koruma görevlerini yerine getiren bakanlık belgeli konaklama tesislerine verilmektedir. Önümüzdeki *(2015 – 2023 olarak öngörülen)* Turizm Eylem Planı'nda yer alması beklenen "tema köyler" *(zeytin köyü, üzüm köyü, kaplıca köyü, sualtı köyü ve benzerleri)* uygulamasının da Kazdağı köylerini içermesi beklenmektedir. Buna yönelik olarak köy evi pansiyonculuğu eğitimleri yerel girişimler tarafından verilmektedir. Kazdağı bölgesinde yer alan farklı ölçekteki tesisler için ekolojik, tarımsal ve benzeri turizm türleri ile ilgili destek amaçlı, henüz resmi olmayan planlar da bulunmaktadır.[382]

3.4.4. Kazdağı'nda Turistik Çekim Unsuru olarak Yiyecek – İçecek Üretiminin Mevcut Durumu

Bu bölümde yapılan alan araştırmalarının sonuçları sunulacaktır. Sonuçlar, coğrafi kümeleme ile verilecektir.

3.4.4.1. Ayvacık

Ayvacık, Kazdağı'nın batı kısmını içine alan, Çanakkale'ye bağlı belediyedir. Araştırma kapsamında ziyaret edilen köylerin hepsi, belediyeye bağlı Küçükkuyu beldesinde yer almaktadır.

Ahmetçe Köyü:

Köy, Kazdağı'nın güneybatı ucunda, 411 metre rakımda yer almaktadır. Zeytincilik, hayvancılık ve az miktarda arıcılıkla uğraşan köy, gelir yetersizliği nedeniyle yüksek göç oranına sahiptir. 1985'te bin kişi olan nüfus 2012 sayımlarına göre 606 kişiye düşmüştür.[383] Mimari ve altyapı anlamında geri kalmış olan köyde konaklama tesisi bulunmamaktadır. Köyde ciddi bir atık sorunu da bulunmaktadır. Yerel halkın muhafazakâr yapıda olması nedeniyle turistik potansiyel göstermemektedir.[384]

[382] Agrida Tarım ve Turizm Derneği Başkanı Bahadır Yasa ile görüşme, (16.08.2014)
[383] http://www.yerelnet.org.tr/koyler/koy.php?koyid=240992 (12.08.14)
[384] Dhara Organik Zeytinyağı Fabrikası, Larissa Robins ile görüşme, (12.08.14)

Köyde TaTuTa üyesi Dhara Organik Zeytinyağı fabrikası ile görüşülmüştür. Köyde ev pansiyonlarından başka konaklama tesisi bulunmamaktadır.

01. Dhara Organik Zeytinyağı Fabrikası [385]

Tesiste çok küçük ölçekte gerçekleşen turizm için yiyecek – içecek ana motivasyon unsurunu oluşturmaktadır. Tesis 2004 yılında, Toscana butik konsepti örnek alınarak kurulmuştur. Toscana'da yaklaşık iki bin butik otel yer almakta, şarap ve zeytinyağı üreticileri üretimin ve satışın tamamını kontrol etmektedirler. Buradan hareketle Dhara da, kendi ağaçlarından kendi topladığı ve ürettiği zeytin, zeytinyağı, sabun ve kantaron yağını kendisi satmaktadır. Ana ürün olan zeytinyağı özel müşterilere yönelik olarak, kalite odaklı biçimde üretilmekte ve endüstriyel yağlara oranla daha yüksek fiyatla satılmaktadır. Yine Toscana modeli örnek alınarak eko-turizm tesisi kurulmak amaçlanmış, konaklama tesisleri ile şarap ve zeytinyağını içeren karma bir turistik ürün hedeflenmiş fakat köyün altyapı yetersizliği nedeniyle gerçekleşememiştir. Tesis sahibinin başka bir yerleşimde eko-turizm hedefi devam etmektedir.

Tesis binası yaklaşık yüz yıllıktır ve aslına uygun olarak restore edilmiştir. Fabrikanın içinde bulunan eski yağ tankları, kromla kaplanarak kullanılmaya devam etmektedir. Fabrikanın üst tarafında tamamen ahşaptan yapılma bir kafe bulunmaktadır.

Butik üretim normları 20 tona kadar olan küçük ölçekli kaliteli üretimi ifade eder. Dhara, yıllık üretimini 3 tona kadar düşürmüştür ve daha da düşürmeyi hedeflemektedir. Tesis sahibi bu sayede maliyetlerden ve miktardan ziyade kaliteye daha fazla odaklanacağını ummaktadır. Bu az ve öz üretim tarzının kitlesel üretim ve ölçek ekonomileriyle zıtlığı çarpıcıdır. Fabrikanın öncü hareketlerinden biri de aşılanmamış zeytinden ürettiği "delice" yağlarıdır. İbni Sina'nın ilaç olarak kullandığı söylenen delice yağı, çok yüksek maliyetler getiren, 25-30kg zeytinden bir litre yağ getiren bir yöntemle üretilmektedir. Çok yüksek fiyatla satışa sunulan delice yağının asiditesi çok düşüktür.

Diğer zeytinyağları da Ekim'de hasat edilen zeytinlerden üretilmektedir. Aralık ortasında, zeytinin yağ oranı tavan seviyededir. Geleneksel olarak, çiğ düşmeden zeytin hasadı yapılmaz. Tesis sahibi, erken hasadın iki açıdan üstünlüğünü

[385] Dhara Organik Zeytinyağı Fabrikası, Larissa Robins ile görüşme, (12.08.14)

vurgulamıştır. İlki, olgunlaşan ve kararan zeytin, yağ oranını bir miktar yükseltmekle beraber, diğer kararan meyvelerde de olduğu gibi oksitlenir ve zeytinyağının en önemli besleyici öğelerinden antioksidan özelliğini yitirir. Meyvenin oksitlenmesine izin vermeden, yeşil halde elle toplanan zeytinlerden üretilen zeytinyağı, sağlığa daha faydalıdır. İkincisi, kış aylarında toplanan soğuk zeytinlerden yağ elde etmek için bir miktar ısıtmak gereklidir. Isıtmak, *(28°C üzerinde)* yağ moleküllerinin yapısını bozarak yağı kanserojen hale getirebilir. Bu durum sıcak preslenen yağlarda görülmektedir. Ekimde toplanan zeytinler, 15°C derecelik ortam ısısında ısıtmaya gerek kalmadan sıkılabilmektedir.

Hasat mevsimlik işçiler tarafından elle yapılmaktadır ve makine kullanımı yoktur. Elle toplanan meyveler, bütünlüklerini korudukları için oksidasyona maruz kalmamakta, hasattan hemen sonra işlemeye alınmaktadır. İşleme modernize edilmiş taş baskı usulüyle yapılmakta, endüstriyel kontinü, inceltme ve santrifüj yöntemleri kullanılmamaktadır. Eskiden köyden sağlanabilen genç kadın işçiler, artık göç sebebiyle temin edilememekte, işgücü çevre illerden sağlanmaktadır.

Fabrika sahibi küçük ölçekli tarım ve turizmin birbirine bağlı olduğuna inanmaktadır. Kişi besin üretimine kişisel olarak katılınca, yaratıcı bir turistik deneyim kazanır. Bunun yanında, pazarlama açısından doğrudan satış olanağı sağlamakta, nakliye masrafını ve enerji tüketimini ortadan kaldırmaktadır. Tesis sahibine göre stratejik gelişim insanla olacaktır. Bu görüşe rağmen, turistik etkinlik arzulanan şekilde gelişememiştir. Fabrikayı az sayıda TaTuTa gönüllüleri ve gurme grupları ziyaret etmekte, fabrika turu ile tadım ve yeme-içme etkinlikleri düzenlenmektedir. Bu turlarda gruplar arka bölgeye alınmaktadır. Buna ek olarak, oteller için tedarikçi durumundadır. Tesis İstanbul'da da talep üzerine zeytinyağı eğitimleri ve seminerler vermektedir.

Tesis sahibi, organik tarım sertifikasının pazarlama aracı haline indirgenmesinden dolayı sertifikasız organik tarım yöntemini tercih etmiştir. Zeytin ağaçlarına sadece hayvan gübresi verilmekte, sulama yapılmamakta, bunun yerine zemindeki doğal flora korunarak ağaçlara nemlilik sağlanmaktadır. Ayrıca bu otlar, zamanla kompost halini alarak gübre görevi de görmektedir. Toprak kesinlikle sürülmemektedir. Toprağı sürmek, sığ zeytin köklerine zarar vermekte, oluşan organik toprak tabakasını öldürmektedir. Böcek ve diğer zararlılara karşı acı biber suyu, ağacın bağışıklığını artırmak için de sarımsak suyu kullanılmaktadır. Zeytinyağı üretiminden arta kalan küspe *(pirina)* yakıt olarak değerlendirilmekte, üretim sonunda atık oluşmamaktadır.

Küçük ölçekli zeytinyağı üretimi çok sorunlu bir iş olarak görülmektedir. Endüstriyel yağ üreticileri küçük zeytincilerden topladığı zeytin ve yağları genel olarak ihraç etmektedir. Üretim maliyetleri *(özellikle toprak)* her sene artmakla beraber, zeytinyağı fiyatı son on senede sabit kalmıştır. Bunun yanında 25 dönümden küçük zeytinlikleri imara açmayı öngören yasa zeytincilik için büyük bir tehlike arz etmektedir.

Gerçekleşen düşük yoğunluklu turizm köye olumlu etkide bulunmasına rağmen, yerel halkın çevre bilincinin eksikliği ve çöpler önemli bir sorun olarak görülmektedir. Ayrıca yerel yönetimin destek vermemesi, peyzaj düzenlemesine izin verilmemesi ve yerel halkın değişime direnci diğer önemli sorunlar olarak belirtilmiştir. Tesis sahibi, yerel yönetime katılamamasından duyduğu rahatsızlığı dile getirmiştir.

Nusratlı Köyü

Kazdağı'nın güneybatısında 290m rakımda yer alan köy, engebeli bir yapıdadır. Köyün nüfusu 200'ün biraz üzerindedir. Köyde ev pansiyonlarından başka konaklama tesisi bulunmamaktadır. Eğimli arazilerde zeytincilik yapılmakta, köyün dışındaki düzlüklerde yer alan tarım alanları, yüksek göç sonucu genç nüfus yetersizliği nedeniyle işlenmemektedir. Köyde atık sorunu bulunmakta, doğa ve mimari koruma bulunmamaktadır.

Köyde ÇAYEK üyesi NUSRATDER *(Nusratlı Köyü Kültür, Turizm ve Dayanışma Derneği)* kurucusu Süheyla Doğan ve dernek üyeleriyle görüşülmüştür.

02. Nusratlı Köyü Kültür, Turizm ve Dayanışma Derneği [386]

Girişim 2005'te, köyün yüksek göç oranı, yaşlanan nüfusu ve ürünlerin değerlendirilememesi sorunlarının üstesinden gelmek amacıyla köydeki üretimin koordinasyonu ve köy halkının dayanışması için kurulmuştur. Dernek yerli öğretmen, imam ve muhtardan destek ile doğa gezileri, çocuk ve kadınlara bilgisayar kursu gibi amaçlar taşımaktadır. Ekonomik anlamda KOSGEB *(Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı)* ve GMKA *(Güney Marmara Kalkınma Ajansı)* desteklerine başvurulmuş, GMKA desteğiyle kurulmuştur.

[386] Nusratder Nusratlı Köyü Kültür, Turizm ve Dayanışma Derneği kurucusu Süheyla Doğan ve dernek üyeleri ile görüşme, (15.08.2014)

Başlangıçta yerel halktan yeterli destek sağlanamamıştır. Köyde halen etkin bir kooperatif veya işbirliği yoktur. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi ile birlikta hazırlanan "Nusratlı Köyü Gelişim Projesi", köyün taş evlerinde ev pansiyonculuğu ve eko-turizm, tıbbi aromatik bitkiler ve doğal ürünlerin potansiyelini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu proje ile GMKA'ya başvurulmuş, köy ajans temsilcilerine gezdirilmiş ve proje onaylanarak mali destek sağlanmıştır. Şu anda toplam 25 kadına ev pansiyonculuğu ve eko-turizm eğitimi verilmekte, 2 ev pansiyon olarak hizmet vermektedir. Normalde markasız olarak yol kenarında satılan yerel ürünlere değer katmak ve kadınların gelişimi amacıyla proje kapsamında ve dernek bünyesinde doğal ürünler satış merkezi kurulmuştur. Satış merkezinde ağırlıklı olarak köyde yetiştirilen zeytin ve zeytinyağının yanında, *(dışarıdan alınan domatesle yapılan)* salça, erişte, kuskus, tarhana, pestil, reçel ve turşu gibi ürünler satılmaktadır.

Eski ilkokul binası restore edilerek kurulan dernek binası ve doğal ürünler satış merkezinin bahçesinde, gruplar için yemekler *(köyün özgün yemeği beyaz nohut, keşkek, basma helvası ve basma börek)* verilebilmektedir. Dışarıdan gelen yatırımcılar da köylerdeki taş evleri alarak restore etmektedirler. Pomak ve Midilli göçmeni ile Manav Yörüklerinden oluşan yerel halka, İstanbul'dan gelenler de eklenmektedir. Yerel halkın ve küçük girişimcilerin bu restorasyon işlemleri için finansal desteğe gereksinimi bulunmaktadır. GMKA hibelerinin alımındaki uzun bürokratik süreç bu desteği zorlaştırmaktadır. Yeni inşaat ve restorasyon çalışmaları sonucu köydeki emlak fiyatlarında çok büyük bir artış görülmektedir.

Yine restorasyon kapsamında, köyün 1500'lerden kalma eski camisine yönelik çabalar bulunmaktadır. Depremde minaresi yıkıldıktan sonra köy meydanına yeni cami inşasıyla beraber kaderine terk edilen ve zamanla yerel halk tarafından samanlık olarak kullanılan cami binası büyük çabalar sonucu temizlenerek ziyarete açılmıştır. Restorasyon için destek aranmaktadır. Binanın Yörük ve Pomak kültürü ile ilgili etnografya müzesi veya eğitim ve sanat merkezi haline getirilmesi amaçlanmaktadır.

Köyde gelişen bir çevre bilinci bulunmaktadır. Atık sorunu bulunmakla beraber, Küçükkuyu Belediyesi köy girişine çöp taşımalıkları yerleştirmiştir. Buna ek olarak, AB destekli "atık yok" projesi de yürürlüktedir. Özellikle gençlere yönelik hazırlanan projenin amacı, her türlü atığın yeniden değerlendirmesi ve atık üretmemeye yönelik çabalardır. Bu amaçla yerel halk bilinç oluşturmak üzere yurtdışına gönderilmiş, yurtdışından gelenlere de köyün yemekleri sunularak kültür alışverişi sağlanmıştır.

Uzun vadede ölçek küçük tutulmak amaçlanmakla beraber, tanıtım için finansman arayışları ve acentelere yönelik tanıtım çabaları devam etmektedir. Acentelerin kına, düğün gibi özel günlere davet edilerek, özgün kültüre ilgisi çekilmek istenmektedir.

Nusratlı köyüne özgü yemekler arasında, nohut aşı *(salçasız beyaz nohut yemeği)* yanında, keşkek, etli ve etsiz karnıyarık, kıstırma *(peynir ile beraber domates ve biberli veya kıymalı)* sarma, et fırın kapama *(fırının ağzı sıva ile kapatılarak bir günde pişiriliyor)* sayılmaktadır. Günlük olarak tüketilen "basma börek", mayasız hamurdan yoğrulan yufka üzerine, mevsimine göre otlar, peynir, ıspanak, kabak, pırasa ve patlıcan ile hazırlanan için koyulması ve yufkanın basılarak üzerine tekrardan iç konulmasıyla hazırlanmaktadır. Yerel mutfakta ot kullanımı *(özellikle rezene ve ısırgan)*, Kazdağı'nın genelinde olduğu gibi yaygındır. Ot ve yumurtayla hazırlanan "çırpma böreği" *(krep veya kaygana benzeri)* genellikle ısırganla hazırlanmaktadır. Buna benzer "akıtma börek" ve "gardala" diğer yerel yemeklerdir. Gardala, krep benzeri hamurun et mantarı ile kat kat hazırlanıp üzerine kaymak eklenmesiyle hazırlanmaktadır. Et olarak ağırlıklı oğlak ve kuzu tüketilmektedir. Fırında oğlak kapama genellikle taze soğan ve dereotuyla hazırlanmaktadır.

Yeşilyurt Köyü

Yeşilyurt, Küçükkuyu merkeze yakın konumda, 170m rakımda kurulmuş bir köydür. Köyün nüfusu 2012 sayımına göre 165 kişidir.[387] Köyde hem dışarı, hem de köye doğru göç yaşanmaktadır. Yabancı girişimlerin de sayesinde, Kazdağı köylerinin içinde turizm gelişimi en yüksek köylerden biridir. Köyde görüşülen tesislerden Kısık Konağı, Öngen Country Hotel, Nurşen Köy Evi, Manici Kasrı ve İda Taş Konak dışında 3 tane daha standart özellikte konaklama tesisi, 1 yatırım halinde tesis ile çok sayıda ev pansiyonu, kır kahvesi, yerel restoran ve yerel ürün satış merkezi bulunmaktadır. Köyde doğal ve mimari koruma düzenlemeleri bulunmaktadır. Yeni yapılan binaların peyzaja uygun olması şartı vardır.

03. Kısık Konağı [388]

[387] http://www.yerelnet.org.tr/koyler/koy.php?koyid=241055 (24.08.2014)
[388] Kısık Konağı kurucuları Sevgi Ünal ve Yalçın Ünal ile görüşme, (12.08.2014)

Kısık Konağı, yerel yiyecek – içecek üretiminin destekleyici turistik çekim oluşturduğu, 8 oda, 24 yatak ve 26 sandalye kapasiteli bir konaklama tesisidir. Tesis bahar aylarında yoğun, kışın nadir ziyaret edilmekte, yıl genelinde ortalama %25 dolulukla çalışmaktadır. Ağırlıklı olarak domestik, nadiren tanıdık rehberler aracılığıyla yabancı *(grup)* misafirler ağırlanmaktadır. Yoğun dönemde 5, kışın 3 kişi çalışmaktadır. Çalışanlar Küçükkuyu'dan ve İstanbul'dan gelmektedir *(üniversite stajyeri)*. Tesis binası 2007'de, yerel mimariye uygun olarak taş ve ahşaptan kurulmuştur.

Tesiste uygulanan günlük mönü ağırlıklı olarak Ege mutfağı yemeklerini içermektedir. Mönüde günlük hazırlanan soğuk zeytinyağlılar, ara sıcak ve et veya balıktan yapılan ana yemek bulunmaktadır. Mutfakta tavuk kullanılmamaktadır. Dönemsel sebze ve meyvelerin yanında otlar da kullanılmaktadır. Kuzey Ege'ye özgü, tam kurumamış fasulyeden yapılan "badalan" yemeğinin yanında, yoğurtlu ot kavurma, deniz fasulyesi, patlıcan ve deniz börülcesi salataları, ısırgan otu ve benzeri yemekler mönüde yer almaktadır. Yine bölgeye özgü kurutma sebzelerden yola çıkarak üretilen yaş-kuru yemeği, kurutulmuş yeşil börülce ve diğer sebzelerin haşlanarak kavrulmasıyla yapılan, tesise özgü bir yemektir. Tesis sahibesi ve aşçısı ayrıca reçel, kurutma, salça ve benzeri ürünler yaparak konuklara sunmaktadır. Yerel mutfak araştırılarak mönüye eklenmektedir. Kızartma kullanılmamakta, yemekler haşlama, ızgara veya kavurma yöntemleriyle pişirilmektedir. Yerel ürünlerden hazırlanan kahvaltıda ev yapımı 3-4 çeşit reçel, zeytin yanında *(Arıklı Köyü'nden)* bal, 2 çeşit peynir, asma yaprağında keçi peyniri kavurma, pişi, yumurtalı börek ve benzeri yemekler sunulmaktadır. Yiyecek – içecek tedariki tamamen yereldir. Mevsim dışı *(sera)* ürün kullanılmamakta, mevsiminde kurutma ve dondurma uygulanmaktadır.

Tesis herhangi bir acenteyle çalışmamakta, booking.com ve tripadvisor.com aracılığıyla veya doğrudan rezervasyon almaktadır. Yerel yönetim kararlarda tesisin görüşlerini almamaktadır. Köyde bulunan atık sorunundan tesis de etkilenmektedir. Atıklar derelere atılmakta ve geri dönüşüm olanağı bulunmamaktadır. Köyde ayrıca sanat veya eğitim merkezi bulunmamakta, turizm altyapısı yeterli görülmemektedir. Yerel yemeklere yönelik bir araştırma veya yatırım da bulunmamaktadır.

04. Öngen Country Hotel [389]

[389] Öngen Country Hotel kurucusu Mehmet Öngen ile görüşme, (12.08.2014)

Öngen Country Hotel, yerel yiyecek – içecek üretiminin destekleyici çekim unsurunu oluşturduğu, 30 oda, 75 yatak ve 80 sandalye kapasiteli bir konaklama tesisidir. Yıl boyu ortalama %35 doluluk kapasitesiyle çalışılmaktadır. Köyün eski ailelerinden biri tarafından kurulan tesiste tamamen yerel, mevsime göre değişen sayıda istihdam bulunmaktadır. Tesis binası yerel mimariye uyumlu biçimde tamamen yerel malzemelerle taş ve ahşaptan, özgün biçimde inşa edilmiştir. Mimar Cengiz Bektaş tarafından yapılan binanın inşaatı 1995 – 2000 arası sürmüş, Ağahan mimari ödülüne aday gösterilmiştir. Tesis ayrıca 2013 gezi.com kalite ödülünü kazanmıştır.

Mönü tamamen yerel mutfak içeriklidir *(kabak çiçeği dolması, taze börülceli tarhana çorbası ve benzeri)* ve kullanılan zeytinyağı tesisin kendi yapımıdır. Kızartma çok az kullanılmakta, kızartma yerine ızgara sebzeler garnitür olarak sunulmaktadır. Yiyecek – içecek tedariki tamamen bölgeden yapılmaktadır. Küçükkuyu'dan alınan yiyecek – içecek hammaddesi yanında dağ köylerinden peynir ve sebze alınmaktadır.

Tesiste konaklama dışı pek çok etkinlik düzenlenmektedir. Bunlardan en bilineni tesis sahibi tarafından verilen, 5000 yıllık Kazdağı tarih ve mitoloji söyleşisi artık verilmemektedir. Şirket toplantısı, eğitim ve motivasyon etkinlikleri için tesis sık ziyaret edilmektedir. Bunun yanında tesisin hemen yukarısında bulunan ormanlık alan ideal yürüyüş parkurları içermektedir. Önceden kırsal turizm motifleri olarak tesiste beslenen at, keçi, horoz gibi hayvanlar ile tarımsal etkinlikler, misafir şikâyetleri sonucu durdurulmuştur. Tesis sahibi, değişen turist profilinden duyduğu rahatsızlığı dile getirmiştir.

Tesis kurucusu aynı zamanda KAZOD başkanıdır. Yetkili acenteyle çalışılmamaktadır. Yerel yönetimden yeterli destek ve işbirliği sağlanamamaktadır. Köyde belirli koruma çalışmaları bulunmaktadır. Yıkık binaların restorasyonu önünde Anıtlar Kurulu engeli bulunmaktadır. Tesiste, ayrıca ev yapımı ürünlerin doğrudan satıldığı bir dükkân da yer almaktadır.

05. Manici Kasrı [390]

Yerel yiyecek – içecek üretiminin destekleyici turistik çekim unsuru oluşturduğu bu tesis, toplam 6 ayrı binada *(1 ana bina, 1 teras, 2 villa, 2 ev)* 23 oda, 2 villa ve 1 taş ev ünitelerinde toplam 80 yatak kapasitesine sahiptir. 12 ay açık tesisin yaz mevsiminde %95'i bulan doluluk oranı, yıl genelinde ortalama %50 olmaktadır. Yaklaşık 25 kişilik personel kadrosunun çoğu yerlidir. Misafirlerin yaklaşık yarısı

[390] Manici Kasrı Genel Müdürü Espina Totu ile görüşme, (12.08.2014)

yabancıdır ve çalışanların çoğu yabancı dil bilmektedir. Tesis sahibi bölge dışındandır ve başka yerleşimlerde otelleri bulunmaktadır.

Kullanılan yiyecek – içecek tedarik malzemelerinin mümkün olduğunca organik kaynaklı olmasına özen gösterilmektedir. Zeytin ve zeytinyağı tesisin kendi *(organik)* zeytinliklerinden, her besin maddesi kendi köken bölgesinden *(örn. peynir Urfa'dan, fıstık Gaziantep'ten)* gelmektedir. Alışverişte markalı ürünler tercih edilmekte ve seçici davranılmaktadır. Mönü ağırlıklı olarak Ege mutfağını içermektedir. Meze ve balık ağırlıklıdır. Yemekler genellikle uluslararası tatlara uydurulmuştur. Yerel yemeklere özgün soslar kullanılarak yeni yemekler üretilmektedir. Bunlara örnek olarak, hardal soslu lahos dolması, Manici kebap *(keşkek üzerine yağsız tandır)* ve *(kızarmış elma ile hazırlanan)* Manici tatlı verilebilir. Tesis, uluslararası normlarda örgütlenmiş mutfağa, 1 açık, 1 kapalı salona ve 1 kahvaltı salonuna sahiptir. Tesis Bakanlık'tan özel tesis belgesine, ISO 9000, 14000 ve 22000 belgelerine sahiptir.

Tesisin ana binası, yüz yıllık bir zeytinyağı fabrikasının taşları ve eski ağaçlar kullanılarak kurulmuştur. Diğer binalar da doğal malzemelerle, kırsal peyzaja uygun şekilde kurulmuştur. Bahçe düzenlemesi de doğal dokuya uygundur. Tesis doğal ve kültürel farkındalık gözetilerek yönetilmektedir. Doğa koruma, atık değerlendirme çalışmalarının yanında, doğallık amacıyla odalarda ısıtma şöminelerle sağlanmaktadır. Ayrıca yönetimde "görsel sanatlar bakışı"nın önemi vurgulanmıştır.

Tesis 5-6 tane yabancı ve yerli acenteyle çalışsa da, acente gruplarından ziyade bireysel konuklara uygundur. Tripadvisor'dan 2 yıl üst üste mükemmeliyet ödülü almıştır. Konaklama dışında, tematik geceler *(Balkan, şiir, mani geceleri)*, safari, atv, paintball, yoga, meditasyon, Halloween, Hasepiko ve Sirtaki gibi etkinlikler de düzenlenmektedir.

Diğer tesislerin aksine, yerel yönetimle sorun yaşanmamakta, planlama ve kararlara katılım sağlanmaktadır. Tesis bunu kurumsal ve profesyonel yönetim biçimine bağlamaktadır.

06. İda Taş Konak [391]

Yerel yiyecek – içecek üretiminin hem destekleyici, hem de ana çekim unsurunu oluşturduğu, Mart 2014'te açılan tesis 2 blokta toplam 22 oda ve 56 yatak

[391] İda Taş Konak Genel Müdürü Tolga Güntay ile görüşme, (12.08.2014)

ile 70 sandalye kapasitesine sahiptir. Görüşme tarihine kadar 1000 konuk ağırlanmıştır. Tesisin 7 çalışanının hepsi yerel olmakla beraber, girişim Ankara merkezlidir. Konuklar ağırlıklı olarak yerli olmakta, genel müdür dışında çalışanlar yabancı dil bilmemektedir.

Bina Şubat 2014'te, betonarme çelik konstrüksiyon üzeri taş kaplama ile inşa edilmiştir. Özel idare, köyün mimari dokusunun korunması amacıyla taş görünümü şart koşmaktadır. Otel, 4 dönüm arazi üzerine kuruludur. Otelin peyzajı, bağlı olduğu diğer otellerin peyzaj mühendisi tarafından yapılmış olup, bahçıvan bulunmaktadır.

Yiyecek – içecek tedariki ağırlıklı olarak Küçükkuyu'dan yapılmakta, et ve peynirler Çanakkale'de bulunan yöresel mandıra ve çiftliklerden alınmaktadır. Ayrıca otelin üst tarafında kendine ait bahçesinde sebze – meyve yetiştirilmektedir. Bu bahçeden konuklar da yiyeceklerini toplayabilmektedir. Bahçede organik tarım, damla sulama uygulanmakta, kimyasal kullanılmamaktadır. Mönü ağırlıklı olarak Ege ve Akdeniz mutfağını içermektedir. Mönüde Çanakkale peynir helvası, zeytinyağlı yemekler, ebegümeci, ısırgan otu, amber ve domates reçeli gibi yerel tatlar yer almaktadır. Tesise özgü olarak "mangalda satay *(sütlü)* soslu tavuk" ve ev yapımı pizza sunulmaktadır. Kahvaltıda ev yapımı zeytin ve reçeller sunulmaktadır. Tesiste ayrıca ekmek, yoğurt ve salça da üretilmektedir. Günlük mönüde dönüşümlü olarak et, balık ve tavuk yemekleri yer almaktadır. Zeytinyağı bölgeden alınmakta, sadece kızartmalarda ayçiçek yağı kullanılmaktadır. Yemekler mangalda, ızgara veya haşlama yöntemleriyle pişirilmektedir.

Belediye belgeli tesiste, Tarım ve Gıda Bakanlığı'ndan hijyen belgesi bulunmakta, denetimler genellikle tesisin kendi inisiyatifiyle olmaktadır. Aylık gıda denetiminin yanında havuz denetimleri de yapılmaktadır. Ayvacık belediyesi, yerel yönetim ve otele ulaşan yolun düzeltilmesi konularında yardımcı olmakta, fikir alışverişinde bulunmakta, çöpler Küçükkuyu belediyesince toplanmaktadır. Otelde "atık önleyici büfe sistemi" kullanılmaktadır. Yemekler büfeye bir seferde getirilmemekte, azaldıkça takviye edilmektedir. Bu yolla israf ve atıklar azaltılmaya çalışılmaktadır.

Konaklama dışında otelde spa, fitness, hamam, Fin hamamı, masaj olanakları bulunmaktadır. KAZOD'a henüz üye olmayan otel, Kazdağı Tur ve Küçükkuyu Gezi Kulübü ile ortak çalışmalar yürütmektedir.

Küçükkuyu Merkez:

07. Adatepe Zeytinyağı Müzesi

Tesis 2001'de zeytinyağı fabrikası ve müzesi olarak hizmete açılmıştır. Üretim müzenin giriş katında geçtiğimiz yıla kadar devam etmiş, artış sonucu başka yere alınmıştır. Bu katta kullanılan malzemeler, üst katta ise tarih boyunca zeytinyağı ve sabun üretiminde kullanılan donanımlar sergilenmektedir. Müzenin dükkânında doğrudan zeytinyağı satışının yanında, çeşitli katı ve sıvı sabunlar, zeytinler, mum ve hediyelik eşyalar satılmaktadır. Müzeye giriş ücretsizdir.

Adatepe Köyü:

Adetepe, Kazdağı'nın Güneybatı yamacında, 266 metre rakımda yer alan, *(eskiden köyün limanı olan)* Küçükkuyu Belediyesi'ne bağlı bir köydür. Korsan saldırılarından korunmak için yüksekte kurulan köyde yerleşim antik çağda başlamış, bölge İliada destanında "Gargaros" adıyla anılmıştır. Takip eden Truva, Leleg, Midilli, Pers, Atina, Roma, Selçuklu, Osmanlı egemenliklerinin izleri görülmektedir. Köyün deniz tarafına bakan tepesinde Zeus Altarı yer alır.[392]

Köy kayalık bir zeminde kuruludur ve geleneksel olarak binalar civarda bulunan taş ocaklarından alınan taşlarla inşa edilmiştir.[393] 1989'da 1. derece sit alanı ilan edilen köyde yeni yapılaşmaya izin verilmemekte, mevcut yapılar aslına uygun olarak restore edilebilmektedir. Bu yapılar, günümüzde özellikle köye dışarıdan gelenler tarafından satın alınıp restore edilerek mesken olarak kullanılmaktadır.[394] 1960'lara kadar canlı bir hayatın, çeşitli dükkânların bulunduğu köy, özellikle 1960'lardan sonra geçim kaynaklarının azalması sonucu sahil tarafına *(Küçükkuyu)* göçler nedeniyle boşalmıştır. Köyde yerleşik 427 nüfusun yaklaşık 15 hanesi yerlidir. Mübadele'ye kadar köyde Rum ve Türk nüfus bir arada yaşamış, meydanda yer alan kilise günümüze ulaşamamıştır.[395] Köyün binaları etkin biçimde korunmakla beraber, özellikle çevre bilincinden mahrum ziyaretçiler nedeniyle önemli bir atık sorunu bulunmaktadır. Ayrıca yerel yönetimin belirli bir çevre planlaması bulunmamakta, doğal çevre üzerinde inşaat baskıları artmaktadır.[396] Yerel paydaşların yerel planlamaya katılımı bulunmamaktadır.[397]

---

392 http://www.adatepekoyu.com/ (11.08.14)
393 http://www.tasmektep.com/birkoy.htm (11.08.14)
394 http://www.adatepekoyu.com/ (11.08.14)
395 İshak bey, görüşme, (11.08.14)
396 Hünnap Han Genel Müdürü Ural Bayraktar ile görüşme, (11.08.14)
397 Pansiyon sahibi Necati Bey ile görüşme, (11.08.14)

Köy yoğun olarak çam ve *(yağlık)* zeytin ağaçlarıyla çevrilidir. Nüfusun hemen hemen hepsi zeytincilikle uğraşmaktadır. Zeytincilikte yoğun kimyasal tarım maddeleri kullanımı bulunmakla beraber, üreticilerde daha doğal üretime doğru bir yöneliş vardır. Ayrıca bölgede doğal kapari ve kantaron gibi şifalı bitkiler bolca yetişmektedir.[398]

Köyde yer alan Zeushan ve Adatepe pansiyonları, Hünnap Han ve Hüseyin Meral Zeytinyağı ve Sanat Atölyesi ile ayrıca köye yakın yerleşimde Çamtepe Ekolojik Yaşam Kültürü Merkezi ve Dedetepe Ekolojik Yaşam Çiftliği ile görüşülmüştür. Köyde ayrıca 2 adet kır kahvesi, 2 adet hediyelik eşya dükkânı ve 1 seminer, eğitim ve sanat merkezi *(Taş mektep)* bulunmaktadır. Taş mektep, 1997'de, köyün metruk ilkokul binası satın alınıp restore edilerek açılmıştır. Merkezde felsefe, edebiyat, sanat ve sanat tarihi alanlarında seminerler, ayrıca değişik disiplinlerde çalışan sanatçıların serbest atölye çalışmaları ile sinema gösterimleri yapılmaktadır.

08. Hünnap Han [399]

Hünnap Han, yerel yiyecek – içeceğin destekleyici çekim unsuru oluşturduğu, merkez binası 280 yıllık bir konak olan 4 adet binadan *(diğerleri Palmiye Ev, Mavi Ev ve Yeşil Ev)* oluşan 22 oda ve 50 yatak kapasiteli bir konaklama tesisidir. Binalar aslına uygun olarak, yerel malzemelerle restore edilmiştir. Ayrıca bahçede yer alan ağaçlar ve peyzaj tamamen doğal olarak korunmuştur. Tesisin en yoğun dönemi Nisan – Kasım arası olmakta, diğer aylarda faaliyetler yavaşlamaktadır. Bahar aylarında hafta içi yabancı, hafta sonu yerli ağırlıklı, yaz aylarında yoğun olarak yerli turistler konaklamaktadır. Eylül – Ekim aylarında doğa yürüyüşü ve meditasyon turları yapılmaktadır. Tesis yıl içinde ortalama % 40 – 50 doluluk oranıyla çalışmakta, ortalama geceleme süresi 3 gece olmaktadır.

Yerel girişimle kurulan tesiste çalışan 7 kişiden biri köyden, diğerleri çevre köylerden, yalnızca aşçı dışarıdan gelmiştir. Çalışanların hiçbiri yabancı dil bilmemektedir. Tesisin hem yiyecek – içecek, hem de diğer tedarik kaynağı tamamen Küçükkuyu bölgesidir. Köyün içinden de zaman zaman süt ürünleri ile zeytin alımı yapılmaktadır.

Açık ve kapalı mekânda toplam 60 sandalye kapasiteli tesiste uygulanan günlük mönüde ağırlıklı olarak zeytinyağlı Ege yemekleri bulunmaktadır. Otlar, taze

[398] İshak bey, görüşme, (11.08.14)
[399] Hünnap Han Genel Müdürü Ural bayraktar ile görüşme, (11.08.14)

sebzeler ve yerel etlerin kullanıldığı yemekler genellikle haşlama veya ızgara yöntemiyle hazırlanmakta, kızartma kullanılmamaktadır. Tesisin 20 metrekarelik standart bir mutfağı bulunmaktadır. Günlük fiks mönü 4 çeşit zeytinyağlı ve 3-4 çeşit içinden seçmeli et yemeğini içermektedir. Et yemeklerinden tesisin spesiyali "Hünnap Köfte", az baharatlı kıyma yufkaya sarılıp tavada pişirilerek hazırlanmaktadır. Toplamda 20 – 25 çeşit içeren kahvaltıda yerel peynir ve zeytin çeşitleri, tesisin kendi ürettiği reçeller sunulmaktadır.

Tesis Bakanlık özel konaklama belgesi ve kaymakamlıktan alınan işletme belgesine sahiptir. Ayrıca Gıda ve Tarım Bakanlığı yıllık olarak denetleme yapmaktadır. Halk Eğitim Merkezleri, garsonlar için hijyen eğitimi ve sertifikası vermiştir.

Yerli acenteyle çalışmayan tesis, yurtdışı doğa yürüyüşü acenteleriyle çalışmakta, ayrıca telefonla doğrudan, kendi sitesi, booking.com ve expedia.com aracılığıyla satış yapmaktadır. İnternet sitelerinde odalar standart olarak satılmakta, misafir geldikten sonra değişik oda tiplerine yönlendirilmektedir. Tesis bunun dışında, Çanakkale Otelciler Birliği ve Kazdağı Otelciler Birliği'ne üyedir. Özellikle Çanakkale Otelciler Birliği, yurtdışı fuarlarına etkin katılım göstermiş ve son yıllarda Balkan misafirlerin artışını sağlamıştır. Tesiste alışveriş olanağı yoktur.

09. Hüseyin Meral Zeytinyağı ve Sanat Galerisi [400]

Galeride bölgede yer alan zeytinliğin elle hasadıyla üretilen özellikli zeytinyağlarının tadımı ve doğrudan satışının yanında, zeytin, zeytinyağı sabunu, mum, elişi, resim ve fotoğraflar da sergilenmekte ve satılmaktadır. Tamamen doğal yöntemlerle üretilen zeytinyağları, sıkımdan önce kendiliğinden akan "zeytin sütü" ile taş sıkma zeytinyağı olarak iki ayrı kalitededir. Zeytinler tesise ait olmakla beraber işlendikleri taş sıkma tesisi başkasına aittir. Zeytinlerden yağ elde etme süreci, doğal aroma ve besleyiciliklerini korumaya odaklıdır ve endüstriyel kontinü sistemlerde olduğu gibi besinin yapısını bozan sıcak presleme yapılmamaktadır. Zeytinler sıkıldıktan sonra kalan küspe *(pirina)* yakıt olarak yeniden değerlendirilmektedir. Galerinin önündeki üç masada köyden toplanan otlarla hazırlanan bitki çayları servis edilmektedir.

[400] Hüseyin Meral Zeytinyağı ve Sanat Galerisi görüşme, (11.08.14)

10. Adatepe ve Zeushan Pansiyonları [401]

Tesiste yerel yiyecek – içecek üretimi ağırlıklı olarak destekleyici turistik çekim unsurunu oluşturmaktadır. Aynı yerel girişimcinin sahip olduğu iki ayrı binada yer alan tesisler toplam 15 oda ve 30 yatak kapasitesine sahiptir. Binalar ve içlerinde yer alan bahçeleri aslına uygun kalınarak korunmuştur. Misafirlerin yalnızca %10'u yabancıdır. Dönem içinde %80'e çıkmakla beraber yıl genelinde yaklaşık %20 doluluk oranıyla çalışılmaktadır.

Tesis yiyecek – içecek tedarikini tamamen Küçükkuyu içinden ve çevre köylerden yapmaktadır. Yemeklerde kullanılan zeytinyağı, tesisin kendi zeytinlerinden üretilmektedir. İki binanın arasında yer alan açık alan 50 sandalye kapasitelidir. Ot ve zeytinyağı ağırlıklı alakart mönüde 8 çeşit zeytinyağlı *(enginar, sarma, kabak çiçeği dolması, barbunya, semizotu, biberiye, taze fasulye ve patlıcan salata) 3 çeşit ana yemek (külbastı, pirzola, sac kavurma)*, ayrıca gözleme ve mantı ile doğal karadut suyu ve limonata yer almaktadır. 2 ayrı binada da bulunan mutfaklarda 1 aşçı çalışmakta, yemekler haşlama ve ızgara yöntemiyle hazırlanmakta, kızartılmamaktadır. Çalışanların tümü yereldir ve hiçbiri yabancı dil bilmemektedir.

Kışın kapalı restoran olarak hizmet veren dükkânda ağırlıklı olarak yerel malzemelerden ev yapımı ürünler satılmaktadır. Ürünlerin hepsi işlenmiştir. Tesisin Tariş'le bağlantısı bulunmakta, fazla zeytinyağını satmaktadır.

11. Çamtepe Ekolojik Yaşam Kültürü Merkezi [402]

Merkez, Adatepe'nin kuzeyinde yer alan Bahçedere Köyü'ne bağlı fakat köyün dışında, 240m rakımda yer almaktadır. Buğday Derneği tarafından bölgede kurulmakta olan ekolojik yerleşimin parçası olarak kurulan merkezde, doğa ile barışık, çevresel olumsuz dışsallıkları azaltmayı ve çözümler bulmayı amaçlayan çalışmalar, uygulamalar ve eğitimler düzenlenmektedir. Geleneksel ve alternatif teknolojiler, enerji tasarrufu ve yenilenebilir kaynaklar, ekolojik mimari ve tarım ile geleneksel kültür çalışmalarını içeren etkinlikler paket halinde düzenlenmektedir. Merkezde

[401] Pansiyon sahibi Necati Bey ile görüşme, (11.08.14)
[402] Çamtepe Ekolojik Yaşam Kültürü Merkezi, Güneşin Aydemir ile görüşme, (24.07.2014 ve 27.08.2014)

konaklama olanağı bulunmamakta, eğitim alanlar Küçükkuyu'daki *(TaTuTa üyesi Dedetepe ve diğer)* tesislere yönlendirilmektedir. Bazı eğitimler için merkezde çadırlı konaklama olanağı mevcuttur. Merkezde konaklama olanağı planlanmamaktadır. Merkez TaTuTa kapsamında ECEAT *(Avrupa Ekolojik Tarım Turizmi Merkezi)* ve WWOOF *(Dünya Organik Çiftliklerde Gönüllüler Organizasyonu)* Türkiye temsilcisi ve GEN Avrupa'nın *(Avrupa Küresel Ekoköyler Ağı)* bir parçasıdır.

Eğitim ve toplantıların düzenlendiği Çamtepe Ekolojik Yaşam Eğitim, Araştırma, Uygulama ve Gösterim Merkezi, "bir müze olmaktan çok, içinde sürülen yaşamla, doğa ile barışık, kendi içinde yeterli, döngüleri tamamlanan bir yaşamın mümkün olduğunu göstermeyi amaçlamaktadır".[403] Merkez binası tamamen ekolojik ilkelere göre, doğal taş ve kireçtaşı kullanılarak kurulmuştur. Kullanılan malzemeler ve yapım tekniği enerji tasarrufunu en üst düzeye çıkarmayı amaçlamaktadır. Isıtma şömine üzerinde yer alan depoda ısınan suyun kalorifer tesisatına verilmesiyle sağlanmaktadır. Kalan küller de temizlikte kullanılmaktadır. Çatı, geleneksel "geren dam" yöntemiyle, tahta mertekler, kamış, okaliptüs, mersin ve zakkum yaprakları, erişte, aktoprak ve geren kullanılarak yapılmıştır ve uygun bakımlarla en az 150 senelik ömrü olduğu tahmin edilmektedir.[404] Bu yöntem, binanın iklimlendirilmesinde de yardımcı olmaktadır. Mutfakta yemekler odun ateşinde ve toprak kaplarda pişmektedir.

Sunulan eğitim programları ağırlıklı olarak doğa ile uyumlu yaşam üzerinedir. Yoga ve meditasyon, yaşam okulu, kompost yapımı, homeopati, iletişim, masallar, doğa gözlemi, ekolojik yaşam tatili, ekolojik mimari, şifa ve şifalı otlar *(fitoterapi ve aromaterapi)* düzenlenmiş olan etkinliklere örnek olarak verilebilir.

Bunun yanında, Buğday Derneği'nin "Tohum" projesi, köylülerden tohumun ve besinlerin saklanması, katma değer yaratılması, tohumun yerel kaynağı kültürel yönü konuları üzerinedir. "Anabilgi" projesi, ekolojik ve geleneksel yaşam araştırmasına yöneliktir. Kışa hazırlık eğitimi ise, yerel ortaklıklarla *(örn. Adatepe Taş Mektep)* yürütülmektedir. Köy içerisinde yapılan çalışmalarda, geleneksel yaşamda kış için besin hazırlığı dâhil olmak üzere tüm hazırlıklar konu alınmaktadır.

Katılımcılar ve çalışanlar için hazırlanan yemeklerin tedariki tamamen bölgedeki yöresel, küçük, kaynağı bilinen ve güvenilen üreticilerden üreticilerden sağlanmaktadır. Yemekler kursiyerlerle beraber veya köylülerden yardım alınarak da

[403] http://camtepe.org/?p=798 (27.08.2014)
[404] http://camtepe.org/?p=431 (27.08.2014)

pişirilmektedir. Genellikle zeytinyağlı Ege yemekleri pişirilse de, yemeklerin yöresel olmasından ziyade, tam besinlerden ve vejetaryen olmasına dikkat edilmektedir.

12. Dedetepe Ekolojik Yaşam Çiftliği [405]

Yerel yiyecek – içecek üretiminin ana çekim unsurunu oluşturduğu çiftlik, Adatepe'nin doğusunda yer alan Adatepebaşı Köyü'ne bağlı fakat köyün dışında, Çanakkale ile Balıkesir arasında doğal sınır oluşturan Mıhlı Çayı'nın Çanakkale kıyısında yer almaktadır. Çiftlikte sadece kapalı kamp grupları ağırlanmakta, bireysel konuklar kabul edilmemektedir. Konaklamanın tamamen doğal şartlarda gerçeklenmesi amaçlanmaktadır. Tuvalet ve banyolar ortaktır. Çiftlikte su ve enerji kullanımına özen gösterilmekte, elektrik güneş enerjisiyle temin edilirken fırınlar ve kalorifer tesisatı odun ateşiyle çalışmaktadır. Su tedariki belli bir miktar Mıhlı Çayı'ndan sağlanmakta, israf etmemeye özen gösterilmektedir. Çiftlik kâr amacı gütmediğini, kendi masraflarını karşılamayı amaçladığını, ayrıca bölgede, kullanılan besinin doğal olmasına en fazla özen gösteren tesis olduğunu ifade etmektedir.

Konaklama "doğadaki yaşam eğitimi" veya "doğal yaşam simülatörü" şeklinde tasarlanmıştır. Tüketilen besinlerin bir kısmı çiftlikte yer alan bahçelerden, konukların da katılımıyla üretilmekte, kalan kısmı TaTuTa'ya bağlı diğer çiftliklerden *(veya tesisin 100 km çapında doğal tarım yapan köylerden)* sağlanmaktadır. Çiftlikte zeytin, zeytinyağı ve sabun üretimi tüm gereksinimi karşılamakta, diğer besin üretimi eğitim amaçlı yapılmaktadır. Ayrıca tesisin sahibinin özel arazisinde yetişen buğday ve baklagiller de burada tüketilmektedir. Tek istisna olarak pekmez Kayseri'den gelmektedir. Tesise ambalajlı ürün sokulmamaktadır. Yemekler tamamen kendi çalışanları ve gönüllüler tarafından yapılmaktadır. Mönü lakto-ovüler vejetaryendir *(vejetaryen beslenmeye ek olarak süt, süt ürünleri, ev yapımı yoğurt ve yumurta)*. Çiftlikte bol miktarda kedi ve köpeğe ek olarak birkaç at bulunmaktadır. Önümüzdeki sene için çiftliğe süt hayvanı alma, keçi sütünden peynir yapma projesi bulunmaktadır.

Konuklar, kaldıkları süre boyunca çiftlik içinde bir ortak yaşam sürmektedir. Örnek olarak, bahçe bakımı, temizlik, çamurdan fırın yapımı, kerpiç bina yapımı, kompost *(organik artıklardan gübre)* yapımı gibi etkinlikler konukların katılımıyla yapılmaktadır. Bu yolla konuklara bir "permakültür" *(sürdürülebilir yaşam, kendi kendine yetebilirlik)* eğitimi verilmektedir.

[405] Dedetepe Ekolojik Yaşam Çiftliği koordinatörü Serdar Sümer ile görüşme, (12.08.2014)

Tesis, üretilen besinin sertifikasız organik, veya en doğru ifadeyle doğal olduğunu vurgulamakta, organik kimyasal kullanımına izin veren organik besin sertifikasının bir pazarlama aracı haline dönüştüğüne işaret ederek, kimyasal kullanımı olmadan yapılan doğal tarımın üstünlüğünü ifade etmektedir. Sertifikasız organik tarımda denetimler bağlı olunan birlikçe yapılmaktadır. Örneğin, çiftliğin üyesi olduğu Buğday Derneği, kurduğu ekolojik pazarlarda denetimleri kendi yapmaktadır. Dünyanın diğer bölgelerinde de, organik tarım sertifikasına karşı bir direnç bulunmaktadır.

> *(…) Danimarka Zirai Bilimler Enstitüsü tarafından yapılan bir araştırmaya göre, sertifikasız modern organik tarım, girdilere ulaşmada zorluk çektiğinden düşük mahsul alan veya düşük mahsul potansiyeli olan arazilerin gelişmesinde daha sürdürülebilir bir yaklaşım. Çünkü satın alınan girdilere dayalı diğer girişimlerle karşılaştırıldığında, mali bakımdan daha az risk içeriyor ve organik tarım iklimsel dalgalanmalara karşı çiftliğin direncini arttırıyor.*[406]

Tesise konukların dışarıdan çöp getirmeleri engellenmiştir. Çiftlikte asgari atık üretimi amaçlanmakta, oluşan organik atıklar kompost olarak değerlendirilmektedir. Kırılan tabaklar fayans, boş şişeler aydınlatma olarak yeniden değerlendirilmektedir. Diğer atıklar geri dönüşüm için ayrıştırılmaktadır. Çamaşırlar, yakılan odunların külüne lavanta eklenerek, bulaşıklar ise sıcak suya zeytinyağı sabunu, limon kabuğu ve sirke eklenerek yıkanmaktadır. Atık lavabo suları, yerçekimiyle 3 ayrı basamaktan geçirilerek filtre edildikten sonra doğaya salınmaktadır. Diğer atıklar da foseptikte toplanmakta, belediye tarafından alınmaktadır. İleride foseptik atıklarının da filtrelenmesi amaçlanmaktadır. Tüm doğa koruma çabalarının yanında, anayoldan yürüyerek veya bisikletle ulaşımı kolay olan çiftliğe konuklar arabayla gelmekte ve çiftliğin girişi büyük bir otopark görünümüne bürünmektedir.

Çiftlikte temeli olan yapı bulunmamakta, ana bina ve banyo binaları kerpiçten yapılmadır. Konaklama üniteleri de ahşap baraka, saz bungalow, Moğol çadırı veya çadır şeklindedir. Ahşap barakalarda odunla çalışan fırından temin edilen kalorifer sistemi bulunmaktadır. Peyzaj düzenlemesi tamamen doğal malzeme ile doğaya çok fazla müdahale edilmeden yapılmıştır.

Çiftliğin ölçeği hep küçük kalacaktır. Maksimum kapasite 70 kişidir. Çalışanların kesin sayısı belli olmamakla beraber, %30'u ücretli, %70'i gönüllüdür.

---

[406] http://www.bugday.org/portal/haber_detay.php?hid=6733 (25.08.2014)

Girişimci 10 sene önce İstanbul'dan gelerek bölgeye yerleşmiştir. Tesis yerel yönetimden yeterince destek görememektedir.

3.4.4.2. Edremit

13. Darıdere Tabiat Parkı ve Oteli [407]

Yerel yiyecek – içecek üretiminin ana çekim unsurunu oluşturduğu Darıdere Tabiat Parkı ve Otel İşletmeciliği *(tam adıyla Kazdağı Turizm, Gıda ve İnşaat Ltd. Şti. Darıdere A Tipi Mesire Yeri ve Çadırlı Kamp Alanı)*, Edremit'in Altınoluk belediyesine bağlı 1145 nüfuslu[408] Narlı Köyü'nün 13 km kuzeyinde, 650m rakımda, Kazdağı'nın batı tepesinde yer almaktadır. Tesise giriş Doğa Koruma ve Milli Parklar Müdürlüğü'nün düzenlemelerine tabidir. Geniş bir alana *(yaklaşık 1000 dönüm)* yayılan tabiat parkında, dağ evi, butik otel, çadır ve karavan kampının yanında günübirlik olanakları da bulunmaktadır. Şömineli veya yerden ısıtmalı odalarda 60 yatak *(yakın zamanda 110 olacak)* ve kamp alanında yaklaşık 250 kişi kapasitesi vardır. Tesis her mevsim tam dolulukla çalışmaktadır ve kapasite arttırılmaktadır. Özellikle 100 kişi ve üzeri yabancı grup talepleri olmaktadır. Tesiste yaklaşık 15 çalışanın yanında, sürekli konaklayanlar ve gönüllüler *(20 – 30)* ile 5 dönümlük organik tarım, 5 dönümlük şifalı bitkiler alanı ile kışın av turizmi için ek çalışanlar da bulunmaktadır. Çalışanların çoğu yerlidir ve yabancı dil bilmektedir.

Tesiste konaklamanın yanında pek çok olanak mevcuttur. Uzmanlık alanlarından şifa turizmi kapsamında, biyo enerji, reiki, nefes terapileri, kuantum touch, feng shui, sağlık meditasyonu, evrensel enerji, acmos metodu, theta healing ve pranik healing gibi etkinlik ve kurslar düzenlenmektedir. Tabiat parkı astım ve kalp hastaları için klimaterapi istasyonu olarak da hizmet vermektedir. Tesiste ayrıca zayıflama kampı yer almaktadır. Sürekli olarak meditasyon ve yoga etkinlikleri, ayrıca atv ve bisiklet turları, doğa yürüyüşleri ve tırmanış, akarsu, gölet ve şelalelerde yüzme ve alabalık avı ile düğün, kamp, grup yemekleri ve organizasyon, sanatsal etkinlik ve kurslar, şifalı ot toplama ve diğer olanaklar bulunmaktadır. Özellikle kışın av turizmi *(yaban domuzu)* yoğun olarak yapılmaktadır.

[407] Darıdere Tabiat Parkı ve Oteli, Deren Sarı ile Görüşme, (25.08.2014)
[408] http://www.yerelnet.org.tr/koyler/koy.php?koyid=237948 (27.08.2014)

Kazdağı'nın zengin florası tabiat parkında da mevcuttur. Defne yaprağı, sumak, kekik *(beyaz çiçekli, mor ve limon kokulu çeşitleriyle)*,adaçayı *(ayıkulağı ve mentollü çeşitleriyle)*, zeytin otu, Kazdağı Köknarı yaprağı, melisa, hatmi, ıhlamur, biberiye, mersin yaprağı, pelin, karabaş otu, dağ nanesi, kantaron, ısırgan otu, kestane, altın otu ve benzeri şifalı ve ıtırlı bitkiler yetişmekte ve tüketilmektedir. Kazdağı Köknarı'ndan kozalak çayı ve reçeli yapılmaktadır. Endemik olan ve olmayan bitki çeşitleri botanik turizm, yaban hayvanları ve kuşlar doğa ve kuş gözlemciliği için kaynak sağlamaktadır.

Parkta ekolojik tarım ve sertifikalı organik üretim yapılmaktadır. Orman ve Tarım Bakanlıklarından, ayrıca Milli Parklar Müdürlüğünden gerekli organik tarım sertifikaları ve üretim ruhsatları alınmıştır. Tüm tesise yetecek miktardan fazla tarım olanakları olmakla beraber, işgücü eksikliği bulunmaktadır. Tesiste tüketilen yiyecek – içecek hammaddesinin çoğu parkta üretilmekte, kalan kısmı çevre köylerden temin edilmektedir. Konuklara sunulan zeytin ve zeytinyağı, reçeller *(kiraz, çam filizi, kuşburnu, dağ çileği ve benzeri)*, bal, sebze ve meyve, odun ekmeği, sucuk, mantar gibi ürünler parkta üretilmekte ve işlenmektedir. Alabalık parkın kendi havuzundan, yumurta, et ve süt ürünleri kısmen parkın kendi hayvanlarından sağlanmaktadır. Etler kuyuda, fırında, kiremitte veya mangalda pişirilmekte veya kavrulmakta, konuklar tüm tarım, besin üretimi ve yemek hazırlama sürecine istekleri doğrultusunda katılmaktadır. Et yemeklerinin yanında zeytinyağlı sebze yemekleri de mönüde yer almaktadır.

Parkta yer alan tüm binalar ahşap ve bir miktar tuğla / taştan inşa edilmiştir. Betonarme bina bulunmamaktadır. Parkın yerel yönetimle işbirliği iyi durumdadır. Atıklar tesisin kendi olanaklarıyla gönderilmekte veya belediye tarafından alınmaktadır. Tesis temizliğe vurgu yapmaktadır ve belediye tarafından en temiz tesis seçildiğini ifade etmiştir.

Çamlıbel Köyü

Köy, Kazdağı'nın güneydoğusunda, 160m rakımda kurulmuştur. Diğer köyler gibi zeytincilik, hayvancılık ve turizm ile uğraşılmakta fakat farklı olarak nüfusu yıllar içinde artmaktadır. 1985'te 722 kişi olan nüfus 2012'de 1094 olmuştur.[409] Geçim sıkıntısı nedeniyle köyden göçler devam etmektedir, fakat bölge dışından konut satın alarak / restore ederek köye yerleşen önemli bir nüfus bulunmaktadır. Köyün içinde

[409] http://www.yerelnet.org.tr/koyler/koy.php?koyid=237933 (25.08.2014)

yer alan Zeytinbağı Restoran ve Otel, Konak Lapeistra, Albatross Dağ Evleri, Saklıbahçe Restoran ve Lella Çamlıbel, ayrıca köyün dışında yer alan İdaköy Çiftlik Evi ile görüşülmüştür. Köyde ayrıca ev pansiyonları, kır kahveleri ve yerel restoranlar bulunmaktadır.

14. İdaköy Çiftlik Evi [410]

Yerel yiyecek – içecek üretiminin ağırlıklı olarak ana çekim unsurunu oluşturduğu İdaköy Çiftlik Evi, Çamlıbel ile komşu köy Tahtakuşlar'ın arasında, 1993'te kurulmuş, 6 odalı ve 13 yataklı bir konaklama tesisidir. Yazın dört ay boyunca oldukça dolu olan tesisin kış doluluğu yıllar içinde, yakın yerlerde açılan tesislerin sonucu azalmaktadır. Kendileri de çiftlik evinde yaşayan ailenin işlettiği tesiste sürekli çalışan bir kişiye ek olarak yaz aylarında bir kişi daha çalışmaktadır. Çalışanlar Çamlıbel köyündendir.

Yarım pansiyon hizmet veren tesisin günlük mönüsü ağırlıklı olarak klasik ev yemeklerinden, tesis sahiplerinin annelerinin dağarcığından oluşmaktadır. Örnek olarak akşam yemeği salçalı köfte, fırın patates, Avunya *(Kalkım)* mantısı, tas kebabı, Alipaşa tavuğu gibi ana yemek yanında, iki zeytinyağlı *(fasulye, barbunya, börülce ve benzeri)*, yoğurt veya salata ile Osmanlı tatlısından oluşmaktadır. Kaymakçina *(krem karamel benzeri karamelsiz Balkan tatlısı)* tesisin özel tatlısıdır. Sunulan kaliteli yemekler bir defterde kaydedilmekte, mönü buradan seçilmektedir. Konuklar öğle vaktinde yürüyüş, kitap okuma, derede yüzme, dağ yürüyüşü, Tahtakuşlar Etnografya Müzesi ziyareti, Apollon, Antandros, Adramytteion kazı alanları ve diğer kalıntı gezileri ile genellikle meşgul olduklarından öğle yemeği verilmemektedir. Tesis sahibinin Kazdağı ile ilgili yayınlarının arasında gezi rehberi de bulunmaktadır.

Tesiste sunulan kahvaltı neredeyse tamamen kendi ürünlerinden yapılmaktadır. Yeşil ve siyah zeytin, zeytinyağı, domates ve Yenice biberinden salça, kekik, yeşillik, salata, yumurta, Palaçinka veya akıtma *(bir tür krep)*, yerel buğdaydan taş değirmende öğütülen tam un, çavdar ve çekirdek içinden ev ekmeği, bahçeden veya komşulardan alınan meyvelerden reçel, makarna, erişte, cevizli ve bademli baklava, tarhana ve benzerleri tesiste üretilmekte, peynir ve et yerel kaynaklardan karşılanmaktadır. Bölgedeki tüm tesisler, yerel pazarlarda kaliteli süt ve süt ürünleri *(Ezine, kelle, tulum, keçi peyniri ve benzeri)*, taze sebze meyve bulabilmektedir. Çiftlik evinin 52 dönüm arazisinde yer alan zeytinlerden yakın bir fabrikada yılda 1,5 ton

[410] İdaköy Çiftlik Evi kurucusu İskender Azatoğlu ile görüşme, (15.08.2014)

zeytinyağı üretilmektedir. Üretimde kimyasal kullanılmamakla beraber, çevre tarlalardan rüzgâr ve yer altı suları yoluyla bulaşmaktadır. Tesis sahibi, ağaçları ekonomik olarak görmediğini belirtmiştir. Kaynaklar, kendilerini yenileme hızından daha yoğun kullanılmamaktadır. Binanın çevresindeki ağaçlar dışında sulama yapılmamaktadır. Başta incir olmak üzere meyve ağaçları ve sebzelerden, isteyen konuklar tüketeceklerini toplayabilmektedir.

Tesis sahipleri, kendileri de yaşadıkları çiftlik evinde kendi yedikleri yemekleri konuklara sunmakta, kırsal yaşam biçimini konukların da deneyimlemesini amaçlamaktadır. Konaklayanlar müşteri olarak değil, eve alınan misafir gibi görülmektedir. Hayatı yavaşlatmak üzerine kurulu kendi yaşam biçimleri ile "life style" turizmi odaklı, kitle turizminden ayrılan bir ürüne vurgu yapılmaktadır.

Tesis acenteyle çalışmamakta, herhangi bir kooperatif veya kurumla da bağı bulunmamaktadır. Çıkılan bir televizyon programından sonra gördükleri ilginin tesisin ruhuna aykırı olması sonucu, misafir profilini koruma amacıyla, reklam ve tanıtım çalışmaları özellikle yapılmamaktadır. Bununla birlikte, yabancı gezi kitaplarında yer alan tesis, az miktarda sırt çantalı yabancı ziyaretçi almaktadır. Çalışanlar yabancı dil bilmektedir.

Ana bina betonarme, ek binalar eski şaraphane ve depo binalarıdır. Peyzaj tamamen doğaya uyumlu şekildedir. Tüketimden artan reçel, zeytinyağı, erişte, tarhana ve benzeri ürünler için doğrudan satış az da olsa bulunmaktadır. İleride atölye kurulması ve İdaköy markasının ürünlerde kullanım için ticari tescilinin alınması projesi bulunmaktadır.

Kazdağı'nda önemli miktarlarda maden bulunmaktadır. Kurşun, simli kurşun *(gümüş ve çinko cevheri)*, altın ve diğer madenlerin çıkarılması için yapılan çalışmalar ve özellikle siyanür kullanımı, ekosistem için tehdit oluşturmaktadır. Bunun yanında, bölgede yüzyıllardır sürdürülen zeytin, zeytinyağı, hayvancılık ve yabani otlara dayalı ekonomik etkinlik de bu durumdan zarar görmektedir.

15. Zeytinbağı Restoran ve Hotel [411]

Yerel yiyecek – içeceğin ana çekim unsurunu oluşturduğu tesis 2000 yılında kurulmuştur. 10 oda ve 25 yatak kapasitesine sahip otel ile yazın 50, kışın 25 sandalye kapasiteli restorandan oluşmaktadır. Bakanlık'tan özel tesis belgesi bulunmaktadır.

[411] Zeytinbağı Restoran ve Otel kurucusu Nejla Özgür Şeker ile görüşme, (15.08.2014)

Restoran Kazdağı'nda yerel yemekler ile ilgili en önemli tesis durumundadır. Otel konuklarının yanında, rezervasyon ile kahvaltı ve akşam yemeği için gruplar ve bireysel konuklar ağırlanmaktadır. Yazın tam dolulukla çalışan otel, yıl genelinde ortalama %60 doluluk oranına sahiptir. Yazın toplam 11-12 kişinin çalıştığı tesiste kışın bu sayı 5'e düşmektedir. Çalışanlar yerli, tesis sahipleri Bursa'dan yerleşmiştir. Konuklar ağırlıklı olarak domestiktir. Yabancı dil bilen çalışan bulunmaktadır.

Yiyecek – içecek tedarikinde, sebze ve baharatlar tesisin kendi bahçesinden karşılanmakta, kalan ürünler yerel pazarlardan, süt ve süt ürünleri köyün mandırasından, etler köyün kasabından ve dayanıklı ürünler marketten satın alınmaktadır. Ekmek, salça ve unlu mamuller tesiste üretilmektedir. Bahçede doğal gübre yanında pestisit kullanılmaktadır. Alakart mönüde yerel yemeklere yeni soslar veya farklı pişirme yöntemleriyle yeni uygulamalar yaratılmaktadır. Bunlara örnek olarak mönüde yer alan "lorlu kabak çiçekli börek", "lor köftesi", "piliçli güllaç sarma", "sarhoş köfte" *(içine rakı eklenmiş)*, "füme lor", "mercimek favalı silken" *(tofu)* sayılabilir. Yerel yemeklerden zeytinyağlılar, otlar, oğlak ve balıklar da *(fener, kılıç, sinarit, orkinos)* mönüde yer almaktadır. Konaklayanlar için ise günlük mönü uygulanmaktadır. Kızartma nadiren kullanılmakta, yemekler tencerede, fırında veya ızgarada pişirilmektedir.

Binalar 2000 yılında doğal taş kullanılarak, mimari dokuya uygun olarak inşa edilmiştir. Köyde azami iki kat sınırlandırması bulunmakta fakat mimariyle ilgili imar düzenlemesi bulunmamaktadır. Peyzaj düzenlemesi tesis sahipleri tarafından doğal dokuya uyumlu şekilde yapılmıştır. Yerel yönetim tesise destek vermekte ve planlamada fikrini almaktadır.

16. Konak Lapeistra [412]

Yerel yiyecek – içecek üretiminin destekleyici çekim unsurunu oluşturduğu tesis, 5 oda, 14 yatak ve 5 masa kapasitesine sahiptir. 3 yataklı 1 odanın inşaatı devam etmektedir. Otelde konaklayanların yanında rezervasyonla dışarıdan konuk da kabul edilmektedir. Kurucu aile tarafından işletilen tesiste yoğun dönemde 5 kişi çalışmaktadır. Tesis bölgeden nitelikli çalışan bulamamaktadır.

Mönüde mümkün olduğunca yerel kaynaklarla yapılan yerel yemeklere yer veren tesis, zeytin ve zeytinyağını bölgedeki üreticilerden, sütü komşusundan, süt ürünlerini çiftliklerden tedarik etmekte, köyden gelen meyvelerle reçel, tam buğday

[412] Konak Lapeistra, görüşme, (15.08.2014)

ununda ekmek yapmaktadır. Genelde yatak ve kahvaltı şeklinde çalışan oteli konukların isteği üzerine akşam yemeği vermektedir. Mönüde genellikle ev yemekleri, balık ve bazen oğlak yer almaktadır. Konuklar genellikle yerlidir.

2012'de eski yapılara uygun biçimde inşa edilen binanın bahçesinde doğal peyzaj düzenlemesi yapılmıştır. Belediye belgeli işletmenin yerel yönetimlerle iletişimi başlangıç düzeyindedir. Tesis çöp sorunundan yakınmaktadır.

17. Albatross Dağ Evleri [413]

Yerel yiyecek – içecek üretiminin destekleyici çekim unsuru olduğu tesis, 12 oda, 30 yatak, 15'i iç alanda olmak üzere 20 masa kapasitesine sahiptir. Dışarıdan konuklara da yiyecek – içecek hizmeti verilmektedir. Yıllık doluluk oranı %45 civarındadır. Tesis aile tarafından işletilmektedir.

Yiyecek – içecek tedarikini Akçay pazarından sağlayan tesiste küçük ölçekli sebze meyve tarımı da yapılmaktadır ve gereksinimin bir kısmını sağlamaktadır. Konuklar kendi yiyeceklerini toplayabilmektedir. Mönüde ağırlıklı olarak et yemekleri yer almaktadır. Tesisin özel yemeği sacda dana kavurmanın yanında, kuzu ve tavuk *(ızgara veya fırında)* da sunulmaktadır. Et yemekleri Gavurdağı salatasıyla servis edilmekte, yerel yemeklere yer verilmemektedir. Bakanlık belgeli tesis, kurulduğu yüksek rakım sayesinde astım hastaları için iklim tedavisi olanağı sunmaktadır. 1993'te tamamen taş ve ahşaptan yapılan giriş katının üzerine prefabrik ahşap yapı eklenmiştir. Peyzaj tamamen doğaldır. 4 dönüm alana kurulu tesiste yoğun meyve ağaçları bulunmaktadır. Tesisin yerel yönetimle fikir alışverişi bulunmamaktadır.

18. Saklıbahçe Restoran [414]

Köydeki az sayıda restorandan Bakanlık belgeli Saklıbahçe, tamamı açık alanda 100 kişilik kapasiteye sahiptir. Mönüde standart yemekler ve kebap çeşitleri bulunmaktadır. Tesis kışın kapalıdır. Çalışanlar bölgeye dışarıdan gelmektedir. Peyzaj düzenlemesi ağırlıklı olarak doğal kayalarla oluşturulmuştur ve bahçede havuz bulunmaktadır.

19. Lella Çamlıbel [415]

[413] Albatross Dağ Evleri işletmecisi Önder Açıkalın ile görüşme, (15.08.2014)
[414] Saklıbahçe Restoran, görüşme, (15.08.2014)
[415] Lella Çamlıbel, Mesut Bey ile görüşme, (15.08.2014)

11 oda, 22 yatak ve 16 sandalye kapasiteli tesiste yerel yiyecek – içecek üretimi destekleyici çekim unsurudur. Tesiste sadece konaklayanlara kahvaltı verilmektedir. Betonarme binanın bahçesinde yetiştirilen sebze ve meyve gereksinimi kısmen karşılamakta, kalanlar köyden temin edilmektedir. Belediye belgeli tesis, İstanbullu Süt Yumurta Reçel kahvaltı salonunun girişimidir.

Kızılkeçili Köyü

Köy, Kazdağı'nın güneydoğusunda, 90m rakımda kurulmuştur. Zeytincilik ve hayvancılıkla uğraşan bu köy de gelir sıkıntısı nedeniyle göç vermenin yanında, dışarıdan hızlı göç almaktadır. 1985'te 1000 kişinin yaşadığı köyün 2012 sayımına göre nüfusu 4095 kişidir.[416] Kızılkeçili'de, haftalık organik ürünler pazarı kurulmakta, çevreden ziyaret almaktadır. Buna rağmen köyde konaklama tesisleri gelişmemiştir. Görüşülen tek konaklama tesisi İda Natura Life Style dışında birkaç ev pansiyonu bulunmaktadır.

20. İda Natura Life Style Hotel [417]

Yerel yiyecek – içecek üretiminin destekleyici çekim unsurunu oluşturduğu 2007 yılında kurulan tesis, 12 oda, 30 yatak ve 60 sandalye kapasitesine sahiptir. Otelin kuruluş hedefi Bakanlığın eko-turizm ve doğa turizmi ana planına uygun olarak, Kazdağı eteklerinde eko-turizm ve doğa turizmi yapmaktır. Çekim unsuru milli park, Hasanboğuldu ve Sarıkız efsaneleri, mitoloji, flora ve fauna üzerine kurulmuştur. Odaların her biri bir mitolojik figüre adanmış, farklı renkle farklı biçimde dekore edilmiştir. Ayrıca bölgede yetişen otlara ve zeytine dayalı mutfağı *(zeytinyağı, ot yemekleri, turp otu, alan maydanozu, acı filiz, melki mantarı ve benzeri)* çekimi desteklemektedir. Otel, konuklarına "öze / doğaya dönüş" ve doğal yaşam olanağı sunmayı amaçlamaktadır. Konaklamaya ek olarak bisiklet ve yürüyüş, jip safari, mitoloji ve felsefe sohbetleri, kazı alanları, yaban hayatı ve bitki gözlem gezileri, adalar

[416] http://www.yerelnet.org.tr/koyler/koy.php?koyid=237937 (26.08.2014)
[417] İda Natura Life Style Hotel kurucusu Ali Canlı ile görüşme, (14.08.2014)

turu, şelale ve dağ yürüyüşleri düzenlenmektedir. Girişim sahibi, bu unsurların bütünsel bir doğa turizmi deneyimi yaratmasını amaçlamaktadır.

Otelde sağlıklı beslenmeye özen gösterilmekte ve mönü bir diyetisyenle birlikte oluşturulmaktadır. Konuklara yerel ve sağlıklı ürünler *(haşhaş, susam, bal, incir)* sunulmaktadır. Tesis ayrıca sosyal, ekonomik, mimari ve doğal açılardan bölgeyi bozmadan, katkı sağlamayı, eko-turizm hakkında pazarda farkındalık yaratarak turizmi sürdürülebilir kılmayı amaçlamaktadır. Bu amaçla besinlerin de sürdürülebilir biçimde teminini sağlamaktadır. Tesiste üretilen ürünler için isim hakkı ve logo tescili yapılmıştır. İnşaat ve tescil sürecinde girişim sahibi kırsal kalkınma ajansları ve Bakanlıkla yoğun görüşmeler yapmış fakat bürokratik engeller nedeniyle istediği sonucu alamamıştır. Görüşmeler halen devam etmektedir. Turizm belgesi için de süreç devam etmektedir. ISO belgeleri için başvurulmuştur.

Otelin bahçesinde yer alan zeytin ağaçlarının yanında, dağdan ıtırlı ve şifalı otlar toplanarak kullanılmaktadır. Pek çok farklı çeşidi olan, otlayan hayvanların etini lezzetlendiren yabani kekik bunların başında gelmektedir. Bölgede ekonomik canlılık yaratmak amacıyla tedarik yerel küçük üreticilerden sağlanmaktadır. Tesis sahibine göre, yerel tedarikçiler hijyen ve kalite standartlarını sağladıkları ölçüde talep artacak, israf azalacaktır. Sadece bakliyat Afyon'dan gelmektedir. Bahçeden konukların kendi yiyeceklerini toplaması teşvik edilmektedir. Yufka, reçel, turşu, biber salçası, reçeller tesiste üretilmekte, et, süt ve yumurta köyden temin edilmektedir. Otelde üretilen ürünlerin satıldığı bir dükkân bulunmaktadır. Mönüde zeytinyağlı ot yemeklerinin yanında balık sıklıkla sunulmaktadır. Yemekler standart yöntemlerin yanında odun ateşinde, kazanda veya taşta pişirilmektedir.

Lobi alanında bulunan büyük şömine, binayı ısıtmanın yanında, arkasında bulunan su deposunu ısıtmakta, bu su da binanın kalorifer tesisatında kullanılarak enerji tasarrufu sağlanmaktadır. Ayrıca yağmur suyu toplama, bununla kullanım suyu ve elektrik elde etme amacıyla kullanma ve güneş enerjisi projesi vardır.

Farklı bir uygulama olarak, Kazdağı'nın tedavi edici özellikteki iklimine ek tuz odasıdır. Tamamen tuz kaplı terapi odasında bulunan oksijen ve kuru hava ile yapılan nefes terapisi, astım, bronşit, KOAH *(kronik obstrüktif akciğer hastalığı)*, kalp rahatsızlıkları ve nefes darlığı gibi hastalıklara iyi gelmektedir. Tuz odasının yanında masaj olanağı da mevcuttur. Otel grup yemekleri, iş toplantıları ve seminerler için de olanak sağlamaktadır. Üniversite öğrencileri için kırsal turizm semineri düzenlenmiştir.

Yıl genelinde %40 doluluk oranıyla çalışan otelin konukları ağırlıklı yerlidir ve doğayı seven akademisyen, doktor ve benzeri bir kitleden oluşmaktadır. Otelde

sahibin dışında 3 sürekli *(yerli)* personel çalışmaktadır. Bina, ahşap bezeli betonarmedir. Peyzaj düzenlemesi otel sahibine aittir. Tesiste kırsal dokuyu desteklemek amacıyla at, köpek ve diğer hayvanlar beslenmektedir. Kırsal kalkınma ajanslarının yanında, yerel yönetimden de destek sağlanamamaktadır.

Mehmetalanı Köyü

Mehmetalanı, Kazdağı'nın ve milli parkın güneydoğu ucunda, 90m rakımda yer alan bir köydür. Köyün nüfusu yıllar içinde pek değişmemiştir ve 2012 sayımına göre 492 kişidir.[418] Köyde yoğun bir endüstriyel zeytinyağı üretimi ve satışı vardır. Görüşülen Misanlı Pansiyon, Saltuksoy Zeytinyağı Fabrikası ve Misafir Evi, Hızır Kamp ve Mehmetalanı Misafir Evi'nden başka turistik tesis bulunmamaktadır.

21. Misanlı Pansiyon [419]

4 oda ve 11 yatak kapasitesine sahip olan pansiyon, sadece konaklayanlara kahvaltı ve akşam yemeği sunmaktadır. Ailenin yanında köyden iki kişi daha çalışmaktadır. Yiyecek – içecek tedariki çoğunlukla köyden yapılmaktadır. Et Zeytinli köyünden, zeytin, zeytinyağı, yumurta ve benzerleri komşulardan temin edilmekte, reçel tesiste yapılmaktadır. Mönüde mevsimlik sebzelerden zeytinyağlılar, karışık sebze ızgara ve et çeşitleri yer almaktadır. Pansiyon binası 150 yıllık, aslına uygun biçimde restore edilmiş bir evdir. Köyde atık sorunu bulunmaktadır.

22. Saltuksoy Zeytinyağı Fabrikası ve Misafir Evleri [420]

Misafir evi, 6 oda ve 12 yatak kapasitesine sahip 60 yıllık bir evdir. Yemeklerde kendi ürettikleri zeytinyağı, incir pekmezi, kendi keçilerinden peynir yanında, komşularından aldıkları bal kullanılmaktadır. "Türk rokforu" Konya'dan gelmektedir. Mönü standart yerel ev yemeklerinden oluşmaktadır. Misafir evini aile kendisi işletmektedir. Tesise nadiren yabancı misafir gelmektedir. Tesis booking.com sitesine üye olmayı planlamaktadır.

Zeytinyağı fabrikasında ise yıllık 8 ton zeytinyağı üretilmektedir. Burada fabrika gezisi, zeytin ve zeytinyağı, incir pekmezi, şifalı otlar ve benzerlerinin tadımı

[418] http://www.yerelnet.org.tr/koyler/koy.php?koyid=237938 (26.08.2014)
[419] Misanlı Pansiyon kurucusu Hasan Akburak ile görüşme, (14.08.2014)
[420] Saltuksoy Zeytinyağı Fabrikası ve Misafir Evleri, Hasan Saltuksoy ile görüşme, (14.08.2014)

ve doğrudan satış olanakları bulunmaktadır. Tesis Buğday Derneği ile proje ortağıdır *(kompost yapımı, saman ev inşası ve benzeri)* ve TaTuTa üyesi olmayı planlamaktadır. GMKA finansal desteği alınmıştır. Köyde bulunan kooperatif faal değildir.

23. Hızır Kamp ve Mehmetalanı Misafir Evleri [421]

Güney Marmara Kalkınma Ajansı'nın desteklediği "Mehmetalanı Köyü Eko-Turizm ve Konaklama Projesi" kapsamında köyün dışında bir kamp alanı *(Hızır Kamp)* bulunmaktadır. Bu kamp alanında tüketilen yiyecek – içeceğin bir kısmı kendi *(ekolojik)* bahçesinde üretilmektedir. Konaklama üniteleri ağaç evler ve çadırdır. Konaklama dışında yoga, meditasyon ve diğer grup etkinlikleri yer almaktadır. Bu proje kapsamında misafir evleri *(Mehmetalanı Misafir Evleri)* yatırımı bulunmaktadır. Köydeki üç ev restore edilerek toplam 14 yatak kapasiteli bir butik otel kurulmaktadır. Bu yatırımın amacı, tüm yiyecek – içecek gereksinimini kendisi karşılayan bir konaklama tesisi yaratmaktır. Yine bu proje kapsamında, köyün kuzeyinde 800m rakımda Kazdağı Milli Parkı içinde Yayla Çadırlı Kamp Alanı yer almaktadır.

24. Evren Ertür Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi [422]

Zeytinli köyünün güneyinde, Akçay yolu üzerinde bulunan bu müze, Ertür ailesinin zeytinyağı fabrikası ve doğrudan satış dükkânı ile bitişik eski bir taş binanın içinde yer almaktadır. Müzede, milattan önceden yakın geçmişe kadar bölgede kullanılmış zeytinyağı aletleri sergilenmektedir. Ahşap kaldıraç, ahşap mengene, madeni mengene, ahşap sonsuz vidalı sıkma mengenesi, çıkrıklı mengene, bucurgat ve mendil taşı gibi tarihi zeytinyağı üretim süreçleri müzede görülebilmektedir. Çok ziyaret edilmediği için ihmal edilmiş durumda bulunan müzeye giriş ücretsizdir.

3.4.4.3. Bayramiç

Yanıklar Köyü

[421] Kazdağı Eko-Turizm, Mehmetalanı Misafir Evleri ve Hızır Kamp ile görüşme, (14.08.2014), http://kazdagiekoturizm.com/project/hizir-kamp/ (15.08.2014)
[422] Evren Ertür Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi, görüşme, (14.08.2014)

Kazdağı'nın kuzeyinde 320m rakımda yer alan bu küçük köy, ciddi anlamda göç vermektedir. 1985'te 157 kişinin yaşadığı köyde 2012 sayımına göre sadece 63 kişi kalmıştır. Köyde sağlık ocağı ve kanalizasyon bulunmamaktadır.[423] Nispeten ihmal edilmiş olan köye tam bir kırsal peyzaj egemendir. Kazdağı'nın güneyindeki Ayvacık ve Edremit'in engebeli köylerinin aksine Bayramiç köyleri daha geniş ovalara sahiptir. Bu köylerde zeytine ek olarak sebze meyve tarımı da bol miktarda yapılmakta, tüm Biga Yarımadasına gönderilmektedir. Bunun yanında, turizm merkezlerine yakın olduğu için bayındır olan, ulaşımı nispeten kolay olan güney köylerinin aksine stabilize yollarla güçlükle ulaşılan Bayramiç köyleri daha geri kalmıştır. Yanıklar köyünün tek konaklama tesisi Dağbaşı Ekolojik Yaşam ve Tatil Çiftliği ile görüşülmüştür.

25. Dağbaşı Ekolojik Yaşam ve Tatil Çiftliği [424]

Yerel yiyecek – içecek üretiminin ağırlıklı olarak ana çekim unsurunu oluşturduğu tesis, tek binada 8 oda ve 24 yatak kapasitesine sahiptir. Yazın ve hafta sonları tam dolulukla çalışan otel, kışın da açıktır. Tesis 5 seneliktir, taş ve ahşaptan kurulmuştur. Peyzaj tamamen doğal dokuya uygundur. Aile tarafından işletilen tesiste ek olarak 2 sürekli çalışan 2 de keçi çobanı çalışmaktadır. Aile İstanbullu, çalışanlar İzmirlidir ve tesis bölgeden çalışan bulamamaktadır. Booking.com üyesi otele nadiren yabancı konuk gelmektedir.

Tesis yatak ve kahvaltı ve yarım pansiyon hizmet vermektedir. Konukların dışında zaman zaman grup yemekleri için de hizmet verilmektedir. Mönüde standart sulu ev yemekleri ve mezeler bulunmaktadır. Yemekler tandır ve odakta pişirilmektedir. Hazırlanan yemeklerin hemen hemen hepsi otele ait mandıra, 6 dönüm arazi ve 14 ağıldan üretilmektedir. Tesiste taze sebze meyvenin yanında bulgur, süt, süt ürünleri, tarhana, reçel, domates sosu, yumurta, keçi ve dana etinden sucuk, oğlak ve benzeri üretilebilmektedir. Kırsal yaşam öğesi olarak bol miktarda hayvan *(kedi, köpek, tavuk, keçi ve benzeri)* beslenmektedir. İnek ve midilli alınması planlanmaktadır. Arazide ayrıca bol miktarda yeşillik ile Mart ayında çıkan, nadir ve

[423] http://www.yerelnet.org.tr/koyler/koy.php?koyid=241126 (26.08.2014)
[424] Dağbaşı Ekolojik Yaşam ve Tatil Çiftliği kurucusu Tülin Dikmen ile görüşme, (16.08.2014)

pahalı bir mantar türü “Göbek mantarı” yetişmektedir. Tesis yabani otların hepsini değerlendirememektedir. Konuklar kendi yiyeceklerini toplayabilmektedir. Tarımda kimyasal ilaç kullanılmamakta, keçi gübresiyle sertifikasız organik tarım yapılmaktadır. İhtiyaç fazlası ürünlerin doğrudan satışı yapılmamakta, aile ilişkisi içindeki konuklara hediye edilmektedir. İleride ticari olarak peynir satışı ve marka alımı planlanmaktadır.

Otel, Kazdağı’nın en büyük 2. akarsuyu olan ve kutsal kabul edilen Ayazma şelalesine yakındır ve buraya geziler düzenlenmektedir. Tesis sahibi bu bölgenin tanıtımının yapılmamasından yakınmıştır.

Köyün genel durumuyla paralel olarak tesis belediyeden hizmet alamamaktadır. Organik çöpler hayvan yemi veya gübre olarak değerlendirilmekte, çevre temizliğine özen gösterilmektedir. Artan çöpleri kendi olanaklarıyla çöp toplama alanına götürmektedir. Bakanlıktan özel tesis belgesine sahip olan işletme ayrıca esnaflar derneği, çiftçiler birliği ve ziraat odasına üyedir. Arazi içinde 8 yeni villa yatırımı söz konusudur. Tüm yatırımlar özsermayeyle yapılmıştır ve kalkınma ajanslarından destek alınmamıştır.

Cazgirler Köyü

Kazdağı’nın kuzeyinde, 420m rakımda kurulu Cazgirler köyü de, Yanıklar gibi hızlı göç vermiş, 1985’te 131 olan nüfusu 2012’de 78’e düşmüştür. Bu köyde de sağlık ocağı ve kanalizasyon bulunmamaktadır. Köyün tek turistik girişimi olan Agrida Tarım ve Turizm Derneği ile görüşülmüştür. Dernek sayesinde gelişen küçük ölçekli turizm, yerel halk için doğrudan satış ve ev pansiyonculuğu olanakları yaratarak köyün az da olsa gelişmesini sağlamıştır.

26. Agrida Tarım ve Turizm Derneği [425]

Agrida, doğal tarım ve eko-turizm odaklı, öncü bir yerel gelişim girişimidir ve standart olmayan bir turistik hizmet sunmaktadır. Bölgedeki tarımsal üretimin doğa dostu şekilde yapılmasını ve yerel üreticileri destekleyerek işbirliği oluşturmayı amaçlamaktadır. TaTuTa ve ÇAYEK *(kurucu)* üyesi de olan dernek, AB programları kapsamında yurtdışından sürekli konaklamalı gönüllü gençler getirmektedir. Ayrıca çocuklardan oluşan gruplar için çalıştaylar da düzenlenmektedir. Ekolojik yerel üretimi

[425] Agrida Tarım ve Turizm Derneği Başkanı Bahadır Yasa ile görüşme, (16.08.2014)

turistik etkinlik ve teknik destek yoluyla geliştirerek karbon ayak izini azaltmayı ve "uzun yaşam için doğal yaşam" anlayışını yaymayı amaçlamaktadır.

Tarımda geleneksel yöntemleri çağdaş uygulamalarla birleştirmek ve köylülerden öğrenmek amacıyla oluşturulan "köyde gençlerle el ele" projesi, yurtdışından derneğe gençlerin gelmesini sağlamaktadır. AB onaylı projenin yılda 4 kişiye çıkması hedeflenmektedir. Özellikle olanakları olmayan gençleri gönüllü olarak projeye ekleyerek gençlik turizmi ve sosyal turizm geliştirilecektir.

Dernek, 35 senelik otel yöneticiliği deneyiminden sonra 2009'da köye yerleşen Bahadır Yasa'nın girişimiyle, 2011'de dernek binası kiralanarak kurulmuştur. Köy ürünlerini Çanakkale'de satmak için ÇAYEK kurulmuştur. Dernekte, alışılmış anlamda ticari turizm etkinliği bulunmamaktadır. 5 odalı dernek misafirhanesinde gönüllü gençler ve bağış karşılığında konaklayıp vahşi yaşamı deneyimlemek isteyen gezgin grupları kalmaktadır. Konaklayanlar isterlerse çalışmalara da katılmaktadır.

Dernek öncülüğünde, yerel halkın evlerine alafranga tuvaletler ve temel hijyen uygulamaları yerleştirilerek ev pansiyonculuğu teşvik edilmektedir. Yine tarım uygulamalarından sarı buğday yetiştiriciliği konusunda da dernek köylülere önderlik etmiştir. Küçük dernekler için kalkınma ajansı rolü üstlenen PRODES *(İçişleri Bakanlığı Bütçesinden Derneklere Yönelik Proje Yardımları ve Proje Destek Sistemi)* desteğiyle kiralık olan dernek binasının satın alınarak 5 ek odayla beraber standart bir konaklama tesisine dönüştürülmesi amaçlanmaktadır. Yine de, derneğin ölçeğinin büyümesinden ziyade, köy evlerinin restore edilip kullanılmasıyla yerel ekonominin canlanması hedeflenmektedir.

Köye genellikle yetiştiricilik *(breeding / farming)*, yoga, doğa yürüyüşü ve benzer amacıyla gelen gruplar köyden besin alışverişi yapmakta, köyden kargoyla ürünler de gönderilmektedir. Dernek köyden işgücü de sağlayarak istihdama katkıda bulunmaktadır. Canlanan yaşam sayesinde derneğin kuruluşunda yerel halkın direnci yumuşamıştır. Yerel halkın turizme bakışı da değişmiş, yabancıları evlerine davet etmeye başlamışlardır.

Dernek binasının yanında bulunan samanlığın, temel hijyen şartları sağlanarak imalathaneye dönüştürülmesi projesi bulunmaktadır. Burada köyden insanlarla beraber toplu köy yemekleri, ekmek, peynir, salça, erişte, bulgur ve benzeri yapılması ve komşularla beraber tüketilmesi amaçlanmaktadır. Yerel yemeklerden kara helva *(çifte kavrulmuş undan helva)*, çırpma *(yumurtadan yapılan sac böreği)*, yan böreği *(ikiye katlanan yufkaya yumurta ile yapılan börek)* gibi yerel yemeklerin

yanında, tavşan ve ördek gibi etlerin pişirilmesi ve yerel yaşam ile mutfağın canlanması hedeflenmektedir. Dernekte bol miktarda kümes hayvanı beslenmektedir.

Köy çevresinde yürüyüş rotaları ile off-road *(atv)* yarışları önerisi getirilmiş, yarışlardan doğaya zarar verebileceği olasılığıyla vazgeçilmiştir. 2015 – 2023 eylem planı içinde yer alması beklenen "tema köyler" kapsamına girmesi hedeflenen Cazgirler'de, taş ev inşası / restorasyonuyla yeni konaklama tesisleri planlanmaktadır. Ayrıca köy çevresi özellikle bahar aylarında kamp ve karavan konaklamasına da uygundur. Köyün arka tarafında gölet kurma ve balıkçılık projesi de bulunmaktadır.

Doğrudan satış *(kapı önü satışı)* etiket ve marka sicili uygulamalarına tabi olmamakla beraber, bölgesel pazarlarda satış durumunda tescil istenmektedir. Derneğin ürettiği elma ve şeftalinin *(Bayramiç beyazı)* İl Tarım Müdürlüğü'nden tescili bulunmaktadır. İmalathane için de bu müdürlükten hijyen sertifikası alınacaktır. Köyde üretimin daha da gelişmesiyle "Cazgirler mamulleri" markası ve iktisadi teşekkül halini almasıyla "Agrida" markası kullanılabilecektir.

Ürünler sertifikasız organik tarım ürünüdür. Tahıl ve bakliyatlardan sarı buğday, kara kılçık, çavdar ve bakla ile meyvelerden Bayramiç beyazı, şeftali, erik, kiraz, ayva ve diğerleri TaTuTa ile paylaşılmaktadır. Tarımsal çabaların tamamı *(fidan dikme, çit çekme, budama ve benzeri)* dernek tarafından üstlenilmiştir. Köyde ciddi bir atık sorunu bulunmaktadır. Organik atıklar kompost olarak değerlendirilmekte veya hayvanlara yem olarak verilmektedir. Tarlalara girmesine engel olmak için domuzlara vermek de uygulanan bir başka yöntemdir.

3.5. KAZDAĞI ÖRNEĞİNDE TURİSTİK ÇEKİM UNSURU OLARAK YEREL YİYECEK İÇECEK ÜRETİMİNİN EKONOMİK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİNİN ÖLÇÜLMESİ İÇİN BİR ŞABLON ÖNERİSİ

Yerel yiyecek – içeceğin çekimine dayalı bir turizm gelişiminin ekonomik sürdürülebilirliğinin ölçümünde kullanılmak üzere tasarlanan bu şablon (Şekil 3.2), literatür taraması sonucu ulaşılan ve önceki konularda işlenen yerel besin üretimi ve ekonomik sürdürülebilirlik ilkelerine dayanmaktadır. Şablonun, özellikle kırsal hedef bölgeler için kullanılabilir olması ve gelişimin ekonomik açıdan "ne kadar" sürdürülebilir olduğunu saptaması umulmaktadır. Araştırmada elde edilen bulgular, şablona yerleştirilerek bölge turizmi ile ilgili sonuçlara ulaşılacaktır.

Şekil 3.2. Turistik Çekim Unsuru olarak Yerel Yiyecek - İçecek Üretiminin Ekonomik Sürdürülebilirliğinin Ölçümü Şablonu

#	SÜRDÜRÜLEMEZ GELİŞİM	ZAYIF SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	ORTA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	GÜÇLÜ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
P#1	Plan yok	Resmi plan yok, yerel girişimler var	Turizm planı var	Uzun vadeli, pro-aktif turizm planlaması var
T#1	Jenerik ürün	Özel ilgiye yönelik ürün	Zenginleştirilmiş ürün	Doğal ve kültürel miras, yaratıcı turizm
T#2	Yüksek yoğunlaşma	Orta yoğunlaşma	Düşük yoğunlaşma	Çok düşük yoğunlaşma
T#3	Kurgusal durum	Yapmacık özgünlük	Yüzeysel / sahnelenmiş özgünlük	Derin özgünlük
M#1	Jenerik bölge	Ayırt edici olmayan bölgesel kimlik	Karmaşık bölgesel kimlik	Somut bölgesel kimlik ve marka
M#2	Kentsel görünüm	Düşük kırsallık	Orta uyum ve kırsallık	Yüksek uyum, tam kırsallık
M#3	Standart yapılaşma	Yerel mimari yapılar	Yerel mimari ve peyzaja uyum	Yerel mimari, peyzaja uyum ve doğal yapı malzemeleri
Ç#1	Doğal kaynaklar sömürülüyor	Çevre muhasebesi uygulamaları	Ekolojik etkinlik	Doğa koruma ve olumlu dışsallıklar, organik / ekolojik tarım, yeşil ekonomi uygulamaları
S#1	Yerel halk ve girişimciler planlara ve kararlara katılmıyor	Yerel halk ve girişimciler planlara düşük oranda katılıyor	Yerel halk ve girişimciler planlara katılıyor	Yerel halk ve girişimciler planlara ve kararlara katılıyor
S#2	Turizmden elde edilen faydalar tamamen bölge dışında paylaşılıyor	Turizmden elde edilen faydalar yerel paydaşlarca paylaşılmıyor	Turizmden elde edilen faydalar yerel paydaşlarca paylaşılıyor	Turizmden elde edilen faydalar yerel paydaşlarca eşit paylaşılıyor
S#3	Yerel kaynak kullanımı yok	Yoğun dış kaynak kullanımı	Dış kaynak kullanımı var	Tam yerellik
S#4	Yabancı çalışanlar	Yabancı ve yerli çalışanlar	Çoğunlukla yerli çalışanlar	Yerli ve eğitimli çalışanlar
Y#1	Büyük üreticiler ve kitle üretimi egemen	Orta ölçekli üretim, küçük üreticilerin hayatta kalması zor	Küçük üreticiler için turizm çeşitlendirme aracı	Küçük üreticiler için doğrudan satış olanakları, teknik ve mali destek
Y#2	Standartlar ve sertifikalar yok	Belirli standartlar var	Standartlar var, sertifikalar yok	Besin üretimi ve turistik hizmeti kapsayan standartlar ve sertifikalar var

Y#3	Mönüde standart yemekler	Standart ve yerel yemekler	Ağırlıklı yerel yemekler	Yerel ve özgün yemekler

Şablonun dayandığı ilkeler:

a) Uzun vadeli planlama kritik öneme sahiptir.
    i. Temel sürdürülebilirlik hedefine ulaşılabilmesi için, ulusal veya yerel ölçekte planlama elzemdir. Bu plan, hem turizmi, hem de yiyecek – içecek üretimini kapsamalı, uzun vadeli ve pro-aktif olmalıdır.
    ii. Resmi planların yokluğunda, endüstri veya sivil planlama veya girişimlerin sürdürülebilirlik çabalarının eşgüdümü gereklidir.
    iii. Yerel toplumun planlara ve kararlara katılımı sağlanmalıdır.
    iv. Planlama, yoğunluğun aşılmasını amaçlamalıdır.

b) Üretim ve turizm gelişimi doğaya zarar vermemelidir.
    i. Güçlü sürdürülebilirlik anlayışından hareketle, doğanın ve kaynakların kullanımı, bunların kendini yenileme hızından yüksek olamaz.
    ii. Doğal kaynak tabanının kaybı veya aşınması, turistik çekimi ve üretim kaynaklarını azaltarak uzun vadeli karlılığı ve ekonomik sürdürülebilirliği olanaksız kılacaktır. Doğa koruma, kümeleme ve eko-etkinlik çalışmaları önemlidir.
    iii. Organik veya ekolojik tarım, eko-etkinlik ve yeşil ekonomi uygulamaları doğal anlamda sürdürülebilir kabul edilmiştir.

c) Üretimin yerel olması çok önemlidir.
    i. Turistlerin yerellik beklentisini karşılayacak bir yerellik sunulmalıdır. Turist tatmini, talebin devamlılığını sağlayarak ekonomik sürdürülebilirliğe katkıda bulunur.
    ii. Yerellik yüksek katma değer sağlar.
    iii. Bölgede yerellik insan eylemleri ve fikirlerle desteklenmelidir. Sunulan kırsallığın fikir ve uygulamalarla desteklenmesi, iç ve dış uyumunun sağlanması gereklidir.
    iv. Yerellik sıcak ve soğuk doğrulama yöntemleriyle desteklenmelidir. Bu amaçla bölgesel kimlik ve marka geliştirme, köken kontrollü adlandırma, ambalajlama ve etiketleme sistemleri kullanılabilir.

v. Yerel olmayan kaynakların kullanımı *(göçmen işçiler, ithal içerikler ve benzeri)* sızıntıyı arttıracak, çarpan etkisini azaltacaktır. Çarpan etkisi yerellik seviyesiyle ölçülecektir.

vi. Yerel kaynakların kullanımı, gelişimden elde edilen faydaların yerel toplum tarafından paylaşılmasını sağlayarak toplumsal sürdürülebilirliğe katkı sağlar.

vii. Özellikle yerel istihdam, işsizliği ve köyden kente göçü de azaltarak ek faydalar sağlar. Yerel işgücünün eğitilerek niteliğinin arttırılması gereklidir.

d) Üretimin özgün olması çok önemlidir.

i. Özgünlük, rekabet üstünlüğü sağlar.

ii. Turistlerin özgünlük beklentisini karşılayacak bir yerellik sunulmalıdır. Turist tatmini, talebin devamlılığını sağlayarak ekonomik sürdürülebilirliğe katkıda bulunur.

iii. Yiyecek – içecek üretimi ve turizm arzı mümkün olduğunca aynı bölgede gerçekleşmeli (derin veya yüzeysel özgünlük), turiste arka bölgede yer aldığı algısı verilmelidir. Turistlerin arka bölgelere mümkün olduğunca kabul edilmesi özgünlük algısını güçlendirir.

e) Üretimin ekonomik etkinlik düzeyi önemlidir

i. Turizmin yüksek geri bağlantı oranı, katma değer ve çarpan etkilerinden maksimum fayda sağlanmalıdır.

ii. Küçük üreticiler için doğrudan satış, teknik turizm desteği, ortak pazarlama desteği ile kooperatif ve derneklere üyelik teşvik edilmelidir.

iii. Gerekli durumlarda operatörler ve yerel acenteler ile web siteleri gibi aracılarla işbirliğine gidilmelidir.

f) Turistik ürüne doğal ve kültürel miras dâhil edilmelidir.

i. Bu sayede turist, basit bir besin tüketiminin ötesine geçerek üretimin ardındaki öyküyü ve doğal zenginlikleri deneyimleyecek, mekân algısını yaşayacaktır.

ii. Uzun vadeli ekonomik başarı için turistin üretim sürecine entegrasyonu ile yaratıcı deneyimler yaşaması sağlanmalıdır.

iii. Yerel mutfak, gelenekler, hediyelik eşyalar ve benzeri unsurlar ile zenginleştirilmiş turistik ürün, harcama oranını da yükseltecektir. İstikrarlı bir turistik ürün çeşitlendirmesi, yerel sanatları da içeren bir ürün karması daha zengin bir deneyim sağlar.

iv. Tesisleşmede yerel mimari, doğal malzemeler ve peyzaja dikkat edilmelidir. Bu durum ayrıca özgünlüğü ve turist deneyimini de destekler.

v. Yerel toplum güçlü bir aidiyet ve bölgesel kimlik duygusu taşımalıdır.

g) Üretimin küçük ölçekli kalması önemlidir.

i. Küçük ölçekli üretim, sürdürülemez görülen kitlesel üretim ağlarına seçenek oluşturmaktadır. Ayrıca üretimin küçük ölçekli kalması, faydaların toplum bireyleri arasında daha adil dağılmasını sağlayacaktır.

ii. Pek çok besin üreticisi turizme ekonomik etkinliği çeşitlendirme amacıyla girmektedir. Bir süre sonra ölçeğin büyümesi, üreticiyi hem kitlesel üretime seçenek olmaktan çıkaracak, hem de turizmden uzaklaştıracaktır. Aydın yöresinde yer alan, küçük ölçekli ve iç pazara yoğunlaşan 28 süt ve süt ürünleri firması üzerinde yapılan bir araştırmanın sonucuna göre, kısa dönemde, yöredeki firmalar ekonomik sürdürülebilirlik ve yeterli gıda güvenliği uygulamalarını sürdürebilecek gibi görünmesine rağmen, uzun dönemde ise firmalar, ölçeğini genişletmek ve uluslararası pazar koşullarına ulaşabilmenin imkânlarını araştırmak istemektedirler.[426]

h) Besin üretimi ve turistik hizmet sunumunda standartlar gereklidir.

i. Genel ve turistik alt ve üstyapının yeterli durumda olması gereklidir.

ii. Besin üretiminde hijyen standartları kamu ve turist sağlığı için zorunludur.

[426] Ferit Çobanoğlu, Ayşe Demet Karaman, Renan Tunalıoğlu, Gülden Ova, **Dairy Firms' Characteristics and Practices Intended for Economic Sustainability and Food Safety in Aydın Region of Turkey**, Kafkas Üniversitesi Veterinerlik Fakültesi Dergisi, 2011, Cilt: 17, Sayı: 5, s. 707

iii. Üretimde kalite standartları ve sertifikalar, özellikle üreticilerin turistik tesisler için tedarikçi olduğu ve yiyecek – içeceğin destekleyici deneyimi oluşturduğu durumda ekonomik sürdürülebilirlik için gereklidir. [427]

iv. Her ne kadar tarıma veya gastronomiye dayalı olursa olsun, özünde turistik ürün olduğu unutulmamalı, hizmet sunumu ve misafir memnuniyeti şartları yerine getirilmelidir. Tesislerde zorunlu hijyen ve güvenlik koşulları sağlanmalı, eğitimli personel çalıştırılmalıdır.

Şablondaki ilk ölçüt P#1, uzun vadeli sürdürülebilirlikte başlangıç noktası kabul edilen uzun vadeli pro-aktif planlamanın varlığını sorgulamaktadır. Uzun vadeli olmayan turizm planı orta, sivil girişimler düşük sürdürülebilirliğe işaret etmektedir. Plansız gelişim sürdürülemez kabul edilmiştir.

İkinci ölçüt grubu, turistik değişkenleri ölçmektedir; T#1, turistik ürünün kendisinin sürdürülebilirliğe ne kadar katkıda bulunacağını öngörmektedir. En yüksek konuk tatmini sağlayan yaratıcı turizm ürünü ile jenerik *(kitlesel)* ürün aralığında değişmektedir. T#2, sürdürülebilirliğe engel görülen yoğunlaşma durumunun ölçütüdür. Turistik etkinliğin 12 aya eşit şekilde dağılması gerçekçi bir durum olmadığından, çok düşük yoğunlaşma ile, kapasite ve istihdam kaybına yol açan yüksek yoğunlaşma arasındadır. T#3 turistik deneyimin özgünlüğünü ölçmektedir ve *(Şekil 1.5.)* Deneyimsel Özgünlük Modeli *(tarımsal turizm ve tarım ailesi kimliği)* modeline dayanmaktadır.

Üçüncü grup, hedef bölgenin kendisiyle ilgili olan ve mekân algısını yaratan ölçütlerdir. M#1, hedef bölgenin diğer bölgelerden ne kadar farklı olduğunu sorgulamaktadır. Somut ve farklı bir bölgesel kimliği, turist algısında ayrıştırıcı bir imaj ve pazarlamada marka görevi üstleneceği kabul edilmiştir. M#2 kırsallıkla ilgilidir. Kırsallık ile ilgili fikirler, yerellik ve insan eylemleri ile kırsal alanın özgünlüğü modelinden yola çıkarak, kırsallığa özgü üretim ve tüketim, görüntü ve yorumlama ile kırsal alan ve turistik ürün uyumu beraber değerlendirilmekte ve gerçek anlamda hedef bölgenin kırsal / kentsel aralığında nerede bulunduğu ölçülmektedir. M#3 mekân algısını veren kültürel *(mimari)* ve doğal peyzaj ile ilgilidir.

Dördüncü grupta, Ç#1, çevresel sürdürülebilirliğin göstergelerini toplu olarak temsil etmektedir. Beşinci grup, sosyal sürdürülebilirliğin ölçümüne yöneliktir. S#1

[427] Bkz Ek 4, G. Afrika örneği

yerel paydaşların planlara katılım düzeyini ölçmektedir. S#2 turizmden elde edilen faydanın yerel halk tarafından ne kadar paylaşıldığını ölçmektedir. S#3 girişim, toprak, tedarik malzemesi ve benzeri anlamında yerel kaynak kullanımının ölçütüdür. S#4 istihdam durumunu göstermektedir. Kaynak türü olmakla beraber, nispi önemi sonucu istihdam ayrı bir ölçütle değerlendirilmiştir. Yerel ve eğitimli çalışanların oranı sürdürülebilirlik ölçütüdür.

Altıncı ve son grupta ise, doğrudan yiyecek – içecek üretimi ile ilgili sürdürülebilirlik ölçütleri yer almaktadır. Y#1 üretim ölçeğini göstermektedir. Küçük ölçeğin daha sürdürülebilir olduğundan yola çıkarak, küçük üreticilerin ekonomik etkinliğe devam durumu gösterilmiştir. Y#2 yiyecek – içecek üretiminde kalite ve hijyen standartları ile sertifikaların varlığını ölçmektedir. Sertifikasız organik tarım istisna olarak görülmüştür. Y#3 gastronomik durumu göstermekte, yerel ve özgün yemeklerin işletme mönülerinde ne oranda yer aldığını ölçmektedir.

3.5.1. Uygulama

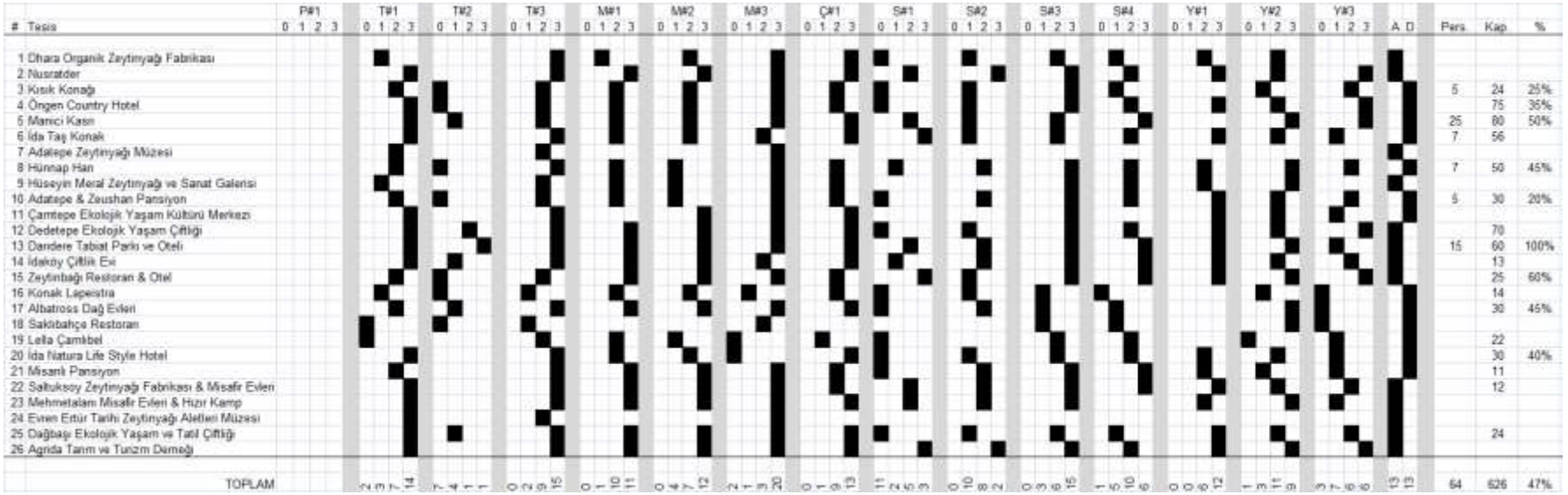
Çekim unsurunu yerel yiyecek – içecek üretiminin oluşturduğu turistik gelişimin ekonomik anlamda ne kadar sürdürülebilir olduğunu ölçme amacıyla geliştirilen şablona göre, araştırmada elde edilen bulgular aşağıda incelenmiştir. Öncelikle görüşülen tesislerde, ilgili ölçütler değerlendirilmiş ve Tablo 3.1'de görselleştirilmiştir. Ölçütlerin değerlendirilmesinde ise ortalama, mod ve medyan değerleri ile birlikte, alan araştırmasında yapılan gözlemlere dayalı nitel yorumlama kullanılmıştır. Son olarak ölçüt sonuçları şablon üzerinde bütünleştirilerek Kazdağı örneğinde turistik çekim unsuru olarak yerel yiyecek – içecek üretiminin ekonomik olarak ne kadar sürdürülebilir olduğu gösterilecek ve önerilere yer verilecektir.

Verilerin topluca açıklandığı Tablo 3.1. incelendiğinde, araştırma kapsamına alınan Kazdağı'nda yerel yiyecek – içeceği yarısı ana, yarısı da destekleyici çekim unsuru olarak kullanan konaklama tesislerinin 626 oda kapasitesine sahip olduğu görülmektedir. Darıdere ve Hızır kamp alanları da eklendiğinde 1000 odanın üzerinde bir kapasiteye ulaşılmaktadır. Konaklama tesislerinin yer aldığı Adatepe, Yeşilyurt, Kızılkeçili, Mehmetalanı, Çamlıbel, Yanıklar ve Narlı köylerinin toplam 7481 yerleşik nüfusuna oranlandığında turistik fonksiyon %20-25 arasında çıkmaktadır. Ev pansiyonculuğu ve diğer kapasite ile bu oran %30'a ulaşmaktadır. Hedef bölge olarak sınıflanma için gerekli %35 seviyesinden düşük olmakla beraber, Kazdağı'nda gelişen turizmin ölçeği dikkate alındığında oran yeterli görülmektedir.

İkinci olarak, istihdam verileri toplanabildiği ölçüde, mevcut yatak kapasitesi / çalışan oranı kullanılarak, tesislerin toplam 130 kişiye istihdam sağladığı sonucuna varılabilir. Bu yerleşik nüfusun %2'sine denk gelmektedir. Dünya Turizm Örgütü verilerine göre dünya istihdamının %7'sinin turizm tarafından sağlandığı dikkate alındığında mevcut oran düşük olmaktadır. Tesislerin nitelikli işgücü bulamamasından da kaynaklanan az personel çalıştırması, mevsimsellikten kaynaklanan eksik istihdam ve aile işletmeleri çeşitli sebepler olarak gösterilebilir.

Bilgiler toplanabildiği ölçüde tesisler %47 doluluk oranıyla çalışmaktadır. Bu oran Bakanlığın 2012 için verdiği %54 ulusal ortalama doluluk oranının altındadır. Özellikle kış aylarında tesisler çok düşük kapasiteyle çalışmaktadır.

Tablo 3.1. Tesis Sonuçları



#	Tesis	P#1	T#1	T#2	T#3	M#1	M#2	M#3	Ç#1	S#1	S#2	S#3	S#4	Y#1	Y#2	Y#3	A	D	Pers	Kap	%
		0 1 2 3	0 1 2 3	0 1 2 3	0 1 2 3	0 1 2 3	0 1 2 3	0 1 2 3	0 1 2 3	0 1 2 3	0 1 2 3	0 1 2 3	0 1 2 3	0 1 2 3	0 1 2 3	0 1 2 3					
1	Dhara Organik Zeytinyağı Fabrikası																				
2	Nusratder																				
3	Kısık Konağı																		5	24	25%
4	Öngen Country Hotel																			75	35%
5	Manici Kasrı																		25	80	50%
6	İda Taş Konak																		7	56	
7	Adatepe Zeytinyağı Müzesi																				
8	Hünnap Han																		7	50	45%
9	Hüseyin Meral Zeytinyağı ve Sanat Galerisi																				
10	Adatepe & Zeushan Pansiyon																		5	30	20%
11	Çamtepe Ekolojik Yaşam Kültürü Merkezi																				
12	Dedetepe Ekolojik Yaşam Çiftliği																			70	
13	Dandere Tabiat Parkı ve Oteli																		15	60	100%
14	İdaköy Çiftlik Evi																			13	
15	Zeytinbağı Restoran & Otel																			25	60%
16	Konak Lapeistra																			14	
17	Albatross Dağ Evleri																			30	45%
18	Saklıbahçe Restoran																				
19	Leila Çamlıbel																			22	
20	İda Natura Life Style Hotel																			30	40%
21	Misanlı Pansiyon																			11	
22	Saltuksoy Zeytinyağı Fabrikası & Misafir Evleri																			12	
23	Mehmetalam Misafir Evleri & Hızır Kamp																				
24	Evren Ertür Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi																				
25	Dağbaşı Ekolojik Yaşam ve Tatil Çiftliği																			24	
26	Agrida Tarım ve Turizm Derneği																				
	TOPLAM		2 5 7 14	7 4 1 1	0 2 9 15	0 1 10 11	0 4 7 13	2 1 5 20	0 1 9 13	11 2 5 3	0 10 8 2	0 3 6 15	1 5 10 6	0 0 6 13	1 3 11 9	3 7 6 6	12 13		64	626	47%

0: Sürdürülemez gelişim

1: Zayıf sürdürülebilirlik

2: Orta sürdürülebilirlik

3: Güçlü sürdürülebilirlik

A: Yerel Yiyecek - İçecek Ana Çekim Unsuru

D: Yerel Yiyecek - İçecek Destekleyici Çekim Unsuru

%: Doluluk oranı

Tesislerden alınan sonuçlar, ekonomik sürdürülebilirlik şablonunun ölçütlerine göre değerlendirildiğinde aşağıdaki tabloya ulaşılmaktadır:

Tablo 3.2. Ortalama, Mod ve Medyan Sonuçları

Ölçüt / Tesis #	T#1	T#2	T#3	M#1	M#2	M#3	Ç#1	S#1	S#2	S#3	S#4	Y#1	Y#2	Y#3
1	1		3	1	2	3	3	0	1	2	1	2	2	
2	3		3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3
3	2	0	2	2	2	3	2	0	1	3	1		1	2
4	3	0	2	2	2	3	2	0	1	3	2	3	2	3
5	3	1	2	2	2	3	3	2	1	2	3		3	3
6	3		3	2	2	2	3	3	1	2	2	3	2	1
7	2		2			3								
8	2	0	3	2	1	3	2	1	2	3	2	2	3	2
9	1		2	2	1	3	2			3	2	2	3	
10	2	0	2	2	1	3	2	0	2	3	2	3	2	2
11	3		3		3	3	3			3		3	2	1
12	3	2	3	3	3	3	3	0	1	3	2	3	2	3
13	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	1
14	3	1	3	3	3	2	3	1	2	3	3	3	2	2
15	2	0	2	3	3	3	2	3	1	3	3	3	3	3
16	1	0	1	2	2	1	2	0	1	1	0		1	0
17	2	1	3	3	3	3	3	0	2	1	1		3	0
18	0	0	1			2				1	1		3	0
19	0		2	2	1	0	1	0		2	2		0	1
20	3		3	2	2	0	3	0	1	2	2	2	2	1
21	2		3	3	3	3	2	0	2	3	3	2	1	1
22	3		3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2
23	3		3	3	3	3	3	2	2	3		2	3	1
24	3		2			3								
25	3	1	3	3	3	3	3	0	1	2	1	3	2	2
26	3		3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
Ortalama	2,3	0,7	2,5	2,5	2,3	2,6	2,5	1	1,6	2,5	2	2,7	2,2	1,7
Mod	3	0	3	3	3	3	3	0	1	3	2	3	2	1
Medyan	3	0	3	2,5	3	3	3	0	1,5	3	2	3	2	2

Buradan hareketle, ölçütler tek tek değerlendirilecektir.

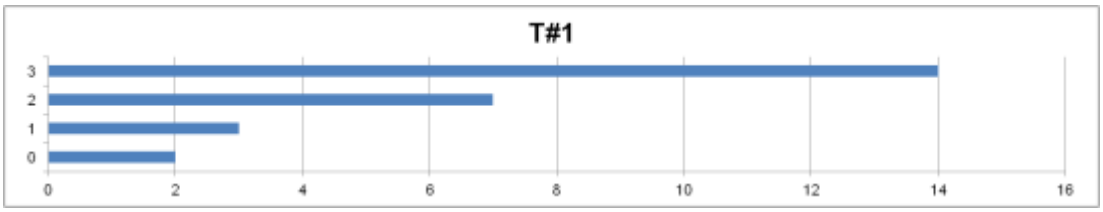
P#1

İlk ölçüt, uzun vadeli turizm planıyla ilgilidir. Araştırmada, turizm planlarında hedef bölge olarak Kazdağı, "Troya Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi" kapsamında anılmakta, termal ve klimaterapi potansiyelinden bahsedilmektedir. Kazdağı hedef bölgesine yönelik başka bir uzun vadeli ve pro-aktif bir plan bulunmamaktadır. Buna rağmen, yoğun yerel girişimler görülmüştür. Sonuç olarak, orta sürdürülebilirliğe işaret eden "turizm planı var" seçeneği uygundur:

#	SÜRDÜRÜLEMEZ GELİŞİM	ZAYIF SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	ORTA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	GÜÇLÜ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
P#1	Plan yok	Resmi plan yok, yerel girişimler var	**Turizm planı var**	Uzun vadeli, pro-aktif turizm planlaması var

T#1

Turistik ürün ile ilgili, tesislerden elde edilen sonuç şu şekildedir:



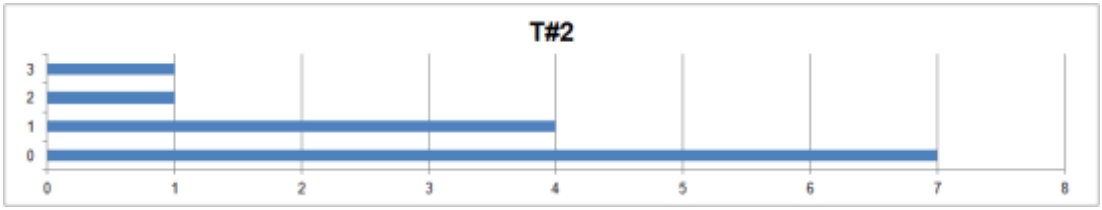
Ortalama: 2,27 Mod: 3 Medyan: 3

Kazdağı'nın doğal ve kültürel miras potansiyelinin yeterince değerlendirilmediği görülmüştür. Ayrıca tüm tesisler yaratıcı turizm etkinliklerine yer vermemektedir. Ortalama değer de orta sürdürülebilirlik alanında yer almıştır. Sonuç olarak Kazdağı'nın mevcut turistik ürününün zenginleştirilmiş ürün olduğu sonucuna ulaşılabilir:

#	SÜRDÜRÜLEMEZ GELİŞİM	ZAYIF SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	ORTA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	GÜÇLÜ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
T#1	Jenerik ürün	Özel ilgiye yönelik ürün	**Zenginleştirilmiş ürün**	Doğal ve kültürel miras, yaratıcı turizm

T#2

Yoğunlaşma ile ilgili, tesislerden elde edilen sonuç şu şekildedir:



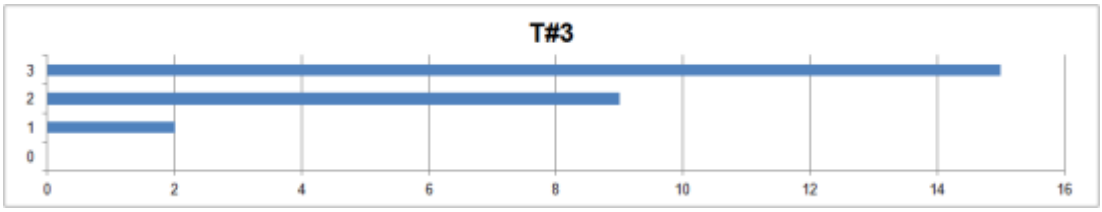
Ortalama: 0,7 Mod: 0 Medyan: 0

Görüşülen hemen hemen tüm tesisler, yüksek bir mevsimsel yoğunlaşma belirtmiştir. Edremit körfezi kıyı turizmi bölgelerinde yaşanan mevsimsellik, destekleyici turistik ürün kapsamında Kazdağı'nı ziyaret eden turistler tarafından bu bölgeye de yansımaktadır. Kazdağı'nın mevsim dışı çekiciliği değerlendirilememektedir. Ulaşım zorlukları da bunda büyük pay oynamaktadır. Sayısal verilerle de desteklenen sonuç, şüphe bırakmayacak kesinlikte yüksek yoğunlaşmayı işaret etmektedir:

#	SÜRDÜRÜLEMEZ GELİŞİM	ZAYIF SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	ORTA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	GÜÇLÜ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
T#2	**Yüksek yoğunlaşma**	Orta yoğunlaşma	Düşük yoğunlaşma	Çok düşük yoğunlaşma

T#3

Yiyecek – içecek üretiminin çekimine dayalı (özellikle tarımsal) turizm ile ilgili özgünlük durumunda, tesislerden elde edilen sonuçlar şu şekilde olmuştur:



Ortalama: 2,5 Mod: 3 Medyan: 3

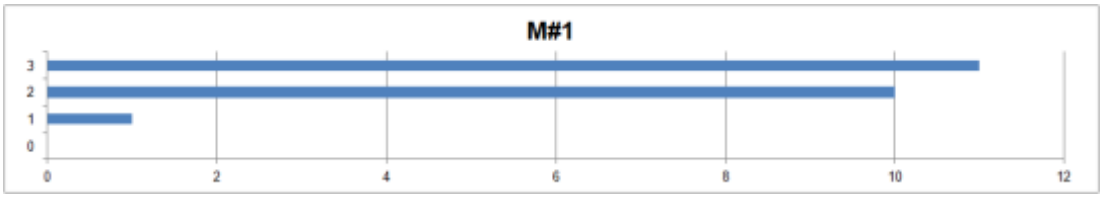
Alanda görüşülen, tesiste yiyecek – içecek üretimi yapan hemen hemen tüm katılımcılar, turistlerin arka bölgeye girmesini teşvik ettiklerini açıklamışlardır. Ağırlıklı

olarak derin, ayrıca bir miktar sahnelenmiş özgünlük gözlemlenmiştir. Sayısal verilerle de desteklendiği üzere, ölçüt güçlü sürdürülebilirlik sonucunu vermektedir:

#	SÜRDÜRÜLEMEZ GELİŞİM	ZAYIF SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	ORTA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	GÜÇLÜ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
T#3	Kurgusal durum	Yapmacık özgünlük	Yüzeysel / sahnelenmiş özgünlük	**Derin özgünlük**

M#1

Bölgesel kimlik ile ilgili olarak, tesislerden şu sonuçlar alınmıştır:



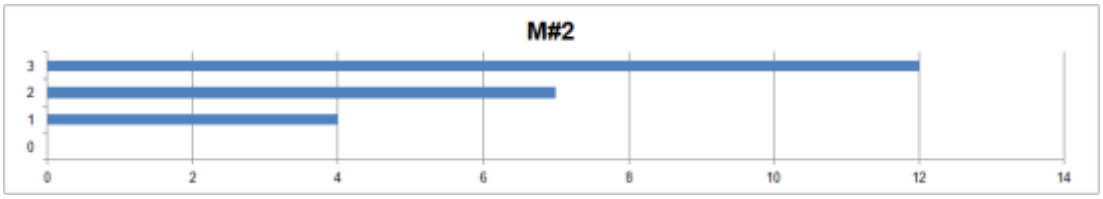
Ortalama: 2,45 Mod: 3 Medyan: 2,5

Tesislerden elde edilen sayısal sonuç tam olarak yarı yarıya güçlü ve sürdürülebilirliğe dağılmıştır. Fakat alan araştırmasındaki gözlemler, Kazdağı köylerinin belirgin, tutarlı ve ayırt edici bir kırsallıktan uzak olduğunu göstermiştir. Göç verdiği için geri kalmış köyler ile şehirden göç aldığı için kırsallıktan uzaklaşmış olanlar arasında da belirgin farklar mevcuttur. Bu sebeple sonuç “karmaşık bölgesel kimlik” olarak çıkmaktadır:

#	SÜRDÜRÜLEMEZ GELİŞİM	ZAYIF SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	ORTA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	GÜÇLÜ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
M#1	Jenerik bölge	Ayırt edici olmayan bölgesel kimlik	**Karmaşık bölgesel kimlik**	Somut bölgesel kimlik ve marka

M#2

Mekân algısı ile ilgili diğer bir ölçüt olan kırsal uyum ile ilgili elde edilen sonuçlar şu şekildedir:



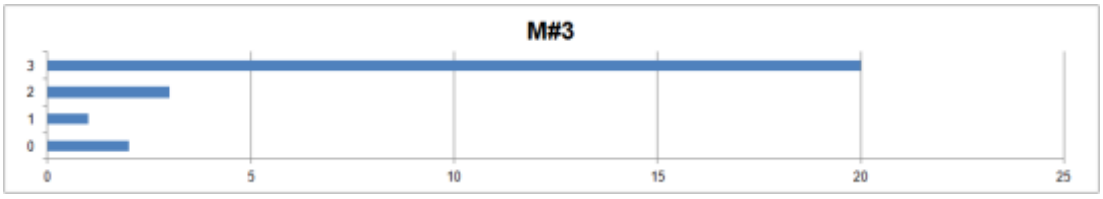
Ortalama: 2,35 Mod: 3 Medyan: 3

Gözlemler sayısal verilere uymaktadır. Turistik ürün ile kırsallık uyumu her durumda sağlanamamaktadır. Çok uyumlu durumların yanında, bazı tesisler mimari veya sosyal anlamda bölgeye uymamakta, bazı köyler de aldığı göçler sonucunda yaşam şekli ve yapılanma anlamlarında kırsallıktan uzaklaşmaktadır. Sonuç "orta uyum ve kırsallık" olmuştur:

#	SÜRDÜRÜLEMEZ GELİŞİM	ZAYIF SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	ORTA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	GÜÇLÜ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
M#2	Kentsel görünüm	Düşük kırsallık	**Orta uyum ve kırsallık**	Yüksek uyum, tam kırsallık

M#3

Mimari ve doğal peyzaj ile ilgili tesislerden alınan sonuçlar şu şekildedir:



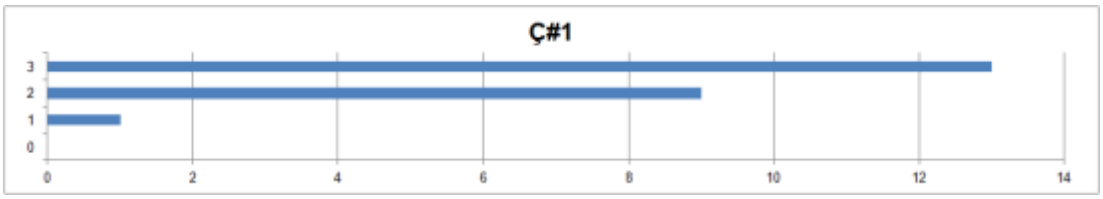
Ortalama: 2,58 Mod: 3 Medyan: 3

Ziyaret edilen tesislerin hemen hemen hepsi bölgeye uyumlu mimari ve doğal yapıya sadık kalmıştır. İmar düzenlemesi olan köylerde mecburi olan bu durum, olmayan yerlerde de tesis sahiplerinin duyarlılığıyla korunmuştur. Tesisler görsel kırsallığın turistik üründeki öneminin farkındadır. Sonuç güçlü sürdürülebilirlik yönündedir:

#	SÜRDÜRÜLEMEZ GELİŞİM	ZAYIF SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	ORTA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	GÜÇLÜ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
M#3	Standart yapılaşma	Yerel mimari yapılar	Yerel mimari ve peyzaja uyum	**Yerel mimari, peyzaja uyum ve doğal yapı malzemeleri**

Ç#1

Çevresel sürdürülebilirlikle ilgili sonuçlar şu şekildedir:



Ortalama: 2,52 Mod: 3 Medyan: 3

Tesislerin çevre koruma duyarlılıkları ile tarımda geleneksel ve doğal yöntemlere *(ekolojik / sertifikasız organik tarım)* dönme eğilimleri sevindiricidir. Fakat yerel yönetimler çevre koruma girişimlerini destekleyememektedir. Pek çok köyde atık ve kanalizasyon sorununa ek olarak atıkların ayrıştırılması ve geri dönüşümü için olanak bulunmamaktadır. Dahası maden arama çalışmaları, düzensiz yapılaşma, orman yangınları ve yeni zeytinlik tasarısı doğa üzerinde sürekli tehdit oluşturmaktadır. Bu sebeple, sayısal verilere rağmen olarak çevresel sürdürülebilirlik "orta" kabul edilmiştir.

#	SÜRDÜRÜLEMEZ GELİŞİM	ZAYIF SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	ORTA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	GÜÇLÜ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
Ç#1	Doğal kaynaklar sömürülüyor	Çevre muhasebesi uygulamaları	**Ekolojik etkinlik**	Doğa koruma ve olumlu dışsallıklar, organik / ekolojik tarım, yeşil ekonomi uygulamaları

S#1

Yerel paydaşların karar ve planlarda söz hakkı ile ilgili şu sonuçlar elde edilmiştir:

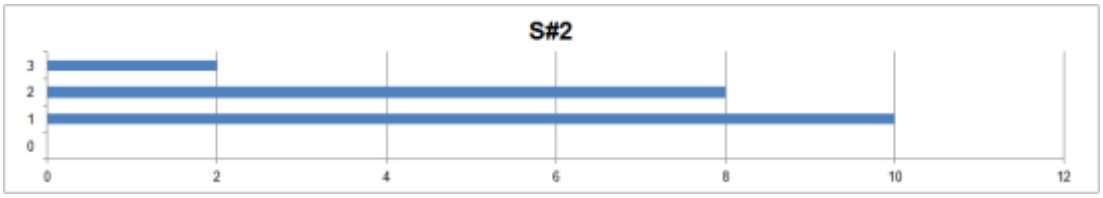
Ortalama: 1 Mod: 0 Medyan: 0

Tesislerden alınan geribildirimler şüpheye yer bırakmayacak şekilde yerel yönetimlerin ve kalkınma ajanslarının turistik tesisleri ve küçük girişimleri yeterince desteklemediğini, karar ve planlarda paydaşların görüşünü almadığını göstermektedir:

#	SÜRDÜRÜLEMEZ GELİŞİM	ZAYIF SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	ORTA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	GÜÇLÜ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
S#1	**Yerel halk ve girişimciler planlara ve kararlara katılmıyor**	Yerel halk ve girişimciler planlara düşük oranda katılıyor	Yerel halk ve girişimciler planlara katılıyor	Yerel halk ve girişimciler planlara ve kararlara katılıyor

S#2

Turizmden elde edilen faydaların dağılımı ile ilgili sonuçlar şu şekildedir:



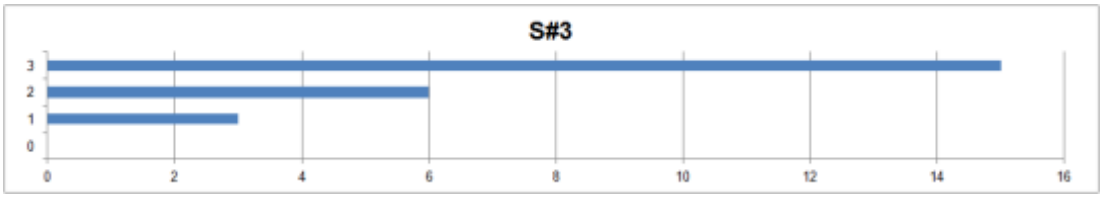
Ortalama 1,6 Mod: 1 Medyan: 1,5

Yerel halk turizmi yeni yeni kabul etmeye, ev pansiyonculuğu ve turistik tesislere işgücü ve tedarik malları sağlamaya başlamıştır. Bölgede yabancı merkezli girişime nadiren rastlanmıştır. Girişimciler ya yerli ya da bölgeye yerleşmişlerdir. Mevcut durumda "turizmden elde edilen faydalar yerel paydaşlarca paylaşılmamaktadır". Yakın gelecekte, özellikle Agrida gibi bölgesel ekonomiyi canlandırmayı amaçlayan girişimlerin gelişmesiyle durumun düzeleceği öngörülebilir:

#	SÜRDÜRÜLEMEZ GELİŞİM	ZAYIF SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	ORTA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	GÜÇLÜ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
S#2	Turizmden elde edilen faydalar tamamen bölge dışında paylaşılıyor	**Turizmden elde edilen faydalar yerel paydaşlarca paylaşılmıyor**	Turizmden elde edilen faydalar yerel paydaşlarca paylaşılıyor	Turizmden elde edilen faydalar yerel paydaşlarca eşit paylaşılıyor

S#3

Yerel kaynak kullanımı ile ilgili sonuçlar şu şekildedir:



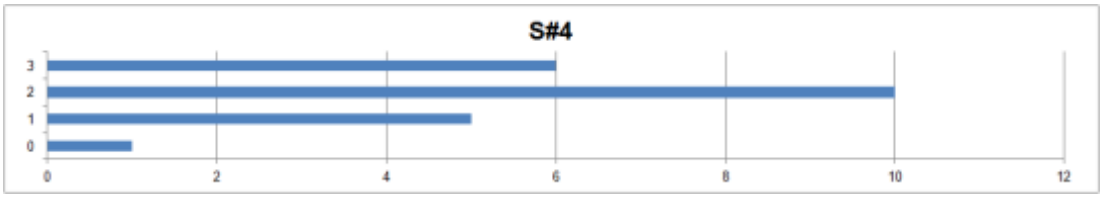
Ortalama: 2,5 Mod: 3 Medyan: 3

Kazdağı etrafının her türlü besin maddesinin yetişmesine uygun verimli toprakları ve iklimi sayesinde tesisler kendi besinlerini yetiştirebilmekte veya sürdürülebilir biçimde kalite standartlarını koruyabilen taze besinlere ulaşabilmektedir. Bu, yerel satın alma yoluyla bölge ekonomisini güçlendirmekte, yerel üreticilere satış olanağı ve çeşitlendirme sağlamakta, masrafları ve karbon üretimini azaltmakta, turistlerin mekân algısını desteklemektedir. Dahası yapı malzemeleri de bölgeden sağlanabilmektedir. Bölgenin su kaynakları da yeterlidir. Bu doğrultuda tesislerin çoğu tüm gereksinimlerini yerel kaynaklarla karşılamaktadır.

#	0 SÜRDÜRÜLEMEZ GELİŞİM	1 ZAYIF SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	2 ORTA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	3 GÜÇLÜ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
S#3	Yerel kaynak kullanımı yok	Yoğun dış kaynak kullanımı	Dış kaynak kullanımı var	**Tam yerellik**

S#4

Yerel istihdam ile ilgili sonuçlar şu şekildedir:



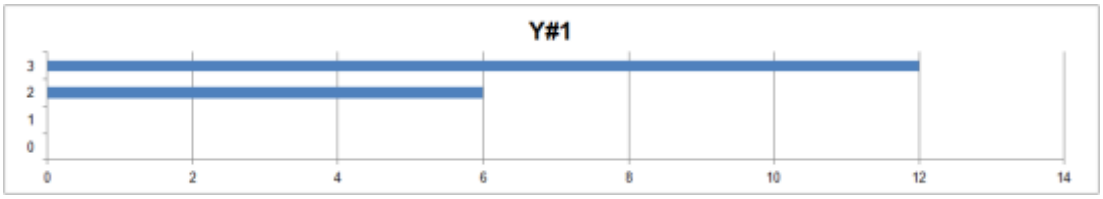
Ortalama: 1,95 Mod: 2 Medyan: 2

Küçük işletme sahipleri tesislerini kendileri işletmekte, çok sayıda personel çalıştırmamaktadır. Daha büyük ölçekli tesisler ise nitelikli çalışan için bölge dışına erişmek zorunda kalmaktadır. Çalışanların yabancı dil bilme oranı düşüktür. Yoğun göçler sonucu köylerde çalışma yaşında nüfus kalmamıştır ve personel ilçe merkezlerinden temin edilmektedir. Ayrıca istihdam analizinde de yeterli istihdam yaratılamadığı görülmüştür. Sayısal verilerle de desteklendiği gibi, "çoğunlukla yerli çalışanlar" bulunmaktadır:

#	SÜRDÜRÜLEMEZ GELİŞİM	ZAYIF SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	ORTA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	GÜÇLÜ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
S#4	Yabancı çalışanlar	Yabancı ve yerli çalışanlar	**Çoğunlukla yerli çalışanlar**	Yerli ve eğitimli çalışanlar

Y#1

Üretim ölçeği ile ilgili sonuçlar şu şekildedir:



Ortalama: 2,67 Mod: 3 Medyan: 3

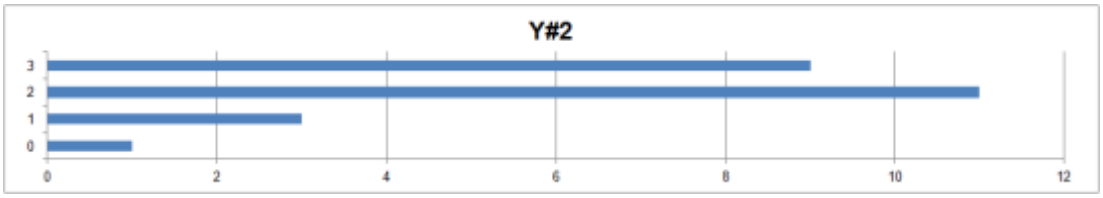
Kazdağı'nda birkaç orta ölçekli işletmenin varlığına rağmen, üretim geniş ölçüde küçük ölçekte yapılmaktadır. Üretim yapan turistik tesisler de kendi gereksinimini karşılamaya odaklanmıştır. Turizm hem doğrudan satış hem de tedarik

anlamında küçük üreticileri desteklemektedir. Kaliteli yerel ürünler turistik çekim yaratmaktadır.

#	SÜRDÜRÜLEMEZ GELİŞİM	ZAYIF SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	ORTA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	GÜÇLÜ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
Y#1	Büyük üreticiler ve kitle üretimi egemen	Orta ölçekli üretim, küçük üreticilerin hayatta kalması zor	Küçük üreticiler için turizm çeşitlendirme aracı	**Küçük üreticiler için doğrudan satış olanakları, teknik ve mali destek**

Y#2

Besin üretimi ve turistik tesislerin standart ve sertifikalarıyla ilgili sonuçlar şu şekildedir:



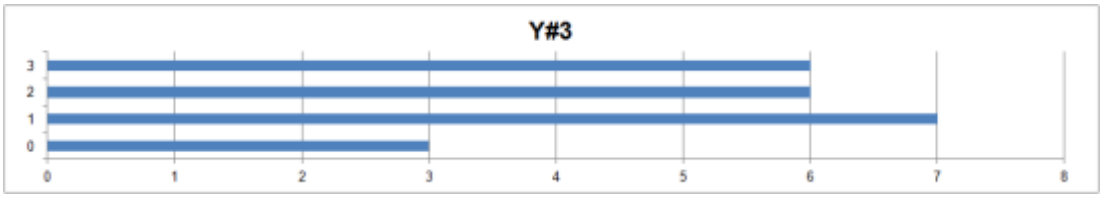
Ortalama: 2,17 Mod: 2 Medyan: 2

Yerel ürünler kaliteli ve doğal olmakla beraber, ciddi bir denetime veya sertifikasyona sahip değillerdir. Daha sürdürülebilir görülen sertifikasız organik tarımın denetimi sıcak doğrulama veya özdenetim yollarıyla yapılmaktadır. Bölgede yapılan üretim birkaç istisna haricinde yerleşik bir marka veya logoya da sahip değildir. Turistik tesislerin de birkaç tanesi Bakanlık belgesine ve standart belirten sertifikaya sahiptir. Bakanlık belgeli tesisler daha çok kıyı turizmi merkezlerinde yoğunlaşmıştır. Bakanlığın, kalkınma ajanslarının ve yerel derneklerin hem besin üreticileri, hem de turizm tesisleri için teknik destek ve standart uygulamalarını yapması gerekmektedir. Sonuç olarak, standartların varlığından ve sertifikaların yokluğundan bahsedilebilir:

#	SÜRDÜRÜLEMEZ GELİŞİM	ZAYIF SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	ORTA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	GÜÇLÜ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
Y#2	Standartlar ve sertifikalar yok	Belirli standartlar var	**Standartlar var, sertifikalar yok**	Besin üretimi ve turistik hizmeti kapsayan standartlar ve sertifikalar var

Y#3

Yerel gastronomiyle ilgili sonuçlar aşağıdaki gibidir:



Ortalama: 1,68 Mod: 1 Medyan: 2

Yerel yemeklere tesisler değişen oranda önem vermektedir. Bilinmeyen yemekleri ve mutfak kültürü öğelerini araştırıp mönüsüne yerleştiren, hatta bunlar üzerinde yeni denemeler yapan işletmeler olduğu gibi, yerel yemeklere hiç yer vermeyen tesisler de bulunmaktadır. Kazdağı'na özgü bir mutfak geliştirilmesi ve turistlere sunulmasının önemi açıktır. Gözlemlerden ayrıt edici bir sonuç çıkmadığı için sayısal verilerden hareket edilerek "mönüde standart ve yerel yemekler" bulunduğu sonucu çıkarılmıştır:

#	SÜRDÜRÜLEMEZ GELİŞİM	ZAYIF SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	ORTA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	GÜÇLÜ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
Y#3	Mönüde standart yemekler	**Standart ve yerel yemekler**	Ağırlıklı yerel yemekler	Yerel ve özgün yemekler

Sonuçlar şablon üzerine yerleştirildiğinde şu sonuç çıkmıştır:

Tablo 3.3. Turistik Çekim Unsuru Olarak Yerel Yiyecek - İçecek Üretiminin Ekonomik Sürdürülebilirliği: Kazdağı Örneği

#	0 SÜRDÜRÜLEMEZ GELİŞİM	1 ZAYIF SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	2 ORTA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	3 GÜÇLÜ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
P#1	Plan yok	Resmi plan yok, yerel girişimler var	**Turizm planı var**	Uzun vadeli, pro-aktif turizm planlaması var
T#1	Jenerik ürün	Özel ilgiye yönelik ürün	**Zenginleştirilmiş ürün**	Doğal ve kültürel miras, yaratıcı turizm
T#2	**Yüksek yoğunlaşma**	Orta yoğunlaşma	Düşük yoğunlaşma	Çok düşük yoğunlaşma
T#3	Kurgusal durum	Yapmacık özgünlük	Yüzeysel / sahnelenmiş özgünlük	**Derin özgünlük**
M#1	Jenerik bölge	Ayırt edici olmayan bölgesel kimlik	**Karmaşık bölgesel kimlik**	Somut bölgesel kimlik ve marka
M#2	Kentsel görünüm	Düşük kırsallık	**Orta uyum ve kırsallık**	Yüksek uyum, tam kırsallık
M#3	Standart yapılaşma	Yerel mimari yapılar	Yerel mimari ve peyzaja uyum	**Yerel mimari, peyzaja uyum ve doğal yapı malzemeleri**
Ç#1	Doğal kaynaklar sömürülüyor	Çevre muhasebesi uygulamaları	**Ekolojik etkinlik**	Doğa koruma ve olumlu dışsallıklar, organik / ekolojik tarım, yeşil ekonomi uygulamaları
S#1	**Yerel halk ve girişimciler planlara ve kararlara katılmıyor**	Yerel halk ve girişimciler planlara düşük oranda katılıyor	Yerel halk ve girişimciler planlara katılıyor	Yerel halk ve girişimciler planlara ve kararlara katılıyor
S#2	Turizmden elde edilen faydalar tamamen bölge dışında paylaşılıyor	**Turizmden elde edilen faydalar yerel paydaşlarca paylaşılmıyor**	Turizmden elde edilen faydalar yerel paydaşlarca paylaşılıyor	Turizmden elde edilen faydalar yerel paydaşlarca eşit paylaşılıyor
S#3	Yerel kaynak kullanımı yok	Yoğun dış kaynak kullanımı	Dış kaynak kullanımı var	**Tam yerellik**
S#4	Yabancı çalışanlar	Yabancı ve yerli çalışanlar	**Çoğunlukla yerli çalışanlar**	Yerli ve eğitimli çalışanlar
Y#1	Büyük üreticiler ve kitle üretimi egemen	Orta ölçekli üretim, küçük üreticilerin hayatta kalması zor	Küçük üreticiler için turizm çeşitlendirme aracı	**Küçük üreticiler için doğrudan satış olanakları, teknik ve mali destek**
Y#2	Standartlar ve sertifikalar yok	Belirli standartlar var	**Standartlar var, sertifikalar yok**	Besin üretimi ve turistik hizmeti kapsayan standartlar ve sertifikalar var
Y#3	Mönüde standart yemekler	**Standart ve yerel yemekler**	Ağırlıklı yerel yemekler	Yerel ve özgün yemekler

Ortalama: 1,87 Mod: 2 Medyan: 2

Sonuç olarak, Kazdağı'nda yerel yiyecek – içecek üretiminin çekim unsuruna dayalı gelişen turizmin ekonomik olarak orta derecede sürdürülebilir olduğu kesin bir ifadeyle söylenebilir.

SONUÇ

Yerellik, yiyecek – içecek ürününün üretildiği coğrafi alandan çok daha geniş olarak, ürünün o bölgeyle olan tarihsel ve kültürel bağları, o bölgeye özgü ve ayırt edici niteliği, üretim ile ilgili eylemleri, bölgenin kültürel ve doğal peyzaj unsurları gibi pek çok farklı boyutu bir arada taşıyan bir kavramdır. Ziyaretçiler, hedef bölgeye geldiklerinde mekânı algılarken yiyecek – içecek ürününün duyusal özelliklerinin yanında, üretimin ardındaki öyküyü, kırsal huzuru, bozulmamış doğayı, geniş alan duygusunu ve destekleyici diğer doğal ve kültürel unsurları da deneyimlediklerinde daha bütünsel ve yaratıcı bir deneyim yaşamış olacaklardır.

Yerel yiyecek – içecek üretiminin çekim unsuruna dayalı turistik gelişimden tüm paydaşlara fayda sağlaması beklenmektedir. İdeal durumda yerel üreticiler doğrudan satış, ekonomik faaliyeti çeşitlendirme ve endüstriyel besin üretimiyle rekabet olanakları elde edecek, ekonomik etkinliğini sürdürme fırsatına kavuşacaktır. Ekonomik etkinliği devam eden kırsal yerleşimlerde özellikle üretken nüfusun göçü önlenecek, bölge kamu yatırımlarından yeterli payı alabilecektir. Yerel halk toplumsal yapısını koruyup geliştirecek, refah oranını yükseltecek, doğal ve kültürel çevrenin korunması bilincine ulaşacaktır. Endüstriyel üretime seçenek yöntemler toprağı koruyacak, insan sağlığına faydalı, çeşitli ve kaliteli besinler üretecektir. Özgün deneyim arayışındaki ziyaretçiler için tatmin edici, bütünsel bir turistik ürün sunmak mümkün olacaktır. Gelişen küçük ölçekli hedef bölgeler, yeni yatırım olanaklarının yanında kitle turizmine seçenek yaratacak, yoğunlaşmanın azalmasına katkıda bulunacaktır. Yerel kaynak kullanımı sızıntıyı önleyerek yüksek katma değer ve çarpan etkisi yaratacaktır.

Bu ideal durum, sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle örtüşmektedir; toplumların kalkınmasının sürekli olabilmesi için tüm paydaşların fayda sağlaması gereklidir. Gelişimden yüksek ekonomik fayda beklemek doğaldır; fakat kaynakların sömürülmesi pahasına bir gelişim, sürdürülemez olacaktır. Kaynak kullanımı ile ekonomik fayda dengesi de sürdürülebilirliğin en temel sorunlarından birini oluşturmaktadır. Turizm gelişimi de, kendisinden beklenen ekonomik faydaları verdiği sürece sürdürülebilir olacaktır. Bu faydaları ancak kaynağını oluşturan çekim gücünü koruması durumunda verebilecektir. Ekonomik fayda mümkün olduğunca yerel halka ve eşit biçimde sağlanmalıdır.

Sürdürülebilirliğe ekonomik bir yaklaşım, kaynakları maliyet kalemi olarak ele alma eğilimindedir. Özellikle turizmde pek çok çekim unsuru serbest mal olarak

değerlendirilmektedir. Kaynakları sınırsız ve sıfır maliyetli olarak ele almak ise sürdürülemez bir gelişime neden olur. Zayıf bir sürdürülebilirlik anlayışı sayısal olarak hesaplanması zor olan kaynaklara değer belirleyerek, bunları muhasebeleştirmeyi amaçlar. Bu durumda asıl soru, ne kadarlık ekonomik faydanın kaynak kullanımını haklı çıkaracağı üzerinde yoğunlaşmaktadır ve fayda maliyeti aştığı sürece kaynak kullanımı sürecektir. Daha sürdürülebilir bir yaklaşımda ise, kaynak kullanımının nominal değil fırsat maliyeti üzerinde durulmaktadır. Burada kaynakların etkin ve tasarruflu kullanımı odak noktası olmaktadır. Güçlü bir sürdürülebilirlik anlayışı ise kaynakları ve bunların kendini yenileyebilme hızını başlangıç noktası olarak almaktadır. Bu anlayışta, hiçbir ekonomik fayda kaynak tüketimini haklı göstermemektedir.

Çalışmada böyle bir üçlü sürdürülebilirlik ölçeği, çekim unsurunu yerel yiyecek – içecek üretiminin oluşturduğu turistik gelişime uygulanmıştır. Bunun için çekim unsurunun ve gelişimin özellikleri, uygulama alanının özellikleri ile sürdürülebilir kalkınma ilkelerinin yanında benzer sürdürülebilirlik ölçütleri derlenmiş ve bir ölçüm şablonu oluşturulmuştur. Şablon maddeleri de uygulama alanında araştırılarak maddeler halinde sonuçlara ulaşılmıştır.

Uzun vadeli turizm planı sürdürülebilir bir turizm gelişimi için öncelikli öneme sahiptir. Şablonda da ilk ölçüt olarak verilmiştir. Doğrudan Kazdağı ile ilgili uzun vadeli bir turizm planı olmamasına rağmen, bölgeyi ve benzer turistik ürün çeşitlerini de ilgilendiren turizm planı mevcuttur. Bu ölçüt, orta sürdürülebilirlik sonucunu vermiştir.

İkinci ölçüt grubu turistik ürünün kendisiyle ilgilidir. İlk ölçüt ürünün ne kadar bütünsel olduğunu ölçmektedir. Mevcut turizm gelişimi, doğal ve kültürel mirası da içeren yaratıcı bir deneyim sunmamakla beraber zenginleştirilmiş bir özellik taşımaktadır. İkinci ölçüt yoğunlaşmayla ilgilidir ve Kazdağı'nın en önemli sorunlarından biri olarak ortaya çıkmıştır. Yoğunlaşma sürdürülebilir turizm gelişimi önünde ciddi bir engel olarak görülmelidir. Fakat üçüncü ölçüt olan özgünlükte bölge girişimcileri tarım ve turizm etkinliklerini beraber yürütmekte ve ziyaretçileri arka bölgelerde ağırlamakta ve güçlü sürdürülebilirlik özellikleri göstermektedir.

Üçüncü grup, bölgenin kültürel peyzajıyla ilgilidir. İlk olarak, bazı köyler tutarlı bir bölgesel kimlik sergilememekte ve köyler birbirlerinden farklı görüntüler verebilmektedir. Özellikle köyler arasında belirgin bir gelişmişlik farkı görülmüştür. Karmaşık olmakla beraber, ayırt edici bir kimlik bulunmaktadır. Kırsal uyum ölçütü de orta sürdürülebilirlik sonucunu vermiştir; kırsal yaşam, görüntü ve eylemler kesin olarak deneyimlenmekle beraber, şehirlerden aldığı göç sonucu yeni ve üretken

olmayan nüfus kesimi belirli bir uyumsuzluğa neden olmaktadır. Üçüncü olarak, mimari anlamda bölge güçlü sürdürülebilirlik sonucunu vermiştir. Köylerde yasal olarak veya uygulamada belirli bir imar düzenlemesi bulunmaktadır. Yerel mimari özellikler korunmuş, konut ve tesisler doğal peyzaja uyum sağlamıştır. Binalar genel olarak doğal taştan yapılmıştır ve doğal bahçe düzenlemelerine sahiptir.

Dördüncü grup sosyal sürdürülebilirlikle ilgilidir. İlk ölçüt olan yerel halkın plan ve kararlara katılımı, bölgenin en önemli diğer sorununu ortaya çıkarmıştır. Tesislerin neredeyse hepsi yerel yönetimlerden yeterli desteği görememekten yakınmıştır. Yine turizmden elde edilen faydaların yerel paydaşlarca yeterince paylaşılmadığı görülmüştür. Girişimin aksine, diğer kaynakların tam olarak yerel olduğu saptanmıştır. Özellikle yiyecek – içecek hammaddeleri tamamen bölgeden tedarik edilmekte, yerel üretim desteklenmektedir. Çalışanlar da büyük oranda yereldir; fakat nitelikli çalışan bulmak önemli bir sorundur.

Son grup yiyecek – içecek ürünleriyle ilgilidir. İlk ölçüt olan üretim ölçeği güçlü bir sürdürülebilirliğe işaret etmektedir. Bölgedeki üretim genel olarak küçük ölçeklidir ve küçük üreticiler mali ve teknik desteğe ulaşabilmektedir. Turizm önemli bir çeşitlendirme aracı olarak görülmektedir. Fakat standartlar ve markalama konularında atılması gereken önemli adımlar bulunmaktadır. Bölgede saptanan zengin yerel yemek kaynağına rağmen tüm tesisler bu konuda çaba göstermemekte, çoğu tesisin mönüsünde yerel yemeklerin yanında standart yemekler de yer almaktadır.

Araştırma sürecinde yapılan görüşme ve gözlemlerin uygulandığı şablon, Kazdağı'nda çekim gücünü yerel yiyecek – içecek üretiminin oluşturduğu turistik ürünün orta sürdürülebilirlik özelliği gösterdiği sonucunu vermiştir. Bu durumun zorunluluk veya yerel yönetimlerden ziyade, tesislerin tercihleri ve talebin yönlendirmesiyle olduğu da belirtilmelidir. Bir hedef bölge olarak yaşam döngüsünün başlangıç aşamalarında olan Kazdağı'nda gelişen turizmin sorunlar giderilerek gelecekte daha güçlü bir sürdürülebilirliğe ulaşması için çalışılmalıdır. Aksi durumda bölgenin daha az sürdürülebilir bir gelişim göstermesi ve yaşam sürecinin son aşamalarına geçmesi riski bulunmaktadır. Aşağıda bu sorunlar ve olası çözüm önerileri verilmiştir.

Öncelikle, eksik görülen uzun vadeli ve proaktif planlamanın, Kazdağı'nı bir hedef bölge olarak tanımlayıp, yiyecek – içecek ile ilgili zenginliklerini de kapsayarak hazırlanması ve uygulanması şarttır. Mikro anlamda da, öngörülen yeni turizm eylem planında yer alan tematik köyler kapsamında Kazdağı köylerinin de yerini alması öngörülebilir. Turizm Bakanlığı'nın gelecek planlarında konuyla ilgili çalışmalar

beklenmektedir. Ayrıca turizm il müdürlükleri önderliğinde yerel yönetimler, yerel toplum, girişimciler ve çalışanların bir araya gelerek fikirlerini paylaşabileceği bir ortama gereksinim duyulmaktadır ve bu ortamda geliştirilen fikirler Kazdağı turizm gelişim planında yer almalıdır. Bölgenin iki şehrin sınırları içinde olması yönetim anlamında belirsizlikler oluşturmaktadır. Bu sorunun çözümü için iki şehir belediyesinin ortak bir çalışma grubu oluşturması etkili olabilir. Bu çalışma grubunda yerel yönetim temsilcilerinin yanında tesis sahipleri ve diğer bölgesel paydaşların temsilcileri de yer almalıdır. Örnek olarak, tesis temsilciliğini Kazdağı'ndaki çok sayıda otelin üye olduğu KAZOD üstlenebilir. Bölgenin geleceğini belirleyen kararlarda bölgede yer alan paydaşların söz hakkına sahip olması bölge şartlarına daha uygun sonuçlar vereceği gibi, kararların benimsenmesi de kolaylaşacaktır.

Planda öncelikle hedef bölge özellikleri tanımlanmalı, doğal ve kültürel miras envanteri çıkartılmalıdır. Bu envanterde bölgede yetişen tarım ürünleri ve yerel yemekler de yer alacaktır. Böyle bir çalışma, destekleyici kültürel unsurları da barındıran, yerel yiyecek – içecek üretiminin çekim gücüne dayalı daha bütünsel bir turistik ürün ve daha yaratıcı bir turistik deneyim sunacaktır. Tesislerin de hizmet sunumlarında bu unsurlara göre hareket etmesi sağlanmalıdır. Günlük sosyal yaşamla desteklenen bu turistik ürün bölgeye belirgin bir bölgesel kimlik kazandırmalıdır. Bölgesel kimliğin yanında "Kazdağı" markası da bölge pazarlaması için yaşamsal önem taşımaktadır. Mevcut durumda, yerel girişimciler tarafından bireysel markalar oluşturulmaktadır. Bu çabaların ortak bir hedefe yönlendirilmesi, hem ürünlerin bir coğrafi köken kazanmasını, hem de ürünlere olan talebin artmasını sağlayacaktır. Doğaya saygılı, bozulmamış bir doğanın ve geleneksel kültür ve yaşam biçimlerinin içinde gelişen Kazdağı markası hem yerel ürünlere katma değer yaratacak, hem de bölgenin arzu edilen pazar kitlesine pazarlanmasına katkıda bulunacaktır.

Daha sürdürülebilir tarım uygulamaları teşvik edilmeli, küçük üreticiler tarım il müdürlükleri, ziraat fakülteleri, uzmanlar ve yerel gruplardan konuyla ilgili teknik destek alabilmelidir. Küçük üreticiler bilinçlendirilerek zararlı mücadelesi, sulama, yerel tohum kullanımı, üretim çeşitliliği, toprağa saygı, verim koruma gibi konularda daha geleneksel ve sürdürülebilir yöntemleri benimsemeleri sağlanmalıdır. Tarımın turizmle ilişkilendirilebilmesi için Buğday Derneği ve Agrida gibi öncü girişimler üreticilere destek sağlayabilirler. Ekonomik çeşitlendirme, doğrudan geribildirim ve satış olanağına kavuşan üreticiler sürdürülebilir yöntemleri daha kolay benimseyecektir. Bölgede kooperatifleşme hem düşük düzeydedir, hem de üreticiler

tarafından tercih edilmemektedir. Sadece zeytinyağı üretiminde kooperatifler belirli düzeyde etkinlik göstermektedir. Üreticilere TaTuTa ve ÇAYEK örneklerindeki gibi daha geleneksel üretim ve satış ağı seçenekleri sunulmalıdır.

Yoğunlaşma bölge turizminin en önemli sorunu olarak görülmektedir. Kıyıya bağlı konum nedeniyle tüm turist trafiği yazın yaşanmakta, Kazdağı'nın baharda ideal ikliminden yeterince faydalanılamamaktadır. Kış turizmi olanakları da kamp alanları haricinde yeterince değerlendirilememektedir. Bu durumla bağlantılı olarak, dağ köylerinin, özellikle kuzey taraftakilerin ulaşımının iyileştirilmesi, toplu ulaşım olanakları sağlanması ve bisiklet yolları düzenlenmesi gereklidir. Başka bir görüş de, kolay ulaşımın daha yoğun bir turist trafiğine ve taşıma kapasitesini zorlayan yığınlara neden olacağı yönündedir. Fakat ulaşım kolaylığı, bir hedef bölgenin gelişimi için zorunlu özelliklerdendir. Turist yoğunluğu ulaşım dışı yöntemlerle, özellikle fiyat kontrolü odaklı bir pazarlama ve planlama ile çözülmelidir. Gerekli görülmesi halinde, milli park sınırları genişletilerek bölgeye girişler denetlenebilir.

Bölgede mevsimsel yoğunlaşmanın aksine, ciddi bir bölgesel yoğunlaşma yaşanmamaktadır. Bazı köyler diğerlerine oranla daha fazla turist ağırlamakla beraber, bölge çok sayıda dağınık köyden oluşan bir görüntü vermektedir. Henüz turizme açılmamış veya yeterince gelişmemiş köyler de talep halinde kalkınma ajanslarından destek alabileceklerdir. Yine alt ve üstyapı gelişiminde yerel yönetimlere görev düşmektedir.

Köylerin verdiği ve aldığı göç, geleneksel yaşam şekillerinden uzaklaşmaya neden olarak köylerin kırsal uyumunu azaltmaktadır. Turizm yeni ekonomik seçenekler yaratarak göçü azaltabilir; fakat plansız turistik gelişim nedeniyle köylerin fazla turistik bir görünüme bürünerek kırsallığın kaybının önüne geçilmelidir. "Soylulaştırma" olarak da anılan şehirlerden köylere yeni nüfus yerleşimi bu uyumsuzluğu daha da artırabilir.

Yerel paydaşların doğaya gösterdikleri duyarlılığın yerel yönetimler tarafından gösterilmemesi üzücü bir durumdur. Fakat muhtemelen sorunlar arasında çözümü en kolay olanıdır. Aynı şekilde yerel yönetimlerin yerel halk ve girişimciler ile fikir alışverişinde bulunarak bölgeye en yüksek faydayı sağlayacak kararları alması gerekmektedir. Küçük girişimlerin Bakanlık ve kalkınma ajanslarından mali ve teknik destek almasının önündeki bürokratik engeller kaldırılmalı, yerel girişim teşvik edilerek turizmden sağlanan faydaların halka eşit biçimde yayılması sağlanmalıdır. Bölgede nitelikli turizm çalışanı bulmak da sorun olabilmektedir. Yerel yönetimler

üniversite ve eğitim merkezlerinden destek alarak meslek ve yabancı dil kursları düzenleyip MYK sertifikalı yerel çalışan havuzu yaratabilir.

Son olarak, Kazdağı bölgesinin gastronomik envanterine yönelik çalışmalar yapılmalıdır. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'nin bu yönde bir çalışması bulunmaktadır. Bu çalışmaların kapsamı genişletilerek doğrudan köylülerden sözlü gelenek yoluyla aktarılan yemek tarifleri ve yemek kültürü öğeleri alınmalıdır. Tesisler bu yemekleri mönülerine ekleyerek ve geliştirerek yemek kültürünün gelişmesini ve bölgede özgün bir gastronomik deneyimin oluşmasını sağlayabilir.

Çalışmada Kazdağı'ndaki mevcut durum araştırılmıştır. Bölgede başlangıç düzeyinde olan yerel yiyecek – içecek üretimine dayalı turizm gelişiminin gelecekteki seyri daha ileri araştırmalar için konu oluşturabilir. Bölgenin araştırma için uygun bir alan olduğunu görülmüştür. Süreç odaklı uzlaşı yaklaşımından hareketle, bölge turizminin sürdürülebilirliği ile ilgili zaman içinde hüküm verilebilecektir. Ayrıca konuyla ilgili talebe ve talebin sürdürülebilirliğine yönelik yeterli sayıda çalışma bulunmamaktadır. Konu ile ilgili daha ileri araştırma yapacak olanların talebin sürdürülebilirliği üzerine yoğunlaşması uygun olacaktır.

KAYNAKÇA

Akgül, Urungu, **Sürdürülebilir Kalkınma: Uygulamalı Antropolojinin Eylem Alanı,** Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Antropoloji Dergisi, 2010, Cilt: 24

Albeni, Necmettin **Kırsal Kalkınmada Organik Tarımın Rolü ve Bucak İlçesi Melli Yemişi (İncir) Örneği,** (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), T.C. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Isparta, 2011

Allen, Gary ve Ken Albala (ed), **The Business of Food,** Greenwood Publishing Group, CT, 2007

Altın, Murat ve Adnan Orak, Organik Tarım (8. Bölüm), **Erozyon, Doğa Ve Çevre,** TEMA Yayınları, 2006

Altunışık, Remzi ve diğerleri, **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri,** Sakarya Kitabevi, Sakarya, 2004

Armesto Lopez, X ve B Gomez Martin, **Tourism And Quality Agro-Food Products: An Opportunity for the Spanish Countryside,** Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie, 2006, Cilt: 97, Sayı: 2, ss. 166 – 177

Aslanertik, B. Esra ve Işıl Özgen, **Otel İşletmelerinde Çevresel Muhasebe,** DEÜ İşletme Fakültesi Dergisi, 2007, Cilt 8, Sayı 2, ss. 163 – 179

Aydemir, Güneşin, **Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği** Başkanı, http://www.bugday.org/portal/haber_detay.php?hid=6733 (01.08.2014)

Azatoğlu, Sema ve İskender Azatoğlu, **Kazdağı / İda Doğa ve Kültür Gezi Rehberi,** İdaköy Çiftlik Evi Yayını, 2011

Bardakoğlu, Övünç, **Turistik Ürün Bakımından Destinasyon Planlaması Ve**

Pazarlaması Kapsamında İzmir Turizminin Değerlendirilmesi ve Geliştirilmesine Yönelik bir Model Çalışması, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2011

Bessière, Jacinthe, **Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas,** European Society for Rural Sociology (Sociologia Ruralis), 1998, Cilt: 38, Sayı: 1, ss. 21 – 34

Bozloğan, Recep, **Sürdürülebilir Gelişme Düşüncesinin Tarihsel Arka Planı,** Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi Yayını, 50. Kitap, İstanbul, 2005, 1011 – 1028

Bucak, Turgay, Serdar Sünnetçioğlu ve Ayşe Sünnetçioğlu, **Şarap Turizminin Önündeki Yasal Engeller: Bozcaada Şarap Turizmi Örneği,** 15 Ulusal Turizm Kongresi Türkiye Bildiri Kitabı, ss. 1373 – 1385, Gazi Üniversitesi, Ankara, 2014

Chang, Richard C.Y., Jaksa Kivela, Athena H.N. Mak, **Attributes that Influence the Evaluation of Travel Dining Experience: When East Meets West,** Tourism Management, 2011, Cilt: 32, ss. 307 – 316

Civelek, Makbule, **Sürdürülebilirlik Kapsamında Agro-Turizm Ve Kırsal Kalkınma İlişkisi: Muğla Yöresindeki TaTuTa Çiftliklerinin Agro-Turizm Potansiyeli Yönünden Değerlendirilmesi,** (Yüksek Lisans Tezi), T.C Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla, 2013

Cohen, Erik, Scott A. Cohen, **Authentication: Hot And Cool,** Annals of Tourism Research, 2012, Cilt: 39, Sayı 3 ss. 1295 – 1314

Çerçi, Ayşegül, **Topluluk destekli tarım uygulamaları 1,** Yeşil Gazete, 28/07/2014, http://yesilgazete.org/blog/2014/07/28/topluluk-destekli-tarim-uygulamalari-1-aysegul-cerci/ (01.08.2014)

Çobanoğlu, Ferit, Ayşe Demet Karaman, Renan Tunalıoğlu ve Gülden Ova, **Dairy Firms' Characteristics and Practices Intended for Economic Sustainability and**

Food Safety in Aydın Region of Turkey, Kafkas Üniversitesi Veterinerlik Fakültesi Dergisi, 2011, Cilt: 17, Sayı: 5, ss. 707 – 712

Çolak, Elif, **Avrupa Birliği Eko-Yönetim Ve Tetkik Programı (EMAS) ve Türkiye'de EMAS Uygulamasının İncelenmesi,** T.C. Ankara Üniversitesi Avrupa Toplulukları Araştırma Ve Uygulama Merkezi, Orman Genel Müdürlüğü Ankara-2010 http://web.ogm.gov.tr/birimler/merkez/egitim/disiliskiler/Dokumanlar/AB-odev/elifcolak.pdf (29.07.2014)

Daugstad, Karoline ve Christoph Kirchengast, **Authenticity and the Pseudo-Backstage of Agri-Tourism**, Annals of Tourism Research, 2013, Cilt: 43, ss. 170 – 191

Demir, Cengiz ve Aydın Çevirgen, **Turizm ve Çevre Yönetimi – Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı,** Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2006

Di Domenico, MariaLaura, Graham Miller, **Farming and Tourism Enterprise: Experiential Authenticity in the Diversification of Independent Small-Scale Family Farming,** Tourism Management, 2012, Cilt: 33, ss. 285 – 294

Doğan, Hasan Zafer, **Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri**, Detay Yayıncılık, Ankara, İkinci Baskı, 2004

Doğaner Gönel, Feride, **Globalleşen Dünyada (Nasıl Bir) Sürdürülebilir Kalkınma,** Birikim Dergisi, 2002, Sayı: 158, ss. 72 – 80

Dowling, R., **An Environmentally-Based Planning Model for Regional Tourism Development,** Journal of Sustainable Tourism,1993, Cilt: 1, Sayı: 1, ss. 17 – 37

Duran, Erol, **Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Toplumsal ve Kültürel Kimliğin Korunması: Gökçeada Örneği,** (Yayınlanmamış Doktora Tezi), T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2009

Erdoğan, Nazmiye, **Kitle Turizmi, Alternatif Turizm ve Ekoturizmde**

Sürdürülebilirlik Üzerine bir Değerlendirme, Bildiri: Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı, Çankırı, 2003, http://files.nazmiye-erdogan.webnode.com.tr/200000284-896098a57a/Nazmiye%20Erdogan%20cankiri%20bildiri.doc (01.08.2014)

Ertek, Tümay, **Makroekonomiye Giriş,** Beta Yayınevi, İstanbul, 3. Baskı, 2008

European Union Directive 96/61/EC
#17http://en.wikipedia.org/wiki/Best_available_technology (29.07.2014)

Figge, Frank ve Tobias Hahn, **The Cost of Sustainability Capital and the Creation of Sustainable Value by Companies,** Journal of Industrial Ecology, the Massachusetts Institute of Technology and Yale University, 2005, Cilt: 9, Sayı: 4, ss. 47 – 58

Frisvoll, Svein, **Conceptualising Authentication of Ruralness,** Annals of Tourism Research, 2013, Cilt: 43, ss. 272 – 296

Gorchels, L., **Product Manager's Field Guide: Practical Tools, Exercises and Resources for Improved Product Management,** The McGraw-Hill Companies, 2003

Gönenç, İ. Ethem ve John Wolflin, **Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Yönetim Ve Karar Verme Süreci,**
http://igemportal.org/Resim/Surdurulebilirlilik_kavrami_ve_karar_verme.pdf (17.07.2014)

Günlü, Ebru, **Turizm Sosyolojisi** Ders Notları, TC Dokuz Eylül Üniversitesi, SBE Turizm İşletmeciliği Programı, İzmir, 2011

Hacıoğlu, N. ve C. Avcıkurt, (ed.), **Turistik Ürün Çeşitlendirmesi,** Nobel Yayınevi, Ankara, 2007

Hopwood, Bill, Mary Mellor ve Geoff O'Brien, **Sustainable Development: Mapping Different Approaches,** Sustainable Development, 2005, Cilt: 13, ss. 13 – 38

http://camtepe.org/?p=431 (27.08.2014)

http://cayek.org/sample-page/ (23.08.2014)

http://kazdagiekoturizm.com/project/hizir-kamp/ (15.08.2014)

http://tr.wikipedia.org/wiki/Adil_ticaret (15.07.2014)

http://www.adatepekoyu.com/ (11.08.14)

http://www.booking.com/ (01.08.2014)

http://www.bugday.org/portal/haber_detay.php?hid=6733 (25.08.2014)

http://www.bugday.org/portal/haber_detay.php?hid=7096 (22.08.2014)

http://www.bugday.org/portal/haber_detay.php?hid=7205 (22.08.2014)

http://www.csb.gov.tr/db/turkce/mevzuat/mevzuat601.doc (29.07.2014)

http://www.gites-de-france.com/, (04.07.2014)

http://www.kultur.gov.tr/TR,23264/turizm.html (09.07.2014)

http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/10/20131003-3.htm (29.07.2014)

http://www.sustainablemeasures.com/node/36 (22.07.2014)

http://www.tarim.gov.tr/BUGEM/Belgeler/Bitkisel%20%C3%9Cretim/%C4%B0yi%20Tar%C4%B1m%20Uygulamalar%C4%B1/%C4%B0TU%20Mevzuat/itu_yonetmelik_2014.pdf (15.08.2014)

http://www.tarim.gov.tr/Konular/Bitkisel-Uretim/Iyi-Tarim-Uygulamalari, (15.07.2014)

http://www.tarim.gov.tr/Konular/Bitkisel-Uretim/Tarla-Ve-Bahce-Bitkileri/CATAK (15.07.2014)

http://www.tasmektep.com/birkoy.htm (11.08.14)

http://www.tatuta.org/?p=301&pg=8&lang=tr (23.08.2014)

http://www.yerelnet.org.tr/koyler/koy.php?koyid=237933 (25.08.2014)

http://www.yerelnet.org.tr/koyler/koy.php?koyid=237937 (26.08.2014)

http://www.yerelnet.org.tr/koyler/koy.php?koyid=237938 (26.08.2014)

http://www.yerelnet.org.tr/koyler/koy.php?koyid=237948 (27.08.2014)

http://www.yerelnet.org.tr/koyler/koy.php?koyid=240992 (12.08.14)

http://www.yerelnet.org.tr/koyler/koy.php?koyid=241055 (24.08.2014)

Integrated Quality Management of Rural Destinations
http://europa.eu.int/comm/enterprise/services/tourism/tourism-publications/documents/iqm_rural_en.pdf (01.06.2004)

International Recommendations for Tourism Statistics (IRTS) 2008, **United Nations, Department of Economic and Social Affairs Statistics Division**, ss. 11 – 13 http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf, (09.07.2014)

IUCN, UNEP, WWF. **World Conservation Strategy: Living Resource Conservation for Sustainable Development,** IUCN: Gland, Switzerland, 1980

İçöz, Orhan (ed.) **Genel Turizm,** Turhan Kitabevi, Ankara, 2007

İçöz, Orhan, Turgut Var, İbrahim İlhan, **Turizm Planlaması ve Politikası, Turizmde Bölgesel Planlama**, Turhan Kitabevi, Ankara, 2. Baskı, 2009

İçöz, Orhan, **Turizm Ekonomisi**, 3. Baskı, Turhan Kitabevi, Ankara, 2005

İçöz, Orhan, **Turizm Endüstrisinde Pazarlama**, Genişletilmiş 2. Basım, Turhan Kitabevi, Ankara, 2001

İnam, Ersin Acar, **Sürdürülebilir Turizm Bağlamında Yöre İmgesi: Antalya – Belek Turizm Merkezi Örneği,** (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2009

İsbir, Eyüp G., **Şehirleşme ve meseleleri: çevre, mesken, yönetim,** Gazi Büro Kitabevi, Ankara, Geliştirilmiş 2. bs., 1991

İslamoğlu, Ahmet Hamdi, **Bilimsel Araştırma Yöntemleri,** 2. Bası, Beta Yayınları, 2003

Jones, Jan L., (Publications in review) **Responsible Tourism**, By David Leslie. CABI International <www.cabi.org> 2012) Annals of Tourism Research 2013, Cilt: 41

Kahraman, Nüzhet ve Oğuz Türkay, **Turizm ve çevre,** Detay Yayıncılık, Ankara, 2006

Karalar, Rıdvan (ed.), **Genel işletme**, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, 2001

Kaur ve Kutnyk (ed.), **Travel Worlds: Journeys in Contemporary Cultural Politics,** Zed Books, Londra, 1999

Kianicka, S; Buchecker, M; Hunziker, M; Müller-Böker, U, **Locals' and Tourists' Sense of Place: A Case Study of a Swiss Alpine Village,** University of Zurich, Zurich Open Repository and Archive, 2005, Mountain Research and Development, Feb 2006, Cilt: 26, Sayı: 1, ss. 55 – 63

Kiper, Tuğba, Aslı Korkut ve Emine Yılmaz, **Tekirdağ İli Şarköy İlçesi Bitkisel Üretim Durumunun Kırsal Turizme Etkisi,** YYÜ Tarım Bilimleri Dergisi, (YYU J Agr Sci), 2011, Cilt: 21, Sayı: 3

Kozak, Nazmi vd, **Genel Turizm** (7. Baskı) İlkeler – Kavramlar, Detay Yayıncılık, Ankara

Kuban, Doğan, **Tarihi çevre korumanın mimarlık boyutu: kuram ve uygulama,** YEM Yayın, İstanbul, 2000

Kuşat, Nurdan, **Yeşil Sürdürülebilirlik İçin Yeşil Ekonomi: Avantaj ve Dezavantajları - Türkiye İncelemesi,** Journal of Yasar University, 2013, Cilt: 29, Sayı: 8, ss. 4896 – 4916

Kyriakaki, Anna, Smaragda Zagkotsi ve Nikolaos Trihas, **Creating Authentic Gastronomic Experiences For Tourists Through Local Agricultural Products: The 'Greek Breakfast' Project,** University of the Aegean, 5th International Scientific Conference – Tourism Trends and Advances in the 21st Century, Rodos – Yunanistan, 2013

Mkono, Muchazondida, **African And Western Tourists: Object Authenticity Quest?** Annals of Tourism Research, 2013 (a), Cilt: 41, ss. 195 – 214

Mkono, Muchazondida, **Hot And Cool Authentication: a Netnographic Illustration,** Research Notes, Annals of Tourism Research, 2013 (b), Cilt: 41, ss. 215 – 218

NSF, The Public Health and Safety Organization, **Q&A about the new NSF Protocol P352: Validation and Verification of Eco-Efficiency Analyses,** http://www.nsf.org/newsroom_pdf/NSF_P352_Q-A_July09.pdf (30.07.2014)

Ohe, Yasuo ve Shinichi Kurihara, **Evaluating the complementary relationship between local brand farm products and rural tourism: Evidence from Japan,** Research note, Tourism Management, 2013, Cilt:35, ss. 278 – 283

Okumuş, Bendegül Fevzi Okumuş, Bob McKercher, **Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey,** Tourism Management, 2007, Cilt: 28, ss. 253 – 261

Olalı, Hasan ve Alp Timur, **Turizm Ekonomisi**, Ofis Ticaret Matbaacılık, İzmir, 1988
Olalı, Hasan, **Turizm Politikası ve Planlaması**, İstanbul, 1990

Özgüç, Nazmiye, **Turizm Coğrafyası**, İstanbul Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 1984

Pallemaerts Marc, (Çeviren: Bülent Duru), **Stockholm'den Rio'ya Uluslararası Çevre Hukuku: Geleceğe Doğru Geri Adım mı?**
http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/42/480/5594.pdf (01.07.2014)

Pine II, B.J. ve J.H. Gilmore, **The Experience Economy – Work is Theatre and Every Business a Stage,** Harvard Business School Press, USA, 1999

Plog, Stanley, **Why destination areas rise and fall in popularity**, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly; Haz 2001; Cilt: 42, Sayı: 3, ss. 13 – 24

Polat, Naci, **Wellness Turizminde Sürdürülebilirlik Uygulamalarının Tespitine Yönelik Nitel bir Araştırma ve bir Model Önerisi: Afyon İli Örneği,** (Yayınlanmamış Doktora Tezi), T.C Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya, 2010

Aydın, Ahmet, İÜ Cerrahpaşa Tıp Fak. Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları ABD, Metabolizma ve Beslenme Bilim Dalı Başkanı, **Kolesterol Konferansı Sunumu**, http://beslenmebulteni.com/beslenme/?p=1217 (04.03.2010)

Quan, Shuai, Ning Wang, **Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism,** Tourism Management, 2004, Cilt: 25, ss. 297 – 305

Richards, G., C. Raymond, **Creative Tourism,** Atlas News, sayı: 23, 2000, ss. 16 – 20

Richards, Greg (ed) **Cultural Attractions and European Tourism,** CAB International, 2001

Rogerson, Christian M., **Tourism–agriculture linkages in rural South Africa: evidence from the accommodation sector,** Journal of Sustainable Tourism, 2012, Cilt: 20, Sayı: 3, ss. 477 – 495

Royal Commission on Environmental Pollution, Twelfth Report, FEB 1988, Cm 310, http://en.wikipedia.org/wiki/Best_practicable_environmental_option (29.07.2014)

Sarkım, Mustafa, **Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikaları ve Antalya Örneği,** (Yayınlanmamış Doktora Tezi), T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2007

Shank, Gary D., **Qualitative Research – A Personal Approach,** Second Edition, Pearson Merrill Prentice Hall, NJ, 2006

Sharpley, Richard ve Adrian Vass, **Tourism, farming and diversification: An attitudinal study,** Tourism Management, 2006, Cilt: 27, ss. 1040 – 1052

Shehrawat, P. S., S. K. Mehta ve R. S. Hu da, **Agricultural Tourism for Sustainable Rural Development,** Rural Development, The Opportunities and Challenges for Agriculture and Rural Development, 2011, ss. 243 – 248

Sia Juo Ling, Rosalind, Bihu Wu, Jinah Park, Hua Shu ve Alastair M. Morrison, **Women's Role In Sustaining Villages and Rural Tourism in China,** Research notes and reports, Annals of Tourism Research, 2013, Cilt: 43, ss. 624 – 650

Sims, Rebecca, **Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience,** Journal of Sustainable Tourism, 2009, Cilt: 17, Sayı: 3, ss. 321 – 336

Sims, Rebecca, **Putting place on the menu: The negotiation of locality in UK food tourism, from production to consumption,** Journal of Rural Studies, 2010, Cilt: 26, ss. 105 – 115

Skuras, Dimitris, Efthalia Dimara, Anastasia Petrou, **Rural Tourism and Visitors' Expenditures for Local Food Products,** Regional Studies, 2006, Cilt: 40, Sayı: 7, ss. 769 – 779

Soner, Fikret, **Gastronomy Tourism: A Solution For Small Cities Marketing and Regional Development,** (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), T.C. Yeditepe Üniversitesi SBE, İstanbul, 2013

Stanciu, Mirela, Camelia Sand, G. Ciortea, R. Blaj, Maria Tanase ve Ramona Todericiu, **Appreciations Regarding the Exploitation Through Agroturism of Local and Traditional Products From the Pastoral Villages of Sibiu County,** Agricultural Management / Lucrari Stiintifice Seria I, Management Agricol, Cilt: 1, Sayı: 14, 2013, ss. 119 – 124

Tan, Siow-Kian, Shiann-Far Kung, Ding-Bang Luh, **A Model of 'Creative Experience' in Creative Tourism,** Annals of Tourism Research, 2013, Cilt: 41, ss. 153 – 174

TC Dışişleri Bakanlığı, http://www.mfa.gov.tr/biyolojik-cesitlilik-sozlesmesi.tr.mfa (11.07.2014)

TC Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, http://www.tarim.gov.tr/BUGEM/Belgeler/Bitkisel%20%C3%9Cretim/Organik%20Tar%C4%B1m/UlusalEylemPlan-2013-2016.pdf (05.07.2014)

TC Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, http://www.tarim.gov.tr/Konular/Bitkisel-Uretim/Iyi-Tarim-Uygulamalari (15.07.2014)

Territorial competitiveness - Creating a territorial development strategy in light of the LEADER+ experience
http://europa.eu.int/comm/archives/leader2/rural-en/biblio/compet/conclus.htm (20.06.2004)

Timur, Alp, **Turistik Ürün Politikaları** Ders Notları, T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Turizm İşletmeciliği Doktora Programı, İzmir, 2012

Toskay, Tunca, **Turizm Olayına Genel Yaklaşım,** Der Yayınları, İstanbul, 1983

Tourism Destination Planning And Development, **University of Hawaii, School of Travel Industry Management**, http://www.tim.hawaii.edu/dl/Document%20Library%20%20TO%20490%20Additional%20Materials/TO490_section-5_destination-planning.pdf (09.07.2014)

TUİK, http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=1010 (05.08.2014)

Tütüncü, Özkan, **Araştırma Yöntemleri** Ders Notları, TC Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Yüksek Lisans Programı, İzmir, 2006

Uğurlar, Aysu, **Turizmin Yerel Ekonomiye Etkileri ve Sürdürülebilirliği; Van Örneği,** (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2006

UNESCO, http://www.unesco.org.tr/?page=11:129:5:turkce (11.07.2014)

UNESCO, http://www.unesco.org.tr/?page=15:64:1:turkce (11.07.2014)

UNESCO,
http://www.unesco.org.tr/dokumanlar/somutkulturelmiras/somut_kulturel_miras.pdf (11.07.2014)

UNESCO, http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/00009-TR-PDF.pdf (11.07.2014)

United Nations, **Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future,** 1987, http://conspect.nl/pdf/Our_Common_Future-Brundtland_Report_1987.pdf (04.07.2014)

UNWTO, www.unwto.org (05.06.2014)

Uras, Atila ve Alper Acar, **Sürdürülebilir Kalkınma,** http://www.marmara.gov.tr/document/news/163/sunum.ppt (17.07.2014)

Usta, Öcal, **Turizm, Genel ve Yapısal Yaklaşım**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2. Baskı, 2009

Uzun, Fatma, **Organik Tarım Üretim ve İhracatı,** (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 2006

Võsu, Ester, Helen Sooväli-Sepping, **Smoking out Local Traditions? Identity and Heritage Production in Southeast Estonian Rural Tourism Enterprises,** Folklore: Electronic Journal of Folklore, 2012, Cilt: 51, ss. 77 – 108

Wang, Ning, **Rethinking authenticity in tourism experience**, Annals of Tourism Research, 1999, Cilt: 26, Sayı: 2, ss. 349 – 370

Wine and Spirit Education Trust, **Wines and Spirits, Understanding Style and Quality,** London, 2012

World Food Travel Association, http://www.worldfoodtravel.org/ (16.07.2014)

World Intellectual Property Organisation, http://www.wipo.int/geo_indications/en/ (25.06.14)

WTO Seminar **"Rural Tourism In Europe: Experiences And Perspectives"** Belgrade, Yugoslavia, 24 and 25 June 2002,

http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/ruralt-sem-2002-concl.pdf (23.07.2014)

WTO, **Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry,** 1996, http://www.worldtourism.org/sustainable/doc/a21-def.pdf (01.05.2009)

Yıldırım, Ali ve Hasan Şimşek, **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri,** Seçkin Yayınevi, Ankara, 2000

Yıldız, Özay, **Genel Turizm** Ders Notları, Doğuş Üniversitesi, İstanbul, 2009

Yıldız, Özay, **Tarihi ve Doğal Çevrenin Korunması** Ders Notları, TC Doğuş Üniversitesi, İstanbul, 2010

Yıldız, Özay, **Türkiye'de Şarap Turizmi – Çeşme Örneğinde Ürün Geliştirme Modeli, (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2009

Yıldıztekin, İhsan, **Sürdürülebilir Kalkınmada Çevre Muhasebesinin Etkileri,** Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2009, Cilt: 13, Sayı: 1

Yılmaz, Burcu Selin, **Avrupa Birliği'nde Turizm Politikaları** Ders Notları, Dokuz Eylül Üniversitesi SBE Turizm İşletmeciliği Doktora Programı, İzmir, 2012

EKLER

Ek 1 – Fransız ve AB Köken Adlandırma Sistemleri

Fransız bölgesel ürün kalite onay belgeleri:[428]

- Appellation d'Origine Contrôlée (AOC): Kalite ve kökeni garanti eden en önemli belirteçtir. 1905'te uygulamaya konmuştur ve bugün 350 şarap, 29 peynir ve onlarca farklı ürünü *(Le Puy mercimeği, Bress tavuğu ve benzeri)* kapsamaktadır.
- Le label rouge: 1960'ta uygulamaya konan kırmızı etiket, 254 ürünü *(tavuk, et, füme ve işlenmiş etler, meyve, sebze)*, 30.000 çiftçiyi ve 2.250 şirketi kapsamaktadır.
- Le label régional: Bölgesel etiket, yerel karakteri vurgulayan ürünlere belirli bölge sınıflandırmasını atfeder.
- L'appellation Montagne: Bu etiket dağlık alan ürünlerini kapsar. Sadece iki ürün *(kuzu ve Drôme balı)* sahiptir.
- Les certificats de conformité: Bu belge, hazırlama, işleme ve kalite koruma kurallarına uyan işlenmiş besin ürünlerine verilir.
- Le label biologique: Bu işaret ise yasalarca belirlenmiş çevresel anlamda güvenli ve sentetik / zehirli kimyasal içermeyen biyolojik ürünler ve tarım uygulamalarına verilir.
- Sites Remarquables du Goût: Fransa'da yemek mirası ve kalitesiyle öne çıkan alanlar için verilen kalite sınıflandırma nişanı

Bu onay belgelerinden AOC, bölgesel köken adlandırmasının dünyada en iyi bilinen örneğidir ve AB şarap etiketleme kanununa temel oluşturmuştur. Fransa'da şaraplar için AOC uygulaması şu şekildedir:[429]

AOC: En üst düzey kaliteye sahip ve belirli bağ alanlarından gelen şaraplar için kullanılır. AOC sınıflandırmasına sahip bir bölgenin adını etikete yazmak belirli kurallara bağlanmıştır. Bunların en belirgini, üretimde kullanılan üzümlerin tamamen o bölgede yetişmiş olması ve sadece o bölge için belirlenmiş üzüm cinslerinden yapılmış olması zorunluluğudur. Bunun dışında etikette üzüm cinsi belirtilmez. Prestijli şatolar, etiketlerinde kendi isimlerini de belirtmektedir. Her bölge, kendine özgü karışık hiyerarşik sıralamalar uygulayabilir. Örneğin, Bordeaux içinde yer alan Saint-Emillion AC bölgesi, en iyi şatoları "Saint-Emillion Grand Cru AC" olarak belirler. Onun altında Saint-Emillion Premier Grand Cru A ve B ve Saint-Emillion Grand Cru Classé olarak adlandırılır. Şato, kendi isminin ardından ait olduğu sınıflandırma ismini yazar.

AOC sınıflandırmasından daha geniş alanlarda üretilen, daha düşük kaliteli şaraplar "Vin de Pays" *(örn. Vin de Pays d'Oc)* olarak etiketlenirler. Bunlar daha geniş bir köken adlandırmasına sahip olduklarından üzüm çeşitlerini etikette belirtebilirler. En alt düzeyde Vin de Table *(sofra şarabı)* bulunur ve bu şaraplarda sadece ülke adı ve üzüm cinsleri yazabilir.

Fransız AOC sistemi Avrupa'nın pek çok üretici ülkesine esin kaynağı olmuştur. Örneğin İtalya AOC sisteminin benzerini şu şekilde uygulamıştır:

h) Denominazione di Origine Controllata e Garantita (DOCG)

---

[428] Jacinthe Bessière, **Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas**, European Society for Rural Sociology (Sociologia Ruralis), 1998, Cilt: 38, Sayı: 1, ss. 25 – 26

[429] Wines and Spirits, Understanding Style and Quality, Wine and Spirit Education Trust, London, 2012, ss. 73 – 151

i) Denominazione di Origine Controllata (DOC)
j) Indicazione Geografica Tipica (IGT)

Avrupa içinde farklı ülkelerde kullanılan farklı adlandırmalar karışıklıklara neden olmuştur. Dahası, bazı ülkelerde yasal sınıflandırma olan terimler bir başka ülkede hiçbir anlam ifade etmemektedir. Örneğin İspanya'da kullanılan Reserva, yasal olarak en az 12 ayı küçük meşe fıçıda olmak üzere 36 – 60 ay olgunlaşmış kırmızı şaraplar için kullanılmaktayken, diğer ülkelerde sadece pazarlama aracıdır. AB genelinde standardizasyon sağlamak amacıyla 2009'da yürürlüğe sokulan yeni sınıflandırma şu şekilde olmuştur:

- Protected Designation of Origin (PDO): AOC karşılığı bu adı taşıyan şaraplar, belirli bir coğrafi alanın doğal ve üretim çevresinin özelliklerini taşır, üzümlerinin tamamı o bölgede üretilmiştir ve şarap üretimi tamamen o bölgede gerçekleşmiştir.
- Protected Geographical Indication (PGI): Daha geniş bir alanın özelliklerini taşıyan ve %85 o bölgede yetişmiş üzümlerden yapılmış şaraplar.
- Bu özellikleri taşımayan etiketlerde sadece ülke (veya kıta) ismi yazılabilir.

Ek 2 – İyi Tarım Uygulamaları Rehberi

Değerli Üreticiler;

İyi Tarım Uygulamaları (İTU), gerek kaliteli ve verimli bir tarımsal üretim gerekse güvenli gıda tüketimi açısından oldukça önemlidir. İTU ile üreticilerimizin kazancı ve rekabet gücü artacağı gibi tüketicilerin sağlığı da korunmuş olacaktır.

KARAR AŞAMASINDA RİSK DEĞERLENDİRMESİ YAPINIZ!...

İyi Tarım Uygulamaları, topraktan sofraya kadar uzanan bütün üretim ve pazarlama aşamalarını kapsar. Karar vermeden önce üretim alanında daha önce yetiştirilen ürün veya tarımsal faaliyetler bilinmeli, insan sağlığı ve çevreye olan etkileri değerlendirilmeli, kontrol altına alınamayacak riskler söz konusu ise bu alanlar iyi Tarım Uygulamalarında kullanılmamalıdır.

Üreticiler, üretim kararını vermeden önce risk değerlendirilmesi yapmalıdır. Risk değerlendirilmesi; toprak tipi, erozyon, taban suyu seviyesi ve kalitesi, sürdürülebilir su kaynaklarının varlığı, arazinin ilk kullanımı, parazit ve diğer asalaklarla bulaşık olması ve bitişik alanlara etkisi göz önünde tutularak yapılmalıdır. Toprak sağlığının korunması, tarım ilaçlarına bağımlılığın azaltılması ve bitki sağlığının maksimum düzeyde sağlanabilmesi için dönüşümlü üretim yapmalıdır.

ÜRETİME BAŞLAMADAN ÖNCE YETKİLİ KURULUŞLARA BAŞVURUNUZ!...

İyi Tarım yapmaya karar verdikten sonra gerekli prosedürü yerine getirmek üzere yapılacak ilk iş, İTU konusunda yetkilendirilmiş kuruluşlara başvurarak üretim sürecinin kayıt altına alınmasını sağlamaktır.

İZLENEBİLİRLİK VE KAYIT TUTMA, ÜRÜNÜN BELGELENMESİ İÇİN ŞARTTIR!...

Üretim sırasında yapılan bütün işlemler çiftçiler tarafından kayıt altına alınmalı ve daha sonra yapılacak kontroller için saklı tutulmalıdır. Bu kayıtlarda; ürün çeşidi, ürünün bulunduğu coğrafi bölge, gübre uygulama zamanı, uygulama nedeni, teknik izin, kullanılan kimyasalın ticaret ismi ve miktarı, uygulama aleti, operatörün ismi ve uygulama zamanından kaç gün sonra hasat yapılması gerektiği, sulama zamanı, yöntemi ve miktarı gibi bilgileri içermelidir.

ÜRETİMDE DİKKAT EDİLECEK TEMEL HUSUSLAR

Toprağın işlenmesinde, erozyonu azaltacak ve toprağın fiziksel yapısını koruyacak teknikler kullanılmalı.

Seçilen çeşitler virüsten arî, hastalık ve zararlılara karşı dayanıklı olmalı.

Kaliteli tohum, fide veya fidan kullanılmalı

Uygun zamanda ve miktarda gübre kullanımı için toprak analizleri yılda en az bir defa, yaprak analizleri ihtiyaç duyulduğunda yaptırılmalı. Gübreleme, toprak yapısına göre hangi gübrenin uygun olduğunu belirledikten sonra, bitkinin ihtiyaç duyduğu miktarda ve zamanda yapılmalıdır.

Sulama, gübreleme, ilaçlama, pestisit kullanımı ve diğer bütün uygulamalarla ilgili işlemleri kayıt altına alınız,
Su kaynaklarını en iyi şekilde değerlendirilebilecek ve bitkinin ihtiyaç duyacağı suyu temin edebilecek sulama sistemleri kurulmalı. Sulama için asla atık su (kanalizasyon suyu) kullanılmamalıdır. Risk değerlendirme esaslarına bakılarak, sulama suyu kaynağı yılda en az bir kez mikrobiyal, kimyasal ve mineral kirleticiler bakımından analiz ettirilmeli.

Hastalık ve zararlılarla mücadele "Entegre Mücadele Teknik Talimatları" doğrultusunda öncelikle kültürel tedbirler, mekanik mücadele, biyolojik mücadele veya biyoteknik yöntemler uygulanmalı. Son çare olarak kimyasal mücadele yapılmalıdır.

Bütün pestisit uygulamaları ile ilgili kayıtlar tutulmalı. Pestisit kalıntı analizlerinin sıklığı, risk değerlendirmelerine göre yapılmalı. Maksimum kalıntı limitlerinin aşılması durumunda ise bir acil eylem planı mevcut olmalıdır.

İşletmedeki olası atık ürünleri ve kirlilik kaynaklarını belirtiniz.
Hasat, hijyenik koşullarda yapılmalı.

Tarım işletmesindeki bütün olası atık ürünler (kâğıt, karton, plastik, ürün kalıntısı, yağ, kaya yünü ve benzeri) ile muhtemel kirlilik kaynakları (kimyasallar, yağ, yakıt, ses, ışık kalıntı, paketleme evinden çıkan akıntılar) belirtilmelidir.

Tarımsal kimyasalları kullanan, taşıyan ve uygulayan işçilere bu konuda eğitim verilmeli; işletmede ilk yardım eğitimi alan kişiler bulunmalıdır.

Ürününüz, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığınca yetkilendirilmiş kuruluşlar tarafından İyi Tarım Ürünü Sertifikası ile belgelendirilir.

İTU ile üretilen ürünler tüketicinin daima tercih edeceği güvenilir gıdalardır.

Unutmayınız ki, İyi Tarım Ürünü sertifikası ürününüzün markası olacaktır.[430]

[430] http://www.tarim.gov.tr/Konular/Bitkisel-Uretim/Iyi-Tarim-Uygulamalari, (15.07.2014) ilgili mevzuat için bkz: http://www.tarim.gov.tr/BUGEM/Belgeler/Bitkisel%20%C3%9Cretim/%C4%B0yi%20Tar%C4%B1m%20Uygulamalar%C4%B1/%C4%B0TU%20Mevzuat/itu_yonetmelik_2014.pdf

Ek 3 – ÇATAK Programı

ÇEVRE AMAÇLI TARIM ARAZİLERİNİ KORUMA PROGRAMI (ÇATAK)

ÇATAK Programında, toprak ve su kalitesinin korunması, doğal kaynakların sürdürülebilirliği, erozyonun önlenmesi ve tarımın olumsuz etkilerinin azaltılmasına yönelik alanların korunması amaçlanmaktadır.

Uygulama Şekli:

ÇATAK Programı kapsamında destekleme yapılacak alanlarda, üç ayrı kategoride belirlenen uygulamalara 3 yıl süreyle ödeme yapılmaktadır.

Bu kapsamda;

1. kategori: Minimum toprak işlemeli tarım uygulamalarına 30 TL/da,
2. kategori: Toprak ve su yapısının korunması ve erozyonun engellenmesine yönelik uygulamalar ile arazinin boş bırakılması uygulamalarına 60 TL/da,
3. kategori: Çevre dostu tarım teknikleri ve kültürel uygulamalarına 135 TL/da ödeme yapılır.

Adana, Adıyaman, Aksaray, Amasya, Ankara, Aydın, Bilecik, Burdur, Çanakkale, Çorum, Denizli, Diyarbakır, Edirne, Isparta, İzmir, Kahramanmaraş, Karaman, Kayseri, Kırşehir, Konya, Manisa, Mersin, Nevşehir, Niğde, Samsun, Sivas ve Tokat olmak üzere 27 ilde belirlenen alanlarda uygulanmaktadır.[431]

[431] http://www.tarim.gov.tr/Konular/Bitkisel-Uretim/Tarla-Ve-Bahce-Bitkileri/CATAK (15.07.2014)

Ek 4 – Turistik Çekim Unsuru Olarak Yerel Yiyecek İçecek Üretimi Örnekleri

Fransa kırsal turizm örneği:

Miras bileşeni ve özellikle yemeğin, turistik çekim, bütünleşme ve sosyal devingenlikte bir unsur olması beklenebilir. Fransa'nın kırsal turizm pazarının kalbinde yüksek düzeyde kültürel bir mutfak mirası bulunmaktadır. Burada ayrıca paydaşların çıkarları ile tüketicilerin beklentileri buluşur. Kırsal Fransa'da mutfak kültürünü değerlendirmeyi gösteren pek çok turistik çekim unsuru bulunmaktadır:

- *Taze çiftlik ürünleri:* Bunlar, çiftçiler tarafından doğrudan tüketiciye *(cadde pazarları, postayla sipariş ve çoğunlukla çiftliklerde doğrudan satış)* veya aracılarla *(süpermarketler, restoranlar, kooperatifler)* satılmaktadır. Bunların arasında meyve sebze gibi çiftlik ürünlerinin yanında peynir, reçel, et, tavuk gibi çiftlikte işlenen ürünler de bulunmaktadır. "Farmstead Hospitality" turistik etiketi, çiftlikten doğrudan satışa işaret eder ve çiftlikte kalite, ürün kökeni ve konukseverlik anlamında genel bir garanti belgesidir.
- *Çiftlik hanları (fermes-auberges):* Bunlar yemek için misafirleri kabul eden faal çiftliklerdir ve bunlar da "Farmstead Hospitality" kalite belgesi alabilirler.
- *Aile konukevleri (tables d'hôtes):* Bu belge Gîtes de France [432] tarafından verilir. Bu konukevleri, standart yemek ve kahvaltıya ek olarak yerel ürünlerle hazırlanmış bir öğün de sunmaktadır.
- *Çiftlikte konaklama (fermes de séjour):* Bu çiftlikler, "Farmstead Hospitality" kalite belgesi aldıktan sonra konaklama, taze çiftlik ürünleriyle hazırlanmış ve aile masasında paylaşılan öğünler, rekreasyon etkinlikleri ve çiftlik ziyareti sunarlar.
- *Çiftlik atıştırmalıkları (goûters à la ferme):* Bunlar da "Farmstead Hospitality" tarafından belirlenen standartlara sahiptir. Çiftlik ziyareti veya başka bir rekreasyon etkinliğine öncülük ederler.
- *Yerel mutfak mirası etkinlikleri:*
    - Belirli bir yerel ürün için düzenlenen fuarlar *(örn. Bresse tavukçuluk fuarı)*,
    - Müze açılışı *(örn. peynir müzesi, şarap müzesi)*,
    - Gastronomi rotalarının oluşturulması *(örn. Alsace şarap turları, Drôme gastronomik güzergâhları)*,
    - Satış birimlerinin, yerel pazarların açılışı,
    - Yemek pişirme kurslarının düzenlenmesi *(örn. foie-gras hazırlama kursu)*,
    - Yeni bir turizm türü olan endüstriyel turizm kapsamında şirket veya kooperatif gezileri *(örn. Société Roquefort peynir fabrikası)*
- *Geleneksel restoranlar:* Kırsal Fransa'da ünlü aşçılar veya yıldızlı şefler bölgeleri hakkında dünya çapında değerli bir imaj sunarlar. Bölgesel "yeni mutfak" *(cuisine nouvelle)* aşçıların popüler bölgesel yemek pişirme usullerine geri dönüşünü simgeler.[433]

İngiltere örneği:

[432] Fransa'da, özellikle kırsal bölgelerde faaliyet gösteren konukevleri / tatil evlerini sınıflandıran ve kalite belgesi veren acente. http://www.gites-de-france.com/ (04.07.2014)

[433] Bessière, 1998, s. 30

Kuzeydoğu İngiltere'de turizm yoluyla çeşitlendirmeye giden çiftçilerin görüşlerinin araştırıldığı bir çalışmanın sonucuna göre, çiftçilerin çoğunluğunun tarım ve turizm üretimini ayrı tutma arzusunda olduğu ve çiftlikte turizm gelişiminin çeşitlendirmeden ziyade istihdam sorunu olduğunu düşündüğü bulunmuştur. Aynı çalışmada, katılımcıların çoğunluğu turizmi ek gelir kaynağı ve uzun vadeli finansal güvence için tercih ettiğini, fakat turizmden başka alanlarda çeşitlendirmeye gitmeye sıcak bakmadıklarını belirtmiştir. Yine çoğunluk, ana uğraşın çiftçilik olması gerektiği ve turizmin ayrı biçimde yürütülmesi gerektiği konusunda uzlaşmıştır *(uyarlamacı yaklaşım)*.

Çiftliklerin başarılı biçimde turizm yoluyla çeşitlendirmeye gitmesinin önündeki zorluklar da şu şekilde saptanmıştır:

- Yerleşim: Bütün kırsal alanlar turistlere çekici gelmemektedir. Çekici manzaralara sahip bölgeler turist çekerek "komşuluk etkisi" yaratmakta ve turistik kümeler oluşturarak diğer alanlardan daha fazla turistik talebe, sonuçta da gelişime sahip olmaktadır.
- Yatırım: Çeşitlendirme çiftlik sahibinin veya potansiyel gelirin karşılayabileceğinden daha yüksek yatırım gerektirebilir. Bu durumda devlet desteği gerekmektedir.
- Pazarlama: Çiftlik sahipleri bireysel olarak başarı için zorunlu olan pazarlama bilgisine veya kaynaklarına sahip olmadıklarından bu işbirliğini gerektirmektedir.
- Kalite: Çiftlik turizmi ürünleri ve hizmetleri (özellikle konaklama) turistlerin talebini karşılayacak kalitede olmak zorundadır.[434]

Hindistan örneği:

Tarımsal turizm, Avrupa ve ABD'de 100 yılı aşkın süredir mevcutken, Hindistan gibi gelişmekte olan ülkeler için yeni bir seçenektir ve ekonominin gelişmesine ve çeşitlenmesine katkıda bulunmaktadır. 2008'de Haryana'da 80 çiftçi üzerinde yapılan bir araştırma sonucuna göre, tarımsal turizme girişin en önemli nedeni (%81) yüksek kar oranı, ardından istihdam olanakları, giriş kolaylığı ve düşük rekabet olarak bulunmuştur. Çiftçiler, tarımsal turizmin tarım sektörünün sürdürülebilirliğine katkıda bulunduğunu düşünmektedirler. Nedenleri:

- Doğru planlama gelir kaynaklarını çeşitlendirmektedir
- Toprağı verimsiz olan çiftçiler için faydalıdır.
- Çiftçilerin bilgilerini artırmasını sağlamaktadır.
- Yerel halka kültürel ve ekonomik faydaları vardır.

Çiftçiler ayrıca, doğal kaynakların (özellikle toprağın) ve ormanların korunmasında katkıda bulunduğunu, insan sağlığına ve doğaya faydalı olduğunu, çevre sorunları yaratmadığını ve turistler için yerel miras ve kültürel deneyimler sunduğunu düşünmektedirler.[435]

Romanya örneği:

[434] Sharpley ve Vass, 2006, 1040 – 1043

[435] P. S. Shehrawat, S. K. Mehta, R. S. Hu da, **Agricultural Tourism for Sustainable Rural Development**, Rural Development, The Opportunities and Challenges for Agriculture and Rural Development, 2011, s. 243

Sibiu – Romanya'nın dağlık kesimindeki koyun besiciliğiyle uğraşan 9 dağ köyünde yapılan bir başka araştırma, Romanya'da ciddi biçimde azalan koyun üretimi ve kente göç karşısında tarımsal turizmin bir seçenek olarak ortaya çıktığını saptamıştır.

Seçilen köylerin ortak özellikleri; dağlık alanda bulunmaları, ortalamanın üstünde nüfusa sahip olmaları, yerel geleneklerin varlığını sürdürmesi, koyun besiciliğiyle ilgili ticaret ve ekonomi, tipik köy ekonomisine sahip olmaları, benzer gelenek, adet ve yaşam şekilleri, kırsal turizmin varlığı, atölyeler, turistik çekim alanları, dağlık alan kaynaklarını *(odun, su, meyve, otlar ve benzeri)* kullanmalarıdır. Ayrıca, bu köylerde yaratıcı sanat ve zanaatlar, etnografya, folklor, dağ iklimi ve manzarası, balıkçılık ve avcılık, kırsal yerleşim, bağcılık ve meyve üretimi ve spa olanakları mevcuttur.

Bu köylerde 136 tarımsal turizm konaklama tesisi ve 38 zanaatkâr tespit edilmiştir. Doluluk oranları yaz aylarında %90'a ulaşmakta, kırsal konaklamalar ortalamanın *(2-3 gün)* üzerinde *(3-4 gün)* olmaktadır. Turistlerin 2/3'si 31-50 yaşındadır. Tesislerin hemen hemen hepsinde turistlere yerel üretim besinler de sunulmaktadır. Sibiu'da geleneksel ürün ve üreticilerin tanınmasını sağlamak amacıyla 2011'den itibaren ilkbahardan sonbahara kadar ayda iki kez geleneksel ürün fuarı düzenlenmektedir.[436]

Güney Afrika örneği:

Pro-poor *(yoksulların yararına)* turizm için gelişmekte olan bölgelerde turizm – tarım bağlarının kurulması çok önemli bir zorluk olarak ortaya çıkmaktadır. Güney Afrika'da bulunan safari otelleri üzerinde yapılan bir araştırmada, bu otellerin yerel üreticilerden satın alımının önündeki engeller fiyattan ziyade, ürünlerin kalitesi, sürekliliği ve miktarı yanında taşıma ve aracılık unsurlarındaki eksiklikler olarak saptanmıştır. Ayrıca yerel üreticilerin besin tedarik zincirine girebilmeleri için yerel girişim, eğitim ve kapasite eksikliği bulunmaktadır. Diğer yandan, Güney Afrika besin kalitesi ve çeşitliliğindeki artış eğilimi, niş pazarlara yönelik üretim ve turistlerin adil ticaret ile yerel besinlere yönelik ilgisi de olumlu unsurlar olarak görülmüştür. [437]

Pro-poor turizm gelişimi kapsamında, besin üreticilerinin turizmin tedarikçisi olmaları, yaşam tarzlarını değiştirmeden var olan becerilerini geliştirmelerini, işgücü ve doğal kaynaklar potansiyelinin değerlendirilmesini sağlamakla beraber, turistler için özgün ürün gereksinimini karşılayabilmekte ve turizmin karbon ayak izinin azalmasına katkı sağlayabilmektedir. Azalan taşıma maliyetleri, karbon emisyonu, organik tarım, geleneksel tarım ve benzeri uygulamaların düşük kimyasal kullanımı, artan teknolojiyle akıllı sulama sistemleri, sızıntının önlenmesi, yerel girişim, yerel istihdam, yüksek çarpan faktörü, geleneklerin, uygulamaların, manzaranın korunması, yüksek refah seviyesi gibi unsurlar da sürdürülebilirliğe katkıda bulunmaktadır.[438]

---

[436] Mirela Stanciu, Camelia Sand, G. Ciortea, R. Blaj, Maria Tanase, Ramona Todericiu, **Appreciations Regarding the Exploitation Through Agroturism of Local and Traditional Products From the Pastoral Villages of Sibiu County**, Agricultural Management / Lucrari Stiintifice Seria I, Management Agricol, Cilt: 1, Sayı: 14, 2013, ss. 119 – 124

[437] Christian M. Rogerson, **Tourism–agriculture linkages in rural South Africa: evidence from the accommodation sector**, Journal of Sustainable Tourism, Nisan 2012, Cilt: 20, Sayı: 3, ss. 477 – 478

[438] Rogerson, 2012, ss. 477 – 478

Gelişmekte olan bölgelerde turizm – tarım ilişkisi çok yönlüdür: turizm ve tarım toprak, su ve işgücü için rekabette bulunabilecekleri gibi turizm endüstrisinin (tarımsal turizm kapsamında) yerel tarım ürünlerini ve tarımsal manzarayı kullanması gibi durumlarda karşılıklı faydaya yönelik bir ortak yaşamda bulunabilirler.[439] Böyle bir yakın ilişki, dışalımın azalması, turizm besin tedarikinde gelişme, turistler için yerel besinlere daha kolay erişim, turizmin sürdürülebilirliğinin artması ve fakirliğin önlenmesi gibi faydalar doğuracaktır.[440] Turistik harcamanın üçte birinin yiyecek – içecek için olduğu dikkate alındığında, turistik tüketim için yerel besinin teşvik edilmesi turizmin ekonomik ve sosyal etkilerini ciddi biçimde etkileyecektir.[441]

Tarımsal turizmde çekirdek ürün hammaddeler ve tarımsal etkinlik olmakla beraber, hazır yiyecek – içecek ürünleri turistlere hediyelik eşya olarak sunulabilir. Bununla ilgili yiyecek – içecek etkinliklerinin katma değer etkisi çok önemlidir.[442]

Haut Plateau de l'Aubrac miras gelişimi örneği (Fransa): [443]

Miras gelişimi kolektif bir çabadır. Çok sayıda topluluk üzerinde hak iddia edebilir, savunabilir ve övebilir, gelir kaynağı ve yerel gelişim aracı / işareti olarak görebilir. Hatta bölgenin dışındakiler için bile çekici bir unsurdur. Yerel ekonomik gelişme aynı zamanda sınırların çizilmesi sorununu da ortaya çıkarır. Paydaşlar miraslarını tanımlarken ve mevcut kaynaklara ilişkin çabalarını birleştirirken, bölgesel yapılanma genellikle "terroir" kavramı üzerinde gelişir. Terroir terimi tanınmış bir kültürel ve tarihsel kimliğe sahip belirli bölgeler için kullanılır. Yerel teknik bilgi birikimini ve aktarımını içerir. Bu sayede yerel kültürel ürünler ve yerel mutfak hakkında konuşulabilmektedir. Yerel bir proje rehberliğindeki ortak çabalar sonucu, geçmişin kaynakları geleceğin inşası için etkinleştirilebilir. Yerel bölge böylece beceriler ve teknik bilgi aracılığıyla yeniden inşa edilir ve kolektif tarih ve paylaşılan hafızadan alınan kaynaklara sahip paydaşların ortak çabalarının sonucudur. Ortak miras devingenliği ve bölgenin yapılanmasını harekete geçirir. Mirasın tanıtımı bölgesel kimliğin yenilenmesi sonucunu doğuran bir yaratıcı süreçtir.

Yerel gelişime, yerel işbirliği ve ortak mirasa sahip bir bölgesel yapılanma süreci olarak bakıldığında, mutfak mirası gelişimi desteklemek amacıyla kullanılabilir. Pek çok topluluk, bir bölgenin başlangıç noktası olarak kendi kültürel değerleri ve kimliği kullanılarak ve yerel paydaşların miras yoluyla aktarılan beceri ve uzmanlıkları tanıtması teşvik edilerek yeniden canlandırılabileceğinin farkına varmıştır.

Bu yaklaşımı tam olarak anlayan bölgelerden biri olan Orta Fransa'da yer alan Haut Plateau de l'Aubrac bölgesi, mirasın tanıtımı ile yerel kimliğin gelişimini başarılı şekilde birleştirmiştir. Bu volkanik yayla güçlü karakter ve arkaizm özellikleri taşımaktadır. Bölge, miras kaynakları ve özellikle gastronominin değerlendirilmesine dayanan çok yönlü bir yerel gelişim stratejisi izlemiştir. Belirli bir ortak geleneksel deneyim köküne dayanarak, insanları ve mekânları bir araya getirmeyi başarmış ve

---

439 Telfer, D.J. ve Wall, G., **Strengthening backward economic linkages: Local food purchasing by three Indonesian hotels**, Tourism Geographies, 2000, Cilt: 2, s. 423'ten aktaran: Rogerson, 2012, s. 478

440 Torres,R.,veMomsen, J.H. (Ed.), **Tourism and agriculture: New geographies of consumption, production and rural restructuring**, London: Routledge, 2011'den aktaran: Rogerson, 2012, s. 478

441 Belisle, F.J., **Tourism and food production in the Caribbean**, Annals of Tourism Research, 1983, Cilt: 10, s. 20'den aktaran: Rogerson, 2012, s. 479

442 Boniface, Priscilla, **Tasting Tourism: Travelling Food and Drink**, Burlington, VT Ashgate, 2003, aktaran: Soner, 2013, s. 18

443 Bessière, 1988, ss. 31 – 32

sonuçta miras ve bölgesel kimliğin ortak payda olduğu devingen bir turizm ekonomisi oluşturmuştur. Laguiole bölgesinin el işi bıçak üretiminin yeniden canlandırılmasına ve geçmişe yönelik nostaljinin ötesine geçmeye ek olarak, Aubrac yerlileri mutfak unsuruna odaklı özgün bir miras tanıtımı süreci başlatmıştır. Aubrac mutfak mirası, kültürel bir kod, tanınma işareti veya birleştirici bir özellik olarak, yerel girişim için önemli bir kaynak olarak görülmektedir. 1960'ların başından itibaren, yok olmak üzere olan yerel ürünleri koruma adına güçlü bir kararlılık görülmektedir. Bölge, gücünü köklü bir tarih ve hafızaya dayalı miras, yaşayanlarla toprak arasında uzun süredir mevcut bağlar, çetin iklim ve zor doğa koşullarından almaktadır.

Laguiole bölgesine özgü yerel peynir, kültürel tanıtımın en önemli örneklerindendir. Faal Buron *(tipik çoban kulübesi)* sayısı hızla azalmaktayken, genç bir besici grubu atalarından miras kalan becerileri kullanarak 1960'ta bir peynir kooperatifi *(Coopérative Fromagère Jeune Montagne)* kurmuştur. Burada, yerel çobanların *(buronnier)* bin yıllık zanaatları korunmuş ve çağdaş yenileşim ve üretim yöntemleri kullanılarak geliştirilmiştir. 1961'de yerel peynir AOC belgesi kazanmıştır. Bu adlandırma kırk komünden oluşan üretim sektörünün kapasitesini orijinal sınırların çok ötesine çıkmaya zorlamıştır. Günümüzde, peynir kooperatifi otuz kişi çalıştırmakta ve on ikinci yüzyıl Aubrac keşişlerinden miras kalan geleneği sadık biçimde sürdürmekten övünç duymaktadır.

Yerel Aubrac ineği olarak gerçek asil ırkı yeniden yerleştirme fikri 1970'lerde ortaya çıkmıştır. Güçlü bir yerel kimlik işareti olan bu ırk, artan melez sayısı sonucu tehdit altındaydı. Günümüzde Aubrac yaylasında altmış civarında besici bu türü beslemektedir. Diğer gastronomik miras bileşenlerinin de *(taze çiftlik peyniri ve patates püresiyle yapılan geleneksel "aligot" yemeği, işlenmiş et, yerel "la fouace" pastası ve tanınmış şef Michel Bras'nın iki Michelin yıldızlı restoranı)* yüceltilmesi yaylanın gastronomik bilgi ve becerisinin yeniden yaratılmasına ilişkin karmaşık sürece katkıda bulunmuştur. Aubrac bu sayede yeni bir meşruiyet ve güçlü bir şekilde birleşmiş kültürel topluluk kimliği kazanmıştır.

Bu örnek, miras unsurlarının yapılandırılması ve yeniden yaratılmasının bölgesel kimlik ve yeni sosyal birimlerin gelişiminde önemli olduğunu açıkça göstermektedir. Bölgelerin "kültürel alanlar", "köy" veya "işaretli bölgeler" olarak adlandırılmasından ziyade, içsel gelişime dayalı bu yeni bölgeler derin kökleri olan bilgi ve hafızaya dayalı olduklarından muhtemelen daha dayanıklı olacaklardır.

Nongjiale örneği (Çin): [444]

Nongjiale (mutlu çiftlik ailesi), Çin'de kırsal turizm için yeni bir kavramdır. Nongjiale'ler genellikle şehirler ve kırsal alanlar arasında yer almakta ve insanlar genellikle yeme – içme ve eğlence için günübirlik veya bir – iki gün konaklamalı ziyaret etmektedirler. Nongjiale'lerde günlük harcamalar genellikle düşük olmaktadır *(ortalama kişi başı 3-8 USD)*. Nongjiale'de turistler tuvalet ve / veya banyo gibi temel olanaklara sahip çiftlik evlerinde kırsal yaşam deneyimi yaşamaktadırlar. Normalde kırsal topluluklar turistlere kırsal bir ortamda basit yerel yemekler, rustik konaklama, eğlence ve geleneksel etkinlikler içeren Nongjiale programları geliştirmektedirler. Stresli şehir yaşamı Çin'de yaşayan pek çok şehirliyi çalışma baskısından kaçmak için kırsal yaşamın tadını çıkarmak, yerel ev yemekleri yemek veya geleneksel köy

[444] Rosalind Sia Juo Ling, Bihu Wu, Jinah Park, Hua Shu, Alastair M. Morrison, **Women's Role In Sustaining Villages and Rural Tourism in China**, Research notes and reports, Annals of Tourism Research, 2013, Cilt: 43, ss.624–650

evlerinde kalmak için hafta sonu veya günübirlik Nongjiale'lere seyahat etmeye yönlendirmektedir.

Kadınlar, en önemli operasyonel rolü üstlendikleri ve aynı zamanda da yerel kültür ve yaşam biçimini koruyarak Çin'de kırsal gelişimin sürdürülebilirliğini sağladıklarından Nongjiale için en önemli üretim faktörüdür.[445]

Konu ile ilgili bir araştırmaya katılan kadınlar, turist karşılamanın tarımdan sonra en önemli ikinci görevleri olduğunu söylemiştir. Beijing Belediye Kadınlar Federasyonu Çalışma Grubu, turizmi kırsal bölgelerde yaşayan kadınlara yeni çalışma olanakları sağlamak, yaşam koşullarını iyileştirmek ve kendilerini geliştirmelerini sağlamak için devletin kullanabileceği bir araç olarak belirlemiştir. Nongjiale işletme gelirleri, özellikle catering ve konaklama gelirleri bölge kadınlarının kişisel ve hane halkı gelirlerini artırmıştır. Bu etkinlikler ayrıca toplum üyelerini daha da yakınlaştırmıştır. Kadınların kendi kültürlerine olan tutumu, geleneksel avlulu evlerini korumaları ve içinde yaşamaları, aile üyelerine bakmaları, içtenlik ve nezaketleri gibi unsurları, turizmle ve köyleri dışındaki dünyayla uzun vadede temasta bulunmaktan dolayı değişmemiştir. Kadınlar, Çin kırsal kültürünün özgünlüğünü başarılı bir şekilde temsil etmekte, kırsal yaşam biçimini sürdürmekte, evlerinde büyük değişiklikler yapmamakta ve bir taraftan Nongjiale'de turistlerle ilgilenirken bir taraftan da aile üyelerine bakmayı sürdürmektedirler. Aynı zamanda kendilerinin, tedarikçilerinin ve çalışanlarının yaşam standartlarını yükseltmektedirler.

Keçi Çiftliği örneği (Norveç): [446]

Keçi çiftliği bir yazlık çiftliktir ve yaz aylarında otlak yayla alanlarında yerel geleneklere uygun mandıracılık ve serbest dolaşan *(otlayan)* keçi çobanlığı yapılmaktadır. Çiftlik bir karı koca tarafından işletilmektedir. Kadın otlama mevsimi boyunca yazlık çiftlikte yaşamakta ve turistleri ağırlamaktadır. Mandıracılık çiftin ana işidir. Buna ek olarak çiftliklerindeki keçilerden geleneksel besinler üretmekte ve ücret karşılığında turistleri ağırlamaktadırlar. Turizmin ölçeği orta derecededir, yalnızca küçük ve programlı gruplar haftanın belli günlerinde kabul edilmektedir. Turistik ürün yazlık çiftlik evinde sosyal bir buluşmayı ve çiftçinin keçi çiftliğinde sıradan bir günü anlatmasını içeren çiftlik ziyaretidir. Kır evinde kahve ve bisküvi ikram edilmekte, daha sonra keçiler sağılmakta *(turistler denemeleri için teşvik edilmekte)* ve gece keçiler otlamak için salıverilmektedir.

Burada önemli olan, özgün kırsallığın ürünün bir parçası olarak algılanıp algılanmadığı ve algılanan ürün kalitesinde özgünlüğün ne kadar önemli olduğudur. Keçi çiftliğinde, ev sahipleri özgün bir kırsallık göstermenin ve sunmanın ürünün kendisi olduğuna inanmaktadır. Keçi çiftliğindeki ev sahipleri yazlık çiftliğin binalarını, iç mekânlarını ve tarım altyapısını, aynı zamanda hayvanlarını ve çiftliği çevreleyen pastoral dağ manzarasını çekim unsuru olarak kullanmaktadırlar. Dahası, derin özgünlük[447] burada son derece açıktır; ev sahipleri çiftlik etkinliklerini turizm ürünün içine yedirmişlerdir. Donanım anlamında, kırsal huzur mitinin temelini oluşturan tarımsal etkinlikler, Keçi çiftliğinde son derece ön plandadır. Bu etkinliklerin kültürel anlamda insan ve doğanın sürdürülebilir beraberliğini çağrıştırması, deneyimin başarı ölçütü olmaktadır.

---

445 Zhu, Q. Z. ve Lu, K. R., **Rural tourism and rural community development**, Agriculture University Press. Beijing: China, 2008'den aktaran: Sia Juo Ling vd, 2013, ss. 634 – 635

446 Frisvoll, 2013, ss. 282 – 291

447 Bkz. Şekil 1.1. Deneyimsel özgünlük modeli

Keçi çiftliğinde yapılan bir araştırmada, ziyaretçiler çiftlikteki etkinliklerin bünyesinde "gerçeklik" olduğu algılamıştır; çiftliğin özgün kırsallığı ev sahiplerinin tarımsal etkinliklerinde ve çiftçi hayatlarının turizm ürünüyle bütünleşmesinde görülmüştür. Sonuçta ev sahipleri, normalde *(turistik ürünün olmaması durumunda)* olan tarımsal etkinliğin, turistlere gösterilenle aynı olmasına çaba göstermişlerdir:

> *"Ben bir çiftçiyim. Turistik işletme sahibi olmak istemem. Bir ateş yakıp turistler için (geleneksel yöntemle) kahverengi peynir yapabilirdim, ama yapmadım. Bu doğru olmaz. … Yapmak istediğim turistlere gerçek hayatta nasıl olduğunu göstermek (Olga, Keçi Çiftliği ev sahibesi).*

Katılımcı domestik turistler tarafından işaret edilen bir başka konu da, kırsal yaşam şeklinin doğayla uyum içinde olduğu algısı olmuştur. Sık sık tekrarlanan bir olgu da "nostalji" ve eski alışkanlıklar veya basit kırsal yaşamın algılanan yüksek kalitesi olmuştur. Böyle bir nostalji duygusu, "kırsal huzur"un bir parçasıdır ve kırsal kesimin modern dünyaca yozlaştırılmadığını varsayar. Bir diğer motivasyon unsuru da kültürel eğitim olarak ifade edilmiştir:

> *(Çiftlikteki tarım etkinlikleri ve ev sahibesinin çiftçinin kendisi olması üzerine) "Bu ziyareti olayların gerçekten olduğu, kendilerinin içinde yaşadığı ve hayatlarını anlattığı bir yazlık çiftliği deneyimi olarak görüyorum. Olga'nın (ev sahibesi) yaptığı işi yapacak bir rehber tutulmuş olsaydı, rehber çok iyi olsa bile, aynı etkiyi yaratmayacaktı. Aynı şekilde gerçek olmayacaktı (Keçi çiftliğini ziyaret eden bir baba).*

Katılımcılar aynı zamanda mekân ile sunulan yemek arasındaki ilişkinin önemine de vurgu yapmışlardır:

> *"Bunun gibi bir çiftliği ziyaret ettiğinizde, yerel yemeklerin tadına bakma fırsatını seviyorum. Hamburger sunsalardı kesinlikle burada kalma zahmetine katlanmazdım."*

Katılımcılar tarafından vurgulanan son unsur ise rekreasyon olmuştur:

> *"Görünüşe göre çocuklar keçileri sağmaya çalışırken eğleniyorlardı" (Keçi çiftliğini ziyaret eden bir baba).*

Norveç bölgesel politikasına egemen iki eğilim mevcuttur: büyüme ve içsel değer. Keçi çiftliği bu çatışmada taraf olarak ele alınabilir. Ev sahipleri kendilerini kırsal eylemciler olarak tanımlamakta, turistik girişimlerinin motivasyonunu kamuyu tarımsal sorunlar hakkında bilgilendirmeye bağlamaktadırlar. Çiftliklerini mevcut durumdaki gibi *(tarımsal etkinliği turistik ürünün merkezinde tutarak) (uyarlamacı)* ticarileştirdiklerinde, "büyüme" eğilimiyle tehdit edildiğini düşündükleri tarımsal etkinliklerin misyonerliğini üstlenmektedirler:

> *"Turistlerin yazlık çiftlik geleneğinin nasıl evirildiğini, modern zamanda nasıl yaşadığını görmelerini isterim. … Bunun küçük çiftliğimiz için yaşamsal olduğunu anlatıyorum. Kışın yeterli besinimizin olması için yazın sürümüzle beraber buraya gelmek zorundayız" (Olga, ev sahibesi).*

Yunan kahvaltısı örneği: [448]

[448] Kyriakaki, 2013, ss. 1 – 4

"Yunan Kahvaltısı", Hellenic Chamber of Hotels girişimiyle başlatılmış, Yunan mutfak kültürü odaklı bir projedir ve otelciler ve yerel üreticileri birleştirmek suretiyle yerel tarımsal ürünler ve gastronominin gücünü ve özgünlüğünü tanıtmak amacını taşımaktadır. Bu örnek ışığında, hedef bölgelerin yemek, mekân ve yerel topluluk arasındaki içsel bağı samimi biçimde anlatan gastronomik ürünler ve deneyimler sunarak özgünlüklerini artırabilecekleri savunulmuştur.

"Yunan Kahvaltısı" projesinin, turizm, yerel toplum ve yerel üretim arasındaki bağ olması öngörülmüş ve bu bağın (doğrudan ve dolaylı turizm endüstrisinde) pek çok olumlu sosyal ve ekonomik etkisinin olduğu öne sürülmüştür.

Sunulan standart otel kahvaltıları yerine, UNESCO'nun "insanlığın somut olmayan kültürel mirası" kapsamında değerlendirdiği Akdeniz diyetinin bir parçasını oluşturan Yunan kahvaltısı önerilmiş, hedef bölgenin özgünlüğüne katkıda bulunması ve otel hizmetine değer katması öngörülmüştür. Bu görüşle, her bölgeden otelciler, şefler, çiftçiler, üreticiler, ticaret odası ve yerel yönetim temsilcileri bir araya gelerek, her bir bölge için "yerel kalite paketi" ve oteller tarafından kabul edilmesi öngörülen "Yunan Kahvaltısı" felsefesi oluşturmayı amaçlamışlardır. Her bir bölge için, yerel ürünler, turist beklentileri, organik ve sağlıklı ürünler, yerel kültür gibi unsurlar dikkate alınarak bir ürün portföyü oluşturulmuştur (bu portföyün en az yarısını o bölgenin kültürel kimliğini ifade eden yerel ve özgün ürünler oluşturmalıdır). Bu sayede, verilen yiyecek – içecek hizmetinin fizyolojik gereksinimi karşılamanın ötesine geçip bütünsel turizm deneyiminin kalitesini yükseltmesi beklenmektedir.

Yorkshire ve East Anglia örneği (İngiltere): [449]

İngiltere'de, tarımdan elde edilen kişi başı gelir, toplam tarım geliri, tarımsal istihdam ciddi anlamda düşerken, tarımla uğraşanların ortalama yaşı yükselmiştir.[450] Kırsal ve yarı kırsal alanlardaki toprak kullanımı ve özellikle mesken baskısı, dışalımda artış, süpermarket ve büyük tedarikçilerin gücünde artış, ortak tarım politikası sonucu azalan sübvansiyonlar ve besin kaynaklı sağlık tehditleri bu sonucu doğurmuştur. Sonuçta İngiltere'deki çiftliklerin yarısı tarımdan başka gelir kaynaklarına da yönelerek çeşitlendirmeye gitmiştir ve üçte birinin tarım dışı geliri daha yüksektir.

2007'de İngiltere'de kırsal alanlarda 23,4 milyon günübirlik gezi ve 87 milyon geceleme, 3,7 milyar Sterlin turistik harcama gerçekleştirilmiştir. Bu sebeple tarımsal turizm, devlet desteği ile çeşitlendirme yollarından en önemlisi halini almıştır.[451] Tarımsal turizmin yarattığı toplam katma değer 14 milyar Sterlin'e karşılık, tarımınki 5 milyar Sterlin olmuştur.[452]

Yorkshire ve East Anglia'da tarımla geçinen ailelerin çeşitlendirme amacıyla giriştikleri tarımsal temelli turizm ile ilgili görüşleri ve sorunları, ayrıca geleneksel tarımsal uygulamalar ve kimlikler hakkında değişen görüşleri araştırılmıştır.

---

[449] Di Domenico ve Miller, 2012, ss. 285 – 290

[450] DEFRA (UK government Department for the Environment, Food and Rural Affairs), **Agriculture in the UK 2007**: Tables and charts. https://statistics.defra.gov.uk/esg/publications/auk/2007/excel.asp, 2008'den aktaran: Di Domenico ve Miller, 2012, s. 286

[451] UK Tourism Statistics, **UK statistics on tourism and research**: VisitBritain. www.visitbritain.com/research, 2007den aktaran: Di Domenico ve Miller, 2012, s. 286

[452] Countryside Agency, **The state of the countryside report**. West Yorkshire, UK:Countryside Agency Publications, 2005'ten aktaran: Domenico ve Miller, 2012, s. 286

Çalışmada, ailelerin çiftliğin etkinlik alanının çeşitlendirilmesinin hayatta kalmak için kimliklerinin ve geleneksel yaşam tarzının erozyonu olarak mı gördükleri, yoksa bunu başarı ve hizmet odaklı girişimci bir ruhla kabul mü ettikleri araştırılmıştır. Bunun yanında, turizm sonucu çiftçilerin etkinliklerini ne kadar değiştirdikleri ve uyarladıkları, turizmin hangi aşamadan sonra baskın etkinlik halini aldığı *[ve bu durumda çiftliğin ne kadar (nesnel) özgün kalabileceği]* konuları üzerinde durulmuştur.

Tarım ailesi, esasen mekân algılarının farkındadır ve aile çiftliğinin turizm işletmesinden hemen hemen ayrılamaz olduğunu hissettiklerinden çevreleriyle sürekli biçimde ve dinamik bir etkileşim içindedirler. Bu sebeple tarımsal turizm, çiftlik yerleşiminden veya geniş anlamda kırsallık kavramından ayrı olarak düşünülemez.

Araştırmada çiftçileri çeşitlendirmeye yönlendiren ana etken ekonomik baskılar, bununla beraber yaşam tarzı seçimi, koruma, kırsal kesimin değerleri ve özellikleri ile ilgili görüşlerini diğerlerine anlatma arzusu olarak bulunmuştur. Ayrıca çiftçilerin çoğu kendilerini toprağın emanetçisi olarak görmekte, toprağı sonraki nesil için bulduklarından daha iyi durumda bırakma sorumluluğu hissetmektedir *(sürdürülebilirlik)*.

Turizme sadece ekonomik baskılar sonucu girişmiş olan çiftçiler bu durumdan belirli bir rahatsızlık duymaktadır.

Araştırmaya katılanlar, sunulan çiftlik deneyiminin özgün olmasının önemini vurgulamakla beraber, bazı etkinliklerin arka bölgede, farklı aile üyeleri tarafından devam ettirilmesini daha uygun görmektedirler.

Katılımcıların uyarlamacılar olarak adlandırılan kısmı, ana etkinliği tarım olarak görmekte, turizmi geçici bir uğraş olarak değerlendirmektedir. Bu grup, çiftliğin uyarlanmasını, turizm ve tarım etkinliklerinin ayrılmasını ve bu şekilde *(turistik çekim unsuru olan)* çiftliğin özgünlüğünün korunmasını amaçlamaktadır. Dönüşümcü olarak adlandırılan diğer kitle ise, turizmi olumlu şekilde kucaklamış, kendilerini turizm işletmecileri olarak tanımlamış ve uzun vadede tamamen turizme yönelmeyi hedeflemiştir. Bu grup için turistlere faal bir çiftliğin gösterilmesi ikincil öneme sahiptir.[453]

[453] Bkz. Şekil 1.1. Deneyimsel özgünlük modeli

Ek 5 – Dünya Turizm Örgütü Tarafından Geliştirilen Sürdürülebilir Turizm Göstergeleri[454]

1. Ekonomik Göstergeler

Gösterge Kodu	Göstergenin Adı		
IC1.1	YEREL ÜRETİMİN ÖNEMİ VE ARACISIZ SATIŞ NOKTASINA BAŞVURANLAR		
	Yerel İşletmelerin Gelişmesi	Yerli Ürün veya Hizmet Alımı	Genel Durum
IC1.2	İŞLENMEMİŞ MADDELERİN ALINMASININ ÖNEMİ VE YEREL İŞLETMELERDE ÜRETİMLER		
	Yerel İşletmelerin Gelişmesi	Yerli Ürün veya Hizmet Alımı	Turizm
IC1.3	YABANCI MÜLKİYETİN % Sİ VE MÜLKİYETİN DEĞERİ		
	Yerel İşletmelerin Gelişmesi	Mülkiyet	Genel Durum
IC1.4	MEVCUT TURİSTİK İŞLETMELERİN % Sİ VE YEREL AKTÖRLER TARAFINDAN YÖNETİLMESİ		
	Yerel İşletmelerin Gelişmesi	Mülkiyet	Turizm
IC1.5	İŞLETMELERİN YARATILMASINA YARDIM SİSTEMİ VE İŞLETME SAHİPLERİNE KREDİLER		
	Yerel İşletmelerin Gelişmesi	Krediler	Genel Durum
IC2.6	DİĞER GİDİLEN YERLERE GÖRE ALANDAKİ TURİSTİK ETKİNLİKLERİN VERİMLİLİK GÖSTERGESİ		
	Ekonomik Etkinliğin Gelişmesi ve Verimlilik	Verimlilik	Turizm
IC2.7	OTELLERİN VERİMLİLİK DÜZEYİ		
	Ekonomik Etkinliğin Gelişmesi ve Verimlilik	Verimlilik	Turizm
IC2.8	KAYNAKLARIN SÜRDÜRÜLEBİLİR YÖNETİMİNİN EKONOMİK VARLIĞI VE YATIRIMIN GERİ DÖNÜŞ YÜZDESİ.		
	Ekonomik Etkinliğin Gelişmesi ve Verimlilik	Verimlilik	Genel Durum
IC2.9	TURİSTİK YATIRIMLARIN GELİŞME YÜZDESİ		
	Ekonomik Etkinliğin Gelişmesi ve Verimlilik	Yatırım ve Ekonomik Büyüme	Turizm
IC2.10	YEREL EKONOMİYE TURİZMİN KATILMASI		
	Ekonomik Etkinliğin Gelişmesi ve Verimlilik	Yatırım ve Ekonomik Büyüme	Turizm
IC2.11	TURİSTLERİN DÖVİZ OLARAK HARCAMA ORANI		
	Ekonomik Etkinliğin Gelişmesi ve Verimlilik	Döviz	Turizm
IC2.12	TOPLAM TURİSTİK GELİRE GÖRE KAÇAN DÖVİZ % Sİ		
	Ekonomik Etkinliğin Gelişmesi ve Verimlilik	Döviz	Turizm
IC3.13	VERGİNİN EKONOMİK ETKİNLİK ÜZERİNE ETKİSİ		
	Ekonomik Etkinliğin Gelişmesi ve Verimlilik	Vergi Yasaları	Genel Durum
IC3.14	ELDE EDİLEN TÜM GELİRLERE GÖRE TURİSTİK GELİRİN ORANI		
	Ekonomik Etkinliğin Gelişmesi ve Verimlilik	Vergi Yasaları	Turizm
IC2.15	KONAKLAMA BİÇİMLERİNİN ÇEŞİTLİLİĞİ VE BÖLGEDE SUNULANLARIN ÖNEMİ		
	Ekonomik Etkinliğin Gelişmesi ve Verimlilik	Arzın Profili	Turizm
IC2.16	GECELEMENİN GELİŞMESİ VE MEVSİMLİK DAĞILIMI		
	Ekonomik Etkinliğin Gelişmesi ve Verimlilik	Arzın Profili	Turizm
IC2.17	DEMİRYOLU VE HAVAYOLU İLE GELİŞLERİN GELİŞMESİ		
	Ekonomik Etkinliğin Gelişmesi ve Verimlilik	Arzın Profili	Turizm
IC5.18	ETKİNLİKLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİR GELİŞMESİ		
	Mesleki Birlikler ve Kuruluşlar	Temsilcilik	Genel Durum
IC5.19	ORTAK EYLEM VE DANIŞMANIN DAĞILIM DÜZEYİ		
	Mesleki Birlikler ve Kuruluşlar	İşbirliği	Genel Durum
IC5.20	ETKİNLİKLERİN PROMOSYONU, SATIŞI, DONATIMI İÇİN ORTAK YAPILARIN İŞLEVLİK DERECESİ		
	Yardım Araçları ve Yapısı	Altyapı	Genel Durum

[454] World Tourism Organization, **Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations**, WTO, London, 2004, ss. 115 – 136'dan aktaran: Uğurlar, 2006, ss. 194 – 199

IC5.21	İHRACATTA YARIŞMA		
	Gelişmede Yardım Araçları ve Yapısı	Ticaret ve İhracat	Genel Durum
IC1.22	DONATI MALLARININ İTHALATI		
	Gelişmede Yardım Araçları ve Yapısı	Ticaret ve İhracat	Genel Durum
IC3.23	İHRACATIN ULUSAL ZENGİNLİK ÜZERİNE YANSIMASI		
	Gelişmede Yardım Araçları ve Yapısı	Ticaret ve İhracat	Genel Durum
IC1.24	YABANCI YATIRIMLAR, TEKNİK İŞBİRLİĞİ VE TEKNOLOJİ DEVRİ		
	Gelişmede Yardım Araçları ve Yapısı	Ekonomik ve Teknolojik İşbirliği	Genel Durum
IC5.25	GELİŞMEYE YARDIM KAPSAMINDA FİNANSMAN YARDIMLARININ ETKİSİ		
	Gelişmede Yardım Araçları ve Yapısı	Ekonomik ve Teknolojik İşbirliği	Genel Durum
IC4.26	SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZMİN GELİŞMESİNE KATKIDA BULUNAN YASALARIN ÇIKARILMA VE KULLANIMI DÜZEYİ		
	Ülke Düzenleme, Organizasyon ve Planlama	Yasal Çerçeve ve Hukuki Araçları	Turizm
IC4.27	ULUSLARARASI ANLAŞMALARIN ONAYI VE UYGULANMASI		
	Ülke Düzenleme, Organizasyon ve Planlama	Yasal Çerçeve ve Hukuki Araçları	Genel Durum
IC5.28	ÜLKE DÜZENLEME SÜREÇLERİ: TURİSTİK GİDİLECEK YERLER İÇİN STRATEJİK BÖLGESEL BİR PLANIN VARLIĞI VE ONUN UYGULANMA DERECESİ		
	Ülke Düzenleme, Organizasyon ve Planlama	Ülke Düzenleme ve Planlama	Turizm
IC5.29	EKONOMİK DEVLETİN TAAHHÜTLERİ		
	Ülke Düzenleme, Organizasyon ve Planlama	Ülke Düzenleme ve Planlama	Genel Durum
IC6.30	SÜRDÜRÜLEBİLİR TESCİLLİ DONATILAR VE SİTLERİN ORANI		
	Altyapı ve Bilgi Ağı	Çeşitli Programlar ve Tescili	Turizm
IC6.31	BİLGİ AĞI VE YAPISI – YAYILMA DERECESİ		
	Altyapı ve Bilgi Ağı	Bilgiler	Genel Durum
IC6.32	EKONOMİK ETKİNLİĞİN GELİŞMESİNİ İÇEREN ÖNGÖRÜLERİN KALİTESİ		
	Altyapı ve Bilgi Ağı	Bilgiler	Genel Durum
IC6.33	YEREL TOPLUMUN VE TURİSTLERİN GENEL HAREKETLİLİĞİ VE İLETİŞİM ARAÇLARI		
	Altyapı ve Bilgi Ağı	Altyapı	Genel Durum
IC7.34	YEREL ÜCRETLERDE GIDAYA AYRILAN ORTALAMA ÜCRET PAYI		
	Hayat Pahalılığı,Tüketim Değeri	Hayat Pahalılığı	Genel Durum
IC7.35	DİĞER ÜLKELERE GÖRE MAL VE HİZMET SUNUŞLARININ YEREL FİYAT GÖSTERGELERİ		
	Hayat Pahalılığı,Tüketim Değeri	Hayat Pahalılığı	Turizm
IC8.36	YEREL HALKIN TURİZMDEN ELDE ETTİĞİ GELİRİN DİĞER ETKİNLİKLERDEN ELDE ETTİĞİ GELİRE ORANI		
	Etkinlik Çeşitliliği	Destekleyici Gelirler	Turizm
IC8.37	TURİSTİK GELİRİ OLAN ÇİFTÇİ YÜZDESİ		
	Etkinlik Çeşitliliği	Destekleyici Gelirler	Turizm
IC8.38	DUYARLI BÖLGELERDE SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİMİN ÇEŞİTLİLİK DERECESİ		
	Etkinlik Çeşitliliği	Tamamlayıcı Üretimler	Genel Durum
IC9.39	GELENEKSEL USTALIK HİZMETİ KARŞILIĞININ ÖLÇÜLMESİ		
	Geleneksel Etkinlikler	Yeniden Tanımlama	Genel Durum
IC9.40	İŞLENEN TARIM ALANLARININ SAYISI VE GELİŞİMİ ,AĞI VE BAĞLI HİZMETLER		
	Geleneksel Etkinlik	Gelişme Seviyesi	Genel Durum
IC9.41	İMALATHANELERİN KATMA DEĞERİNİN GAYRİSAFİ YURTİÇİ HASILAYA ORANI		
	Geleneksel Etkinlikler	Gelişme Seviyesi	Genel Durum
IC10.42	KAYITSIZ EKONOMİDEN GELEN GELİRLERİN ORANI		
	Kayıtsız Ekonomi	Ayırt Edilmiş Stratejiler	Genel Durum

2.Sosyal Göstergeler

IS1.43	İSTİHDAM ÜZERİNE TURİZMİN SOSYAL ETKİSİ		
	İstihdam	Profil	Turizm
IS1.44	TURİZMDE KADINLARIN İSTİHDAMI		
	İstihdam	Eşitlik	Turizm
IS1.45	ÜLKEDE HİZMETLER, TİCARET VE İSTİHDAMIN DAĞILIMI		
	İstihdam	Dolaylı Etki	Genel Durum
IS2.46	NÜFUSUN GENEL EĞİTİM SEVİYESİ		
	Eğitim ve Öğretim	Eğitim Seviyesi	Genel Durum
IS2.47	SANAYİDE ÇALIŞANLARIN EĞİTİM SEVİYESİ VE UYGULAYICILARIN BÜTÜNÜ		
	Eğitim ve Öğretim	Eğitim Seviyesi	Turizm
IS2.48	EĞİTİM VE ARAŞTIRMA PROJELERİNDE NİCELİK VE NİTELİK		
	Eğitim ve Öğretim	Eğitim Seviyesi	Genel Durum
IS3.49	SEKTÖRÜN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİNDE NİTELİĞİN % Sİ VE NİTELİĞİ SAĞLAYAN STAJ SİSTEMİ		
	Eğitim ve Öğretim	Öğretim	Turizm
IS5.50	NÜFUS ARTMASINDA GÖÇÜN ÖNEMİ		
	Yaşam Seviyesi, Sosyal Dengesizlik	Nüfus	Genel Durum
IS4.51	KENTSEL NÜFUS		
	Yaşam Seviyesi, Sosyal Dengesizlik	Nüfus	Genel Durum
IS4.52	NÜFUS ÜZERİNE ETKİ		
	Yaşam Seviyesi, Sosyal Dengesizlik	Nüfus	Turizm
IS5.53	SOSYAL YARAR / TURİZM MALİYETİ ORANI		
	Yaşam Seviyesi, Sosyal Dengesizlik	Turizm Maliyeti	Turizm
IS4.54	BASKI GÖSTERGESİ		
	Yaşam Seviyesi, Sosyal Dengesizlik	Turizm Maliyeti	Turizm
IS4.55	TÜM NÜFUS İÇİN KONUT STOĞUNUN GELİŞMESİ VE DURUMU		
	Yaşam Seviyesi, Sosyal Dengesizlik	Konut-Yerleşme	Genel Durum
IS4.56	YASAL OLAN VE OLMAYAN İŞLETMELERİN NÜFUSU VE YÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİLER		
	Yaşam Seviyesi, Sosyal Dengesizlik	Konut-Yerleşme	Genel Durum
IS4.57	GELİRE ORANLA İŞLETMELERİN GENEL GİDERLERİ		
	Yaşam Seviyesi, Sosyal Dengesizlik	Konut-Yerleşme	Genel Durum
IS6.58	TURİSTİK SİTLERE VE PLAJLARA ERİŞEBİLİRLİK		
	Erişilebilirlik	Fiziksel Erişme	Turizm
IS6.59	ENGELLİLER VE GENÇLER İÇİN ERİŞME ARAÇLARI		
	Erişilebilirlik	Özel Erişme	Turizm
IS6.60	YEREL TOPLUMUN KATILIM SEVİYESİ VE TOPLUM ÖRGÜTLERİ		
	Erişilebilirlik	Toplumsal Ağ	Turizm
IS6.61	SÜRDÜRÜLEBİLİR GELİŞME PROMIOSYONU İÇİN OLAN ORGANİZASYONLARDA YERLİ NÜFUSUN VE ETNİK AZINLIĞIN TEMSİL EDİLMESİ		
	Erişilebilirlik	Toplumsal Ağ	Turizm
IS10.62	KÜLTÜREL ORTAMLARIN NİTELİĞİ, ÇEŞİTLİLİĞİ, SAYISI		
	Kimlik ve Kültür	Miras ve Tescil	Genel Durum
IS10.63	YEREL KÜLTÜR ÜZERİNE BİLGİLER VE SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASIN KORUNMASI		
	Kimlik ve Kültür	Miras ve Tescil	Genel Durum
IS10.64	YEREL TEKNİKLERİN KULANILMASI VE TOPLANMASI YÜZDESİ ORANI		
	Kimlik ve Kültür	Geleneksel Etkinlikler	Genel Durum
IS7.65	KOMŞULUK İLİŞKİLERİ: SORUNLARIN VARLIĞI VE ÖNEMİ		
	Toplumsal Güvenlik	Nüfus	Turizm
IS8.66	ÇOCUKLARA TECAVÜZ OLAYLARININ VARLIĞI		
	Toplumsal Güvenlik	Etkinlik	Turizm
IS7.67	YEREL ETKİNLİKLERE KARŞI ŞİKAYET VE TOPLU DİLEKÇE SAYISI		
	Sosyal Güvenlik	Etkinlik	Turizm
IS7.68	ÖNEMLİ SUÇ TİPLERİ VE CİNAYET ORANI		
	Sosyal Güvenlik	Cinayet	Genel Durum
IS7.69	TURİSTLERİN VE TURİSTİK SİTLERİN GÜVENLİĞİ		
	Sosyal Güvenlik	Cinayet	Turizm

IS8.70	TEMEL ARITMA VE KENTSEL TEMİZLİK		
	Sağlık	Temizlik ve Hijyen	Genel Durum
IS8.71	BELGELENDİRME VE KONAKLAMA DONATILARINDA TEMİZLİK		
	Sağlık	Temizlik ve Hijyen	Turizm
IS8.72	İÇİLEBİLİR SUYA ERİŞME		
	Sağlık	Halk Sağlığı	Genel Durum
IS8.73	SAĞLIĞIN GENEL DURUMU		
	Sağlık	Halk Sağlığı	Genel Durum
IS8.74	BULAŞICI HASTALIKLARIN TİPİ VE ORANI		
	Sağlık	Hastalık	Genel Durum
IS8.75	DOĞAL AFETLERE BAĞLI EKONOMİK VE İNSAN KAYBI		
	Sağlık	Kaza	Genel Durum
IS9.76	KONTROL VE YÖNETİM SİSTEMLERİNİN ETKİNLİĞİ		
	Yasal ve Politik Çerçeve	Yapı	Genel Durum
IS9.77	ULUSLARARASI ARAÇLARIN UYGULANMA KAPASİTESİ VE ÜLKELER ARASINDA ANLAŞMALAR		
	Yasal ve Politik Çerçeve	Yapı	Genel Durum
IS9.78	SÜRDÜRÜLEBİLİR GELİŞME KAPSAMINDA SİVİL TOPLUM İLE DEVLET KURULUŞLARININ FARKLI DÜZEYLERİNDE YASAL VE EŞGÜDÜMLÜ GAYRET VE POLİTİKALARIN ÇERÇEVESİ		
	Yasal ve Politik Çerçeve	Eşgüdüm ve Çerçeve İçinde	Genel Durum
IS9.79	KURUMLAR VE SEKTÖRLER ARASINDA EŞGÜDÜM VE KURUMSALLAŞMANIN NİCELİĞİ VE NİTELİĞİ		
	Yasal ve Politik Çerçeve	Eşgüdüm ve Çerçeve İçinde	Genel Durum
IS9.80	ÜLKEDE MEVCUT YASALARIN PROMOSYONU VE UYUMLAŞTIRILMASI		
	Yasal ve Politik Çerçeve	Eşgüdüm ve Çerçeve İçinde	Genel Durum
IS6.81	KATI ATIK YÖNETİMİNDE, İLETİŞİMDE, TEMİZ SU VE ELEKTRİK DAĞITIMINDA KONUTLAR VE KAMUNUN GÖREV DERECESİ		
	Halk Eylemi	Hizmetler	Genel Durum
IS9.82	KURUMSAL DANIŞMA VE İLETİŞİM GAYRETLERİ		
	Halk Eylemi	Araçlar	Genel Durum
IS9.83	MESLEKİ ODALARDA VE YEREL ÖRGÜTLERDE EYLEM BİRLİĞİ		
	Halk Eylemi	Araçlar	Genel Durum
IS9.84	HALK SAĞLIĞI İÇİN ULUSAL HARCAMALARIN ORANI		
	Halk Eylemi	Araçlar	Genel Durum
IS2.85	EĞİTİM İÇİN ULUSAL HARCAMALARIN ORANI		
	Halk Eylemi	Araçlar	Genel Durum
IS2.86	GAYRİSAFİ YURTİÇİ HASILADA GELİŞME VE ARAŞTIRMA HARCAMALARININ % Sİ		
	Halk Eylemi	Araçlar	Genel Durum
IS9.87	TURİSTİK ETKİNLİKLER TARAFINDAN ÜRETİM DEĞERİNİN TÜM EKONOMİ ÜZERİNDEKİ ORANI		
	Halk Eylemi	Araçlar	Turizm

3. Çevresel Göstergeler

IE1.88	KİRLETİCİ İŞLETMELER: KİRLENMENİN SOSYAL VE MEKANSAL YOĞUNLAŞMASI		
	Hava Kalitesi ve Ses Seviyesi	Hava Kalitesi	Genel Durum
IE1.89	EMİSYON SEVİYESİ VE ATMOSFERİ KİRLETENLERİN YIĞILMASI		
	Hava Kalitesi ve Ses Seviyesi	Hava Kalitesi	Genel Durum
IE7.90	AKUSTİK(SES) KİRLENME SEVİYESİ		
	Hava Kalitesi ve Ses Seviyesi	Ses Seviyesi	Genel Durum
IE7.91	OTEL BÖLGELERİNDE İZİN VERİLEN DESİBEL SEVİYESİ VE TURİSTLERİN GÜRÜLTÜYLE İLGİLİ ŞİKAYET SAYISI		
	Hava Kalitesi ve Ses Seviyesi	Ses Seviyesi	Turizm
IE2.92	PLAJLARIN VE KAYALIKLARIN YAKININDAKİ SULARIN KİRLENME SEVİYESİ		
	Su Kalitesi	Deniz ve Okyanus	Turizm
IE2.93	KULLANILMIŞ SU ARITMA SİSTEMİ OLAN OTEL % Sİ		
	Su Kalitesi	Deniz ve Okyanus	Turizm
IE2.94	İÇİLEBİLİR SU KALİTESİ		
	Su Kalitesi	Tüketim Suyu ve Rezervi	Genel Durum

IE2.95	ARITMA SİSTEMLERİNİN ETKİLİLİĞİ		
	Su Kalitesi	Arıtma	Genel Durum
IE2.96	ARITILAN SUYU TEKRAR KULLANAN OTEL % Sİ		
	Su Kalitesi	Arıtma	Turizm
IE4.97	EROZYON HIZI VE SEVİYESİ		
	Toprağın Fakirleşmesi ve Erozyon	Erozyon	Genel Durum
IE4.98	TURİZMDEN KAYNAKLANAN EROZYONUN ÖNEMİ		
	Toprağın Fakirleşmesi ve Erozyon	Erozyon	Turizm
IE4.99	ÇÖLLEŞMEYE BAŞLAYAN TOPRAKLAR		
	Toprağın Fakirleşmesi ve Erozyon	Çölleşme	Genel Durum
IE4.100	AŞIRI SU ÇEKME VE TUZLU SU SIZMASINA UĞRAYAN TOPRAKLAR		
	Toprağın Fakirleşmesi ve Erozyon	Sızma	Genel Durum
IE4.101	SÜRDÜRÜLEBİLİR YÖNETİLEN AĞAÇLANDIRMA ALANLARI % Sİ		
	Toprağın Fakirleşmesi ve Erozyon	Ağaçlandırılan Alanın Sürdürülebilir Yönetimi	Genel Durum
IE5.102	ÜRETİLEN ATIKLARIN HACMİNE GÖRE KATI ATIKLARIN İŞLENMESİ VE DEPOLANMASI		
	Katı Atıkların Kaldırılma Ağı	Atık	Genel Durum
IE5.103	KATI ATIKLARIN TOPLANMA, YENİDEN KULLANMA, DÖNÜŞTÜRME SİSTEMLERİNE SAHİP OTELLERİN % Sİ		
	Katı Atıkların Kaldırılma Ağı	Atık	Turizm
IE5.104	DUYARLI VE KORUNAN BÖLGELERDE İNSAN VARLIĞININ GÖRÜLEBİLİRLİĞİ		
	Katı Atıkların Kaldırılma Ağı	Atık	Turizm
IE10.105	ÇEVRE GÜVENLİĞİ VE KORUNMASI İÇİN ÖLÇME ARAÇLARI, TEDBİRLER VE YÖNETMELİKLERİN KULLANILMASI		
	Eylem Programları	Yasal Çerçeve	Genel Durum
IE10.106	YASALARA UYMAYANLARA KARŞI KONTROL VE CEZALANDIRMA SAYISI		
	Eylem Programları	Yasal Çerçeve	Genel Durum
IE10.107	ÇEVRENİN SÜRDÜRÜLEBİLİR YÖNETİM SİSTEMLERİNİN VE YARARLILIĞININ ETKİNLİĞİ		
	Eylem Programları	Özel Programlar	Genel Durum
IE10.108	ÇEVRENİN KORUNMASI İÇİN GİDER SEVİYESİ		
	Eylem Programları	Araçlar	Genel Durum
IE6.109	TURİSTLERİN SAYISINDA DEĞİŞİM		
	Kaynakların Kullanımı ve Tüketimin Seviyesi	Turistlerin Varlığı	Turizm
IE6.110	KULLANIM YOĞUNLUĞU		
	Kaynakların Kullanımı ve Tüketimin Seviyesi	Turistlerin Varlığı	Turizm
IE6.111	TURİSTİK AKIMIN YÖNETİMİNDE ETKİLİLİK, ALARM SİSTEMİ, GELİŞMEMİŞ KAPASİTE KAYNAKLARININ KULLANIMI		
	Kaynakların Kullanımı ve Tüketimin Seviyesi	Turistlerin Varlığı	Turizm
IE2.112	OTURAN YEREL NÜFUSA GÖRE TURİSTİN TEMİZ SU KULLANIM ORANI		
	Kaynakların Kullanımı ve Tüketimin Seviyesi	Su Tüketimi	Turizm
IE2.113	NÜFUSUN ETKİNLİKLERİNE GÖRE TURİZM TARAFINDAN KULLANILAN SUYUN ORANI		
	Kaynakların Kullanımı ve Tüketimin Seviyesi	Su Tüketimi	Turizm
IE3.114	HİDROLOJİK REZERVLERİN VE ŞEBEKENİN BULUNABİLİRLİĞİ		
	Kaynakların Kullanımı ve Tüketimin Seviyesi	Su Tüketimi	Genel Durum
IE6.115	YEREL OTURANA GÖRE TURİSTİN KULLANDIĞI ENERJİ MİKTARI		
	Kaynakların Kullanımı ve Tüketimin Seviyesi	Enerji Tüketimi	Turizm
IE6.116	TOPLUMUN ETKİNLİKLERİNE GÖRE TURİZM TARAFINDAN KULLANILAN ENERJİ ORANI		
	Kaynakların Kullanımı ve Tüketimin Seviyesi	Enerji Tüketimi	Turizm
IE6.117	ENERJİ REZERVLERİNİN VE AĞININ KAPASİTE VE KULLANILABİLİRLİĞİ		
	Kaynakların Kullanımı ve Tüketimin Seviyesi	Enerji Tüketimi	Genel Durum

IE4.118	SOSYAL VE KÜLTÜREL DEĞERLERİN KORUNMA YÖNETİMİNİ UYGULAYAN DUYARLI BÖLGELERİN % Sİ		
	Kaynakların Kullanımı ve Tüketimin Seviyesi	Arazi Kullanımı	Genel Durum
IE4.119	TÜM DUYARLI BÖLGELERE GÖRE TURİZM VE LOİSİR ETKİNLİKLERİNİN YÖNETİMİ ALTINDA DUYARLI BÖLGELERİN ORANI		
	Kaynakların Kullanımı ve Tüketimin Seviyesi	Arazi Kullanımı	Turizm
IE9.120	YEREL MİMARİ VE MALZEMENİN KULLANILMASI		
	Kaynakların Kullanımı ve Tüketimin Seviyesi	Malzemeler	Genel Durum
IE6.121	KARA, DENİZ, HAVA TRAFİĞİNİN YOĞUNLUĞU VE ARTMA YÜZDESİ VE ATMOSFER KİRLENMESİ		
	Hava, Deniz, Kara Trafiği	Yoğunluk	Genel Durum
IE6.122	İLGİ ÇEKEN BAŞLICA ODAKLARA AKIM VE ŞEBEKENİN KULLANIM YOĞUNLUĞU		
	Hava, Deniz, Kara Trafiği	Yoğunluk	Genel Durum
IE6.123	BÜTÜN YIL BOYUNCA TOPLU TAŞIM KALİTESİ VE VARLIĞI		
	Hava, Deniz, Kara Trafiği	Toplu Taşım	Genel Durum
IE8.124	ÇAĞDAŞ, GELENEKSEL, ANITSAL MİRASIN GENEL DURUMU		
	Tarihi ve Arkeolojik Sitler	Koruma Durumu	Turizm
IE8.125	SİTLERİN VE ETKİNLİKLERİN ÇEKİM KAPASİTESİ VE ÜNÜ		
	Tarihi ve Arkeolojik Sitler	Ünlülük	Turizm
IE9.126	İNŞAAT VE KENTLEŞME AÇISINDAN SINIRLAMALARIN SEVİYESİ		
	Görsel Kirlenme ve Estetik	İmar Planları	Genel Durum
IE9.127	TURİSTİK GİRİŞİMCİLER TARAFINDAN İMAR KURALLARINA SAYGI		
	Görsel Kirlenme ve Estetik	İmar Planları	Turizm
IE9.128	ÇEVRESEL OLARAK YETKİLİ YÖNLENDİRMELERE VE KALİTE SÖZLEŞMELERİNE ÜYELİK		
	Görsel Kirlenme ve Estetik	Yatırım, Danışma ve Programlar	Turizm
IE10.129	TURİZME YÖNELİK ENDEMİK FLORA VE FAUNANIN KORUNMASI İÇİN PROGRAMLARIN SAYISI VE ETKİLİLİĞİ		
	Görsel Kirlenme ve Estetik	Yatırım, Danışma ve Programlar	Turizm
IE10.130	ETKİNLİĞİN GELİRİ ÜZERİNE ÇEVREDE YATIRIMLAR VE DUYARLI BÖLGELERDE YÖNETİM İÇİN GELİRİN KULLANILMA ORANI		
	Görsel Kirlenme ve Estetik	Yatırım, Danışma ve Programlar	Turizm
IE10.131	ÇEVRE DÜZENLEMESİ İÇİN YASAL VE POLİTİK ÇERÇEVELERİN EKONOMİK VE EKOLOJİK SINIRLAMALAR İÇİNDE ELE ALINMASI		
	Görsel Kirlenme ve Estetik	Düzenleme ve İnşaat	Genel Durum
IE9.132	ALTYAPININ PEYZAJLA BÜTÜNLEŞMESİ		
	Görsel Kirlenme ve Estetik	Düzenleme ve İnşaat	Turizm
IE9.133	DOĞAL KAYNAKLARIN SÜRDÜRÜLEBİLİR KULLANIMI VE PEYZAJ ÖZELLİKLERİNİN GELİŞMESİ		
	İnsan ve Yaşam	Peyzaj ve Etkinlik	Genel Durum
IE10.134	TURİZMİN OLDUĞU YERLERDE DOĞAL KAYNAKLARIN KULLANIMI VE GELENEKSEL YAŞAM ETKİNLİKLERİ İLE YARARLANILABİLİR KAYNAKLARIN ORANI		
	İnsan ve Yaşam	Peyzaj ve Etkinlik	Turizm
IE10.135	DUYARLI BÖLGELERDE YAŞAYAN NÜFUSUN GELİŞMESİ VE YOĞUNLUĞU		
	İnsan ve Yaşam	Nüfus	Genel Durum
IE10.136	İNSAN VE HAYVAN ARASINDA ÇATIŞMA SEVİYESİ		
	İnsan ve Yaşam	Güvenlik	Genel Durum
IE10.137	EKOSİSTEMLERİN HASSASLIĞI		
	Vahşi Yaşam, Flora ve Fauna	Denge	Genel Durum
IE10.138	FAUNA'DA DÜZENSİZLİK VE EKOLOJİK BOZULMA % Sİ		
	Vahşi Yaşam, Flora ve Fauna	Denge	Genel Durum
IE10.139	DOĞAL YENİDEN CANLANMA VE BİYOLOJİK ÇEŞİTLİLİK SAYISI YÜZDESİ		
	Vahşi Yaşam, Flora ve Fauna	Çeşitlerin Elde Edilmesi	Genel Durum
IE10.140	TEHLİKE ALTINDAKİ ÇEŞİTLERİN KORUNMASI VE GENETİK KAYNAKLARIN MUHAFAZASINDA TEDBİRLER		
	Vahşi Yaşam, Flora ve Fauna	Çeşitlerin Elde Edilmesi	Genel Durum

Ek 6 – Görüşme Kapsamı

Tarih	Yer	Kurum	Kişi	Görüşme şekli
23.07.2014		TaTuTa	Ahmet Berkay Atik (Koordinatör)	E-posta
24.07.2014 27.08.2014	Bahçedere	Çamtepe Ekolojik Yaşam Kültürü Merkezi	Güneşin Aydemir	E-posta ve Telefon
11.08.2014	Adatepe	Hünnap Han	Ural Bayraktar (Genel Müdür)	Yüz yüze
		Hüseyin Meral Zeytinyağı ve Sanat Galerisi		Yüz yüze
			İshak Bey	Yüz yüze
		Adatepe ve Zeushan Pansiyon	Necati Bey (Kurucu)	Yüz yüze
	Küçükkuyu Merkez	Adatepe Zeytinyağı Müzesi		Yüz yüze
12.08.2014	Ahmetçe	Dhara Organik Zeytinyağı Fabrikası	Larissa Robins (Kurucu)	Yüz yüze
	Yeşilyurt	Kısık Konağı	Sevgi Ünal ve Yalçın Ünal (Kurucu)	Yüz yüze
		Öngen Country Hotel	Mehmet Öngen (Kurucu)	Yüz yüze
		Nurşen Köy Evi		Yüz yüze
		Manici Kasrı	Espina Totu (Genel Müdür)	Yüz yüze
		İda Taş Konak	Tolga Güntay (Genel Müdür)	Yüz yüze
	Adatepebaşı	Dedetepe Ekolojik Yaşam Çiftliği	Serdar Sümer	Yüz yüze
13.08.2014	Çanakkale Merkez	Çanakkale Kent Konseyi Yemek Kültürü Çalışma Grubu	Akın Boran (Başkan)	Yüz yüze
		Çanakkale Profesyonel Aşçılar Derneği	Osman Demirci (Yönetim Kurulu Üyesi)	Yüz yüze
		TC Kültür ve Turizm Bakanlığı Çanakkale İl Müdürlüğü	Hüseyin Şevik	Yüz yüze
		Karaüzüm Otel ve Restoran	Hasan Açanal (Kurucu)	Yüz yüze

Tarih	Yer	Kurum	Kişi	Görüşme şekli
14.08.2014	Kızılkeçili	İda Natura Life Style Hotel	Ali Canlı (Kurucu)	Yüz yüze
	Mehmetalanı	Misanlı Pansiyon	Hasan Akburak (Kurucu)	Yüz yüze
		Saltuksoy Zeytinyağı Fabrikası ve Misafir Evleri	Hasan Saltuksoy (Yönetici)	Yüz yüze
		Mehmetalanı Misafir Evleri ve Hızır Kamp		Telefon
	Zeytinli	Evren Ertür Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi		Yüz yüze
15.08.2014	Nusratlı	Nusratder Nusratlı Köyü Kültür, Turizm ve Dayanışma Derneği	Süheyla Doğan (Kurucu)	Yüz yüze
	Tahtakuşlar	İdaköy Çiftlik Evi	İskender Azatoğlu (Kurucu)	Yüz yüze
	Çamlıbel	Zeytinbağı Restoran ve Otel	Nejla Özgür Şeker (Kurucu)	Yüz yüze
		Konak Lapeistra		Yüz yüze
		Albatross Dağ Evleri	Önder Açıkalın (İşletmeci)	Yüz yüze
		Saklıbahçe Restoran		Yüz yüze
		Lella Çamlıbel		Yüz yüze
16.08.2014	Yanıklar	Dağbaşı Ekolojik Yaşam ve Tatil Çiftliği	Tülin Dikmen (Kurucu)	Yüz yüze
	Cazgirler	Agrida Tarım ve Turizm Derneği	Bahadır Yasa (Başkan)	Yüz yüze
21.08.2014	Altınoluk	Darıdere Tabiat Parkı ve Oteli		Telefon

Ek 7 – Görüşme Formu

Konaklama tesisleri için:

1. Oda, yatak ve sandalye kapasitesi nedir?
2. Doluluk oranları (mevsimlere göre) nedir?
3. Yiyecek – içecek tedarikinde ne oranda yerel kaynak kullanılmaktadır?
4. İstihdamda ne oranda yerel kaynak kullanılmaktadır?
5. Yabancı misafir oranı nedir, personel yabancı dil bilmekte midir?
6. Girişim yerel midir?
7. Kullanılan standartlar, belgeler ve sertifikalar var mıdır, nelerdir?
8. Mimari özellikler nelerdir, hangi yapı malzemeleri kullanılmıştır?
9. Peyzaj düzenleme ne durumdadır, ne ölçüde doğal ve yereldir?
10. Tesis sahipleri yerel planlamaya ve kararlara ne oranda katılabilmektedir?
11. Üye olunan kooperatif, dernek ve birlikler var mıdır?
12. Doğrudan satış olanakları (işlenmiş ürün / hammadde) var mıdır?
13. Doğa ve mimari koruma çabaları ne aşamadadır?

Gastronomi turizmi için:

1. Kullanılan mönü şekli nedir?
2. Mönüde ne oranda yerel yemekler yer almaktadır?
3. Kullanılan içerik maddeleri ve pişirme yöntemleri nelerdir?
4. Özgün yemekler ve belirgin bir gastronomik kimlik mevcut mudur?
5. Personelin eğitim durumu nedir?
6. Mutfak ve salon özellikleri nedir?

Tarımsal turizm için:

1. Organik / ekolojik / doğal tarım gibi yöntemler kullanılmakta mıdır?
2. Yapay pestisit ve gübre kullanılmakta mıdır?
3. Sulama yöntemi nedir?
4. Geri dönüşüm ve tekrar kullanım yöntemleri uygulanmakta mıdır?
5. Konukların arka bölgelere erişimi mümkün müdür?
6. Üretim ölçeği nedir ve gelecekte değişmesi amaçlanmakta mıdır?
7. Hangi sertifikalar kullanılmaktadır?
8. Turizm çeşitlendirme olanağı olarak görülmekte midir?

Ek 8 – Gözlem Formu

Amaç: Bu gözlemin amacı, ziyaret edilen köylerin doğal ve kültürel çevresinin yerel yiyecek – içecek üretimine ve turistik çekim gücüne etkisini ortaya koymaktır.

Araştırma soruları:

1. Köyün doğal çevresi ne durumdadır?
    a. Yeşil alanların oranı, durumu, eğim ve flora yapısı
    b. Atık durumu
    c. Rekreasyon alanları
    d. Yerleşim alanlarında doğal unsurlar

2. Köyün kültürel peyzajı ne durumdadır?
    a. Konutlaşma, altyapı ve mimari özgünlük
    b. Mimari koruma
    c. Tesisleşme

3. Köyde sosyal yaşam ne durumdadır?
    a. Konukseverlik ve iletişim
    b. Ortak yaşam alanları
    c. Ön ve arka bölgeler
    d. Kırsal uyum

4. Köyde yiyecek – içecek üretimi ne durumdadır?
    a. Tarım alanları
    b. Hayvancılık
    c. Yeme – içme tesisleri
    d. Yiyecek – içecek dükkanları

Veri toplama:

1. Ulaşım: Köye ulaşım olanakları, yol, işaretleme ve aydınlatma durumu, köyün girişi
2. Köyün fiziksel durumu: Doğal ve kültürel çevre unsurları, turistik ve diğer tesisler
3. Sosyal yapı: Yabancılara yaklaşım, sosyal etkileşim, iletişim, yardımlaşma
4. Etkinlikler: Kutlama, festival, hayır etkinlikleri, toplu yemek etkinlikleri, eğitsel etkinlikler