

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/324155918>

Yerel Yiyecekler Aracılığı İle Sürdürülebilir Destinasyonlar: Ayvacık Örneği (Sustainable Destinations Through Local Food: The Example of Ayvacık)

Article in Journal of Tourism and Gastronomy Studies · March 2018

DOI: 10.21325/jotags.2018.190

CITATIONS

3

READS

832

2 authors, including:



Cigdem Ozkan

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

23 PUBLICATIONS 41 CITATIONS

SEE PROFILE

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Article ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEĞİN, ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞA ETKİSİNDE KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN ROLÜ: OTEL İŞLETMELERİNDE BİR ARAŞTIRMA [View project](#)



SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS: ÇANAKKALE AYVACIK YEMEKLERİ [View project](#)



Yerel Yiyecekler Aracılığı İle Sürdürülebilir Destinasyonlar: Ayvacık Örneği (Sustainable Destinations Through Local Food: The Example of Ayvacık)

*Çiğdem ÖZKAN^a , Şule AYDIN^b 

^aÇanakkale Onsekiz Mart University, Ayvacık Vocational School, Çanakkale/Turkey

^bNevşehir Hacı Bektaş Veli University, Turizm Faculty, Nevşehir/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi: 11.02.2018

Kabul Tarihi: 25.03.2018

Anahtar Kelimeler

Sürdürülebilir destinasyonlar

Yerel ürünler

Gastronomi

Öz

Günümüzde, turizm küresel ekonominin gelişmesine katkı yapan ana sektörlerden birisidir. Turizmde kullanılan kaynakların gelecek kuşaklara aktarımını sağlayabilmek için, sürdürülebilir turizm önemli bir turizm anlayışı olarak karşımıza çıkmaktadır. Turizmin sürdürülebilir olabilmesi için ise bir bölgede var olan kültürel, doğal ve tarihi değerlerin farkında olunması ve bunun sonucunda korunması gerekmektedir. Destinasyonların bu anlamda ön plana çıkarabilecekleri değerlerin başında da yerel yemek kültürleri gelmektedir. Ayvacık, sürdürülebilir gastronomi turizmi bakımından önemli bir potansiyele sahiptir. Bu çalışmada amaç Ayvacık ilçesine özgü yöresel yemeklerin ortaya çıkarılması ve gastronomi değerleri aracılığı ile bölgeye gelen turistlerin yerel kültürü tanımalarının sağlanabilmesi için önerilerin geliştirilmesidir. Ayvacık ilçesine özgü yöresel yiyeceklerin ortaya çıkarılmasında, nitel araştırma yöntemlerinden olan yüz yüze görüşme yöntemiyle yerel halktan elde edilen veriler kullanılmıştır. Aynı zamanda Ayvacık belediyesi tanıtım broşürü ve Cd'ler incelenmiştir. Bulgular betimsel analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda Ayvacık potansiyel olarak gastronomi değerleri bakımından önemli bir gastronomi turizmi merkezi olmaya aday bir ilçe olduğu ortaya çıkmaktadır.

Keywords

Sustainable destinations

Local foods

Gastronomy

Abstract

Today, tourism is one of the main sectors contributing to the development of the global economy. Sustainable tourism emerges as an important tourism concept in order to enable the transfer of resources used in tourism to future generations. In order for tourism to be sustainable, it is necessary to be aware of the cultural, natural and historical values that exist in a region and to protect it as a result. Local food cultures are at the forefront of the values that destinations can bring to the forefront in this sense. Ayvacık has an important potential for sustainable gastronomy tourism values. The aim of this study is to reveal local foods specific to the Ayvacık county and to develop suggestions for local culture of tourists coming to the region through gastronomy values. The data obtained by face-to-face interview with local people were used to reveal local foods specific to the Ayvacık county. The findings were analyzed by descriptive analysis method. As a result of the study, Ayvacık turns out to be a candidate to be an important gastronomy tourism center in terms of potential gastronomy values.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: cigdemozkan@comu.edu.tr (Ç. Özkan)

GİRİŞ

Geçmiş yıllardan itibaren turizm sektörünün Türkiye’de planlı gelişimi için devlet tarafından yatırımcılara birçok kolaylık sağlanmıştır. Akdeniz sahil şeridi imara açılmış ve turizmin gelişimi için ilk olarak devlet ve akabinde özel sektör yatırımları desteklenmiştir (Emekli, 2005, : 103).Günümüze gelindiğinde ise, turizm eğitimi veren kurum sayısı ve turizm sektörüne yönelik yapılan çalışmaların artması ile turizm sektörü önemli bir sektör haline gelmiştir. 2017 yılı itibari ile çıkış yapan yabancı ziyaretçi sayısı 32 milyon 79 bin 527 kişi, turizm geliri ise 26 milyar 283 milyon 656 bin dolar olmuştur (Türkiye İstatistik Kurumu, 2018a). Türkiye sahip olduğu tarihi, doğal ve kültürel güzellikleri ile dünyanın önemli turizm potansiyeline sahip ülkelerinden biridir (Emekli, 2005: 103-104; İsen, 2018: 1-2). Son yıllarda kültür turizmi Türkiye turizmi içerisinde çok önemli bir yer taşımaya başlamıştır (Gögebakan, 2015: 52).Türkiye’nin sahip olduğu kültürel miras ve değerler her yıl milyonlarca turist tarafından ziyaret edilmektedir. Bu durum turizm istatistiklerine yansımaktadır. Türkiye istatistik kurumu geliş amacına göre çıkış yapan yabancı ziyaretçiler istatistiki verisine göre, toplam 17 milyon 977 bin 537 kişi Türkiye’yi gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler amacı ile ziyaret etmiştir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2018b).

Sürdürülebilir turizm, turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel negatif etkilerini azaltmak ve turist ağırlayan toplum için uzun vadede faydalı olmak amacıyla ortaya çıkmıştır (Paul,2013: 759). Sürdürülebilir turizm kültürel değerlerin ortaya çıkarılmasını ve bu değerlerin korunmasını esas almaktadır. Sürdürülebilir turizm, turizm endüstrisinin, ziyaretçilerin, çevrenin ve ziyaretçi kabul eden toplumların ihtiyaçlarını gözetererek, turizmin mevcut ve gelecekteki sosyal, çevresel ve ekonomik etkilerini tam olarak dikkate alan turizm çeşididir (Making Tourism More Sustainable, 2005).

Son dönemde sürdürülebilir turizm ile ilgili tartışmalarda sürdürülebilir destinasyon kavramı ön plana çıkmaya başlamıştır. Sürdürülebilir turizm uygulamaları, kitle turizmi ve çeşitli niş turizm türleri olmak üzere tüm turizm türleri dâhil olmak üzere her türlü destinasyonda ve tüm turizm türlerinde uygulanabilir. Sürdürülebilirlik ilkeleri, çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel yönlere atıfta bulunurken, uzun vadede sürdürülebilirliği garanti altına almak için bu üç boyut arasında uygun bir denge kurmayı hedeflemektedir (Making Tourism More Sustainable, 2005). Turistik değerlerin sürdürülebilirliğinin sağlanması için, kırsal bölgelerdeki turistik ürünlerin turistik değer haline getirilebilmesi, niş pazarların keşfedilmesi ve etkinleştirilmesi gerekmektedir (Bucak ve Aracı, 2013: 204). Quan ve Wang (2004) gidilecek yerdeki yiyeceklerin gidilecek yerin değerini arttırdığı ve turistlerin en önemli tatil tecrübesi olduğunu ifade etmektedirler. Özellikle gastronomik ürünlerin turizm sektörünün ayrılmaz bir parçası olduğu düşünüldüğünde bu ürünlerin sürdürülebilir kılınması destinasyonların sürdürülebilirliği açısından oldukça önemli olduğu ifade edilebilir. Hacıoğlu, Girgin ve Giritlioğlu, (2009) destinasyonlarda sunulan yöresel yemekler ve yerel kültür turistlerin seyahatlerinde çok önemli motivasyon kaynağı olduğunu ifade etmektedirler.

Sürdürülebilir gastronomi turizmi, yiyeceklerin çevreye duyarlı bir şekilde üretilmesi, hazırlanması ve tüketilmesini sağlayarak sosyal ve kültürel gelişimi gözetten bir turizm çeşididir (Aktağ ve Üzülmez, 2017: 301). Sürdürülebilir gastronomi turizminde, turist tercihlerinde en temel belirleyici unsurun yerel, otantik ve organik gıdalar olduğu ifade edilmektedir (Işıldar, 2016: 54). Bu kapsamda gastronomi turizmi kavramı, turizmde sürdürülebilir bir destinasyon için doğal ve otantik bir kaynak olabilir (Yurtseven ve Karakaş, 2013). Gastronomi

turizmi, özel bir yemek türünü tatmak veya bir yemeğin üretilmesini görmek amacıyla, yiyecek üreticilerini, yemek festivallerini, restoranları ve özel alanları ziyaret etmeyi, özel bir yemeği tatmayı, yemeklerin farklı üretim süreçlerini görmeyi veya ünlü bir şefin elinden yemek yemeyi kapsayan ve sosyo-kültürel boyutu olan bir kavramdır (Hall ve diğ., 2003: 9-11; Akgöl 2012). Gastronomi turizmi içerisinde değerlendirilen yerel yiyecekler, kültürel kimliği ve mirası yansıtmakla beraber yerel destinasyonlar içinde rekabet avantajı sağlamada etkili bir araç olabilmektedir (Çalışkan, 2013).Gastronomi turizminde yapılan etkinlikler, bölgesel olarak değerlendirildiğinde ilgili destinasyona (Bucak ve Arıcı, 2013: 205) ve ulusal olarak da ülke imajına kattığı avantajlar yadsınamayacak ölçüde yüksek ve değerlidir.

Temel geçim kaynağı tarım ve hayvancılık olan, civarında Assos, Kadırğa gibi mavi bayraklı plajları bulunan, bozulmamış bir doğaya sahip Ayvacık ilçesi yöresel yiyecekler bakımından zengin iken bu değerleri gastronomi turizm değeri olarak ortaya koyamamaktadır. Bu çalışmada, bu bakış açısından hareketle Ayvacık ilçesinde var olan gastronomi değerlerinin ortaya çıkarılması, turistik ürün haline dönüştürülmesi ve ayvacık ilçesinin sürdürülebilir bir destinasyon olması için yapılması gerekenleri ortaya koymaya çalışılmıştır.

LİTERATÜR TARAMASI

Yöresel yemek kültürü son yıllarda bir destinasyonun sahip olduğu en değerli çekiciliklerden biri olarak nitelendirilmektedir (Özdemir, 2008: 37). Ziyaret edilen bir bölgedeki mutfak kültürünün zengin olması, destinasyonu ziyaret eden turistlerin tekrar ziyaret etmeleri açısından da önemli bir etken olmaktadır (Zağralı ve Akbaba 2015: 6634; Richards, 1996). Remington ve Yüksek (1998) yaptıkları çalışmada turistlerin Türkiye'yi tekrar ziyaretlerindeki en önemli nedenin yemekler olduğunu belirtmişlerdir.

Zağralı ve Akbaba (2015: 6641) “Turistlerin destinasyon seçiminde yöresel yemeklerin rolü: İzmir Yarımadası'nı ziyaret eden turistlerin görüşleri üzerine bir araştırma” adlı çalışmada, katılımcıların bir destinasyonu seçme nedenleri arasında “Yöresel Yemeklerin” büyük bir öncelik taşıdığı, katılımcıların büyük çoğunluğunun bir destinasyonu yöresel yemekleri ve ulusal mutfağı dolayısıyla beğendiği ve “Yerel restoranları” en üstü düzeyde çekici buldukları sonucuna ulaşmışlardır. Aktaş ve Üzülmöz (2017: 301) “Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Kapsamında Otantik Yiyeceklere Yönelik Bir Araştırma” adlı çalışmada, otantik yiyeceklerin seyahat motivasyonunun odak noktası gastronomi turizmi olan bireylere özgün bir deneyim sunduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca otantik yiyeceklerin turistlere eşsiz bir tatil deneyimi yaşattığı, bir destinasyonun ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel kalkınmasına katkı sağladığı, otantik yiyeceklerin yerel kültürden beslendiği sonucuna ulaşmışlardır. Bununla beraber, otantik yiyeceklerin yöreye özgü pişirme tekniklerinin korunarak gelecek nesillere aktarılmasının kültürel ve gastronomik mirasın sürdürülebilir kılınmasında önemli olduğunu ifade etmişleridir. Can (2013: 35) yaptığı çalışmada, sürdürülebilir destinasyonlar yaratmak ya da bir destinasyonu sürdürülebilir kılmak için; bölgeye ait taklit edilemez çekiciliklerin tespitine tüm paydaşların görüşünün ve kaynaklara yönelik tehditlerin engellenmesi için gerekli tedbirlerin alınması gerektiğini vurgulamıştır. López-Guzmán ve Sánchez-Cañizares (2011: 62) ise yaptıkları çalışmada bir destinasyonun değerinin artması ve yeni bir turizm ürünü yaratma fırsatı sunması, destinasyonun gastronomik değerlerini turizm amaçlı kullanması ile mümkün olabileceğini belirtmiştir. Rand ve diğ., (2003)'e göre yöresel yemek değerleri sürdürülebilir turizmin olması ve desteklenmesi için çok önemlidir. Benzer şekilde Rand ve Health (2006) turizm destinasyonunun ekonomik, kültürel ve çevresel

sürdürülebilirliği için turiste yerel yeme içme çeşitlerinin sunulması gerektiğini savunmaktadır. Nilson ve diğ. (2011: 385) yerel ürünlerin gelişiminde temel olarak eko- gastronomik değerlerin varlığı önemli olduğunu vurgulamışlardır. Sims (2009: 326) yaptığı çalışmada gastronomi turizmine katılan turistlerin seyahat motivasyonunun yöreye özgü yerel yiyeceklerin yani otantik yiyeceklerin olduğunu ifade etmektedir. Sonuç itibariye orijinalliğini yitirmemiş ürünlerin turizm faaliyetlerinin önemli bir tamamlayıcısı ve kültürel zenginliğin göstergesi olduğu belirtilmektedir (Tekbalkan, 2017: 155).

Bakırcı, Bucak ve Turhan (2017: 239) “Bölge Gastronomi Turizmi Üzerine Yöresel Ürün Festivallerinin Etkisi: Urla Örneği” adlı çalışmalarında enginar festivali sayesinde enginar üretiminin ve satışlarının arttığı sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca aynı çalışmada, yöresel yemeklerin tanıtımının yapılmasının bölgenin gastronomi turizmine katkısını artırmakta olduğunu ifade etmektedirler. Bekar, Kocatürk ve Sürücü (2017: 28) ise yaptıkları çalışmada, festivallerin yörenin imajına katkısının ekonomik, sosyal, kültürel ve tanıtıma yönelik olduğu, ayrıca algılanan destinasyonimajı ile tekrar ziyaret etme niyeti arasında pozitif yönlü ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Tekbalkan (2017: 155) “Yöresel Yemeklerin Bölge Turizmine Katkısı: Samsun Kaz Tiridi Örneği” adlı çalışmasında kaz tiridi pişiren işletmelere gelenlerin % 71,4 ‘ünün Samsun ve çevre illerden geldikleri ve % 51 düzeyinde memnun oldukları ve kaz tiridi yemeğinin bölgenin en önemli lezzetlerinden olmasına rağmen yeterince tanınmadığı sonucuna ulaşmıştır. Kargiglioğlu ve Kabacık (2017: 411) gastronomi turizminin bölge ya da ülke açısından rekabet avantajı ve marka olma avantajı da sağladığı ve ekonomik kalkınma ve destinasyon gelişimi açısından kültürel mutfağın önemli olduğunu ifade etmektedir.

AYVACIK

Marmara Bölgesi’nde Çanakkale iline bağlı bir ilçedir. İlçenin en önemli tarım alanları Tuzla Ovası, Kösedere ve Babadere Ovaları’dır. Kösedere ve Tuzla Ovası’nda yetiştirilen sebzeler Türkiye pazarında söz sahibi olmuştur. Yerel halk, oldukça zengin bir kültür yapısına sahiptir. Ayvacık köyleri, buldukları mevkilere göre; kuzey tarafına düşen Kaz Dağı eteklerindeki orman köyleri Derekolu; güneydoğusuna, Küçükuyu istikametine düşen köyler Yalı kolu ve güney batısında Baba Burnu yönünde bulunan köyler ise, Kıran kolu olarak adlandırılmıştır. Dere kolu köyleri çoğunlukla orman işleriyle ve hayvancılıkla geçimini sağlar. Yalı kolu ise zeytincilik ve turizm ile uğraşırken, Kıran kolu ise çok az yağış alması sebebiyle küçükbaş hayvancılık ve halıcılıkla geçimini sağlamaktadır. Bitkisel üretimde ilk sırada zeytincilik yer alırken, ikinci sırada hayvancılık ve süt ürünleri yer almaktadır. Son yıllarda gelişen turizmin yanı sıra zeytincilik ve zeytinyağı üretimi, halı dokumacılığı, odun kömürü, peynir ve hayvancılık önemli gelir kaynağı arasındadır(www.canakkaleayvacik.bel.tr).Tarih, kültür ve deniz turizminin yapılabildiği Assos’un bulunduğu Ayvacık ilçesi turizm açısından önemlidir. (www.gmka.org.tr). Çanakkale’nin deniz ve kültür turizmi ağırlıklı ilçesi Ayvacık, Turizm Bakanlığı onaylı tesis dağılımında %22 ile ikinci sırada yer almaktadır. Konaklama (tesise giriş) istatistiklerine baktığımızda ise, konaklama için en çok tercih edilen ilçeler yine, talebin ve bunun sonucundaki tesis yoğunluğunun da bir sebebi olarak ikinci sırada Ayvacık’tır (www.gmka.org.tr).

ARAŞTIRMANIN ÇERÇEVESİ

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Çalışmanın amacı Ayvacık ilçesinde var olan yöresel yiyecekleri belirleyerek sürdürülebilir bir destinasyon olması için yapılması gerekenleri ortaya çıkarmaktır. Çalışanın amacına dönük olarak hazırlanan görüşme sorusu 1 temel temaya cevap bulmaya yönelik olarak hazırlanmıştır. Bu çalışmada Ayvacık ilçesinde yaşayan yerel halkın görüşleri esas alınmaktadır.

Tema 1: Gastronomik bir değer olan Ayvacık İlçesine özgü yöresel yemeklerin ortaya çıkarılması.

Bölgenin araştırma alanı olarak seçiminde doğal güzellikleri, denizi, deniz ürünleri, zeytin ve zeytinyağı, şifalı suları, endemik bitkileri, bozulmamış doğası, tarihi değerleri, hayvancılık ve tarıma dayalı bir ekonomisinin olması ve zengin yeme-içme değerlerine sahip olması etken olmuştur. Ayvacık ilçesinde var olan yöresel yiyeceklerin ortaya çıkarılarak yerel halkta farkındalık yaratılması çalışmanın önemini oluşturmaktadır.

Araştırmanın Deseni ve Soru Formunun Oluşturulması

Bu çalışmada nitel araştırmada en sık kullanılan veri toplama aracı olarak görüşme yönteminden yararlanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Ayvacık'a özgü yöresel yemek değerlerini ortaya çıkarmaya yönelik bir soru formu geliştirilmiştir. Soru formunda "Ayvacık'a özgü olduğunu düşündüğünüz yerel yemeklerin adlarını aşağıya yazınız" ifadesi yer almaktadır. Katılımcı cevaplar konusunda serbest bırakılmış olup, analiz aşamasında her bir katılımcının verdiği cevaplar excel sayfasına yazılarak, frekans dağılımları yapılmıştır.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın ana kütlesi Ayvacık ilçe merkezinde yaşayan yerel halktır. 2017 genel nüfus sayımına göre, ilçe merkezi nüfusu, 8920 dir (www.nufusu.com). Araştırmada örneklem grubu seçimi gönüllülük esasına göre yapılmıştır. Araştırma verileri yüz yüze görüşme yoluyla toplanmış olup, toplam 90 kişi ile görüşülmüştür. Görüşmeler sonucunda sorulara verilen cevaplar analiz aşamasına dâhil edilmiştir. Araştırma Nisan-Mayıs 2017 tarihinde yapılmıştır.

BULGULAR

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 1'de gösterilmektedir. Tablo 1'e göre; katılımcıların % 58, 78'i (52 kişi) kadınlardan, % 31, 11'ü (28 kişi) 41-50 yaş aralığında bulunanlardan, % 64,45'i (58 kişi) bekârlardan, % 47,77'si (43 kişi), İlköğretim mezunu olanlarda % 44,44'ü (40 kişi) ev hanımlarından oluşmaktadır.

Tablo 1: Demografik Özelliklere İlişkin Frekans ve % Analizi Sonuçları

Demografik Özellikler		f	%
Cinsiyet	Erkek	38	42,22
	Kadın	52	58,78
Yaş	30 ve altı	13	14,44
	31 – 40 yaş arası	25	27,77
	41 – 50 yaş arası	28	31,11
	51 ve üzeri	24	26,66
Medeni Durum	Evli	32	35,55
	Bekâr	58	64,45
Eğitim Seviyesi	İlköğretim	43	47,77
	Lise	35	38,88
	Onlisans-Lisans	8	8,88
	Yüksek lisans	3	3,33
	Doktora	1	1,11
Mesleğiniz	İşçi	13	14,44
	Memur	11	12,22
	Öğrenci	9	10
	Ev hanımı	40	44,44
	Esnaf	5	5
	Serbest Meslek	2	2,22
	İşsiz	10	1,11

Ayvacık'a özgü yöresel yiyecekleri ortaya çıkarmayı amaçlayan bu çalışmaya toplam 90 kişi katılmıştır. Bulgular incelendiğinde katılımcıların % 67.9'u (61) kişi "keşkek yemeğini", % 57'si (51 kişi) "bulgurlu mantı" yemeğini, % 32'si (29 kişi) "bulgurlu yaprak sarma" yemeğini, % 28'i (25 kişi), Lokum ekmeğini % 23'ü (21 kişi) "yumurtalı acı filiz", %21'i (19 kişi) "gardala" yemeğini bölgeye özgü yöresel yemek olarak ifade etmektedir. Ayrıca yöresel isimleriyle anılan "Depme helva", "Bezdirme", "Saraylı Tatlısı", "Çıplak", "Kozmak", "Çullama", "Hıdırellez Pilavı", "Cücük böreği", gibi yemeklerinin bölgeye özgü olduğu fakat katılımcılar tarafından çok fazla bilinmediği katılımcıların verdikleri cevaplara göre ortaya çıkmaktadır. Katılımcıların verdiği cevaplara göre; yöresel yemekler ve kişi sayıları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Tablo 2: Ayvacık'a Özgü Yöresel Yemekler ve Kişi Sayıları

	Yöresel Yemek İsimleri	Kişi Sayısı	Yüzde%
1	Keşkek	61	% 67.9
2	Bulgurlu Manti	51	% 57
3	Bulgurlu Yaprak Sarma	29	% 32
4	Lokum (Nohut Ekmeği)	25	% 28
5	Yumurtalı açılı filiz kavurması	21	% 23
6	Gardala (Et mantarı ile yapılır)	19	% 21
7	Oğlak çevirme	18	% 20
8	Kuzu çevirme	18	% 20
9	Otlu Gözleme	18	% 20
10	Çırpmalı (Isırgan otu ile yapılır)	14	% 16
11	Fırında çam mantarı	13	% 14
12	Tarhana çorbası	13	% 14
13	Peynir helvası	11	% 12
14	Pişi	10	% 11
15	Basma Börek	10	% 11
16	Depme Helva	10	% 11
17	Kaşık Helvası	10	% 11
18	Fırın Eti (1 gece odun fırınında bekler)	9	% 10

19	Fırında güveç eti	8	% 9
20	Çoban kulağı otu kavurması	8	% 9
21	Rezene otu yemeği	7	% 8
22	Bodanaz	7	% 8
23	Un helvası	7	% 8
24	Tas kebabı	7	% 8
25	Ekşi kulak otu	6	% 7
26	Su böreği	6	% 7
27	Ebe gümece	5	% 6
28	Labada otu	5	% 6
29	Deniz börülcesi ekşili	5	% 6
30	Bezdirme	5	% 6
31	İrmik helvası	5	% 6
32	İri bulgurdan yapılan kısır	5	% 6
33	Saraylı tatlısı	5	% 6
34	Kuzu göbeği otu	5	% 6
35	Turp otu	4	% 5
36	Bamya kuru	4	% 5
37	Kuru börülce yemeği	4	% 5
38	Süt çorbası	4	% 5
39	Sığır dili	3	% 4
40	Çökertme kebabı	3	% 4
41	Çıplak(balkabağı ve keşkeklik bulgur ile yapılır)	3	% 4
42	Kozmak (süt, keşkeklik bulgur ile yapılır)	3	% 4
43	Çullama (Isırgan otu ile yapılan pide)	3	% 4
44	Hıdırlenze pilavı (Oğlak eti)	3	% 4
45	Cücük böreği	3	% 4
46	Pelte Tatlısı	2	% 3
47	Ahtapot ızgara	2	% 3
48	Kabak böreği	2	% 3
49	Oğmaç çorbası	2	% 3
50	Cücük böreği	2	% 3
51	Kuru soğanlı pide	2	% 3
52	Göce böreği	2	% 3
53	Beyaz fasulye yemeği	2	% 3
54	Kuskus	2	% 3
55	Sürtme nohut	1	% 2
56	Ev makarnası	1	% 2
57	Pazı dolması	1	% 2
58	Kaşık helvası	1	% 2
59	Bakla keşkeği	11	% 2

Yöresel Yemeklerden Bazı Örnekler:

Ayvacık bölgesinde bulunan otlar ile yapılan ve festival, düğün veya bayramlarda ikram edilen yemeklerin görsellerinden bazı örnekler aşağıda verilmektedir.

Gardala (Et mantarı ile yapılır)



Çırpmalı (Isırgan otu ile yapılır)



Turpotu



Yumurtalı ısırgan kavurması



İrezene (Çaşır)



Bulgurlu Manti



Çam Mantarı (Fırınlanmış)



Nohut Ekmeği



Keşkek



SONUÇ VE ÖNERİLER

Turistlerin değişen tercihleri ve kitle turizminin doğal çevre üzerinde yarattığı tahribat dolayısıyla farklı türde ve doğal ortama en az derecede zarar verebilecek turizm çeşitlerinin desteklenmesi gerektiği Türkiye turizm politikaları içerisinde yer almaktadır. Aynı zamanda turizm sektörünün istihdam yaratma, kalkınmayı hızlandırma ve sosyal ve kültürel açıdan gelişimi sağlama özelliklerinden dolayı kırsal kalmış bölgelerde desteklenmesi gerektiği birçok otorite tarafından kabul edilmektedir. Kültürel zenginliklere sahip bölgelerde var olan değerlerin gelecek kuşaklara aktarımının sağlanması, farklı kültürler tarafından tanınır kılınması sürdürülebilir turizm faaliyetleri sayesinde mümkün olabilir.

Nüfus yoğunluğu bakımından kırsal bölge sınıfına giren Ayvacık'ta festivaller, düğünler, bayramlar, hıdrellez kutlamaları, deve güreşleri önemli etkinlikler içerisinde yer almaktadır. Bu etkinlikler ve günlerde yerel halk yerel yemek kültüründen örnekler sunmaktadır. Bu nedenle katılımcılar bu günlerde hazırlanan genellikle herkes tarafından bilinen Ayvacık'ın yerel yemekleri haline gelmiş yöresel yemekleri ifade etmişlerdir. Bunun yanı sıra katılımcıların çok azının ifade ettiği yemekler ise yerel halk tarafından bilinen fakat sunumunun çok az yapıldığı yöresel yemeklerdir. Bu çalışma, unutulmaya yüz tutmuş bu değerlerin turistik ürün haline getirilerek unutulmasını engellemek açısından önem arz etmektedir.

Çalışma ortaya koymuştur ki, Ayvacık potansiyel olarak gastronomik değerler bakımından önemli bir ilçedir. Çalışma sonucunda, toplam 58 çeşit yöresel yemek değeri ortaya çıkmıştır. Bu değerlerin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında gastronomi turizmi önemli bir araç olacaktır. Bir bölgede gastronomi turizminin gelişmesi için, o bölgenin diğer bölgelerden ayrı, eşsiz yerel gastronomik unsurlara ihtiyacı olduğu ifade edilmektedir (Başat, Sandıkçı ve Çelik 2017: 65). Ayvacık ilçesinin gastronomi turizmi bakımından zengin bir ilçe olduğu yapılan çalışmada ortaya çıkmıştır.

Ayvacık ilçesinde var olan yöresel yemeklerin turistik ürün haline getirilebilmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması ve için, ilçeye bağlı bulunan Kadırğa, Assos gibi mavi bayraklı plajlarının bulunduğu turistik bölgelerdeki tesislerde yöresel yemeklerin sunumunu yapması gerekmektedir. Bunun için işletme sahiplerine

eğitimler verilip, menülerinde yöresel yemeklere yer vermeleri özendirilebilir. Bunun yanı sıra, yerel ürünler tadım istasyonunun kurularak gelen turistlerin yöresel lezzetlerle tanışması sağlanabilir. Her yıl geleneksel olarak belirli tarihlerde yöresel yemek festivali düzenlenebilir. Bu festivale seyahat acentaları davet edilerek tanıtımı yapılmalıdır. Ayrıca yörede ot çeşitliliğinin olduğu ve bu otlar ile birçok yemek yapıldığı görülmektedir. Yörede ot festivali düzenlenerek bölgenin yöresel ürünlerinin tanıtımı yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Akdağ, G. ve Üzülmez, M. (2017). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Kapsamında Otantik Yiyeceklere Yönelik Bir İnceleme, *Journal Of Tourism and Gastronomy Studies*. 5/Special issue 2, 301-309.
- Akgöl, Y. (2012). *Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Mersin.
- Bakırcı G.T., Bucak T. ve Turhan K.N. (2017). Bölge Gastronomi Turizmi Yöresel Ürün Festivallerinin Etkisi: Urla Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 5/Special issue 2, 230-240.
- Başat, H. T., Sandıkçı, M. ve Çelik, S. (2017). Gastronomik Kimlik Oluşturmada Yöresel Ürünlerin Rolü: Ürünlerin Satış ve Pazarlamasına Yönelik Bir Örnek Olay İncelemesi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 5/Special issue 2, 64-76.
- Bekar, A., Kocatürk E. ve Sürücü Ç.(2017). Gastronomi Festivallerinin Algılanan Destinasyon İmajına ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: Fethiye Yeşilüzümlü ve Yöresi Kuzugöbeği Mantar Festivali Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 5/Special issue 2, 28-36.
- Bucak, T. ve Arıcı, Ü.E. (2013). Türkiye’de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (30), 203-216.
- Can, E.(2013).Turizm Destinasyonlarında Sürdürülebilir Turizmin Sürdürülebilir Rekabet Açısından Değerlendirilmesi. *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2): 39-51.
- Emekli G. (2005). Avrupa Birliği’nde turizm Politikaları ve Türkiye’de Kültürel Turizm, *Ege Coğrafya Dergisi*, 14, 99-107.
- Gögebakan Y. (2015) Dünya Üzerindeki Kültürel Varlıkların Turizme ve Ekonomiye Katkısı, *Anadolu Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Dergisi*.
- Hacıoğlu, N., Girgin, G. K. ve Giritlioğlu, İ. (2009). Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Pazarlama Faaliyetlerinde Yöresel Mutfakların Kullanımı: Balıkesir Örneği. 3. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri*, 17-18 Nisan 2009.
- Işıldar, P. (2016). *Sürdürülebilirlik ve Gastronomi*. H. Kurgun, ve D. B. Özşeker (ed.) Gastronomi ve Turizm, içinde (ss.47-63). Detay Yayıncılık. Ankara.

- Hall, C.M, Sharples, L., Mitchell R., Macionis, N. & Cambourne, B. (Eds.). (2003). *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*. Boston, MA: Butterworth Heinemann.
- İsen, M. (2018) Türkiye'nin Kültürel Zenginlikleri, <https://www.hazine.gov.tr/File/Index?id=77a2ccdb-7f73-43ee-bbc7-96f472fba63f>.
- Kargiglioğlu Ş. ve Kabacık M. (2017). Gastronomi Turizmi Kapsamında Urla Enginar Festivaline Gelen Turistlerin Festival Hakkındaki Görüşleri, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3) 409-42.
- López-Guzmán T. ve Sánchez-Cañizares S. (2011). Gastronomy, Tourism and Destination Differentiation: A Case Study in Spain. *Review of Economics & Finance, Article*.
- Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers, *UNEP and UNWTO, 2005, 11- 12*.
- Özdemir, G. (2008). *Destinasyon Pazarlaması*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Paul B.D. (2013). Sustainable Tourism And Its Forms – A Theoretical Approach, <http://steconomiceuoradea.ro/anale/volume/2013/n1/080.pdf>.
- Quan, S. ve Wang, N. (2004). Towards a Structural Model of the Tourist Experience: An Illustration from Food Experience in Tourism. *Tourism Management*. 25 (3):297–305.
- Rand, G.D, Heath, E. & Alberts, N. (2003). The role of local and regional food in destination marketing: A South Africa situation analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 14, 3/4, 97-112.
- Rand, G.D. & Heath, E. (2006). Towards a Framework for Food Tourism as an Element of Destination Marketing. *Current Issues in Tourism*, 9, 3, 206-234.
- Remington, M. ve Yuksel, A. (1998). Tourist Satisfaction and Food Service Experience: Results and Implications of an Empirical Investigation. *Anatolia An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 9 (1), 37–57.
- Richards, G. (1996). Production and Consumption of European Cultural Tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 261–283.
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336.
- Tekbalkan M. (2017). Yöresel Yemeklerin Bölge Turizmine Katkısı: Samsun Kaz Tiridi Örneği, *Journal Of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 155-169.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, (6.Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yurtseven H. Rıdvan (2006). *Slow Food ve Gökçeada: Yönetmel Bir Yaklaşım*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Yurtseven, R. & Karakaş, N. (2013). Creating a Sustainable Gastronomic Destination: The Case of Cittaslow Gokceada Turkey, *American International Journal of Contemporary Research*.

Zağralı E., Akbaba A. (2015). Turistlerin Destinasyon Seçiminde Yöresel Yemeklerin Rolü: İzmir Yarımadası'nı Ziyaret Eden Turistlerin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma, *Journal of Yaşar University*, 10/40, 6633-6644.

İnternet Kaynağı

<http://sdt.unwto.org/content/about-us-5> Erişim Tarihi: 08.01.2018

<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24592>. (Erişim Tarihi: 01.03.2018)

<http://www.canakkaleayvacik.bel.tr/pages/ayvacik/> (Erişim Tarihi: 26.12.2017).

http://www.gmka.org.tr/uploads/downloads/dosya/turizm_piyasalari_raporunun_degerlendirmesi_-_canakkale.pdf

Erişim Tarihi: 05.01.2018

<https://www.nufusu.com/il/canakkale-nufusu>. Erişim Tarihi: 05.01.2018.

Türkiye İstatistik Kurumu,(2018a).

<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do;jsessionid=k3S1h0jGb5wvD76LH7wJG8nKkRp24r382Q4JMQ1kT5nVcnhLBDMp!351604642?id=27612> (Erişim Tarihi: 03.03.2018).

Türkiye İstatistik Kurumu, (2018b), Çıkış Yapan Ziyaretçi İstatistikleri”, “Geliş amacına göre çıkış yapan ziyaretçiler”, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27612>. (Erişim Tarihi: 03.03.2018).

Sustainable Destinations through Local Food: The Example of Ayvacık

Çiğdem ÖZKAN

Çanakkale Onsekiz Mart University, Ayvacık Vocational School, Çanakkale/Turkey

Şule AYDIN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Turizm Faculty, Nevşehir/Turkey

Extensive Summary

Tourists' changing preferences and destruction caused by mass tourism on the natural environment and the natural environment due to different types of minimally kind of tourism could harm Turkey should be supported is located in tourism policies. It is also recognized by many authorities that the tourism sector should be supported in rural areas because of its ability to create jobs, accelerate development and provide social and cultural development. In the meantime, it is necessary to evaluate the cultural values in terms of touristic aspects in order to ensure the transfer of culture to future generations, to be recognized by different cultures and to create a sustainable destination through the tourism sector in areas with cultural riches.

Today, tourism is one of the main sectors contributing to the development of the global economy. Sustainable tourism emerges as an important tourism concept in order to enable the transfer of resources used in tourism to future generations. In order for tourism to be sustainable, it is necessary to be aware of the cultural, natural and historical values that exist in a region and to protect it as a result. Local food cultures are at the forefront of the values that destinations can bring to the forefront in this sense.

Sustainable gastronomy tourism is a type of tourism that takes care of social and cultural development by producing, preparing and consuming food in an environmentally sensitive manner (Aktağ ve Üzülmöz, 2017: 301). In sustainable gastronomic tourism, it is stated that the most important determining factor in tourist preferences is local, authentic and organic foods (Işıldar, 2016). In this context, the concept of gastronomy tourism can be a natural and authentic source for a sustainable destination in tourism (Yurtseven ve Karakaş, 2013). Gastronomy tourism involves visiting food producers, food festivals, restaurants and special areas, tasting a special meal, seeing the different production processes of the food or eating a famous chef's meal to see if you can taste a special course or a meal, it is a concept with a cultural dimension (Hall ve diğ., 2003, Akgöl 2012). Local foods that are evaluated in gastronomic tourism can be an effective means of maintaining competitive advantage within local destinations while reflecting cultural identity and heritage (Çalışkan, 2013).

Aktağ ve Üzülmöz (2017: 301) in the study entitled "A Research for Authentic Foods in the Context of Sustainable Tourism", the focus of travel motivation for authentic foods is the result of giving the individuals with gastronomic tourism an original experience. Can (2013: 35), in order to create sustainable destinations or sustain sustainable destinations, emphasized that all stakeholders' views and measures to prevent threats to resources should be taken into account in determining the imitative appeals of the region. López-Guzmán ve Sánchez-Cañizares (2011: 62) stated that the increase in the value of a destination in their work and the opportunity to

create a new tourism product would be possible by using the gastronomic values of the destination for tourism purposes. According to Rand et al., (2003), local food values are crucial to sustainable tourism and support. Similarly, Rand and Health (2006) argue that the tourist destination should be offered local varieties of food and drink for tourism for economic, cultural and environmental sustainability. While López-Guzmánve Sánchez-Cañizares (2011: 62) states that a destination of gastronomic values is a key factor in maintaining a competitive advantage, Nilson et al. (2011: 385) emphasized that the presence of eco-gastronomic values is important mainly in the development of local products and slow food content.

Festivals, weddings, hidrellez celebrations and camel wrestling are among the important activities in Ayvacık, which is a rural region in terms of population density. During these events and days local people are offering examples from local food culture. For this reason, the participants expressed local dishes which have become the local dishes of Ayvacık which are generally known to everyone these days. In addition, very few of the participants expressed local dishes, which are known to local people but rarely served. This study is important in terms of preventing forgotten values by turning them into touristic products.

The aim of this study is to reveal local foods specific to the Ayvacık county and to develop suggestions for local culture of tourists coming to the region through gastronomic touristic values. Within the scope of the study, the samples of local people living in the region are easily sampled. The research data were collected through face-to-face interviews and a total of 90 valid questionnaires were completed. The findings were analyzed by descriptive analysis method.

A total of 90 people participated in this work aimed at revealing Ayvacık's local foods. When the findings were examined, 67.9% (61) of the participants had a meal of "keşkek", 57% (51) of them had "bulgurlu mantı", 32% (29 people) of them had "bulgurlu yaprak sarma", % 28'i (25 people), of "lokum ekmeği", 23% (21 people), "yumurtalı acı filiz" and 21% (19 people) of the "gardala" are locally specific local foods. In addition, there is a chance that local foods will be destroyed, which are known by their local names and very few from participants, such as "Depme helva", "Bezdirme", "Saraylı Tatlısı", "Çıplak", "Kozmak", "Çullama", "Hıdırellez Pilavı", "Cücük Böreği" according to the information given by the participants.

The study revealed that Ayvacık is a candidate for becoming an important gastro-tourism center in terms of potential gastro-tourism values. As a result of this study, a total of 58 kinds of locally specific eating and drinking values emerged. Some of these values are worthless when they are mentioned with local names. Gastro-tourism will be an important tool in ensuring the sustainability of these values.

For the development of gastronomy tourism in a region, it is expressed that the region needs unique local gastronomic elements, separate from other regions (Başat, Sandıkçı and Çelik 2017: 65). Ayvacık district is rich in gastro-touristic values. As a result of the study, Ayvacık turns out to be a candidate to be an important gastro-tourism center in terms of potential gastro-tourism values.

In order to make the local foods available in Ayvacık as tourist products and to ensure sustainability, it is necessary to present these foods in the restaurants and touristic establishments which are important in terms of historical, cultural values, tourist attractions, Kadirga, Assos and the blue flagged beaches. For this, it is encouraged

that the owners are given trainings and have local foods in their menus. Besides, it is possible to get the tourists coming to the local tasting station to meet the local tastes. Each year traditionally, local food festivals can be held on certain dates. The travel agency should be invited to this festival and advertised.