



Journal of Tourism and Gastronomy Studies

Journal homepage: www.jotags.org



Mardin'in UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağında "Gastronomi Kenti" Olabilirliğine İlişkin Paydaş Görüşleri (Stakeholders Opinion Concerning the Possibility of Mardin Being "City of Gastronomy" in UNESCO Creative Cities Network)

Semra GÜRBÜZ^a, *Gülseren ÖZALTAŞ SERÇEK^a, Lokman TOPRAK^a

^a Mardin Artuklu University, School of Tourism and Hotel Management, Mardin/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi:25.10.2016

Kabul Tarihi:14.02.2017

Anahtar Kelimeler

Gastronomi Turizmi

Mardin

Yaratıcı Şehirler Ağı

Öz

Çalışma, Mardin'de turizm konusunda faaliyet gösteren kamu kurumları, akademi, sivil toplum kuruluşları ve özel sektör temsilcilerinin katılımı ile yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak önceden hazırlanan 17 soru hakkında görüş ve bilgilerin alınması yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Çalışma bulgularına göre; katılımcılar arasında Mardin mutfağının son derece zengin olduğu, turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi kapsamında bu zenginliğin ön plana çıkarılması konusunda bir fikir birliği bulunduğu, UNESCO-Yaratıcı Şehirler Ağı konusunda sadece bir paydaşın detaylı bilgi sahibi olduğu, Mardin'de Gastronomi turizmi konusundaki çalışmaların bireysel olarak yapılanlarla sınırlı olduğu, geniş kapsamlı ve planlı ileriye yönelik çalışmaların yeterli olmadığı ve bu çalışmaların yönlendirme konusunda bir kurum veya girişimin ön plana çıkmadığı bilgilerine ulaşılmıştır. Mardin'de UNESCO-Yaratıcı Şehirler Ağı girişimine üye olarak ya da çeşitli fon kaynakları ile yürütülecek çabalarla Gastronomi Turizmi alanında kısa sürede önemli ilerleme sağlanmasına yönelik potansiyel bulunmakta olduğu ve bunun akademi ya da ilgili kurum ve kuruluşları yönlendirebilecek bir kurum önderliğinde gerçekleştirilecek planlamalar ile kısa sürede gerçekleştirilebileceği sonucuna varılmıştır.

Keywords

Gastronomic Tourism

Mardin

Creative Cities Network

Abstract

The study was realized with the method of taking ideas and information about the previously prepared 17 questions using face to face interview technique with the participations of the representatives of public institutions, academia, civil society organizations and the private sector that are working in the field of tourism in Mardin. As a result of the study, the following information were reached; Mardin cuisine is extremely rich among the participants, there is a consensus on removing the forefront of this wealth within the diversifying tourism activities, only one stakeholder had detailed information on the subject of UNESCO Creative Cities, the studies concerning Mardin gastronomic tourism is limited to those made on an individual basis, there is not enough study for a comprehensive and forward-planned and no any organization or attempt has been come forward to guidance these stuies. The results of 'there is a potential for achieving significant progress in gastronomic tourism area of Mardin in a short time with being member of UNESCO Creative Cities Network or with the efforts will be carried out from different funding sources and this can be realized in a short time with plannings that will be realized with the leadership of any organization which can quide the academy or other related institutions and organizations' were reached.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: gulserenozaltassercek@artuklu.edu.tr (G. ÖZALTAŞ SERÇEK),

GİRİŞ

Günümüzde ülke ekonomilerinin geliştirilmesi ve insanların yaşam kalitesinin artırılmasına yönelik çabalar etkin bir şekilde devam etmektedir. Turizm sektörü her geçen gün büyüyen yapısıyla küresel ekonomik gelişme için önemli bir itici güç olması yanında, dünya genelinde istihdam alanları yaratılması, yoksulluğun azaltılması, çevrenin korunması ve çok kültürlü barış ve anlayışın gelişmesinde hayati katkı sağlamaya devam etmektedir. Uluslararası alanda turizm hareketine katılan kişi sayısı 2015 yılında 1 milyar 184 milyona ulaşmıştır (UNWTO, 2016). Aynı yıl içinde Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı ise 41.617 530'dür (TURSAB İstatistikleri, 2016).

Günümüzde, giderek artan oranda turistlerin seyahatini özel ilgi alanlarına göre planlamaları, tarihi ve kültürel miras ile çeşitli sanatsal ve kültürel aktivitelerin önemli seyahat nedenleri arasında yer alması yönünde bir eğilim olduğu gözlenmektedir (Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 2014). Bu yönelim alternatif turizm türlerini ön plana çıkarmakta ve turizm gelirlerini artırmak isteyen ülkelerin bu konuya önem vermelerini gerektirmektedir. İnsan istek ve beklentilerin sürekli değiştiği günümüzde mal ve hizmetlerin olduğu kadar farklı bölgelerin, kentlerin ve destinasyonların da tanıtımının ve geliştirilmesinin sosyal ve ekonomik kalkınmaya katkıda bulunduğu söylenebilmektedir. Destinasyonların çeşitli etkinlikler ve organizasyonlar ile turizm gelirlerini artırmak için rekabet halinde olduğu görülmektedir (Serçek ve Özaltaş Serçek, 2016: 1628). Bu durum alternatif turizm türlerinin ve kalitesinin artırılmasına katkı sağlamaktadır.

Yeme-içme faaliyetlerinin insanın yaşamı süresince vazgeçilmez bir ihtiyacını oluşturması yanında, bir topluluğun doğal zenginlik ve kültürünü de doğrudan yansıtmaları nedeniyle alternatif turizm türleri içerisinde Gastronomi Turizmi özel bir önem taşımaktadır. Gastronomi Turizmi, turizmin tüm sezona yayılması, diğer turizm faaliyetlerinin desteklenmesi, turizm gelirlerinin artması, gelir dağılımının yaygınlaşması, istihdam sağlanması, yiyecek içecek üreten ve sunan işletmelerin hizmet kalitesini yükseltmesi, kültürel değerlerin korunması ve sürdürülebilirliği açısından şehrin ve turizmin gelişmesine katkı sağlama özelliği taşımaktadır. Son yıllarda başlıca turizm tercihleri arasında gastronomik çekiciliklere doğru büyüyen bir ilgi görülmektedir, bu ilgi yerel ekonominin tüm alanlarında gelir dağılımını artırmak ve iş alanları oluşturmak için büyük bir potansiyele de sahiptir (UNWTO, 2016). Turizm destinasyonları arasındaki her geçen gün artan rekabet, yeni ürünlerin oluşturulmasında yerel kültür bu kapsamda da gastronomik değerleri son derece önemli bir kaynak haline getirmektedir (Richards, 2002). Her geçen gün artan sayıda destinasyon gastronomik değerlerini ön plana çıkararak, bunu turist çekim gücü oluşturacak bir niş pazar olarak kullanmaktadır (Bucak ve Aracı, 2013).

TURSAB tarafından hazırlanan Gastronomi Turizmi Raporunda “turistlerin yüzde 88.2’sinin destinasyon tercihinde yemeğin önemli olduğunu” belirttikleri ve 2014 yılında 34.3 milyar dolar olan turist harcamalarının 6 milyar 523 milyon dolarının yeme içmeye harcandığı belirtilmektedir (TURSAB, 2016). Gıda giderleri sıklıkla turist harcamalarının % 30 ya da fazlasını kapsamakta, bu para direkt olarak yerel işletmelerde harcanmakta ve turizm hizmetlerinin gelişmesinde özel bir önem taşımaktadır (Richards, 2012). Türkiye’de ise bu rakamın % 20-25 civarında olduğu belirtilmektedir (TURSAB, 2016).

Destinasyonlar arasındaki rekabet günden güne daha da zorlaşmakta ve destinasyon markalaşması farklılaşma açısından en önemli konulardan biri haline gelmektedir. Yerel kültür ve temel bileşeni olan yerel yemekler yıldızı

parlayan bir özellik olma noktasında büyük ilgi çekmektedir. ve pek çok bölgeye rekabet açısından bir şans vermektedir (Özaltaş Serçek ve Serçek, 2015: 24).

Gastronomi, turizm pazarlamasında güçlü bir imaj ve marka değeri oluşturmakta; genelde orta yaş grubunca ve gelir düzeyi yüksek kişiler tarafından tercih edilmektedir (Şahin ve Ünver, 2015). Sadece gastronomi deneyimi yaşamının dışındaki genel turist tercihleri içinde de destinasyon tercihlerinde yerel mutfağı deneyimleme talebi ön sıralarda yer almaktadır (Bildir ve Akgöl, 2015). Gastronomi Turizminin geliştirilmesinde kurumlar arası işbirliğinin ve yerel halkın bu sürece katılması başarı için gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır (Karahan, Bal ve Çağatay, 2013). Bu konuda Gaziantep'te yapılan çalışmalar ve 2015 yılında Gaziantep'in Yaratıcı Şehirler Ağı'na üye olması önemli bir gelişme olmasının yanında örnekte oluşturmaktadır.

MARDİN'İN TURİZM POTANSİYELİ

Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesinde tarımın doğduğu Bereketli Hilal olarak bilinen bölgenin içinde yer alan Mardin geçmişten bugüne Türkler, Araplar, Kürtler, Süryaniler, Ermeniler ve Yezidilerden oluşan çok sayıda kültüre ev sahipliği yapmıştır (Günal, 2005). Bu kültürel çeşitlilik ile yaşayan bir müze olarak varlığını sürdürmekte olan kentte 133 arkeolojik sit alanı, 4 kentsel sit alanı, (Mardin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2016), 1161 taşınmaz kültür varlığı bulunmaktadır (Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, 2016). Kültür turizmi açısından son derece önemli değerlere sahip olan Mardin'de turizm işletme belgeli 20 otel de toplam 2128 yatak kapasitesi bulunmaktadır. 2010 yılında 109.928 olan ziyaretçi sayısı 2014 ve 2015 yılında sırasıyla 389.875 ve 285.331 kişiye ulaşmıştır (Mardin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2016). Toprak (2015) Mardin mutfağını Mezopotamya mutfağının bir parçası olarak değerlendirmekte ve bu mutfağın, farklı kültürel değerleri barındırıp, kendi değerleriyle harmanlayan zengin ve çok renkli bir yapıya sahip olduğunu belirtmektedir.

Mardin Gastronomi Turizmi potansiyeli açısından Türkiye'de ilk sıralarda yer almakla (TURSAB, 2016) birlikte bu konudaki yayın ve tanıtım çalışmalarının sayısı sınırlıdır. Mardin'in yemek kültürünü ve gastronomik değerlerini tanıtmaya yönelik basılmış az sayıda yayın bulunmakta (Serçek, 2011; Toprak, 2015; Engin S 2015, Dinçel İ, 2013), Yeşilli Kiraz Festivali (Haziran) ve Bulgur Festivali (Mayıs) olmak üzere her yıl düzenli olarak iki adet festival yapılmakta, Ankara ve İstanbul gibi illerde düzenlenen Mardin Tanıtım Günlerine, ulusal ve uluslararası fuarlara katılım sağlanmaktadır. Bu etkinlikler çerçevesinde Mardin yemekleri ve diğer yerel ürünler tanıtılmaktadır. Mardin Turizmi hakkında bilgi alınabilen Mardin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün web sitesi bulunmaktadır. Mardin'in gastronomik değerlerinden sembusek, ikbebet, kibe, kaburga dolması ve imlebes (badem şekeri) için coğrafi işaret alınmıştır (TPE, 2016).

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan "Türkiye Turizm Stratejisi 2023" başlıklı çalışmada; "Zengin kültürel ve doğal değerlere sahip kentlerimizin markalaştırılarak, turistler için bir çekim gücü haline getirilmesi" stratejisi benimsenmiştir ve Mardin kültür turizmi canlandırılarak marka kültür kentleri oluşturulacak iller arasında bulunmaktadır. Yine turizmin geliştirilmesi yönünde temalara bağlı olarak geliştirilecek olan Turizm Gelişim Koridorları içerisinde Mardin İnanç Koridoru içinde yer almaktadır (Türkiye Turizm Stratejisi 2023, 2007).

BİRLEŞMİŞ MİLLETLER EĞİTİM, BİLİM VE KÜLTÜR ÖRGÜTÜ (UNESCO)- YARATICI ŞEHİRLER AĞI (Creative Cities Network)

UNESCO Yürütme Kurulunun 170. Oturumunda alınan kararla ilk çerçevesi çizilmiş olan Yaratıcı Şehirler Ağı, UNESCO’nun –Genel Konferansında alınan kararla 2004 yılında başlatılan dış kaynaklar aracılığıyla fonlanan bir girişim olarak UNESCO Kültürel Çeşitlilik Küresel İttifakı” kapsamında kurulmuştur. Bu Ağ; Tasarım, Edebiyat, Zanaat ve Halk Sanatları, Müzik, Gastronomi, Medya Sanatları ve Sinema/Film olmak üzere yedi farklı temayı kapsamaktadır (UNESCO, 2016).

Söz konusu Ağın amacı; yaratıcılığı ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel sürdürülebilir kalkınmanın stratejik bir faktörü olarak belirlemiş şehirler arasında uluslararası işbirliğini geliştirmeyi sağlamak olarak belirlenmiştir. 54 ülkeden 116 üyesi bulunmakta olan Yaratıcı Şehirler Ağına Gastronomi Teması başlığında Tablo 1’de yer alan 19 şehir yer almaktadır (UNESCO, 2016).

Tablo 1. Gastronomi Alanında Yaratıcı Şehirler Ağına Üye Şehirler

• Popayán (Kolombiya) • Chengdu (Çin) • Östersund (İsveç) • Jeonju (Güney Kore) • Zhalé (Lübnan) • Florianopolis (Brezilya) • Belém (Brezilya) • Shunde (Çin) • Tsuruoka (Japonya) • Belém (Brezilya)	• Bergen (Norveç) • Burgos (İspanya) • Dénia (İspanya) • Ensenada (Meksika) • Gaziantep (Türkiye) • Parma (İtalya) • Phuket (Tayland) • Rasht (İran İslam Cumhuriyeti) • Tucson (A.B.D.)
---	--

Türkiye’de Yaratıcı Şehirler Ağına gastronomi temasında 2015 yılında üye olan Gaziantep dışında şehir bulunmamaktadır. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı programına katılmanın, kentler için çok güçlü ve başarılı bir pazarlama aracı olabileceği belirtilmektedir (Ajanovic ve Çizel, 2015: 8).

Türkiye’de turizmin geliştirilmesi için kamu, özel sektör, uluslararası kuruluş ve girişimler tarafından sağlanan çeşitli fon kaynakları bulunmakla birlikte, Yaratıcı Şehirler Ağı ve benzer girişimler de kentin tanıtımında, markalaşmasında çok önemli bir itici güç oluşturmaktadır. Bu Ağların içerisinde yer almak dünyadaki diğer gelişmeleri izleme ve deneyimlerden faydalanma yanında katılımcıların kendi deneyimlerini paylaşması açısından da önemli bir fırsat oluşturmaktadır.

İlgili literatürde, Mardin’de Gastronomi Turizmi konusunda yapılan çalışmalar ve ileriye yönelik planlamaları gösteren bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu çalışmada; Mardin’de Gastronomi Turizminin geliştirilmesi yönünde yerel paydaşların görüşlerinin alınması, yapılan çalışmaların ve UNESCO-Yaratıcı Şehirler Ağına bilirliliğinin değerlendirilmesi ve ileriye yönelik öneriler geliştirilmesi amaçlanmıştır.

Araştırmanın sonuçlarının Mardin’de turizm konusunda politika üreten ve planlayan kamu, özel sektör, akademi, sivil toplum kuruluşları, yerel yönetimler ve halk ile paylaşılarak geleceğe yönelik çalışmaların yönlendirilmesine katkı sağlanması planlanmıştır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmada; Mardin'in UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağında "Gastronomi Kenti" Olabilirliğine İlişkin Paydaş Görüşlerinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Belirli bir eylemin, düşüncenin ve davranışın arkasındaki nedenleri anlamının tek yolu nitel araştırma yöntemi olarak gösterilmektedir (Seaton ve Bennett, 1996). Van Maanen (1979) nitel araştırmayı tanımlama, deşifre, tercüme ve gelen tanımların anlamını araştıran yorumlayıcı bir dizi teknik olarak belirtmektedir. Nitel araştırmanın avantajları; nicel araştırma teknikleri ile elde edilmesi zor olan düşünce ve motivasyon hakkındaki bilgiye ulaşma, daha önce düşünülmemiş bilgileri keşfedebilme, sorunların detayına inebilme ve daha detaylı tanımlama yapabilme olarak sıralanmaktadır (Seaton ve Bennett, 1996).

Bu çalışma Mardin'de turizm konusunda faaliyet gösteren kamu kurumları, akademi, sivil toplum kuruluşları ve özel sektör temsilcilerinin katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Görüşme yapılacak kişiler resmi kurumlarda yürütme ile ilgili yetkililer, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarında ise turizm konusunda aktif olarak yer alan kişiler arasından belirlenmiştir. Çalışmada veriler yüz yüze görüşme tekniği (mülakat) ile toplanmıştır. Araştırmada kullanılan görüşme formu yazın taramasına bağlı kalınarak araştırmacı ve veri toplama konusunda uzman görüşleri alınarak oluşturulmuştur. Görüşme formunda aşağıda verilen araştırma soruları çerçevesinde hazırlanan 17 soru yer almıştır.

- Mardin'in turizm faaliyetleri içerisinde gastronomi turizmi ön plana çıkarılmalı mıdır?
- Turizm paydaşları arasında gastronomi öncelikli bir konu olarak görülmekte midir?
- Mardin Gastronomi Turizminin geliştirilmesi için potansiyel arz etmekte midir?
- UNESCO-Yaratıcı Şehirler Ağı turizm paydaşları tarafından bilinmekte midir?
- Mardin'de Gastronomi Turizminin geliştirilmesine yönelik çalışmalar var mıdır ve düzeyi nedir?

Araştırma 18-30 Temmuz 2016 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş, görüşmeler ortalama otuz dakika sürmüştür. Görüşmeler formlara kaydedilmiş ve veriler iki farklı araştırmacı tarafından yorumlanmıştır.

Görüşme formunun uzman görüşüne sunularak teyit edilmesi de araştırmacının güvenilirliğini sağlayan önemli bir ölçüttür. Bu çerçevede konu ile ilgili olarak üniversitede turizm bölümünde görevli gastronomi uzmanı akademisyen ve yaratıcı ağ programı çerçevesinde gastronomi eğitimi veren uzman görüşlerine başvurulmuştur. Güvenirliği sağlayan bir diğer ölçüt ise katılımcıların görüşlerinin bulgular kısmında doğrudan aktarım yoluyla gösterilmesidir (Akıncı ve Sönmez, 2015: 103). Bu yolla toplanan verilerin geçerlik ve güvenilirliğinin olumsuz yönde etkilenmesi engellenmeye çalışılmıştır.

BULGULAR

Mardin'de turizm konusunda faaliyet gösteren 1 Kamu Kurumu, 1 Kalkınma Ajansı, 1 Belediye, 1 Akademi, 2 Özel Sektör ve 5 Sivil Toplum Kuruluşu temsilcisi olmak üzere toplam 11 kişi ile görüşme yapılmıştır. Görüşmelerden elde edilen veriler soru başlıkları bazında aşağıda verilmektedir.

Turizm sektörü ile ilgili hangi konuda ve kaç yıldır faaliyet göstermektedir?

Çalışma kapsamında görüşme yapılan paydaşların deneyim süresi 2 ile 34 yıl arasında değişmektedir (Tablo 2), % 54'ünün deneyim süresi 12 yıl ve üzerindedir. Katılımcıların bir kısmının turizm sahasındaki deneyimleri; çalıştıkları kamu ya da sivil toplum kuruluşu ya da belediye'deki faaliyetleri kaynaklı iken, diğerlerinin gastronomi kursları düzenleme ve gastronomi turları organizasyonu yapma, turistik otel ve restoran işletme vb. konulardadır.

Tablo 2. Katılımcıların Faaliyet Alanı ve Turizm Konusundaki Deneyim Süreleri

Katılımcı	Faaliyet Alanı	Deneyim Süresi (Yıl)
1	Şef, Yemek Kitabı Yazarı, Proje Uygulayıcısı	22
2	Kırklar Kilisesi Papazı, Yazar	20
3	Yerel Yiyecekler Sunan Restoran Sahibi	24
4	Dicle Kalkınma Ajansı, Uzman	4
5	Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, Yönetici	12
6	Büyükşehir Belediyesi, Yönetici	2
7	Mardin Artuklu Üniversitesi, Turizm Akademisyeni, Yönetici, Yemek Kitabı Yazarı	34
8	Mardin Ticaret Odası, Genel Sekreter	20
9	Esnaf ve Sanatkarlar Odası, Başkan	6
10	Esnaf Sanatkarlar Kredi ve Kefalet Kooperatifi Kahveciler ve Otelciler Odası, Başkan	6
11	Mardin Turizm ve Otelciler Derneği, Başkan	7

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağını duyduğunuz mu? Bunun hakkında ne biliyorsunuz?

Yaratıcı Şehirler Ağını duyduğunu belirten altı katılımcıdan biri Yaratıcı Şehirler Ağı konusunda detay bilgiye sahiptir, diğer iki katılımcı ise Gaziantep'in gastronomi konusundaki üyeliği nedeniyle bu Ağ hakkında kısmen bilgi sahibidir. Söz konusu Ağ hakkındaki açıklamalar katılımcıların genel olarak çok ilgisini çekmiş ve bunlardan bir kısmı detay araştırma yapacağını belirtmiştir.

Sizce Mardin Yaratıcı Şehirler Ağının 7 tema başlığındaki hangi alanda yer almalıdır?

Katılımcılar genel olarak Mardin'in Gastronomi, Zanaat ve Halk Sanatları, Müzik ve Tasarım alanında iyi bir potansiyele sahip olduğunu belirtmiş ve yedi katılımcı, Yaratıcı Şehirler Ağına başvurulması halinde sıralamada önce Gastronominin yer alması gerektiğini belirtirken dört katılımcı Zanaat ve Halk Sanatlarının yer alabileceğini takiben Gastronomiyi önerdiğini belirtmiştir.

Mardin'in gastronomi şehri olabilir mi?

Mardin'in bir gastronomi şehri olabileceği konusunda tüm katılımcılar hemfikirler. Mardin mutfağının özgün, zengin ve köklü bir kimliğinin olduğu, bölgedeki Şanlıurfa, Diyarbakır ve Gaziantep gibi illerden daha farklı yemeklerinin bulunması yanında, bu illerdeki aynı isimli yemeklerin Mardin'deki reçetesinin farklı olduğu, çok zengin olan Süryani mutfağının sadece Mardin dışında değil, henüz tam anlamıyla Mardin'deki bilinirliğinin de yetersiz olduğu belirtilen hususlar arasındadır. Yine gastronomi şehri olmak için yemeklerin restoranlarda sunulması yanında ev pansiyonculuğunun ve kadınların desteklenmesinin de önemli olduğu belirtilmiştir.

Dika yetkilisi "Mardin' gastronomi kenti olabilecek özelliktedir ancak temel engelin bütünleşmenin, konuya ilişkin organize çalışmaların yapılmaması olduğunu" belirtmektedir.

Mardin’de gastronomi şehri olma sürecini/ Gastronomi Turizminin gelişmesi yönündeki çalışmaları sizce kim yönetmelidir?

Katılımcılar çalışmaların tüm paydaşların katılımı ile yürütmesi gerektiğini konusunda hemfikirdir. Sekiz katılımcı bu sürecin Üniversite tarafından yürütülmesinde fayda olacağını düşünürken, bir katılımcı Belediye, bir katılımcı Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, bir katılımcıda Mardin Evi Vakfı ve Mardin’i Sevenler Vakfı gibi Sivil Toplum Kuruluşları tarafından da çalışmaların yürütülebileceğini konusunda düşüncelerini ifade etmiştir.

Belediye yetkilisi “*süreci özellikle belediye yönetmeli, ayrıca üniversite, Kültür Turizm İl Müdürlüğü ve turizm ile ilgili STK’lar İşin içinde olmalıdır*” şeklinde görüşlerini belirtmektedir.

Gastronomi şehri olmanın kente sağlayacağı faydalar neler olabilir?

Bu soruya katılımcılar; Gurme turlarının başlayacağı, turist sayısı ve kalış süresinde artış olacağı, yemek kültürünün yaşatılacağı, yöresel yemeklerin bilinirliğinin artacağı, gerek yerel düzeyde gerekse bölgesel düzeyde oluşacak rekabet sonucunda hizmet kalitesinin artacağı, gastronomi şehri olunması halinde geleneksel bakır kapların, mutfakta kullanılan ham madde ve baharatların üretilmesi gibi üretimin çeşitlenmesine ve gelişmesine yönelik artma olacağı ve değer zinciri halkasının gelişeceği ve güçleneceği yönünde görüş bildirmişlerdir.

Gastronomi şehri olmak için hangi faaliyetler yapılmalıdır?

Katılımcılar tarafından genel olarak;

- Yemeklerin ve geleneksel olarak yapılaş usullerinin ve reçetelerinin kayıt altına alınması,
- Düzenlenecek mutfak kursları ile geleneksel pişirme usullerinin yerel halka ve bu işi profesyonel olarak yapan kişilere, hem de turistlere öğretilmesi,
- Gurme turlarının düzenlenmesinin sağlanması
- Yemek yarışmaları, festivaller, kongreler yapılması,
- Gastronomi müzelerinin kurulması,
- Tanıtıma yönelik materyal geliştirilmesi,
- Yerel yemeklerin mevsimine göre kamu yemekhanelerinde menüye alınması,
- Yöresel yemeklerin evlerde yapılarak sektöre taşınması için model geliştirilmesi faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi konularında öneriler ifade edilmiştir.

Mardin’de öne çıkan yöresel yiyecek-içecekler nelerdir?

Mardin’in çok eski bir yerleşim yeri olması, geçmişten bugüne devam eden çok kültürlülüğü ve yemeklerde kullanılan hammadde ve katkı maddelerinin bölgede yetişiyor olması özelliğine de bağlı olarak çok sayıda yemek çeşidi olduğu katılımcıların tamamı tarafından vurgulanmıştır. Mardin mutfağında öne çıkan yiyecek-içecekler katılımcıların büyük çoğunluğu tarafından ikide (cevizli sucuk), sembusek, kaburga dolması, ırok, kitel rıha,

kahiye, alluciye, harire, selcemiye, mulebbes, mekbuse peyniri, şeredin, goşte maksut, incasiye, erik suyu, meyan kökü şerbeti, Süryani şarabı ve hurma tatlısı olarak belirtilmiştir.

Katılımcılardan yöresel yemekler konusunda deneyimli aşçı “*Mardin’e özgün reçeteler bulunmaktadır, bunlara örnek olarak Merge, Zülbiye, Maraka, Dobo gibi yemeklerin yer aldığı almaktadır. Ayrıca diğer illerde bulunmayan ürün haritasının da çok zengin durumda*” olduğunu belirtmiştir.

Mardin’deki restoranlarda sunulan yerel yiyecek-içeceklerin sunumu yeterli mi?

Katılımcılar Mardin’deki restoranlarda sunulan yerel yiyecek içeceklerin çeşit ve geleneksel reçeteye uygun olarak yapılıp, sunulma konusunda çok yeterli olmadığını, sunum konusunda sınırlı sayıda restoranda başarılı çalışma bulunduğunu belirtmişlerdir.

Yerel yiyecek ve içecekleri menüsünde bulunduran yeterli sayıda restoran mevcut mu?

Mardin’de yerel yiyecek ve içecekleri menüsünde bulunduran sınırlı sayıda restoran bulunduğunun genel olarak belirtildiği bu soruya bazı katılımcılar Mardinlilerin dışarıda Mardin yemekleri değil kebab tercih etmelerinin bu sayıyı etkileyen en önemli faktör olduğu açıklamasını da yapmışlardır. Nerede Mardin yemeği yenir? Sorusuna verilen cevaplardaki işletme adı birkaç taneyi geçmemektedir.

Mardin’e gelen ziyaretçilerin Mardin’de tatmak ve almak istedikleri ürünler nelerdir?

Bu soruya katılımcılar badem şekeri, cevizli sucuk, leblebi, Süryani şarabı, dibek kahvesi, Mardin kirazı, Mardin’e özgü baharatlar, harire, bittim, hellaviye ve meyan şerbeti olarak cevap vermişlerdir.

Yerel Mutfağın tanıtımına yönelik hangi çalışmalar yapılmaktadır/yapılmalıdır?

Yerel mutfak tanıtılmasına yönelik olarak gerçekleştirildiği belirtilen çalışma sayısı oldukça sınırlıdır. Bunlardan başlıcaları aşağıda verilmektedir.

- 2014 yılında Avrupa Birliği Fonlarından desteklenen “Gastronomi Mutfaklarının Geliştirilmesi Projesi” kapsamında yöresel yemekler konusunda eğitim veren aşçı, bölgede çalışan şeflere ve yerel halka yöresel yemek eğitimi vermiştir.
- Yöresel yemekleri sunan yerel bir işletme sahibi, içinde üç günlük yöresel mutfak kurslarının da yer aldığı turlara ev sahipliği yapmıştır. Kurslarda Mardin’de kullanılan malzeme ve baharatlar ile bakır malzemenin kullanımının tanıtımı ve yemek yapımı yer almıştır.
- Mardin Mutfak ve Yemek Kültürü konusunda basımı yapılan sınırlı sayıda kitap ve artık gelenekselleşen Yeşilli Kiraz Festivali ve Bulgur Festivalinin dışında genellikle kamu yetkililerinin organizasyonu ile ulusal ve uluslararası fuarlara ve büyük şehirlerdeki Mardin Tanıtım Günlerine katılım sağlanmaktadır. Ancak tanıtım günlerine de katılımın, etkinliğin yapıldığı şehirdeki Mardinli işletmelerin katılımı ile gerçekleştirildiği Mardin’den katılımın çok yüksek olmadığı belirtilmektedir.

Katılımcılar yapılması gereken çalışmalar konusundaki görüşlerini ise;

- Projeler yapılarak yöresel mutfak yaşatılması için reçeteler kayıt altına alınmalı, kurslar düzenlenmeli,

- Kitaplar, belgesel film, gurme etkinlikleri, konferans ve panellerle tanıtım yapılmalı ve konu gündem de tutulmalı,
- Fuarlara, festivallere katılarak tanıtım yapılmalı şeklinde belirtilmiştir.

Fuarlara katılım konusunda görüş bildiren katılımcıların bir kısmı bu tür etkinliklerin Mardin’de gerçekleştirilmesinin daha etkili olacağını düşünürken, diğerleri potansiyel turistlerin bulunduğu şehirlere gidilerek yapılacak tanıtımın daha etkili olacağını belirtmektedir.

Yöresel mutfağın orijinalliğinin korunmasına yönelik önerileriniz nelerdir?

Katılımcıların büyük kısmı, geleneksel yemeklerin yeni nesillerce yeterince bilinmediği, bazı yemeklerin çok az sayıda yaşlı kişi tarafından yapılabildiği, mutfağın orijinalliğinin ve çeşitliliğinin korunması için reçete oluşturma ile destekli envanter çalışması yanında, yapım şeklinin video vb. kayıt altına alınmasının önemli olacağını belirterek, halen mevcut bilgi ve tecrübenin kurslarla ve atölye çalışmaları ile yeni nesillere aktarılmasının önemini vurgulamışlardır.

Mardin Gastronomi Turizminin geliştirilmesi ile ilgili önerileriniz nelerdir?

Katılımcılar Mardin Artuklu Üniversitesi’nde Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümünün daha aktif hale getirilmesinin, yerel yemekler konusunda araştırma ve kursların yapıldığı bir atölyenin açılmasının ve mutfak müzesinin kurulmasının gerekliliği ile; yöresel yemek yarışmalarının ve gurme şenliklerinin yapılmasının konu ile ilgili çalışmaları geliştireceğini düşündüklerini belirtmişlerdir. Yine bir katılımcı Bocuse d’Or gibi prestijli yemek yarışmalarının yapılmasının çalışmaları aktive edeceğini, diğer bir katılımcı ise Mardin’e özgü daha fazla sayıda yemeğin tescillenmesi konusunda çalışma yapılmasında fayda gördüğünü ve turizm için atıl dönemlerde bu tür planlamaların yapılmasının takip eden döneme hazırlıklı olmak açısından önemli olduğunu vurgulamıştır.

Mardin’de, gastronomi çalışanlarının birlikte olduğu sivil bir girişim veya topluluk bulunmakta mıdır?

Katılımcılar bilgileri dahilindeki kurumsal bir çalışmanın olmadığını; bireysel olarak bir araya gelip çalışmalar yapan bazı kişilerin olduğunu ancak bunun sınırlı sayıda kişiyi kapsadığını belirtmişlerdir.

Mardin’de Gastronomi Turizmi çalışmalarını yönlendiren bir kurum var mıdır?

Çalışmadan elde edilen bilgilere göre Gastronomi Turizmini geliştirmek için Mardin özelinde planlı, kapsamlı, kapsayıcı bir çalışma yürüten herhangi bir kurum bulunmamaktadır. Mardin Büyükşehir Belediyesi tarafından son zamanlarda başlatılan ve kendi bünyesinde yürütülen Mardin yemeklerinin belirlenmesi ve kitap haline getirilmesi konusunda çalışma halen devam etmektedir.

Gastronomi Turizminin geliştirilmesi konusunda bir plan programınız var mı?

Katılımcılardan bir kısmı konuya ilişkin özel bir plan programlarının olmadığını, yapılacak çalışmalara katkı sağlayabileceklerini belirtirken, diğer katılımcılar, Mardin Artuklu Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümüne öğrenci alımı, Mardin Yemek Festivalinin düzenlenmesi, Mardin Mutfak Müzesinin açılması, yemek kursları düzenlenmesi ve Mardin yemekleri reçetelerinin hazırlanması gibi konularda girişimlerinin bulunduğunu belirtmişlerdir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Gerçekleştirilen çalışmanın sonucunda, çalışma amacında belirtilen konularda yeterli bilgiye ulaşılmış olup, elde edilen bilgilere göre yapılan değerlendirmeler aşağıda verilmektedir.

- Çalışma kapsamında görüşlerine başvurulmuş kurum, kuruluş temsilcileri Mardin mutfağının zenginliğini vurgulamakta ve bunun turizmin geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesi kapsamında ön plana çıkarılmasının gerekliliğine ve faydasına vurgu yapmaktadır.
- Katılımcılar arasında UNESCO –Yaratıcı Şehirler Ağı hakkındaki bilinirlik düzeyi sınırlıdır. Bu Ağa katılım için bir çalışma yapılması halinde katılımcıların çoğunluğu bunun öncelikli olarak Gastronomi alanında olmasını belirtirken daha az sayıda katılımcı bunun öncelikle Zanaat ve Halk Sanatları konusunda takiben Gastronomi konusunda yapılması gerektiğini düşünmektedir.
- Mardin Mutfağı ve Gastronomi Turizminin geliştirilmesine yönelik çalışmalar genel olarak; basılan sınırlı sayıda kitap, düzenlenen iki adet festival ve ulusal ve uluslararası fuarlar ile şehir tanıtım günlerine katılım ile sınırlıdır.
- Belli bir kurum kuruluş önderliğinde paydaşların katılımı ile yürütülen kapsamlı, planlı bir çalışma bulunmamaktadır, mevcutta yürütülen çalışmalar kurumlar tarafından diğer paydaşlarla işbirliği ve uzun vadeli planlara bağlı yürütülmemektedir.
- Gastronomi çalışmalarının yürütülmesine yönelik bir topluluk, paydaşları kapsayabilecek bir girişim bulunmamaktadır.

Turizm gelirlerinden daha fazla pay almak, şehrin marka değerini ve tanınırlığını artırmak, sektörde çalışan işletmeleri geliştirmek, istihdamı ve hizmet kalitesini artırmak vb. faydalar için turizmin çeşitlendirilmesi gerektiği aşikârdır. Mardin ili kültür turizmi açısından büyük bir potansiyele sahiptir, bu potansiyelin desteklenmesi ve çeşitlendirilmesi açısından da Gastronomi Turizmi geliştirilmesi en uygun olan alternatif turizm çeşidi olarak ön plana çıkmaktadır.

Bu tür çalışmaların tüm paydaşları kapsayacak ve sürükleyebilecek bir yapıda olması nedeniyle akademik kurumlar öncülüğünde yapılması paydaşların büyük bir kısmı tarafından da önerilen bir husustur. Akademi öncülüğünde tüm paydaş görüşleri ile oluşturulacak bir Gastronomi Turizmi Yol Haritasının hazırlanması ve yol haritasında yer alan faaliyetler için Dicle Kalkınma Ajansı, ulusal ve uluslararası fonlar, yerel kaynaklar, ulusal-uluslararası girişimler gibi kaynaklardan sağlanacak desteklerle uygulanacak projeler kapsamında Gastronomi Turizmi geliştirme çalışmalarına başlanılmasında fayda olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Ajanovic, E. ve Çizel, B. (2015). UNESCO Yaratıcı Kentler Ağı ile Antalya kentinin değerlendirilmesi, *Mediterranean Journal of Humanities*, mjh.akdeniz.edu.trV/1, 2015, 1-16.
- Birdir, K. ve Akgöl, Y. (2015). Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2): 57-68.
- Bucak, T.ve Aracı, Ü.E. (2013). Türkiye'de gastronomi turizmi üzerine genel bir değerlendirme, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 16(30): 203-216.
- Dinçel, İ. (2013). Mardin yemekleri Kitabı. Ankara: Cem.
- Engin S. (2015) Mardin'de gastronomi meslek eğitiminin geliştirilmesi projesi, mezopotamya'nın yeryüzündeki gastro mirası Mardin mutfağı ve Mardin gastronomi dünyası.
- Günal, V. (2005). Mardin ilinde kültürel turizm potansiyeli. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 11:93-124.
- Karahan M., Bal V. ve Çağatay U. (2013) Turizm potansiyelinin değerlendirilmesi ve gelişiminde yerel aktörlerin rolü: Gaziantep örneği. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 50 (578): 61-75.
- Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü (2016). Tescilli Taşınmaz Kültür Varlıkları. <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,44799/illere-gore-korunmasi-gerekli-tasinmaz-kultur-varligi-i-.html>. Erişim Tarihi: 26 Temmuz 2016.
- Mardin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2016). Sit alanları. <http://www.mardinkulturturizm.gov.tr/TR,56532/sit-alanlari.html>. Erişim Tarihi: 26 Temmuz 2016.
- Özaltaş Serçek, G., Serçek, S. (2015). Destinasyon markalaşmasında gastronomi turizmin yeri ve önemi. *Journal of Tourism Theory and Research*, 1 (1), 22-40.
- Richards G. (2012). Food and tourism experience: major findings and policy orientations. In Dodd, D.(ed). *Food and the tourism experience*. OECD, Paris, pp. 13-46.
- Richards G. (2002) Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption. Hjalager, AM and Richards, G. (Ed.). *In Tourism and Gastronomy*. London: Routledge.
- Seaton, A. V. ve Bennett, M. M. (1996). *Marketing Tourism Products: Concepts, Issues, Cases*. Oxford: Thomson Business.
- Serçek, S. ve Özaltaş Serçek, G. (2016). Turist deneyimlerinin müşteri odaklı marka değerine etkisinin incelenmesi, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 9 Sayı: 42, 1621-1629.
- Serçek, S. (2011). *Bütünleşik pazarlama iletişimi çerçevesinde Türkiye'de inanç turizminin geliştirilmesi (Mardin Örneği)*. Ankara: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Şahin, G.G. ve Ünver, G. (2015) Destinasyon pazarlama aracı olarak "gastronomi turizmi": İstanbul'un gastronomi turizmi potansiyeli üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2): 63-73.
- Toprak L.(2015) Mardin ve yemek kültürü. Mardin Müzesi Yayınları. ISBN: 978-605-149-763-1.

- TPE (Türk Patent Enstitüsü) (2016) <http://www.tpe.gov.tr/TurkPatentEnstitusu/geographicalRegisteredList/>. Erişim Tarihi: 26 Temmuz 2016.
- Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu (2014). T.C. Kalkınma Bakanlığı, Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara. ISBN 978-605-4667-59-8. YAYIN NO: KB: 2859- ÖİK: 713.
- TURSAB (2016). TURSAB Gastronomi Turizmi Raporu. http://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu_12302_3531549.pdf. Erişim Tarihi: 24 Temmuz 2016.
- TURSAB, (2016). Turist Sayısı ve Turizm Geliri, http://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turist-sayisi-ve-turizm-geliri/2003-gelirsayi-ve-ortalama-harcama_68.html. Erişim Tarihi: 24 Temmuz 2016.
- Türkiye Turizm Stratejisi 2023. (2007). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Türkiye Turizm Stratejisi (2023) ve Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı (2007-2013) Yayın No: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları-3085 ISBN 978-975-17-3260-6
- UNESCO (2016). Yaratıcı Şehirler Ağı, <http://www.unesco.org.tr/?page=15:248:1:turkce>
- UNWTO (United Nations World Tourism Organization) (2016). UNWTO Annual Report 2015, UNWTO, Madrid.
- Van Maanen, J. (1979). Reclaiming Qualitative Methods for Organizational Research: A Preface, *Administrative Science Quarterly*, 24: 520–526.

Extensive Summary

Stakeholders Opinion Concerning the Possibility of Mardin Being “City of Gastronomy” in UNESCO Creative Cities Network

With the growing nature tourism is an important driving force for global economic growth. Besides, it continue to vital contribution in creation of employment across the globe, poverty reduction, environmental protection and multi-cultural peace and understanding.

Tourists travel planning according to specific interests, and involvement of major causes of cultural activities in travels has been observed growing trend in these days. (Tourism Special Commission Report, 2014).

This orientation takes the alternative types of tourism to the forefront and the countries that are looking to increase tourism revenues requires to give attention to this issue.

In this context, Gastronomy Tourism within the alternative types of tourism is particular importance in this context. because of direct reflection the natural wealth and culture of the community.

In recent years, it seems a growing interest to the gastronomic charm among major tourism preferences, this attention has a great potential to improve the distribution of income in all areas of the local economy and also to

create business areas (UNWTO, 2016). With each passing day an increasing number of destinations removing the gastronomic value to the foreground, uses it as a niche market to create a tourist attraction (Bucak and Aracı, 2013). Gastronomic tourism, has the characteristics to contribute to the development of tourism from the points of spreading tourism to all seasons, promotion of other tourism activities, the increase in tourism revenues, the expansion of the income distribution, employment, ensuring food and beverage manufactures and business services to improve the quality of the offer, the city in terms of conservation and sustainability of cultural values.

Mardin, takes place in Turkey's Southeastern Anatolia and located in the area known as agriculture was born Fertile Crescen, has hosted many cultures consisting of Turks, Arabs, Kurds, Assyrians, Armenians and Yezidis from past to now. (Günel, 2005). Toprak (2015) indicates that Mardin cuisine has rich and very colorful structure. Mardin Gastronomy Tourism in Turkey to take first place in terms of potential (TÜRSAB, 2016) with the number of publications on this subject and promotional activities is limited. The aim of this study is to take the opinion of local stakeholders towards the development of the gastronomy tourism, to assess the awareness of the studies have been done and the UNESCO Creative Cities Network and to develop proposals for future.

The study was realized with the method of using face to face interview technique with the participations of the representatives of public institutions, academia, civil society organizations and the private sector that are working in the field of tourism in Mardin. As a result of the study, the following information were reached; Mardin cuisine is extremely rich among the participants, there is a consensus on removing the forefront of this wealth within the diversifying tourism activities, only one stakeholder had detailed information on the subject of UNESCO Creative Cities, the studies concerning Mardin gastronomic tourism is limited to those made on an individual basis, there is not enough study for a comprehensive and forward-planned and no any organization or attempt has been come forward to guidance these studies. .

The results of 'there is a potential for achieving significant progress in gastronomic tourism area of Mardin in a short time with being member of UNESCO Creative Cities Network or with the efforts will be carried out from different funding sources and this can be realized in a short time with plannings that will be realized with the leadership of any organization which can guide the academy or other related institutions and organizations' were reached.