T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Gastronomi Anabilim Dalı

UNESCO YARATICI ŞEHİRLER AĞI KAPSAMINDA EDİRNE'NİN GASTRONOMİ ŞEHRİ OLMA POTANSİYELİNİN İNCELENMESİ: BİR MODEL ÖNERİSİ

Doktora Tezi

Burak İŞÇİMEN

Danışman
Doç.Dr. Murat DOĞAN

İstanbul – 2026

TEZ TANITIM FORMU

Yazar Adı Soyadı : Burak İŞÇIMEN

Tezin Dili : Türkçe

Tezin Adı : UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında Edirne'nin Gastronomi Şehri Olma Potansiyelinin İncelenmesi: Bir Model Önerisi

Enstitü : İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Anabilim Dalı : Gastronomi

Tezin Türü : Doktora

Tezin Tarihi : 22.01.2026

Sayfa Sayısı : 305

Tez Danışmanları : Doç.Dr. Murat DOĞAN

Dizin Terimleri : Yaratıcı Şehirler Ağı, Gastronomi Şehirleri, Gastronomi Turizmi, Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Kalkınma, Sürdürülebilir Gastronomi, UNESCO, Edirne Mutfağı, Gastronomi yönetim modeli, UNESCO gastronomi kenti kriterleri

Türkçe Özet : Çalışmanın ana amacı; Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na gastronomi teması kapsamında gastronomi şehri olabilme potansiyelinin değerlendirilerek bu amaç ekseninde bir model önerisi oluşturmaktır.

Dağıtım Listesi :
1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne
2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

İmzası

Burak İŞÇİMEN

T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Gastronomi Anabilim Dalı

UNESCO YARATICI ŞEHİRLER AĞI KAPSAMINDA EDİRNE'NİN GASTRONOMİ ŞEHRİ OLMA POTANSİYELİNİN İNCELENMESİ: BİR MODEL ÖNERİSİ

Doktora Tezi

Burak İŞÇİMEN

Danışman
Doç.Dr. Murat DOĞAN

İstanbul – 2026

BEYAN

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez olarak sunulmadığını, düzeltme ve dil bilgisi kontrolü için yapay zekâ araçları kullanıldığını beyan ederim.

Burak İŞÇİMEN

…/…/2026

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Burak İŞÇİMEN' in UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında Edirne'nin Gastronomi Şehri Olma Potansiyelinin İncelenmesi: Bir Model Önerisi adlı tez çalışması, jürimiz tarafından Gastronomi anabilim dalı, Gastronomi bilim dalında DOKTORA tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan	*Dr. Öğr. Üyesi Murat AY*
Üye	*Doç. Dr. Murat DOĞAN* (Danışman)
Üye	*Dr. Öğr. Üyesi Yalçın GÜÇER*
Üye	*Dr. Öğr. Üyesi Sema AYDIN*
Üye	*Dr. Öğr. Üyesi Ramazan İNAN*

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

... / ... / 2026

Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ

Enstitü Müdürü

ÖZET

Günümüzde yemek kavramı, beslenme unsuru olmanın yanı sıra ekonomik kalkınmanın da bir unsurudur. Deniz-kum-güneş temalı tatil destinasyonu arayışına turistlerin yeni lezzet beklentisi ve arayışının da eklenmesi, gastronomi turizmi hareketliliğinin dünya çapında popülaritesini arttırmıştır. Bu çalışma, Edirne mutfağının sahip olduğu çekici zengin yapısı; bu zenginliğin Edirne gastronomisinin üretim boyutu, tüketim boyutu ile ele alınıp gastronomi turizmi açısından bölgesel ve ulusal anlamda ekonomideki yeri ve potansiyelini değerlendirip, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı gastronomi temasına uygunluğu ve gastronomi şehri olma potansiyelinin bir incelemesidir.

Çalışmada, Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında; Edirne'de gastronomi, gastronomi turizmi, gastronomi unsurları, gastronomi ürünlerinin sınıflandırılması, gastronomi deneyimi konu başlıkları incelenmiş ve elde edilen bilgiler ışığında Edirne şehrinin mevcut gastronomi potansiyeli ölçülmüştür. Çalışmanın amacı; Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na gastronomi teması kapsamında gastronomi şehri olması durumunun değerlendirilmesi hususunda potansiyelinin incelenmesi oluşturmaktadır.

Çalışmada, karma yöntem kullanılmış, anket tekniği ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmıştır. Belirlenen anket Edirne ilinde 217 bireye uygulanmış ve Edirne iline ait nicel ham veriler elde edilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile Edirne ilinde 17 bireyden nitel ham veriler elde edilmiş ve uzman görüş ve beklentileri belirlenmiştir.

Çalışmada, Nicel bulgular, katılımcıların Edirne mutfağını özgün ve güçlü bulduğunu; gastronominin istihdam ve şehir ekonomisine katkı sağlayacağını düşündüğünü göstermektedir. Yerel mutfak özgünlüğü, coğrafi işaretli ürünler ve festivaller öne çıkarken; tanıtım, kurumsallaşma ve uluslararası görünürlükte eksiklikler belirlenmiştir.

Nitel bulgular, Edirne mutfağının Osmanlı mirası ve Balkan etkisiyle çok katmanlı bir kimliğe sahip olduğunu; gastronominin şehir markalaşması için stratejik bir araç olarak görüldüğünü ortaya koymaktadır. Paydaşlar, yerel ürünlerin korunması,

eğitimli mutfak personeli ihtiyacı ve iş birliği eksikliğini vurgulamış; UNESCO sürecinin bütüncül bir yönetşim modeliyle yürütülmesi gerektiğini belirtmiştir.

Sonuç olarak, Edirne'nin Gaziantep ve Hatay gibi UNESCO gastronomi şehirleriyle benzer potansiyel taşıdığı; ancak tanıtım stratejilerinin yetersizliği ve kurumsal koordinasyon eksikliğinin gelişimi sınırladığı görülmektedir. Bu bağlamda, Gastronomi Koordinasyon Kurulu'nun oluşturulması, coğrafi işaretli ürünlerin artırılması, eğitim programlarının desteklenmesi ve uluslararası etkinliklere aktif katılım önerilmektedir. Nitel ve Nicel verilerin ışığında Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı gastronomi temasında gastronomi şehri olma potansiyelinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç doğrultusunda geliştirilen Bir Model önerisi sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yaratıcı Şehirler Ağı, Gastronomi Şehirleri, Gastronomi Turizmi, Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Kalkınma, Sürdürülebilir Gastronomi, UNESCO, Edirne Mutfağı, Gastronomi yönetim modeli, UNESCO gastronomi kenti kriterleri

SUMMARY

Today, the concept of food is not only a nutritional element but also a factor in economic development. The addition of tourists' expectations and pursuit of new flavors to their sea-sand-sun themed holiday destinations has increased the global popularity of gastronomy tourism. This study examines the attractive and rich structure of Edirne's cuisine; analyzes this richness in terms of production and consumption aspects of Edirne's gastronomy; evaluates its place and potential in the regional and national economy in terms of gastronomy tourism; and assesses its suitability for the UNESCO Creative Cities Network gastronomy theme and its potential to become a gastronomy city.

In this study, within the scope of the UNESCO Creative Cities Network, the topics of gastronomy, gastronomy tourism, gastronomic elements, classification of gastronomic products, and gastronomic experience in Edirne are examined, and the existing gastronomic potential of the city of Edirne is measured in light of the information obtained. The aim of the study is to examine Edirne's potential to become a gastronomy city within the scope of the UNESCO Creative Cities Network gastronomy theme.

This study employed a mixed-methods approach, employing both survey and semi-structured interview techniques. A questionnaire was administered to 217 individuals in Edirne province, yielding quantitative raw data. Qualitative raw data was collected from 17 individuals in Edirne province using semi-structured interview techniques, and expert opinions and expectations were determined.

The quantitative findings indicate that participants perceive Edirne cuisine as unique and strong, and believe that gastronomy will contribute to employment and the city's economy. While the uniqueness of the local cuisine, geographically indicated products, and festivals are highlighted, shortcomings were identified in promotion, institutionalization, and international visibility.

The qualitative findings reveal that Edirne cuisine possesses a multi-layered identity shaped by Ottoman heritage and Balkan influences; and that gastronomy is seen as a strategic tool for city branding. Stakeholders emphasized the need for the preservation of local products, the necessity of trained culinary personnel, and a lack of collaboration; they also stated that the UNESCO process should be conducted with a holistic governance model.

In conclusion, it is observed that Edirne has similar potential to UNESCO gastronomy cities such as Gaziantep and Hatay; however, the inadequacy of promotional strategies and the lack of institutional coordination limit its development. In this context, the establishment of a Gastronomy Coordination Board, increasing the number of geographically indicated products, supporting training programs, and active participation in international events are recommended. In light of qualitative and quantitative data, it has been concluded that Edirne has high potential to become a gastronomy city within the UNESCO Creative Cities Network's gastronomy theme. A model proposal developed in line with this conclusion is presented.

Keywords: Creative Cities Network, Gastronomy Cities, Gastronomy Tourism, Sustainability, Sustainable Development, Sustainable Gastronomy, UNESCO, Edirne Cuisine, Gastronomy Management Model, UNESCO Gastronomy City Criteria.

İÇİNDEKİLER

ÖZET ..... **i**
SUMMARY ..... **iii**
İÇİNDEKİLER ..... **v**
KISALTMALAR ..... **viiii**
TABLOLAR LİSTESİ ..... **viii**
ŞEKİLLER LİSTESİ ..... **xi**
ÖNSÖZ ..... **xii**
GİRİŞ **1**

BİRİNCİ BÖLÜM
GASTRONOMİ, UNESCO YARATICI ŞEHİRLER AĞI, EDİRNE'DE GASTRONOMİ

1.1. Gastronomi 5
1.1.1. Gastronomi İle İlgili Kavramlar 9
1.1.2. Gastronomi Turizmi 12
1.1.3. Gastronomi İmajı 15
1.1.4. Gastronomi Şehri 16
1.2. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı (UCCN) 21
1.2.1. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Temaları 25
1.2.2. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı ve Gastronomi Şehirleri 25
1.2.3. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na Katılma Kriterleri 36
1.2.4. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na Katılım Süreci 38
1.2.5. YaratıcıŞehirler Ağı 'na Katılmanın Avantajları 39
1.3. Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında Edirne Şehirinin MevcutGastronomi Potansiyeli 40
1.3.1. Edirne 40
1.3.2. Edirne'de Gastronomi 43
1.3.3. Edirne'de Gastronomi Turizmi 44
1.3.4. Edirne'de Gastronomi Unsurları 45
1.3.5. Edirne'de Gastronomi Ürünlerinin Sınıflandırılması 47
1.3.6. Gastronomi Şehri Olma Uyum Süreci Ve Edirnede Gastronomi Deneyimi 67
1.3.7. Basında Edirne Gastronomisi 75

İKİNCİ BÖLÜM
METODOLOJİ

2.1. Araştırmanın Problemi 80
2.2. Araştırmanın Amaç ve Kapsamı 81
2.3. Araştırmanın Önemi 82
2.4. Araştırmanın Varsayımları 83
2.5. Araştırmanın Sınırlılıkları 83
2.6. Araştırmanın Evren ve Örneklemi 84
2.7. Araştırmanın Veri Toplama Aracı 89
2.8. Araştırmanın Yöntemi ve Analizi 92
2.8.1. Aritmetik Ortalamaların Değişim Aralığının Hesaplanması 95
2.8.2. Nicel ve Nitel Araştırmaların İlişkilendirilmesi 95

2.8.3. Betimsel Analiz 96
2.8.4. İstatistiki Analiz..... 97
2.9. Literatür Çalışması..... 97

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
BULGULAR

3.1. Nicel Analiz Bulguları..... 115
3.1.1. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında Edirne'nin Gastronomi Şehri Olma Potansiyelinin İncelenmesi Uygulama Ölçeği 1. Bölüm Katılımcıların Demografik Dağılımı 116
3.1.2. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında Edirne'nin Gastronomi Şehri Olma Potansiyelinin İncelenmesi Uygulama Ölçeği 2. Bölüm-A Katılımcı Cevapları 122
3.1.3. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında Edirne'nin Gastronomi Şehri Olma Potansiyelinin İncelenmesi Uygulama Ölçeği 2. Bölüm-B Katılımcı Cevapları 155
3.2. Nitel Analiz Bulguları..... .167
3.2.1. Gastronomi Paydaşlarının UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında Edirne'nin Gastronomi Şehri Olmasıyla İlgili Görüşleri 173
3.3. Edirnenin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Teması Kapsamında Değerlendirilmesi..... 197
3.4. Model Önerisi 203
3.5. Model Önerisi Diyagramı 225

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER 236
KAYNAKÇA 246
EKLER..... 273
ÖZGEÇMİŞ..... 286

KISALTMALAR

AFA	**:**	Açıklayıcı Faktör Analiz
AMOS	**:**	Analysis of Moment Structures
BM	**:**	Birleşmiş Milletler
ÇED	**:**	Çevresel Etki Analizi
ÇKS	**:**	Çiftçi Kayıt sistemi
DFA	**:**	Doğrulayıcı Faktör Analizi
DSİ	**:**	Devlet Su İşleri Genel Müdürlüğü
KMO	**:**	Kaiser-Meyer-Olkin
MYO	**:**	Meslek Yüksek Okulu
S.S.	**:**	Standart Sapma
SKA	**:**	Sürdürülebilir Kalkınma Araçları
SKH	**:**	Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri
SPSS	**:**	Statistical Package For The Social Science (Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı)
STK	**:**	Sivil Toplum Kuruluşu
TDI	**:**	Turizm Destinasyon İmajı
T.Ü.	**:**	Trakya Üniversitesi
UCCG	**:**	UNESCO Yaratıcı Gastronomi Şehirleri
UCCN	**:**	UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı
UNDP	**:**	Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı
UNESCO	**:**	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Başvuru Süreci 20
Tablo 2. Türkiye UNESCO Yaratıcı Şehirleri 28
Tablo 3. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı – Gastronomi Alanında Üye Şehirler 32
Tablo 4. UNESCO Yaratıcı Şehirler Gastronomi Şehri Ağına Katılan Kıtalar Bazında Şehir Sayısı 34
Tablo 5. Yıllara göre UNESCO Yaratcı Şehirler Ağı 'na katılım 35
Tablo 6. Edirne'nin Tescilli Coğrafi İşaretli Ürünleri 45
Tablo 7. Edirne'de Başvuru Aşamasında Olan Coğrafi İşaretli Ürünler 46
Tablo 8. Edirne İlinin Yöresel Lezzetleri 51
Tablo 9. Edirne Festivalleri 73
Tablo 10. Saros Körfezi Balıkları Yerel Ve Genel Adları 75
Tablo 11. Haber Ajanslarında Edirne 76
Tablo 12. Araştırmanın İstatistiksel Öğeleri 88
Tablo 13. Aritmetik Ortalamaların Isabet Ettiği Seçeneklerin Aralık Değerlerine Göre Dağılımı 104
Tablo 14. Cronbach's Alfa (a) Katsayı Aralık Değerleri 106
Tablo 15. Çalışmada Kullanılan Ölçek İçin KMO ve Bartlett's Testi 106
Tablo 16.Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları 107
Tablo 17. Yapısal Estetik Uyum İndeksleri 108
Tablo 18. Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları 109
Tablo 19. Faktör Analizi Sonuçları 110
Tablo 20. Ölçekteki Öneriler Bölümüne Yapılan KMO ve Bartlett's Küresellik testi 112
Tablo 21. Öneriler ölçeğinin faktör analizi 112
Tablo 22. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Betimsel İstatistikler 116
Tablo 23. Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımları 117
Tablo 24. Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımları 118
Tablo 25. Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Dağılımları 118
Tablo 26. Katılımcıların Meslek Gruplarına Göre Dağılımları 119
Tablo 27. Katılımcıların Çalıştıkları Kurumlara Göre Dağılımı 119
Tablo 28. Katılımcıların Medeni Hallerine Göre Dağılımları 120
Tablo 29. Katılımcıların Gelir Düzeyine Göre Dağılımları 120
Tablo 30. Katılımcıların Edirne'de Ikamet Sürelerine Göre Dağılımları 121
Tablo 31. Katılımcıların Doğum Yerlerine Göre Dağılımları 121
Tablo 32. Katılımcıların Gastronomi Sektöründe Çalışmışlıklarına Göre Dağılımları 122
Tablo 33. Katılımcıların Turistlerle İletişim Kurma Durumuna Göre Dağılımları 122
Tablo34. Katılımcıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında Edirne'nin Gastronomi Şehri Olma Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik İfade Bulguları 123
Tablo 35. Katılımcıların Yaşam Kalitesi İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 131
Tablo 36. Katılımcıların Ulaşım İmkanları İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 131
Tablo 37. Katılımcıların Kültürel Miras İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 132
Tablo 38. Katılımcıların Sosyal Etkinlikler İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 133
Tablo 39. Katılımcıların Turistlerin Yerel Kültüre Etkisi İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 133
Tablo 40. Katılımcıların Yerel Halkın Hoşgörülü Olması İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 134

Tablo 41. Katılımcıların Yerel Halk İçin Yeni İş Olanakları İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 135
Tablo 42. Katılımcıların Yerel Halkın Ekonomik Geliri İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 136
Tablo 43. Katılımcıların Yerel Ekomoni İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları ...137
Tablo 44. Katılımcıların Bölge Yatırımı İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları....137
Tablo 45. Katılımcıların Edirne'de Mal Ve Hizmet Fiyatları İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 138
Tablo 46. Katılımcıların Edirne'nin Turizm Kalkınma Planları İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 139
Tablo 47. Katılımcıların Edirne'de Yabancı Yatırım İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 140
Tablo 48. Katılımcıların Edirne'de Restorasyonlar İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımlarır.....141
Tablo 49. Katılımcıların Edirne'de Kültür Turizmi İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 142
Tablo 50. Katılımcıların Edirne'de Yerel Kültür İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 143
Tablo 51. Katılımcıların Edirne Mutfağının Tanınırlığı İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 144
Tablo 52. Katılımcıların Edirne Mutfağının Ekranlarda Yer Alması İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları.....144
Tablo 53. Katılımcıların Edirne Mutfağının Uluslararası Tanınması İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları.....145
Tablo 54. Katılımcıların Yiyecek- Içecek İşletmelerinin İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 146
Tablo 55. Katılımcıların Geleneksel Türk Mutfağında Öncü Olma İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları.....147
Tablo 56. Katılımcıların Geleneksel Türk Mutfağında Ünlü Gurme Ziyaretleri İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları.....148
Tablo 57. Katılımcıların Edirne'ye Gelen Turist Sayısı İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 148
Tablo 58. Katılımcıların Hediyelik Eşya Sektörü İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 149
Tablo 59. Katılımcıların Yiyecek- İçecek İşletmelerinde Hizmet Kalitesi İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları.....150
Tablo 60. Katılımcıların Edirne'de Suç Oranı İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 151
Tablo 61. Katılımcıların Doğal Çevre İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları.....151
Tablo 62. Katılımcıların Gürültü Kirliliğ İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 152
Tablo 63. Katılımcıların Çarpık Kentleşme İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları .153
Tablo 64. Katılımcıların Trafik Yoğunluğu İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları .153
Tablo 65. Katılımcıların Yerel Mutfak Özgünlüğü İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 154
Tablo 66. Katılımcıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında Edirne'nin Gastronomi Şehri Olma Potansiyelinin Değerlendirilmesi Önerilerine Yönelik İfade Bulguları 155
Tablo 67. Katılımcıların Ağ Kapsamında Yerel Halkın Bilinçlendirilmesi İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları.....158

Tablo 68. Katılımcıların Ulusal Ve Uluslararası Tanıtım Faaliyetleri İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 159
Tablo 69. Katılımcıların Tarihi Restorasyonlar İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 159
Tablo 70. Katılımcıların İnternet Ve Sosyal Medyada Şehrin Tanıtımı İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 160
Tablo 71. Katılımcıların Konaklama Tesisleri İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 161
Tablo 72. Katılımcıların Yiyecek - Içecek Işletmeleri İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 162
Tablo 73. Katılımcıların Sosyal Aktivite İmkanları İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 162
Tablo 74. Katılımcıların Kurs Ve Seminerler İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 163
Tablo 75. Katılımcıların Gastronomi Ürünlerinin Tanıtımı İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 164
Tablo 76. Katılımcıların Yöresel Mutfağın Tanıtımı İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 165
Tablo 77. Katılımcıların Nitelikli Mutfak Personeli Yetiştirilmesi İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 165
Tablo 78. Katılımcıların Yiyecek- Içecek Işletmelerinin Sayıları İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları 166
Tablo 79. Katılımcılara Ait Demografik Dağılım 167
Tablo 80. Nitel Verilerden Elde Edilen Ana Tema Ve Alt Tema Dağılımı 170
Tablo 81. Edirne İlinde Kayıtlı Gıda Üretim Tesisleri 174
Tablo 82. Edirne'de Başlıca Tarla Ürünleri 191
Tablo 83. Edirne'de Hayvansal Varlık 192
Tablo 84. Edirne İl Dernekleri 193
Tablo 85. Edirne İli Kadın Girişimi Üretim Ve İşletme Kooperatifleri 194
Tablo 86. Bulguların Kıyaslanması 197

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Uccn Temaları 25
Şekil 2. Sürdürülebilir Kalkınma 2030 Amaçları 27
Şekil 3. Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Katılım Yıllarına Göre Zaman Çizelgesi 36
Şekil 4. Necmi İğe Evi Etnografya Müzesi 47
Şekil 5. Edirne Gastronomi Haritası 52
Şekil 6. Yakınsayan Paralel Desen 96
Şekil 7. Araştırma Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Diyagramı 109
Şekil 8. Öneri Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Diyagramı 114
Şekil 9. Nitel Tema-Alta Tamalar 169
Şekil 10. Katılımcı yanıtlarından oluşturulan 'Edirne' kelime bulutu 196
Şekil 11. Katılımcı yanıtlarından oluşturulan 'Gastronomi' kelime bulutu 196
Şekil 12. Model Önerisi Web Uygulaması Ekran Görüntüsü 244

ÖNSÖZ

Tez çalışmamın sürecinde değerli bilgi, birikim ve kıymetli tecrübeleri ile bana yol haritası çizen ve destek olan değerli danışman hocam sayın Doç.Dr. Murat DOĞAN'a, ilgisini ve önerilerini göstermekten kaçınmayan hocalarım sayın Dr. Öğr. Üyesi Sema AYDIN ve Dr. Öğr.Üyesi Ramazan İNAN'a teşekkür eder ve saygılarımı sunarım.

Yüksek Lisans ve Doktora eğitimim süresince yardım, bilgi birikimini benden esirgemeyen sayın Prof. Dr. Güney ÇETİN GÜRKAN'a ve Doç. Dr Tülay DEMİRALAY'a, tecrübeleri ile bana sürekli destek olan Yeditepe Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümündeki başta sayın Prof. Dr. Sibel Özilgen olmak üzere, Doç. Dr. Özge Samancı, Doç. Dr. Zehra Dilistan Shipman ve emeği geçen, isimlerini burada tek tek yazamadığım tüm hocalarıma teşekkür ederim.

Tüm yaşamım boyunca her koşulda beni hiçbir zaman yalnız bırakmayan, maddi manevi tüm desteğiyle, yardımını bir an olsun asla esirgemeyen, can yoldaşım, kıymetli eşim Nursel İŞÇİMEN'e sonsuz şükür ve teşekkür ederim. Ve sen canımın içi oğlum, Deha İŞÇİMEN, varlığına sonsuz şükür.

Burak İŞÇİMEN

GİRİŞ

Yaratıcı Şehirler Ağı bünyesinde temel bir konu başlığı olarak gastronominin yer alması, bölgesel mutfakların kültür değeri olarak nesiller boyu aktarılması, milli ve milletlerarası sınırlarda muhafaza edilmesi ve kalıcılığının ebedileştirilmesi inancı, iktisadi ve kültürel değişim ve ilerlemeler sonucunda gastronomi şehirlerinin ehemmiyeti son derece yükselmiştir (Giritlioğlu ve Öksüz, 2016, s. 270). Bir destinasyon ziyareti, günümüzde gastronomi faktörlerinin de ön plana çıkmasıyla birlikte önemli ölçüde yeme ve içme ile ilişkilendirilmektedir. Bu sebeple yemek kavramı beslenme unsuru olmanın yanı sıra ekonomik kalkınmanın da bir unsuru haline dönümüştür. Deniz-kum-güneş temalı tatil destinasyonu arayışına turistlerin yeni lezzet beklentisi ve arayışı da eklenmesi, gastronomi turizmi hareketliliğinin dünya çapında popülaritesini arttırmıştır. Turizmde eğilimin gastronomi turizmine doğru artışı, dünyada çapında tercih edilirliği öncelikli sıralarda yer alan Türkiye açısından global çapta ünlenen mutfakların takdim edilmesi bakımından gerçekleştirilecek çalışmaların önemini ortaya koymaktadır (Zengin ve Gürkan, 2019, s. 228).

Ülkelerin kendilerine has mutfak kültürleri, aynı malzemelerle yemeğin farklı teknik ve lezzetlerde hazırlanmasını, yeme biçimini ve sunumu konusunda gastronomik geleneklerinin varlığı turistler için cezbedici olmuş ve bu gelenekler turistlerin bölgeyi ziyaret etme amaçlarının başlıcalarından biri olmuştur (Güzel ve Apaydın, 2016, s. 396). Edirne'nin gelenek, görenek ve kültürel birikimi ve stratejik yerleşim yeri ve bünyesindeki beş gümrük kapısıyla turizm potansiyelinin yüksektir. Yanı sıra Edirnede Osmanlı dönemi mirası yönününden zengin saray mutfağının varlığı ve Edirne'ye ait peynir, ciğer, köfte, Gaziler helvası, Badem ezmesi ve birçok gastronomik ürünü mevcuttur. Aynı zamanda Edirne'nin ilçelerinde Keşan'a ait satır et, İpsala bölgesi pirinci, Uzunköprüye ait köfte gibi pek çok yerel ürünü ve yemekleriyle gastronomi turizmi için de tercih edilen bir kent oluşu tesadüf değildir. Gastronomi kavramı 1800'lü yılların başında ortya çıkmıştır. Gastronomi kavramı ilk olarak 1804'te Fransız şair Jacques Berchoux'un adını verdiği şiir ile ortaya çıktığı belirtilmektedir. Şair, gastronomi kavramını yiyeceği ve içeceği mükemmel formda tüketmek biçiminde betimlemiştir (Scarpato, 2002, s. 51-70). 1835'li yıllarda Fransız akademisi "gastronomi" kelimesini lügatına ekleyerek kavramın formelleşmesini sağlamıştır (Gürsoy, 2014, s. 12). Mide tertip sanatı anlamı taşıyanan gastronomi

kavramı kökenbilimine göre gözden geçirildiğinde, Yunan dilindeki gastros (mide) ve nomos (kanun) sözcüklerinin birleşimi ile meydana geldiği anlaşılmaktadır (Karadeniz, 2021). TDK'ya göre gastronomi; yemeği iyi yeme merakı, sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi olarak tanımlanmaktadır (TDK, 07.08.2022). Richards (2002)'ın ifadesine bakıldığında gastronominin yemeğin tertip edilmesi, pişirilmesi, ikram edilmesi ve yenip bitirilmesi şeklinde ifade edildiği görülmektedir.

Gastronomi kavramı, turizimdeki ürün pazarında, ürülerin farklılaştırılmasında ve destinasyon pazarının olgunlaştırılmasında en ehemmiyetli başlık, unsur haline gelmiştir. Gastronomide yeme- içme, genellikle iyi yemek seçme ve yemektir. Kaliteli yemek pişirme, yeme sanatı ve bundan zevk alma olarak da adlandırılmaktadır. Gastronomi doğru ve kaliteli beslenme için ihtyaç duyulan gıdaya dönüştürülebilecek kaynakları arayan, sağlayan veya hazırlayan herkese yönelik bir kılavuzdur (Soner, 2013, s. 6). Brillat-Savarin (1848, s. 27-29)'e göre gastronomi sadece yiyecek içecek, yemek pişirme, en yüksek kalitedeki yiyeceklerin toplanması ve bir araya getirilerek buluşturulması değildir. Bununla birlikte gastronomi; yemek pişirme bilgisi ve sanatı: matematik, tarih, coğrafa, fizik, biyoloji, kimya, sanat, ticaret ve ekonomi temel ilim dalları ile doğrudan ilişkili olduğu multi disipliner bir bilim dalıdır.

Tarihi açıdan gastronomi olgusu değerlendirildiğinde toplumlara ve kültürlerine göre değişen, farklı anlamlar yüklenen kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Her milletin kendine özgü tarihi yapısı bakımından gastronomi kavramını biçimlendirdiği ve kavramın önemli tarihi olaylardan ve pek çok tarihsel faktörden etkilendiği görülmüştür. Tüm bunlara ek olarak gastronomi kavramı, zaman zaman sanatın ve gücün, zaman zaman ise çağdaşlığın yol göstericisi olarak rol almaktadır (Doğan, 2021, s. 4). Bu tanımlamalar öncülüğünde gastronominin incelemeye konu olduğu üretim, tüketim ve bunların bir arada olduğu üretim–tüketim biçiminde üç boyutu bulunmaktadır (Altınel, 2009, s. 1-2).

1) Üretim boyutu açısından incelediğimizde gastronomi;
   - Bilim ile sanatın birlikte harmanlanması
   - Kusursuz yemeğin hazırlanması, pişirilmesi, sunulması ve özenli bir sofra düzeni oluşturmak
   - İyi yemek kültürüne dair eylemler ve tecrübe, deneyim
   - Yemek yapma ve aşçılığa has uygulamalardan oluşurken
2) Tüketim boyutunda gastronomi ise;

• Nitelikli yiyecek ve içecekten keyif almak

• Lezzetli yemeklere ilgi duymak

• Özel ve lüks tatlara bağlılık şeklinde tanımlanmaktadır

3) Üretim ve tüketim boyutuyla gastronomi:

• Besinlerin hazır hale getirilmesi, pişirilmesi ve presentasyonu

• Yemeklerin uygun araçlarla servis edilmesi ve tüketilmesi

• Menüdeki yiyeceklerin satış miktarlarının izlenmesi

• Ülkelerin ve bölgelerin mutfaklarına özgü gelenekleri kapsayan, iyi yemek yeme bilimi ve sanatı

• Alışkanlıkların, kültürün, becerinin, tarihsel bilginin, damak zevkinin, iştahın, emeğin ve özenin beğeniye uygun şekilde birleşmesidir.

Edirne'yi bu üç boyutta değerlendirildiğimizde geçmiş ve günümüz yeme geleneği ve adetleri harmanı karşımıza çıkmaktadır.

Edirne cezbedici güzellikteki lezzetleri ile nadide zengin bir gastronomik kültürel yapıya sahiptir. Edirne mutfağına bu zenginliğin önemli ölçüde pozitif etki yarattığı görülmektedir, Anadolu ile Avrupa arasında köprü görevi gören Edirne bölgesi, Balkan göçleri sebebiyle çeşitli medeniyetlerin izlerini mutfağında taşımaktadır. Edirne mutfağının değişmesini, ilerlemesini sağlayan bu tarihsel işleyişin kültür çeşitliliği olarak mutfağa yansımaları pek çok yemeğin değişik reçetelerle yapılmasından da anlaşılmaktadır. Edirne mutfağında dünden bugüne kullanılan araç gereçler incelendiğinde satır, bıçak gibi kesme araçları; çanak, sahan, kevgir, tabak ve özellikle çinili yemek gereçlerinin kullanıldığı görülmektedir. Mutfakta yer bulan önemli diğer eşyaların arasında tepsiler, börekler için tepsi, siniler, pekmez tavaları, demirden saclar bulunmaktadır (Karaca ve Ilgaz, 2021, s. 228).

Bu çalışma, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'ına Edirne'nin gastronomi temel konusunda gastronomi şehri olması gücünü ortaya çıkarmaya, bunun yanı sıra bu kapsamda şehirlerin ağa dâhil olabilmesi iç izlenecek yola dair bir model önerisi sunmaya yöneliktir. Bu çerçevede, öncelikle gastronomi ve gastronomi şehri olabilme kriterleri ve gastronomi şehirleri ile ilgili literatür taraması gerçekleştirilmiştir. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı programına özgü enformasyon verilerek ana konular incelenmiş ve Edirne'nin mevcut gastronomi potansiyeli hakkında bilgi verilmiştir. Sonraki bölümde araştırma kapsamında yapılan karma yönteme dair anket ve yarı yapılandırılmış mülakat verilerine değinilmiştir. Toplanan bulgular kıyaslanarak Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi ana tema boyutunda

değerlendirilmesi yorumlanmış ve gastronomi şehri olma potansiyeli doğrultusunda Bir Model Önersi gerçekleştirilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

GASTRONOMİ, UNESCO YARATICI ŞEHİRLER AĞI, EDİRNE'DE GASTRONOMİ

Bu bölümde gastronomi ve gastronomi şehri olabilme kriterleri ve gastronomi şehirleri ile ilgili literatür taraması gerçekleştirilmiştir. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı planı enformasyonu verilerek ana konular incelenmiş ve Edirne'nin mevcut gastronomi potansiyeli hakkında bilgi verilmiştir

1.1. Gastronomi

İnsanoğlunun varolduğu günden günümüze, yiyecek arayışı, beslenme ihtiyacını karşılayabilmek mücadelesi, avcılık ve toplayıcılıkla başlar. Yerleşik hayata geçişin mutfaklardaki etkisi, kültürel gelişim, değişim ve etkileşim gastronominin ana unsurlarını meydana getirmiştir. Toprağı işleyen, tarımı geliştiren ve hayvanını evcilleştiren insanoğlu, farklı coğrafyalarda değişik yiyecekler yetiştirmiştir. Yetiştirilen ürünler farklı pişirme teknikleri geliştirmelerine ve dolayısıyla yiyecekteki değişen lezzet yolculuğu gastronominin tarihsel gelişimini ve gastronomi mirasımızı kavramamıza, günümüz modern mutfak eğilimlerini ve yemek kültürlerini daha iyi değerlendirebilmemizi sağlamaktadır. Gastronomi, yunanca kökenli "gastros" (mide) ve "nomos" (kanun) ifadelerinin birleşimi sonucunda oluşan bir kavramdır. Yeme-içme sanatı olarak da tanımlanan gastronomi psikoloji, sosyoloji, edebiyat, tarih, tarım vb. ile ilgili alanlar bütünüdür (Özdemir ve Aydoğdu, 2021).

Yemek yeme ve yemeği pişirmenin yanı sıra yiyecek ile kültür ve sanat arasındaki ilişkiler gastronominin tamamlayıcı unsurlarını meydana getirmektedir. Gastronomi bazen mevcut zaman ve mekâna olan güncel takıntımızı yok saymayı ve insan gelişimini en üst düzeye çıkarmak için mümkün olduğu kadar bir sofrada hazırlanmış görsel şölene ve bir yemeği hayal etmenin hafızamıza yerleşmiş damakta bıraktığı (ses, koku, renk, görüntü, dokunma, tatma ve hayal gücü) eşsiz lezzette odaklanmayı içerir. Gastronomiyi tanımlamak ülke ya da bölgeye has gastronomik ürünler, gastronomi turizmi gibi kavramlar üzerinde genelleşse de, gastronomi kavramını ve algısını bir kalıba sığdırmak doğru olmayacaktır (Santich, 2004). Pek çok sözlükte gastronomi, iyi yemeğin sanatı ya da bilimi biçiminde ifade edilir; pratikte beceri ve bilgi anlamına gelmesi sanat ve bilimle olan bağını ifade etmektedir (Santich, 2004).

Gastronomi; multidisipliner olarak sosyal, kültürel, tarihi faktörleri, edebiyat, felsefe, ekonomik durum, din ve yemeğin bir arada olduğu unsurları anlamaktır (Zahari vd., 2009). Gastronomi, insanların yiyecekleri hazırlaması, tüketmesi ve oluşturmasını ve bunula ilgili bilgileri kapsar (Rojas-Rivas vd., 2020). Gastronomi, sadece yemek pişirme, pişirme teknikleri, yemek pişirme sanatı olarak değerlendirilmemelidir. Baştan sona ürün tarım ve hasat faaliyetlerine katılma yönünden ürün elde etme, ürünleri saklama teknikleri, ürünleri hazırlama ve pişirme teknikleri, hazırlanan yemekleri sunma şekli ve sunuma verilen anlam, tadım konusundaki lezzet notaları ile tüketim tecrübelerine dair insan davranışlarını ve yiyeceği her yönüyle incelemeyi, elde edilen bilgi ve bulguları kayda geçirerek kuşaklara aktarabilmektir (Özdemir, 2022). Yiyecek ve içecekleri kültürel, sosyal, ekonomik ve bilimsel açıdan irdeleyen gastronomi multi disipliner bir alandır. Gastronomi, sadece yemek pişirme sanatı gibi algılansa da bununla birlikte yiyeceklerin kökeni, hazırlanışı, sunumu ve tüketimi ile ilgili her şeyi kapsar (Özdemir, 2022).

Gastronomi disipliner olarak sanat, teknoloji ve bilimden doğmuş, sanat, kültür, tarih, sağlık, ekonomi ve beslenme gibi çoklu alan bağı mutfağın çok disiplinli bir karakterde olmasını sağlar (Cachiguango vd., 2023). Tarım, coğrafya, biyoloji, kimya, fizik, tıp, psikoloji, sosyoloji ve antropoloji gibi çok çeşitli disiplinlerin tesirinde olması gastronominin kapsam ve derinlik açısından zenginleşmesini sağlamaktadır. Gastronomi, hem klişeleşmiş yemek pişirme tekniklerini, yöresel malzemeleri koruma altına alır, hem de bilimsel gelişimleri ve global eğilimleri kabullenerek değişim ve gelişim göstermektedir.İnsanın yemeği nasıl, kiminle, nerede ve ne zaman tüketeceği ile de ilgili olması gastronomiyi yemek hazırlamaktan ibaret olmaktan çıkarır (Rojas-Rivas vd., 2020).

Bir kavram olarak gastronomi ülkelerin, bölgelerin gastronomik karakterini, gastronomik özgünlüğünü ve gastronomik turizmini ifade eder (Santich, 2004). Sanat, teknoloji ve bilimle meydana gelen gastronomi; sanat, kültür, tarih, sağlık, ekonomi ve beslenme gibi pek çok farklı disiplinle etkileşimdedir (Cachiguango vd., 2023). Yemekten zevk alma, yemeğe dair bilgi ve tecrübeleri paylaşma ve ayrıca yemeğin kültürel ehemmiyetini kavrayabilme becerisi olarak tanımlanmaktadır (Rojas-Rivas vd., 2020; Ueda ve Niiyama, 2019). Toplumunların yeme alışkanlıklarını, geleneklerini ve adetlerini yansıtması gastronomiyi kültürel açıdan önemli kılmaktadır (Zahari vd., 2009). Ülkelerin kültürel mirasına sahip çıkmak ve gelecek nesillere

aktarmak ve tanıtmak için önemli unsurlardan biri de gastronomidir. Gastronomik kültürel tesir ve değişim, kültürel çeşitliliğin korunmasına olumlu etki sağlamaktadır (Stojanović vd., 2020).Gastronomi, bir turizm destinasyonunda ilgiyi artırarak, turistlerin bölge memnuniyetini azımsanmayacak derecede etkileyebilir, yerel ekonomiyi olumlu etkilerken, bununla beraber kültürel mirasın tanıtılmasında ve korunmasında büyük etkiye sahiptir (Hjalager ve Richards, 2003). İlk olarak Antik Yunan'da terim olarak gastronomi kullanılmış; Sicilyalı Yunan Archestratus, MÖ 4. yüzyılda Akdeniz bölgesindeki yiyecek ve içecekler hakkında gastronomi alanındaki ilk eserlerden biri olarak kabul edilen bir kitap yazmıştır (Santich, 2004). Yunan ve Roma uygarlıkları incelendiğinde gastronomi büyük bir önem taşımaktadır. Yemekler basit ve sadelikle ön planda olup şarap ve zeytinyağı kullanımı Yunan mutfaklarında yaygınken, yemek yalnızca karın tokuluğu için değil buna ilaveten sosyal etkinlik aracıdır. Romalılarda Yunan etkisi sonucu karmaşık ve zengin yemekler hazırlanmıştır. Roma İmparatorluğu döneminde, çeşitli bölgelerden getirilen baharatlar ve malzemeler Roma mutfağını zenginleştirmiştir.

Gastronomi, yemek yemenin yanı sıra statü ve kültürel kimlik göstergesi olmuştur. Antik dönemde dini ve geleneksel törenlerle mitolojik hikâyelerin de bir parçasını gastronomidir. Orta Çağ Avrupa'sında soylular ve zenginler, av hayvanları, çeşitli baharatlar ek olarak ithal ürünlerle, köylüler ve fakirler tahıl ürünleri, sebzeler ve basit et yemekleriyle beslenirlerdi. Orta Çağ boyunca keşişler, geliştirdikleri tarım teknikleri ve denenen farklı yiyeceklelerle manastır mutfaklarının zenginleşmesinde önemli rol oynamışlardır. Rönesans ile birlikte gastronomi yeniden hayat bulmuş, yemek kültürü ön plana çıkmıştır. Avrupa'da Rönesans yemeklerin sunumuna olan yaklaşımı da etkilemiştir. Avrupa'nın en etkili mutfaklarından biri İtalyan mutfağı olmuş ve İtalyan aşçılar, Avrupa'da görev alarak İtalyan mutfağının yayılmasında etkin rol oynamışlardır (Woodhouse ve Rodgers, 2024). Catherine de Medici'nin bir yemekte altmışaltı hindi servis ettiği bilinmektedir (Ketcham, 1996; "tr.wikipedia.org/wiki/Fransız_mutfağı", 2025). Rönesans döneminde, yemek yeme eylemi dışında gastronomi sanat ve kültürün vazgeçilmez parçası olmuştur.

Modern gastronomi kavramı Sanayi Devrimi ile ortaya çıkarken gıda üretiminden dağıtımına, yeni pişirme tekniklerinin ortaya çıkışından mutfaklarda değişik kültürel yansımlara kadar gastronomide pek çok gelişime yaşanmıştır (Ören vd., 2021). Gıdalardan normalinden daha uzun sürelerde faydalanılmasını sağlayan konservelenerek saklanması, pastörize edilmesi ve dondurularak saklanması

sağlanmış, sonuç olarak da yiyecekler farklı zaman dilimlerinde mutfaklarda yer almıştır. Gıda işletmeleri, restoranlar, otellerde yemek yeme eylemi Sanayi Devrimi ile hayat bulmuştur. Gıda mühendisleri ve şefler bir araya gelerek besin değeri hesabı ve lezzet optimizasyonu ile sağlık açısından daha faydalı ve leziz yemeklerin hazırlanabilmesini sağlamışlardır (Türker ve İşleroğlu, 2020). Tüm bunlar Modern Gastronominin sanat ve bilimle olan bağını kuvvetlendirmiştir. Ulusal ve merkezi mutfakların doğuşu Fransız Devrimi sonrasında gerçekleşmiştir (Thompson, 2011). Yerel ürünler, sağlıklı beslenme, sürdürülebilirlik kavramları Modern Gastronomi için önemli bir yere sahiptir (Batu ve Batu, 2018; Petruzzelli ve Svejenova, 2015).

Yiyeceklerin kalitesi kaynağına bağlı olarak önemli ölçüde değişiklik göstermektedir. Gastronominin temelini oluşturan tarım, gıda sürdürülebilirliği, ekosistem korunumu, biyo çeşitliliğin sağlanması, gıdanın adil dağılımı, tarladan tabağa kadar gıdanın tüm aşamalarıyla ilgilidir. Günümüzde tarım sağlıklı gıdaya ulaşma açısından gastronomi alanında giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Gastronomi, lezzet ve sunumla ilgili olduğu kadar, gıda üretiminin nasıl gerçekleştiği, gıdanın işlenmesi ve dağıtımı ile de ilgilenir. Tarım uygulamalarındaki gelişmeler, Gastronomi dünyasında malzemeler ve tekniklerdeki gelişmeler, sürdürülebilir tarım yöntemlerine olan ilgi ile çevresel etkenlerin azaltılması sonucunda gelecek kuşaklara gıda kaynaklarının sağlıkla aktarılabilmesine olanak sunar. Gastronomi ve tarım etkileşimi, yerel üreticiyi teşvik edip, mevsimlik ürünlere eğilimi arttırarak geleneksel tarım yöntemlerinin korunması amaçlanmaktadır.Tarımda sürdürülebilirlik sayesinde, toprak sağlığının iyileştirilmesi, su kaynaklarının korunması, biyo çeşitliliğin arttırılması hedeflenirken, ekonomik, sosyal, çevresel sürdürülebilirliği de olumlu etkiler yaratır (Eryılmaz vd., 2019). Sürdürülebilirlik ile gastronomide kültürel miras korunur, tüketicilere daha sağlıklı seçenekler sunulması sağlanmaktadır.

Mutfakların kültürünü oluşturan başlıca unsurlar arasında coğrafi konum, iklim şartları ve bölgesel kaynaklar yer almaktadır. Yörelerin kendine mahsus iklim koşulları, toprak çeşitliliği, su kaynakları, yetiştirilen gıdaların çeşitliliğini ve kalitesi üzerinde önemli rol oynamaktadır. Akdeniz iklimini ele alırsak, zeytinyağlı yemekler, sebzeler, meyveler ve deniz ürünleri açısından çeşitliliğin bol olduğu zengin bir mutfak kültürü ile karşılaşılırken, karasal bölgelerde ise tahıl tüketimi ve süt ve süt ürünleri ile et ve etli yemeklerin çok daha yaygın olduğu görülmektedir. Yöresel mutfaklar, ilgili yöre malzemelerinden ibaret olmayıp, o bölgenin tarihini, mutfak mirasını ve yaşam stilini aktarmaktadır. İklim, tarım ürünlerinin çeşitliliğinde önemli bir role

sahipken, bölgesel mutfaklarda yemek hazırlama tekniklerinden, seçlecek baharat çeşitliliğine ve sunumunda da etkin rol oynar. Coğrafi çeşitlilik ve kültürel zenginlik Türk Mutfağına bölgesel farklılıklar ve çeşitlilik olarak yansımaktadır. Karadeniz mutfağında hamsi ve mısır tatlıdan tuzluya acıdan ekşiye yer bulurken, Güneydoğu mutfağı baharatlı et yemekleri ve kebaplarıyla ön plandadır. Ege mutfağının olmazsa olmazı zeytinyağlı yemekleri, ot çeşitliliği iken, İç Anadolu mutfağı tahıl kullanımı ve et yemekleriyle mutfaklarda yerini almaktadır. Bölgesel farklılıklar, Türkiye gastronomi turizmi potansiyelini artırıp bununla birlikte kültürel mirasın korunmasında da son derece önemlidir (Sabur ve Güneş, 2023).

Yiyeceklerin tadı, kokusu, dokusu ve görünümü duyulara hitap ettiği için bu etmenler tüketici davranışlarını, yiyecek ve içecek tercihlerini, satın alma alışkanlıklarını ve tüketim motivasyonlarını etkilemektedir (Ören vd., 2021). Duygu değişimi, stres, üzüntü, mutluluk gibi duygu durumları, yiyecek tercihi ve tüketimi doğrudan etkileyen unsurlardandır. Sosyo-ekonomik faktörler de toplumların yemek alışkanlıklarını, belirli yiyecekleri tüketme sıklığını etkilemektedir. Bir toplumun yiyeceklerle ilgili inançları, değerleri, gelenekleri o toplumun yemek kültürüdür (Cömert ve Alabacak, 2019). Yemeklerin kültürel gelişimi, ritüeller, beslenme alışkanlıklarının zamanla değişimi, toplumların yiyeceklere yüklediği anlam farklılıkları kültürel gastronomi kimliğinin parçasıdır. Tarım, coğrafya, biyoloji, kimya, fizik, tıp, psikoloji, sosyoloji ve antropoloji gibi birçok farklı bilimlerden beslenip zenginleşen ve gelişen gastronomi, yemek pişirme sanatının yanı sıra yemeğin kültürel, sosyal, ekonomik ve bilimsel boyutlarını da kapsar (Santich, 2004).

1.1.1. Gastronomi ile ilgili kavramlar

Gastronomi, hem yemekle alakalı teknik bilgileri hemde yemeğin insan ilişkileri üzerindeki etkilerini, paylaşma, düşünme ve sohbet gibi insanı tepkileri içerir (Ueda ve Niiyama, 2019). Teknolojik değişim ve gelişimeler kültürler arası etkileşim vasıtasıyla, hızlanan bilgi paylaşımı gastronomi turizmine olan talebi artırmıştır (Erdoğan ve Özdemir, 2018). Sağlıklı beslenme konusunda günümüzde artan bilinç, sağlıklı gıdalara olan ilgiyi de arttırmıştır.

Gastro Turist: Seyahatlerinde yemek deneyimini ve içme deneyimini motivasyon kaynağı olarak ilk sırada değerlendiren gastronomi deneyimleri tercih eden bireylerdir. Gastro turistler, yemeği kültürel ve sosyal açıdan keşfetmek arzusundadırlar. Bulundukları bölgenin yerel pazarlarına ilgi gösterir yeni lezzetler

keşfetmek, yerel kültürleri deneyimlemek ya da iyi yemek için seyahat ederler. Yöresel ürünleri tanıyabilmek, yerel restoranlarda otantik yemekler tadabilmek, yerel mutfak kültürünü deneyimleyebilmeyi amaçlamaktadırlar.

Gastro Turizm: Turistlerin seyahat kararlarını önemli ölçüde yeme içme deneyimleri ile karar verdikleri bir turizm çeşididir (Akyürek, 2020). Gastro turizmde, destinasyonlarda mutfak deneyimi sebebiyle yerel yemeklerin tadına bakıldığı, yerel yemek pişirme tekniklerini deneyimlenip öğrenmeye kadar pek çok aktivite yer almaktadır (Hjalager ve Richards, 2003). Gastro turizm, yemek üretilen yerlerin ziyareti, yerel çiftçilerle etkileşim ve iltişim, yemek festivallerine katılımı içerir. Mutfak mirasını olduğu gibi geleceğe aktarmak için bir araç olarak da kullanılan gastro turizm, yerel ekonomilere ve kültürel değerlere katkı sağlamaktadır (Sormaz vd., 2016). Odağında yemek olan seyahatlerde, Gastro turizm turistleri, karınlarını doyurmaktan ziyade, yemeğin hikâyesini, kültürel değerini de öğrenmektedirler. Turizm destinasyonları gastronomi turizmini çekici hale getirmiştir (Hjalager ve Richards, 2003). Destinasyon seçiminde mutfak kültürü oldukça önemli bir faktördür (Ören vd., 2021). Yapılan araştırmalarda turistlerin varış yeri seçimi yaparken yeme içme imkânlarına dikkat ettikleri bilinmektedir.

Gastronom: Yemeği lezzetiyle, kültürel, tarihi ve bilimsel boyutlarına ilgi duyan; yemeğin kökenlerini, hazırlanış tekniklerini, besin değerlerini ve sağlığa etkilerini, sunumunu ve tüketimini inceleyen uzmanlardır. Yemekleri sadece tatmayıp, aynı zamanda duyusal açıdan (görünüm, koku, tat, doku) ve içeriklerini de analiz ederler.

Gurme: Yiyecek ve içecek alanında özel bir zevke ve bilgi birikimine sahip, yemekleri kalite, tazelik, sunum ve tad uyumu açısından değerlendirebilen bireylerdir.

Degüstatör: Yiyecek ve içeceklerin lezzet analizleri için özel eğitilmiş profesyonellerdir. Gıda endüstrisinde en önemli rolleri yeni ürünler geliştirmesi ve tüketicilerin beklentilerinin karşılanmasıdır. Profesyonel tat uzmanları, duyusal analiz tekniklerini tad, koku, doku ve görünüm açısından kullanmaktadırlar. Şarap, kahve ve çikolata gibi lüks ve yüksek kaliteli ürünlerin değerlendirilmesinde degüstatörlere ihtiyaç duyulmaktadır. Degüstatörler, şaraplardaki üzüm çeşitlerini, üretim yöntem ve tekniklerini, yıllandırma aşamasını değerlendirerek, kalite, karakter ve hoş koku derecelerinin tespitini sağlamaktadırlar. Gıda mühendisleri yapılan araştırmalarla şefler ise yemek pişirme biçimleri ile restoran ve laboratuvarlarda aynı noktada buluşmaktadırlar (Türker ve İşleroğlu, 2020).

Coğrafi İşaret: Coğrafi işaretler, bir ürünün belirli bir coğrafya ile bağlantılı olarak sahip olunan vasıf, ün ve diğer özellikleri sebebiyle ilgili yöreyle özdeşleşmiş işaretlerdir (Sarıipek ve Çevik, 2020). Yöre, alan veya bölgeye özgü ürünlerin isimlerini veya işaretlerini betimleyen, ürünleri kalite, ün ya da diğer özellikleri açısından o yöreye, alana veya bölgeye mal etmenin fikri mülkiyet hakkıdır (Yazıcıoğlu vd., 2019). Coğrafi işaretler, kaynağını, üretim yöntem ve tekniğini, karakteristik özellikleri hakkında tüketicilere bilgi vermektedir. Üreticilerin de ürünlerini rekabet ile farklılaştırabilme fırsatı sunmaktadır.Coğrafi işaretler ürün kaynağını belirtirken o ürünün geleneksel üretim şeklini, yerel bilgi birikimini ve kültürel değerlerini de işaret ettiği için kalite korunmasının yanı sıra benersizliği de garanti etmektedir (Yazıcıoğlu vd., 2019). Türk Patent Enstitüsüne göre coğrafi işaret, ürünlerin menşeinin belirli bir coğrafi bölge olduğunu betimleyen ve ürünün niteliği, şöhreti veya diğer özyapısal niteliklerinin bu coğrafyaya ait olduğunun belirteci olarak tanımlamaktadır (Durulu-Özkaya ve Sünnetçioğlu, 2013). Coğrafi işaret tescili, ürünün muhafaza edilmesi, üretim yapanların desteklenmesi, tüketen tarafın bilgilendirilmesi, ulusal ve medeni değerlerin korunmasından dolayı son derece önemlidir (Durulu-Özkaya ve Sünnetçioğlu, 2013). Coğrafi işaretler, fikri mülkiyet hakları çerçevesinde, ürün isim veya işaretinin yetkisiz, izinsiz kullanımını engellemek ve tüketicileri yanıltılma ya da aldatılmasını önlemek amacıyla ulusal veya uluslararası tescil ile korunmaktadır. Coğrafi işaretler tarım ürünleri, el sanatları, sanayi ürünleri, doğal kaynaklar gibi çok geniş bir alanı kapsamaktadır (Yazıcıoğlu vd., 2019). Coğrafi işaretler iki ana kategoriden meydana gelmektedir. Bunlar menşe adı ve mahreç işaretidir. Ürünün bütün üretim proseslerinin belli bir coğrafyada meydana gelmesi ve tüm özelliklerin o coğrafyaya ait olması menşe adı, ürün itibarının o bölgeye ait olmasını ve üretim sürecinde en az bir safhanın o bölgede gerçekleşmesi ise mahreç işaretidir (Saygılı vd., 2020). Bir ürün ait olduğu bölgede üretilip ilgili bölge özelliklerini kazanabiliyorsa menşe adı, niteliklerinden en az biri ait olduğu bölgeden kaynaklanıp farklı bir coğrafyada üretilmesi durumunda mahreç işaretlidir. Mersin tantunisi, antalya piyazı gibi ürünler mahreç işaretli ürünlerdir (Yazıcıoğlu vd., 2019). Yerel üretimin desteklenmesi, bölgesel kalkınmada coğrafi işaretlerin payı büyüktür (Kendir, 2020).Bu işaretlerle ürünlerin katma değeri artar, üreticilerde gelirler yükselişi imkânı sağlar ve kırsal alanlarda istihdam fırsatları oluşur ve refah seviyesi artar. Yerel ekonomilerin çoğalmasına, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşılmasında coğrafi işaretler etkin rol oynar (Durulu-Özkaya ve Sünnetçioğlu, 2013).

Coğrafi işaretler sayesinde, farklı lezzetler korunarak gelecek kuşaklara aktarılmaktadır (Doğanlı, 2020).

1.1.2. Gastronomi turizmi

Gastronomi turizmi, destinasyon tanıtımları, turizm gelirlerine ve yerel ekonomiye pozitif etki yaratır (Hjalager ve Richards, 2003). Yerli, yabancı turistlerin seyahat tercihlerinde gastronomi önemli bir etken haline gelmiştir (Sormaz vd., 2016). Gastronomi turizmi, sağlıklı beslenme, sağlıklı ve çevre dostu gıdalar ön plana çıkmaktadır (Erdoğan ve Özdemir, 2018). Turistlerin seyahat ettikleri bölgelere ait lezzetleri tatma isteği gastronomi turizmini hızlandırmıştır. Gastronomi turizmi, ait olduğu kültürün mutfağını inceleme, tatma amacıyla yapılan seyahatlerdir (Akyürek, 2020). Restoranlar, oteller, gıda üreticileri ve turizm sektörü, gastronomi sayesinde gelir elde ettiklerinden ve istihdam yarattıklarından ekonomiye katkı sağlamaktadır (Ballı, 2016). Gastronomi turizmi, lüks restoranlar ve pahalı şaraplarla sınırlı olduğu düşünülse de, akıllardan silinmeyen yiyecek ve içecek lezzetleri seyahatlerde motivasyonu arttırmaktadır (Sarıışık ve Özbay, 2015).

Gastronomi turizminin ekonomiye ve yerel kalkınmaya olan etkisi sayesinde yerel restoranlar, oteller, çiftlikler yeni iş imkânları sağlarken, ekonominin çeşitlenmesine katkı sağlamaktadır. Yerel ürünlere ve el sanatlarına olan teşvik, yerel üreticileri desteklerken aynı zamanda kırsal ekonominin kalkınmasında olumlu etkilemektedir. Türkiye'de turistlerin yaklaşık %19'u gastronomi kaynaklıdır (Ballı, 2016). Gastronomi turizmi, vergi gelirinde artış sağlamakta ve yerel toplulukların yaşam standartlarında olumlu etki yaratmaktadır (Küçükkömürler vd., 2019). Yiyecek sektörüyle bölge ekonomisi pozitif etkilenmektedir (Yazıcıoğlu vd., 2019). Toplumlarda yeme biçiminin değişimi ve sosyal açıdan yemek yemenin değer görmesi turizm faaliyetlerindeki hareketleri arttırmıştır (Hjalager ve Richards, 2003).

Turizimde yöresel lezzetlerin ön planda olması, destinasyonların turizm potansiyelini pozitif yönde etkilemektedir (Cankül ve Ezenel, 2018). Gastronomi turizmine gösterilen önem ülkeler için pazarlama fırsatları yaratmaktadır (Hjalager ve Richards, 2003). Turistlerin konaklama tesislerindeki yerel lezzet arayışı gastronomi turizminin gelişmesinde önemli rol oynamaktadır (Sormaz vd., 2016). Gastronomi turizminde yiyecek ve içecekler turist deneyiminin bir parçasıdır. Turistlerin yeni tat arayışı, yerel kültürü deneyimleri, farklı mutfak gelenek ve lezzetlerini gözlemlemeleri bölgesel veya ülkesel mutfak mirasını ve yemek kültürünü tanıtılmasında önemli bir araçtır. Turizm sektöründe gastronomi, destinasyonların tanıtımında ve turistlerin

deneyimlerinin zenginleştirilmesinde büyük rol oynamaktadır (Hjalager ve Richards, 2003). Kültür ve lezzet kâşifleri için önemli bir isteklendirme kaynağıdır gastronomi turizmi (Erdoğan ve Özdemir, 2018). Gastronomi faaliyetleri olan işletmelerin sosyal medya tutumları tüketici davranışları dikkate alınarak geliştirilmelidir (Örs, 2018) (Kılıç vd., 2017).

Yöresel lezzet tanıtım ve varış yeri talep artışında gastronomi festival ve şenlikleri, son derece büyük paya sahiptir (Cankül ve Ezenel, 2018). Gastronomi eğitiminin geliştirilmesi, gastronominin eğitim müfredatına dâhil edilmesi, gastronomik yatırımların yapılması gerekmektedir (Sarıoğlan, 2014). Gastronomiye gösterilen önem ve popülerlik etkisiyle yapılan çalışmalar artmıştır (Hjalager ve Richards, 2003). Gastronominin yaşam tarzı ve kültürel bir değer olarak kabul görmesi sadece bir meslekten ibaret olmadığının kanıtıdır (Çalışkan, 2020; Erdoğan ve Özdemir, 2018; Örs, 2018; Sarıoğlan vd., 2020).

Bireysel ve toplumsal fayda için gastronomi eğitim ve araştırmaları desteklenmelidir (Zahari vd., 2009). Gastronomi eğitimi ve araştırmalarında, farklı disiplinlerden uzmanların işbirliği ve çok yönlü bir yaklaşım benimsenmelidir (Becan ve Eaghanioskoui, 2019). Gastronomi turizminde yerel tüketiciler, şefler ve üreticiler için Coğrafi işaretler, belirli bir coğrafyaya has, bölgenin doğal ve beşeri şartlarını yansıtan ürünlerin isimlerini ve işaretlerini koruyan hukuki sistemdir. Coğrafi işaretler, ürünün niteliği, popülaritesi ya da öteki hususlarının ilgili coğrafyayla alakalı olduğunu gösterir ve orijinallik ve kalite güvencesi sağlar. Küçük ölçekli üreticilerin geleneksel yöntemlerle yaptığı tarım, hayvancılık ve gıda işleme faaliyetleri yerel kaynakların kullanımını hedefler. Yerel üretim, kültürel bir değerleri, yerel kimliği, gelenekleri ve yaşam tarzını korumaya yardımcı olur. Yöresel mutfaklar yerel üretimin kültürel sürdürülebilirliğini destekler, lezzet deneyimi olarak gastronominin kültürel mirasını korur ve nesiller boyu aktarılmasında önemli rol oynar (Yıldırım vd., 2021).

Şefler ve tüketiciler yerel ve organik ürünleri, gastronomide taze, mevsimlik ve doğal olmaları nedeniyle her gecen gün daha da önemsenmektedirler. Organik gıda, organik tarım teknikleri, yerel organik ürünlerle sağlıklı beslenme vurgulanmaktadır. Organik ürünlerin gastronomide her geçen gün daha fazla yer bulması, lezzetli yemeklerin yanısıra, sağlıklı yaşamın da olmazsa olmazıdır. Besin, enerji ve tabii kaynak gereksinimi ile toprak, su ve biyolojik türü muhafaza eden tatbik sürdürülebilir tarım olarak tanımlanmaktadır (Eryılmaz vd., 2019). Sürdürülebilir tarım uygulamalarının faydaları arasında erozyonu önlemek, su kaynaklarını korumak,

toprak verimliliğini artırmak, biyoçeşitliliği desteklemek ve sera gazı emisyonlarını azaltmak sayılabilir (Varol ve Köse, 2020).

Gastronomi turizmi bir alternatif turizm çeşitidir. Halkın ekonomik kalkınmasını, bölgenin imajını, tanıtımını sağlamada stratejik bir önem olarak vurgulanmaktadır (Kocabaş, 2019, s. 35). Gastronomi turizmi kavramı ilk olarak Lucy M. Long (1998) tarafından tanımlanmıştır. Gastronomi turizmi, çeşitli mutfak geleneklerini barındıran yiyecekleri imal etme, pişirme, servis etme ve yemenin beraberinde, yiyeceklerin tariflerinin, porsiyonlarının, mutfağın niteliklerinin, yemek tüketme şeklinin araştırılmasını amaçlar (Long, 1998). Bir destinasyona ait yiyecek ve içeceklerin keşfi, lezzet arayışı, sıradan olmayan ve benzersiz gastronomi birikim ve yaşantısı edinmek amacıyla yapılan seyahatler Mutfak ve gastronomi turizmi olarak tanımlanmaktadır (Wolf, 2002).

Gastronomi turizmi kapsamı oldukça geniştir. Bu kapsama yemek festivalleri, lokanta ziyaretleri, eğitime dair sempozyumlar, fabrika gezileri ve çiftçi-tarım görüşmeleri yapmak, şefle tanışmak, yiyecek-içecek hizmetleri, besin algısı, takdim ve pazarlamadan meydana gelmektedir (Güzel ve Apaydın, 2016, s. 395). Kırsal veya yöresel alanlarda, besin üreticilerini ziyaret etmek, lokanta ve restoranlara, gastronomi festivallerine konuk olarak bir yiyeceği tatmak veya bir yemeğin bütün üretim safhalarınada bulunmak gastronomi turizmi kapsamındadır (Yüncü, 2010, s. 29). Turistin seyahat bölgesinde yöresel yiyecekler ile ilgili faaliyetlerde bulunması, yöresel yiyecekleri satın alması ve yaşadığı yemek deneyimi gastronomi turizminin bir diğer tanımıdır (Shenoy, 2005, s. 13). Böylece gastronomi, turizm için bir seyahat motivasyonudur (Hall ve Sharples, 2003, s. 10). Bu kavram yiyecek ve içecek tadımı hedefiyle seyahatte bulunmak olarak tanımlamaktadırlar (Lin vd., 2011). Gastronomi turizmi, yöresel yiyecek-içeceklerin tüketildiği, gıda üretiminin her aşamasının gözlemlendiği turizm gezileri olarak belirtilmektedir (Eren ve Alkan, 2019).

Richards (2012, s. 20) gıdaların; kültür ve turizmi birleştirmek, yemek deneyimini geliştirmek, kendine özgü yiyecekler üretmek, gıda üretimi ve tüketimi için hassas temelyapının inşaedilmesi, yöresel kültürü perçinleştirmek gibi çeşitli yöntemlerle gastronomi turizmi ile igili dinilen bilginin yenilenip genişletilmesine esas oluşturduğunu vurgulamaktadır. Dünya Gıda Seyahat Birliği (2014), gastronomi turizmi yararlarını ziyaretçi sayısında artış, yiyecek, içecek, uçuş, konaklama, araç kiralamada çok daha fazla talep, kitle iletişim araçlarında daha fazla bulunma, yeni rekabet üstünlüğü, vergi hasılatının büyümesi, milletin turizm alanında bilgi

birikimine sahip biçime gelmesi, yöresel yiyecek içecek kaynakları hakkında bilincin yüksek seviyelere taşınması ve halkın bu durumdan iftihar emesi biçiminde sıralamaktadır.

Turizm kapsamında gastronomi turizminin motivasyon kaynakları toplumsal saygınlık, maddesel ve geleneksel teşviklerdir. Fiziksel motivasyonlar, yeme ihtiyacımızdan, kültürel motivasyonlar kültürü öğrenmek için yemek yemeyi arzulamak şeklinde ifade edilebilir. Sosyal isteklendirme; iletişimi vurgulamaktadır (Guzman and Canizares, 2011, s. 65). Tikkanen (2007), gastronomi, turizm ve isteklendirme arasında: turistik cazibe, turizm ürününün bir parçası olma, yöresel kültürün bir parçası olma önemlidir. Gastronomi turizmi katılımcıları, turlar vasıtasıyla iligili bölgeyi ziyaret edip, yerel ürünleri tüketip, bölgede satılan ürünleri satın alan kişiler olabildiği gibi, gastronomi turizmi farkındalığıyla hareket eden profesyonellerde olabilirler (Bekar ve Belpınar, 2015, s. 6519-6530). Gastronomi turizmi seyehat edenlere yeni destinasyonlar keşfetme olanağı sağlarken, yaşam biçimine dönüşüp çeşitli medeniyetlerin mutfağını saptama, karşılıklı bilgi ve duygu alışverişi yapma ve yerel mutfaklar hakkında bilgi edinme fırsatlarda yaratbilmektedir (Özdemir, 2019, s. 5).

1.1.3. Gastronomi imajı:

Mal ve hizmetlerden yararlanan, satın alıp kullananların bir destinasyondaki yiyecek-içecek tecrübeleri ve birikimlerinin mantıksal ve fiziksel duyumlarla ele alınması sonucunda meydana gelen algılar bütünü gastronomi imajı olarak tanımanmaktdır (Peštek ve Činjarević, 2014, s. 1824). Gastronomi imajı, bir destinasyonun, bölgenin veya hatta bir milletin yiyecek ve içecek kültürüyle ilgili algısıdır ve bu algı, turistlerin seyahat kararlarını, yerel ekonomileri ve kültürel kimlikleri derinden etkileyebilir. Bu imaj, bireylerin bir bölgeye yönelik fikir, görüş ve izlenimlerinin toplamı olarak tanımlanabilir ve bilgi ile duyguların algısal bir yansımasıdır (Dağdelen vd., 2020). Gastronomi imajı, bir bölgenin veya ülkenin kimliğinin önemli bir parçasıdır ve turizm endüstrisinde büyük bir rol oynamaktadır (Rathor ve Garima, 2019). Bir destinasyonda, uluslararası bilinirliği olan gıdaların ve yöresel gıdaların, gastronomik deneyim bağlamında tüketicilere sunulması, ziyaret edilen bölgenin mutfak kültürünü üreticiler açısından kendini ifade edebilmek , tüketici açısından bölgeyi ve kültürü anlamak için fırsat yaratmaktadır (Sengel vd., 2015). Gastronomi turizmi, kültürel turizmin önemli alt dalı olduğu kabul görmekte

ve turistler için yemek, ihtiyaç olmakla birlikte, aynı zamanda kültürel bir yaşantı tecrübe etme olarak görülmektedir (Gazelci ve Aksoy, 2024). Yemek yeme eylemi, turistlerin seyahat deneyimlerinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiş ve yerel mutfakları deneyimlemek, seyahat motivasyonlarının önemli bir unsuru olmuştur (Bessière ve Tibère, 2013). Turistler, ziyaret ettikleri bölgelerin kültürlerini, sanat, mimari ve müzik gibi unsurların yanı sıra, gastronomik deneyimler aracılığıyla da öğrenirler ve bu deneyimler, onlara unutulmaz anılar bırakır.

Gastronomi imajının oluşumunda birçok faktör rol oynar; yerel mutfak, restoranlar, şefler, yerel ürünler, yemek festivalleri ve yemekle ilgili diğer etkinlikler bu imajı şekillendiren temel unsurlardır (Ishak vd., 2023; Sánchez vd., 2025). Gastronomi imajı, tüketicilerin yiyecek ve içeceklere yönelik deneyimleri ve yerel kültür ile etkileşimlerinin neticesi olarak meydana gelmektedir (Dağdelen vd., 2020). Gastronomi imajı, bölge ya da ülkelerin turizm varlığını büyütebilir ayrıca turistlerin destinasyon seçiminde önemli bir rol oynar. Bu bağlamda, destinasyonlar giderek daha fazla yiyecekleri cazip bir imaj ve ayırt edici bir marka oluşturmak için kullanmaktadırlar (Dağdelen vd., 2020). Gastronomi turizmi, bir bölgenin mutfak mirasını korumak, yerel üreticileri desteklemek ve sürdürülebilir turizm uygulamalarını teşvik etmek için de önemli bir araçtır. Gastronomi temelli turizm, farklı turizm türlerini çok disiplinli bir şekilde bir araya getirebilir ve kırsal turizm ve yavaş turizm dinamzimi gibi sürdürülebilir turizm uygulamalarını hayata geçirebilir. Gastronomi imajı, bir destinasyonun rekabet gücünü artırabilir ve turizm gelirlerini yükseltebilir.

1.1.4. Gastronomi şehri

"Gastronomi Şehri" kavramı, restoranların ve yiyecek satıcılarının nicelikli varlığından çok nitelikli varlığı ile ilgilenir. Mutfak mirasının, tarımsal uygulamaların, yenilikçi gıda teknolojilerinin ve kültürel kimliğin bir araya gelerek benzersiz ve ilgi çekici bir yiyecek merkezli kentsel çevre yarattığı karmaşık bir ekosistemi temsil eder (Leng ve Badarulzaman, 2014). Bu şehirler sadece yemek yenecek yerler değildir; geçmişin bugünü bilgilendirdiği ve mutfak geleneklerinin hem korunduğu hem de gelecek nesiller için yeniden tasarlandığı, genellikle turizmde önemli bir rol oynayan canlı laboratuvarlardır (Zhang ve Guo, 2022). Bu bağlamda gastronomi, kentsel gelişim, kültürel koruma ve toplum katılımı için güçlü bir araç haline gelir,

ziyaretçileri çeker ve şehri diğerlerinden ayıran bir yer duygusu yaratır (Akyürek, 2020).

Gastronomi, sadece yemeğin hazırlanması ve tüketilmesinden daha fazlasıdır; kültür, tarım, tarih ve sosyal çevre arasındaki karmaşık ilişkiyi kapsar, bir şehrin kimliğini şekillendirir ve ekonomik canlılığına katkıda bulunur (Dağdelen vd., 2020). Gastronomi merkezi olarak tanınan şehirler, genellikle turistleri çekmek, yerel üreticileri desteklemek ve sürdürülebilir uygulamaları teşvik etmek için benzersiz yemek kültürlerinden yararlanır, böylece bölge sakinleri için genel çekiciliği ve yaşam kalitesini artırır (Kunwar, 2017).

Özellikle UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı gibi platformlar aracılığıyla belirlenmiş bir "Gastronomi Şehri" olmak, şehirlere hem küreselleşme karşısında yerel mutfak geleneklerini koruma hem de farklılıklarını dünyaya sergileme konusunda eşsiz bir fırsat sunar (Şahin ve Ünlüönen, 2021). Bu tanınma, yalnızca şehrin kültürel kimliğini geliştirmekle kalmaz, aynı zamanda mutfak turistlerini çekerek ve gıda endüstrisinde yeniliği teşvik ederek ekonomik büyümeyi de teşvik eder (Bütün ve Öngel, 2019). Tanımlama süreci genellikle iyi gelişmiş bir gastronomi kültürü, canlı bir mutfak topluluğu ve geleneksel pişirme yöntemlerini ve gıda pazarlarını korumaya bağlılık gibi belirli kriterleri karşılamayı içerir (Bütün ve Öngel, 2019; İlhan vd., 2022). Gastronomi artık kültürel miras ve turizmin temel bir unsuru olarak yaygın olarak kabul edilmektedir ve Avrupa Parlamentosu gibi kuruluşlar bölgesel kimlikteki önemini ve çeşitli mutfak geleneklerine ilişkin farkındalığı teşvik etme ihtiyacını vurgulamaktadır (Elss vd., 2020). Şehirler turizm tekliflerini geliştirmek ve yerel ekonomileri desteklemek için gastronomiyi kullanmaktadır (Salonga ve Borbon, 2021).

Gastronomi şehirlerinin tarihsel bağlamı, kültürel etkilerin, tarımsal yeniliklerin ve ticaret yollarının bir araya gelmesinin farklı bölgesel mutfakları şekillendirdiği zengin bir mutfak evrimi dokusunu ortaya koymaktadır. Yüzyıllar boyunca bu şehirler sıklıkla medeniyetin kavşak noktası olarak hizmet vermiş, malzemelerin, pişirme tekniklerinin ve mutfak felsefelerinin değişiminin benzersiz yemek geleneklerinin yaratılmasıyla sonuçlandığı yerler olmuştur (Bütün ve Öngel, 2019). Örneğin, liman şehirleri tarihsel olarak mutfak yeniliklerinin kaynaştığı yerler olmuştur; denizciler ve tüccarlar uzak diyarlardan yeni baharatlar, meyveler ve sebzeler getirerek çeşitli mutfak stillerinin kaynaşmasına yol açmıştır. Yerel pazarların ve gıda üretim sistemlerinin geliştirilmesi, gastronomi şehirlerinin mutfak manzarasını

şekillendirmede kritik öneme sahiptir. Bu pazarlar yalnızca yiyecek alıp satma yerleri olarak değil, aynı zamanda mutfak bilgisinin paylaşıldığı ve nesiller boyunca aktarıldığı sosyal merkezler olarak da hizmet vermektedir.

"Gastronomi Şehri" kavramı, basit mutfak sunumlarının ötesine geçerek kentsel sürdürülebilirliğe bütünsel bir yaklaşımı kapsayacak şekilde gıda üretimi, kültürel miras ve ekonomik kalkınma arasındaki bağlantının derinlemesine anlaşılmasını gerektirir (Bütün ve Öngel, 2019). Gastronomiyi kültürel kimliğin temel bir unsuru olarak kabul eden bu şehirler, geleneksel mutfak uygulamalarının korunmasına öncelik verir, yerel gıda üretimini teşvik eder ve mutfak eğitimine yatırım yapar.

Gastronomi şehirleri, yerel kaynaklı malzemelerin, geleneksel pişirme yöntemlerinin ve yemeğin sosyal ve kültürel bir deneyim olarak tadını çıkarmanın önemini vurgulayan "yavaş yemek" kavramını benimser. Bu yaklaşım yalnızca yöresel çiftçilere ve üreticilere destek olmakla kalmaz, bunun yanı sıra biyolojik çeşitliliği teşvik eder ve gıda üretiminin çevresel etkisini azaltır. Mutfak turizmi yoluyla gastronomi şehirleri, otantik yemek kültürlerini deneyimlemek, yerel işletmeleri desteklemek ve bölgesel mutfakların ardındaki tarih ve gelenekleri öğrenmek isteyen ziyaretçileri çeker.

Gastronominin yaratıcı ekonomi içindeki rolü, şehirlerin ekonomik büyümeyi yönlendirmek ve küresel rekabet güçlerini artırmak için mutfak varlıklarını kullanmalarıyla inovasyonu, girişimciliği ve kültürel alışverişi teşvik etme kapasitesini vurgular. Gastronomi, yalnızca yemek hazırlamayı değil aynı zamanda yemek deneyimlerinin tasarımını, yemekle ilgili sanat ve medya içeriklerinin hazırlanmasını ve yenilikçi gıda teknolojilerinin geliştirilmesini de kapsayan yaratıcı bir endüstri olarak giderek daha fazla rol üstlenmektedir (Bütün ve Öngel, 2019). Gastronomi şehirleri, şefleri, yemek zanaatkarlarını ve mutfak girişimcilerini destekleyen, onlara gelişmek için ihtiyaç duydukları kaynakları ve fırsatları sağlayan canlı bir mutfak ekosistemi teşvik eder.

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı, gastronomi de dahil olmak üzere kültür ve yaratıcılığa olan bağlılıklarıyla kendilerini öne çıkaran şehirleri sürdürülebilir kentsel kalkınmanın ana gücü olarak tanımak ve tanıtmak için önemli bir platform haline gelmiştir (Bütün ve Öngel, 2019). Şehirler bu ağa katılarak en iyi uygulamaları paylaşmak, ortak projelerde iş birliği yapmak ve mutfak mükemmelliği merkezleri olarak profillerini yükseltmek için küresel bir platforma erişim kazanırlar. Ağ ayrıca

şehirlere gastronomi sektörlerini geliştirmedeki ilerlemelerini kıyaslamaları ve diğer üye şehirlerin deneyimlerinden öğrenmeleri için bir çerçeve sağlar.

UNESCO tarafından "Gastronomi Şehri" olarak adlandırılmak için şehirlerin, geleneksel restoranlar, yerel şefler, yerel malzemeler ve endüstriyel ilerlemeyi atlatan mutfak uygulamaları ile karakterize edilen iyi gelişmiş bir gastronomi kültürü göstermeleri gerekir (Bütün ve Öngel, 2019). Bu tanınma, artan turizme, yatırıma ve kültürel alışverişe yol açarak şehrin genel ekonomik ve sosyal refahına katkıda bulunabilir (Smołka-Franke, 2021). UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı, sürdürülebilir kalkınmanın ilerlemesinde kentsel gelişimin önemli rolünü üstlenerek, sosyal ve kültürel bütünleşmeye yönelik yeni yaklaşımlara vurgu yapmaktadır (Duconseille ve Saner, 2020). UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı (UCCN), gastronomi temasında kentlerin kültürel değerlerini ve gastronomi varlıklarını global çapta prezantasyonu hedeflemektedir. Ülkemizde bu ağda yer edinen Gaziantep, Hatay ve Afyonkarahisar illerimiz ile ilgili 2020 yılı sonrasında pek çok araştırmave çalışmalar gerçekleştirilmiştir.

Mutlu (2023), Afyonkarahisar çalışmasında UNESCO kriterleri kalvuzluğunda geliştirdiği gastronomi yönetim modelinde gastronomi ürünlerinin saptanması, kökleşmiş üretim sistemlerinin korunması ve bilinçlendirme çalışmalarının önemini vurgulamaktadır. Buna ilaveten kurumların birlikteliği, çalışma ortaklığı ve uluslararası düzeyde tanınırlığın gerekliliğine dikkat çekmektedir.

Duran ve Uygur (2022) yaptıkları çalışmada, Hatay, Gaziantep ve Afyonkarahisar illerinin karşılaştırmalı incelemesini gerçekleştirmiş ve gastronomi faktörlerinin pazarlama faaliyetlerinde etkin bir araç olduğunu vurgulamaktadırlar. Demir (2025), Gaziantep'teki İmam Çağdaş ve Afyonkarahisar'daki Aşçı Bacaksız gibi nesilden nesile süre gelen aile işletmelerinin gastronomi mirası anlama ve yorumlamayı müşteri değerlendirmeleri üzerinden gerçekleştirdiği analizinde, atadan gelen yemeklerin ve işletme tarzının öne çıktığını belirtmektedir. Dağdelen ve Pamukçu (2021) ise Gaziantep ve Hatay'da beş farklı gastro-turist profili belirleyerek sektördeki paydaşlara yönelik bilgi ve tavsiyeler geliştirdiğini sunmaktadır. Çalışma bulguları incelendiğinde, Türkiye'de gastronomi şehirlerinin kimlik oluşturma, miras koruma ve turizm politikaları temalarında çok kapsamlı ele alındığını ortaya koymaktadır.

Ülkemiz dışında gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde alanda benzer eğilimler olduğu görülmektedir. Brezilya'da Belém, Belo Horizonte, Florianópolis ve

Paraty şehirleri gastronomi kavramını, sürdürülebilir kalkınma ve şehrin markalaşma süreci açısından stratejik bir araç olduğunu belirtmektedirler (Moreira, P. H. d. O vd., 2025). İspanya'da Dénia çalışmasında gastronomi kimliğinin global iş ittifakı ve turizm fırsatlarını çoğalttığını vurgulamaktadır (Güler ve Sánchez Cañizares, 2016). 2023 yılında Hindistan'da Lucknow'un ağa dahil olması, kökleşmiş mutfak kültürü ve canlı gıda habitatının uluslararası iş birliği için yeni imkanlar yarattığını göstermektedir (UNESCO, 2023). UNESCO'nun 2024 yılı raporu, gastronomi şehirlerinin kültürel mirası koruma, turizm çekiciliğini arttırma ve sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamanın önemi Tablo 1'de vurgulanmaktadır (UNESCO, 2024).

Tablo 1. UNESCO yaratıcı şehirler ağı başvuru süreci

Başlık	Açıklama
Şehir Tanıtımı	Şehrin coğrafi, demografik, kültürel, sosyal ve ekonomik özellikleri; yönetim yapısı, kültürel tesisler, altyapı ve uluslararası bağlantıları hakkında bilgi verilmelidir.
Yaratıcılığı Geliştirme ve Zorluklarla Mücadele	Şehrin yaratıcı alanları kullanarak karşılaştığı fırsat ve zorluklara yönelik çözüm önerileri ve sürdürülebilir gelişim stratejileri açıklanmalıdır
Küresel Kalkınma Stratejileri	Şehrin kalkınma vizyonunun, BM 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi gibi uluslararası hedeflerle uyumlu olması gerekmektedir.
Üyeliğin Sürdürülebilir Kalkınmaya Etkisi	Ağa katılımın şehrin orta ve uzun vadeli kalkınmasına sağlayacağı faydalar açıklanmalıdır
Başvuru Süreci	Başvurunun hazırlanma aşamasında kamu ve özel sektör, sivil toplum ve akademi gibi paydaşların sürece katkıları belirtilmelidir
Karşılaştırmalı Varlıklar	Şehrin yaratıcı alanlardaki tarihsel rolü, ekonomik katkısı, kültürel etkinlikler, eğitim programları ve uluslararası işbirlikleri gibi veriler sunulmalıdır.
Ağın Amaçlarına Katkı	Yerel ve uluslararası düzeyde sürdürülebilir kalkınmayı destekleyecek projeler, tahmini bütçe ve uygulama planı açıklanmalıdır.
Üyelik İzleme Raporu	Şehir, atanması durumunda dört yılda bir izleme raporu sunmayı taahhüt etmelidir.
Yıllık Konferanslara Katılım	Şehrin temsilcileri, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'nın yıllık konferanslarına düzenli olarak katılım sağlamalıdır.

Kaynak: ("Unesco.org/en", 2024), (Mutlu ve Sandıkçı, 2024).

1.2. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı

UNESCO, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü, ulusal sınırları aşan iş birliğinde eğitim, bilim, kültür ve iletişimde dünyada barışı ve güvenliği amaçlamaktadır. UNESCO sürdürülebilir kalkınma ve kültürel diyaloğu desteklerken ve yoksullukla mücadele etmektedir (Yetkin ve Mancı, 2019). 193 üye ülkesi bulunan kuruluş Birleşmiş Milletler'e aittir, 1945'te kurulmuştur (Akkuş ve Yordam, 2020). UNESCO'nun anayasasına göre örgütün amacını, öğretim ve öğrenim, bilim ve kültür yoluyla milletlerarası iş ortaklığı motivasyonu sayesinde barış, koruma ve savunmaya katkı sağlamaktır.

Eğitim, bilimsel araştırmalar, kültürel mirasın korunması, ifade özgürlüğünün savunulması gibi faaliyetleri desteklemektedir. UNESCO'nun başlıca amaçları, sürdürülebilir kalkınma hedeflerini gerçekleştirilmesi ve küresel sorunların çözümüdür (Turhan ve Saral, 2018). Kültürel mirasın korunmasını temel ikesinde UNESCO Dünya Mirası Listesi programını yürütmektedir. Dünyada kültürel ve doğal destinasyonların ve alanların tespiti, korunması ayrıca bu alanların yeni nesillere taşınması, yürütülen programların temel hedeflerini oluşturmaktadır. UNESCO eğitim programları, nitelikli eğitime erişim kolaylığını hedeflerken aynı zamanda eğitim sistemlerini geliştirilmesini de desteklemektedir (Şahin ve Ünlüönen, 2021). Bilim ve teknoloji politikaları ile bilimsel araştırmalar desteklenirken bir yandan da bilimsel bilginin yaygınlaştırılması desteklenir. Bununla birlikte kültürel çeşitlilik ve kültürel miras korunurken, kültürlerarası diyalog önemsenmektedir ("Universal Declaration on Cultural Diversity," 2002).

UNESCO, 2004'te yaratıcılık ve kültürel endüstri yerel kalkınma planı çerçevesinde şehirler arasında iş birliği desteklemek için UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağını başlatmıştır (Duran ve Meydan Uygur, 2021). Amaç, iktisadi, toplumsal, kültürle iligili ve çevreyle ilgili konularda sürdürülebilir ilerleme ve yükselme ile kalkınmanın stratejisi şeklinde yaratıcılığı kabul eden şehirlerle ve bu şehirlerin iş birliklerini kuvvetlendirmeyi amaçlamaktadır. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı (UCCN), özgünlüğü sürdürülebilir şehirsel kalkınma stratejisi olarak tanımlayan şehirleri ve bu şehirlerin iş birliğini desteklemektedir. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı ekonomik ve sosyal kalkınmaya katkı sağlamayı ve şehirlere ve şehir sakinlerine bu açıdan destek olmayı amaçlamaktadır. Şehirler, Ağ'a katılımıyla hizmet uygulamalarının en iyisini paylaşmayı, yaratıcılığı ve kültürel endüstrileri teşvik eden

ortaklıklar oluşturmayı, kültürel yaşama katılımı arttırıp kültürü kentsel kalkınma planlarına dâhil etmeyi kabul etmektedirler.

Yaratıcı Şehirler Ağı'nın faaliyet temaları incelendiğinde gastronomi, edebiyat, müzik, zanaat ve halk sanatları, film, tasarım ve medya sanatlarından oluştuğu görülmektedir (Yetkin ve Mancı, 2019). Ağ, Birleşmiş Milletler kurallarını, özellikle Sürdürülebilir Kalkınma için 2030 Gündemi'ni anlamayı ve hayata geçirmeyi taahhüt etmektedir. Bu ağ üye şehirlerarası bilgi ve deneyim aktarımını, proje ortaklıklarını, kültürlerarası diyaloğu ve kültürel çeşitliliğin sağlanmasını temel almaktadır. Yerel kurum ve kuruluşlarca sürdürülen kültürel endüstrinin hem ekonomik hem de sosyal gücünü geliştirmeyi hedefler (Şahin ve Ünlüönen, 2021). Yerel kalkınma, kültürel endüstrilerin geliştirilmesi ve desteklenmesiyle sağlanabilmektedir. Bu ağda yer alan şehirler kalkınma hedeflerine ulaşabilmek için kültürel ve yaratıcı bilgi ve deneyimlerini aktararak, ortak projeler gerçekleştirmektedirler (Yetkin ve Mancı, 2019).

Ağ küresel anlamda, dünyanın dört bir yanından şehirlerin katılımıyla her geçen yıl daha da büyümektedir. 2025 yılı itibariyle, ağı oluşturan dünya dört bir yanından 350 şehir, yerel düzeyde kalkınma planlarının odağında yaratıcılık ve kültürel endüstri olmak üzere uluslararası düzeyde aktif olarak ortak misyonları doğrultusunda işbirliği yapmaktadır. Şehirlerin ağa katılımı, yerel yönetimlerin başvurusu ile UNESCO tarafından gerçekleştirilen değerlendirme göre sonuçlanmaktadır. Yaratıcı Şehirler Ağı katılım başvuru sürecinde kültürel ve yaratıcı sektör potansiyeli, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine uyum, ağın amaçlarına katkı sağlama kapasiteleri dikkate alınmaktadır (Dağdelen vd., 2020). Başvurlarda, şehrin kültürel mirası, yaratıcı endüstri çeşitliliği ve hareketliliği, kültürel etkinliklerin gerçekleştirilmesi, kültürel altyapının kalitesi, yerel yönetimlerin kültürel ve yaratıcı sektör desteği gibi kriterler yer almaktadır. Yerel yönetimler başvuru sürecini yürütmektedir (Yüzer vd., 2022).

Üniversiteler, kamu kurumları, STK'lar ve özel kuruluşlar da sürece dahil olabilmektedir (Dağdelen vd., 2020). UNESCO tarafından belirlenen uzman ekip değerlendirme sürecini yürütmekte ve başvuruların ağın amaçlarına, kriterlerine ve tematik alanlarına uygun olup olmadığını değerlendirmektedir. Başvurularda şehirler, yüksek kültürel ve yaratıcı potansiyele sahip olmalı, sürdürülebilir kalkınma hedeflerini benimsemeli, ağın amaçlarına katkıda bulunma yetisinde olmalı ayrıca diğer üye şehirlerle iş birliği yapmaya gönüllü olmalıdır. Ağ, dünya çapında üye

şehirlerde yerel yaratıcı endüstrilerin gelişimi, sürdürülebilir kentsel gelişim ve iş birliğini , deneyim, bilgi ve kaynakların paylaşımını hedeflemektedir (Tuna vd., 2017). Başvurularda İngilizce veya Fransızca dillerinden biri seçilebilmektedir. Başvuruda şehirler Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında yer alan konu başlıklarından birini seçmektedirler (Yüzer vd., 2022). Ağ üye şehirleri, kültürel ve yaratıcı sektörlerde gelişerek ekonomilerini hareketlendirirken, yeni iş olanakları artar ve turizm desteklenmektedir (Dağdelen ve Pamukçu, 2021). Ağ sayesinde uluslararası bilinirlik arttığı için turist sayısındaki artış turizmi olumlu etkilemektedir. Ağa üye şehirlerdeki yerel sanatçılar, zanaatkârlar ve tasarımcıların hem gelişimi desteklenir hem de yeni fırsatlar oluşmaktadır (Yetkin ve Mancı, 2019).

Şehrin başvurduğu tematik alanın kültürel ve yaratıcı potansiyeli UNESCO'nun belirlediği tematik alanlara uygun olmalıdır (Şahin ve Ünlüönen, 2021). Şehirlerin başvuru sürecinde, kültürel miraslarını koruma ve tanıtmada, yaratıcı endüstri stratejileri ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşma konusundaki vaadlerini ayrıntılı bir biçimde sunmaları gerekmektedir. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı yedi tematik alanı el sanatları ve halk sanatları, medya sanatları, film, tasarım, gastronomi, edebiyat ve müzikten oluşmaktadır (Tuna vd., 2017). 2025 yılı UNESCO temaları incelendiğinde mimarinin de dâhil olmasıyla yedi tematik alanın sekize yükseldiği görülmektedir. **Kaynak:** Unesco web sitesi. (2025). Erişim adresi**:** https://www.unesco.org.tr/

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'nın hedefleri:

- Yaratıcılığı sürdürülebilir kalkınmalarının stratejik bir faktörü olarak kabul eden şehirlerarasındaki uluslararası iş birliğini sağlamlaştırmak;
- Üye şehirlerin, özellikle kamu ve özel sektörler ile sivil toplumu içeren ortaklıklar aracılığıyla, yaratıcılığı kentsel kalkınmanın temel bir bileşeni haline getirmek için öncülük ettiği girişimleri teşvik etmek ve geliştirmek.
- Kültürel faaliyetlerin, mal ve hizmetlerin yaratılmasını, üretilmesini, dağıtımını ve yayılmasını güçlendirmek;
- Yaratıcılık, yenilik merkezleri geliştirmek ve kültürel sektördeki yaratıcılar ve profesyoneller için fırsatları genişletmek;
- Kültürel yaşama erişimi ve katılımı ve özellikle sıra dışı veya savunmasız gruplar ve bireyler için kültürel mal ve hizmetlerden yararlanmayı iyileştirmek;
- Kültürü ve yaratıcılığı yerel kalkınma stratejilerine ve planlarına tam olarak entegre etmek (“Unesco.org.tr”, 2025).

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'nın Eylem Alanları:

Üyelik kapsamındaki şehirlere ek olarak uluslararası kapsamda yer alan şehirler düzeyinde özellikle aşağıda yer alan eylem alanları kulanılmaktadır.

• Tecrübeleri, edinilen bilgi birikimi ve en faydalı uygulamaları paylaşma.

• Kamu ve özel sektörleri ve sivil toplumu bir araya getiren pilot projeler, ortaklıklar ve girişimler kurma.

• Mesleki ve sanatsal değişim programları ve ağları.

• Yaratıcı Şehirlerin deneyimine ilişkin çalışmalar, araştırmalar ve değerlendirmeler.

• Sürdürülebilir kentsel gelişim için politikalar ve alınacak önlemler.

• İletişim ve farkındalık yaratma faaliyetleri ("Unesco.org/en/creative-cities/mission?hub=80094", 2025).

Ağın Gastronomi alanı, şehirlerin mutfak kültürlerini korumak ve geliştirmek, yerel ürünlere talebi arttırmak ve gastronomi turizminde pozitif etki yaratmaktadır (Akkuş ve Yordam, 2020). Gastronomi tematik alanı, geleneksel üretim yöntemlerinin desteklenmesi, gastronomi turizminin teşvik edilmesi ve sürdürülebilir gıda üretiminin desteklenmesini olanak sağlamaktadır (Yüzer vd., 2022). Bu alandaki faaliyetler, yerel halkın geçim kaynaklarının güçlenmesini sağlamakta, ziyaretçilerin bölgenin eşsiz lezzetlerini deneyimleme imkânı sunmaktadır. Yöresel yemek çeşidi ve kültürel zenginlikle olan yakın ilişkisi ve gastronomi turizminin önemi Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı'nda, vurgulanmaktadır (Yıldırım vd., 2021). Turizm sektöründe yöresel yiyeceklere ve içeceklere gösterilen ilginin payı büyük ben taşımakta ve turistlerce yöresel yiyecekler daha lezzetli ve sağlıklı bulunmaktadır (Işın ve Yalçın, 2020).

"Gastro-ekonomi" kentsel veya kırsalda da turizm ekonomilerinin güçlü potansiyeli olan önemli bir alt sektördür. Turizm destinasyonu imajı (TDI) karar vermeyi etkileyen bir faktör olarak kabul edilir ve bireyin bir destinasyona dair edindiği inanç, düsünce ve izlenimlerin oluşturduğu küme biçiminde tanımlanmaktadır. İçöz, TDI kavramını insanların turizm destinasyonu hakkında sahip oldukları izlenimler ve fikirler bütünü olarak özetlemektedirler (İçöz, 2013) TDI kavramı "turistin zihninde destinasyonun küresel bir temsili" biçiminde vurgulanmaktadır (da Silva Añaña vd.,2016). Turizm destinasyonu imajı güçlü olabilmesi gezgin memnuniyeti, sadakati ve destinasyon başarısı ile sağlanmaktadır. Turistlerin beklenti ve deneyimleri, turizm destinasyonunun tavsiye edilme, tekrar

ziyaret edilme ihtimalleri için gerekli faktördür. Bu bağlamda, gastronomik deneyimler turist memnuniyeti, sadakati ve hedef imajı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Araştırmalar, gastronomik deneyimlerin TDI'yi artırdığını, sadakati teşvik ettiğini ve bir destinasyonun küresel çekiciliğini yükselttiğini doğrulamaktadır. Bu, UNESCO Gastronomi Yaratıcı Şehirleri (UCCG) içindeki marka deneyiminin etkisini daha da artırdığı turizmde gastronominin daha geniş rolünü vurgulamaktadır.

1.2.1.UNESCO yaratıcı şehirler ağı temaları

Yaratıcı Şehirler Ağı'nın, şehirlerin kabiliyet ve iş yapabilme yeteneği alanlarında izleyeceği yolu, yaratıcı endüstri sektörü seçimleri doğrultusunda tercih edebiceleleri sekiz farklı anatema çerçevesinde şekillendiği görülmektedir. Bu temalar edebiyat, film, müzik, zanaat ve halk sanatları, tasarım, gastronomi, medya sanatları ve mimari balıklarından oluşmaktadır. Güncel kaynaklarda belirtilen verilere göre Yaratıcı Şehirler Ağı üye şehir sayısı 350'dir ("Citiesofgastronomy.com", 2025).



Şekil 1. UCCN Temaları

Kaynak:("Unesco.org.tr/Home/Page/88?slug=UNESCO-", 2025).

1.2.2.UNESCO yaratıcı şehirler ağı ve gastronomi şehirleri

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında gastronomi şehirlerinin misyonu yerel mutfak kültürlerini koruma, tanıtma ve sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunmaktır (Dağdelen vd., 2020). Gastronomi tematik alanı şehirlerin orijinal mutfak adetlerini, yerel ürünleri ve gastronomik yaratıcılıklarını barındırmaktadır. Şehirlerin

küresel alanda tanınması, turizme teşvik ve yerel ekonomi hareketliliği bu ağa dâhil olmakla sağlanan unsurlardır (Şahin ve Ünlüönen, 2021). Son yılların popüler turizm çeşidi gastronomi temasında, seyahat edenlerin yerel ürünlere ve geleneksel yemeklere olan ilgisiyle gerçekleşmektedir (Şalvarcı, 2020). Çevre dostu gıdalara olan talep bu turizm türünün popülerliğine neden olmuştur (Erdoğan ve Özdemir, 2018).

2025 yılı itabariyle UNESCO Türkiye Millî Komisyonu resmi stesindeki verilere göre, dünya genelinde farklı kıtalarda ve ülkelerde UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na üye kent sayısı, Gastronomi temasında 66, Müzik temasında 84, Zanaat ve Halk Sanatları temasında 80, Medya Sanatları temasında 28, Edebiyat temasında 62, Film temasında 30, Tasarım temasında 53 ve Mimari temasında ise 5'tir. Ağ'da toplam üye şehir saysının 408'e ulaştığı görülmektedir. UNESCO gastronomi şehiri, kendine has mutfak kültürleri, yerel yemek festivalleri, şeflerin yaratıcılığı, gastronomi okulları ve sürdürülebilir tarım uygulamaları gibi özelliklerle ön plandadır ("Unesco.org.tr", 2025).

2015 Eylülünde, Birleşmiş Milletler Genel Kurulunun 70 sayılı oturumu gerçekleşmiş, oturuma devlet başkanları, dünyadan liderler, üst düzey BM temsilcileri ve sivil toplumlar katılmış ve büyük öneme sahip üç iş kapsamında onyedi küresel hedef tespit edilerek Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri kabul edilmiştir. UNESCO'nun katılımı ile "İnsanlar tarafında insanlar için" gündeminin oluşturulması hedeflendiği belirtilmiş, aşırı yoksulluğu durdurma, eşitsizlik ve adaletsizlik ile mücadele ve iklim değişikliğini düzeltme ana hedefleri belirlenmiştir (UNESCO Türkiye Milli Komisyonu). Sürdürülebilir Kalkınma 2030 Amaçlarının 17 hedefi aşağıdaki gibidir.



Şekil 2. Sürdürülebilir Kalkınma 2030 Hedefleri

Kaynak: UNDP web sitesi. (2025). Erişim adresi: https://www.kureselamaclar.org/

Bu hedefler;

1. Her türlü yoksulluğu her yerde bitirmek
2. Açlığı bitirmek, gıda güvenliğini sağlamak, beslenme imkânlarını geliştirmek ve sürdürülebilir tarımı desteklemek
3. İnsanların sağlıklı yaşamalarını ve herkesin her yaşta refahını sağlamak
4. Herkes için kapsayıcı ve hakkaniyetli eğitimi sağlamak ve herkese yaşam boyu eğitim imkânlarını teşvik etmek
5. Toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamak ve kadınların ve kız çocuklarının toplumsal konumlarını güçlendirmek
6. Herkes için su ve kanalizasyon hizmetlerinin ulaşılabilirliğini ve sürdürülebilir yönetimini sağlamak
7. Herkes için erişilebilir, güvenilir, sürdürülebilir ve modern enerji sağlamak
8. Sürdürülebilir ve kapsayıcı ekonomik kalkınmayı sağlamak, tam ve üretken istihdamı ve insan onuruna yakışır işleri yaygınlaştırmak
9. Dayanıklı altyapılar inşa etmek, sürdürülebilir ve kapsayıcı sanayileşmeyi yaygınlaştırmak ve yenilikçiliği teşvik etmek
10. Ülkelerin içinde ve arasında bulunan eşitsizlikleri azaltmak

11. Şehirleri ve yerleşim yerlerini kapsayıcı, güvenli, güçlü ve sürdürülebilir hale getirmek

12. Sürdürülebilir tüketim ve üretim modellerini temin etmek

13. İklim değişikliği ve etkileri ile mücadele etmek için acil olarak harekete geçmek

14. Sürdürülebilir kalkınma için okyanusları, denizleri ve deniz kaynaklarını muhafaza etmek ve sürdürülebilir şekilde kullanmak

15. Karasal ekosistemleri korumak, yenilemek ve sürdürülebilir kullanımını teşvik etmek, ormanları sürdürülebilir yönetmek, çölleşmeyle mücadele etmek, toprakların verimlilik kaybını durdurmak ve tersine çevirmek ve biyoçeşitlik kaybını durdurmak

16. Sürdürülebilir kalkınma için barışçıl ve kapsayıcı toplumları yaygınlaştırmak, herkesin adalete erişimini sağlamak, her seviyede etkili, hesap verebilir ve kapsayıcı kurumları inşa etmek

17. Uygulama araçlarını güçlendirmek ve sürdürülebilir kalkınma için küresel iş birliğine canlılık kazandırmaktır.

Kentleri ve yerleşkeleri içine alan, emniyetli, güçlü ayrıca sürdürülebilir olacak şekilde amacı, şehirde ikamet eden bireyler ve yerel topluluklara sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etmenin önemini vurgulamaktadır. Bununla birlikte kültür ve yaratıcılık yerel kalkınmada itici güç oluşturmaktadır. Türkiye'de 2025 yılı verilerine göre bu bağlamada toplam 9 UNESCO Yaratıcı Şehri bulunmaktadır. Bu şehirler Gastronomi temasında 3, Müzik temasında 2, Zanaat ve Halk Sanatları temasında 2, Tasarım temasında 1 ve Edebiyat temasında 1 adet olmak üzere programda yer almaktadır ("Unesco.org.tr", 2025). Türkiye UNESCO Yaratıcı Şehirleri Tablo ''de yıl ve temalarına göre aktaılmıştır.

Tablo 2. Türkiye UNESCO yaratıcı şehirleri

Yıl	Şehir	Tema
2015	Gaziantep	Gastronomi
2017	Hatay	Gastronomi
2017	İstanbul	Tasarım
2017	Kütahya	Zanaat ve Halk Sanatları

2019	Afyonkarahisar	Gastronomi
2019	Kırşehir	Müzik
2021	Bursa	Zanaat ve Halk Sanatları
2023	Şanlıurfa	Müzik
2025	Kahramanmaraş	Edebiyat

Kaynak: Unesco web sitesi. (2025). Erişim adresi: https://www.unesco.org.tr/Home/Page/88?slug=UNESCO

Zengin ürün mirasları ve yöresel ürünleriyle bu şehirler sadece yerli halkın değil aynı zamanda turistlerin de ilgi odağı olmaktadır. Gastronomik açıdan bakıldığında, gastronomi şehirleri, sadece yemekleriyle değil, aynı zamanda yerel kültürü ve yaşam tarzını yansıtan işletmeleri, yerel pazarları ve kültürel etkinlikleriyle de dikkat çekmektedirler. Bu şehirlerdeki restoranlar, kafeler ve gıda işletmeleri, yerel gıda ürünleri ile hazırlanıp sunulan geleneksel, yöresel yemekler ile deneyim mükemmelliği sunmaktadırlar. Yemeğin hikâyesini, kültürele olan bağını öğrenme trendi, tabaktakini tüketmekten çok duygulara da hitap eden, tarladan tabağa ulaşana kadarki tüm süreci ziyaretçiyi de dâhil etmektedir. Bu bağlamda gastronomi şehirleri, yerel mutfakların ve geleneksel yemeklerin korunması ve tanıtılması yeni nesillere aktarılması hususunda büyük önem taşımaktadır. Teknolojinin gelişmesi ile beraber tüketiciler karar vermede sosyal medyadan daha sık faydalanmaktadırlar (Ören vd., 2021).

Türkiye'de gastronomi şehirleri, ülkenin zengin mutfak kültürünü yansıtmakta ve turizme büyük katkı sağlamaktadır. Türkiye'nin UNESCO tarafından tescillenmiş gastronomi şehirleri farklı bölgelerde yer alan üç ilimiz Gaziantep, Hatay ve Afyonkarahisar'dır. Bu iller yemekleri, pişirme teknikleri ve yöresel ürünleri ile dünyanın her yerinden çok büyük ilgi görmektedir. Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği'nin raporunda Türkiye'ye gelen turistlerin büyük bir bölümünün gastronomi deneyimi için seyahat ettiğini dolayısıyla ülke turizmine pozitif yönlü gelir sağladığı belirtilmektedir (Ballı, 2016). Yerel mutfak kültürünün korunması ve tanıtımını amaçlayan gastronomi şehirlerinin, yerel yemeklerin tariflerini sonraki kuşakalara iletip, yöresel ürün üretim teşviği ve yerel işletmeleri desteklemek gibi hedefeleri bulunmaktadır (Duran ve Meydan Uygur, 2021).

Türkiyede Gaziantep ile başlayan süreç, Hatay ve Afyonkarahisar'ın tescillenmesiyle devam etmiş; böylece gastronomi kültürünün ülkenin her bölgesinde

güçlü biçimde var olduğu görülmüştür. Bu nedenle sadece Türkiyeye ait ulusal bir UNESCO gastronomi şehirleri listesi oluşturulmuştur.

Türkiye'nin bu temsili, kültürel çeşitliliğini ve yaratıcı endüstrilerdeki dinamizmini ortaya koyarken, gastronomi alanında yapılan çalışmalar yerel mutfakların uluslararası tanınırlığını artırmaktadır.

UNESCO Dünya Komitesi Tarafından Tescilli Yaratıcı Gastronomi Şehirleri:

- 2015: Gaziantep (Gastronomi)
- 2017: Hatay (Gastronomi)
- 2019: Afyonkarahisar (Gastronomi)

UNESCO Ulusal Komitesi Tarafından Tescilli Yaratıcı Gastronomi Şehirleri:

- Adana – Gastronomi (2021)
- Balıkesir – Gastronomi (2021)
- Diyarbakır – Gastronomi (2021)
- Kayseri – Gastronomi (2021)
- Konya – Gastronomi (2021)
- Nevşehir – Gastronomi (2023)
- Tokat – Gastronomi (2023)
- Erzurum – Gastronomi (2025)

UNESCO küresel gastronomi şehirleri listesi, gastronomi temasındaki şehirlerin ne kadar güçlü olduğunu, başarılarını ve potansiyellerini sunarken, şehirlerin dünya genelinde tanınmasına ve turizm gelirlerine büyük ölçüde katkı sağlamaktadır. Ülkelerin turizm stratejileri ve tanıtımı açısından gastronomi şehirleri ulusal ve uluslararası konumu büyük önem taşımaktadır. Doğa temelli turizm planında yeme içme merkezleri ile kentsel markalaşma hedefi Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı'nda mevcuttur (Yıldırım vd., 2021). Gastronomi turizmi bu plan çerçevesinde Türkiye için önemi vurgulanmaktadır. Gastronomi turizminde coğrafi işarete sahip bölgeye olan ilginin çok daha fazla olduğu ifade edilmektedir (Işın ve Yalçın, 2020).

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı temalarından biri olan gastronomi, ekonomik kalkınmanın belirleyicisi olarak önem taşımaktadır (Bütün ve Öngel, 2019). Şehirlerin yaratıcı endüstri alanı ve sosyal, kültürel ve ekonomik büyümesine destek olma potansiyelinde UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na dâhil edilmesi gastronomide farkındalık yaratmıştır (Bütün ve Öngel, 2019). Sadece mutfaklarda değil film, televizyon, yayın, reklamcılık ve internet, sosyal medya gibi farklı alanlarda

yenilikçiliğe ve girişimciliğe teşvik edici gastronomik etki gözlemlenmektedir (Örçen ve Ada, 2018).

UNESCO Gastronomi şehirleri, mutfak miraslarını gözler önüne sermek ve küresel sahada tanınırlık açısından eşsiz alana sahip olmaktadır (Bütün ve Öngel, 2019). Turizm varış yeri imajının gelişmesi, gastronomi geleneklerinin şehir ekonomilerine olumlu etkisi bu tanınırlıkla desteklenmektedir (Bütün ve Öngel, 2019). Eşsiz coğrafya, tarih ve iklim özelliklerini kullanarak şehirler mutfak geleneklerini geliştirmektedir (İlhan vd., 2022). Aynı sınırlar içerisindeki tapraklarda bir arada hayatını devam ettiren, esas menfaat birliğini amaçlayan bireylerin çevresiyle ve kültürel değerleriyle bağını kuşaktan kuşağa geçen gelenekler yansıtmaktadır (Elss vd., 2020; Zocchi vd., 2021).

Gastronomi, coğrafi sınırları ve kültürel farklılıkları ortadan kaldırarak, gastronomik deneyimlerini paylaşmak için insanlığın kullandığı evrensel bir dildir. Gıda israfını azaltmak ve tüketimde sorumluluk bilinci oluşturarak sürdürülebilir turizm uygulamalarını teşvik etmede gastronominin büyük etkisi vardır (İlhan vd., 2022). Bir şehrin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na gastronomi alanında seçilebilmesi yeterli sayıda şef ve restorana sahip olması ve oldukça iyi gelişmiş bir gastronomi sektörüne bağlıdır (Şahit ve Ünlüönen, 2021). Zengin bir mutfak mirasına sahip olan şehir; yerel gıda ürünlerini, mutfak uygulamalarını koruma ve tanıtmada yeterli güce sahip olmalıdır (Dağdelen ve Pamukçu, 2021).

Gastronomi festivalleri, yarışmalar ve diğer tanınma yöntemlerinin gerçekleştirilmesi sürdürülebilir yerel ürünlere teşvik açısından önemlidir (Şahin ve Ünlüönen, 2021). UNESCO unvanı taşıyan şehirler uluslararası turizm sektöründe tanınma fırsatı bulmaktadırlar (Bütün ve Öngel, 2019). Şehirler, gastronomik faaliyetleri sayesinde genel marka değerlerini artırabilmektedirler (Leng ve Badarulzaman, 2014).

Sandıkcı ve arkadaşları'nin 2021 yılında yaptıkları "Unesco Gastronomi Kenti Afyonkarahisar Mutfağı Üzerine Yapılan Çalışmaların Bibliyometrisi." adlı çalışma Afyonkarahisar Mutfağı üzerine yazılmış çalışmaların derlemesidir. İlgili çalışma bulgularına göre Afyonkarahisar'ın 2019 yılı UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması şehrin gastronomi potansiyeli için büyük öneme sahiptir. Afyonkarahisar Mutfağına ilginin arttığını, ritüeller ve mutfak kültürü ile ilgili çalışmalara önem verildiği, coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi kimliğini güçlendirdiğini, yazılı kaynaklar vasıtasıyla mutfak zenginlilerlinin kalıcılığının sağlandığı, unutulmaya yüz

tutan tariflerin yemek kitapları sayesinde gelecek nesillere aktarılabildiği, Afyonkarahisar Mutfağının farklı ve güçlü yönlerinin incelenerek mutfak kültürünün yazılı kaynaklarla desteklendiği vurgulanmaktadır. Yaratıcı Şehirler Ağı'na dâhil olmasının sadece markalaşma ve tanıtıma değil bununla birlikte gastronomi potansiyelini arttırarak ekonomik kalkınma ve uluslararası iş birliklerine teşvik ettiği belirtilmektedir (Mutlu ve Sandıkçı, 2024).

Toplam 6 kıta 39 ülke ve 66 şehir tarafından farklı tarihlerde UNESCO yaratıcı şehirler ağı gastronomi şehri olmak için başvuru yaparak potasiyelini ortaya koymuş 66 şehir mevcuttur. Yaratıcı Şehirler Ağı gastronomi şehirleri Tablo3'teki gibidir.

Tablo 3. UNESCO yaratıcı şehirler ağı – gastronomi alanında üye şehirler

Ülke	Şehir	Kıta	Katılım Yılı
Türkiye	Gaziantep	Asya	2015
Türkiye	Hatay	Asya	2017
Türkiye	Afyonkarahisar	Asya	2019
Türkiye	Şanlıurfa	Asya	2023
Japonya	Tsuruoka	Asya	2014
Çin	Chengdu	Asya	2010
Çin	Shunde	Asya	2014
Çin	Macao	Asya	2017
Çin	Chaozhou	Asya	2021
Çin	Fuzhou	Asya	2021
Güney Kore	Jeonju	Asya	2012
Güney Kore	Busan	Asya	2021
Tayland	Phetchaburi	Asya	2021
Endonezya	Bandung	Asya	2015
Endonezya	Ambon	Asya	2020
Endonezya	Jember	Asya	2023
Malezya	Ipoh	Asya	2023
Vietnam	Hoi An	Asya	2019
Filipinler	Bacolod	Asya	2023
Brezilya	Florianópolis	Güney Amerika	2014
Brezilya	Paraty	Güney Amerika	2017

Brezilya	Belém	Güney Amerika	2015
Brezilya	Santos	Güney Amerika	2015
Brezilya	Petrolina	Güney Amerika	2023
Arjantin	Tucumán	Güney Amerika	2023
Kolombiya	Popayán	Güney Amerika	2005
Kolombiya	Pasto	Güney Amerika	2015
Kolombiya	Manizales	Güney Amerika	2023
Meksika	Ensenada	Kuzey Amerika	2015
Meksika	Oaxaca de Juárez	Kuzey Amerika	2019
Meksika	San Cristóbal de Las Casas	Kuzey Amerika	2015
Panama	Panama City	Kuzey Amerika	2017
İtalya	Parma	Avrupa	2015
İtalya	Alba	Avrupa	2017
İtalya	Bergamo	Avrupa	2019
İtalya	Brindisi	Avrupa	2023
İspanya	Burgos	Avrupa	2015
İspanya	Dénia	Avrupa	2015
İspanya	Sevilla	Avrupa	2023
Portekiz	Macau (Çin)	Avrupa	Yok
Norveç	Bergen	Avrupa	2015
İsveç	Östersund	Avrupa	2010
Almanya	Öhringen	Avrupa	2023
Almanya	Rhön	Avrupa	2020
İngiltere	Bristol	Avrupa	2023
Belçika	Deinze	Avrupa	2021
Fransa	Thiers	Avrupa	2021
Fransa	Clermont-Ferrand	Avrupa	2017
Slovenya	Kranj	Avrupa	2021

İrlanda	Galway	Avrupa	2017
Avustralya	Bendigo	Okyanusya	2019
Yeni Zelanda	Wellington	Okyanusya	2010

Kaynak: UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı – Gastronomi Alanında Üye Şehirler. (2025). Erişim adresi: https://citiesofgastronomy.com/cities web sitesinden alınarak tablo yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 4. UNESCO yaratıcı şehirler ağı gastronomi şehri temasına katılan kıtalar bazında şehir sayısı

Kıta	Şehir Sayısı
Asya	23
Avrupa	14
Güney Amerika	9
Kuzey Amerika	6
Afrika	4
Okyanusya	1

Kaynak: UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Şehri Temasına Katılan Kıtalar Bazında Şehir Sayısı. (2025). Erişim adresi: https://citiesofgastronomy.com/cities web sitesinden alınarak tablo yazar tarafından oluşturulmuştur.

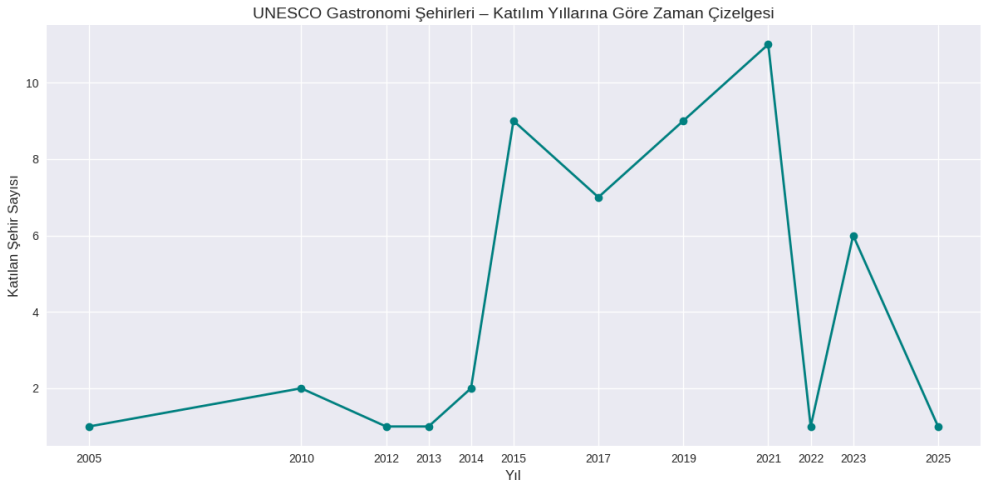
Tablo 4'te UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Şehri temasına katılan şehirlerin sayısının kıtalar bazında dağılım sayları gösterilmektedir. Gastronomi şehri olma potansiyeline 1. Sırada en çok şehir başvurusuyla Asya Kıtası, 2. Sırada ise Avrupa Kıtası yer almıştır. Bu kıtalaru sırasıyla Güney Amerika, Kuzey Amerika, Afrika ve Okyanusya takip etti görülmektedir.

Tablo 5. Yıllara göre UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na Katılım

Yıl	Katılan Şehir Sayısı
2005	1
2010	2
2012	1
2013	1
2014	2
2015	9
2017	7
2019	9
2021	11
2022	1
2023	6
2025	1

Kaynak: Yıllara göre UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na Katılım. (2025). Erişim adresi: https://citiesofgastronomy.com/cities web sitesinden alınarak tablo yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 5 ve Şekil 3 incelendiğinde 2005 yılında günümüze yıl bazında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na dâhil olan şehir sayıların dağılımı gösterilmektedir. Bu tabloya göre UNESCO tarafından gerçekleştirilen yaratıcı şehirlerde gastronomi şehri ağına katılım başvuruları iki yılda bir, tek sayılı yıllarda gerçekleşmekte olduğu görülmektedir. Sayı dağılımı incelendiğinde 11 şehrin katılımı ile 2021 yılı en çok katılımın gerçekleştiği yıl olarak belirlenmektedir. Başvuruların yıllar ve kıtalar açısından incelenmesi sonucu UNESCO kaynakları kullanılarak başvuruların pozitif yön, ağa katılım açısından zengin köklü mutfak kültürü, yerel mutfak çeşitliliği, turizm de şehir markalaşması ve en çok toplumsal sahiplenme sonuçları olarak gözlemlenmiştir. Başvurularda negatif yön, ağa katılamama açısından kriterlerin zorluğu, alternatif yaratıcı alan, bölge, hikâye eksiklikleri, maliyet ve süreç yetersizliklerinin yanı sıra gastronomik kimlik konusunda farkındalık eksiklikleridir.



Şekil 3. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Katılım Yıllarına Göre Zaman Çizelgesi

Kaynak: UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Katılım Yıllarına Göre Zaman Çizelgesi. (2025). Erişim adresi: https://citiesofgastronomy.com/cities web sitesinden alınarak grafik yazar tarafından oluşturulmuştur.

1.2.3.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılma kriterleri

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı (UCCN), gastronomi kapsamında kentlerin geleneklerinin veya inançlarının nesilden nesile aktarılmasını, yöresel yemek pişirme sanatlarını ve sürdürülebilir kalkınma paylarını evrensel boyutta ortaya çıkarma maksadında bir platformdur.

Gastronomi teması kapsamında şehirlerin ağa dâhil olabilmesi, belirli kıstasları açık bir biçimde karşılaması ile gerçekleşmektedir. UCCN'nin resmi belgelerinde (2014, s. 15) ve Bilgin'in (2023) çalışmasında açıkça belirtildiğine göre, başvuruda bulunan şehirlerin etkin bir gastronomi temeline sahip olması, çok sayıda geleneksel restoran ve şefe sahip olması, yerel mutfak uygulamalarını ve pişirme yöntem ve tekniklerini sürdürülebilir üslupla yaşatması umulmaktadır. İlaveten, bölgesel düzeyde tarımı yüreklendirmek, geleneksel gıda pazarları ve endüstrisinin varlığı, sürdürülebilir ürünlerin özendirilmesi ve gastronomi festival ve yarışmaları gibi adının duyrulması faaliyetleri şehirlerin sahip olması gereken stratejik ölçütler arasında yer almaktadır.

İlgili ölçütlerler salt gastronomi kültürünün korunmasına değil, bununla birlikte şehirlerin milletlerarası düzeyde markalaşmasına ve yerel kalkınmanın ilerlemesine hizmet etmektedir. Bu nedenle UNESCO ölçütleri, gastronomi şehirlerinin değerlendirilmesinde çözümsel anahatlar sunmakta; kültürel mirasın

korunması, sürdürülebilir üretim ve tüketim pratiklerinin tercih edilmesi ile toplumsal bilinçlendirme etkinliklerinin totaliter bir şekilde işlenmesini sağlamaktadır.

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Şehri üyesi olabilme kriterleri aşağıda aktarılmıştır (UCCN, 2014, s.15; "Unesco.org/en/creative-cities/call-applications", 2025; "Cityofgastronomy.com.au", 2025).

• **Gelişmiş gastronomi kimliği:** Kentin veya bölgenin karakteristik özelliklerini yansıtan köklü bir gastronomi kültürüne sahip olması. Kent merkezi ve/veya bölgenin karakteristiği olan iyi gelişmiş gastronominin varlığı,

• **Canlı gastronomi topluluğu:** Geleneksel restoranlar ve şeflerin varlığıyla desteklenen dinamik bir gastronomi ortamı. Çok sayıda geleneksel restoran ve/veya şefi bünyesinde barındıran canlı bir gastronomi topluluğunun bulunması,

• **Yerel malzeme kullanımı:** Geleneksel yemeklerde bölgeye özgü ürünlerin tercih edilmesi. Geleneksel mutfakta kullanılan iç kaynaklı malzeme bulunması,

• **Yerel bilgi birikimi:** Endüstriyel ve teknolojik dönüşümlere rağmen korunmuş mutfak uygulamaları ve pişirme yöntemleri. Endüstriyel/teknolojik gelişmeler karşısında ayakta kalabilmiş yerel bilgi, geleneksel mutfak uygulamaları ve metotları,

• **Gıda pazarları ve endüstrisi:** Geleneksel gıda pazarlarının ve yerel gıda endüstrisinin varlığı. Geleneksel gıda marketleri ve geleneksel gıda endüstrisi,

• **Gastronomi festivalleri:** Yemek kültürünü kutlayan festivallere ev sahipliği yapma geleneği. Gastronomi festivaller, ödüller, yarışmalar ve diğer geniş kapsamlı tanınırlık faaliyetlerine ev sahipliği yapma geleneği,

• **Sürdürülebilirlik:** Çevreye duyarlı üretim ve sürdürülebilir yerel ürünlerin teşvik edilmesi. Doğaya saygı ve sürdürülebilir yerel ürünlerin teşvik edilmesi,

• **Toplumsal eğitim ve farkındalık**: Halkın gastronomiye yönelik takdirinin artırılması, eğitim kurumlarında beslenme bilincinin geliştirilmesi ve müfredatlarda biyoçeşitlilik koruma programlarının yer alması. Kamuoyunun takdirine çalışmak, eğitim kuruluşlarında beslenmenin teşvik edilmesi, biyo çeşitliliği koruma programlarının aşçılık okulları müfredatına dâhil edilmesi.

Gastronomi Şehri üyesi olabilme kriterleri resmi dökümanlarında ve üyeliğini tamamlamış ülkelerin sitelerinden alınarak paylaşılmıştır. Ayrıca bu kriterlere dair görüntüler ekler kısmında da bulunmaktadır. Bknz: EK.1. ve ayrıca yapılan alan yazın çalışmalarında UNESCO yaratıcı şehirlerde gastronomi ağına kabul için sağlanması gereken özellikler şu şekilde belirtilmiştir. (Bilgin, 2023):

• Bölgede gastronominin gelişmiş olması,

• Çok sayıda geleneksel restoranlara sahip olmak ve şeflere sahip olmak,

• Geleneksel mutfak uygulamaları ve pişirme yöntemlerini sürdürebilmek ve tespit etmek,

• Yerel tarım uygulamak ve buna önem vermek

• Geleneksel gıda pazarları ve geleneksel gıda endüstrisi,

• Yerel gıda üretim tekniklerine sahip olmak,

• Gastronomi festivallerine, ödüllere, yarışmalara ve diğer tanınırlık faaliyetlerine ev sahipliği yapma ve bunu sürdürmek,

• Sürdürülebilir ürünlerin, üretimin ve pazarın bulunması

gibi başlıklar başvuruda bulunan şehirlerinkriterleri karşılaması ve bunları doğru raporlayarak sürdürülebilirliğe önem vermesiyle olumlu sonuçlanması beklenmektedir.

1.2.4.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılım süreci

Şehirlerin başvuru sürecinde yerine getirmesi gereken kentin zenginlikleri, şehrin Yaratıcı Şehirler Ağı'na fayda ve katkısı, şehrin Ağ misyonuna erişebilme amaçları, fikri ve iktisadi katkısının değerlendirme olmak üzere dört ana unsur mevcuttur. Başvurunun program için belirlenen 8 temadan biri ile ilgili olması gerekmektedir. Başvuru süreci ile ilgili tavsiye edilen aşamalar aşağıdaki gibidir (UCCN, 2017b; Akın, 2017):

• İlgili paydaşların belirlenmesi (şehir içinde ve geniş çerçevede yerel ve uluslararası seviyede),

• Yaratıcı Şehir adaylık komitesinin kurulması,

• İlgili geçmiş araştırmasının yürütülmesi,

• Mevcut üyelere danışılması,

• Yaratıcı değerlerin ve programların denetlenmesi ve gözden geçirilmesi,

• İlgili alanın ve özelliklerin belirlenmesi,

• Şehrin Ağa katkısının formüle edilmesi,

• Belediye başkanının resmi tasdikinin edinilmesi,

• Ulusal meslek kuruluşlarının resmi onayının alınması,

• Milli komisyonun resmi tasdikinin alınması,

• Ağın üyesi olan şehirlerin resmi onayının alınması,

• Başvurunun yapılması gerekmektedir.

Ayrıca UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı (UCCN), sürdürülebilir kentsel kalkınmayı teşvik etmenin bir yolu olarak tüm temaları için ve gastronomi şehri teması için 2025 başvuru çağrısı kapsamında, aday şehirlerin hazırlık sürecini kolaylaştırmak amacıyla başvuru yönergesi ve çevrimiçi başvuru formunun PDF versiyonu sunulmuştur. ("Unesco.org/en/creative-cities/call-applications", 2025)

Ancak başvurular yalnızca UNESCO'nun belirlediği çevrimiçi platform üzerinden kabul edilmektedir; e-posta veya basılı kopyalar aracılığıyla yapılan başvurular değerlendirme sürecinde dikkate alınmamaktadır. Başvuru sürecinin anlaşılırlığını artırmak için UNESCO, önceki çağrılarda olduğu gibi, bir dizi bilgilendirici video eğitimi geliştirmiştir. Bu eğitimler, aday şehirlerin başvuru dosyalarını hazırlarken dikkate almaları gereken temel unsurları özetlemektedir. YouTube üzerinden erişilebilen ve beş tematik başlık altında düzenlenen materyaller şunlardır:

1. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı nedir?
2. Neden UNESCO Yaratıcı Şehir Olunmalı?
3. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na nasıl katılabilirim?
4. Çağrı için UCCN İş Birliği Çerçevesi nedir?
5. UCCN başvurusu nasıl hazırlanır?

Bu belgeler ve eğitim kaynakları, aday şehirlerin süreci daha net anlamalarına ve UNESCO gerekliliklerini yerine getirmelerine yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Sonuç olarak, başvuru süreci teknik boyutunun ötesine geçerek şehirlerin kültürel kimliklerini ve sürdürülebilir kalkınma vizyonlarını uluslararası bir bağlamda ifade etmeleri için bir fırsat sunmaktadır ("Youtube.com/@UNESCO", 2025).

1.2.5.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılım avantajları

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı, şehirlerarası işbirlikleri ve ortaklıklara teşviki ile şehirlerin eksikliklerini ortadan kaldırmaya katkıda bulunmaktadır (Akkuş, 2020). Bu program ile şehirler tecrübe ve birikim, enformasyon alışverişi ve emektaşlıkları sayesinde iktisadi ve toplumsal kalkınmayı amaç edinmektedir. Ağ'ın yararlarını Ajanovic (2015) aşağıdaki gibi sıralamıştır.

- Şehirler kültürel unsurlarını küresel bir ortamda tanıtma imkânı bulmaktadır.
- Şehirler için yaratıcılık, ekonomik ve sosyal kalkınma vazgeçilmez bir faktör olmaktadır
- Yerel düzeyde kültürel aktörler eğitimli ve yetenekli olmaktadır.

- Küresel anlamda veri paylaşımı sağlanmaktadır.
- Know-how, deneyim ve en başarılı uygulamalar paylaşılarak yenilikler teşvik edilmektedir.
- Ulusal ve uluslararası pazarlarda kültürel ürünlerin tanıtılması sağlanmaktadır.
- Diğer üye şehirlerle işbirliği fırsatı oluşmaktadır.
- Yerel yaratıcı endüstrilerin oluşması ve sürdürülebilir kentsel kalkınma için küresel işbirliğini teşvik etmenin bir yolu olarak tüm üye şehirlerdeki kaynaklara ve deneyimlere erişim imkânı sunulmaktadır (Ajanovic, 2015).

1.3. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında Edirne Şehrinin Mevcut Gastronomi Potansiyeli

Bu araştırma edirne ili hakkında Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında Edirne'nin gastronomi şehri olabilme potansiyelini araştırmak ve çıkan bulgular doğrultusunda bir yol haritası önermek için edirne iline ait tüm bulguları inceleyerek sonuca varmaya çalışmaktadır. Bulgular genel olarak türkiyede önemli bir yere sahip edirne nin coğrafi, sosyolojik, idari, ekonomik, sosyoekonomik ve kültürel yapıyı ince ayrıntılarıyla araştırmayı amaçlamıştır. Yapılan araştırma sonucunda çalışma edirnenin geleneksel özellikleri yanı sıra kapsamlı olarak gastronomi çatısı altında geleneksel mutfağı, gastronomik bulgular bağlamında nitelikli ve nicelikli potansiyelini ve gastrnomik etkinlikleri kapsamında şehrin mevcut durumunu ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu bağlamda Edirne'nin genel özellikleri dışında araştırmanın esas konusu olan Edirne'nin hayvansal varlıkları, bitkisel varlıkları, gıda üretim tesisleri, lokanta ve restaurant sayıları, dernekleri, kooperatifleri ve bunların üretim alanları, coğrafi işaretli ürünleri, edirne destinasyonu için büyük bir çekim gücü olan Edirne turizmi ve turistik değerleri gibi zengin bilgiler sunmuştur. Ayrıca Edirne yöresel yemekleri, festivalleri, gastronomi okulları gibi konuları ele almıştır. Son olarak Edirne gastronomisi, gastronomi turizmi bağlamında Edirne'nin gastronomi şehri olabilmesi potansiyelini değerlendirerek model önerisinde bulunulmuştur.

1.3.1.Edirne

Süheyl Ünver yaşamının son dönemlerinde sık sık Edirne'yi ziyaret etmiş ve bu şehre yönelik derin bir bağlılık geliştirmiştir. *"Ben artık Edirne için yaşıyorum"* ve *"Her şey biter, Edirne bitmez"* sözleri, onun Edirne'ye duyduğu özel ilgiyi ve şehre atfettiği anlamı yansıtmaktadır. Ünver, Edirne üzerine yaptığı araştırmalarla sınırsız eserler ortaya koymuş; şehri adeta santim santim tanımış, her köşesini resmetmiş ve

fotoğraflamıştır. Bu yönüyle Edirne, onun bilimsel ve sanatsal çalışmalarında merkezi bir konum kazanmış; Ünver'in gözünde yalnızca bir araştırma nesnesi değil, aynı zamanda kültürel kimliğin ve tarihsel sürekliliğin somut bir temsilcisi olmuştur(1898-1986) şehri Edirne (Bilar, 2019). 1453 yılından İstanbul fethedilene dek geçen 92 sene süresince Osmanlı İmparatorluğuna başkent olmuş bu kadim şehir daha sonra *"Paşa Sancağı"* adını alarak Rumeli Beylerbeyliği'ne dahil edilmiş bir vilayettir (Sannav, 2019).

Türkiye Avrupa arasında kapı vazifesi taşıyan Edirne şehri; coğrafi konumu, tarihsel yapısının yanı sıra kültürel zenginliği ile de tanınmaktadır. Osmanlı İmparatorluğu'nda yaklaşık bir asır süren başkentlik geçmişi, etnik köken ve din farklılıklarına ev sahipliği yapmasını, şehrin kendine has kimliğinin oluşmasını sağlamıştır (Er ve Bardakoğlu, 2016). Mutfağından mimarisine, geleneklerinden sanatına kadar pek çok alanda etkileri görülmektedir. UNESCO Dünya Miras Listesi'nde yer alan Selimiye Camii başta olmak üzere, benzersiz camileri, arastaları, bedestenleri, köprüleri, sarayları, türbeleri, kervansarayları, şifahaneleri, hanları ve kaleleri gibi sivil ve askeri mimariye sahiptir (Turizm Tanıtım ve Geliştirme Yol Haritası, 2024; Edirne İl turizm Master planı 2022-2030, 2022; Saros Körfezi Master Planı, 2024). Eski Cami, Üç Şerefeli Cami ve Selimiye Camii gibi yapılar, Osmanlı mimarisinin değişik dönemlerini yansıtmaktadır ve her yıl binlerce turist tarafından ziyaret edilmektedir.

İstanbul'un fethiyle İstanbul başkent olmuş fakat Edirne, önemini kaybetmemiş bilhassa Osamanlı İmparatorluğu'nun ilim, kültür ve sanatta ikinci merkezi olarak gelişimini sürdürmeye devam etmiştir (Erdoğan ve Kuter, 2010). Ali Paşa Kapalı Çarşısı ve Bedesten, Osmanlı döneminden kalma ve halen hareketliliğini koruyan önemli ticaret merkezleridir. Edirne Mevlevihanesi ve Adalet Kasrı, Osmanlı döneminde kullanılan şimdilerde ise müze olarak hizmet veren, Edirne Sarayı ve Av Köşkü, Osmanlı sultanlarının av partilerini gerçekleştirdiği ve konakladığı önemli mekânlara örnek gösterilebilir. Osmanlı mühendisliğine ait Meriç ve Tunca Köprüleri, şehrin iki yakasını birbirine bağlamaktadır. Balkan Şehitliği Abidesi ve Tarihi Tren Garı Edirne'de öne çıkan diğer tarihi ve kültürel unsurlar arasında yer almaktadırlar.

Edirne'nin Osmanlı İmparatorluğu'ndaki rolünü ve önemini vurgulayan Süheyl Ünver'in Edirne çalışmaları, şehrin tarihini, kültürünü ve sanatını detaylı bir şekilde inceleyen önemli kaynaklar arasında yer alır. Edirne tarihine bakıldığında türlü

medeniyetlere ev sahipliği yapmasından dolayı zenginleşmiş kültürel kimliğe sahiptir. Bu miraslardan biri Edirne Kırmızısı'dır. Osmanlı döneminde tekstil ve sanatta yaygın olarak kullanılan özel bir renk tonu olan Edirne Kırmızısı, şehrin sembollerinden biri haline gelerek, günümüzde farklı ürünlere uygulanmaktadır (Gönenç Güler, 2018; Akman ve Güler, 2021).

Edirne'nin sembolü haline gelen diğer bir unsur da Edirne gülüdür. Şehrin bahçe ve parklarında oldukça sık görebildiğimiz, kendine has bir koku ve güzelliğiyle nadide bir çiçektir. Edirne, tarihi ve kültürel zenginlikleri ile açık hava müzesi haline gelmişse de gastronomik yönden de yüksek potansiyeli olan bir ildir. Edirne'de turizmin tüm yıl boyunca hareketliliğin sağlanması turistik ürün çeşitlendirme politikaları ve markalaşma stratejileri uygulamaları ile gerçekleştirilebilinir (Gönenç Güler, 2018). Sahip olduğu coğrafi işaretli ürünler, yöresel lezzetler ve yemek festivalleri, Edirne gastronomi turizmi açısından önem taşımaktadır. Edirne'nin mevcut turizm potansiyelinin artırılması, şehrin ekonomik ve sosyal büyüme ve gelişimine olumlu etki yaratacaktır.

Bu araştırma Edirne ili hakkında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında Edirne'nin gastronomi şehri olabilme potansiyelini araştırmak ve çıkan bulgular doğrultusunda bir yol haritası önermek için Edirne iline ait tüm bulguları inceleyerek sonuca varmaya çalışmaktadır. Bulgular genellikle Türkiye'nin son derece önemli konumunda yeralan Edirne'nin coğrafi, sosyolojik, idari, ekonomik, sosyoekonomik ve kültürel yapısını ince ayrıntılarıyla araştırmayı amaçlamaktadır. Yapılan araştırma sonucunda çalışma Edirne'nin geleneksel özellikleri yanı sıra kapsamlı olarak gastronomi çatısı altında geleneksel mutfağı, gastronomik bulgular bağlamında nitelikli ve nicelikli potansiyelini ve gastronomik etkinlikleri kapsamında şehrin mevcut durumunu ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu bağlamda Edirne'nin genel özellikleri dışında araştırmanın esas konusu olan Edirne'nin hayvansal varlıkları, bitkisel varlıkları, gıda üretim tesisleri, lokanta ve restaurant sayıları, dernekleri, kooperatifleri ve bunların üretim alanları, coğrafi işaretli ürünleri, Edirne destinasyonu için büyük bir çekim gücü olan Edirne turizmi ve turistik değerleri gibi zengin bilgiler sunmaktadır. Ayrıca Edirne yöresel yemekleri, festivalleri, gastronomi okulları gibi konuları ele almaktadır. Son olarak Edirne gastronomisi, gastronomi turizmi bağlamında Edirne'nin gastronomi şehri olabilmesi potansiyelini değerlendirilmektedir.

Edirne, Avrupa, Balkanlar ve Türkiye'yi birbirine bağlayan, türkiyenin kuzey batısında yer alan, her anlamda stratejik pozisyona sahip coğrafi bir konumda yer almaktadır. Bu stratejik konum Edirne'yi Balkanlar'a ve Avrupaya açılan önemli gümrük kapıları nedeniyle stratejik hale getirmektedir (Kendir, 2020). Edirne il ve ilçelerinde mevcut doğal güzellikler Edirne'yi tarım, hayvancılık, gıda, üretim ve turizm alanlarında etkili ve çekici kılmaktadır. Edirne'nin idari yapısı, merkez başta olmak üzere çeşitli ilçelerden oluşmaktadır ve bu ilçelerin her biri kendine özgü demografik, ekonomik ve sosyal özelliklere sahiptir (Kendir, 2020). Edirne'de 9 ilçe, 253 köy ve yaklaşık 420.000 kişilik bir nüfus bulunmaktadır (Edirne Valiliği, 2025). Edirne Ovası, İpsala-Meriç-Uzunköprü Ovası ve Keşan Ovası gibi verimli tarım alanları; ayçiçeği, buğday, çeltik, arpa ve mısır yetiştiriciliğinde Türkiye'de önemli bir yere ve güce sahiptir. Çiftçi Kayıt Sistemi'ne (ÇKS) kayıtlı 26.371 üretici yer almaktadır. İlde toplam tarım alanı 4.009.253 dekardır. Bu alanların %56'sı işlenebilir niteliktedir. Edirne ve ilçelerinde gastronomik kapsamda hizmet veren tesisler; sosyal tesisler, restaurantlar, lokantalar, sulu yemekçiler, çorbacılar ve sokak satıcıları olarak sınıflandırılmaktadır (Edirne İl Tarım ve Orman Müdürlüğü Raporu, 2025; Edirne İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2025).

1.3.2. Edirne'de gastronomi

Seyahat edenlerin varış yeri seçimlerinde gastronomi tercihleri önemli bir paya sahiptir. Edirne'de Osmanlı İmparatorluğu tarihinde inşa edilen eserler, tarihi ve kültürel yapılar, sadece yerli değil aynı zamanda yabancı gezginler için büyük bir cazibe merkezi oluşturmakla beraber gastronomik ürünlerin de buna katkısı büyüktür. Edirne gastronomisi, Balkanlar, Osmanlı ve Anadolu mutfaklarından gelen zengin bir mirasa etkisindedir. Tava ciğeri, badem ezmesi, Edirne peyniri, Zerde, hayrabolu tatlısı, Mamzana, tarhana, ciğer sarması, akıtma, lokma, gaziler helvası, deva-i misk, ısırgan otu yemeği, borani, peynir tatlısı olan belmuş, mısır unu ile yapılan kaçamak, süte peynir eklenerek meydana gelen akçakatık ve hardaliye vb. çeşitli yöresel börekler, Edirne'ye özgü bu lezzetler ilin gastronomi turizmindeki potansiyelinin göstergesidir. Deva-i Misk Helvası ve Edirne Beyaz Peyniri gibi ürünler, kentin gastronomi turizminde markalaşma potansiyelini yansıtan ürünlerdendir.

1.3.3. Edirne’de gastronomi turizmi

Edirne, doğal güzelliği ve eşsiz cazibesiyle öne çıkan zengin bir kültürel ve doğal mirasa sahiptir. Bu zenginlik, şehrin mutfak geleneklerine de yansımıştır. Anadolu ile Avrupa'nın kesişme noktasında yer alan Edirne mutfağı, özellikle Balkanlar'dan gelen göçlerin getirdiği farklı kültürlerin etkisini yansıtmaktadır. Tarih boyunca bu kültürel unsurların bir araya gelmesi, bölgenin gastronomisini önemli ölçüde şekillendirmiş ve zenginleştirmiştir. Geçmişten günümüze, satırlar, bıçaklar, kaseler, tabaklar, süzgeçler, tavalar ve seramik kaplar gibi çeşitli mutfak aletleri Edirne'nin mutfak uygulamalarının ayrılmaz bir parçası olmuştur. Ayrıca, tepsiler, pasta tepsileri, pekmez tavaları ve demir saclar gibi eşyalar geleneksel yemeklerin hazırlanmasında ve sunumunda özel bir öneme sahiptir. (Karaca ve Ilgaz, 2021, s. 228)

Edirne'nin başlıca yerel lezzetleri, çok çeşitli geleneksel yemekleri kapsamaktadır. Çorbalar arasında Düğün Çorbası, Tarhana Çorbası, Sütlü Umaç Çorbası, Ekşi Çorba, Bakla Çorbası, Kelle Paça Çorbası, Sütlü Kuskus Çorbası, Yoğurt Çorbası ve Domatesli Arpa Erişte Çorbası bulunmaktadır. Sebze bazlı spesiyaliteler arasında Labada Borani, Ekşi Biber, Biber Borani, Ispanak ve Isırgan Otu Yemekleri, Lahana Sarması ve Labada Sarması bulunmaktadır.

Et yemekleri, Edirne mutfağının bir diğer temel taşını oluşturur. Karaciğer Dolması, Dolma Biber, Edirne Köftesi, Elbasan Tavası, Tavuk Kapama, Keçi Kapama, Zirva, Mutancana, Baharatlı Köfte, Etli Kapuska ve Tavada Kızartılmış Edirne Ciğeri bu yemekler arasında sayılabilir. Tahıl ve hamur işleri temelli lezzetler arasında kuskus, kandilli mantı, kabak hamuru, keçi patisi, kayaya, kuru mantı, akitma, lokma, krep, ekşi hamur işi, dızmana ve sini mantısı sayılabilir. Edirne, badem ezmesi, Deva-i Misk, Kavala kurabiyesi, sütlaç, irmik helvası, zerde, boyun tatlısı, gazi helvası ve cevizli puding gibi tatlıları ve şekerlemeleriyle de ünlüdür. Bu yemekler, Edirne'nin zengin ve çeşitlilik dolu mutfak mirasını yansıtmaktadır (Gizerler, M., 2004).

Bir zamanlar Osmanlı İmparatorluğu'nun başkenti olan Edirne'nin gelenekleri, görenekleri ve kültürel mirası eski dönemlere kadar uzanmaktadır. Edirne, özellikle İstanbul'un fethine hazırlıkların yapıldığı Osmanlı döneminde, zengin ve stratejik bir yerleşim yeri olarak uzun süredir tanınmaktadır. Fetih sonrasında saray mutfağında kullanılan birçok sebze Edirne'den temin edilmekteydi, bu da Edirne'nin mutfak tarihindeki önemini yeterince vurgulamaktadır (Kalaycı, 2023).

Bugün Edirne, modern ve çok yönlü yaşam tarzıyla öne çıkan bir dünya kenti konumundadır ve bu statüsü tesadüf değildir. Ayrıca, büyük nüfus mübadelesinde yeniden yerleştirilen kişileri kabul eden bölgeler arasında yer almakta olup, göç ve kültürel çeşitlilikle şekillenen bir bölge olarak öne çıkmaktadır. Coğrafi olarak Edirne, Türkiye'nin Batı'ya açılan kapısı olarak stratejik ve kültürel önemini artırmaktadır. İl, uluslararası bağlantıları kolaylaştıran beş gümrük kapısı ile turizm potansiyelini daha da güçlendirmektedir. Balkanlar'a yakınlığı ve bölgeyle olan derin tarihi bağları, özellikle mutfak gelenekleri ve ortak yeme-içme alışkanlıkları konusunda karşılıklı etkileri teşvik etmiştir (Özcan, 2017).

1.3.4. Edirne'de gastronomi unsurları

Edirne'de tescilli coğrafi işaretli ürünler 13 adettir. Bu tescillerden 1 adet ürün hediyelik eşya, geri kalan 12 adet coğrafi işaretli ürün gastronomik hediyeleşme anlamında geçmişten günümüze aktif olarak kullanılmaktadır. Bu ürünler, ilin gastronomi turizmine ve yerel kalkınmasına katkı sağlamaktadır. Coğrafi işaretli ürünler içerisinde bulunan 6 adet ürün mahreç işaretli 7 adet ürün menşe adına sahiptir. Edirne ili ve ilçelerinde başvurusu yapılmış fakat süreci tamamlanmamış ürünler 4 adettir. Bu ürünlere ait ürün adı ve coğrafi işaret türü bilgileri Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Edirne'nin tescilli coğrafi işaretli ürünleri

S	Ürün adı	Coğrafi işaret türü
1	Deva-i Misk Helvası	Mahreç İşareti
2	Edirne Badem Ezmesi	Mahreç İşareti
3	Edirne Beyaz Peyniri	Menşe Adı
4	Edirne Mis Meyve Sabunu	Mahreç İşareti
5	Edirne Ciğer Sarma	Mahreç İşareti
6	Edirne Tava Ciğeri	Mahreç İşareti
7	Keşan Satır Et	Mahreç İşareti
8	Keşan Siğilli Bamyası	Menşe Adı

9	Meriç Kara Kavunu	Menşe Adı
1	Meriç Yer Fıstığı	Menşe Adı
1	İpsala Pirinci	Menşe Adı
1	Keşan Mahmutköy Kuru Fasulyesi	Menşe Adı
1	Keşan Korudağ Çiçek Balı	Menşe Adı

Kaynak: Edirne Il Sanayi Ve Teknoloji Müdürlüğü. (2025). Bilgi alınarak araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 6'daki ürünlerin içerisinde "*İpsala Pirinci*" önemli bir yere sahip olup, bölgedeki çeltik üretiminin sembolüdür. İpsala pirinci Avrupa Birliği'nce tescilli ürünlerimizdendir ("Tobb.org.tr/Sayfalar/Detay.php?rid=32084&lst=MansetListesi", 2025).

Tablo 7. Edirne'de başvuru aşamasında olan coğrafi işaretli ürünler

S	**Ürün adı**	**Coğrafi işaret türü**
1	Mecidiye Kavunu	Mahreç İşareti
2	Uzunköprü Köftesi	Mahreç İşareti
3	Çeribaşı Kirazı	Mahreç İşareti
4	Uzunköprü Kömürü	Mahreç İşareti

Kaynak: Edirne Il Sanayi Ve Teknoloji Müdürlüğü. (2025). bilgi alınarak araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 7'de başvuru aşamasında olan, Edirne ili ve ilçelerinde başvurusu yapılmış ve fakat süreci tamamlanmamış 4 adet ürün olduğu görülmektedir. Listede yer alan bu ürünlerden biri Uzunköprü kömürüdür. Fakat gastronomik ve turistik anlam ve önem içermemektedir. Turistik anlam içeren ve gastronomik hediyeleşme maksadıyla kullanılabilecek olanlar 3 adettir. Bu ürünlerin hepsi mahreç işaretinden başvurusu yapılmış ve sonuçları beklenmektedir. Böylece Edirne'de turistik ve gastronomi değer taşıyan yemek yapma, pişirme teknikleri ve gelenek görenekleri harici sadece tescillenmiş ve satışı yapılan ürünler, başvurusu tamamlanmış ve tamamlanacak olan

ürünler toplamda 16 olması beklenmektedir. Bu coğrafi işaretler, Edirne'nin geleneksel üretim bilgisini koruma altına alırken, aynı zamanda yerel üreticilerin rekabet gücünü artırmakta ve kırsal kalkınmayı desteklemektedir.

1.3.5.Edirne'de gastronomi ürünlerinin sınıflandırılması

Edirne sahip olduğu doğal güzellikleri ve çekiciliği ile zengin bir yapıya sahiptir. Bu zenginliğin Edirne mutfağına yansıdığı da görülmektedir. Edirne, Anadolu ve Avrupayı birbirine bağlaması nedeniye Balkanlardan göçen değişik medeniyetlerin tesirinde bir mutfağa ev sahipliği yapmaktadır.

Tarihi süreç incelendiğinde pek çok medeniyeti kapsaması Edirne mutfağının çeşitlenmesi, gelişmesi ve farklı lezzzetlerin harmanlanarak zenginleşmesine yol açmıştır. Eski zamanlardan günümüze bu zenginlik kullanılan araç gerecin de çeşitlenmesini sağlamıştır. Karaca ve Ilgaz (2021) bu araçları satır ve bıçak gibi kesici aletler, tas, tabak, kevgir ve sahan, çinili çanaklar olarak sıralamışlardır. Belli başlı aletler Edirne'yi ziyaret eden turistler tarafından Necmi İğe Evi Etnografya Müzesi'nde sergilenmektedir.



Şekil 4. Necmi İğe Evi Etnografya Müzesi

Kaynak: Necmi İğe Evi Etnografya Müzesi. (2025). Erişim adresi: https://edirne.ktb.gov.tr/Resim/431605,necmi-ige-evi-muzesi-3jpg.png?0

Kızıldemir (2020), yaptığı çalışmada mutfak araç gereçleri ve işlevleri aşağıdaki gibi sıralamıştır.

Akıtma Sacı: Akıtma pişirilen, topraktan yapılmış yuvarlak ince kenarlı yassı saç

Askı: Kahvecilerin kahve taşıdıkları konik teneke kap

Aşırma: Bakırdan yapılmış kova, bakraç

Ayırt: Bakırdan yapılmış delikli süzgeç

Badya: İki kulplu, yuvarlak karınlı pişmiş toprak kap veya büyük bakır kap

Bakraç: Bakırdan dövme, kulplu, kapaklı veya kapaksız kova

Balta: Et kesmeye yarayan saplı kemik baltası

Bazlama Tahtası: Hamur yoğurulup açılan yuvarlak ayaklı tahta

Benter: Su testisi

Boduç: Çam ağacından veya topraktan yapılmış kulplu, emzikli su testisi (ibrik)

Bulduk: Çömlek

Çanga: Küçük bakraç

Çalpara: Küçük tencere

Çanak: Ağzı geniş kulpsuz pişmiş toprak kap

Çanka: Küçük bakır güğüm, su veya süt koymaya yarar

Çapçak: Tahta maşrapa

Çerepne: İçinde ekmek pişirilen toprak kaptan yapılmış tepsiye benzer güveç

Çirene: Yemek pişirilen her türlü toprak güveç

Çıngıl: En ufak kulplu bakır helke

Çenepe: Toprak güveç

Çokal / Çokalca: Tereyağı konulan küçük çömlek

Çotura: Ağaçtan yapılmış su testisi

Çömçe: Kepçe

Çukuca: Toprak tencere

Çömçü: Ağaç kepçe

Çumbul: Maşrapa

Dağar: Su, pekmez, ayran ve yoğurt koymaya yarayan geniş ağızlı toprak kap

Döndürme: Büyük tepsi

Elek: Un ve diğerlerini elemeye yarayan aygıt

Enseran: Teknedeki hamuru kazımaya yarayan demir alet

Fedire: Tahta bakraç, külek

Fıka: İki kulplu küçük su testisi

Faraç: Mısır kavurmak için tenekeden yapılmış tava

Fıkı: Küçük testi

Fıkka: Küçük kutu

Gerdele: Süt sağılan tahta kova

Gübü: Süt çalkalamak için kullanılan tahta yayık

Gelberi: Ateş, kül ve değirmende un çekmeye yarayan alet

Havan ve Kolu: Madeni dibek

Helke: Süt sağmaya veya kuyudan su çekmeye yarayan kova

Gülabdan: Gülsuyu dökülen kap

İbrik: Kulplu, emzikli su kabı (toprak, pirinç veya gümüşten)

Kaduz: Ağzı geniş, aşağısı dar büyük fıçı

Kana: Güğüm, sürahi

Kavanoz: Pişmiş topraktan boyunlu, kulplu veya kulpsuz derin kap

Keşen: Tırmık

Kıvrık: Kulplu testi

Kırçak: Fıçı

Kuru Katık Çömlek: Çömlek

Kümbet: Topraktan yapılmış soba

Kepi: Bezden yapılmış, tencereyi ateşten almaya yarayan tutacak

Kevgir: Ufak kulplu, delikli süzgeç

Kevki: Su kabağından yapılan tas

Köze: Su testisi

Mirimen: İki kulplu su testisi

Mutka: Ayran ve yağ çıkarılan yayık

Maşraba: Su aktarmaya veya içmeye yarayan küçük kulplu kap

Matara: Ağaç veya madenden yapılmış kapaklı kap

Miren: Küçük testi

Mutun: Yayık, gübü

Penter: Küçük su testisi

Sahan: Yemek aktarmaya yarayan madeni yassı kap

Savacık: Su bardağı, maşrapa

Şapşak: Ağaçtan oyularak yapılan saplı veya sapsız su kabı

Şıra Tavası: Bakırdan yapılmış iki kulplu tava (karavana)

Karavana: İki kulplu bakır tava

Taka Tuva: Sarımsak dövmeye yarayan tahta havan

Yasdıgaç: Hamur tahtası

Senek: Çam ağacından yapılmış su testisi

Soldan: Büyük çorba tası

Soğuldan: Topraktan yapılmış büyük çanak

Testi: Çift kulplu su kabı

Tekne: Hamur koymaya yarayan, ağaç gövdesinden yapılmış kap

Uzluk: Topraktan yapılmış su maşrapası

Yatık: Tek kulplu ve emzikli, omuzda taşınabilen su kabı

Dıngıl: Küçük saplı el sepeti

Küfe: Meyve taşımaya yarayan büyük sepet

Teynel: Sepet

Zembil: Hasır örgüden yapılmış meyve sepeti

Punka: Meşinden yapılmış çakmak kesesi

Toplama: Altı okkalık sepet

(Kızıldemir, 2020).

Edirne ilinin belli başlı yöresel lezzetleri Tablo 8'deki gibidir. Yapılan akademik araştırmalarda Edirne'de tespit edilen yemekler tabloda gösterilmiştir. Fakat saha çalışmaları neticesinde daha fazla yemek adı bilgisine ulaşılmıştır.

Tablo 8. Edirne ilinin yöresel lezzetleri

Çorbalar	Düğün çorbası, Tarhana çorbası, sütlü umaç çorbası, ekşili çorba, bakla çorbası, kelle paça çorbası, sütlü kuskus çorbası, yoğurt çorbası, domatesli arpa şehriye çorbası
Sebze ve Ot Yemekleri	Labada boranisi, ekşimikli biber, biber borani, ıspanaklı ısırgan yemeği
Sarmalar ve Dolmalar	Lahana sarması, labada sarması, ciğer sarma, biber dolması
Et Yemekleri	Edirne köftesi, satır et, elbasan tava, piliçli kapama, oğlak kapama, zirva, mutancana, terbiyeli köfte, etli kapuska, ciğer sarma, tava ciğeri
Hamur İşleri	Kuskus, Kandilli mantı, kabak böreği, keçi ayağı, kaygana, kuru mantı, akıtma, lokma, gözleme, ekşimikli börek, dızmana, sini mantısı
Tatlılar	Badem ezmesi, deva-i misk, kavala kurabiyesi, sütlaç, irmik helvası, zerde, gerdan tatlısı, gaziler helvası, cevizli oturtma

Kaynak: Karaca ve Ilgaz (2021: 228), Kültürel Miras Anadolu'nun Yöresel Mutfakları.

Şekil 5'teki Edirne gastronomi haritası incelendiğinde il merkezi, ilçeleri ve köylerinde gastronomik çeşitlilik yönünden zenginlik apaçık ortadadır. Haritadaki veriler ile beraber Edirne'nin geleneksel mutfağına bakıldığında şehre ve kültüre ait başlıca yemekler arasında tava ciğer, badem ezmesi, kavala kurabiyesi gibi yemek ve tatlı adları turistik anlamda ön planda olsada Edirne ili, ilçeleri ve köylerinde hala uygulanmakta olan başlıca yemekler çorbalar, salatalar, turşular, kahvaltılık ürünler, börekler, hamur işi yemekler, pilavlar, et yemekleri, sebze yemekleri, köfteler, balık yemekleri, sarmalar ve dolmalar, tatlılar, helvalar ve şerbetler başlığında toplanabilir. Bu başlıklar toplamda 100 ve üzeri yemek adı ve tarifi ile günümüzde hala uygulanarak tüketilmekte ve şehrin mutfak kültürünü yansıtmaktadır.



Şekil 5. Edirne Gastromomi Haritası

Kaynak: Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur (Harita üzerindeki konumlar gerçek koordinatlar değildir. Temsili olarak ilçe bazlı yerleştirilmiştir.).

Edirne mutfak kültüründe Edirne il ve ilçeleri, ilçe köylerinde tarihsel etkilere rastlamak mümkündür. Edirnenin osmanlıya başkentlik yapmış olması ve Balkan coğrafyasıyla etkileşim halinde olması Edirne mutfak kültürünü etkilemiş ve bu durum mutfak kültürünü zenginleştirmiştir. Özellikle Edirne'nin başkentlik geçmişinin mutfak kültürüne olan etkileri dün de bugün de gözlemlenmektedir. Bu gözlemler şehirde gastronomi ve turizm açısından önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. Edirne ve ilçelerinde bulunan müzelerde mutfak ve mutfak kültürüne önem verilmesi de şehrin gastronomik değerlerine sahip çıktığını ispatlar niteliktedir.

Edirne merkezde bulunan II. Bayezid külliyesi İmarethane Müzesi, Necmi İğe Müzesi ve Keşan ilçesinde bulunan Keşan Kent Müzesinde yemek, yemek kültürü ve sofra adabına özgü üretim, hazırlık, tüketim, satış, sunum hazırlıkları ve yemek adlarına hususen yer verilmiştir. Bu durum il ve ilçelerinin gastronomiyle ilişkisi net olarak ziyaretçilerine aktarılmaktadır. Bu aktarılan görsel ve yazılı bilgiler şehrin dolgun mutfak kültürünü tanıtmak için iyi örnekler oluşturmaktadır.

Edirne ili özellikle Türkiye'de Saros Körfezi'nin zengin su kaynakları ve deniz balığı türleriyle ön plana çıkmaktadır. Aynı zamanda tatlı su balıkçılığı ve baraj balıkçılığı konusunda balık üretimi konusunda DSİ Türkiye geneline Edirne'den hizmet ulaştırmaktadır (Devlet Su İşleri 11. Bölge Müdürlüğü, 2025). İlçelerde bulunan tatlı su barajları da balık varlıklarıyla bölgenin gastronomik varlıklarını arttırmaktadır. Dünyada üretimi nadir olan yılanbalığı avcılığı Enez'de mevsimine göre yapılırken, su kurbağası toplama ve işlemesi de İpsala ilçesinde yapılmaktadır (Akyol, 2010; Özgür, 2005). Bu hususlar geniş açıdan gastronomik anlamda bölgenin çeşitliliğini arttırmaktadır. Edirne'de bağcılık da önemli geçim kaynaklarından biridir. Üzüm yetiştiriciliğinde sadece sofralık üzüm üretilmez, aynı zamanada bölgede şarapçılık, sirke ve hardaliye üretimi de yapılmaktadır. Gastronomik anlamda turizm çalışmaları yapan bireyler bölgede bağ rotaları hakkında çalışmalar yapmış ve bu çalışmalar hala günümüzde geliştirilmektedir.

Edirne'de gastronomi üzerine yazılmış çokça kitap mevcuttur. Eski dönemlerden kalan kitaplar şehrin gastronomik anlamda yeme içme kültürünü zenginleştirdiği gibi bu alanda bilgi paylaşımının da ispatıdır. Türkiye yazma eserler kurumu başkanlığı Edirne'de selimiye yazma eserler kütüphanesinde çok eski tarihli eserlerde yemek tarifleri, şerbetler, şuruplar, hoşaflardan bahsedilmektedir. Bu kütüphanenin varlığı Edirne içi, Edirne dışı ve uluslararası ziyaretçilerin ilgisini çekmektedir.

Edirne'de gastronomi, yeme içme alanında yazılan güncel kitaplar bölgede gastronomi alanında yapılmış yemek tarifleri, bireysel çalışmalar ve akademik çalışmalar olarak ayrılmaktadır. Bazı kitaplar ve kaynakçaları aşağıda aktarıldığı gibir.

• Topraktan Sofraya Edirne

• Balkanlardan Göçen Toplulukların Yemek Kültürlerindeki Farklılıklar – Edirne İli Keşan İlçesi Köyleri Örneği

• Keşan ve Meyhane Kültürü *(Hilmi DİNÇER)*

• Uzunköprü'nün Kültürel Mirası Üzerine Derlemeler *(Yemek bölümleri içerir)*

• Trakya Üniversitesi Akademik Yayınları – Edirne ve İlçelerinde Yemek Kültürü Üzerine Makaleler Derlemesi *(kitaplaştırılmış akademik içerik)*

• Kadın Kooperatifleri ve Halk Eğitim Merkezleri Yöresel Yemek Tarifleri Kitapçıkları

Bu kitaplar bireysel çalışmalar, akademik çalışmalar olarak sınıflandırılabilir. Bu kitap varlıkları gerek yerel gerekse ulusal ve akademik araştırma yapanların ilgisini çekmektedir.

Edirne'nin gastronomi şehri olma potansiyeli, kentin tarihsel birikimi kadar bu alanda çalışan uzmanların katkılarıyla da güçlenmektedir. Yaşagül Ekinci Danışan, Namık Kemal Döleneken ve Müşerref Gizerler, yaptıkları birbirinden değerli çalışmalarla Edirne'nin yemek kültürünü belgeleyen, geliştiren ve uluslararası düzeyde görünür kılan isimler olarak öne çıkmaktadır. Yaşagül Ekinci Danışan, UNESCO Kürsüsü kapsamında yürüttüğü stratejik planlama ve kültürel miras odaklı çalışmalarıyla Edirne'nin sürdürülebilir gastronomi vizyonuna katkı sağlamaktadır.

Namık Kemal Döleneken, UNESCO Dünya Mirası süreçlerinde üstlendiği alan başkanlığı ve danışmanlık görevleriyle kültürel mirasın korunmasına öncülük ederken, Gaziantep, Kütahya, Kayseri ve Şanlıurfa gibi kentlerin UNESCO Yaratıcı Kentler Ağına giriş süreçlerinde edindiği deneyimiyle Edirne'nin gastronomi şehri olma yoluna da ışık tutmaktadır. (Ekinci, 2012; Güler, 2010; Krawietz, 2019; Özer, 2020). Müşerref Gizerler ise Edirne'nin yemek kültürünü halkın içinden gelen bir araştırmacı kimliğiyle ele almakta; eski lokantaları, sahiplerini ve yaşayan kuşakları tanıyarak, röportajlar aracılığıyla kentin gastronomi arşivine özgün kaynaklar kazandırmaktadır. Üretici ve uygulayıcı bir yazar olarak Edirne'nin yemek kültürünü hem akademik hem de pratik düzeyde belgeleyen Gizerler, Türk Mutfağı ve Edirne'den Yemek Kültürü adlı kitabında bayramlarda aşure, un helvası, güllaç gibi tatlılarla birlikte zerdenin de

yapılmakta olduğunu aktarmıştır (Gizerler, 2004; Sevimli, 2017). Bu tezin yazarı, Müşerref Gizerler'i, Yaşagül Ekinci'yi ve Namık Kemal Döleneken'i tanımakta ve kendileriyle aktif görüşmektedir. Sonuç olarak, Ekinci Danışan, Döleneken ve Gizerler'in çalışmaları Edirne'nin gastronomi şehri olma yolundaki çabalarına bilimsel, kültürel ve uygulamalı düzeyde katkı sağlamakta; onları bu alanın bilirkişileri olarak konumlandırmaktadır. Edirne ile ilgili yapılacak çalışmlarada kaynak niteliğinde yararlanmak yaşayan şehir edirne adına faydalı olacaktır.

Edirne Valiliği, Trakya Üniversitesi, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü, Turizm İl Müdürlüğü, Tarımsal Araştırma Enstitüsü, Edirne Halk Eğitim merkezi, Edirne Olgunlaştırma Enstitüsü, Valiliğe bağlı Şehir Gönüllüleri Vakfı ve Trakya Kalkınma Ajansı vb. gibi kurumların gastronomiye katkıları, tarladan sofraya kadar gözlemlenmektedir. Özellikle yöresel ürünlerin, yemeklerin ve hediyelik yiyeceklerin tespiti, tanıtımı, üretimi ve pazarlanması konularında yoğun katkı sağlanmakta ve bu kurumlar, bölgenin gastronomi turizminin gelişmesine destek olmaktadır. Edirne Belediyesi Sosyal Tesisleri şehirde gastronomik anlamda yer bulurken belediyenin düzenlediği kültürel etkinlikler kapsamında gastronomi alanında eğitimler de düzenlenmektedir.

Şehrin gastronomi turizmini canlandıran diğer faaliyetler Edirne Valiliği'nin ve Edirne Belediyesi'nin düzenlediği festivaller, şenlikler, türk mutfağı haftası etkinlikleri, yöresel yemek tanıtım günleri ve şenliklerdir. Edirne'nin coğrafi işaretli ürünleri arasında Edirne tava ciğeri, Edirne beyaz peyniri ve badem ezmesi gibi ürünler bulunmaktadır ve bu ürünler, şehrin gastronomi kimliğini oluşturmaktadır. Edirnede kadın kooperatifçiliğiyle gastronominin derinden ilişkisi vardır. Edirne ili ve ilçelerin hepsinde mevcut kooperatifler aracılığıyla yöresel ürünlerin üretimi ve pazarlaması alanında çalışmalar yapılamaktadır. Gastronomi anlamında şehirde arayış içinde olan turist şehirde ve ilçelerinde bire bir bu ürünleri satın alabilir ve isterse internet üzerinden adresine teslim Edirne yöresel ürünlerine ulaşabilmektedir. Yöresel ürünlerin satışa hazırlanması kırsal alanların kooperatifçilik faydasıyla kalkınmasını sağlamaktadır (Ergan vd., 2020).

Edirne'yi ziyaret eden misafirlerin aynı ürünlere uzaktan erişebilmesi hem ekonomik anlamda hem de ihtiyaç tüketimi anlamında dijital satış ile sürdürülebilir kılınmaya destek olmaktadır. Edirne mutfağının tanıtımının yetersiz olması sebebiyle, yerel yöneticiler, akademisyenler ve işletmelerin işbirliğiyle projeler geliştirilmesi,

gastronomi turizminin geliştirilmesi açısından büyük önem taşımaktadır (Özer vd., 2016). Gastronomi turizminin gelişmesiyle birlikte Edirne'nin ekonomik ve sosyal kalkınmasına önemli katkılar sağlanabileceği düşünülmektedir (Ergan vd., 2020).

Edirne'de dünden bugüne yapılan yemekler sırasıyla;

ÇORBALAR

- Bulgur Çorbası
- Edirne Tarhana Çorbası
- Edirne Usulü Terbiyeli İşkembe Çorbası
- Ispanak Kökü Çorbası
- Kesme Hamur Çorbası
- Kuzu Paça Çorbası
- Nohut Çorbası
- Ovmaç Çorbası
- Taze Bakla Çorbası
- Terbiyeli Ciğer Çorbası
- Yoğurt Çorbası
- Bağırsak Çorbası

SALATALAR

- Edirne Usulü Piyaz
- Ispanak Borani
- Lukuta
- Mamzana

TURŞULAR

- Patlıcan Biber Doldurması Turşusu
- Yağlı Çabuk Turşu
- Karışık Turşu

KAHVALTILIK

- Cici Papa (Yumurtalı Ekmek)
- Ekşimikli Biber
- Ilmaşe (İrmik Aşı)
- Kaçamak
- Keçi Patisi (Keçi Ayağı)
- Poy- Tuz biber
- Tarhana Bulamacı

- Lokma-pişi-halka
- Katık

BÖREKLER

- Avcı Böreği
- Bulgurlu Peynirli Kol Böreği
- Fincan Böreği
- Kabaklı Kol Böreği
- Kırma Börek
- Pırasalı Arnavut Böreği
- Kayalı pidesi

HAMUR İŞİ

- Akıtma (Gözlü akıtma- İnce akıtma)
- Bademli Edirne Kurabiyesi
- Kandilli Mantı (Edirne Mantısı)
- Kıymalı Köz Patlıcanlı Edirne Poğaçası
- Kulak (Sarımsaklı)
- Loznik
- Mayalı Lokma
- Sini Mantısı
- İpsala mantısı
- Erişte
- Kuskus
- Langida

PİLAVLAR

- Ağa Pilavı
- Edirne Usulü Kapama (Kuzu Kapama) pilavlı
- İpsala pirinç pilavı

ANA YEMEKLER

- Ciğer Sarma
- Çılbır
- Damat Paçası (Rumeli Paçası)
- Dana Kuyruk Yahni
- Edirne Beğendisi
- Edirne Tava Ciğeri

- Edirne Usulü Musakka (Rumeli Musakkası)
- Ekşili Kalya
- İnce Akıtma Yemeği (Tavuklu- Kazlı)
- Kâğıt Kebabı
- Kimyonlu Et
- Mahmudiye
- Papara
- Rumeli Güvey Yahnisi
- Salma (Etli Lahana Yemeği)
- Satır Et
- Tas Kebabı (Edirne Usulü)
- Tavuk Külbastısı (Kırma Tavuk Kebabı)
- Taze Soğanlı Kuzu Kapaması
- Terbiyeli Et
- Zirva
- Toptopu
- Yoğurtlu kebap
- Saray Kebabı
- Kapuska

SEBZE YEMEKLERİ

- Ekşi Erikli Kabak Kabuğu Kavurması
- Ekşili Pırasa
- Kabak Mücveri
- Karma
- Rumeli Usulü Kapuska
- Siğilli Bamyası

KÖFTELER

- Edirne Köftesi
- Ekşili Köfte (Terbiyeli Köfte)
- Prasa Köftesi
- Tencere Köftesi (Yağda Köfte)
- Uzunköprü Köftesi

BALIK YEMEKLERİ

- Papaz Yahnisi

- Yayın Tava
- Izgara, tava, kızartma, yahni ve buğulama yöntemleri ile birçok balık yameği yapılmaktadır.

SARMA VE DOLMALAR

- Etli Lahana Sarması
- Fasulyeli Kırmızı Biber Dolması
- Soğan Dolması (Piyaziye)

TATLILAR

- Acı Badem Kurabiyesi
- Anne Kurabiyesi
- Ayva Marmelatı
- Ayva Reçeli
- Edirne Badem Ezmesi
- İnce Akıtma Tatlısı
- Kalburabastı (Rumeli Usulü)
- Nişan Kurabiyesi
- Patlıcan Reçeli
- Rumeli Palüzesi
- Susamlı Cevizli Oturtma
- Zerde
- Peynir tatlısı
- Tespişti

HELVALAR

- Edirne Usulü İrmik Helvası
- Gaziler Helvası
- Helva-i Hakani
- Kaşık Helvası (Un Helvası)
- Kaymaçina
- Peynir Helvası
- Yoğurt Helvası

ŞERBETLER

- Karpuz Şerbeti
- Kavun Çekirdeği Şerbeti
- Lohusa Şerbeti

- Misk Şerbeti
- Reyhan Şerbeti

Kaynak: Edirne Valiliği – İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü. (2022). *Topraktan Sofraya Edirne*

Literatüre bakıldığında, Özgür Kızıldemir'in yaptığı ''Edirne Mutfak Kültürü Üzerine Bir Değerlendirme'' adlı makalesinde edirne yemekleri gruplandırılmış ve Edirne gastronomic ürünlerin sınıflandırılması kısmaında araç gereçlerle ilgili detaylı bilgi verilmiştir (Kızıldemir,2020).

Edirnede restoranlarda, lokantalarda ve ev mutfaklarında hala yapılan yemekler ve içerikler aktarılmıştır:

Çorbalar:

Tarhana çorbası kırmızı biber, yoğurt ve beyaz soğanla hazırlanır. Düğün çorbası kuzu eti, yoğurt ve unla yapılır. Domatesli umaç çorbasında domates, kesme makarna veya küçük hamur parçaları ile yumurta sarısı kullanılır. Bulgur çorbası ince bulgur, soğan, domates, nane ve salçayla pişirilir. Paça çorbası koyun kellesi ve paçası, un, üzüm sirkesi, yumurta sarısı ve kırmızı biberle yapılır. Bakla çorbasında bakla, soğan, yoğurt, un, salça, kuzu otu ve şeker bulunur. Ciğerli düğün çorbası ciğer, tereyağı, yoğurt ve unla hazırlanır. Soğan çorbasında tavuk, soğan, yumurta, tereyağı ve kırmızı biber vardır. Sütlü umaç çorbası süt, un, küçük hamur parçaları, tereyağı ve kırmızı biberle yapılır. Ekşili çorba ise suda pişen hamur karışımına ayran eklenerek hazırlanır. Boş çorba soğan, tereyağı, domates ve yumurtayla yapılır. Kaşık börek çorbasında hamur içine kıyma konur, muska şeklinde hazırlanır, suda pişirilir ve yoğurt ile kırmızı biberle servis edilir. Kafa çorbası koyun eti veya kuzu kafa, sirke ve sarımsakla yapılır. Kara-kırmızı mercimek çorbası mercimek, soğan, tereyağı ve kırmızı biberle hazırlanır. Paça ise un, su, tuz, tereyağı ve kırmızı biberle yapılır.

Et yemekleri:

Ciğer ızgara öne çıkar; dana ciğeri, soğan, sarımsak, kekik ve karabiberle hazırlanır. Soğanlı kapama arpacık soğan, kuzu eti ve sarımsakla yapılır. Tava ciğer veya yaprak ciğer dana ciğeri, sıvıyağ, un ve tuzla hazırlanır. Etli nohut nohut, et, salça, tuz, tereyağı ve acı biberle pişirilir. Pirinçli kapama kuzu eti ve pirinçle yapılır. Kimyonlu et koyun incik eti, karabiber ve kimyonla hazırlanır. Rumeli güvey yahnisi kuzu ciğeri, arpacık soğan, sarımsak ve tereyağıyla yapılır. Kara kavurma koyun eti, kuyruk yağı ve kuzu otuyla hazırlanır. Tas kapama kuzu eti, arpacık soğan, patates, salça ve pirinçle yapılır. Ciğer sarma kuzu ciğeri ve gömleği, pirinç ve yumurtayla

yapılır. Tavşan yahnisi tavşan eti, soğan, sarımsak, karabiber ve kırmızı biberle hazırlanır. Büryan tavuk, soğan, salça ve pirinçle yapılır. Sıkma köfte soğan, kıyma, pirinç ve domatesle hazırlanır. Çerkez tavuğu tavuk göğsü, ceviz ve kırmızı biberle yapılır. Izgara köfte kıyma, bayat ekmek, soğan, tuz ve zeytinyağıyla yapılır. Köbete tavuk, soğan, sıvıyağ, un, yoğurt, yumurta, karbonat ve salçayla hazırlanır. Damat paçası ise tavuk göğsü, yoğurt, sarımsak, yumurta sarısı, yufka ve sirkeyle yapılır.

Sebze yemekleri:

Taze bakla yemeği öne çıkar; soğan, zeytinyağı, şeker, tuz ve sarımsaklı yoğurtla hazırlanır. Bakla pava taze iç bakla, limon ve zeytinyağıyla yapılır. Terbiyeli pırasa pırasa, limon ve yumurta sarısıyla hazırlanır. Pirinçli pırasa pırasa, pirinç ve limonla yapılır. Kapuska lahana turşusu, zeytinyağı ve turşu suyuyla hazırlanır. Kara kabak yemeği siyah kabak, soğan, kırmızı biber ve şekerle yapılır. Kabak mücver kabak içi, sarımsaklı yoğurt, yumurta ve tuzla hazırlanır. Ispanak köftesi soğan, ıspanak, yumurta, tuz ve karabiberle yapılır. Ispanak kapama soğan, ıspanak, yumurta ve karabiberle hazırlanır. Silkme patlıcan soğan, patlıcan, domates ve yeşil biberle yapılır. İmambayıldı patlıcan, soğan, domates, yeşil biber ve tuzla hazırlanır. Kabak yemeği beyaz kabak, tuz, şeker ve cevizle yapılır. Mamzana ise patlıcan, yeşil biber, domates ve sarımsakla hazırlanır.

Hamur işleri:

Kandilli mantı tavuk ciğeri, soğan, pirinç ve mantı hamuruyla yapılır. Bulgurlu kol böreği yumurta, bulgur ve peynirle hazırlanır. Tatar böreği un, su, tuz, tereyağı ve sarımsaklı yoğurtla yapılır. Kuskus yumurta, irmik, un, su ve tuzla yapılır. Kabak böreği kara kabak, soğan, yumurta ve karabiberle hazırlanır. Su böreği yufka, sıcak su ve koyun peyniriyle yapılır. Çiğ börek un, su, tuz, soğan ve karabiberle hazırlanır.

Reçeller:

Patlıcan reçeli patlıcan, kireç kaymağı su ve şerbetle yapılır. Ayva reçeli ayva, kireç kaymağı suyu ve şerbetle hazırlanır. Piravuşta eriği reçeli küçük sarı erik ve şekerle yapılır. Kızılcık reçeli kırmızı küçük oval meyvelerden hazırlanır. Vişne reçeli vişne ve şekerle yapılır.

Tatlılar ve helvalar:

Un helvası tereyağı, un, bal veya pekmezle yapılır. Gaziler helvası irmik, süt, şeker ve fıstıkla hazırlanır. Peynir helvası taze peynir, un, yumurta ve şekerle yapılır. Zerde pirinç, şeker, zerdeçal ve safranla hazırlanır. Aşure buğday, nohut, kuru meyveler ve gülsuyuyla yapılır. Şekerpare un, tereyağı, yumurta, yoğurt, badem ve

şerbetle hazırlanır. Revani yumurta, irmik ve şerbetle yapılır. Acıbadem kurabiyesi badem, pudra şekeri ve yumurta akıyla hazırlanır.

Şerbetler:

Hardaliye üzüm çeşitleri ve hardalla yapılır. Üzüm şırası kırmızı üzümden hazırlanır. Loğusa şerbeti şeker, tarçın ve karanfille yapılır. Nar şerbeti nar, şeker ve suyla hazırlanır. Gül şerbeti gül yaprakları ve şekerle yapılır. Kızılcık şurubu kızılcık, su ve şekerle hazırlanır.

Turşular:

Patlıcan turşusu patlıcan, domates, biber ve kerevizle yapılır. Sütlü turşu dolmalık biber, peynir ve sütle hazırlanır. Lahana turşusu lahana, kaya tuzu ve suyla yapılır. Ahlat turşusu yabani armut, tuzlu su ve hardalla hazırlanır. Sirkeli turşu yeşil biber, su, sarımsak, sirke ve maydanozla yapılır (Kızıldemir,2020).

Edirne mutfağında öne çıkan diğer gıdalar, coğrafi işaretli ürünler ve hediyeleşme maksatlı üretimlerde ise; Edirne peyniri, Edirne ciğeri, Keşan satır et, İpsala pirinci, gaziler helvası, ciğer sarma, kapama, akıtma, zerde, deva-i misk, kavala kurabiyesi ve kuskus yer almaktadır.

Edirne Peyniri:

Edirne beyaz peynirinin üretiminde, yerel mandıralardan elde edilen süt önce 70°C'de kaynatılır. Kaynatıldıktan sonra süt 30°C'ye soğutulur ve ardından fermentasyon başlar. Maya yaklaşık 1,5 saat içinde olgunlaşır. Daha sonra peynir mayası, süzme işlemi için Çendere adı verilen bezlere yerleştirilir. Bu aşamadan sonra peynir tuzlu suya batırılır, kalıplanır ve teneke kutularda saklanır. 48 saat sonra ikinci bir tuzlama işlemi uygulanır, presleme işlemi tamamlanır ve peynir buzluğa aktarılır.

Buzhanede olgunlaşma süresi boyunca Edirne beyaz peyniri kendine özgü lezzetini geliştirir ve 45 gün sonra tüketime hazır hale gelir. Kültürel ve gastronomik önemi nedeniyle Edirne peyniri, Edirne Ticaret ve Sanayi Odası tarafından yapılan coğrafi işaret başvurusu üzerine 2007 yılında Türk Patent Enstitüsü tarafından resmi olarak tescil edilmiştir (Göynüşen, 2011: s.21; Hastaoğlu,2021; Hayaloğlu, 2008; Saygılı, 2020).

Edirne Ciğeri:

Edirne Tava Ciğeri hakkında sıkça tereddütler mevcuttur. Osmanlı dönemi araştırmalarında ciğer ilk kez XIX. Yüzyıl'da yemek ve sofra adabı üzerine yazılmış yemek kitaplarında ciğer tava olarak yer almıştır (Bozacı, 2024). Üretim teknikleri

farklılık göstersede geçmişten gelen bilgi günümüzde tava ciğeri edirne bölgesi ve civarları için meşhur hale getirmiştir.

Ciğerin hazırlanması, zarlarının çıkarılması ve damarların temizlenmesiyle başlar ve ardından ince parçalara bölünür. Daha sonra karaciğer bol su ile iyice yıkanır ve fazla sıvı boşaltılır. Dilimler un serpilmiş bir tepsiye yerleştirilir ve eşit bir kaplama sağlamak için karıştırılır. Bu arada yağ ısıtılır ve uygun kızartma koşullarının sağlanması için karaciğer parçaları iki veya üçer birer yavaş yavaş eklenir. Bir-iki dakika piştikten sonra dilimler delikli bir kepçe yardımıyla alınır. Bu aşamada karaciğer tamamen hazırlanarak servise hazır hale gelir ("Edirne.com.tr/place/edirne-tava-cigeri/33", 2025).

Keşan Satır Et:

Keşan satır etinin belirleyici özelliği, etin mercimek büyüklüğünde ince ince doğranarak hazırlanmasında yatmaktadır. Bu işlem sırasında sadece tuz kullanılır ve herhangi bir katkı maddesi kullanılmaz. Bu doğal yaklaşım Keşan Satır Et'i diğer benzer ürünlerden ayıran en önemli özelliktir ("Edirne.com.tr/place/satir-et/43", 2025).

İpsala Pirinci:

Edirne'nin İpsala ovasındaki çeltik tarlalarında yetiştirilen pirinç, iri taneli, mat görünümüyle öne çıkıyor. Bu çeşidin ayırt edici bir özelliği, deniz havası ve tuzlu toprak koşullarının etkisine atfedilen bir kalite olan, tanelerinin camsı dokusudur. İpsala pirinci bu eşsiz özelliğinden dolayı piyasada oldukça değerlenmekte ve mutfak uygulamalarında yaygın olarak tercih edilmektedir. Bölgesel önemi nedeniyle İpsala pirincine 2012 yılında coğrafi işaret statüsü verilmiştir ("Edirne.com.tr/place/ipsala-pirinci/41", 2025).

Gaziler Helvası:

Edirne'de askerler sefere giderken helva ile uğurlanmakta, seferden döndüklerinde helva eşliğinde karşılanmaktaydı. Gaziler helvası sadece orduda değil, aynı zamanda arkadaş toplantısı olarak bilinen "helva sohbetlerinde" servis edilen geleneksel sohbet tatlısı haline gelmiştir. Mahmud Nedim'e göre helvanın içerisinde fındık, badem, fıstık veya şam fıstığı konulsa da daha çok sadesi hazırlanmaktadır. Badem konmasının amacı ise miyanenin gelip gelmemesini daha rahat anlamaktı (Mary Işın, 2019: 153). Helvanın ayırt edici özelliği ise şerbetinde bal kullanılmasıdır ("Edirne.com.tr/place/gaziler-helvasi/58", 2025).

Ciğer Sarma:

Edirne'de ciğer sarma hazırlama geleneği çok eskilere dayanmaktadır. Özellikle hayvanların buzağılama mevsimine denk gelen, doğanın uyanışını simgeleyen Hıdrellez Şenliği ile ilişkilendirilir. Bölgede yaygın olarak tüketilen ciğer dolması, soğan, pirinç, kuş üzümü, maydanoz, nane, dereotu, yer fıstığı, tuz ve çeşitli baharatların bir araya getirilmesiyle hazırlanıyor. Karışım daha sonra kuzu karnına (yörede kuzu gömleği olarak bilinir) sarılarak fırında pişirilir ve ortaya Edirne'nin en farklı lezzetlerinden biri çıkar ("Edirne.com.tr/place/ciger-sarma/49", 2025).

Cıllık tatlısı:

Cıllık tatlısı Trakya bölgesinde genelde karşımıza çıka bir tatlıdır (Şimşek, 2020). Türkiyede ermenek, bursa gibi şehirler hakkında yapılmış araştırmalarda da söz varlığı olarak yapılan araştırmalarda kelime olarak ve tatlı adı olarak yer almıştır (Gürgentepe, 2019).

Kapama:

Kapama, tavuk, av eti veya kuzu etiyle hazırlanan geleneksel bir pilav yemeğidir. Adı, fırın tepsisinin üzerine bir kapağın yerleştirildiği ve odun koru ile kaplandığı, yemeğin hem üstten hem de alttan eşit şekilde pişmesini sağlayan eski bir pişirme tekniğinden gelmektedir. Bu ayırt edici yöntem Kapama teriminin ortaya çıkmasına neden oldu.

Balkan mutfağının bir parçası olarak geniş kitlelerce tanınan Kapama, Trakya'ya Balkanlar'dan, özellikle Edirne ve Kırklareli illerinden gelmiştir. Tanımlayıcı özelliği, pişirme işlemi sırasında eklenen karabiberin kullanılması ve onu diğer pilav çeşitlerinden ayıran eşsiz bir lezzet katmasıdır (Trakya turizm rotası, 2017; "edirne.com.tr/place/kapama/56", 2025).

Akıtma:

Rumeli'de akıtma, Anadolu'da ise cizlama olarak bilinen bu geleneksel hamur, Edirne mutfağında önemli bir yere sahiptir. Un, süt ve ekşi mayanın bir araya getirilerek bozaya benzer bir karışım elde edilmesiyle hazırlanır. Daha sonra hamur, kepçe yardımıyla ısıtılmış tavaya (sac) dökülerek pişirilir. Açık pembe bir renk aldığında tavadan alınır ve üzerine tereyağı sürülür. Tercihe ve porsiyon büyüklüğüne göre yemeği sade olarak ya da bal, peynir gibi katkılarla zenginleştirerek tüketebilirsiniz. Basit ama lezzetli hazırlanışı bölgenin kalıcı mutfak geleneklerini yansıtıyor (Gizerler, 2004, s. 76).

Zerde:

Geleneksel olarak düğünlerde ve diğer özel günlerde et ve pilavın yanında servis edilen bu pirinç bazlı tatlı, zerdeçal ve safrandan elde edilen canlı sarı rengiyle öne çıkar. Başlangıçta yas yemeği olarak ortaya çıksa da, kısa sürede Osmanlı kültüründe bayram ve kutsal günlerin meşhur lezzeti haline geldi. Büyük bir keyifle tüketilen bu yemek, genellikle sünnet törenlerinde, ramazan aylarında, düğünlerde, zafer kutlamalarında, cuma günleri ve dini bayramlarda hazırlanırdı (Mary Işın, 2019, s. 281).

Deva-i Misk:

Geleneksel bir şekerleme olan misk-i amber, yenibahar, tarçın, karanfil, zencefil gibi hoş kokulu baharatların eklenmesiyle hazırlanır. Her derde deva sayılan bu hoş kokulu helva, Edirne'de Osmanlı sarayının bulunduğu dönemde padişah kızına şifa olarak üretiliyordu. Yüzyıllar boyunca dayanılarak günümüzde de yapılmaya devam etmektedir. Ayrıca Edirneli pehlivanların geleneksel olarak tükettiği temel gıda maddelerinden biri olarak kültürel öneme sahiptir (Gönenç Güler, 2007, s. 93).

Kuskus:

Bu ürün un, yumurta ve irmik kullanılarak hazırlanır. İşlem yumurta sarısı, süt ve tuzun karıştırılmasıyla başlar. İrmik, buğday ununun ilave edildiği ahşap tahta tekneye (kuskus teknesi) konur. Daha sonra hazırlanan sıvı karışımın bir kısmı irmik ve unun üzerine dökülür. Malzemelerin elle birbirine sürtülmesiyle irmik taneleri unla kaplanır ve küçük yuvarlak parçalar oluşur (Çakır, 2017, s. 197).

Kavala kurabiyesi:

Edirne bademli kurabiyesi, yaygın adıyla Kavala kurabiyesi, kentin gastronomik kimliğine önemli katkı sağlayan bir lezzettir. Her ne kadar Yunanistan'ın Kavala şehrinde tescillenmiş olsa da, bu durum şehrin Osmanlı coğrafyasının bir parçası olmasıyla açıklanabilir. Osmanlı saray mutfağında Türk ustalarca hazırlanan bu kurabiye, mübadelelerle birlikte farklı coğrafyalara taşınmış ve yeni kültürel sahiplenişler kazanmıştır. Günümüzde Edirne'den günübirlik turlarla gelen Yunan turistlerin en fazla satın aldığı ürün olması, kurabiyenin uluslararası düzeydeki cazibesini göstermektedir ("Edirne.com.tr/place/edirne-kurabiyesi/21", 2025)

Kurabiyenin temel malzemesi olan badem, Edirne ve çevresinde yaygın olarak yetişmekte ve yöresel mutfakta önemli bir yere sahiptir. Hediyelik olarak iki farklı formda üretilmektedir: Kavala'da tescillenmiş ay şeklindeki kurabiyeler ve Türkiye'de

yaygın olan lokmalık küp formundaki çeşitler. Edirne'nin çarşılarında ve hediyelik eşya dükkânlarında kolaylıkla bulunabilen bu kurabiye, kentin gastronomi turizmi açısından öne çıkan ve tanınırlığını artıran bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Bu hususa ispat niteliğinde: Melceü't-Tabbâhîn (Osmanlıca: ملجأ الطباخين), Türkçe karşılığıyla Aşçıların Sığınağı, Osmanlı döneminde yazılmış ilk basılı yemek kitabıdır. Eserin yazarı Mekteb-i Tıbbiye-i Adliye-i Şâhâne hocalarından Mehmed Kâmil'dir. Kitap 1844 yılında yayımlanmış olup dili Osmanlıcadır. Bu kitabın " On ikinci Fasıl-Kahveden önce yenecek tatlılar ve içecekler: Kahveden önce tenavül olunacak hulviyyat ve meşhur olan şuruplar ve bunlara müteallik bazı nesneleri beyan eder". Bu fasıl 20 farklı tarifi içermektedir. Ayva murabba'ı, Gülbeşeker şemsiyesi, Rahatü'l hulkum, Badem kurabiyesi, Menekşe şurubu, Kaba koruk tatlısı, Sirkencebin bu kısımda öne çıkan tariflerdendir (Kamil,1844; Tek, 2014). şeklindeki. badem kurabiyesi tarifi ve kitabın yayınlandığı 1844 yılına dikat çekmek istemektedir.

Ayrıca Edirne ili ve ilçelerine ait diğer gastronomik ürünler:

- Mahmutköy Kuru Fasulyesi
- Erişte
- Tarhana
- Siğilli Bamya
- Meriç Kara Kavunu
- Meriç Yer Fıstığı
- Yer Fıstığı Ezmesi
- Karaağaç Cevizi
- Karaağaç Biberi
- Badem
- Karaçalı Balı
- Süt Reçeli dir. Bu ürünler Edirne Valiliği tarafından desteklenen kooperatifler aracılığıyla Edirne Merkezi ve İlçelerinde üretilmektedir. **Kaynak:** Edirne Yöresel ve Doğal Lezzetler. (2025). Erişim adresi: https://www.edirne.com.tr/flavors/dogal-lezzetler/2

1.3.6. Gastronomi şehri olma uyum süreci ve Edirne'de gastronomi deneyimi

Genel çerçevede Edirne'deki bu kurumsal yapıların ulusal ve uluslararası protokoller aracılığıyla oluşturduğu stratejik ortaklıklar, hem yerel kalkınma vizyonunun güçlenmesine hem de küresel kalkınma hedeflerine uyum sürecinin derinleşmesine olanak tanımaktadır. Bu çok düzeyli işbirlikleri, Edirne'yi sınır kenti olmasının ötesinde, bölgesel işbirliği ve sürdürülebilirlikte model olabilecek bir yapı haline getirmektedir. Ayrıca Edirnede uluslarası bağlantılar ve protokoller kapsamında Edirne, tarihi ve kültürel birikimiyle dikkat çeken bir bölge olup ulusal ve uluslararası düzeyde birçok önemli ödüle sahiptir. Bu mirasların başında, UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne 2011 yılında kabul edilen Selimiye Camii ve Külliyesi gelir. Mimar Sinan'ın "ustalık eserim" dediği Selimiye Camii, hem mimari hem de sanatsal açıdan klasik dönem Osmanlı yapıtlarının zirvesini temsileder.

Edirne Valiliği ise İl Özel İdaresi ve bağlı kurumları aracılığıyla sürdürülebilir kalkınma hedeflerini yerel planlara entegre etmiştir. Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'ndan (SKA) 11'i doğrudan İl Özel İdaresi Stratejik Planı'na dâhil edilmiş; Edirne Belediyesi de kendi stratejik planında 15 hedef ve 201 göstergeyle bu amaçlara yönelik performans izleme sistemleri kurmuştur.

Bunun yanında, Edirne'de UNESCO'nun Geçici Miras Listesi'nde yer alan önemli kültürel değerler de bulunmaktadır. Bunlar arasında Edirne Sarayı (Saray-ı Cedide-i Amire), Kırkpınar Yağlı Güreşleri Geleneği, Edirne'nin tarihi köprüleri ve kervansarayları, ayrıca Kakava-Hıdırellez Şenlikleri gibi somut olmayan kültürel miras öğeleri yer almaktadır. Bu unsurlar, Edirne'nin çok katmanlı tarihini ve kültürel çeşitliliğini yansıtmaktadır. Unutulmamalıdır ki, Edirne'deki II. Bayezid Külliyesi, içindeki Sağlık Müzesi ile uluslararası alanda ödüller kazanmıştır. Külliye, 2004 yılında Avrupa Kültürel Mirası için verilen Europa Nostra Ödülü'ne yaraşır görülmüş; ayrıca 2006 yılında ICOM tarafından en başarılı sağlık temalı müzelerden biri olarak onursal ödülle takdir edilmiştir. Bu yapı, Osmanlı döneminin sağlık anlayışını yaşatan ve müzecilik açısından örnek gösterilen önemli bir merkezdir. 2024 yılında başlayan Edirne Sarayı'nın gün yüzüne çıkarılması ve ihyası milli saraylar tarafından yapılmaktadır. Büyük bir kısmı biten sarayda ilk ayakta olan eser Topkapı Sarayındaki gibi çok bacası olan her yerden görünen saray mutfağıdır.

Edirne'de turizm, tarihle girift olmuş ve Avrupa ile Asya'nın birleştiği noktada önemli bir konuma sahip olan Edirne, turizm gelişiminin çok yönlü dinamikleri ve kültürel miras, ekonomik büyüme ve bölgesel kimlikle olan karmaşık etkileşimi konusunda ikna edici bir örnek çalışma sunmaktadır (Boyacıoğlu, 2014). 92 yıl boyunca Osmanlı İmparatorluğu'nun eski başkenti olan Edirne, çeşitli etnik ve dini etkilerden örülmüş benzersiz bir kültürel dokuya sahiptir ve tarihi ve kültürel varlıklarını turizm tekliflerinin temel taşı haline getirmektedir (Er ve Bardakoğlu, 2016). Şehrin turizm potansiyeli, yalnızca Osmanlı ihtişamını değil aynı zamanda Bizans ve diğer kültürel izlerin katmanlarını da yansıtan zengin mimari mirasıyla önemli ölçüde artmaktadır (Kafesçioğlu, 2010).

Edirne etnik unsurların etkisi, sahip olduğu avantajlarla turizmde önde gelen şehirlerden biri haline gelmektedir (Sözal ve Güler, 2020). Edirne'nin bir diğer tarihi ve gastronomik özelliği de mevlevi ve yahudi mutfaklarıdır. Gastronomik zenginlik için bu öenm taşımaktadır. Günümüzde Edirne de halk tarafından yapılan, lokantalarda bulunabilecek ve protokol yemeklerinde sıkça sunulan Helva-yi Hakani bir Mevlevi tatlısıdır. Ali Eşref Dede Efendi Edirne Mevlevi Dergahı'nın postnişlerin den biri olarak bizzat kendi kaleminden çıkan eserde Ciger Çorbası, Çömlek Kebabı, Terkib-i Nuriye, Pelteşin, Pırasa Böreği, Süt Böreği, Kavun Dolması, Şam Fıstığı Hoşabı, Kalbuni Pilavı gibi tarifler yer almaktadır (Halıcı, 1993).

Yahudilikte yemek kültürle özdeşleşmiş hayatın tamamen bir parçası olarak yer almaktadır. Yahudilikte gastronomik anlamda kültürel ve inanışsal olgular din'in belirleyici unsurlarından gelmektedir. Türk ve Yahudi halkların birbirleriyle olan etkileşimi göç olgusunun incelenmesiyle başlar fakat söz konusu konu Edirne de yemek kültürü ve Yahudi halk olunca Kübra Yıldırım ve Zuhal Demir'in ''Edirne Yahudilerinin yemek adlarında "borekita" olarak sözcüğün yer alması bu yemek adının komşu kültürleri etkilediğini ve bu kültürün içinde kendine yer bulduğunu bize gösterir''. ifadesi önemlidir (Er, Bardakoğlu, 2016; Yıldırım, Demir, 2023).

Edirne'de gümrük ve ulaşım alt yapısı, Türkiye'nin Avrupa'ya açılan kapısı konumundadır ve bu özelliği sayesinde hem ekonomik hem de turistik açıdan stratejik bir rol üstlenmektedir. 2024 Kasım ayı itibarıyla Edirne ili sınırları içerisinde toplam 8 adet gümrük kapısı bulunmaktadır. Bunların 4'ü kara yolu, 2'si demir yolu ve 2'si deniz yolu bağlantısı sunmaktadır. Aynı yıl içerisinde bu kapılar aracılığıyla Türkiye'ye 4.494.679 kişi giriş yapmıştır. Bu yüksek geçiş hacmi, Edirne'nin yalnızca

bir sınır ili değil, aynı zamanda uluslararası ulaşım ve turizm açısından da bir merkez olduğunu göstermektedir (“Edirne.ktb.gov.tr/TR-76391/sinir-kapilarimiz.html”, 2025; Edirne.ktb.gov.tr/TR-293881/istatistikler.html; “Ticaret.gov.tr/istatistikler”, 2025;).

Kara yolu sınır kapıları arasında en yoğun kullanılan nokta, Kapıkule Sınır Kapısıdır. Bulgaristan’a açılan bu kapı, Avrupa ile kara bağlantısı sağlayan en büyük geçiş noktası olup özellikle tır ve yük taşımacılığında ön plana çıkmaktadır. Kapıkule aynı zamanda yolcu geçişlerinde de önemli bir konuma sahiptir. Pazarkule Sınır Kapısı, yine Bulgaristan’a komşu olup Edirne şehir merkezine oldukça yakın bir konumda yer almaktadır. Modernize edilmiş yapısı sayesinde özellikle bireysel yolcu geçişlerinde artış göstermektedir. Yunanistan ile kara bağlantısı sağlayan İpsala Sınır Kapısı, tarım ürünleri ve gıda taşımacılığı açısından stratejik bir işlev görmektedir. Aynı zamanda yolcu geçişlerinde de aktif bir noktadır. Hamzabeyli Sınır Kapısı ise daha çok yük taşımacılığına yönelik olarak kullanılmakta olup lojistik sektörüne hizmet etmektedir. Bu dört kara kapısının tamamı daimi statüde olup hem ticari hem turistik geçişler için yıl boyunca açıktır (“Edirne.ktb.gov.tr/TR-76391/sinir-kapilarimiz.html”, 2025)

Demir yolu ulaşımı açısından Edirne, demir yolu ulaşımı açısından da önemli bir geçiş güzergâhıdır. Kapıkule Demiryolu Hattı üzerinden Bulgaristan’a, Uzunköprü Demiryolu Hattı üzerinden ise Yunanistan’a ulaşım sağlanmaktadır. Bu hatlar hem yük taşımacılığı hem de yolcu taşımacılığı açısından aktiftir. Özellikle Avrupalı turistlerin trenle Türkiye’ye girişlerinde Edirne, ilk temas noktası olmaktadır.

Deniz yolu gümrük kapıları ise gelişmekte olan bir alanı temsil etmektedir. Özellikle Enez ilçesi, bu bağlamda dikkat çekmektedir. Enez Deniz Gümrük Kapısı için rıhtım inşaatı tamamlanmış olup üstyapı çalışmalarının devam ettiği bildirilmektedir. Bu limanın aktif hâle getirilmesiyle birlikte Saros Körfezi üzerinden uluslararası deniz turizmi ve ticareti canlandırılacaktır. Ayrıca, Enez’den Yunanistan’ın Dedeağaç (Alexandroupoli) kentine yönelik feribot seferleri planlanmakta olup, bu seferler için kısmi gümrük altyapısı kurulmuş durumdadır. Bu sınır kapıları yalnızca Edirne ekonomisi için değil, aynı zamanda Türkiye’nin Avrupa’ya açılan yüzü olarak ülke turizmine büyük katkı sağlamaktadır. Özellikle Kapıkule ve Pazarkule gibi yüksek geçiş hacmine sahip noktalar, hem bireysel turistlerin hem de grup halinde gelen turların ilk giriş kapısı olmaktadır. Demiryolu ve

denizyolu ulaşımının da gelişmesiyle birlikte Edirne, çok modlu uluslararası turizm ağının önemli bir durağı hâline gelmektedir.

Sonuç olarak, Edirne ili sınır kapılarıyla sadece bir transit geçiş noktası olmanın ötesine geçmiş, kültürel mirası ve altyapısıyla gelen ziyaretçileri şehir merkezinde konaklamaya ve kültürel deneyime yönlendirebilecek kapasiteye ulaşmıştır. Bu durum, ilin turizm potansiyelini artırmakta ve sınır geçişlerinin doğrudan ekonomik katkıya dönüşmesini mümkün kılmaktadır.

Edirne İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden elde edilen resmi veriler göre Edirne ili, 2025 yılı itibarıyla sahip olduğu turizm altyapısıyla bölgesel düzeyde önemli bir turizm potansiyeline sahiptir. Ocak 2025 verilerine göre, il genelinde toplam 179 konaklama tesisi faaliyet göstermektedir. Bu tesislerden 59'u Turizm İşletme Belgeli, 2'si Kısmi Turizm İşletme Belgeli, 118'i ise Basit Konaklama Turizm İşletme Belgeli statüsündedir. Toplamda 6.722 oda ve 14.373 yatak kapasitesi ile Edirne, yerli ve yabancı turistlere konaklama hizmeti sunmaktadır. Konaklama tesislerinin dışında, Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan belgeli farklı işletmeler de hizmet vermektedir. Bu kapsamda, 6 adet plaj işletmesi (1'i Enez'de, 5'i Keşan'da), 4 adet gastronomi tesisi (tamamı Edirne Merkez'de), 1 adet müstakil eğlence tesisi, 3 günübirlik gezi teknesi, 4 sualtı sporları işletmesi ve 1 su üstü sporları işletmesi aktif durumdadır. Ayrıca, kentte faaliyet gösteren 39 seyahat acentesi bulunmaktadır.

Sınır kapıları bakımından stratejik bir konumda bulunan Edirne'de, 2024 Kasım ayı itibarıyla toplam 8 gümrük kapısı mevcuttur. Bunların 4'ü kara yolu, 2'si demir yolu, 2'si ise deniz yolu bağlantısı sunmaktadır. 2024 yılı içinde Edirne üzerinden Türkiye'ye giriş yapan kişi sayısı 4.494.679 olarak kaydedilmiştir ("Edirne.ktb.gov.tr", 2025).

Konaklama tesislerine ilişkin ziyaret verilerine bakıldığında, 2024 yılı boyunca Edirne'deki tesislere 617.895 kişi geliş yapmış, konaklamalı ziyaretçi sayısı ise 1.177.345 kişi olarak gerçekleşmiştir. Bu rakamlar, ilin turizm altyapısının aktif biçimde kullanıldığını ve ziyaretçi trafiğinin oldukça yüksek olduğunu göstermektedir (Edirne İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2025).

Yukarda bahsedilen gümrük kapıları ve bu kapılardan kabul edilen yakın komşu ülke ziyaretleri şehri hareketlendirirken Edirne'de bulunan tarihi, kültürel ve doğal zenginlikler de buna eklenince söz konusu Edirne'de bulunan turist sayılarını artırmaktadır. Çeşitli etkinlik dönemlerinde alternatif konaklama hizmetlerine ihtiyaç olduğu gözlemlenmiştir. Çünkü yoğun şehir ziyaretleri ile Edirne adeta bölgenin ve

Balkanlar'ın cazibe merkezi olma hedefindedir. Edirne'de turizmi tanıtma ve geliştirme yol haritasının ve Edirne ili turizm master planı 2022 – 2030'un vurgusu Edirne'nin marka şehir olması hususudur. Tematik rotalar çalışmasına önem atfeden turizm yol haritası gelecekte Edirne: gastronomi, kültür, doğa, spor, sağlık ve gençlik turizmine odaklı olacak şekilde planlanacak ve ziyaretçilere bütüncül bir deneyim sunacak şekilde planlanmıştır. Bu geniş perspektifli planlar Edirne'nin gastronomi şehri olabilmesinin yolunu açacaktır. Aynı şekilde gastronomi şehri olabilmenin bir diğer gereklerinden biri de şehrin halkıyla ve yerli, yabancı misafirleriyle birlikte yaşaması, hayatın akışında insanlara değer vermesi ve etkinliklerle dinamik olması gerekmektedir (Edirne İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2025).

Şehirde bulunan Trakya Üniversitesi ili ve ilçelerini sarıp sarmalamaktadır. Şehir ve üniversite uzun zamandır iç içe olabilmek için çaba sarf ederek her türlü alanda ortalama yılda 150 ve üzeri etkinliği işbirliği ile gerçekleştirmektedir. Haricen T.Ü. öğrencilerinin eğitim öğretim dönemlerinde yıllık 300'e yakın etkinlik yaptığı da kayıtlara geçmiştir. Bu etkinlikler kültürel, sanatsal, sportif, bilimsel ve benzeri alanlarda gerçekleşen etkinliklerdir (T.C. Trakya Üniversitesi Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Birimi, 2025).

Şehir için ihtiyaç olan, halkın ve tüm turistlerin isteyerek katıldıkları diğer etkinliklerden bazıları eğlenceler, festivaller, konserler, önemli gün kutlamaları şeklinde sıralanabilir. Hemen hemen Edirne'de tüm kutlama ve şenlikler gastronomi unsurlarına yer verilmeden neredeyse kutlanmamaktadır ("Basin.trakya.edu.tr", 2025; Edirne İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2025; "Sks.trakya.edu.tr", 2025).

Şehrin sınır şehri olarak stratejik konumu ve Kırkpınar Yağlı Güreş Festivali'ne ev sahipliği yapması, ona belirgin bir karakter ve özgünlük kazandırıyor (Erdoğan ve Kuter, 2010). Haricen Edirne ili ve ilçelerinde şehre özgü çok yönlü festivaller, eğlenceler, etkinlikler yapılamaktadır. Bunların en uzun yıllardır yapılanlarının başlıcaları Tablo 9'da sıralanmıştır. Edirne ilinde düzenlenen kültürel etkinlikler, geleneksel spor karşılaşmaları ve festivaller, bölgenin sosyal ve kültürel dokusunun sürekliliğini akademik bir perspektifle yansıtmaktadır.

Yağlı güreş geleneği, özellikle Edirne Kırkpınar Yağlı Güreşleri, M.Ö. 2650'lere kadar uzanan kökenleriyle dünya üzerindeki bilinen en eski spor organizasyonlarından birini temsil eder. Osmanlı döneminde olgunlaşan bu etkinlik, her yıl Haziran sonu – Temmuz başında Sarayiçi Er Meydanı'nda gerçekleştirilmektedir. Pehlivanlar geleneksel kıspet içindeki mücadelelerinde yağlanarak yarışmakta ve başpehlivanlık,

turnuvanın en prestijli unvanıdır. Bu etkinlik, yalnızca sportif bir karşılaşma olarak değil, aynı zamanda toplumsal kimlik ve kültürel hafıza açısından da büyük öneme sahiptir (“Edirne.com.tr/edirne-nin-degerleri/kirkpinar-yagli-guresleri”,2025).

Kakava ve Hıdırellez şölenleri, Edirne’de Roman topluluklarının geleneksel kültürünü temsil eden önemli bahar ritüelleridir. Her yıl 5–6 Mayıs tarihlerinde gerçekleştirilen etkinlikler, suya atlama, ateş yakma gibi ritüellerle doğanın yenilenmesini ve sosyal dayanışmayı sembolize ederken Edirne için önemli olan kuzu çevirme seremonisi de etkinlik sahasında yapılmaktadır (Kesici, 2020; Sol, 2010).

Uluslararası Edirne Bando ve Ciğer Festivali, üç gün süren coşkusuyla Edirne’ye özgü tava ciğerini ve bando müziğini bir araya getirmektedir. Etkinlik süresince yerli ve yabancı bando ekipleri sahne alır, kentte gastronomi ve kültürel diplomasi açısından etkileşim gelişmektedir (“edirne.com.tr/place/uluslararasi-edirne-bando-ve-ciger-festivali/217”, 2025).

Enez'de gerçekleştirilen Ulusal Bisiklet Festivali, dokuzuncusu yapılan organizasyonda katılımcılara Enez'in doğal ve tarihi rotaları keşfetme fırsatı sunmaktadır. Festival kapsamında Gala Gölü, tarihi Enez Kalesi, antik kalıntılar ve doğal parkurlarında toplu sürüşler ve kültürel tanıtımlar düzenlenmektedir (Enez Kaymakamlığı, 2025).

Trakya Müzik Festivali, Saros Körfezi kıyısında düzenlenmektedir. Alternatif, rock, pop ve elektronik müzik gruplarının performans sergilediği, kamp imkânlarının sunulduğu dört günlük etkinlik, bölgeye kültürel ve sosyoekonomik dinamizm kazandırmaktadır (Keşan Kaymakamlığı, 2025).

Uluslararası Tarihi Uzunköprü Festivali, hem yerel hem uluslararası katılımcılara açık kültürel, sanatsal ve sportif etkinliklerle Uluslararası İşbirliği kapsamında düzenlenmektedir. Festival, tarihi taş köprü çevresinde yürüyüşler, konserler, sempozyumlar ve sergileri içermektedir (Uzunköprü Kaymakamlığı, 2025).

Saros Körfezi Dağ Bisikleti Festivali, Keşan Doğa, Çevre ve Kültür Derneği’nin ev sahipliğinde yapılan organizasyonda katılımcılar Saros’un doğa parkurlarında yarışırlar. Bu etkinlik doğa sporları turizmi ve çevre bilincine katkı sunmaktadır (Keşan Kaymakamlığı, 2025).

Edirne Karaağaç Kabak Festivali, yerel tarımsal değeri olan kestane-sakız bal kabağına odaklanan gastronomik etkinliktir. Yöresel yemek yarışmaları, tanıtımlar, sanatsal etkinlikler ile kırsal turizmi desteklemektedir (Edirne İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2025).

İpsala Çeltik Festivali, pirinç yetiştiriciliğinin ekonomik ve kültürel önemine dikkat çekmektedir. Tarımsal üretim süreci, geleneksel yöntemler, kültürel ritüeller ve sergiler festival kapsamında yer almakta, yerel üreticiye görünürlük kazandırmaktadır.

Topraktan Sofraya Gastronomi Festivali, Edirne'nin zengin gastronomik mirasını bir araya getirmektedir. İki yıldır yapılan bu etkinlik yöresel yemeklerin tanıtımı, şef sunumları, tadım ve atölyeler aracılığıyla hem turizme katkı sağlar hem de kırsal kalkınmaya destek vermektedir (Edirne İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2025).

Tablo 9'da Edirne'de gerçekleştirilen etkinlikler ve festivaller sıralanmıştır. Sonuç olarak bu etkinlikler ve festivaller kültürel sürekliliği korumanın yanı sıra ekonomik, turistik ve sosyal yenilenme süreçlerine önemli katkılar sunmakta; kent kimliğinin hem ulusal hem de uluslararası düzeyde görünürlüğünü artırırken son yıllarda gastronomiye olan ilginin artmasıyla gastronomik anlamda gelişmeler kaydetmiştir. **Kaynak:** Edirne Belediyesi Kültür Şube Müdürlüğü (2025).

Tablo 9. Edirne festivalleri

Sıra	Festival Adı
1	664. Kırkpınar Yağlı Güreşleri Festivali
2	Kakava-Hıdırellez Şenlikleri
3	11. Uluslararası Edirne Bando ve Ciğer Festivali
4	Enez Ulusal Bisiklet Festivali
5	8.Trakya Müzik Festivali
6	Uluslararası Tarihi Uzunköprü Kültür ve Sanat Festivali
7	13.Saros Körfezi Dağ Bisikleti Festivali
8	Karaağaç Kabak Festivali
9	24.İpsala Çeltik Festivali
10	2.Topraktan Sofraya Gastronomi Festivali
11	25.Tarım Aletleri ve Hayvancılık Fest
12	25.İpsala Tarım Fuarı Yöresel Ürünler
13	Enez Av ve Balık Festivali

Kaynak: Edirne Belediyesi Kültür Şube Müdürlüğü (2025). Bilgiler alınarak tablo yazar tarafından oluşturulmuştur.

Saros Körfezi'nde bulunan bazı ilçelerin Edirne'ye bağlı olması sebebiyle bu bölgelerde yaz dönemi turistik hareketlilikte yoğun gözlemlenmektedir.

Saros Körfezi'nin yazlık alanları Edirne il sınırları içinde iki ana ilçededir:

- **Keşan kıyıları**: Sazlıdere, Gökçetepe, Mecidiye, Erikli, Danişment, Yayla gibi yerleşim yerlerinde sayfiye konutları, pansiyonlar, oteller yer almaktadır
- **Enez kıyıları**: Enez merkez ile Sultaniçe, Gülçavuş, Vakıf, Karaincirli, Büyükevren gibi sahil beldeleri yaz dönemlerinde yoğun talep görmektedir

Trakya Bölgesi Turizm Master Planı kapsamında hazırlanan "*Saros Körfezi MasterPlanı"* doğal, tarihi ve kültürel varlıkları analiz ederek Kuzey Saros'un destinasyon rekabet gücünü artırmayı hedeflemektedir. Çalışmada sürdürülebilir turizm kapsamında Ekoturizm, dalış, su sporları ile yörelere özgü kültürel etkinlikler ön plana çıkarılmaktadır (Edirne İl Turizm Master Planı 2022-2030, 2022).

Turizm açısından Saros Körfezi, temiz denizi ve doğallığı ile dikkat çekmektedir. Dalış, rüzgâr sörfü, balıkçılık gibi su sporları bölgeye yönlendirilmektedir. Bölge, yüksek oksijen seviyesi ve akıntılar sayesinde "kendi kendini temizleyen" körfezlerden biri olarak tanımlanmaktadır. (Edirne Valiliği Kültür Yayınları – İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü (2024), *Saros Körfezi Master Planı, 2024*).

Bu özellikler, hem turistik değer yaratmakta hem de su güvenliği ile balık stoklarını desteklemektedir. Ekonomik açıdan; konaklama, lokantacılık, eğlence ve su turizmi işletmeleri sayesinde yaz sezonunda bölge ekonomisine önemli katkı sağlanmaktadır. Keşan'da 9 turizm belgeli tesis, Enez'de ise daha küçük çaplı pansiyon ve oteller faaldir.

Deniz temizliği açısından körfez, akıntılarla doğal yoldan temizlenme özelliğine sahiptir. Ayrıca 144 balık türü, 78 deniz bitkisi ve 34 sünger türü yaşamaktadır. Bu biyolojik çeşitlilik, deniz florası ve faunasına duyulan önem ile dalış turizmini desteklemektedir (Dalyan, 2015).

Yerel balık çeşitleri arasında özellikle Akya, İstavrit, Lüfer, Levrek, Çipura, Sardalya, Palamut gibi türler yaygındır. Ayrıca körfez, sualtı tarih müzesi ve yapay resif projeleriyle deniz ekosistemini korumayı hedefleyen çalışmalara ve balık popülasyonunu artırmaya yönelik modellere ev sahipliği yapmaktadır. Tablo10 incelendiğinde Saros Körfezi balık çeşitliliği gözlemlenmektedir.

Tablo 10. Saros körfezi balıkları yerel ve genel adları

Mercan	Eşkina	Lipsos	Rina	Dövmeli Vatoz	Patlakgöz Lagos	Camgöz Köpek
Sinarit	Granyoz	İskorpit	Öksüz Kırlangıç	Vatoz	Barracuda	Pamuk Köpek
İşkadroz	Mırmır	Trakonya	Kırlangıç	Elektrikli Vatoz	İskarmoz	Hamsi
İspari	Barbun	Pisi	Horozbina	Lüfer	Karabina	İzmarit
Karakuyruk Karagöz	Tekir	Kalkan	Kolyoz	Palamut	İstakoz	Menekşe
Sivriburun Karagöz	Akya	Dil	Uskumru	Orkinos	Böcek	Mavi Köpek
Sargos	Çıplak	Çipura	Zargana	Kılıç	Palaska	Yazılı Orkinos
Baltabaş Karagöz	Kefal	Levrek	Orfoz	Sardalya	Gümüş	Hani

Kaynak: Saros Körfezinde uzun yıllır amatör belgeli balıkçılık yapan Mustafa İşçimen'den derlenen bilgiler ile araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

1.3.7.Basında Edirne gastronomisi

Edirne'de gastronominin gelişmekte ve ilerlemekte olduğunu ispatlar nitelikte son beş yıl içerisinde farklı haber ajanslarında ortalama elli ayrı haber başlığı atıldığı ve Edirne gastronomi unsurlarının bu yolla da duyurulduğu tespit edilmiştir. Edirne son yıllarda gastronomi alanında önemli organizasyonlara ev sahipliği yapmakta, geleneksel lezzetlerini hem ulusal hem de uluslararası düzeyde tanıtmaktadır. Bu kapsamda düzenlenen etkinliklerden biri olan *"Festival yemek tanıtımı ve ikramlarla devam ediyor"* başlıklı programda, Osmanlı Saray Mutfağına ait zirva ve kaşık helvası gibi geleneksel lezzetler ziyaretçilere sunulmuştur. Bölgenin yeni tatları da gelişmektedir. *"Trakya'nın yeni lezzeti: Edirne kebabı"* başlığıyla gündeme gelen ve coğrafi işaretli yöresel ürünlerle hazırlanan bu yeni kebap çeşidi, Edirne mutfağına yenilikçi bir katkı sunmaktadır. *"Edirne'nin ev sahipliğindeki Gastronomi Festivali başladı"* başlıklı haber, şehrin yöresel lezzetlerini festival kapsamında tanıtma çabasını gözler önüne sermektedir. Festivalin içeriği, geleneksel yemeklerin sergilenmesi, tadım etkinlikleri ve atölye çalışmalarıyla zenginleştirilmiştir. Bir başka dikkat çeken proje ise, *"Edirne'de köy köy gezilerek gün yüzüne çıkarılan yemekler lokantalarda 'Edirne menüsü' adı altında sunulacak"* başlıklı çalışmadır. Bu projede 58 şef tarafından köylerde derlenen 101 geleneksel tarif, yerel restoran menülerine bütünleşmiş edilerek halkla buluşturulmuştur. "*EDİRNE'de, 'Topraktan Sofraya Edirne Gastronomi Festivali' başladı"* başlığı, Trakya'nın farklı mutfak öğelerinin tanıtıldığı ve gastronomik

mirasın sahnelendiği bir başka önemli etkinliği temsil etmektedir. Aynı etkinlik, *"Topraktan Sofraya Edirne Gastronomi Festivali"* başlığıyla da haberlerde geniş yer bulmuş ve atölyeler ile geleneksel üretim tekniklerinin sergilenmesine olanak tanımıştır. *"Trakya Distrikt, 'Topraktan Sofraya Edirne 'Festivalinde şefler ve Balkan tatlarını paylaştı"* başlıklı haber, bölgedeki Balkan göçmen mutfağının Edirne gastronomisine etkisini gündeme taşımaktadır. Son olarak, Edirne'de öğrencilerin aktif katılım gösterdiği etkinliklerden biri olan *"Edirne'de Türk Mutfağı Haftasında Yöresel Lezzet 'Cıllık' tadımı yapıldı"* başlıklı programda, yerel tarifler genç kuşaklara aktarılmıştır. Bu etkinliklerle eş zamanlı olarak duyurulan *"Edirne'de gastronomi festivali 1 Kasım'da başlayacak"* başlıklı haber, şehrin yıl içinde düzenlediği gastronomik takvimin önemini göstermektedir. Edirne ilinin gastronomi temasında basında yer alan bazı haberler Tablo11'de gibidir.

Tablo 11. Haber ajanslarında Edirne

Yılı	Yayın kurumu	Tür	İçerik	Kaynak
2025	TRT Haber	Kültür-sanat	Edirne Gastronomi Festivali 25-28 Eylül'de Söğütlük Millet Bahçesi'nde düzenlenecek.	https://www.trthaber.com/haber/kultur-sanat/edirne-gastronomi-festivali-25-eylulde-baslayacak-920608.html
2025	Hürriyet	Kültür-sanat - festiva	Edirne'deki gastronomi festivalinde İpsala pirincinden 6 ton pilav pişirilecek	https://www.hurriyet.com.tr/yerel-haberler/edirne/edirnedeki-gastronomi-festivalinde-ipsala-piri-42960719
2025	DHA	Kültür-sanat	Edirne Gastronomi Akademi, lezzet tadımı ve yemek yarışmalarıyla açıldı	https://www.dha.com.tr/yerel-haberler/edirne/edirne-gastronomi-akademi-lezzet-tadimi-ve-yem-2646043
2025	Hürriyet	Kültür-sanat	Edirne Valisi Sezer lezzet ustası şefleri kabul etti	https://www.hurriyet.com.tr/yerel-haberler/edirne/edirne-valisi-sezer-lezzet-ustasi-sefleri-kabul-42970541
2025	TRT Haber	Kültür-sanat - spor	664. Tarihi Kırkpınar Yağlı Güreşleri başladı	https://www.trthaber.com/foto-galeri/664-tarihi-kirkpinar-yagli-guresleri-basladi/72459.html
2025	Edirne - Sonhaber	Gastrono mi-eğitim	Edirne'de genç aşçılar bıçak ustalığını öğrendi	https://edirnesonhaber.com/edirnede-genc-ascilar-bicak-ustaligini-ogrendi/167926
2025	Edirne - Sonhaber	Gastrono mi-eğitim	Saros Gastronomi Merkezi törenle açıldı	https://edirnesonhaber.com/saros-gastronomi-merkezi-torenle-acildi/167634

2025	Edirne - Sonhaber	Gastronomi- lezzet	Trakya'nın yeni lezzeti: Edirne kebabı	https://edirnesonhaber.com/trakyanin-yeni-lezzeti-edirne-kebabi/155605
2025	Haberler.com	Ticaret	Edirne'de Yöresel Lezzetler Arttırılıyor	https://www.haberler.com/amp/edirne-de-yoresel-lezzetler-arttiriliyor-19250362-haberi/
2025	Edirne Haber	Kültür-sanat - festiva	Koledafest 2025 11 Ocak Cumartesi Başlıyor	https://www.edirnehaber.org/koledafest-2025-11-ocak-cumartesi-basliyor/60695/
2025	Edirne Haber	Kültür-sanat	Edirne Caz Festivali 19-20 Eylül'de müzikseverlerle buluşacak	https://www.edirnehaber.org/edirne-caz-festivali-19-20-eylul-de-muzikseverlerle-bulusacak/63904/
2025	Haberler.com	Ticaret-eğitim	Edirne ve Burgaz Arasında Gastronomi Eğitimi İçin İş Birliği	https://www.haberler.com/yerel/edirne-ve-burgaz-arasinda-gastronomi-egitimi-icin-is-birligi-19202697-haberi/
2025	Gündem Edirne	Kültür-sanat - festiva	Edirne'nin İpsala ilçesinde düzenlenen Çeltik Festivali ve Tarım Fuarı'nda Simge Sağın sahne aldı.	https://www.gundemedirne.com/simge-sagin-ipsala-da-konser-verdi/26520/
2025	keşanonline	Kültür-sanat - festiva	Keşan'da 12.doçek dağ bisikleti festivali	https://kesanonline.com/kesanda-zorlu-kosullara-ragmen-12-docek-dag-bisikleti-festivali-gerceklestirildi/
2025	keşanonline	Kültür-sanat - festiva	Meriç'in coğrafi işaretli yer fıstığına ilk festival	https://kesanonline.com/mericin-cografi-isaretli-yer-fistigina-ilk-festival/
2024	Edirne haber	Kültür-sanat	Edirne, Türkiye'nin Gastronomi haritasında yerini aldı	https://www.edirnehaber.org/edirne-turkiye-nin-gastronomi-haritasinda-yerini-aldi/60132/
2024	Edirne haber	Gastronomi - eğitim	Edirne Gastronomi Festivali'nde Liseler Arası Ciğer Sarma Yarışması	https://www.haberler.com/kultur-sanat/edirne-gastronomi-festivali-nde-liseler-arasi-ciger-sarma-yarismasi-18002908-haberi/
2024	24saatgazetesi	Kültür-sanat	Edirne'de Osmanlı saray lezzetleri kitapları tanıtıldı	https://www.24saatgazetesi.com/edirnede-osmanli-saray-lezzetleri-kitaplari-tanitildi
2024	Haber Türk	Kültür – Turizm	Edirne'deki tarihi Osmanlı çeşmeleri restore edilerek suya kavuşturulacak	https://www.haberturk.com/edirne-haberleri/33973702-edirnedeki-tarihi-osmanli-cesmeleri-restore-edilerek-suya-kavusturulacak
2024	Yeşilyurt gazetesi	Kültür-sanat spor festiva	Enez 2.ulusal bisiklet festivali	https://www.yesilyurtgazete.com/agustos-a-veda-eylul-e-merhaba-2-enez-ulusal-bisiklet-festivali-renkli-goruntulerle-sona-erdi/98269/
2023	Edirne sonhaber	Kültür-sanat	İmaret Müzesi'ne ödül	https://edirnesonhaber.com/imaret-muzesine-odul/104106
2023	Edirne Tv	Kültür-sanat	Edirne'de 'ilk adım çöreği'	https://www.edirnetv.com/edirne/edirnede-ilk-adim-coregi-ritueli-gerceklestirildi/#google_vignette

			ritüeli gerçekleştirildi	
2023	BBC	Kültür-sanat	Bocuk Gecesi: Komşuların korkutulduğu Balkan geleneği	https://www.bbc.com/turkce/articles/c51g1z04g0po
2023	TRT Haber	Kültür-sanat - festiva	Edirne' deki festivalde 1 tondan fazla tava ciğeri dağıtılacak	https://www.trthaber.com/haber/kultur-sanat/edirnedeki-festivalde-1-tondan-fazla-tava-cigeri-dagitilacak-800934.html
2022	NTV	Gastronomi - lezzet	Edirne'nin sokak lezzeti 'tencere köfte' Türk Mutfağı Haftası'nda	https://www.ntv.com.tr/galeri/n-life/n-lezzetler/edirnenin-sokak-lezzeti-tencere-kofte-turk-mutfagi-haftasinda,ccgVCSD_n0-fUG8a90IANQ
2022	Haberler.com	Gastronomi - lezzet	Edirne'yi turlayan turistler, saray mutfağına hayran kaldı	https://www.haberler.com/turkiye-ye-gemi-seyahatiyle-gelen-aralarinda-abd-li-ingiliz-ve-kanadalilarin-b-15219839-haberi/
2021	NTV	Kültür-sanat	Gastronomi turizminde ciğerin adresleri: Edirne, Şanlıurfa, Adana, Diyarbakır	https://www.ntv.com.tr/galeri/yasam/gastronomi-turizminde-cigerin-adresleri-edirne-sanliurfa-adana-diyarbakir,2mz43ZP_DE-88j1YxbZAiQ
2021	TRT Haber	Kültür-sanat	Edirne'de vatandaşlar festivale kabak tatlısı ikramıyla davet edildi	https://www.trthaber.com/haber/guncel/edirnede-vatandaslar-festivale-kabak-tatlisi-ikramiyla-davet-edildi-616742.html
2021	Edirnehaber	Kültür-sanat	Necmi İğe Etnografya Müzesi Nisan'da açılacak	https://www.edirnehaber.org/necmi-ige-etnografya-muzesi-nisanda-acilacak/44109/
2021	TRT Haber	Kültür-sanat - festiva	Edirne Kahve ve Çikolata Festivali başladı	https://www.trthaber.com/foto-galeri/edirne-kahve-ve-cikolata-festivali-basladi/40902.html
2021	DHA	Kültür-sanat	Edirne'nin ödüllü müzesinde, 5 asırlık 'imaret' geleneği	https://www.dha.com.tr/gundem/edirnenin-odullu-muzesinde-5-asirlik-imaret-gelenegi-1858987
2020	NTV	Gastronomi - lezzet	Edirne'nin meşhur tava ciğeri UNESCO yolcusu	https://www.ntv.com.tr/sanat/edirnenin-meshur-tava-cigeri-unesco-yolcusu,WgAG98Oo60aisTWDB0LaKA
2019	NTV	Kültür-sanat - festiva	Trakya Müzik Festivali başlıyor	https://www.ntv.com.tr/sanat/trakya-muzik-festivali-basliyor,WiQ3xjWtGkKSVfWRDehk8Q
2017	Edirne Tv	Kültür-sanat	Türk ve yunan yemekleri aynı sofrada buluştu	https://www.edirnetv.com/edirne/kultur-sanat/turk-ve-yunan-yemekleri-ayni-sofrada-bulustu/#google_vignette
2017	Milliyet Sanat	Kültür-sanat - festiva	Enez sahiline müzik festivali geliyor	https://www.milliyetsanat.com/haberler/muzik/enez-sahiline-muzik-festivali-geliyor/11838
2017	Vira haber	Kültür-sanat - festiva	Enez Av ve Balık Festivali'nde renkli görüntüler Kaynak: Enez	https://www.virahaber.com/enez-av-ve-balik-festivalinde-renkli-goruntuler-45028h.htm

			Av ve Balık Festivali'nde renkli görüntüler	
2017	Medya Keşan	Kültür-sanat	23. Enez Av ve Balık Festivali başladı	https://www.medyakesan.com.tr/23-enez-av-ve-balik-festivali-basladi
2016	Edirne Bel	Kültür-sanat - festiva	Bando ve ciğer festivali	https://www.edirne.bel.tr/gundem/haberdetay?haberid=2bd8d5e9-f768-4ab2-9e6c-9fc41a080a29
2014	Haberler.com	Kültür-sanat	Trakya Yemekleri Edirne'de Yarıştı	https://www.haberler.com/guncel/trakya-yemekleri-edirne-de-yaristi-6167962-haberi/

Kaynak: Haber ajanslarında Edirne. (2025). Erişim adresi: https://www.google.com/ adresinden bilgi alınarak araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

İKİNCİ BÖLÜM

METODOLOJİ

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın problemi, amaç ve kapsamı, önemi, evren ve örneklemi, veri toplama aracı, yöntem ve analizi, geçerlik ve güvenirliği, varsayımları, sınırlılıkları, literatür çalışması ele alınmıştır.

2.1. Araştırmanın Problemi

Gastronomide sürdürülebilir kalkınma prensiplerinin uygulanabilirliği sektörel düzeyde olduğu gibi bölgesel ölçekte de aynı öneme sahiptir. Bölgesel ekonomide pay sahibi gastronomi, turizm sektörünün de gelişmesinde destekçidir. Bunlarla birlikte kültürel kimliğin korunarak aktarılmasına katkı sağlamkatdır. Bundan dolayı sürdürülebilir gastronomi, yöresel turizm ürünlerinin sürdürülebilir şekilde oluşmasında önemli bir öğe kabul edilir (Scarpato, 2002).

Yaratıcı Şehirler Ağı, UNESCO'nun dikkat çeken projelerinden biridir. Ağ, sürdürülebilir kalkınmayı destekleyerek yaratıcılığı ve kültürel hayatın benimsenmesini özendirmeyi hedeflemektedir. Kentlerin kültürel kıymetlerini global çapta gözönüne sererken, aynı vizyon paydasında buluşan şehirlerin iş birlikteliği ve ortaklık fırsatlarına bu ağ imkan sunmaktadır Yaratıcı Şehirler Ağı çerçevesinde saptanan uzmanlık alanlarından birini gastronomi oluşturmaktadır. Gastronomi, rafine yemek sunumlarının yanı sıra gıdaya ile ilgili bilgi, kültür ve toplumsal pratikleri içine alan oldukça geniş bir alan şeklinde betimlinmektedir (UNESCO, 2008; Pearson ve Pearson, 2017).

Bu bağlamda, iktisadi, çevresel ve sosyal ölçütleri kapsayan sürdürülebilirlik kriterlerinin UNESCO gastronomi temalı şehirlerde bütüncül bir biçimde değerlendirildiği görülmektedir. Literatürdeki bu eksiklik, Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na "Gastronomi Kenti" olarak katılım potansiyelinin incelenmesini gerekli kılmaktadır. Tarihsel birikimi, köklü yemek kültürü, zengin gıda kaynakları, canlı pazarları ve gastronomiyi destekleyen işletmeleriyle Edirne, bu sürece aday olabilecek güçlü bir altyapıya sahiptir. Son yıllarda sürdürülebilirlik çalışmaları ve uluslararası protokollerde öne çıkması, Edirne'nin bu alanda dikkate değer bir aday olarak değerlendirilmesini mümkün kılmaktadır.

Dolayısıyla bu tez çalışmasının temel problemi, Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında gastronomi şehri olma potansiyelinin olup olmadığı ve bu

potansiyelin nasıl hayata geçirilebileceğidir. Bu doğrultuda araştırmada yanıtı aranan sorular şunlardır:

1. Edirne, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Programı Gastronomi teması için gerekli altyapıya sahip midir?
2. Edirne, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Programı Gastronomi temasındaki kriterleri karşılamakta mıdır?
3. Edirne, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Programı Gastronomi temasında hangi kriterler açısından desteklenmelidir?
4. Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Programı Gastronomi Şehri olma potansiyeli nedir?
5. Edirne'nin gastronomi şehri olarak yer alabilmesi için hazırlanacak dosyaya katkı sağlayan paydaşların farkındalık ve konuya hâkimiyet düzeyleri nedir?
6. Edirne'nin gastronomi şehri olma potansiyeli doğrultusunda bir model önerisi geliştirilebilir mi?
7. Sunulacak model önerisi, gastronomi şehri olmaya aday diğer şehirler için örnek teşkil edebilir mi?
8. Model önerisinin web tabanlı entegrasyonu sağlanabilir mi?

Bu sorulara verilecek yanıtlar, Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na gastronomi temasıyla katılım sürecine ışık tutacak; aynı zamanda sürdürülebilir gastronomi ve bölgesel kalkınma literatürüne özgün bir katkı sağlayacaktır.

2.2. Araştırmanın Amaç ve Kapsamı

Kültürel ve sürdürülebilir kentsel gelişimi hedefleyen şehirlerin ortak hareket ettiği evrensel şehirler ağı olan UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında Edirne ili gelecekte gastronomi kenti şehirlerinden biri olma potansiyeli yüksektir. Bu hedef doğrultusunda çalışma, gastronomi kapsamında Edirne ilinin gücünü ortaya çıkarmak, gastronomik yol haritasını geliştirmek, alanda yapılan faaliyetlere gerekli alt yapı farkındalığı oluşturmak ve ilgili paydaşların görüşlerini tespit ederek ileriye yönelik önerilerle model önerisi sunmaktadır.

Edirne'nin, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı içinde ve küresel olarak itibarını ve görünürlüğünü arttırabilmek hedefinde gerçekleştirilen bu çalışmanın ana amacı, Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında Edirne'nin gastronomi şehri olma potansiyelinin incelenmesi ve bu kapsamda bir model önerisi oluşturulmasıdır. Edirne,

Türkiye'nin batı sınırıda yer alan illerimizden biridir. Edirne'nin yemek kültürü ile ilgi yapılan faaliyetler ve araştırmalar son yıllarda sayıca artış göstermektedir. Bu çalışmada, Edirne'nin gastronomik kültür çeşitliliği ve farklılığının ortaya konması, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na dahil olabilme kabiliyetinin bir yansıması olarak kabul edilebilir. Edirne Belediyesinin, gastronomi alanında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na dâhil olmak için resmi başvuruda bulunması ya da başvurabilmesi için gerek ve yeter koşulların sağlanıp sağlanamadığı araştırma kapsamında ortaya konmaktadır. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na dahil olması durumunda Edirne'nin gastronomi turizm potansiyelinin artacağı ve Edirne'yi daha fazla turistin ziyaret edeceği düşünülmektedir. Bu kapsamda oluşturulan model önerisi, Edirne'yi gastronomi şehri yapma yolunda baştan sona stratejik yol haritası belirleyecek klavuz niteliği taşıyacaktır.

2.3. Araştırmanın Önemi

Gastronomi, kültürel mirasın korunması ve ekonomik kalkınmanın önemli bir unsuru haline gelmiş; turizmde yalnızca deniz-kum-güneş ekseninden ziyade yeni lezzet arayışlarının ön plana çıkmasıyla gastronomi turizmi küresel ölçekte popülerlik kazanmıştır (Giritlioğlu & Öksüz, 2016, s.270; Zengin & Gürkan, 2019, s.228). Ülkelerin kendine özgü mutfak kültürleri, farklı tekniklerle hazırlanan yemekleri ve özgün sunum biçimleri turistler için cazip bir ziyaret nedeni haline gelmiştir (Güzel & Apaydın, 2016, s.396). Bu bağlamda Edirne, stratejik konumu, Osmanlı saray mutfağı mirası ve yöresel ürünleriyle (ciğer, peynir, köfte, badem ezmesi, satır et, İpsala pirinci vb.) gastronomi turizmi açısından öne çıkan bir destinasyondur.

UNESCO, 2004 yılında yaratıcılık ve kültürel endüstrileri yerel kalkınma planı çerçevesinde desteklemek amacıyla Yaratıcı Şehirler Ağı'nı (UCCN) başlatmıştır (Duran & Meydan Uygur, 2021). Bu ağ, yaratıcılığı sürdürülebilir kalkınmanın stratejik bir unsuru olarak kabul eden şehirler arasında uluslararası iş birliğini güçlendirmeyi, kültürel endüstrileri ve yaratıcılığı teşvik eden ortaklıklar kurmayı, kültürel yaşama katılımı artırmayı ve kültürü kentsel kalkınma planlarına entegre etmeyi amaçlamaktadır. Ağın hedefleri arasında kültürel faaliyetlerin üretim ve yayılımını desteklemek, yenilik merkezleri kurmak, kültürel yaşama erişimi artırmak ve özellikle savunmasız grupların kültürel mal ve hizmetlerden yararlanmasını iyileştirmek yer almaktadır ("Unesco.org.tr", 2025). Ayrıca eylem alanları; deneyim

ve bilgi paylaşımı, kamu-özel sektör ve sivil toplum iş birlikleri, mesleki ve sanatsal değişim programları, araştırmalar ve değerlendirmeler, sürdürülebilir kentsel gelişim politikaları ile iletişim ve farkındalık faaliyetlerini kapsamaktadır ("Unesco.org/en/creative-cities/mission?hub=80094", 2025).

Bütünlük içinde bu çalışmanın önemi: alan yazına katkı sağlayacak olması, literatürde Edirne gastronomisiyle ilgili geniş saha çalışması bulgularıyla destek vermesi, akademik bilgi ile sektörel uygulamaların birleştirilmesi ve uyglanabilirlik konusunda katkı sağlıyor olması, Edirne'ye gastronomik ve turistik açıdan yol gösterici niteliği taşımasıdır. Ayrıca çalışma, bölgesel, ulusal ve uluslararası ölçekte kullanılabilecek bir model önerisi sunarak karar vericilere ve politika yapıcılara yol haritası çıkarmalarına yardımcıdır. Ek olarak dijital altyapı ve raporlama imkânlarıyla desteklenen bu çalışma, Edirne'nin gastronomi turizmi alanında sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmasına katkı sağlayacaktır.

2.4. Araştırmanın Varsayımları

Araştırma kapsamında, anket ve yüzyüze gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla, yerel paydaşlardan elde edilen verilerin objektif ortamda, nesnel ve samimi bir biçimde yanıtlandığı varsayılmıştır. Araştırmanın temel varsayımlarından bir diğeri çalışmanın amacına uygun bir biçimde verilerin toplandığıdır. Anket formunun amacına uygun olarak doldurulduğu varsayılmaktadır. Görüşüne başvurulan katılımcıların Edirne'nin gastronomi paydaşlarını temsil ettikleri bir diğer varsayımdır. Bu durumun araştırmanın amacına uygun sonuçlara ulaşılması için yeterli olduğu kabul edilmiştir. Araştımacının gereken yeterliliğe sahip olduğu düşünülmektedir.

2.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Edirne'nin gastronomik çeşitliliğinin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Programı kapsamında incelenerek gastronomi teması açısından programa katılma potansiyelinin değerlendirildiği bu araştırmanın bazı kısıtlılıları bulunmaktadır. Bunlar;

- Tez çalışmasının kapsamı, konusu ile sınırlandırılmıştır.
- Bu araştırmanın evreni sadece Edirne ilinde faaliyet gösteren, araştırma için izin verilen T.C. Edirne Valiliği, T.C. Edine Belediyesi, T.C. Trakya

Üniversitesine bağlı idari birimleri ve T.C. Edirne Valiliğine bağlı üretim ve kadın Kooperatifleri ile sınırlandırılmıştır.

- UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Programı kapsamında araştırmalar yaparken çalışma sadece gastronomi şehri teması konunsunu incelemiştir. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Programı kapsamında diğer temalar kapsam dışında tutulmuştur.
- Araştırmada Edirne'nin gastronomik çeşitliliğini ölçebilmek için kurum ve kuruluşlarda görev yapan paydaşlar ile anket ve görüşmeler yapılmıştır; Katılımcılara 300 adet anket ulaştırılmış bunlardan 263'üne dönüş alınmıştır.
- Literatürde mevcut çalışmalardan yararlanılarak görüşme formu hazırlanmış, Çalışma kapsamında 17 paydaşla yarı yapılandırılmış görüşme yapılmıştır. Paydaş görüşleri alınırken 17 paydaşın en az 7 yıl sektörel deneyime sahip olması gözetilerek 7 yıl dan az çalışan paydaşlar dahil edilmemiştir.
- T.C. Edirne Valiliği, T.C. Edine Belediyesi ve T.C. Trakya Üniversitesine bağlı idari birimleri içerisinde dönemsel faaliyet gösteren paydaşlar göz önünde bulundurulmamıştır.
- Çalışmamız süresi ile sınırlı olmasından ötürü elde edilen bulgular çalışma süresi ile sınırlandırılmıştır. Anketin ve görüşmelerin uygulandığı belli zaman dilimi Şubat 2025-Mayıs 2025'tir. Çalışmanın zaman ve maddi olanakları olarak kabul edilmiştir.
- Yapılan çalışmada yüz yüze yarı yapılandırılmış mülakat ve anket ile ortaya çıkardığımız sonuçlar ve buna bağlı yaptığımız tüm öneriler elde ettiğimiz veriler ile sınrlıdır.

2.6. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Yapılan çalışmanın evreni, Edirne şehrinin gastronomi sektöründeki paydaşlarıdır. Bu paydaşlar Edirne Valiliği, Edirne Belediyesi, Trakya Üniversitesi, Edirne İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Edirne Gıda Kontrol Laboratuvarı, Trakya Tarımsal Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, Trakya Kalkınma Ajansı, Edirne Valiliği Kadın Üretim Kooperatifleri kurum ve kuruluşlarından oluşmaktadır. Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı bağlamında kültür, gastronomi, turizm, kalkınma, kültürel miras ve yerel ekonomi alanlarında faaliyet gösteren paydaş kurumlar ve bu kurumlarda görev yapan uzman, yönetici ve profesyonel çalışanlar evrenin birimleridir. Evren birimlerinden turizm ve gastronomi sektörü ile kadın

kooperatiflerinde çalışan sayısı dönemsellik gösterdiğinden evren birim sayısının değişkenlik gösterdiği belirlenmiştir. Edirne Valiliği resmi verilerine göre gastronomi ve yiyecek-içecek alanıyla iş birliği içinde çalışan kurumların personel sayıları 500-600 kişiden ouşmaktadır. Bu kurumlarda doğrudan gastronomi alanıyla ilgili çalışanlar azaldığı gibi dolayısıyla belirlenen bu tema kapsamında Edirne iline dair karar verici paydaş sayısı çok daha kısıtlıdır. Bilimsel literatürde sınırlı evrenler için en sık kullanılan iki yöntem Yamane (1967) ve Krejcie ve Morgan (1970) yaklaşımlarıdır. Evreni temsil edebilecek örneklem büyüklüğünü tespit edebilmek için Yamane (1967) tarafından sosyal bilimler için geliştirilmiş olan örneklem hesaplama formülü tercih edildiğinde (Yamane Formülü : $n = \frac{N}{1+N.e^2}$), (e = 0.05) %5 hata payı ve 600 kişilik bir evren (N = 600) için gereken minimum örneklem sayısı 240'tır. Krejcie & Morgan Tablosu'na göre 600 kişilik bir evren için temsil gücü yüksek minimum örneklem sayısı 234 olarak belirlenmiştir (Krejcie ve Morgan, 1970).

Araştırmanın örneklemi ise, evrende yer alan kurum ve kuruluşlarda görev yapan çalışanlar arasından amaçlı örnekleme yöntemi ile seçilen ve araştırmaya gönüllü olarak katılacak 300 kişiden oluşmaktadır. Hedeflenen 300 sayısı, bu bilimsel alt sınırların (234-240) üzerindedir. Bu durum, araştırmanın standart bir çalışmadan daha yüksek bir güven düzeyine sahip olduğunu kanıtlar. Yamane formülü üzerinden bir ters hesaplama yapıldığında; 600 kişilik bir evrende 300 katılımcı seçmek, kabul edilen %5'lik hata payını yaklaşık %4 seviyesine indirmektedir. Sosyal bilimlerde hata payının %5'ten %4'e düşürülmesi, bulguların kesinliğini ve "örnekleme hatasını" (sampling error) minimize etmenin matematiksel göstergesidir. Comrey ve Lee (1992) ile Tabachnick ve Fidell (1996) tarafından literatüre kazandırılan ölçeğe göre; 300 katılımcı sayısı "İyi" (Good) derecesindeki örneklem büyüklüğü eşiğidir.

Evrenin dönemsellik (periodicity) nedeniyle 500-600 kişiyle sınırlı olması, bu "ulaşılabilir evrenin" (accessible population) yarısına ulaşılmıştır. Karasar (2017) ve Yıldırım ve Şimşek (2013), evrenin tamamına ulaşılamadığı durumlarda, imkânlar dâhilinde en yüksek temsil oranının hedeflenmesi gerektiğini savunmaktadır. 600 kişilik bir gruptan 300 kişinin seçilmesi %50'lik bir örnekleme oranı demektir. Dönemsellikten kaynaklanan örüntü risklerini (periodicity bias) azaltmak için, mevcut kütlenin yarısını kapsayan geniş bir amaçlı örneklem seçmek, tesadüfi hataları normalize eder ve dönemsel varyasyonların tamamını yakalanmasını sağlar.

Amaçlı örnekleme yönteminde, örneklemin seçimi rastgele değil, araştırmacının önceden belirlediği belirli kriterler veya amaçlar doğrultusunda, yargısal bir yaklaşımla yapılır. Geleneksel yaklaşımlar genellikle Patton'ın amaçlı örnekleme tanımlarına dayansa da modern metodoloji literatürü; Maxwell, Creswell, Teddlie, Yu, Saunders ve Cohen gibi araştırmacıların katkılarıyla daha geniş bir perspektife kavuşmuştur. Maxwell (1997), amaçlı örneklemeyi, belirli ortamların, kişilerin veya olayların, diğer seçeneklerle elde edilemeyecek kadar kritik ve zengin bilgiyi sağlayabilmeleri amacıyla kasıtlı olarak seçildiği bir süreç olarak tanımlar. Burada temel hareket noktası, rastgelelik değil, "bilgi zenginliği" (information-richness) ilkesidir. Teddlie ve Yu (2007), amaçlı örnekleme tekniklerini sosyal ve davranışsal bilimlerde kullanılan dört temel kategoriden biri olarak sınıflandırır. Bu perspektife göre amaçlı örnekleme, birimlerin rastgele seçilmesinden ziyade araştırmanın sorularına yanıt verebilecek özel amaçlar doğrultusunda seçilmesini ifade eder. Bu süreçte araştırmacı, kendi uzmanlık ve yargısını kullanarak fenomen hakkında en derin anlayışı sunabilecek vakaları "elle seçer". Cohen, Manion ve Morrison (2018), bu durumu araştırmacının katılımcıların tipikliğine veya sahip oldukları özel özelliklere dair öznel yargısı olarak nitelendirir.

Amaçlı örnekleme, sadece küçük örneklemlerle sınırlı bir yöntem değildir. Aksine, büyük ölçekli araştırmalarda da belirli kriterlere uyan katılımcıların sistematik bir şekilde dahil edilmesi için kullanılır. Creswell ve Poth (2018), veri toplama sürecinde amaçlı örneklemenin, araştırmacının çalışma alanına olan erişimini ve katılımcılarla kurduğu raportu (rapport) doğrudan etkilediğini vurgular. Bu bağlamda, amaçlı seçim süreci araştırmanın inandırıcılığını (credibility) ve aktarılabilirliğini (transferability) artıran bir mekanizma olarak işlev görür.

Genellikle nitel araştırmalarda veya kilit paydaşların (key informants) veya spesifik uzmanlık gerektiren durumların incelendiği nicel araştırmalarda kullanılır. Amaç, derinlemesine bir anlayış geliştirmek ve bilgi açısından zengin bir örneklem elde etmektir. Olasılıklı örneklemede olduğu gibi, evreni genelleme amacı gütmez veya evrenin her biriminin eşit seçilme şansını sağlamaz. Bu nedenle sonuçların genellenebilirliği (external validity) düşüktür.

Amaçlı örnekleme, özellikle Michael Quinn Patton'un nitel araştırma yöntemleri üzerine yaptığı çalışmalarda detaylıca ele alınmıştır ve çeşitli türleri (stratejileri)

bulunmaktadır. Patton'a (1987) göre amaçlı örnekleme yönteminin yaygın türlerinden bazıları şunlardır:

1. Aykırı veya Aşırı Durum Örneklemesi: Başarısı en yüksek ve en düşük olan gibi uç durumların veya aykırı değerlerin seçilmesi.
2. Maksimum Çeşitlilik Örneklemesi: Küçük bir örneklemde, çalışılan problemle ilgili olabilecek bireylerin çeşitliliğini maksimum düzeyde yansıtacak bir seçimin yapılması.
3. Benzeşik Örnekleme: Araştırma problemiyle ilgili olarak, evrende yer alan küçük ve aynı özellikleri paylaşan (homojen) bir alt grubun tanımlanması.
4. Tipik Durum Örneklemesi: Evreni temsil eden, en tipik ve ortalama durumların seçilmesi.

Örnekleme mantığının temelini, evreni en iyi biçimde temsilde ve bir takım istatistiksel hesaplamaların yapılmasında yeterli, mümkün olan en az birimli örneklem oluşturmaktadır. Bu sebeple örneklem büyüklüğü hesaplarında, bu özellik dikkate alınmaktadır. Sürekli değişkenlerle gerçekleştirilen çalışmalarda örneklem büyüklüğü hesabında kullanılan formül $n_o = \left[\frac{s.t}{d}\right]^2$'dir. Formüldeki sembollerden, $n_o$örneklem büyüklüğünü, t belirli anlamlılık düzeyinde t tablosundaki değeri, s evrenin standart sapmasını, d kabul edilebilir hata payını ifade etmektedir (Baştürk, vd.,2013).

Araştırmanın nicel kısmı için örneklem büyüklüğünün istatistiksel olarak yeterli olup olmadığını belirlemek amacıyla %95 güven düzeyi ve ±%5 hata payı esas alınmıştır. Sınırlı evren düzeltmesi formülü ile yapılan hesaplamalar sonucunda 225 kişilik örneklemin araştırma evrenini istatistiksel olarak temsil ettiği belirlenmiştir. Sonsuz evren varsayımı altında %95 güven düzeyi ve ±5 hata payı ile örneklem büyüklüğü aşağıdaki formülle hesaplanır:

$$n = \frac{\mathrm{Z}^2 \times \mathrm{p}(1-\mathrm{p})}{d^2} = \frac{1{,}96^2 0{,}50(1-0{,}50)}{0{,}05^2} = 384$$

Burada:

Z = 1,96 (95% güven düzeyi için)

p = 0,5 (varyansın maksimum olması için)

d = 0,05 (hata payı)

Bu teorik sonsuz evrenden 384 gerektirir.Ancak kurum çalışanlarında araştırma konusunda bilgi verebilecek çalışan sayısı evreni sınırlı hale getirmektedir. Bu nedenle

sınırlı evren düzeltmesi yaparak cevaplanma ve hiç cevaplama olmaması risklerine karşın ulaşılmaya çalışılan katılımcı sayısı hesaplanan değerden yüksek tutulmuştur.

$$n_{adj} = \frac{n}{1 + \frac{n-1}{N}} = \frac{384}{1 + \frac{383}{550}} \cong 225$$

İstatistiksel olarak örneklem büyüklüğü 225 katılımcı olarak belirlenmekle birlikte hatalı cevaplama ya da hiç cevaplamama risklerine karşın 300 kişiye ulaşılmaya çalışılmıştır. Toplamda 263 kişiye ulaşılmış olup, hatalı, eksik olan formlar ayrıldıktan sonra sağlıklı 217 form kalmıştır.

Diğer taraftan örneklem büyüklüğü araştırmada kullanılan ölçek kapsamında yer alan 43 madde için ayrıca değerlendirilmiştir. (EK2) Araştırmanın istatistiksel öğeleri Tablo 12'de belirtilmiştir.

Tablo 12. Araştırmanın istatistiksel öğeleri

İstatistiksel Öğe	Değer	Yorum
Ulaşılan Örneklem Büyüklüğü (n)	217 kişi	Araştırmaya katılan ve anketleri dolduran kişi sayısı.
Kullanılan Ölçekteki Soru Sayısı	43 soru	Veri toplama aracının boyutu.

Araştırmanın anakütlesi, Edirne ilinin kalkınma, yönetim ve üretim dinamiklerini yansıtan kilit paydaşlar (Edirne Valiliği, Edirne Belediyesi, Trakya Üniversitesi, vb.) ile kadın üretim kooperatiflerini kapsayan stratejik ve sınırlı bir evrendir. Bu evreni temsil etmek üzere ulaşılan örneklem büyüklüğü (n=217), 43 maddelik ölçme aracı ile toplanan verilerin, özellikle çok değişkenli istatistiksel analizler (örneğin Faktör Analizi) için önerilen minimum örneklem kuralını (n≥5p) karşılayarak (217>5x43 = 215}, istatistiksel olarak yeterli güce ve geçerliliğe sahip olduğunu göstermektedir.

Seçilen örneklemin istatistiki olarak genellenebilir sayıya ulaşma kaygısı nitel çalışmalarda olmadığından, örneklem seçiminde araştırmacının ihtiyacı olan bilgiyi toplayabileceği birey sayısına ulaşması önem taşımaktadır (Türnüklü, 2000). Çalışmanın bu aşamasında katılımcılar, amaçlı örnekleme ile seçilmiştir. Amaçlı örnekleme, birimler belirli özelliklerine göre rastgele olmadan seçilmektedir. Amaçlı örnekleme, evrene genelleme kaygısı taşımamaktadır. (Böke, 2014, s. 125). Amaçlı

örneklemeye göre örneklemi meydana getiren kitle, çalışma problemi ile ilgili bilgi sahibi bireylerden meydana gelir (Altunışık, vd., 2007, s. 132).

Araştırmanın nitel boyutunda, amaçlı örnekleme (purposive sampling) stratejisi benimsenmiştir. Bu yöntem, evrenin bütününe genelleme kaygısından ziyade, çalışmanın odağı olan Edirne ilinin kalkınma ve yönetim dinamikleri hakkında en zengin ve derinlemesine bilgiye sahip olduğu değerlendirilen kilit paydaşları, uzmanları ve karar vericileri (örneğin; Valilik, Belediye, Trakya Üniversitesi üst düzey temsilcileri) araştırmaya dâhil etmek amacıyla yargısal bir yaklaşımla kullanılmıştır. Bu strateji, incelenen konunun karmaşık yapısını çözümlemek için gerekli olan maksimum bilgi çeşitliliğini ve derinliğini güvence altına almıştır.

Araştırmacının tarafsızlığı ve çalışmanın güvenilirliği (trustworthiness), veri toplama ve analiz süreçlerinde uygulanan katı disiplinle sağlanmıştır. Görüşmeler, ön yargıları askıya alma (epoché) veya parantez içine alma (bracketing) çabasıyla, katılımcıların bakış açılarını ve özgün söylemlerini herhangi bir çarpıtmaya uğratmadan tam olarak kaydetmeye odaklanmıştır. Verilerin analiz aşamasında ise, bulguların doğrudan katılımcı ifadelerinden tümevarımsal bir yöntemle oluşturulduğu, bu temaların ve kategorilerin geçerliliğinin çeşitli veri kaynaklarından teyit (triangulation) edilerek güçlendirildiği bir yol izlenmiştir. Bu sistematik yaklaşım, araştırmacının veri yorumlamasındaki objektifliğini temin etmek suretiyle, nitel bulguların inanılırlığını (credibility) maksimize etmiştir.

Yapılan görüşmelerde bilgilerin tekrarı sözkonusu olduğunda çalışma doyum noktasına ulaşmış anlamı taşımaktadır. Dolayısıyla, tekrarın ilk meydana geldiği durumda örneklem büyüklüğü sabitlenerek veri toplama sürecine son verilmelidir (Baltacı, 2018, s. 262). Veri toplama sürecinde bilgi tekrarı tespit edildiği noktada örneklem sayısı sabitlenmiştir. Araştıma amacına uygun bireylerle ve katılımcıların araştırma konusuna yönelik bilgi ve düşüncelerini ortaya çıkarmak amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir (EK 3).

2.7. Araştırmanın Veri Toplama Aracı

Araştırmada nicel boyutta veri toplama aracı iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm, katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, meslek çalışılan kurum, medeni durum, aylık gelir, Edirne'de ikamet süresi (yıl), doğum yeri, sektörde çalışma durumu ile turistlerle iletişim kurma durumu gibi tanımlayıcı özelliklerini belirlemeye yönelik

10 adet demografik sorudan oluşmaktadır. İkinci bölüm ise araştırmanın temel amacını ölçmek üzere oluşturulmuş, 43 maddeden meydana gelen ölçek sorularını içermektedir.

Bunun yanı sıra, çalışmanın nitel boyutunda nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Bu kapsamda, yarı-yapılandırılmış görüşme formundan yararlanılarak katılımcılarla derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş, görüşme kayıtları analiz edilerek araştırmanın nicel bulguları nitel açıdan desteklenmiştir. Yarı-yapılandırılmış görüşme formu, araştırma temalarına uygun şekilde hazırlanmış olup hem belirlenen sorular üzerinden yönlendirmeye hem de katılımcıların görüşlerini serbestçe ifade etmelerine olanak sağlamıştır. Bu yöntemle, elde edilen nitel veriler araştırmanın nicel bulgularının daha kapsamlı ve çok boyutlu olarak değerlendirilmesine katkı sağlamıştır.

Çalışmanın nicel boyutunda kullanılan ölçek Yaldız (2021) tarafından yazılan yüksek lisans tezinden alınmıştır. Gaziantep ve Hatay'ın gastronomi alanında UNESCO yaratıcı şehirler ağına katılması hususunda yerel halkın bakış açısı konusundaki tez kapsamında yerel mutfak, destinasyon olmak üzere 4 konu için alanyazında kullanılan ölçeklerden derlenerek oluşturulan ölçekte 43 madde yer almaktadır. Ölçek iki bölüm iki temel kısımdan oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılımı hakkındaki görüşlerini öğrenebilmek adına şehirle ilgili 31 maddeye yer verilmiştir. İkinci bölümde ise Edirne'nin turizmden daha fazla fayda sağlayabilmesi için yapılması gereken önerilere yönelik 12 maddelik öneri ifadesi bulunmaktadır. Ölçek ifadeleri 5'li Likert biçiminde hazırlanmış olup, "5-Kesinlikle Katılıyorum, 4- Katılıyorum, 3-Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 1-Kesinlikle Katılmıyorum" biçiminde hazırlanmıştır.

Ölçeğin orjinalinde Yaldız (2021), güvenilirlik analizi için Cronbach Alfa Katsayısı tercih edilmiş olup ölçeğin tüm maddelerini kapsayan Cronbach Alfa katsayısı 0,927 olarak belirlemiştir. Geçerlilik analizleri için yapılan Açıklayıcı Faktör Analizinde UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılımı hakkındaki görüşleri ölçmeye yönelik 31 maddelik ölçeğin 4 alt boyuta ayrıldığı belirtilmiştir. Sosyo-Kültürel Etkiler (SKE) boyutu 10 ifade, Ekonomik Etkiler (EE) boyutu 11 ifade, Bilinirlik(B) boyutu 6 ifade ve Çevresel Etkiler(ÇE) boyutu da 4 ifadeden oluşmaktadır. Edirne'nin turizmden daha fazla fayda sağlayabilmesi için yapılması gereken önerilere yönelik 12

ifadenin de tek boyutta toplandığı ve Cronbach Alfa katsayısının da 0,945 olarak bulunduğu görülmektedir (Yaldız, 2021).

Anket formlarının analiz edilmesinde Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)26 ve AMOS programlarından yararlanılmış, görsel araçlar oluşturulurken MAXQDA24 pragramı kullanılmıştır.

Araştırmaların nitel boyutu, "gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama tekniklerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma" biçiminde tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008, s. 39). Disiplinler arası bütüncül yaklaşım temeline dayanan nitel araştırmalarda araştırma problemi yorumlayıcı bir bakışla ele alınmaktadır. Araştırmaya konu olan olgu ve olaylar bireylerin içinde inşa edilen anlam dünyasınca yorumlanır ve bu bakış açısına göre ele alınır (Altunışık ve Diğerleri, 2010, s. 302). İnsanın gizli dünyasına ışık tutmak ve bireysel gayretiyle şekillendirdiği sosyal düzeni ince ayrıntısıyla açımlamak amacıyla kullandığı bilgi üretme biçimlerinden birisi nitel araştırmadır (Özdemir, 2010, s. 326). Nitel araştırma yöntemlerinde araştırmacı keşfe çıkmış bir kaşif edasıyla konuyu ele alarak derin anlama erişim amacıyla efor sarfetmektedir.

Nitel araştırmada genellikle çevreyle, süreçle, algılarla olmak üzere üç tür veri toplanmaktadır. Toplanan bu veriler, araştırmanın yapıldığı çevrenin psiko-sosyal, kültürel, demografik ve fiziksel özelliklerini, araştırma süresince gerçekleşenlerin ve bunların araştırma grubunu nasıl etkilediğini, araştırma grubuna dâhil olan bireylerin süreç hakkında düşüncelerini ortaya çıkarmak amacındadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008, s. 40). Veri türlerini toplamak amacıyla araştırmacılar görüşme, gözlem ve yazılı materyallerin inceleme yöntemlerine başvurmaktadırlar. Sıklıkla tercih edilen görüşme, bireylerin konuyu ya da düşünceyi belirli bir yönden incelemesi, kişisel deneyimlerini, his ve sezgilerini, erdem ve idraklarını belirlemede tercih edilen güçlü yöntemlerdendir. Gözlem ve yazılı materyallerden edinilen verilerle desteklenen görüşmelerin geçerlilik ve güvenilirliği arttırmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2008, s. 40-41). Anketler yoluyla sorulara cevap vermekten kaçınan, yazıyla ifadeye oranla sözel olarak daha başarılı ifade yeteneğine sahip bireylerle görüşme yoluyla doğru bilgiye ulaşmak daha kolay sağlanabilinmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Anket yoluyla elde edilmiş verilere göre geçerliliğin daha yüksek olması, cevaplayıcının bireyselliği ve veri kaynağının teyit edilmesinden kaynaklanmaktadır (Karasar, 1999). Bu durum

form ve anketlerde fark edilemeyen ipuçarını da ortaya çıkarmaktadır (Pişkin ve Öner, 1999).

Nitel veriler elde edilirken veri toplama aracı yapılandırılmış, yarı-yapılandırılmış ve yapılandırılmamış olmak üzere üç gruptan oluşmaktadır. Yarı yapılandırılmış görüşmelerde araştırmacı soruları önceden hazırlar, görüşme sırasında görüşmenin seyrine göre sorularda konu dışına çıkılmayacak şekilde küçük değişiklikler yapılabilir (Çepni, 2010). Bu çalışmanın nitel boyutunda araştırmanın niteliği doğrultusunda uygun görülen yarı-yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak formda yer alan temel sorularla veriler toplanmıştır. Ek olarak, katılımcıların ilgi ve bilgisi gözönünde bulundurularak özgün perspektiflerinin ortaya çıkarmak ve verilen yanıtlar doğrultusunda soruların detaylı tartışılması amacıyla görüşme esnasında konunun ayrıntılarına ilişkin esnek ek sorular yöneltilmiştir. Görüşme formu oluşturulurken UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kriterlerinden (UNESCO, 2025), Küresel Amaçlardan ("kureselamaclar.org", 2025) ve 2025 UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Başvuru Çağrısı'ndan ("Unesco.org/en/creative-cities/call-applications", 2025) yararlanılmıştır. Görüşme formu Edirne ili, Unesco yaratıcı şehirler ağı ve gastronomi şehri konusunda ilgili alan yazın taraması gerçekleştrilelerek yazılı materyal ve çalışmalar incelenerek; Mutlu (2023), Kaya(2023), Ceylan (2024), Taşçı (2025)'in çalışmalarından yararlanılarak ve literatürde daha önce yapılmış çalışmalar da dikkate alınarak araştırmacı tarafından hazırlanmıştır. Bu kapsamda katılımcılara 8 başlık altında yarı-yapılandırılmış görüşme soruları yöneltilmiş ve şehrin gastronomik potansiyeline dair görüşler tespit edilmiştir. Görüşmeler, 01.02.2025- 30.05.2025 tarihleri arasında yapılmıştır (EK-3).

2.8. Araştırmanın Yöntem ve Analizi

Karma yöntem araştırmaları, araştırmacının nitel ve nicel yöntem, yaklaşım ve kavramlarını çalışmasında birarada kullanması biçiminde tanımlanmaktadır (Creswell, 2003; Tashakkori ve Teddlie, 1998; Johnson ve Onwuegbuzie, 2004). Karma yöntem, temelleri yararcı (pragmatic) ve dönüştürücü (transformative) paradigmalara dayanmaktadır (Aydın-Çakır ve Türkeş-Kılıç, 2021). Bu yaklaşım başta Tashakkori ve Teddlie'nin (2003) "Handbook of Mixed Methods in Social and Behavior Sciences" kitabı olmak üzere alan yazında pek çok kitap ve bilimsel çalışmada ele alınmıştır (Morse, 2016; Byrne ve Humble, 2007; Brewer ve Hunter, 1989; Greene vd. 1989; Reichardt ve Rallis, 1994; Newman ve Benz, 1998; Patton, 2002; Creswell, 2003;

Johnson ve Christensen, 2004). Yöntem, araştırmacıların daha anlaşılır bir tasarıma olan ihtiyacını karşılamak amacıyla geliştirilmiştir (Greene, 2005). Johnson ve Turner (2003) "araştırmacı farklı strateji, yöntem ve yaklaşımları kullanarak çoklu veriler toplamalı" biçiminde yaklaşımın temelini ifade etmektedir. Creswell 'e göre (2006) nicel ve nitel yaklaşımları beraber ele almak, her iki yaklaşımın tek başına kullanımına oranla araştırma sorununu daha iyi kavramamıza olanak sunmaktadır. Nitel ve nicel yöntemlerin bir araya nasıl geleceğini tespit erderken bu yöntemlerin zayıflıklarının birbiriyle tam uyuşmadığı, tam tersi güçlü taraflarının birbirini bütünlediği bir araştırma şekillendirmek önem taşımaktadır (Johnson ve Turner, 2003, s. 299). Doğru planlanmış bir karma yöntem yaklaşımı, nicel ve nitel yöntemlerin güçlü yönlerinden faydalanarak, milletlerarası ve diğer karşılaştırmalı araştırma türlerinde geçerli nedensel çıkarımlar gerçekleştirme olasılığını yükseltir (Lieberman, 2005). Karma yöntem, nitel ve nicel yöntemlerin her birinden elde edileceğinden daha fazla ve daha çeşitli bulguya ulaşmayı sağlamaktadır. Nitel ve nicel yöntemler iki farklı uç olarak ele alındığında, karma yöntem arada kalmış tüm noktaları kapsayacak nitelikte bir araştırmayı mümkün kılar (Johnson ve Onwuegbuzie, 2004, s. 15).

Temelde nicel ve nitel araştırmalar karşılaştırıldığında aralarındaki farkın yedi sınıfa ayrıldığı görülmektedir. Nicel yaklaşımda vakalar yapay ortamda araştırılırken, nitel yaklaşımda doğal ortam araştırılması gerçekleşir, nitel yaklaşımda odakta anlam vardır, nicel yaklaşımın davranışları inceler, nitel yaklaşım tümevarımsaldır. nicel yaklaşım tümdengelimseldir. Nicel yaklaşımın amacı bilimsel yasaları keşfetmektir, nitel yaklaşımı örüntüleri ve toplumsal anlamları ortaya çıkarmayı hedefler, nicel yaklaşımda araştırmacı tarafsızdır, nitel yaklaşımda ise araştırmacı çalışma konusu ile temas halindedir, nicel araştırmalar büyük örneklemlerle gerçekleşirken, nitel araştırmada ise örneklem az sayıda bireyden meydana gelmektedir (Punch, 2005; Neuman, 2007).

Farklı yöntemlerin aynı amaç için, farklı sorularla bir araya getirilmesiyle oluşturulan çeşitleme, bu yöntemlerden gelen sonuçları yakınsaklık, doğrulama ve uygunluk açısından sınamaktadır (Greene vd., 1989). Araştırmalarda geçerliliğin artırrılabilmesi araştırma sorusuna cevap oluşturmak için farklı veri türlerinin yahut yöntemlerin kullanılması ile gerçekleştirilmektedir (Fraenkel ve Wallen, 2009, s. 559). Çalışmada nicel araştırmanın yapısından ve nitel çalışmanın esnekliğinden

faydalanmak istendiği için araştırmacı Karma Yöntem tercih etmiştir (Patton, 2014, s. 21).

Çalışmada karma yöntemin tercih edilmesinin en önemli sebebi, nicel araştırma ile nitel araştırmaların, her ikisinin de farklı sınırlılıklarının mevcut oluşudur. Nitel yöntemde sınırlı sayıdaki katılımcı incelenerek sonuçlarda genelleme imkânı azalırken; birey sayısının arttığı nicel yöntemlerde ise bireysellik anlayışında azalış sözkonusudur. Araştırmada istatistiki eğilimler ile kişisel deneyimlerin birleştirilmesi bu yöntemlerden herhangi birinin tek başına kullanımına kıyasla araştırma probleminin anlaşılmasında avantajlı sağlayacaktır. Bu bağlamda, karma yöntem bir yöntemin sınırlılıklarnı, diğer yöntemin güçlü yanları ile telafi edebilme imkânı sunmaktadır.

Bir araştırma probleminde nicel ve nitel verilerin bileşimi, ayrı ayrı bu yaklaşımların sağladığından daha etkili bir anlayış sağlamaktadır (Creswell ve Plano Clark, 2014, s. 8-10). Bir yaklaşımın zayıflıkları ve dezavantajları diğer yaklaşımın güçlü yönleriyle telafi edildiği düşünülmektedir. Birarada kullanılan teknikler birbirini tamamlar nitelikte olup araştırmada geçerlilik, güvenilirlik ve objektiflik bu sayede artmaktadır (Başkale, 2016). Yapılan bu çalışmada elde edilen verileinr gerçeğe uygunluğu ve genellenebilir olması sağlanarak geçerlik içsel ve dışsal geçerlilik, tekrarlanabilir olmasıyla da güvenirlik ve araştırmacının yansızlığı ile nesnellik sağlanarak geçerlik ve güvenirliği sağlanmıştır.

Çalışmada karma yöntemi kullanan araştırmacı, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında Edirne'nin gastronomi şehri olma potansiyelinin belirlenmesine yönelik ifadeler ile katılımcıların önerilere bakış açısını oluşturan boyutlara bağlı olarak geliştirilen ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliğine ilişkin ayrıntılı bulguları nicel ve nitel olarak sunmuştur. Bu veriler ışığında geçerlilik, elde edilen verilerin araştıma konusunu ne kadar yansıttığı; güvenirlik ise bulguların tekrarlanabilirliğini ifade eden kavramlardır (Çepni, 2010). Aynı araştırmayı yapan farklı araştırmacıların da elde edilen verileri elde edilebilmesi; verilerin herkesçe aynı biçimde anlaşılması ve elde edilen verilere isteyen herkesin ulaşabilmesi çalışmada güvenilirliğin üç özelliğidir (Karasar, 2009; Çepni, 2010).

2.8.1 Aritmetik ortalamaların değişim aralığının hesaplanması

Araştırma verilerinin analiz safhasında hesaplanan aritmetik ortalamalarının değişim aralığının hesaplanmasında aşağıdaki yöntemden yararlanılmıştır (Olcay ve Giritlioğlu, 2014: 10):

Değişim Aralığı = 5-1=4

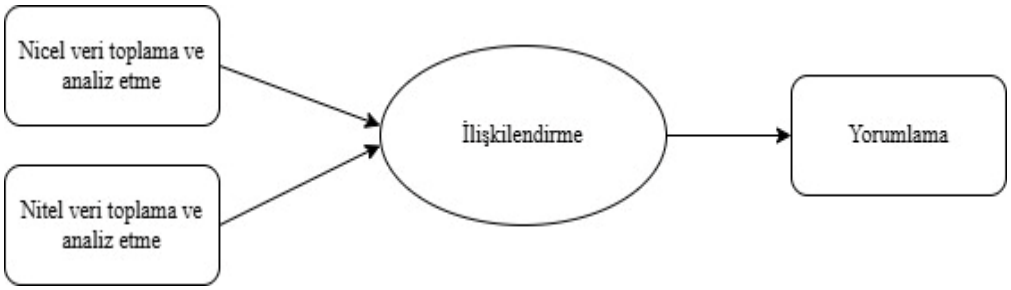
Değişim Aralığı = 4/5 = 0,80

2.8.2. Nicel ve nitel araştırmaların ilişkilendirilmesi

Çalışmada, Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'nda "Gastronomi Şehri" olma potansiyeli anket ve görüşmelerle incelenmiş; nicel ve nitel yöntemlerin birlikte kullanıldığı değerlendirme sonucunda şehre yönelik bir model önerisi geliştirilmiştir. Edirne pek çok gastronomik özelliği ile benzersiz bölgesel lezzetleri bünyesinde barındırmaktadır. Bu sebeple, Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'nda "Gastronomi Şehri" olarak yer alması potansiyel olarak mümkündür. Çalışmada özellikle UNESCO Creative Cities Network Call For Applications formunda yer alan sorular da dâhil edilerek uzman görüşleri ve bunların beklentileri, yani yaratıcı şehirler ile ilgili olan beklentileri soruları oluşturulmuştur.

Araştırma problemine ilişkin kapsamlı bir analiz yapılması zeminine olanak sunan nicel ve nitel verinin birleştirildiği karma yöntemler deseni yakınsayan paralel karma yöntem desenidir (Creswell, 2017). Bu desende araştırmanın bir aşamasında sayısal ve sözel veriler aynı zaman diliminde toplanmakta, çoğunlukla yorumlama aşamasında iki yöntemin sonuçları birlikte ele alınmaktadır (Creswell, 2009). Farklı yöntemlerden elde edilen bilgilerin birbirine yakın olup olmadığı yahut birbirini desteklemesine olanak sunduğu için karma araştırma modellerinden yakınsayan paralel (eşzamanlı çeşitleme) desen çalışmada tercih edilmiştir (Giannaki, 2005; Creswell ve Plano Clark, 2011). Araştırmada tüm veri türleri yaklaşık olarak aynı zaman diliminde toplanmış ve sonrasında elde edilen veriler yorumlanırken bütünleştirilmiştir. Nicel ve nitel veriler beraber toplandıktan sonra ayrı ayrı analiz edilerek bulguların birbirini doğrulayıp doğrulamadığı karşılaştırılmıştır. Kullanılan karma yöntem, tek bir yöntem kullanılarak elde edilen geçerlilik ve güvenirlilik seviyesinden daha yüksek, geçerlilik ve güvenirlilik seviyesine ulaşmayı hedeflemektedir (Greene, Caracelli ve Graham, 1989: 270; Creswell ve Plano Clark, 2018: 65).

Çalışmada kullanılan Yakınsayan Paralel Desen modeli araştırma problemi için kapsamlı bir analiz yapılmasına zemin oluşturmuştur. Eşit öneme sahip nitel ve nicel veri birleştirildiği için karma yöntemler deseni kullanılmıştır. Araştırmanın akış şeması Şekil 6'da verilmiştir.



Şekil 6. Yakınsayan Paralel Desen (Creswell ve Plano Clark, 2011).

Çalışmada, araştırma problemi için kapsamlı bir analiz yapma zeminine olanak sunduğu için Yakınsayan Paralel Desen (Convergent Parallel Design) kullanılan bu desenin metodolojik anlamı şudur:

- Eş Zamanlı Toplama: Nicel (anketler) ve nitel (yarı yapılandırılmış görüşmeler) veriler, yaklaşık olarak aynı zaman diliminde toplanmıştır.
- Ayrı Analiz: Her iki veri türü de kendi disiplinine uygun tekniklerle ayrı ayrı analiz edilmiştir (Nicel: SPSS ile frekans, Faktör Analizi vb.; Nitel: Betimsel analiz).
- Birleştirme Amacı (Yakınsama): Asıl amaç, farklı yöntemlerden elde edilen bilgilerin birbirine yakın olup olmadığını veya birbirini destekleyip desteklemediğini karşılaştırmak ve yorumlama aşamasında sonuçları birlikte ele alarak kapsamlı bir anlayış sağlamaktır. Bu, tek bir yöntemle ulaşılabilecek olandan daha yüksek geçerlilik ve güvenilirlik seviyesine ulaşmayı hedefler (Çeşitleme).

Bu deneme deseni, tezin karmaşık bir konuyu (UNESCO Gastronomi Şehri Potansiyeli) hem geniş bir paydaş grubunun istatistiksel eğilimleriyle hem de kilit uzmanların derinlemesine deneyim ve beklentileriyle inceleme isteğinin bir göstergesidir.

2.8.3. Betimsel analiz

Araştırma konusu doğrultusunda ilgili verilere ulaşabilmek amacıyla, araştırmacıların da sıklıkla kullandığı betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. (Büyüköztürk vd., 2008). Çalışmada, nitel ve nicel verilerin birleştirilmesi esas alınarak betimsel analiz seçenekleri kullanılmıştır. Elde edilen verilerin özgünlüğüne

bağlı kalmak şartıyla katılımcının söylemlerinden doğrudan alıntı seçeneğini diğer ikisine nazaran fazla kullanılmıştır. Nicel bulgular, nitel bulgular ile karşılaştırılıp yorumlanmış ve değerlendirilip geliştirilen bir model önerisi oluşturulmuştur.

2.8.4. İstatistiki analiz

Anketlerden elde edilen veriler, IBM Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)26 ve AMOS programlarından yararlanılarak istatistiki olarak analiz edilmiş, görsel araçların oluşturulması için de MAXQDA24 programı kullanılarakanalizler gerçekleştirilmiştir. İlgili kısmın devamında yapılan görüşmelerin sonuçlarından elde edilen veriler yorumlanarak değerlendirilmiştir. Değerlendirmeler ışığında bir model önerisi gelişitirlmiş, modelin web test uygulaması gerçekleştirilmiştir.

2.9. Literatür Çalışması

Literatür taramasındaki kaynaklar Son yıllarda gastronomi alanında yapılan, gastronomi şehri olma potensiyali kriterlerini kapsayacak başlıklardaki doktora, yüksek lisans tezleri ve akademik yayınlar gastronomik kimlik, deneyim, destinasyon imajı, şehir markalaşması, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı, festivaller, müzeler ve medya ve turizm ilişkisini farklı boyutlarıyla ele almıştır.

Taşçı (2025), gastronominin kültürel kimliğin bir yansıması olmanın ötesinde küresel gıda sistemlerinin dönüşümünde kritik bir rol üstlendiğini ve sürdürülebilir gastronominin ekonomik adalet, çevresel duyarlılık ve sosyal kapsayıcılık ilkeleriyle geleceğe taşınması gerektiğini vurgulamaktadır. Çalışmanın amacı, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında gastronomi temasıyla seçilen şehirlerin sürdürülebilir kalkınma kriterlerini ne ölçüde uyguladıklarını analiz etmektir.

Afyonkarahisar, Gaziantep ve Selanik'te şefler ve yöneticilerle yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler sonucunda; yerellik, mutfak kültürünü koruma ve su tüketimi gibi konularda benzer uygulamalar görülürken; gıda atıkları, enerji kullanımı, cinsiyet eşitliği ve kültürel miras aktarımı gibi alanlarda farklılıklar tespit edilmiştir. Katılımcılar, sürdürülebilirlik kriterlerinin daha etkin uygulanabilmesi için yerel ve ulusal düzeyde iş birliğinin artırılması gerektiğini belirtmiştir. Sonuç olarak, çalışma restoran yöneticileri, şefler, yerel ve ulusal karar vericiler ile UNESCO gastronomi teması altında adaylık sürecinde olan şehirler için öneriler geliştirmiş; sürdürülebilir gastronominin yalnızca mutfak disiplini değil, ekonomi–çevre–kültür etkileşimini dengeleyen bütüncül bir kalkınma stratejisi olduğunu ortaya koymuştur.

Ceylan (2024), Türkiye'nin UNESCO Gastronomi Şehirleri olan Gaziantep, Hatay ve Afyonkarahisar'da yetişen yenilebilir otlardan yapılan reçeteleri belirlemeyi ve bu reçetelerin gastronomi turizmi faaliyetlerindeki yerini incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma, otların etnobotanik açıdan değerlendirilmesi ve gastronomi turizminde kullanım potansiyelinin ortaya konulması olmak üzere iki bölümden oluşmuştur. Araştırma kapsamında 50 yaş üzeri bireylerle ve gastronomi evleri ile müzelerdeki yetkililerle yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmış; veriler içerik analiziyle değerlendirilmiştir. Bulgular, söz konusu şehirlerin zengin bir ot çeşitliliğine ve bu otların farklı kullanım biçimlerine sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca her şehirde ot tüketimi ve kültürü kendine özgü bir kimlik oluşturmuştur. Turistlerin gastronomi evlerinde otlara ve bu otlarla yapılan yemeklere yoğun ilgi gösterdiği belirlenmiştir. Sonuç olarak, yenilebilir ot kültürünün gastronomi turizmi açısından önemli bir unsur olduğu ve bu kültürün turistik deneyimlerde daha etkin kullanılabileceği ortaya konmuştur.

Mutlu (2023), gastronominin günlük yaşamdan profesyonel hayata, eğitimden festivallere kadar geniş bir alanda etkili olduğunu ve UNESCO tarafından bu kapsamda Yaratıcı Şehirler Ağı temasıyla gastronomi şehirlerinin seçilmeye başlandığını belirtmektedir. Çalışmanın amacı, UNESCO gastronomi kenti kriterleri rehberliğinde bir gastronomi yönetim modeli geliştirmektir. Afyonkarahisar örneğinde gastronomi il yürütme kurulu üyeleriyle yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler içerik analiziyle değerlendirilmiştir. Bulgular, gastronomi yönetimi için ürünlerin tespiti, geleneksel üretim yöntemlerinin korunması, bilinçlendirme faaliyetleri, toplulukların güçlendirilmesi ve yerel mutfağın yaygınlaştırılması gerekliliğini ortaya koymuştur. Ayrıca UNESCO standartları doğrultusunda kurumlararası iş birliği, standartlaşma, ulusal ve uluslararası tanıtım, eğitim ve pazarlama faaliyetlerinin önemine dikkat çekilmiştir. Sonuç olarak, kurum ve kuruluşlara yönelik bir eylem planı hazırlanmış ve UNESCO kriterleri rehberliğinde uygulanabilecek bir yönetim modeli önerilmiştir.

Kaya (2023), Muğla'nın UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na gastronomi temasıyla katılma potansiyelini incelemiş; paydaşların farkındalık ve istekliliklerinin yüksek olduğunu ancak tanıtım ve teşviklerin yetersiz kaldığını belirtmiştir.

Çakmak (2023), gastronomi festivallerinin kültürel mirasın korunması, turizmin çeşitlendirilmesi ve destinasyon çekiciliğinin artırılmasında önemli bir işlev üstlendiğini; katılım amaçlarının motivasyonu, motivasyonların ise memnuniyeti doğrudan etkilediğini belirtmiştir.

Şahin (2023), Konya örneğinde gastronomik kimliğin destinasyon imajı üzerindeki etkisini ve yöresel yemek tüketim motivasyonunun bu etkiyi güçlendirdiğini ortaya koymuştur.

Zağralı Çakır (2023), Menteşe örneğinde somut olmayan kültürel miras bağlamında gastronomik pratikleri sistematik biçimde kayıt altına alarak hem yaşayan kültüre hem de gelecek nesillere aktarım açısından önemli katkılar sunmuştur.

Çakır (2022) ise UNESCO gastronomi şehirlerinde gastronomik deneyimsel değer, destinasyon imajı ve davranışsal niyet arasındaki ilişkiyi inceleyerek imajın aracılık rolünü ortaya koymuştur.

İlhan ve Turan Sunar (2022), İzmir'in UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na gastronomi temasıyla katılım potansiyelini değerlendirmiş; sürecin gerçekleşebilmesi için kurumlar arası iş birliği ve gastronomik değerlerin net biçimde ortaya konulması gerektiğini belirtmiştir.

Mutlu (2022), Afyonkarahisar gastronomi envanteri üzerinden kentin mutfak kültürünü şekillendiren etnik köken, coğrafi koşullar ve üretim çeşitliliğini vurgulamış; 87 yeni gastronomi ürünü tespit ederek bölgesel farklılıkları ortaya koymuştur.

Benli (2022), Alaçatı Ot Festivali örneğinde gastronomi deneyiminin turistlerin davranışsal niyetlerini doğrudan ve dolaylı etkilediğini, duyguların aracılık rolüyle bu süreci şekillendirdiğini göstermiştir.

Kök (2022), Uşak Tarhanası örneğinde coğrafi işaretli ürünlerin şehir markalaşmasına %23 oranında katkı sağladığını ortaya koymuştur.

Ünlü (2022), Amasya'nın gastronomik değerlerinin destinasyon markalaşma sürecine yüksek katkı sunduğunu ancak tanıtım faaliyetlerinin yetersiz kaldığını belirtmiştir.

Alphan (2022) ise yemek kursları üzerinden gastronomik deneyimin hatırlanabilirlik boyutunu incelemiş; duyguların ve motivasyonun sürece aracılık ettiğini göstermiştir.

Küçüktemel (2022), Hatay ve Gaziantep UNESCO gastronomi şehirlerinde hatırlanabilir deneyimlerin sadakat ilişkisini inceleyerek, haz, anlam ve bilgiyle desteklenen gastronomik deneyimlerin çift yönlü sadakat oluşturduğunu belirtmiştir.

Büyüktepe (2022), Hatay mutfağına yönelik imaj algısını metafor yöntemiyle analiz etmiş ve öğrencilerin olumlu algılarının yüksek olduğunu ortaya koymuştur.

Akçay (2022), Türkiye'de gastronomi etkinliklerinin yönetiminde eksiklikler ve etik sorunlar bulunduğunu, şeflerin görüşleri doğrultusunda bir yarışma yönetim modeli geliştirildiğini ifade etmiştir.

Çelebi (2022), Kovid-19 sürecinde gastronomi turistlerinin yöresel yemek tüketim alışkanlıklarını analiz etmiş; bireysel turizmin öne çıktığını ancak yöresel yemek tüketiminin güçlü bir fırsat sunduğunu vurgulamıştır.

Yılmaz (2022), Bodrum Mandarini örneğinde coğrafi işaretli ürünlerin festival memnuniyetini artırdığını ancak destinasyon tercihinde tek başına yeterli olmadığını göstermiştir.

Yaran (2022) ise Gaziantep, Hatay ve Afyonkarahisar'ın coğrafi işaretli ürünlerini inceleyerek, bu uygulamaların şehir markalaşmasına katkısını vurgulamıştır.

Yaran (2022), Gaziantep, Hatay ve Afyonkarahisar'ın coğrafi işaretli ürünlerini inceleyerek bu ürünlerin şehir markalaşmasına katkısını vurgulamış ve literatüre kavramsal bir çerçeve kazandırmıştır.

Bilir (2022), Adana'da gastronomi müzesi kurulmasına yönelik yerel halk ve paydaşların olumlu bakış açılarını ortaya koymuş; müzenin tarihi bir konakta interaktif etkinliklerle desteklenmesi gerektiğini önermiştir.

Kayran (2021), Şanlıurfa'nın coğrafi işaretli ürünlerinin gastronomi turizmi potansiyelini değerlendirmiş; tanıtım eksikliği ve kamu-özel sektör iş birliği yetersizliğinin gelişimi sınırladığını, Gaziantep ve Hatay'a kıyasla restoran performansında geride kaldığını belirtmiştir.

Çetin (2021), yerel mutfak çekiciliğinin turist deneyimini olumlu biçimde şekillendirdiğini;

Çekiç (2021) ise gastronomi şehirlerinde algılanan mutfak imajının davranışsal niyet üzerinde kritik bir rol oynadığını göstermiştir.

Oğan (2021), Artvin'in zengin fakat yeterince keşfedilmemiş gastronomi potansiyeline dikkat çekmiş; yiyecek-içecek işletmelerinin yöre mutfağıyla bağlantısının sınırlı olmasına rağmen turistlerin olumlu görüşler bildirdiğini ortaya koymuştur.

Güleç (2021), şehirlerin gastronomik markalaşmasını ölçmek için geçerli ve güvenilir bir ölçek geliştirmiştir.

Sezen (2021), Hatay örneğinde gastronomi festivallerinin hem yemek imajını hem de destinasyon imajını güçlendirdiğini göstermiştir.

Hatunoğlu (2021) ise Adana'nın UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na gastronomi temasıyla katılma potansiyelini değerlendirmiş, farkındalık ve koordinasyonun artırılması halinde sürecin başarıyla yürütülebileceğini belirtmiştir.

Yıldırım (2021), yemek dergileri üzerine yaptığı içerik analiziyle medyanın gastronomi kültürünün inşasında güçlü bir araç olduğunu göstermiştir.

Ünlü (2021), Konya mutfağının gastronomi festivalleri bağlamında yeterince tanıtılmadığını, sürdürülebilirlik için yerel halk desteğinin kritik olduğunu vurgulamıştır.

Yüzer (2021), Kayseri'nin UNESCO Gastronomi Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılım sürecine ilişkin paydaş görüşlerini incelemiş; farkındalığın tanıtımlar sayesinde arttığını ve sürecin etkin yönetilmesi gerektiğini ortaya koymuştur.

Duran (2021), Türkiye'deki UNESCO gastronomi şehirlerinin web sitelerini analiz ederek tanıtım içeriklerinde görsel ve UNESCO vurgusunun öne çıktığını, gastronomi rotası temasının ise eksik kaldığını belirtmiştir.

Yaldız (2021), Gaziantep ve Hatay'da yerel halkın UNESCO sürecine yönelik bakış açılarını incelemiş; demografik değişkenlere göre farklılıklar olduğunu ve gastronomi temalı katılımın kültürel mirasın korunmasına katkı sağladığını göstermiştir.

Eroğlu (2020), Gaziantep'te gastronomi girişimcilerinin kişilik özellikleri ve yenilikçiliğe bakış açılarını değerlendirerek, tanıtım eksiklikleri ve koordinasyon sorunlarına dikkat çekmiş, iş birliği ve sürdürülebilirlik önerileri sunmuştur.

Özgen (2020) ise İzmir'deki gastronomi festivallerini incelemiş; festivallerin ekonomik katkı, sosyalleşme ve kültürel tanıtım açısından önemli işlevler üstlendiğini ortaya koymuştur.

Ekici (2020), Eskişehir örneğinde yöresel mutfak tercihleri ve gastronomi deneyimlerinin turistlerin gelecek niyetleri üzerinde pozitif etkiler yarattığını, memnuniyetin ise bu ilişkide aracılık rolü üstlendiğini göstermiştir. Eren'in çalışması, Türkiye'nin gastronomi imajını ve ziyaretçilerin harcama davranışlarını incelemiş; yiyecek-içecek harcamalarının seyahat bütçesinde önemli bir paya sahip olduğunu ve gastronomi turizminin gelişme potansiyelini vurgulamıştır.

Bayram (2020), Antalya'daki sokak lezzetlerinin turistler için güçlü bir gastronomik imaj oluşturduğunu ve satın alma niyetlerini etkilediğini göstermiştir.

Akbulut (2019), Konya örneğinde gastronomik kimlik ve imajın destinasyon markası oluşumundaki rolünü analiz etmiş; turistlerin imaj algılarının gelir, meslek ve motivasyona göre farklılaştığını, etliekmek ve bamya çorbasının gastronomik marka algısında öne çıktığını belirtmiştir.

Gökgöz (2017) ise Afyonkarahisar'ın gastronomi sunumunu Gaziantep örneği rehberliğinde değerlendirmiş ve deneyim odaklı yaklaşımın önemini vurgulamıştır.

Durusoy (2017), Kars Kaşarı örneğinde coğrafi işaretli ürünlerin kültürel aidiyetin korunmasına, ekonomik katma değer yaratılmasına ve kırsal kalkınmaya katkı sağladığını ortaya koymuştur. Nebioğlu (2016), yerel gastronomik ürünlerin turizmde kullanılmasını etkileyen faktörleri inceleyerek yerel mutfak kültürünün sürdürülebilirliği açısından önemli bulgular sunmuştur.

Göynüşen (2011), Edirne'nin zengin saray mutfağına rağmen günümüzde yalnızca birkaç ürününün tanındığını ve gastronomik değerlerin şehir tanıtımında kritik rol oynadığını ortaya koymuştur.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
BULGULAR

Araştırmanın analiz aşamasında elde edilen cevapların aritmetik ortalamaları 1'e yaklaştıkça yerel halkın UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında, Gastronomi temasında şehrin Ağ'a dâhil olmasına ilişkin bakış açıları düşük, 5'e yaklaştıkça UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında Gastronomi temasında Ağ'a dâhil olmasına olan bakış açılarının yüksek yönde şekillendiği görülmektedir.

Bu sebeple, katılımcıların kişilik özellikleri ve Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında Gastronomi şehri olmasına dair bakış açılarına yönelik algı düzeylerinin belirlenmesinde belirleyici aralık değerleri ve ölçüm sonuç düzeyleri Tablo13'de gösterilmiştir. Tablo13'de cevaplardan hesaplanan aritmetik ortalamaların değişim aralık değerlerinin hangi seçeneğe karşılık geldiği ve hangi anlamı taşıdığı gösterilmiştir. Dolayısıyla katılımcıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında Edirne'nin gastronomi şehri olması potansiyeline dair görüşlerden elde edilen aritmetik ortalama değerine göre tabloda bulunan sonuç bölümünden yararlanılarak yorumlamalar oluşturulmuştur.

Tablo 13. Aritmetik ortalamaların isabet ettiği seçeneklerin aralık değerlerine göre dağılımı

Ağırlık	Seçenekler	Aritmetik Ortalama Aralık Değeri	Sonuç
5	Kesinlikle Katlıyorum	4.20 - 5.00	Olumlu
4	Katılıyorm	3.40 - 4.19	Olumlu
3	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	2.60 - 3.39	Ne Olumlu Ne Olumsuz
2	Katılmıyorum	1.80 - 2.59	Olumsuz
1	Kesinlikle Katılmıyorum	1.00 - 1.79	Olumsuz

Çalışmada ilgili alan yazın taramasına ve UNESCO Yaratıcı şehirler Ağı Başvuru Kriterleri'ne bağlı olarak araştırmacı tarafından geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formu ve anketlerden elde edilen veriler analiz edilerek bulgular yorumlanmıştır. Betimsel analiz öncesinde araşırmacının görüşmelerde aldığı notlar ve ses kayıtları birlikte ayrıntılı bir şekilde incelenerek elde edilen nitel veriler,

yarı yapılandırılmış görüşme formundaki sorular dikkate alınarak bilgisayar ortamında (Word programı) yazıya aktarılmış ve analize uygun veri metinleri haline getirilmiştir. Verilerin analizi sırasında katılımcıların her birisine bir kod verilmiştir. K1, Birinci katılımcı, K2, 2. katılımcı, olarak kodlanmıştır. Verilen kodlar K17ye kadardir. Çalışmanın nitel kısmında açıklayıcı sonuçlara ulaşabilmek için betimsel analiz yapılmıştır. Bir araştırmada betimsel analiz kapsamında üç farklı yol izlenerek veri analizinin yapılması sözkonusudur. İlki, elde edilen veriler özgünlüklerine bağlı kalınarak ve ihtiyaç duyulması durumunda katılımcının ifadelerinin doğrudan alıntısı yapılarak betimsel bir yaklaşım içerisinde sunulmuştur. Ikinci olarak da, belirlenen bazı temalar arasında ilişki kurularak veri analizi yapılmıştır. (Yıldırım ve Şimşek, 2018; Çepni, 2010). Betimsel analizde, görüşme sonucunda elde edilen veriler düzenlendikten sonra yorumlanarak okurlara aktarılması hedeflenmiştir. Belirlenen temalar ışığında elde edilen veriler sınıflandırılmış, özetlenmiş ve yorumlanmıştır. Neden–sonuç ilişkisi kurularak veriler karşılaştırılmıştır. (Yıldırım ve Şimşek, 2018).

Araştırmada, betimleyici temaların geliştirilmesinde, elde edilen veriler benzerlikleri ve farklılıkları açısından incelenerek aşamalı bir ağaç diyagramı biçiminde gruplandırılmış ve düzenlenmiştir. Bu süreçte meydana gelen her grup bir tema olarak adlandırılmıştır. Her tema tasarlanırken, bir araya getirdiği verilerin tanımlarını ve anlamlarını kapsamasına dikkat edilerek oluşturlmuştur.

Araştırma ölçeğinin geçerliliğini test etmek amacıyla önce açıklayıcı faktör analizi ile analiz yapılmıştır. Faktör analizi, birbiriyle bağlantılı birden fazla değişkeni bütünleştirip daha aza indirgeyerek kavramsal açıdan aynı anlamı taşıyan yeni degiskenler (faktörler, boyutlar) oluşturmayı bulmayı hedefleyen istatistik biçiminde tanımlanmaktadır (Büyüköztürk, 2002, s.472). Tabachnick ve Fidell'e göre (2019), veri setindeki hangi değişkenlerin birbirinden belli bir dereceye kadar bağımsız mantıksal alt setler meydana getirdiğini tespit etmekle ilgilenirken tek bir değişken setine uygulanan çok değişkenli bir istatistiksel tekniktir. Teknik, tüm değişkenlerin maximum ortak varyansını belirleyerek değişkenleri ortak bir sistemde bütünleştirmektedir (Büyüköztürk, 2002, s.472).

Çalışmada kullanılan veri kümesinin faktör analizine uygunluğunun tespiti amacıyla Örneklem Yeterliliği Testi (KMO: Kaiser-Meyer-Olkin) ve değişkenlerin korelasyon derecesini tespit etmek amacıyla da Barlett Küresellik Testi'nden

faydalanılmıştır. Veri kümesinin faktör analizine uygunluğu belirlenirken, KMO değerinin 0,5'ten büyük olması yeterli olmaktadır (Akbulut, 2010, s.80).

Gerçekleştirilen bu araştırmanın temel uygulama ölçümünün güvenilirliğini tespit etmek için Cronbach's Alfa katsayı tespiti hesaplanarak elde edilmiştir. Cronbach's Alfa katsayısının güvenilirlik kıstasları bir grup nicel değer aralığı baz alınarak aşağıdaki gibi yorumlanmaktadır:

Tablo 14. Cronbach's alfa (a) katsayısı aralık değerleri

$0 \leq \alpha < 0.40$	Ölçek güvenilir değildir
$0.40 \leq \alpha < 0.60$	Ölçek düşük düzeyde güvenilirdir.
$0.60 \leq \alpha < 0.80$	Ölçek oldukça güvenilirdir.
$0.80 \leq \alpha < 1.00$	Ölçek yüksek derecede güvenilirdir.

Kaynak: (Özdamar, 2002: 623).

Uygulanan 217 birim anket formundan ölçeğin güvenirliği için Cronbach Alfa Testi, geçerliliğini test etmek amacıyla da faktör analizi gerçekleştirtilmiştir. Ayrıca ölçekte olumsuz olarak oluşturulan S11, S31, S26, S27, S28, S29, S30 kodlu maddeler, ters kodlama yapısından dolayı analiz ve testlerden evvel ters çevrilmeleri gerçekleştirilmiştir. Veri kümesinin geçerlilik testine uygun olup olmadığını tespit etmek amacıyla KMO ve Bartlett's Küresellik Testleri değerleri incelenmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeklerin cronbach's alfa değerlerine ilişkin veriler Tablo 14' te ve KMO ve Bartlett's Küresellik Test değerleri Tablo 15'te aktarılmıştır.

Tablo15. Çalışmada kullanılan ölçek için KMO ve Bartlett's testi

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterlik Ölçüsü		,960
Bartlett's Küresellik Testi	Yaklaşık Ki Kare	19161,395
	Serbestlik Derecesi (df)	378
	Anlamlılık (sig)	,000

Açıklayıcı faktör analizi sonucunda iki alt boyut oluştuğu görülmüştür. Ancak binişik maddelerin S26-S27-S31 analizden çıkartılması sonucunda faktör yapısı tek

boyuta düşmüştür. Tek faktörlü yapı için veri setinin geçerlilik testine uygunluğu KMO ve Bartlett's Küresellik Testleri ile değerlendirilmiştir. KMO test değeri 0,960 olarak bulunmuştur. Bartlett's testinin sonucu olarak ise bulunan değerlerin (χ2= 19161,395; df= 378; p=0,000<,05) anlamlı olduğu ve değişkenler arasında ilişkinin bulunduğu tespit edilmiş ve veri setinin faktör analizi yapmaya uygun olduğu görülmüştür. Yapılan analiz sonucunda KMO testinin sonucu 1'e yakın çıkmış ve Bartlett's testinin p değeri 0,000 bulunmuştur. Tek faktörlü yapının açıklayıcılık oranı 91,838 olarak belirlenmiştir.

Tablo 16. Açıklayıcı faktör analizi sonuçları

Maddeler	Faktör Yük Değerleri
S16	,981
S11	,981
S25	,981
S22	,980
S19	,980
S2	,979
S20	,979
S14	,978
S18	,977
S7	,976
S10	,975
S8	,975
S24	,972
S5	,968
S13	,967
S21	,966
S1	,966
S30	,964
S9	,963
S17	,962
S12	,960
S4	,950
S23	,948
S6	,940
S15	,935
S3	,915
S28	,874
S29	,826

Toplam varyans değerlerini yansıtan Tablo 16 uygulanan ölçekte 1 faktörün elde edildiğini göstermektedir.

Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA), verinin temelinde yer alan yapıyı ortaya koymayı amaçlayan Açıklayıcı Faktör Analizi'nin (AFA) üst düzey bir aşamasıdır. DFA, değişkenlerin hangi faktörlerle ilişkili olduğunu belirlemek, faktörler arasındaki bağımlılık veya bağımsızlık düzeyini değerlendirmek ve modelin açıklayıcılığını test etmek için kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra, faktörler arasındaki ilişkinin yeterliliğini inceleyerek ölçüm modelinin geçerliliğini sorgulamaktadır (Erkorkmaz vd., 2013, s. 211).

Çok değişkenli istatistiksel analizlerde Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA), gözlenen değişkenlerin altında yatan gizil yapıları test etme amacı taşır. Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) ile tayin edilen faktörlerin varsayıma uygunluğunu değerlendiren DFA, faktörlere katkı sağlayan değişkenlerin bu yapıları ne ölçüde temsil ettiğini ortya koymaktadır (Aytaç ve Öngen, 2012, s. 16).

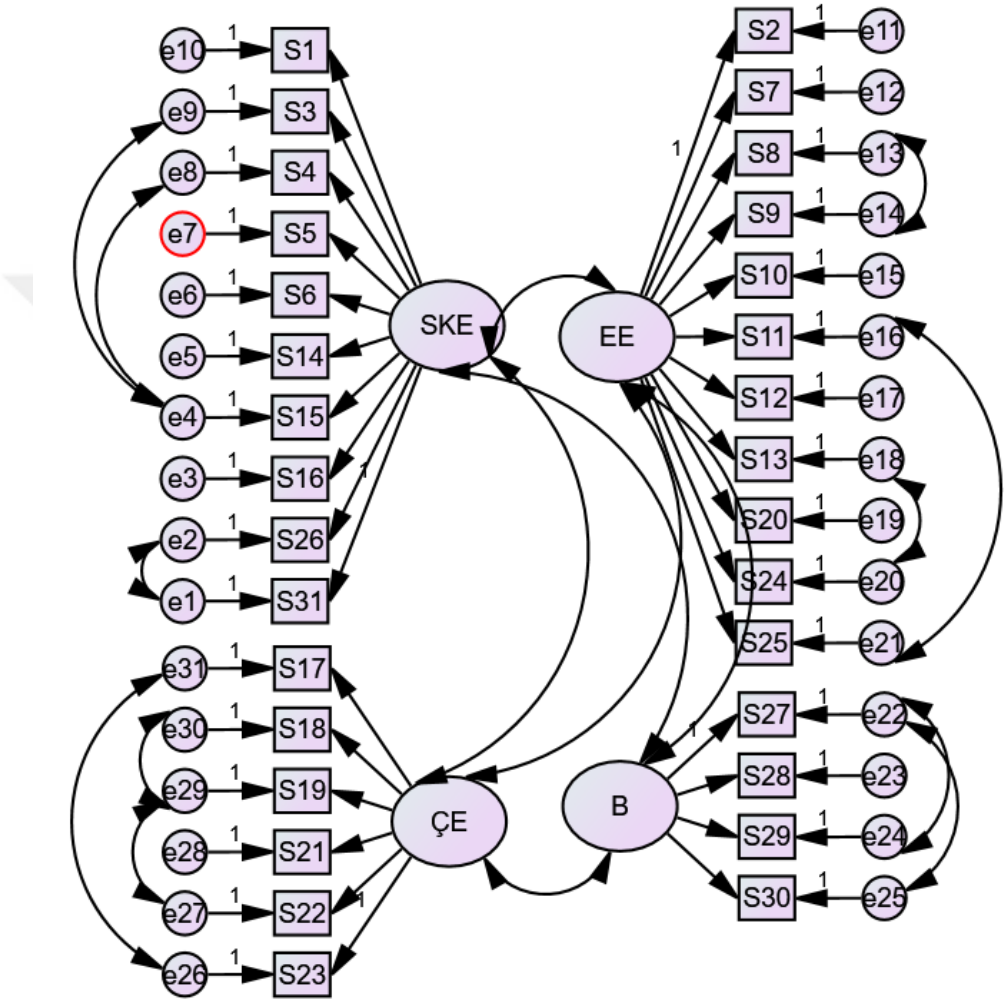
Bu araştırmada, elde edilen data kümesine hem Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) hem de Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) uygulanmış; ölçeğin faktör yapısı araştırılmış ve doğruluğu test edilmiştir. Bununla birlikte, oluşturulan modelin datayla uyum düzeyi AMOS paket programı kullanılarak ayrıntılı biçimde değerlendirilmiştir.

Tablo 17. Yapısal eşitlik uyum indeksleri

Ölçüm (Uyum İstatistiği)	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
Genel Model Uyumu		
X/sd Uyum Testi (CMIN/df)	≤3	≤4-5
Karşılaştırmalı Uyum İndeksleri		
NFI	≥0,95	0,94-0,90
TLI	≥0,95	0,94-0,90
IFI	≥0,95	0,94-0,90
CFI	≥0,97	≥0,95
RMSEA	≤0,05	0,06-0,08
Mutlak Uyum İndeksleri		
GFI	≥0,90	0,89-0,85
AGFI	≥0,90	0,89-0,85

Kaynak: (İlhan ve Çetin, 2014, s. 31; Yaşlıoğlu, 2017, s. 77; Yeşilyurt, 2018, s. 135; Temel, 2022).

Ölçeğin orjinalinde yer alan dört faktörlü yapı Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) ile değerlendirilmiştir. AMOS Programı ile yapılan DFA sonuçlarına göre uyum indeksleri geçerli uyum iyiliğini (CMIN=4660,000, DF=417, CMIN/DF=11,175, GFI=0,390, CFI=0,803, RMSEA=0,217, RMR=0,107) sağlamamıştır. Orijinal ölçekte mevut olan dört faktörlü yapı doğrulanamadığı için açıklayıcı faktör analizinde belirlenen tek faktörlü yapının kullanılmasına karar verilmiştir.



Şekil 7. Araştırma Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Diyagramı

Tablo 18. Doğrulayıcı faktör analizi sonuçları

İfade		Boyut	Tahmini Değer	Standart Hata	t Değeri (c.r.)	P Değeri
S31	<---	SKE	1,000			
S26	<---	SKE	1,054	,021	50,696	***
S16	<---	SKE	,910	,076	11,912	***
S15	<---	SKE	,674	,058	11,577	***

İfade		Boyut	Tahmini Değer	Standart Hata	t Değeri (c.r.)	P Değeri
S14	<---	SKE	,902	,075	11,969	***
S6	<---	SKE	,997	,087	11,419	***
S5	<---	SKE	,901	,076	11,850	***
S4	<---	SKE	,783	,067	11,601	***
S3	<---	SKE	,639	,057	11,263	***
S1	<---	SKE	,945	,081	11,714	***
S2	<---	EE	1,000			
S7	<---	EE	,894	,017	53,177	***
S8	<---	EE	,817	,016	49,775	***
S9	<---	EE	,774	,020	39,592	***
S10	<---	EE	,845	,016	51,787	***
S11	<---	EE	,939	,017	54,426	***
S12	<---	EE	,731	,018	41,032	***
S13	<---	EE	,904	,021	43,345	***
S20	<---	EE	,898	,017	54,142	***
S24	<---	EE	,960	,021	45,190	***
S25	<---	EE	,969	,018	55,355	***
S27	<---	B	1,000			
S28	<---	B	1,141	,046	25,053	***
S29	<---	B	1,178	,038	31,069	***
S30	<---	B	,796	,043	18,372	***
S23	<---	ÇE	1,000			
S22	<---	ÇE	1,285	,035	36,220	***
S21	<---	ÇE	1,462	,047	30,795	***
S19	<---	ÇE	1,322	,035	37,641	***
S18	<---	ÇE	1,341	,038	35,403	***
S17	<---	ÇE	1,226	,027	44,654	***

Tablo 19. Faktör analizi sonuçları

İfade		Boyut	Tahmini Değer
S31	<---	SKE	,634
S26	<---	SKE	,652

İfade		Boyut	Tahmini Değer
S16	<---	SKE	,979
S15	<---	SKE	,939
S14	<---	SKE	,986
S6	<---	SKE	,921
S5	<---	SKE	,971
S4	<---	SKE	,942
S3	<---	SKE	,903
S1	<---	SKE	,955
S2	<---	EE	,981
S7	<---	EE	,982
S8	<---	EE	,977
S9	<---	EE	,954
S10	<---	EE	,980
S11	<---	EE	,983
S12	<---	EE	,958
S13	<---	EE	,964
S20	<---	EE	,983
S24	<---	EE	,968
S25	<---	EE	,984
S27	<---	B	,873
S28	<---	B	,992
S29	<---	B	,966
S30	<---	B	,915
S23	<---	ÇE	,943
S22	<---	ÇE	,980
S21	<---	ÇE	,951
S19	<---	ÇE	,986
S18	<---	ÇE	,976
S17	<---	ÇE	,966

Tablo18 ve Tablo 19 incelendiğinde ifadelerin regresyon katsayıları, standardize regresyon katsayıları, CR oranlarının istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir.

Öneri Ölçeği İçin Açıklayıcılık Oranı:

Önerilerin yer aldığı 12 ifadelik ölçek için geçerlilik analizi açıklayıcı faktör analizi değerlendirilmiştir. Tek faktörlü yapı için veri setinin geçerlilik testine uygunluğu KMO ve Bartlett's Küresellik Testleri ile değerlendirilmiştir. Uygulanan test sonuçları Tablo 22'de verilmiştir. KMO test değeri 0,921 olarak bulunmuştur. Bartlett's testinin sonucu olarak ise bulunan değerlerin (χ2= 7190,997; df= 66; p=0,000<,05) anlamlı olduğu ve değişkenler arasında ilişkinin bulunduğu tespit edilmiş ve veri setinin faktör analizi yapmaya uygun olduğu görülmüştür. Yapılan analiz sonucunda KMO testinin sonucu 1'e yakın çıkmış ve Bartlett's testinin p değeri 0,000 bulunmuştur. Tek faktörlü yapının açıklayıcılık oranı 93,582 olarak belirlenmiştir.

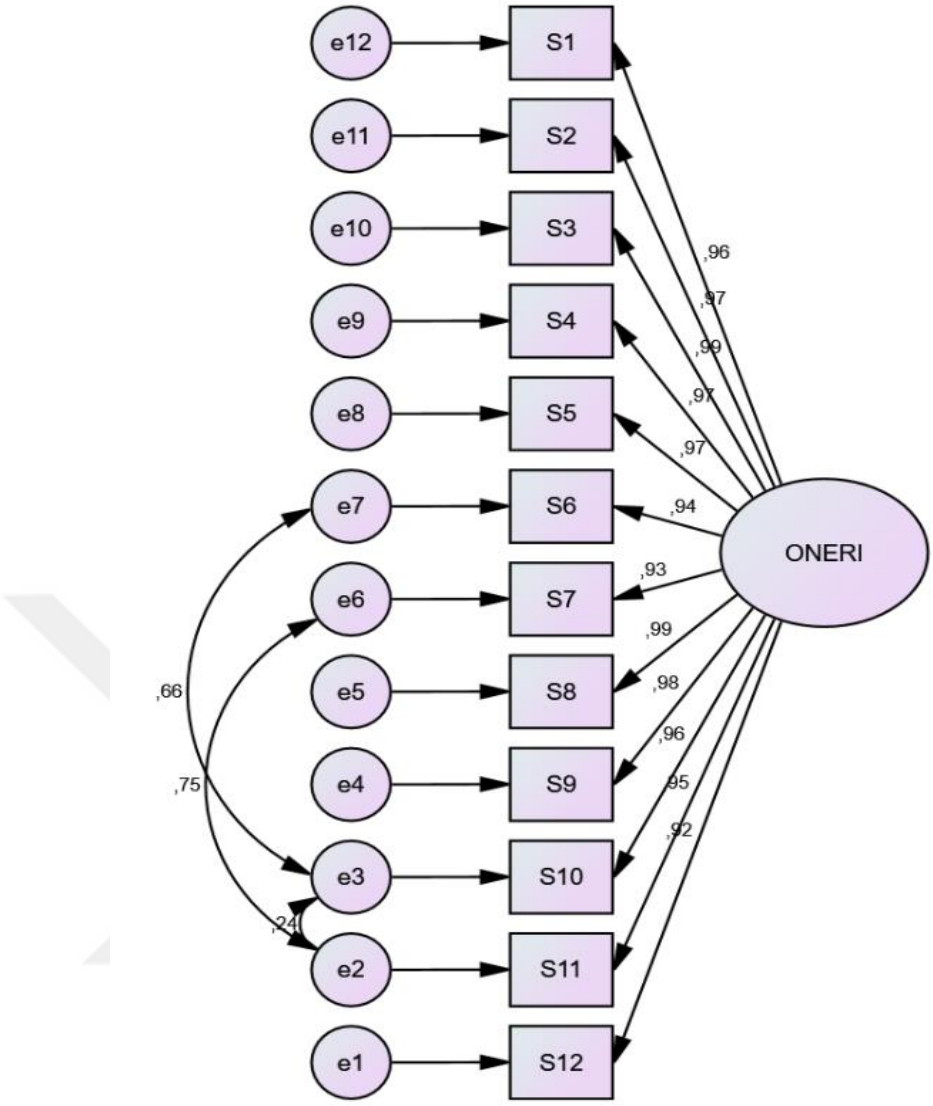
Tablo 20. Ölçekteki öneriler bölümüne yapılan KMO ve Bartlett's küresellik testi

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterlik Ölçüsü		,921
Bartlett's Küresellik Testi	Yaklaşık Ki Kare	7190,997
	Serbestlik Derecesi (df)	66
	Anlamlılık (sig)	,000

Tablo 21. Öneriler ölçeğinin faktör analizi sonuçları

Öneriler	Faktör 1
Yöredeki tarihi çekicikiciliklerin restorasyonları yapılmalı. (evler, müzeler, camiler, hanlar vb.)	,984
Yemekler dışında bu şehirdeki gastronomi ürünlerinin tanıtımı yapılmalı.	,980
Yöresel mutfak kültürünü koruyucu kurs ve seminerler düzenlenmesi.	,978

İnternet ve sosyal medya odaklı şehrin daha fazla tanıtımı yapılmalı.	,976
Edirne'nin ulusal ve uluslararası tanıtım faaliyetleri arttırılmalı.	,973
Yöresel mutfağın daha fazla tanıtımı yapılmalı.	,971
Konklama tesisleri planlı bir şekilde artmalı.	,969
Daha fazla nitelikli mutfak personeli yetiştirilmeli.	,964
Yiyecek - içecek işletmelerinin hizmet kalitesi arttırılmalı.	,963
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na kapsamında yerel halk bilinçlendirilmeli	,960
Sosyal aktiviteler için daha fazla imkânlar sağlanmalı.	,954
Yiyecek- içecek işletmelerinin sayıları arttırılmalı.	,935



Şekil 8. Öneri Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Diyagramı

Ölçeğin orjinalinde yer alan tek faktörlü yapı Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) ile değerlendirilmiştir. AMOS Programı ile yapılan DFA sonuçlarına göre uyum indeksleri geçerli uyum iyiliği (CMIN=937,995, DF=51, CMIN/DF=18,392, GFI=0,588, CFI=0,878, RMSEA=0,284, RMR=0,011) gerçekleşmiştir. Orijinal ölçekte mevut yapı korunmuştur.

Yapılan araştırma ölçeklerinin geçerliliğini test etmek amacıyla uygulanan Faktör Analizi sonuçları, veri setinin bu analiz için uygunluğunu kanıtlamıştır. İlk olarak, ölçekteki boyutları keşfetmek amacıyla Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) yapılmıştır. Veri setinin faktör analizine uygunluğunu belirlemek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterliliği Testi ve Bartlett Küresellik Testi kullanılmıştır.

KMO değerinin 0,960 (Genel Ölçek) ve 0,921 (Öneri Ölçeği) olarak bulunması (her iki değer de 0,5'ten büyük), örneklem büyüklüğünün ve verilerin faktör analizi için yüksek derecede yeterli olduğunu göstermiştir.

Bartlett Küresellik Testi sonuçlarının (p=0,000 < 0,05) anlamlı çıkması, değişkenler arasında ilişki bulunduğunu ve veri setinin faktör analizi yapmaya uygun olduğunu doğrulamıştır.

AFA sonucunda, genel ölçekte başlangıçta iki alt boyut oluşsa da, binişik maddelerin çıkarılmasıyla tek faktörlü bir yapıya ulaşılmış ve bu yapının %91,838 oranında varyansı açıkladığı tespit edilmiştir. Öneri ölçeği için de tek faktörlü bir yapı elde edilmiş ve bu yapının varyansı %93,582 oranında açıklamıştır.

AFA ile elde edilen faktör yapısının doğruluğunu ve uyumunu test etmek amacıyla Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) uygulanmıştır. Ancak, orijinal ölçeğin varsayılan dört faktörlü yapısının DFA uyum indeksleri geçerli uyum iyiliğini sağlamadığı için (örneğin CFI=0,803, RMSEA=0,217), AFA sonucunda belirlenen tek faktörlü yapının kullanılmasına karar verilmiştir. Öneri ölçeği için ise orijinal tek faktörlü yapı korunmuştur. Regresyon ağırlıkları ve standartize regresyon ağırlıkları incelendiğinde, ölçek maddelerinin ilgili boyutlara anlamlı katkı sağladığı görülmüştür.

Bu analizler, çalışmada kullanılan ölçeklerin araştırma amacına uygun ve tutarlı yapılar göstererek yapı geçerliliğinin sağlandığını teyit etmektedir.

3.1. Nicel Analiz Bulguları

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "Gastronomi Şehri" olabilirliğine dair anketler aracılığı ile elde edilen veriler sunulmuştur. Üç bölümden oluşan anket formunun birinci bölümde paydaşların cinsiyet, yaş, eğitim durumları, mesleği, çalıştıkları kurum, medeni durum, maddi gelir durumları ve Edirne şehrinde ikamet süreleri, doğum yeri, gastronomi sektör deneyimi turistlerle iletişii konu alan demografik özellikler yer alırken; ikinci ve üçüncü bölümde ise "Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "Gastronomi Kenti" olabilirliğine ilişkin ilgili paydaş görüşlerini sorgulayan ifadeler yer almıştır.

3.1.1. UNESCO yaratıcı şehirler ağı kapsamında edirne'nin gastronomi şehri olma potansiyelinin incelenmesi uygulama ölçeği 1. bölüm: katılımcıların demografik dağılımı

Katılımcıların demografik ve betimleyici özelliklerini belirlemek maksadıyla frekans ve yüzde analizi gerçekleştirilmiş ve elde edilen bulgular Tablo 22'de bütünsel biçimde gösterilmiştir. Devamında her bir değişken ayrı ayrı tablolaştırılarak detaylandırılarak aktarılmıştır.

Tablo 22. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin betimsel istatistikler

Değişken	Grup	Frekans	Frekans Yüzdesi (%)
Cinsiyet	Kadın	122	56,2
	Erkek	95	43,8
	Total	217	100,0
Yaş	18-25	90	41,5
	26-35	33	15,2
	36-45	43	19,8
	46-55	43	19,8
	56+	8	3,7
	Total	217	100,0
Meslek	Gastronomi / turizm öğrencisi	60	27,6
	Kamu çalışanı	110	50,7
	Esnaf, ev hanımı, özel sektör	20	9,2
	Yerel şef	15	6,9
	Kadın kooperatifi çalışanı	12	5,5
	Total	217	100,0
Eğitim	İlkokul	9	4,1
	Lise	30	13,8
	Ön Lisans	69	31,8
	Lisanas	54	24,9
	Yüksek Lisans	35	16,1
	Doktora	20	9,2
	Total	217	100,0
Çalıştığı Kurum	Trakya Üniversitesi	77	35,5
	Edirne Belediyesi	33	15,2
	Aşçılık Öğrencisi	60	27,6
	Diğer (Tarım il Müd. vb.)	47	21,7
	Total	217	100,0
Medeni Durum	Bekar	120	55,3

	Evli	97	44,7
	Total	217	100,0
AylıkGelir	10000-15000	50	23,0
	15000-30000	45	20,7
	30000-45000	41	18,9
	45000-60000	39	18,0
	60000+	42	19,4
	Total	217	100,0
EdirnedeİkametSüresi	1yıl ve altı	40	18,4
	1-5 yıl	52	24,0
	6-10 yıl	20	9,2
	11-15 yıl	28	12,9
	16 yıl ve üzeri	77	35,5
	Total	217	100,0
DoğumYeri	Edirne	104	47,9
	Diğer	113	52,1
	Total	217	100,0
Gastronomi Turizm Sektöründe Çalışma	Evet	102	47,0
	Hayır	115	53,0
	Total	217	100,0
Turistlerle İletişim Kurma	Evet	125	57,6
	Hayır	92	42,4
	Total	217	100,0

1.Cinsiyete göre dağılım

Tablo 23. Katılımcıların cinsiyete göre dağılımları

	Frekans	**Yüzde**	**Geçerli yüzde**	**Kümülatif yüzde**
Kadın	122	56,2	56,2	56,2
Erkek	95	43,8	43,8	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Tablo 23'de görüldüğü gibi katılımcıların %56,22'sini kadınlar %43,78'ini erkekler oluşturmaktadır. Katılımcıların yüz yirmi ikisinin kadın, doksan beşinin erkek olduğu görülmektedir.

2. Yaş Grupları

Tablo 24. Katılımcıların yaşlarına göre dağılımları

Yaş aralığı	Frekans	Yüzde	Geçerli yüzde	Kümülatif yüzde
18-25	90	41,5	41,5	41,5
26-35	33	15,2	15,2	56,7
36-45	43	19,8	19,8	76,5
46-55	43	19,8	19,8	96,3
56+	8	3,7	3,7	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "Gastronomi Şehri" olabilirliğine ilişkin verilere ulaşmak amacıyla yapılan anketlerekatılan katlımcıların yaşlarına göre dağılımları Tablo 24'da gösterilmiştir. Görüşmeye katılan paydaşlar içerisinde 18-25 yaş arasında doksan, 26-35 yaş aralığında otuz üç, 36-45 yaş aralığında kırk üç, 46-55 yaş aralığında kırk üç ve 55 ve üzeri yaş aralığında ise sekiz kişi olduğu görülmektedir. 36-45 ve 46-55 yaş aralığında eşit sayıda katılımcı bulunduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Katılımcılar yaş gruplarına göre oran dağılımı Tablo 24 incelendiğinde 18-25 yaş grubu kişilerin oranı %41.5, 26-35 yaş grubu kişilerin oanı %15.2, 36-45 yaş grubu kişilerin oranı %19.8, 46-55 yaş grubu kişilerin oranı %19.8, 56 ve üzeri yaş grubu kişilerin oranı %3.7'dir.

3. Öğrenim Durumu

Tablo 25. Katılımcıların eğitim durumuna göre dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
İlköğretim	9	4,1	4,1	4,1
Lise	30	13,8	13,8	18,0
Ön Lisans	69	31,8	31,8	49,8
Lisanas	54	24,9	24,9	74,7
Yüksek Lisans	35	16,1	16,1	90,8
Doktora	20	9,2	9,2	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Çalışma kapsamında Tablo 25 öğrenim durumları açısından incelendiğinde katılımcıların yarıdan fazlasının (%56.68) önlisans ve lisans mezunu olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla, lisansüstü düzeyde öğrenim görmüş katılımcılar

(%25.35), lise mezunu katılımcılar (%13.82) ve ilköğretim mezunu katılımcılar (%4.15) takip etmektedir. Katılımcılar içerisinde okur-yazar olmayan bireyin bulunmadığı, en düşük eğitim düzeyinin ise ortaokul mezuniyeti olduğu bulgusuna varılmıştır.

4.Meslek Grupları

Tablo 26. Katılımcıların meslek gruplarına göre dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Gastronomi / turizm öğrencisi	60	27,6	27,6	27,6
Kamu çalışanı	110	50,7	50,7	78,3
Esnaf, ev hanımı, özel sektör	20	9,2	9,2	87,6
Yerel şef	15	6,9	6,9	94,5
Kadın kooperatifi çalışanı	12	5,5	5,5	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "Gastronomi Şehri" olabilirliğine dair paydaş görüşlerinin öğrenilmesi amacıyla yapılan anketlere katılan katılımcıların çalıştıkları kurumlara dağılımları Tablo 26'de gösterilmektedir. Çalışma kapsamında katılımcıların altmışının gastronomi öğrencisi, yüzonunun kamu çalışanı, yirmisinin esnaf vb, on beşinin yerel şef ve on ikisinin kadın kooperatif çalışanı olduğu görülmektedir. Çalışma dâhilindeki bireylerin yarıdan fazlasının kamu personeli olduğu (%50,69) bunu sırasıyla, gastronomi öğrencisi (%27,65), esnaf vb. (%9.22), yerel şef (%6.91) ve kadın kooparatif çalışanı (%5.53) bulgusuna erişilmiştir.

5. Kurum Dağılımı

Tablo 27. Katılımcıların çalıştıkları kurumlara göre dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Trakya Üniversitesi	77	35,5	35,5	35,5
Edirne Belediyesi	33	15,2	15,2	50,7
Aşçılık Öğrencisi	60	27,6	27,6	78,3
Diğer (Tarım il Müd. vb.)	47	21,7	21,7	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "Gastronomi Şehri" olabilirliğine ilişkin uygulanan anketlerden elde edilen verilere göre katılımcıların çalıştıkları kurumların dağılımları Tablo 27'da gösterilmektedir. Tablo 27'da görüldüğü gibi katılımcılardan yetmiş yedisinin Trakya üniversitesi'nde, otuz üçünün Edirne Belediyesi'nde, altmışının gastraonomi öğrencisi olduğu, kırk yedisinin Edirne Ticaret Odası, Edirne İl Kültür Turizm Müdürlüğü'nde, Edirne Aşçılar Derneği'nde, kadın kooperatiflerinde vb. çalıştığı bulgulanmıştır.

6. Medeni Durum

Tablo 28. Katılımcıların medeni hallerine göre dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Bekar	120	55,3	55,3	55,3
Evli	97	44,7	44,7	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Tablo 28'e göre Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "GastronomiŞehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde katılımcılardan doksan yedisi evli, yüz yirmisi bekârdır. Katılımcıların %55.3'ü bekârken, %44.7'si evli olduğu bulgulanmaktadır.

7. Aylık Gelir Düzeyi

Tablo 29. Katılımcıların gelir düzeyine göre dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
10000-15000 (TL)	50	23,0	23,0	23,0
15000-30000 (TL)	45	20,7	20,7	43,8
30000-45000(TL)	41	18,9	18,9	62,7
45000-60000(TL)	39	18,0	18,0	80,6
60000(TL)+	42	19,4	19,4	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "GastronomiŞehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlere katılımcılatılar gelir durumlarına göre dağılımları Tablo 29'da gösterilmiştir. Anketi cevaplayan katılımcıların ellsinin aylık gelirinin 10000–15000 TL, kırk beşinin 15000–30000 TL, kırk birinin 30000-45000TL, otuz dokuzunun 45000-60000TL ve kırk ikisinin 60000 TL üzerinde olduğu

görülmektedir. Tablo 29'da görüldüğü gibi anketi cevaplayan katılımcıların %23'nün 10000–15000 TL, yaklaşık %22'sinin 15000–30000 TL, yaklaşık %19'nun 30000-45000TL, %18'nin 45000-60000TL ve %19'unun da 60000TL üzerinde ortalama aylık gelire sahip olduğu bulgulanmıştır.

8. Edirne'de İkamet Süresi

Tablo 30. Katılımcıların Edirne'de ikamet sürelerine göre dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1yıl ve altı	40	18,4	18,4	18,4
1-5 yıl	52	24,0	24,0	42,4
6-10 yıl	20	9,2	9,2	51,6
11-15 yıl	28	12,9	12,9	64,5
16 yıl ve üzeri	77	35,5	35,5	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Tablo 30'da görüldüğü gibi anketleri cevaplayan katılımcıların, kırkının Edirne'de bir yıldan daha az, elliikisinin 1-5 yıl, yirmisinin 6-10yıl, yirmi sekizinin 11-15 yıl, yetmiş yedisinin 16 yıldan daha uzun süredir ikamet ettikleri bulgusu elde edilmiştir. Tablo 30'daki oranlar incelendğinde ise %18.43'ünün Edirne'de bir yıldan daha az, yaklaşık %24'nün 1-5 yıl, %9'unun 6-10yıl, hemen hemen %13'ünün 11-15 yıl, %35.48'inin 16 yıldan daha uzun süredir ikamet ettikleri görülmektedir.

9. Doğum Yeri

Tablo 31. Katılımcıların doğum yerlerine göre dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Edirne	104	47,9	47,9	47,9
Diğer	113	52,1	52,1	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "GastronomiŞehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde katılımcıların verdikleri cevapların Tablo 31'e göre yüz dördünün Edirne'de, yüz on üçünün Edirne dışında başka bir il doğumlu olduğu bulgulanmıştır. Tablo 31 incelendiğinde katılımcıların yaklaşık %48'i Edirne, %52'si Edirne dışında farklı bir ilde doğduğu bulgulanmıştır.

10. Gastronomi/Turizm Sektöründe Çalışma

Tablo 32. Katılımcıların gastronomi sektöründe çalışmışlıklarına göre dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Evet	102	47,0	47,0	47,0
Hayır	115	53,0	53,0	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Tablo 32'de görüldüğü gibi anketleri cevaplayan katılımcıların, yüz ikisinin Edirne'de gstronomi sektöründe çalştığı, yüz on beşinin ilgili sektörde çalışmışlığının dbulnmadığı bulgusu elde edilmiştir. Tablo 32'teki oranlar incelendğinde ise %47'sinin Edirne'de ilgili sektörde görev yaparken, %53'ünün sektör dışında görevli olduğu görülmektedir.

11. Turistlerle İletişim Kurma

Tablo 33. Katılımcıların turistlerle iletişim kurma durumuna göre dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Evet	125	57,6	57,6	57,6
Hayır	92	42,4	42,4	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "GastronomiŞehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlere katılımcılatıların turistlerle iletişim kurma durumlarına göre dağılımları Tablo 33'te gösterilmiştir. Anketi cevaplayan katılımcıların yüz yirmi beşinin turitlerle iletişim halinde olduğu, doksan ikisinin diyaloğunun olmadığı görülmüştür. Tablo 33'e göre katılımcıların yaklaşık %58'i iletişim kurarken, %42'sinin iletişim urmadığı bulgulanmıştır.

3.1.2. UNESCO yaratıcı şehirler ağı kapsamında edirne'nin gastronomi şehri olma potansiyelinin incelenmesi uygulama ölçeği 2. bölüm-a katılımcı cevapları

Katılımcıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında Edirne'nin gastronomi şehri olma potansiyelinin değerlendirilmesine yönelik ifadelere verdikleri cevapları belirlemek maksadıyla frekans analizi gerçekleştirilmiş, frekans yüzdesi, atitmetik ortalama, standart sapma, kümülatif frekans yüzdeleri hesaplanmıştır. Elde edilen bulgular Tablo 34'te bütünsel biçimde gösterilmiştir. Devamında her bir ifade

için verilen cevaplar ayrı ayrı tablolaştırılıp grafiklendirilmiş detaylandırılarak aktarılmıştır.

Tablo 34. Katılımcıların UNESCO yaratıcı şehirler ağı kapsamında Edirne'nin gastronomi şehri olma potansiyelinin değerlendirilmesine yönelik ifade bulguları

		Frekans (n)	Frekans Yüzdesi (%)	Aritmetik Ortalama ($\bar{x}$)	Standard Sapma(s.s.) σ
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne yerel halkının yaşam kalitesini arttırır.	Kesinikle Katılmıyorum	5	2,3		
	Katılmıyorum	3	1,4		
	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	33	15,2		
	Katılıyorum	52	24,0		
	Kesinlikle Katılıyorum	124	57,1		
	Total	217		4,32	,94
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'ye ulaşım imkanlarının gelişmesini sağlar.	Kesinlikle Katılmıyorum	6	2,8		
	Katılmıyorum	6	2,8		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	27	12,4		
	Katılıyorum	45	20,7		
	Kesinlikle Katılıyorum	133	61,3		
	Total	217		4,35	,99
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de kültürel miras daha çok ön plana çıkar.	Kesinlikle Katılmıyorum	2	,9		
	Katılmıyorum	1	,5		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	10	4,6		
	Katılıyorum	40	18,4		
	Kesinlikle Katılıyorum	164	75,6		
	Total	217		4,67	,67
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de	Kesinikle Katılmıyorum	3	1,4		
	Katılmıyorum	3	1,4		

sosyal etkinliklerde artış görülür.	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	14	6,5		
	Katılıyorum	43	19,8		
	Kesinlikle Katılıyorum	154	71,0		
	Total	217		4,58	,79
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yöreye gelen turistler yerel kültürün gelişmesine katkı sağlar.	Kesinikle Katılmıyorum	3	1,4		
	Katılmıyorum	6	2,8		
	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	21	9,7		
	Katılıyorum	36	16,6		
	Kesinlikle Katılıyorum	151	69,6		
	Total	217		4,50	,88
Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması, yerel halkın daha hoşgörülü olmasını sağlar	Kesinikle Katılmıyorum	3	1,4		
	Katılmıyorum	10	4,6		
	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	53	24,4		
	Katılıyorum	37	17,1		
	Kesinlikle Katılıyorum	114	52,5		
	Total	217		4,15	1,03
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yerel halk için yeni iş olanakları ortaya çıkarır.	Kesinikle Katılmıyorum	1	,5		
	Katılmıyorum	8	3,7		
	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	28	12,9		
	Katılıyorum	43	19,8		
	Kesinlikle Katılıyorum	137	63,1		
	Total	217		4,41	,88
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de	Kesinikle Katılmıyorum	2	,9		
	Katılmıyorum	4	1,8		

yerel halk daha fazla ekonomik gelir elde eder.	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	20	9,2		
	Katılıyorum	51	23,5		
	Kesinlikle Katılıyorum	140	64,5		
	Total	217		4,49	,81
Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması, yerel ekonominin canlanmasını sağlar.	Kesinikle Katılmıyorum	2	,9		
	Katılmıyorum	3	1,4		
	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	19	8,8		
	Katılıyorum	44	20,3		
	Kesinlikle Katılıyorum	149	68,7		
	Total	217		4,54	,79
Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması, bölgemde daha fazla yatırım çekilmesini sağlar.	Kesinikle Katılmıyorum	2	,9		
	Katılmıyorum	4	1,8		
	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	25	11,5		
	Katılıyorum	53	24,4		
	Kesinlikle Katılıyorum	133	61,3		
	Total	217		4,43	,84
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de mal ve hizmet fiyatlarını arttırır.	Kesinikle Katılmıyorum	3	1,4		
	Katılmıyorum	6	2,8		
	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	31	14,3		
	Katılıyorum	42	19,4		
	Kesinlikle Katılıyorum	135	62,2		
	Total	217		4,38	,93
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'nin turizm kalkınma planlarında	Kesinikle Katılmıyorum	2	,9		
	Katılmıyorum	1	,5		

önemli bir yere sahip olmasını sağlar.	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	17	7,8		
	Katılıyorum	60	27,6		
	Kesinlikle Katılıyorum	137	63,1		
	Total	217		4,52	,74
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yabancı yatırımları artırır.	Kesinikle Katılmıyorum	2	,9		
	Katılmıyorum	7	3,2		
	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	32	14,7		
	Katılıyorum	50	23,0		
	Kesinlikle Katılıyorum	126	58,1		
	Total	217		4,34	,91
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de çevre restorasyonlarını arttırır.	Kesinikle Katılmıyorum	4	1,8		
	Katılmıyorum	3	1,4		
	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	22	10,1		
	Katılıyorum	48	22,1		
	Kesinlikle Katılıyorum	140	64,5		
	Total	217		4,46	,87
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de kültür turizmi kapsamında ziyaretçi sayısı artar.	Kesinikle Katılmıyorum	2	,9		
	Katılmıyorum	1	,5		
	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	12	5,5		
	Katılıyorum	45	20,7		
	Kesinlikle Katılıyorum	157	72,4		
	Total	217		4,63	,70
Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması, Sanat, el sanatları, folklor ve	Kesinikle Katılmıyorum	3	1,4		
	Katılmıyorum	4	1,8		

yerel kültürün diğer unsurlarını canlandırır.	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	28	12,9		
	Katılıyorum	45	20,7		
	Kesinlikle Katılıyorum	137	63,1		
	Total	217		4,42	,88
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne Mutfağının başka ülkeler tarafından duyulmasını sağlar.	Kesinikle Katılmıyorum	4	1,8		
	Katılmıyorum	3	1,4		
	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	18	8,3		
	Katılıyorum	42	19,4		
	Kesinlikle Katılıyorum	150	69,1		
	Total	217		4,53	,85
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne Mutfağının televizyonlarda daha çok yer almasını sağlar.	Kesinikle Katılmıyorum	4	1,8		
	Katılmıyorum	6	2,8		
	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	22	10,1		
	Katılıyorum	42	19,4		
	Kesinlikle Katılıyorum	143	65,9		
	Total	217		4,45	,92
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne Mutfağının uluslarası düzeyde tanınmasını sağlar.	Kesinikle Katılmıyorum	4	1,8		
	Katılmıyorum	5	2,3		
	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	21	9,7		
	Katılıyorum	47	21,7		
	Kesinlikle Katılıyorum	140	64,5		
	Total	217		4,45	,90
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de	Kesinikle Katılmıyorum	4	1,8		
	Katılmıyorum	3	1,4		

yiyecek- içecek işletmelerinin çeşitlenmesini sağlar.	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	25	11,5		
	Katılıyorum	44	20,3		
	Kesinlikle Katılıyorum	141	65,0		
	Total	217		4,45	,89
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'nin geleneksel Türk Mutfağında öncü olmasını sağlar.	Kesinikle Katılmıyorum	6	2,8		
	Katılmıyorum	9	4,1		
	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	30	13,8		
	Katılıyorum	50	23,0		
	Kesinlikle Katılıyorum	122	56,2		
	Total	217		4,26	1,03
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'nin ünlü gurmeler tarafından daha fazla ziyaret edilmesini sağlar	Kesinikle Katılmıyorum	3	1,4		
	Katılmıyorum	6	2,8		
	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	20	9,2		
	Katılıyorum	52	24,0		
	Kesinlikle Katılıyorum	136	62,7		
	Total	217		4,44	,88
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'ye gelen turist sayısında artış sağlar.	Kesinikle Katılmıyorum	2	,9		
	Katılmıyorum	1	,5		
	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	14	6,5		
	Katılıyorum	48	22,1		
	Kesinlikle Katılıyorum	152	70,0		
	Total	217		4,60	,71
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de hediyelik eşya sektöründe	Kesinikle Katılmıyorum	3	1,4		
	Katılmıyorum	11	5,1		

önemli gelişmeler yaşanmasını sağlar.	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	25	11,5		
	Katılıyorum	51	23,5		
	Kesinlikle Katılıyorum	127	58,5		
	Total	217		4,33	,96
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yiyecek- içecek işletmelerinde hizmet kalitesini arttırır.	Kesinikle Katılmıyorum	5	2,3		
	Katılmıyorum	4	1,8		
	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	31	14,3		
	Katılıyorum	41	18,9		
	Kesinlikle Katılıyorum	136	62,7		
	Total	217		4,38	,96
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de suç oranını arttırır.	Kesinikle Katılmıyorum	89	41,0		
	Katılmıyorum	46	21,2		
	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	38	17,5		
	Katılıyorum	9	4,1		
	Kesinlikle Katılıyorum	35	16,1		
	Total	217		2,33	1,45
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de doğal çevre zarar görür.	Kesinikle Katılmıyorum	85	39,2		
	Katılmıyorum	32	14,7		
	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	49	22,6		
	Katılıyorum	14	6,5		
	Kesinlikle Katılıyorum	37	17,1		
	Total	217		2,47	1,48
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de	Kesinikle Katılmıyorum	32	14,7		
	Katılmıyorum	33	15,2		

daha fazla gürültü kirliliği meydana getirir.	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	42	19,4		
	Katılıyorum	30	13,8		
	Kesinlikle Katılıyorum	80	36,9		
	Total	217		3,43	1,48
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de çarpık kentleşme artar.	Kesinikle Katılmıyorum	46	21,2		
	Katılmıyorum	38	17,5		
	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	35	16,1		
	Katılıyorum	26	12,0		
	Kesinlikle Katılıyorum	72	33,2		
	Total	217		3,18	1,56
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de trafik yoğunluğunda artış yaşanmasına sebep olur.	Kesinikle Katılmıyorum	5	2,3		
	Katılmıyorum	19	8,8		
	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	33	15,2		
	Katılıyorum	39	18,0		
	Kesinlikle Katılıyorum	121	55,8		
	Total	217		4,16	1,12
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yerel mutfak özgünlüğünü kaybeder.	Kesinikle Katılmıyorum	97	44,7		
	Katılmıyorum	39	18,0		
	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	42	19,4		
	Katılıyorum	9	4,1		
	Kesinlikle Katılıyorum	30	13,8		
	Total	217		2,24	1,41

S1) UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne yerel halkının yaşam kalitesini arttırır.

Tablo 35. Katılımcıların yaşam kalitesi ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinikle Katılmıyorum	5	2,3	2,3	2,3
Katılmıyorum	3	1,4	1,4	3,7
Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	33	15,2	15,2	18,9
Katılıyorum	52	24,0	24,0	42,9
Kesinlikle Katılıyorum	124	57,1	57,1	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "GastronomiŞehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketelerde Tablo 35'te katılımcılarıların yanıtları gösterilmiştir. Tablo 35'e birikimli olarak frrekanslara bakıldığında katılımcıların katılımcıların yüz yetmiş altısının UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne yerel halkının yaşam kalitesini arttıracağına katıldıkları görülmektedir. Tablo 35'te oranlar kümülatif incelendiğinde katılımcıların %81.1'inin yerel halkın yaşam kalitesinde pozitif etki olacağını düşündükleri bulgulanmıştır.

S2) UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'ye ulaşım imkânlarının gelişmesini sağlar.

Tablo 36. Katılımcıların ulaşım imkanları ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	6	2,8	2,8	2,8
Katılmıyorum	6	2,8	2,8	5,5
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	27	12,4	12,4	18,0
Katılıyorum	45	20,7	20,7	38,7
Kesinlikle Katılıyorum	133	61,3	61,3	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Tablo 36'da görüldüğü gibi anketleri cevaplayan katılımcıların, yüz otuz üçünün Edirne'de UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'ye ulaşım imkanlarının gelişmesini sağlayacağına kesinlikle katıldıkları, kırk beşinin ise katıldıkları

görlmektedir. Tablo 36'daki oranlar kümülatif incelendğinde %82.03'ünün ulaşım imkanlarında pozitif etki olacağı inanında oldukları bulgulanmıştır.

S3) UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması, Edirne'de kültürel mirası daha çok ön plana çıkarır.

Tablo 37. Katılımcıların kültürel miras ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	2	,9	,9	,9
Katılmıyorum	1	,5	,5	1,4
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	10	4,6	4,6	6,0
Katılıyorum	40	18,4	18,4	24,4
Kesinlikle Katılıyorum	164	75,6	75,6	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "GastronomiŞehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketelerde Tablo 37'de katılımcılarıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması, Edirne'de kültürel mirası daha çok ön plana çıkarır sorusuna verdikleri yanıtları gösterilmiştir. Tablo 37 incelendiğinde katılımcıların yüz altmış dörtünün kesinlikle katıldığı, kırkının ise katıldığı görülmektedir. Frekanslar birikimli incelendiğinde katılımcıların iki yüz dördünün kültürel mirasın ön plana çok daha fazla çıkacağını düşündükleri bulgulanmıştır. Tablo 37'deki oranlar kümülatif değerlendirildiğinde, katılımcıların %94.01'inin Edirne'de kültürel mirasın öne çıkmasının pozitif etki alacağını düşündükleri bulgulanmıştır.

S4) UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de sosyal etkinliklerde artış sağlar.

Tablo 38. Katılımcıların sosyal etkinlikler ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinikle Katılmıyorum	3	1,4	1,4	1,4
Katılmıyorum	3	1,4	1,4	2,8
Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	14	6,5	6,5	9,2
Katılıyorum	43	19,8	19,8	29,0
Kesinlikle Katılıyorum	154	71,0	71,0	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "GastronomiŞehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde Tablo 38'de katılımcılarıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de sosyal etkinliklerde artış sağlar sorusuna verdikleri yanıtları gösterilmiştir. Tablo 38'e göre katılımcıların yüz elli dördünün kesinlikle katıldığı cevabını verdiği, kırk üçünün de katıldığını belirttiği görülmektedir. Birikimli frekanslar incelendiğinde sosyal etkinliklerde artış olacağına katıldığını belirten yüz doksan yedi birey olduğu belirlenmiştir. Tablo 38'deki oranlar kümülatif değerlendirildiğinde katılımcıların %90,79'unun UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de sosyal etkinliklerde artış sağlayacağı inancında olduğu bulgulanmıştır.

S5) UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması ile Edirne'de yöreye gelen turistler yerel kültürün gelişmesine katkı sağlar.

Tablo 39. Katılımcıların turistlerin yerel kültüre etkisi ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinikle Katılmıyorum	3	1,4	1,4	1,4
Katılmıyorum	6	2,8	2,8	4,1
Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	21	9,7	9,7	13,8
Katılıyorum	36	16,6	16,6	30,4
Kesinlikle Katılıyorum	151	69,6	69,6	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Tablo 39'da katılımcıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması ile Edirne'de yöreye gelen turistler yerel kültürün gelişmesine katkı sağlayacağına dair verdikleri yanıtlara göre yüz elli birinin kesinlikle katıldığı, otuz altısının katıldığı görülmektedir. Frekanslar kümülatif değerlendirildiğinde katılımcıların yüz seksen yedisinin yerel kültürün gelişmesinde gelen turistlerin pozitif yönlü etkisi olacağı yanıtını verdikleri bulgulanmıştır. Tablo 39'daki oranlara göre yerel kültürde pozitif yönlü etki olacağını beyan eden katılımcıların oranın %86.17 olduğu görülmektedir.

S6) Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması, yerel halkın daha hoşgörülü olmasını sağlar.

Tablo 40. Katılımcıların yerel halkın hoşgörülü olması ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinikle Katılmıyorum	3	1,4	1,4	1,4
Katılmıyorum	10	4,6	4,6	6,0
Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	53	24,4	24,4	30,4
Katılıyorum	37	17,1	17,1	47,5
Kesinlikle Katılıyorum	114	52,5	52,5	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "GastronomiŞehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde Tablo 40'ta katılımcılarıların Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması, yerel halkın daha hoşgörülü olmasını sağlar sorusuna verdikleri yanıtlar gösterilmiştir. Tablo 40'a göre katılımcıların yüz on dördünün kesinlikle katıldığı cevabını verdiği, otuz yedisinin de katıldığını belirttiği, elli üçünün ise kararsız kaldığı, toplam on üçünün de katılmadığını beyan ettiği görülmektedir. Birikimli frekanslar incelendiğinde yerel halkın daha hoşgörülü olacağına katıldığını belirten yüz elli bir birey olduğu belirlenmiştir. Tablo 40'taki oranlar kümülatif değerlendirildiğinde katılımcıların %69.58'inin Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması, yerel halkın daha hoşgörülü olmasını sağla yacağına katıldığı, %24.42'sinin kararsız kaldığı ve %5.99'unun katılmadığı bulgulanmıştır.

S7)UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yerel halk için yeni iş olanakları ortaya çıkarır.

Tablo 41. Katılımcıların yerel halk için yeni iş olanakları ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinikle Katılmıyorum	1	,5	,5	,5
Katılmıyorum	8	3,7	3,7	4,1
Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	28	12,9	12,9	17,1
Katılıyorum	43	19,8	19,8	36,9
Kesinlikle Katılıyorum	137	63,1	63,1	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "GastronomiŞehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde Tablo 41'de katılımcılarıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yerel halk için yeni iş olanakları ortaya çıkarır ifadesine verdikleri yanıtlar gösterilmiştir. Tablo 41'e göre katılımcıların yüz otuz yedisi kesinlikle katıldığı cevabını verdiği, kırk üçünün katıldığını belirttiği, yirmi sekizinin ise kararsız kaldığı, toplam dokuzunun da katılmadığını beyan ettiği görülmektedir. Birikimli frekanslar incelendiğinde yerel halk için yeni iş olanakları ortaya çıkacağına katıldığını belirten yüz seksen birey olduğu belirlenmiştir Tablo 41'deki oranlar kümülatif değerlendirildiğinde katılımcıların %82.95'inin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yerel halk için yeni iş olanakları ortaya çıkaracağına katıldığı, %12.9'unun kararsız kaldığı ve toplam %4.15'inin katılmadığı bulgulanmıştır.

S8) UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması ile Edirne'de yerel halk daha fazla ekonomik gelir elde eder.

Tablo 42. Katılımcıların yerel halkın ekonomik geliri ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinikle Katılmıyorum	2	,9	,9	,9
Katılmıyorum	4	1,8	1,8	2,8
Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	20	9,2	9,2	12,0
Katılıyorum	51	23,5	23,5	35,5
Kesinlikle Katılıyorum	140	64,5	64,5	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "GastronomiŞehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde Tablo 42'de katılımcılarıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması ile Edirne'de yerel halk daha fazla ekonomik gelir elde eder ifadesine verdikleri cevaplar gösterilmiştir. Tablo 42'ye göre katılımcıların yüz kırkının kesinlikle katıldığı cevabını verdiği, elli birinin katıldığını belirttiği, yirmisinin ise kararsız kaldığı, toplam altısının da katılmadığını beyan ettiği görülmektedir. Birikimli frekanslar incelendiğinde Edirne'de yerel halkın daha fazla ekonomik gelir elde edeceğine katıldığını belirten yüz doksan bir katılımcı, katılmadığını belirten altı katılımcı olduğu belirlenmiştir. Tablo 42'deki oranlar kümülatif değerlendirildiğinde katılımcıların %88.02'sinin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması ile Edirne'de yerel halkın daha fazla ekonomik gelir elde edeceğine katıldığı, %9.22'sinin kararsız kaldığı ve toplam %2.76'sının katılmadığı bulgulanmıştır.

S9) Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması, yerel ekonominin canlanmasını sağlar.

Tablo 43. Katılımcıların yerel ekomoni ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Valid	Kesinikle Katılmıyorum	2	,9	,9	,9
	Katılmıyorum	3	1,4	1,4	2,3
	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	19	8,8	8,8	11,1
	Katılıyorum	44	20,3	20,3	31,3
	Kesinlikle Katılıyorum	149	68,7	68,7	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "GastronomiŞehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde Tablo 43'te katılımcılarıların Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması, yerel ekonominin canlanmasını sağlar

İfadesine verdikleri cevaplar gösterilmiştir. Tablo 43'e göre katılımcıların yüz kırk dokuzunun kesinlikle katıldığı cevabını verdiği, kırk dokuznun katıldığını belirttiği, on dokuzunun ise kararsız kaldığı, toplam beşinin de katılmadığını beyan ettiği görülmektedir. Birikimli frekanslar incelendiğinde Edirne'de yerel ekonominin canlanacağına katıldığını belirten yüz doksan üç katılımcı, katılmadığını belirten beş katılımcı olduğu belirlenmiştir. Tablo 43'teki oranlar kümülatif değerlendirildiğinde katılımcıların %88.94'ünün Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması, yerel ekonominin canlanmasını sağlayacağına katıldığı, toplam %2.3'ünün katılmadığı bulgulanmıştır.

S10) Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması, bölgeme daha fazla yatırım çekilmesini sağlar.

Tablo 44. Katılımcıların bölge yatırımı ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Valid	Kesinikle Katılmıyorum	2	,9	,9	,9
	Katılmıyorum	4	1,8	1,8	2,8
	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	25	11,5	11,5	14,3
	Katılıyorum	53	24,4	24,4	38,7

Kesinlikle Katılıyorum	133	61,3	61,3	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "GastronomiŞehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde Tablo 44'te katılımcılarıların Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması, bölgeme daha fazla yatırım çekilmesini sağlar ifadesine verdikleri cevaplar gösterilmiştir. Tablo 44'e göre katılımcıların yüz otuz üçünün kesinlikle katıldığını, elli üçünün katıldığını belirttiği, yirmi beşinin ise kararsız kaldığı, toplam altısnın da katılmadığını beyan ettiği görülmektedir. Birikimli frekanslar incelendiğinde Edirne bölgesine daha fazla yatırım çekileceğine katıldığını belirten yüz seksen altı katılımcı olduğu belirlenmiştir. Tablo 44'teki oranlar kümülatif değerlendirildiğinde katılımcıların %85.71'inin Edirne'nin Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması, bölgede daha fazla yatırım çekilmesini sağlayacağına katıldığı, toplam %2.76'sının katılmadığı bulgulanmıştır.

S11) UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de mal ve hizmet fiyatlarını arttırır.

Tablo 45. Katılımcıların Edirne'de mal ve hizmet fiyatları ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	**Yüzde**	**Geçerli Yüzde**	**Kümülatif Yüzde**
Kesinikle Katılmıyorum	3	1,4	1,4	1,4
Katılmıyorum	6	2,8	2,8	4,1
Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	31	14,3	14,3	18,4
Katılıyorum	42	19,4	19,4	37,8
Kesinlikle Katılıyorum	135	62,2	62,2	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Katılımcılarıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de mal ve hizmet fiyatlarını arttırır ifadesine verdikleri cevaplar Tablo 45'te gösterilmiştir. Tablo 45'e göre katılımcıların yüz otuz beşi kesinlikle katıldığını, kırk ikisini katıldığını belirttiği, otuz birinin ise kararsız kaldığı, toplam dokuzunun da katılmadığını beyan ettiği görülmektedir. Birikimli frekanslar incelendiğinde

Edirne'de mal ve hizmet fiyatlarında artış olacağına katıldığını belirten yüz yetmiş yedi katılımcı olduğu belirlenmiştir. Tablo 45'teki oranlar kümülatif değerlendirildiğinde katılımcıların %81.56'sının UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de mal ve hizmet fiyatlarında artış yaratacağına katıldığı, %14.29'unun kararsız kaldığı ve toplam %4.14'ünün katılmadığı görülmektedir.

S12) UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'nin turizm kalkınma planlarında önemli bir yere sahip olmasını sağlar.

Tablo 46. Katılımcıların Edirne'nin turizm kalkınma planları ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinikle Katılmıyorum	2	,9	,9	,9
Katılmıyorum	1	,5	,5	1,4
Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	17	7,8	7,8	9,2
Katılıyorum	60	27,6	27,6	36,9
Kesinlikle Katılıyorum	137	63,1	63,1	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "GastronomiŞehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde Tablo 46'da katılımcılarıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'nin turizm kalkınma planlarında önemli bir yere sahip olmasını sağlar ifadesine verdikleri yanıtlar gösterilmiştir. Tablo 46'ya göre katılımcıların yüz otuz yedisinin kesinlikle katıldığı cevabını verdiği, altmışının katıldığını belirttiği, on yedisinin ise kararsız kaldığı, toplamda üçünün de katılmadığını beyan ettiği görülmektedir. Birikimli frekanslar incelendiğinde Edirne'nin turizm kalkınma planlarında önemli bir yere sahip olacağına katıldığını belirten yüz doksan yedi katılımcı, katılmadığını belirten ise yalnızca üç katılımcının mevcut olduğu belirlenmiştir. Tablo 46'daki kümülatif relatif frekanslar değerlendirildiğinde katılımcıların %90.78'inin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'nin turizm kalkınma planlarında önemli bir yere sahip olacağını sağlayacağına katıldığı, %7.83'ünün kararsız kaldığı ve %1.38'inin katılmadığı bulgusuna ulaşılmıştır.

S13) UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yabancı yatırımları artırır.

Tablo 47. Katılımcıların Edirne'de yabancı yatırım ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinikle Katılmıyorum	2	,9	,9	,9
Katılmıyorum	7	3,2	3,2	4,1
Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	32	14,7	14,7	18,9
Katılıyorum	50	23,0	23,0	41,9
Kesinlikle Katılıyorum	126	58,1	58,1	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Tablo 47'da katılımcılarıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yabancı yatırımları artırır ifadesine verdikleri yanıtlar gösterilmiştir. Tablo 47'ye göre katılımcıların yüz yirmi altısı kesinlikle katıldığı cevabını verdiği, ellisinin katıldığını belirttiği, otuz ikisinin kararsız kaldığı, yedisinin katılmadığı, ikisinin kesinlikle katılmadığını beyan ettiği görülmektedir. Kümülatif frekanslar incelendiğinde Edirne'de yabancı yatırımların artacağına katıldığını belirten yüz yetmiş altı katılımcı, katılmadığını belirten dokuz katılımcının olduğu belirlenmiştir. Tablo 47'deki kümülatif relatif frekanslar belirlendiğinde katılımcıların %81.1'inin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yabancı yatırımlarda artış sağlayacağına katıldığı, %14.75'inin kararsız kaldığı ve %4.15'inin katılmadığı bulgulanmıştır.

S14) UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de çevre restorasyonlarını arttırır.

Tablo 48. Katılımcıların Edirne'de restorasyonlar ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinikle Katılmıyorum	4	1,8	1,8	1,8
Katılmıyorum	3	1,4	1,4	3,2
Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	22	10,1	10,1	13,4
Katılıyorum	48	22,1	22,1	35,5
Kesinlikle Katılıyorum	140	64,5	64,5	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "GastronomiŞehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde Tablo 48'de katılımcılarıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de çevre restorasyonlarını arttırır ifadesine verdikleri yanıtlar gösterilmiştir. Tablo 48'e göre katılımcıların yüz kırkı kesinlikle katıldığı cevabını, kırk sekizinin katıldığını belirttiği, yirmi ikisinin kararsız kaldığı, üçünün katılmadığını, dördününde kesinlikle katılmadığını beyan ettiği görülmektedir. Birikimli frekanslar değerlendirildiğinde Edirne'de çevre restorasyonların artacağına katıldığını belirten yüz seksen sekiz katılımcı, katılmadığını belirten ise yedi katılımcı belirlenmiştir. Tablo 48'deki göreceli frekanslar değerlendirildiğinde katılımcıların %86,64'ünün UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de çevre restorasyonlarını arttıracağına katıldığı, %10.14'ünün kararsız kaldığı ve %3.22'sinin katılmadığı bulgulanmıştır.

S15)UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de kültür turizmi kapsamında ziyaretçi sayısı artar.

Tablo 49. Katılımcıların Edirne'de kültür turizmi ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinikle Katılmıyorum	2	,9	,9	,9
Katılmıyorum	1	,5	,5	1,4
Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	12	5,5	5,5	6,9
Katılıyorum	45	20,7	20,7	27,6
Kesinlikle Katılıyorum	157	72,4	72,4	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Tablo 49'da katılımcılarıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de kültür turizmi kapsamında ziyaretçi sayısı artar ifadesine verdikleri yanıtlar gösterilmiştir. Tablo 49'daki veriler incelendiğinde katılımcıların yüz elli yedisi kesinlikle katıldığı, kırk beşinin katıldığını belirttiği, on ikisinin kararsız kaldığı, birinin katılmadığı, ikisinin kesinlikle katılmadığı görüşünü beyan ettiği görülmektedir. Tablo 49'daki kümülatif frekans değerlerine bakıldığında Edirne'de kültür turizmi kapsamında ziyaretçi sayısının artacağını düşünen iki yüz iki katılımcı olduğu, katılmadığını belirten üç katılımcının olduğu belirlenmiştir. Tablo 49'daki kümülatif relatif frekanslar belirlendiğinde katılımcıların %93.09'unun UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de kültür turizmi kapsamında ziyaretçi sayısının artacağına katıldığı, %5.53'ünün kararsız kaldığı ve %1.38'inin katılmadığı bulgulanmıştır.

S16) Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması, Sanat, el sanatları, folklor ve yerel kültürün diğer unsurlarını canlandırır.

Tablo 50. Katılımcıların Edirne'de yerel kültür ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinikle Katılmıyorum	3	1,4	1,4	1,4
Katılmıyorum	4	1,8	1,8	3,2
Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	28	12,9	12,9	16,1
Katılıyorum	45	20,7	20,7	36,9
Kesinlikle Katılıyorum	137	63,1	63,1	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "GastronomiŞehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde Tablo 50'de katılımcılarıların Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması, sanat, el sanatları, folklor ve yerel kültürün diğer unsurlarını canlandırır ifadesine verdikleri yanıtlar gösterilmiştir. Tablo 50'ye göre katılımcıların yüz otuz yedisi kesinlikle katıldığı cevabını verdiği, kırk beşinin katıldığını belirttiği, yirmi sekizinin kararsız kaldığı, dördünün katılmadığını, üçünün kesinlikle katılmadığını beyan ettiği görülmektedir. Kümülatif frekanslar değerlendirildiğinde Edirne'de sanat, el sanatları, folklor ve yerel kültürün diğer unsurlarını canlanacağına katıldığını belirten yüz seksen iki katılımcı, katılmadığını belirten ise yedi katılımcı belirlenmiştir. Tablo 50'deki göreli frekanslar değerlendirildiğinde katılımcıların %83,84'ünün UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması, Edirne'de sanat, el sanatları, folklor ve yerel kültürün diğer unsurlarını canlandıracağına katıldığı, %12.90'ünün kararsız kaldığı ve %3.22'sinin katılmadığı bulgulanmıştır.

S17) UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne mutfağının başka ülkeler tarafından duyulmasını sağlar.

Tablo 51. Katılımcıların Edirne mutfağının tanınırlığı ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinikle Katılmıyorum	4	1,8	1,8	1,8
Katılmıyorum	3	1,4	1,4	3,2
Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	18	8,3	8,3	11,5
Katılıyorum	42	19,4	19,4	30,9
Kesinlikle Katılıyorum	150	69,1	69,1	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Tablo 51'de katılımcılarıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne mutfağının başka ülkeler tarafından duyulmasını sağlar ifadesine verdikleri yanıtlar gösterilmiştir. Yanıtlar incelendiğinde katılımcıların yüz ellisi kesinlikle katıldığını, kırk ikisinin katıldığını belirttiği, on sekizinin kararsız kaldığı, üçünün katılmadığını, dördünün kesinlikle katılmadığını beyan ettiği görülmektedir. Tablo 51'deki kümülatif frekans verilerine göre Edirne mutfağının başka ülkeler tarafından duyulacağını düşünen yüz doksan iki katılımcı, katılmadığını belirten yedi katılımcı olduğu belirlenmiştir. Tablo 51'deki kümülatif relatif frekanslar belirlendiğinde katılımcıların %78.47'sinin Edirne mutfağının başka ülkeler tarafından duyulmasını sağlayacağına katıldığı, %8.29'unun kararsız kaldığı ve %3.22'sinin katılmadığı bulgulanmıştır.

S18) UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne mutfağının televizyonlarda daha çok yer almasını sağlar.

Tablo 52. Katılımcıların edirne mutfağının ekranlarda yer alması ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinikle Katılmıyorum	4	1,8	1,8	1,8
Katılmıyorum	6	2,8	2,8	4,6

Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	22	10,1	10,1	14,7
Katılıyorum	42	19,4	19,4	34,1
Kesinlikle Katılıyorum	143	65,9	65,9	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "GastronomiŞehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde Tablo 52'de katılımcılarıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne mutfağının televizyonlarda daha çok yer almasını sağlar ifadesine verdikleri yanıtlar gösterilmiştir. Tablo 52'ye göre katılımcıların yüz kırk üçünün kesinlikle katıldığı, kırk ikisinin katıldığı, yirmi ikisinin kararsız kaldığı, altısının katılmadığı, dördünün kesinlikle katılmadığını beyan ettiği görülmektedir. Kümülatif frekanslar değerlendirildiğinde Edirne mutfağının televizyonlarda daha çok yer almasını sağlayacağına katıldığını belirten yüz seksen beş katılımcı, katılmadığını belirten ise on katılımcı belirlenmiştir. Tablo 52'deki göreli frekanslar değerlendirildiğinde katılımcıların %85.25'inin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne mutfağının televizyonlarda daha çok yer almasını sağlayacağına katıldığı, %4.6'sının katılmadığı bulgulanmıştır.

S19) UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne mutfağının uluslarası düzeyde tanınmasını sağlar.

Tablo 53. Katılımcıların Edirne mutfağının uluslararası tanınması ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	**Yüzde**	**Geçerli Yüzde**	**Kümülatif Yüzde**
Kesinikle Katılmıyorum	4	1,8	1,8	1,8
Katılmıyorum	5	2,3	2,3	4,1
Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	21	9,7	9,7	13,8
Katılıyorum	47	21,7	21,7	35,5
Kesinlikle Katılıyorum	140	64,5	64,5	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "GastronomiŞehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde Tablo 53'te katılımcılarıların UNESCO

Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne mutfağının uluslarası düzeyde tanınmasını sağlar ifadesine verdikleri yanıtlar gösterilmiştir. Tablo 53'e göre katılımcıların yüz kırkının kesinlikle katıldığı, kırk yedisinin katıldığını belirttiği, yirmi birinin kararsız kaldığı, dokuzunun katılmadığı görülmektedir. Birikimli frekanslar değerlendirildiğinde Edirne mutfağının uluslarası düzeyde tanınmasına katıldığını belirten yüz seksen yedi katılımcı, katılmadığını belirten ise dokuz katılımcı belirlenmiştir. Tablo 53'teki göreli frekanslar değerlendirildiğinde katılımcıların %86.18'inin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne mutfağının uluslarası düzeyde tanınmasını sağlayacağına katıldığı, %9.68'inin kararsız kaldığı ve %4.14'ünün katılmadığı bulgulanmıştır.

S20) UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yiyecek içecek işletmelerinin çeşitlenmesini sağlar.

Tablo 54. Katılımcıların yiyecek içecek işletmelerinin ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinikle Katılmıyorum	4	1,8	1,8	1,8
Katılmıyorum	3	1,4	1,4	3,2
Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	25	11,5	11,5	14,7
Katılıyorum	44	20,3	20,3	35,0
Kesinlikle Katılıyorum	141	65,0	65,0	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "GastronomiŞehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde Tablo 54'te katılımcılarıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yiyecek- içecek işletmelerinin çeşitlenmesini sağlar. İfadesine verdikleri yanıtlar sunulmuştur. Katılımcıların Tablo 54'e göre yüz kırk birinin kesinlikle katıldığı, kırk dördünün katıldığını belirttiği, yirmi beşinin kararsız kaldığı, üçünün katılmadığı, dördünün kesinlikle katılmadığı görülmektedir. Kümülatif frekanslara göre yiyecek içecek işletmelerinin çeşitleneceğine katıldığını belirten yüz seksen beş katılımcı, katılmadığını belirten ise yedi katılımcı belirlenmiştir. Tablo 54'te göreli frekanslara göre katılımcıların %85.26'sının

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yiyecek- içecek işletmelerinin çeşitlenmesini sağlayacağına katıldığı, %3.22'sinin katılmadığı bulgulanmıştır.

S21) UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'nin geleneksel Türk Mutfağında öncü olmasını sağlar.

Tablo 55. Katılımcıların geleneksel türk mutfağında öncü olma ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinikle Katılmıyorum	6	2,8	2,8	2,8
Katılmıyorum	9	4,1	4,1	6,9
Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	30	13,8	13,8	20,7
Katılıyorum	50	23,0	23,0	43,8
Kesinlikle Katılıyorum	122	56,2	56,2	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "GastronomiŞehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde Tablo 55'te katılımcılarıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'nin geleneksel Türk Mutfağında öncü olmasını sağlar ifadesine verdikleri yanıtlar gösterilmiştir. Tablo 55'e göre katılımcıların yüz yirmi ikisinin kesinlikle katıldığı, ellisinin katıldığını belirttiği, otuzunun kararsız kaldığı, dokuzunun katılmadığı, altısının kesinlikle katılmadığı görülmektedir. Birikimli frekanslar değerlendirildiğinde Edirne mutfağının uluslarası düzeyde tanınmasına katıldığını belirten yüz yetmiş iki katılımcı, katılmadığını belirten ise on beş katılımcı belirlenmiştir. Katılımcıların %79.26'sının UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'nin geleneksel Türk Mutfağında öncü olacağına katıldığı, %13.82'sinin kararsız kaldığı ve %6.91'inin katılmadığı Tablo 55'teki göreli frekanslardan bulgulanmıştır.

S22) UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'nin ünlü gurmeler tarafından daha fazla ziyaret edilmesini sağlar.

Tablo 56. Katılımcıların geleneksel türk mutfağında ünlü gurme ziyaretleri ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinikle Katılmıyorum	3	1,4	1,4	1,4
Katılmıyorum	6	2,8	2,8	4,1
Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	20	9,2	9,2	13,4
Katılıyorum	52	24,0	24,0	37,3
Kesinlikle Katılıyorum	136	62,7	62,7	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Tablo 56'da katılımcılarıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'nin ünlü gurmeler tarafından daha fazla ziyaret edilmesini sağlar ifadesine verdikleri yanıtlar gösterilmiştir. Tablo 56'daki veriler incelendiğinde katılımcıların yüz oyuz altısı kesinlikle katıldığını, ellisinin katıldığını belirttiği, yirmisinin kararsız kaldığı, altısının katılmadığını, üçünün kesinlikle katılmadığını beyan ettiği görülmektedir. Tablo 56'daki kümülatif frekans verilerine göre Edirne mutfağının başka ülkeler tarafından duyulacağını düşünen yüz doksan iki katılımcı, katılmadığını belirten yedi katılımcı olduğu belirlenmiştir. Tablo 56'daki kümülatif relatif frekanslar belirlendiğinde katılımcıların %78.47'sinin Edirne mutfağının başka ülkeler tarafından duyulmasını sağlayacağına katıldığı, %8.29'unun kararsız kaldığı ve %3.22'sinin katılmadığı bulgulanmıştır.

S23) UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'ye gelen turist sayısında artış sağlar.

Tablo 57. Katılımcıların edirne'ye gelen turist sayısı ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinikle Katılmıyorum	2	,9	,9	,9
Katılmıyorum	1	,5	,5	1,4

Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	14	6,5	6,5	7,8
Katılıyorum	48	22,1	22,1	30,0
Kesinlikle Katılıyorum	152	70,0	70,0	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "GastronomiŞehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde Tablo 57'de katılımcılarıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'ye gelen turist sayısında artış sağlar ifadesine verdikleri cevaplar gösterilmiştir. Tablo 57'ye göre katılımcıların yüz elli ikisinin kesinlikle katıldığı, kırksekizinin katıldığını belirttiği, on dördünün kararsız kaldığı, birinin katılmadığı, ikisinin kesinlikle katılmadığı görülmektedir. Birikimli frekanslar incelendiğinde Edirne'ye gelen turist sayısının artacağına katıldığını belirten iki yüz katılımcı, katılmadığını belirten ise üç katılımcı belirlenmiştir. Katılımcıların %92.17'sinin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'ye gelen turist sayısını arttıracağına katıldığı, %1.38'inin katılmadığı Tablo 57'deki göreli frekanslardan bulgulanmıştır.

S24) UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de hediyelik eşya sektöründe önemli gelişmeler yaşanmasını sağlar.

Tablo 58. Katılımcıların Hediyelik Eşya Sektörü İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları

	Frekans	**Yüzde**	**Geçerli Yüzde**	**Kümülatif Yüzde**
Kesinikle Katılmıyorum	3	1,4	1,4	1,4
Katılmıyorum	11	5,1	5,1	6,5
Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	25	11,5	11,5	18,0
Katılıyorum	51	23,5	23,5	41,5
Kesinlikle Katılıyorum	127	58,5	58,5	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Tablo 58'de katılımcılarıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de hediyelik eşya sektöründe önemli gelişmeler yaşanmasını sağlarifadesine verdikleri yanıtlar gösterilmiştir. Tablo 58'deki veriler incelendiğinde katılımcıların

yüz yirmi yedisinin kesinlikle katıldığını, elli birinin katıldığını belirttiği, yirmi beşinin kararsız kaldığı, on birinin katılmadığını, üçünün kesinlikle katılmamıştır. Tablo 58'deki kümülatif frekans verilerine göre hediyelik eşya sektöründe önemli gelişmeler yaşanacağını düşünen yüz yetmiş sekiz katılımcı, katılmadığını belirten on dört katılımcı olduğu belirlenmiştir. Tablo 58'de kümülatif relatif frekanslar belirlendiğinde katılımcıların %82.03'ünün Edirne'de hediyelik eşya sektöründe önemli gelişmeler yaşanacağına katıldığı, %6.45'inin katılmadığı bulgulanmıştır.

S25) UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yiyecek içecek işletmelerinde hizmet kalitesini arttırır.

Tablo 59. Katılımcıların yiyecek içecek işletmelerinde hizmet kalitesi ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinikle Katılmıyorum	5	2,3	2,3	2,3
Katılmıyorum	4	1,8	1,8	4,1
Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	31	14,3	14,3	18,4
Katılıyorum	41	18,9	18,9	37,3
Kesinlikle Katılıyorum	136	62,7	62,7	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "GastronomiŞehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde Tablo 59'da katılımcılarıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yiyecek içecek işletmelerinde hizmet kalitesini arttırır ifadesine verdikleri cevaplar gösterilmiştir. Tablo 59'daki verilere göre katılımcıların yüz otuz altısının kesinlikle katıldığı, kırk birinin katıldığını belirttiği, otuz biri kararsız kaldığını, dördünün katılmadığı, beşinin kesinlikle katılmadığı görülmektedir. Birikimli frekanslar incelendiğinde yiyecek- içecek işletmelerinde hizmet kalitesini artacağına katıldığını belirten yüz yetmiş yedi katılımcı, katılmadığını belirten ise dokuz katılımcı belirlenmiştir. Katılımcıların %81.56'sının UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yiyecek- içecek işletmelerinde hizmet kalitesinin artacağına katıldığı, %4.14'ünün katılmadığı Tablo 59'daki göreli frekanslardan bulgulanmıştır.

S26)UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de suç oranını arttırır.

Tablo 60. Katılımcıların Edirne'de suç oranı ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinikle Katılmıyorum	89	41,0	41,0	41,0
Katılmıyorum	46	21,2	21,2	62,2
Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	38	17,5	17,5	79,7
Katılıyorum	9	4,1	4,1	83,9
Kesinlikle Katılıyorum	35	16,1	16,1	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "Gastronomi Şehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde Tablo 60'ta katılımcılarıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de suç oranını arttırır ifadesine verdikleri cevaplar gösterilmiştir. Tablo 60'taki verilere göre katılımcıların otuz beşinin kesinlikle katıldığı, dokuzunun katıldığını belirttiği, otuz sekizinin kararsız kaldığını, kırk altısının katılmadığı, seksen dokuzunun kesinlikle katılmadığı görülmektedir. Birikimli frekanslar incelendiğinde suç oranını artacağına katıldığını belirten kırk dört katılımcı, katılmadığını belirten ise yüz otuz beş katılımcı belirlenmiştir. Katılımcıların %20.28'i UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de suç oranının artacağına katıldığı, %62.21'ünün katılmadığı Tablo 60'taki göreli frekanslardan bulgulanmıştır.

S27)UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de doğal çevre zarar görür.

Tablo 61. Katılımcıların doğal çevre ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinikle Katılmıyorum	85	39,2	39,2	39,2
Katılmıyorum	32	14,7	14,7	53,9
Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	49	22,6	22,6	76,5
Katılıyorum	14	6,5	6,5	82,9
Kesinlikle Katılıyorum	37	17,1	17,1	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "Gastronomi Şehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde Tablo 61'de katılımcılarınUNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de doğal çevre zarar görür ifadesine verdikleri cevaplar gösterilmiştir. Tablo 61'deki verilere göre katılımcıların otuz yedisinin kesinlikle katıldığı, on dördünün katıldığını belirttiği, kırk dokuzunun kararsız kaldığını, otuz ikisinin katılmadığı, seksen beşinin kesinlikle katılmadığı görülmektedir. Birikimli frekanslar incelendiğinde doğal çevrenin zarar göreceğine katıldığını belirten elli bir katılımcı, katılmadığını belirten ise yüz on yedi katılımcı belirlenmiştir. Katılımcıların %23.15'i UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de doğal çevrenin zarar göreceğine katıldığı, %22.58'inin karasız kaldığı, %53.92'sinin katılmadığı Tablo 61'deki göreli frekanslardan bulgulanmıştır.

S28) UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de daha fazla gürültü kirliliği meydana getirir.

Tablo 62. Katılımcıların gürültü kirliliği ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinikle Katılmıyorum	32	14,7	14,7	14,7
Katılmıyorum	33	15,2	15,2	30,0
Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	42	19,4	19,4	49,3
Katılıyorum	30	13,8	13,8	63,1
Kesinlikle Katılıyorum	80	36,9	36,9	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Tablo 62'de katılımcılarıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de daha fazla gürültü kirliliği meydana getirir ifadesine verdikleri yanıtlar gösterilmiştir. Tablo 62'deki veriler incelendiğinde katılımcıların sekseni kesinlikle katıldığını, otuzunun katıldığını belirttiği, kırk ikisinin kararsız kaldığı, otuz üçünün katılmadığını, otuz ikisinin kesinlikle katılmadığı belirlenmiştir. Tablo 62'deki kümülatif frekans verilerine göre ağa katılımın gürültü kirliliği meydana getireceğini düşünen yüz on katılımcı, katılmadığını belirten altmış beş katılımcı olduğu belirlenmiştir. Tablo 62'deki kümülatif relatif frekanslar belirlendiğinde katılımcıların %50.69'unun Edirne'de daha fazla gürültü kirliliği meydana geleceğine katıldığı, %29.96'sının katılmadığı bulgulanmıştır.

S29) UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de çarpık kentleşme artar.

Tablo 63. Katılımcıların çarpık kentleşme ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinikle Katılmıyorum	46	21,2	21,2	21,2
Katılmıyorum	38	17,5	17,5	38,7
Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	35	16,1	16,1	54,8
Katılıyorum	26	12,0	12,0	66,8
Kesinlikle Katılıyorum	72	33,2	33,2	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Tablo 63'te katılımcılarıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de çarpık kentleşme artar ifadesine verdikleri yanıtlar gösterilmiştir. Tablo 63'teki veriler incelendiğinde katılımcıların yetmiş ikisinin kesinlikle katıldığını, yirmi altısnın katıldığını belirttiği, otuz beşinin kararsız kaldığı, otuz sekizinin katılmadığını, kırk altısının kesinlikle katılmadığı belirlenmiştir. Tablo 63'teki kümülatif frekans verilerine göre ağa katılımın çarpık kentleşmeyi arttıracağını düşünen doksan sekiz katılımcı, katılmadığını belirten aseksen dört katılımcı olduğu belirlenmiştir. Tablo 63'teki kümülatif relatif frekanslar belirlendiğinde katılımcıların %45.16'sının Edirne'de çarpık kentleşmenin artacağına katıldığı, %38.71'inin katılmadığı bulgulanmıştır.

S30) UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de trafik yoğunluğunda artış yaşanmasına sebep olur.

Tablo 64. Katılımcıların Trafik Yoğunluğu İle İlgili Verdikleri Cevap Dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinikle Katılmıyorum	5	2,3	2,3	2,3
Katılmıyorum	19	8,8	8,8	11,1
Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	33	15,2	15,2	26,3
Katılıyorum	39	18,0	18,0	44,2
Kesinlikle Katılıyorum	121	55,8	55,8	100,0

Total	217	100,0	100,0

Tablo 64'te katılımcılarıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de trafik yoğunluğunda artış yaşanmasına sebep olur ifadesine verdikleri yanıtlar gösterilmiştir. Tablo 64'teki veriler incelendiğinde katılımcılarınyüz yirmi biri kesinlikle katıldığını, otuz dokuzunun katıldığını belirttiği, otuz üçünün kararsız kaldığı, on dokuzunun katılmadığını, beşinin kesinlikle katılmadığı belirlenmiştir. Tablo 64'teki kümülatif frekans verilerine göre ağa katılımın trafik yoğunluğunda artış yaşanmasına sebep olacağını düşünen yüz altmış katılımcı, katılmadığını belirten yirmi dört katılımcı olduğu belirlenmiştir. Tablo 64'teki kümülatif relatif frekanslar belirlendiğinde katılımcıların %73.73'ünün UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de trafik yoğunluğunda artış yaşanmasına sebep olacağına katıldığı, %11.06'sının katılmadığı bulgulanmıştır.

S31)UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yerel mutfak özgünlüğünü kaybeder.

Tablo 65. Katılımcıların yerel mutfak özgünlüğü ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinikle Katılmıyorum	97	44,7	44,7	44,7
Katılmıyorum	39	18,0	18,0	62,7
Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	42	19,4	19,4	82,0
Katılıyorum	9	4,1	4,1	86,2
Kesinlikle Katılıyorum	30	13,8	13,8	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Tablo 65'te katılımcılarıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yerel mutfak özgünlüğünü kaybeder ifadesine verdikleri yanıtlar gösterilmiştir. Tablo 65'teki veriler incelendiğinde katılımcılarınyüz otuzunun kesinlikle katıldığını, dokuzunun katıldığını belirttiği, kırk ikisinin kararsız kaldığı, otuz dokuzunun katılmadığını, doksan yedisinin kesinlikle katılmadığı belirlenmiştir. Tablo 65'teki kümülatif frekans verilerine göre ağa katılımın Edirne'de yerel mutfak özgünlüğünü kaybeceğini düşünen otuz dokuz katılımcı, katılmadığını belirten yüz

otuz altı katılımcı olduğu belirlenmiştir. Tablo 65'teki kümülatif relatif frekanslar belirlendiğinde katılımcıların %17.97'sinin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yerel mutfak özgünlüğünü kaybedeceğine katıldığı, %62.67'sinin katılmadığı, %19.35'nin ise bu konuda kararsız kaldığı bulgulanmıştır.

3.1.3. UNESCO yaratıcı şehirler ağı kapsamında edirne'nin gastronomi şehri olma potansiyelinin incelenmesi uygulama ölçeği 2. bölüm-b katılımcı cevapları:

Katılımcıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında Edirne'nin gastronomi şehri olma potansiyelinin değerlendirilmesine yönelik ifadelere verdikleri cevapları belirlemek maksadıyla frekans analizi gerçekleştirilmiş, frekans yüzdesi, atitmetik ortalama, standart sapma, kümülatif frekans yüzdeleri hesaplanmıştır. Elde edilen bulgular Tablo 66'da bütünsel biçimde gösterilmiştir. Devamında her bir ifade için verilen cevaplar ayrı ayrı tablolaştırılıp grafiklendirilmiş detaylandırılarak aktarılmıştır.

Tablo 66. Katılımcıların UNESCO yaratıcı şehirler ağı kapsamında edirne'nin gastronomi şehri olma potansiyelinin değerlendirilmesi önerilerine yönelik ifade bulguları

		Frekans (n)	**Frekans Yüzdesi (%)**	**Aritmetik Ortalama** ($\bar{x}$)	**Standard Sapma(s.s.)** σ
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na kapsamında yerel halk bilinçlendirilmeli	Kesinlikle Katılmıyorum	1	,5		
	Katılmıyorum	2	,9		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	14	6,5		
	Katılıyorum	44	20,3		
	Kesinlikle Katılıyorum	156	71,9		
	Total	217	100,0	4,62	,69
Yöredeki tarihi çekicikiciliklerin restorasyonları yapılmalı. (evler, müzeler, camiler, hanlar vb.)	Kesinlikle Katılmıyorum	3	1,4		
	Katılmıyorum	2	,9		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	12	5,5		

	Katılıyorum	36	16,6		
	Kesinlikle Katılıyorum	164	75,6		
	Total	217	100,0	4,64	,75
İnternet ve sosyal medya odaklı şehrin daha fazla tanıtımı yapılmalı.	Kesinlikle Katılmıyorum	4	1,8		
	Katılmıyorum	1	,5		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	9	4,1		
	Katılıyorum	35	16,1		
	Kesinlikle Katılıyorum	168	77,4		
	Total	217	100,0	4,67	,75
Konklama tesisleri planlı bir şekilde artmalı.	Kesinlikle Katılmıyorum	3	1,4		
	Katılmıyorum	2	,9		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	17	7,8		
	Katılıyorum	39	18,0		
	Kesinlikle Katılıyorum	156	71,9		
	Total	217	100,0	4,58	,79
Yiyecek - içecek işletmelerinin hizmet kalitesi arttırılmalı.	Kesinlikle Katılmıyorum	2	,9		
	Katılmıyorum	3	1,4		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	5	2,3		
	Katılıyorum	34	15,7		
	Kesinlikle Katılıyorum	173	79,7		
	Total	217	100,0	4,72	,67
Sosyal aktiviteler için daha fazla imkanlar sağlanmalı.	Kesinlikle Katılmıyorum	3	1,4		
	Katılmıyorum	1	,5		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	9	4,1		
	Katılıyorum	25	11,5		
	Kesinlikle Katılıyorum	179	82,5		

	Total	217	100,0	4,73	,69
Yöresel mutfak kültürünü koruyucu kurs ve seminerler düzenlenmesi.	Kesinlikle Katılmıyorum	2	,9		
	Katılmıyorum	2	,9		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	15	6,9		
	Katılıyorum	34	15,7		
	Kesinlikle Katılıyorum	164	75,6		
	Total	217	100,0	4,64	,73
Yemekler dışında bu şehirdeki gastronomi ürünlerinin tanıtımı yapılmalı.	Kesinlikle Katılmıyorum	2	,9		
	Katılmıyorum	1	,5		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	11	5,1		
	Katılıyorum	39	18,0		
	Kesinlikle Katılıyorum	164	75,6%		
	Total	217	100,0%	4,67	,68
Yöresel mutfağın daha fazla tanıtımı yapılmalı.	Kesinlikle Katılmıyorum	2	0,9%		
	Katılmıyorum	1	0,5%		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	9	4,1%		
	Katılıyorum	33	15,2%		
	Kesinlikle Katılıyorum	172	79,3%		
	Total	217	100,0%	4,71	,65
Daha fazla nitelikli mutfak personeli yetiştirilmeli.	Kesinlikle Katılmıyorum	2	0,9%		
	Katılmıyorum	1	0,5%		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	10	4,6%		
	Katılıyorum	28	12,9%		
	Kesinlikle Katılıyorum	176	81,1%		
	Total	217	100,0%	4,73	,66
Yiyecek- içecek işletmelerinin sayıları arttırılmalı.	Kesinlikle Katılmıyorum	2	0,9%		

	Katılmıyorum	5	2,3%		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	24	11,1%		
	Katılıyorum	39	18,0%		
	Kesinlikle Katılıyorum	147	67,7%		
	Total	217	100,0%	4,49	,85

S1) UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında yerel halk bilinçlendirilmeli

Tablo 67. Katılımcıların ağ kapsamında yerel halkın bilinçlendirilmesi ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	1	,5	,5	,5
Katılmıyorum	2	,9	,9	1,4
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	14	6,5	6,5	7,8
Katılıyorum	44	20,3	20,3	28,1
Kesinlikle Katılıyorum	156	71,9	71,9	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Tablo 67'de katılımcılarıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında yerel halk bilinçlendirilmeli ifadesine verdikleri yanıtlar gösterilmiştir. Tablo 67'deki veriler incelendiğinde katılımcıların yüz elli altısı kesinlikle katıldığını, kırk dördünün katıldığını belirttiği, on dördünün kararsız kaldığı, ikisinin katılmadığını, birinin kesinlikle katılmadığı belirlenmiştir. Tablo 67'deki kümülatif frekans verilerine göre ağ kapsamında yerel halkın bilinçlendirilmesi gerektiğini düşünen iki yüz katılımcı, katılmadığını belirten üç katılımcı olduğu belirlenmiştir. Tablo 67'deki kümülatif relatif frekanslar belirlendiğinde katılımcıların %92.17'sinin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında yerel halkın bilinçlendirilmesinin gerekli olduğuna katıldığı, %1.38'inin katılmadığı, %6.45'inin ise bu konuda kararsız kaldığı bulgulanmıştır.

S2) Edirne'nin ulusal ve uluslararası tanıtım faaliyetleri arttırılmalı.

Tablo 68. Katılımcıların ulusal ve uluslararası tanıtım faaliyetleri ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	3	1,4	1,4	1,4
Katılmıyorum	2	,9	,9	2,3
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	10	4,6	4,6	6,9
Katılıyorum	46	21,2	21,2	28,1
Kesinlikle Katılıyorum	156	71,9	71,9	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "Gastronomi Şehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde Tablo 68'de katılımcılarıların Edirne'nin ulusal ve uluslararası tanıtım faaliyetleri arttırılmalı ifadesine verdikleri cevaplar gösterilmiştir. Tablo 68'deki verilere göre katılımcıların yüz elli altısının kesinlikle katıldığı, kırk altısının katıldığını belirttiği, onun kararsız kaldığını, ikisinin katılmadığı, üçünün kesinlikle katılmadığı görülmektedir. Birikimli frekanslar incelendiğinde ulusal ve uluslararası tanıtım faaliyetlerinin arttırılmasına katıldığını belirten iki yüz iki katılımcı, katılmadığını belirten beş katılımcı belirlenmiştir. Katılımcıların %93.09'u Edirne'nin ulusal ve uluslararası tanıtım faaliyetleri arttırılmasına katıldığı, %4.61'inin karasız kaldığı, %2.3'ünün katılmadığı Tablo 68'deki göreli frekanslardan bulgulanmıştır.

S3) Yöredeki tarihi çekiciliklerin restorasyonları yapılmalı. (evler, müzeler, camiler, hanlar vb.)

Tablo 69. Katılımcıların tarihi restorasyonlar ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	3	1,4	1,4	1,4
Katılmıyorum	2	,9	,9	2,3

Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	12	5,5	5,5	7,8
Katılıyorum	36	16,6	16,6	24,4
Kesinlikle Katılıyorum	164	75,6	75,6	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "Gastronomi Şehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde Tablo 69'da katılımcılarıların Yöredeki tarihi çekicikiciliklerin restorasyonları yapılmalı. (evler, müzeler, camiler, hanlar vb.) ifadesine verdikleri cevaplar gösterilmiştir. Tablo 69'daki verilere göre katılımcıların yüz altmış dördü kesinlikle katıldığı, otuz altısının katıldığını belirttiği, on ikisinin kararsız kaldığını, ikisinin katılmadığı, üçünün kesinlikle katılmadığı görülmektedir. Kümülatif frekanslar incelendiğinde yöredeki tarihi çekicikiciliklerin restorasyonlarının yapılması gerektiğine katıldığını belirten iki yüz katılımcı, katılmadığını belirten beş katılımcı belirlenmiştir. Katılımcıların %92.17'sinin yöredeki tarihi çekicikiciliklerin restorasyonları yapılmasına(evler, müzeler, camiler, hanlar vb.)katıldığı, %2.3'ünün katılmadığı Tablo 69'daki göreli frekanslardan bulgulanmıştır.

S4) İnternet ve sosyal medya odaklı şehrin daha fazla tanıtımı yapılmalı.

Tablo 70. Katılımcıların internet ve sosyal medyada şehrin tanıtımı ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	**Yüzde**	**Geçerli Yüzde**	**Kümülatif Yüzde**
Kesinlikle Katılmıyorum	4	1,8	1,8	1,8
Katılmıyorum	1	,5	,5	2,3
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	9	4,1	4,1	6,5
Katılıyorum	35	16,1	16,1	22,6
Kesinlikle Katılıyorum	168	77,4	77,4	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "Gastronomi Şehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde Tablo 70'de katılımcılarıların İnternet ve

sosyal medya odaklı şehrin daha fazla tanıtımı yapılmalı ifadesine verdikleri cevaplar gösterilmiştir. Tablo 70'deki verilere göre katılımcıların yüz altmış seki kesinlikle katıldığı, otuz beşini katıldığını belirttiği, dokuzunun kararsız kaldığını, birinin katılmadığı, dödünün kesinlikle katılmadığı görülmektedir. Kümülatif frekanslar incelendiğinde internet ve sosyal medya odaklı şehrin tanıtımın daha fazla olmasına katıldığını belirten iki yüz üç katılımcı, katılmadığını belirten beş katılımcı belirlenmiştir. Katılımcıların %93.55'i internet ve sosyal medya odaklı şehrin daha fazla tanıtılmasına katıldığı, %2.3'ünün katılmadığı Tablo 70'deki göreli frekanslardan bulgulanmıştır.

S5) Konaklama tesisleri planlı bir şekilde artmalı.

Tablo 71. Katılımcıların konaklama tesisleri ile ilgili verdikleri cevap dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	3	1,4	1,4	1,4
Katılmıyorum	2	,9	,9	2,3
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	17	7,8	7,8	10,1
Katılıyorum	39	18,0	18,0	28,1
Kesinlikle Katılıyorum	156	71,9	71,9	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "Gastronomi Şehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde Tablo 71'de katılımcılarıların konaklama tesisleri planlı bir şekilde artmalı ifadesine verdikleri cevaplar gösterilmiştir. Tablo 71'deki verilere göre katılımcıların yüz elli altısının kesinlikle katıldığı, otuz dokuzunun katıldığını belirttiği, on yedisinin kararsız kaldığını, ikisinin katılmadığı, üçünün kesinlikle katılmadığı görülmektedir. Kümülatif frekanslara göre konaklama tesislerinin planlı bir şekilde artmasına katıldığını belirten yüz doksan beş katılımcı, katılmadığını belirten beş katılımcı belirlenmiştir. Katılımcıların %89.86'sının konaklama tesilerinde planlı artışa katıldığı, %2.3'ünün katılmadığı Tablo 71'deki göreli frekanslardan bulgulanmıştır.

S6) Yiyecek içecek işletmelerinin hizmet kalitesi arttırılmalı.

Tablo 72. Katılımcıların yiyecek içecek işletmeleri ile ilgili verdikleri cevap dağılımları**.**

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	2	,9	,9	,9
Katılmıyorum	3	1,4	1,4	2,3
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	5	2,3	2,3	4,6
Katılıyorum	34	15,7	15,7	20,3
Kesinlikle Katılıyorum	173	79,7	79,7	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "Gastronomi Şehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde Tablo 72'de katılımcılarıların yiyecek içecek işletmelerinin hizmet kalitesi arttırılmalı ifadesine verdikleri cevaplar gösterilmiştir. Tablo 72'deki verilere göre katılımcıların yüz yetmiş üçünün kesinlikle katıldığı, otuz dördünün katıldığını belirttiği, beşinin kararsız kaldığını, üçünün katılmadığı, ikisinin kesinlikle katılmadığı görülmektedir. Kümülatif frekanslara göre yiyecek içecek işletmelerinin hizmet kalitesinde artışa katıldığını belirten iki yüz yedi katılımcı, katılmadığını belirten beş katılımcı belirlenmiştir. Katılımcıların %95.39'unun yiyecek içecek işletmelerinin hizmet kalitesinin arttılımasına katıldığı, %2.3'ünün katılmadığı, %2.30'ununda karasız lkaldığı Tablo 72'deki göreli frekanslardan bulgulanmıştır.

S7) Sosyal aktiviteler için daha fazla imkânlar sağlanmalı.

Tablo 73. Katılımcıların sosyal aktivite imkanları ile ilgili verdikleri cevap dağılımları**.**

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	3	1,4	1,4	1,4
Katılmıyorum	1	,5	,5	1,8
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	9	4,1	4,1	6,0

Katılıyorum	25	11,5	11,5	17,5
Kesinlikle Katılıyorum	179	82,5	82,5	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "Gastronomi Şehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde Tablo 73'te katılımcılarıların sosyal aktiviteler için daha fazla imkânlar sağlanmalı ifadesine verdikleri cevaplar gösterilmiştir. Tablo 73'teki verilere göre katılımcıların yüz yetmiş dokuzunun kesinlikle katıldığı, yirmi beşinin katıldığını belirttiği, dokuzunun kararsız kaldığını, birinin katılmadığı, üçünün kesinlikle katılmadığı görülmektedir. Kümülatif frekanslara göre sosyal aktiviteler için imkânlar fazlalaştırılmasına katıldığını belirten iki yüz dört katılımcı, katılmadığını belirten dört katılımcı belirlenmiştir. Katılımcıların %94.01'inin sosyal aktiviteler için imkânlar fazlalaştırılmasına katıldığı, %1.84'ünün katılmadığı, %4.15'inin karasız kaldığı Tablo 73'teki göreli frekanslardan bulgulanmıştır.

S8) Yöresel mutfak kültürünü koruyucu kurs ve seminerler düzenlenmesi.

Tablo 74. Katılımcıların kurs ve seminerler ile ilgili verdikleri cevap dağılımları**.**

	Frekans	**Yüzde**	**Geçerli Yüzde**	**Kümülatif Yüzde**
Kesinlikle Katılmıyorum	2	,9	,9	,9
Katılmıyorum	2	,9	,9	1,8
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	15	6,9	6,9	8,8
Katılıyorum	34	15,7	15,7	24,4
Kesinlikle Katılıyorum	164	75,6	75,6	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Tablo 74'te katılımcılarıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamındayöresel mutfak kültürünü koruyucu kurs ve seminerler düzenlenmesi ifadesine verdikleri yanıtlar gösterilmiştir. Tablo 74'teki veriler incelendiğinde katılımcıların yüz altmış dördünün kesinlikle katıldığını, otuz dördünün katıldığını

belirttiği, on beşinin kararsız kaldığı, ikisinin katılmadığını, ikisinin kesinlikle katılmadığı belirlenmiştir. Tablo 74'teki kümülatif frekans verilerine göre yöresel mutfak kültürünü koruyucu kurs ve seminerler düzenlenmes gerektiğini düşünen yüz doksan sekiz katılımcı, katılmadığını belirten dört katılımcı olduğu belirlenmiştir. Tablo 74'teki kümülatif relatif frekanslar belirlendiğinde katılımcıların %91.25'inin yöresel mutfak kültürünü koruyucu kurs ve seminerler düzenlenmesinin gerekli olduğuna katıldığı, %1.84'ünün katılmadığı, %6.91'inin ise bu konuda kararsız kaldığı bulgulanmıştır.

S9) Yemekler dışında bu şehirdeki gastronomi ürünlerinin tanıtımı yapılmalı

Tablo 75. Katılımcıların gastronomi ürünlerinin tanıtımı ile ilgili verdikleri cevap dağılımları**.**

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	2	,9	,9	,9
Katılmıyorum	1	,5	,5	1,4
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	11	5,1	5,1	6,5
Katılıyorum	39	18,0	18,0	24,4
Kesinlikle Katılıyorum	164	75,6	75,6	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Tablo 75'te katılımcılarıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında yemekler dışında bu şehirdeki gastronomi ürünlerinin tanıtımı yapılmalı ifadesine verdikleri yanıtlar gösterilmiştir. Tablo 75'teki veriler incelendiğinde katılımcıların yüz altmış dördünün kesinlikle katıldığını, otuz dokuzunun katıldığını belirttiği, on birinin kararsız kaldığı, birinin katılmadığını, ikisinin kesinlikle katılmadığı belirlenmiştir. Tablo 75'teki kümülatif frekans verilerine göre yemekler dışında bu şehirdeki gastronomi ürünlerinin tanıtımının yapılması gerektiğini düşünen iki yüz üç katılımcı, katılmadığını belirten üç katılımcı olduğu belirlenmiştir. Tablo 75'teki kümülatif relatif frekanslar belirlendiğinde katılımcıların %93.55'inin yemekler dışında Edirne'deki diğer gastronomi ürünlerinin tanıtımının gerekli olduğuna katıldığı, %1.38'inin katılmadığı bulgulanmıştır.

S10) Yöresel mutfağın daha fazla tanıtımı yapılmalı.

Tablo 76. Katılımcıların yöresel mutfağın tanıtımı ile ilgili verdikleri cevap dağılımları**.**

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	2	,9	,9	,9
Katılmıyorum	1	,5	,5	1,4
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	9	4,1	4,1	5,5
Katılıyorum	33	15,2	15,2	20,7
Kesinlikle Katılıyorum	172	79,3	79,3	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "Gastronomi Şehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde Tablo76'da katılımcılarıların yöresel mutfağın daha fazla tanıtımı yapılmalı ifadesine verdikleri cevaplar gösterilmiştir. Tablo 76'daki verilere göre katılımcıların yüz yetmiş ikisinin kesinlikle katıldığı, otuzüçünün katıldığını belirttiği, dokuzunun kararsız kaldığını, birinin katılmadığı, ikisinin kesinlikle katılmadığı görülmektedir. Kümülatif frekanslara göre yöresel mutfağın daha fazla tanıtımı yapılmasına katıldığını belirten iki yüz beş katılımcı, katılmadığını belirten üç katılımcı belirlenmiştir. Katılımcıların %94.47'sinin yöresel mutfağın daha fazla tanıtımının yapılmasına katıldığı, %1.38'inin katılmadığı, %4.15'inin karasız kaldığı Tablo76'daki göreli frekanslardan bulgulanmıştır.

S11) Daha fazla nitelikli mutfak personeli yetiştirilmeli.

Tablo 77. Katılımcıların nitelikli mutfak personeli yetiştirilmesi ile ilgili verdikleri cevap dağılımları**.**

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	2	,9	,9	,9
Katılmıyorum	1	,5	,5	1,4
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	10	4,6	4,6	6,0

Katılıyorum	28	12,9	12,9	18,9
Kesinlikle Katılıyorum	176	81,1	81,1	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Tablo 77'de katılımcılarıların UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında daha fazla nitelikli mutfak personeli yetiştirilmeli ifadesine verdikleri yanıtlar gösterilmiştir. Tablo 77'deki veriler incelendiğinde katılımcıların yüz yetmiş altısının kesinlikle katıldığını, yirmi sekiziznin katıldığını belirttiği, onunun kararsız kaldığı, birinin katılmadığını, ikisinin kesinlikle katılmadığı belirlenmiştir. Tablo 77'deki kümülatif frekans verilerine göre nitelikli mutfak personeli yetiştirilmesi gerektiğini düşünen iki yüz dört katılımcı, katılmadığını belirten üç katılımcı olduğu belirlenmiştir. Tablo 77'deki kümülatif relatif frekanslar belirlendiğinde katılımcıların %94.01'inin daha fazla nitelikli mutfak personeli yetiştirilmesinin gerekli olduğuna katıldığı, %1.38'inin katılmadığı, %4.61'inin ise kararsız kaldığı bulgulanmıştır.

S12) Yiyecek- içecek işletmelerinin sayıları arttırılmalı

Tablo 78. Katılımcıların yiyecek-içecek işletmelerinin sayıları ile ilgili verdikleri cevap dağılımları**.**

	Frekans	**Yüzde**	**Geçerli Yüzde**	**Kümülatif Yüzde**
Kesinlikle Katılmıyorum	2	,9	,9	,9
Katılmıyorum	5	2,3	2,3	3,2
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	24	11,1	11,1	14,3
Katılıyorum	39	18,0	18,0	32,3
Kesinlikle Katılıyorum	147	67,7	67,7	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "Gastronomi Şehri" olabilirliğine ilişkin yapılan anketlerde Tablo 78'de katılımcılarıların yiyecek-içecek işletmelerinin sayıları arttırılmalı ifadesine verdikleri cevaplar gösterilmiştir. Tablo 78'deki verilere göre katılımcıların yüz kırk yedisinin kesinlikle katıldığı, otuz dokuzunun katıldığını belirttiği, yirmi dördünün kararsız kaldığını, beşinin

katılmadığı, ikisinin kesinlikle katılmadığı görülmektedir. Kümülatif frekanslara göre yiyecek-içecek işletmelerinin sayıları arttırılmasına katıldığını belirten yüz srksen altı katılımcı, katılmadığını belirten yedi katılımcı belirlenmiştir. Katılımcıların %85.71'inin yiyecek-içecek işletmelerinin sayıları arttırılmasına katıldığı, %3.22'sinin katılmadığı, %11.06'sının karasız kaldığı Tablo 78'deki göreli frekanslardan bulgulanmıştır.

3.2. Nitel Analiz Bulguları

Bu bölümde görüşmelerden elde edilen verileri analizi gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda, araştırmanın nitel kısımında, araştırma konusu kapsamında, toplam 17 yerel paydaşla görüşme yapılmıştır. Katılımcılara ait demografik bulgular Tablo 79'da yer almaktadır.

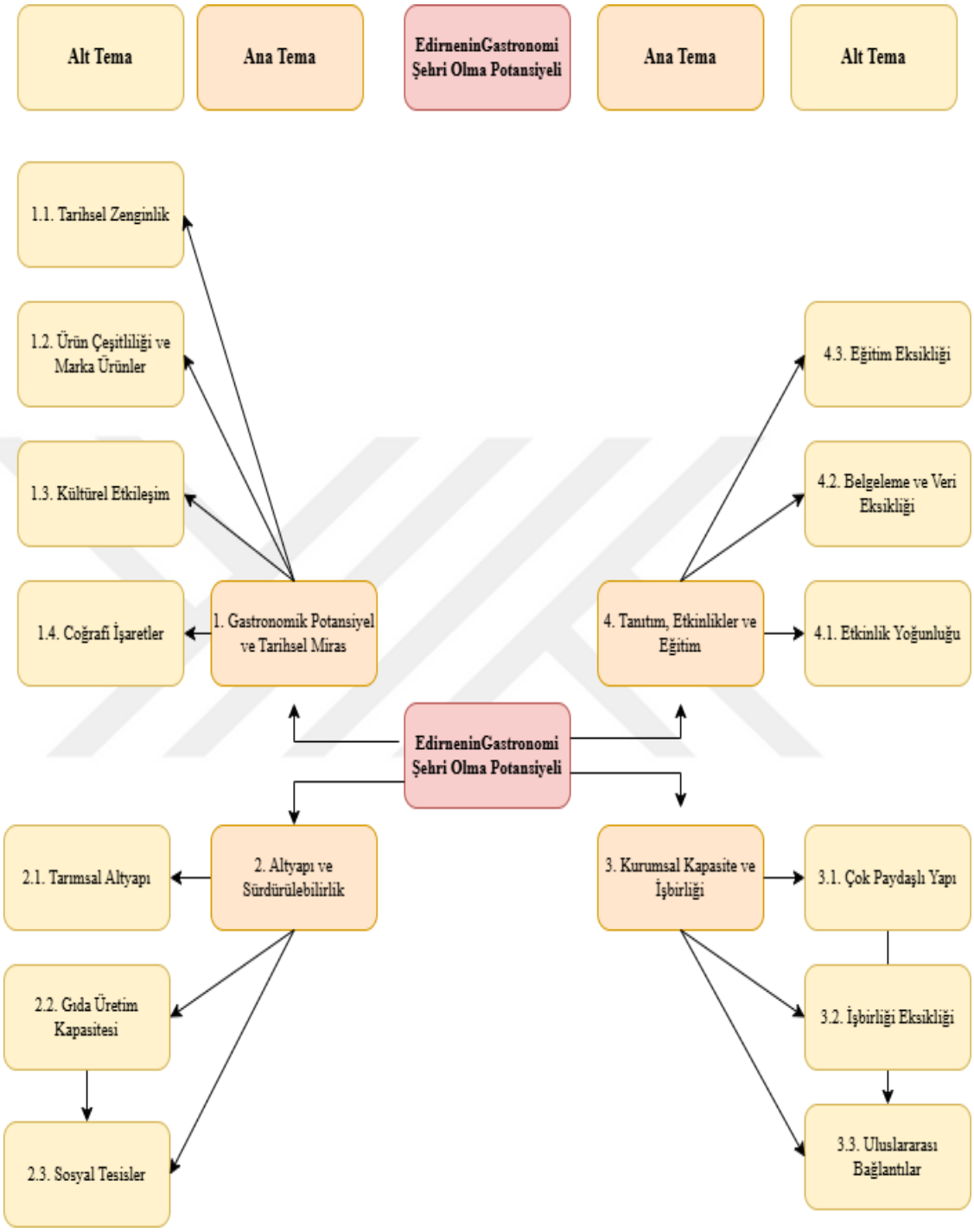
Tablo 79. Katılmıcılara ait demografik dağılım

Katılımcı sayısı	Cinsiyet	Eğitim durumu	Yaşı	Görev meslek	Bulunduğu şehir
K1	K	Üniversite Yüksek lisans	38	Akademisyen	Edirne merkez
K2	E	Üniversite lisans	38	Profesyonel şef	Edirne merkez
K3	K	Üniversite Ön lisans	53	Profesyonel yönetici	Edirne merkez
K4	K	İlkokul	54	Kadın kooperatif ortağı	Edirne merkez
K5	E	Üniversite lisans	49	İl ticaret müdürü	Edirne merkez
K6	E	Üniversite lisans		Edirne vali yard.	Edirne merkez
K7	E	Üniversite lisans	49	İl sivil toplum ilişkileri il müdürü	Edirne merkez

K8	E	Üniversite lisans	58	İl planlama ve koordinasyon il müdürü	Edirne merkez
K9	E	Üniversite lisans	48	İl turizm ticaret müdürü	Edirne merkez
K10	E	Üniversite doktora	50	İl tarımsal araştırma enstitü müdürü	Edirne merkez
K11	E	Üniversite lisans	74	Edirne gastronomi ve proje koordinatörü	Edirne merkez
K12	K	Üniversite lisans	74	Gastronomi yazarı ve araştırmacısı	Edirne merkez
K13	E	Üniversite lisans	40	Keşan ticaret odası başkanı	Edirne merkez
K14	E	Üniversite lisans	27	İşletmeci profesyonel şef	Edirne / keşan
K15	K	Üniversite lisans	42	Edirne ticaret odası proje koordinatörü	Edirne merkez
K16	E			Edirne belediyesi	Edirne merkez
K17	E	Üniversite doktora	40	Trakya Üniversitesi / Akademisyen	Edirne merkez

Tablo 79'daki demografik veriler katılımcılara göre değişiklik göstermektedir. Örneklem çeşitliliğinde tutarlı olabilmek adına katılımcılar gastronomi konusunda direk veya doğrudan Edirne'de şehrin yönetilmesinde söz sahibi olan özel işletme ve devlet kurumlarında görev yapan 17 farklı, mesleki tecrübesi en az 7 yıl olan paydaş seçildiği görülmektedir. Katılımcıların 12si erkek, 5i kadındır.

Katılımcıların yanıtları dorultusunda ana temalar, alt temalar oluşturulmuştur. Oluşturulan tema ve alt temalar Şekil 9 ve Tablo 80'de gösterilmiştir.



Şekil 9. Nitel temalar- alt temalar

Tablo 80. Nitel verilerden elde edilen ana tema ve alt tema dağılımı

Ana Tema	Alt Tema	Anahtar Bulgular ve Vurgular
1. Gastronomik Potansiyel ve Tarihsel Miras	**1.1. Tarihsel Zenginlik**	Edirne'nin Osmanlı'ya başkentlik yapmış olmasının getirdiği zengin bir **Osmanlı Mutfağı** mirası ve gastronomik beklentisi mevcuttur.
	1.2. Ürün Çeşitliliği ve Marka Ürünler	**Ciğer, ciğer sarma, badem ezmesi** ve **köfte** gibi öne çıkan marka ürünler; **İpsala pirinci, buğday, kanola** ve **Karaağaç kabağı** gibi tarımsal ürünlerde Türkiye liderliği bulunmaktadır.
	1.3. Kültürel Etkileşim	**Balkan ve Pomak kökenli** toplulukların göç ve mübadele sonrası kente mirası olan yemek kültürü önemli bir parçadır.
	1.4. Coğrafi İşaretler	**Coğrafi işaretli ürünlerin sayısının artırılması** ve mevcut ürünlerin etkin değerlendirilmesi gerekliliği vurgulanmıştır.
2. Altyapı ve Sürdürülebilirilik	**2.1. Tarımsal Altyapı**	**614.500 hektar** toplam tarım arazisi varlığı ile ekilebilir tarım arazileri bakımından **yeterli ve güçlü** bir altyapı mevcuttur. **Ata tohumculuğu** gibi sürdürülebilir tarım uygulamaları öne çıkmaktadır.
	2.2. Gıda Üretim Kapasitesi	Kayıtlı **455 adet** gıda üretim tesisi (özellikle **süt ürünleri** alanında yaygın bir ağ) bulunmaktadır. Ancak bazı katılımcılar çeşitlendirme ve işleme kapasitesinin artırılması gerektiğini belirtmiştir.
	2.3. Sosyal Tesisler	Mevcut sosyal tesislerin gastronomi turizmini destekleyecek nitelikte ve sayıda **yeterli olmadığı**

		veya niteliklerinin artırılması gerektiği görüşü baskındır.
3. Kurumsal Kapasite ve İşbirliği	**3.1. Çok Paydaşlı Yapı**	**Valilik, Belediye, Trakya Üniversitesi, Kalkınma Ajansı** gibi kamu ve akademik kurumlar ile **kadın üretim kooperatifleri** ve çeşitli **aşçılık dernekleri** aktif olarak süreçte yer almaktadır.
	3.2. İşbirliği Eksikliği	Paydaşlar arasında **birleştirici mekanizmaların** ve **ortak iş yapma kültürünün** eksik olduğu; **kolektif duygu eksikliği** yaşandığı ifade edilmiştir.
	3.3. Uluslararası Bağlantılar	Uluslararası bağlantıların ve protokollerin var olduğu ancak **yerel paydaşlar tarafından yeterince bilinmediği** veya iletişimin sınırlı kaldığı belirtilmiştir.
4. Tanıtım, Etkinlikler ve Eğitim	**4.1. Etkinlik Yoğunluğu**	Son dört yılda **Gastronomi Festivali, Lavanta Günleri, Gül Hasadı, Kahve/Kabak/Ciğer etkinlikleri** gibi **art arda etkinlikler** düzenlendiği gözlemlenmektedir.
	4.2. Belgeleme ve Veri Eksikliği	Gastronomiye ilişkin **sağlıklı istatistiklerin bulunmadığı**; yapılan çalışmaların ve gelir-harcama verilerinin **kayıt altına alınmadığı** ve **şeffaf biçimde paylaşılmadığı** vurgulanmıştır.
	4.3. Eğitim Eksikliği	**Trakya Üniversitesi** başta olmak üzere eğitim programları olsa da, **sistemli ve popüler kültürden uzak** özel bir gastronomi eğitiminin sunulmadığı ve **kurumsal**

	yapılanmanın yetersiz olduğu belirtilmiştir.

Uyum Alanları

1. **Gastronomi (Çok Yüksek Uyum):**

- Nitel verilerin **tamamı**, Edirne'nin **Gastronomi** üzerine odaklandığını göstermektedir.
- **Tarihsel Mutfak Mirası** (Osmanlı ve Balkan mutfağı), **Güçlü Tarımsal Üretim Altyapısı** (pirinç, buğday), **Özel Ürün Markaları** (ciğer, badem ezmesi) ve **Aktif Gastronomi Dernekleri** gibi tüm temel unsurlar bu kategoriye doğrudan hizmet etmektedir.
- **Kadın üretim kooperatiflerinin** aktif ve sayıca üstünlüğü, UNESCO'nun **kapsayıcılık ve sürdürülebilir kalkınma** kriterleriyle (özellikle toplumsal cinsiyet eşitliği ve yerel ekonomi) uyumlu güçlü bir sosyal potansiyel sunmaktadır.

2. **Zanaat ve Halk Sanatları (Dolaylı Uyum):**

- Gastronomi teması, yerel tarımsal ürünlerin ve yemek kültürünün yanı sıra, **coğrafi işaretli ürünlerin artırılması** ve **kooperatiflerin yerel üretimleri** gibi kavramlarla **Zanaat ve Halk Sanatları** temasına dolaylı olarak dokunmaktadır. Yöresel gıda üretim ve işleme teknikleri, geleneksel zanaat olarak değerlendirilebilir.

Gelişim Alanları (Gastronomi Şehri Başvurusu İçin Kritik)

- Nitel veriler, güçlü bir potansiyel olmasına rağmen, aşağıdaki alanlarda geliştirilmesi gereken kritik eksikliklere işaret etmektedir:
- **Uluslararası Görünürlük ve Bağlantılar:** Uluslararası protokollerin yerel paydaşlar tarafından bilinmemesi, ağlara katılım ve **küresel iş birliği** konusunda bir iletişim ve şeffaflık eksikliği olduğunu göstermektedir.
- **Koordinasyon ve Bütüncül Strateji:** Paydaşlar arasındaki **ortak iş yapma kültürü ve kolektif duygu eksikliği** ile **bütüncül ve görünür politika çatısı** eksikliği, potansiyelin stratejik bir vizyonla yönetilememesi riskini taşımaktadır.
- **Veri Yönetimi ve Belgeleme:** Gelir-harcama verilerinin ve istatistiklerin **net ve şeffaf olmaması**, gastronominin yerel ekonomiye etkisinin somut kanıtlarla

belgelenmesini zorlaştırmaktadır. Bu, UNESCO değerlendirmesi için önemli bir zayıflıktır.

Özetle, Edirne'nin Gastronomi teması ile UNESCO Yaratıcı Şehir Ağı'na katılım için *çok güçlü bir temel* ve *doğrudan uyum* potansiyeli bulunmaktadır, ancak başvurunun başarısı için *işbirliği, uluslararası görünürlük ve veri belgeleme* eksikliklerinin stratejik olarak giderilmesi gerekmektedir.

3.2.1.Gastronomi paydaşlarının unesco yaratıcı şehirler ağı kapsamında edirne'nin gastronomi şehri olmasıyla ilgili görüşleri

Katılımcılardan elde edilen bulgular doğrultusunda, Edirne'nin gastronomik potansiyeli aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

Edirne'nin Sosyal Tesis Varlıkları Üzerine Değerlendirme

Katılımcılarla yapılan mülakatlar sonucunda, **Edirne'nin sosyal tesis varlıkları** açısından mevcut durumunun **tam anlamıyla yeterli olmadığı** görüşü öne çıkmaktadır. Katılımcılar, şehirde gastronomi turizmini destekleyecek sayıda sosyal tesisin olduğu ve niteliklerinin arttırılması gerektiği, mevcut tesislerin ise gelişmeye açık alanlar barındırdığını ifade etmişlerdir. Bu bağlamda, Edirne'nin gastronomi şehri olma hedefi doğrultusunda sosyal altyapının güçlendirilmesi gerekliliği vurgulanmaktadır.

Edirne'de Ekilebilir Tarım Arazileri Üzerine Değerlendirme

Katılımcılara yöneltilen sorular doğrultusunda, **Edirne'nin ekilebilir tarım arazileri** bakımından yeterli bir potansiyele sahip olduğu yönünde ortak bir görüş bildirilmiştir. Bu değerlendirme yalnızca katılımcı görüşleriyle sınırlı kalmayıp, resmi verilere de dayanmaktadır.

T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı'na bağlı **Edirne İl Tarım ve Orman Müdürlüğü** tarafından Eylül 2024 tarihinde sunulan rapora göre, **Edirne ilinin toplam tarım arazisi varlığı 614.500 hektar** olarak kayda geçmiştir. Bu toplam alanın **345.463 hektarı işlenen tarım alanı** olarak kullanılmakta olup, geri kalan alanlar ise orman, tarım dışı kullanım, çayır ve mera alanı gibi farklı kategorilere ayrılmaktadır.

Bu veriler ışığında, Edirne'nin gastronomi şehri olma sürecinde yerel ürün üretimi, tarımsal çeşitlilik ve sürdürülebilir kaynak kullanımı açısından güçlü bir altyapıya sahip olduğu söylenebilir.

Edirne'de Gıda Üretim Tesislerinin Durumu

Katılımcılara yöneltilen gıda üretim tesisleriyle ilgili sorular doğrultusunda, farklı görüşler elde edilmiştir. **Katılımcıların bir kısmı (4 kişi), mevcut gıda üretim tesislerinin yetersiz olduğunu** ifade ederken; **geri kalan katılımcılar ise tesis sayısını yeterli bulduklarını** belirtmiştir. Bu durum, Edirne'deki gıda üretim altyapısına ilişkin algının farklılaşabildiğini göstermektedir.

Ancak konunun daha somut biçimde anlaşılabilmesi adına yapılan literatür taramaları ve yüz yüze mülakatlar kapsamında **Edirne İl Tarım ve Orman Müdürlüğü'nden alınan güncel veriler**, şehrin gıda üretim altyapısını net biçimde ortaya koymaktadır. Eylül 2024 tarihli verilere göre Edirne ilinde kayıtlı gıda üretim tesislerinin dağılımı Tablo 81'de verilmiştir.

Tablo 81. Edirne ilinde kayıtlı gıda üretim tesisleri

Tesis Türü	Sayı
Çeltik Fabrikası	43
Un Fabrikası	12
Ham Yağ Tesisi	11
Yem Fabrikası	6
Et İşleme Tesisi	17
Süt İşleme Tesisi	20
Süt Toplama Merkezi	341
Toplam	**455**

Kaynak: Edirne İl Tarım ve Orman Müdürlüğü Raporu (Eylül 2024).

Bu veriler ışığında, Edirne'nin özellikle **süt ürünleri alanında yaygın bir üretim ve toplama ağına** sahip olduğu görülmektedir. Ancak bazı katılımcıların belirttiği gibi, **gıda üretiminin çeşitlendirilmesi ve işleme kapasitesinin artırılması** gastronomi şehri hedefi açısından değerlendirildiğinde gelişime açık bir alan olarak öne çıkmaktadır. Gastronomi tesisi yeterli mi diye sorulduğunda sayı olarak yeterli olduğu ve fakat nitelik açısından şehrin gelişmesi gerektiği vurgusunu yapan katılımcıların benzer ifadeleriyle karşılaşılmıştır.

Edirne'nin Uluslararası Bağlantıları ve Protokolleri Üzerine Değerlendirme

Yapılan araştırmalarda, Edirne'nin **uluslararası bağlantıları ve iş birliklerine yönelik protokolleri** hakkında bilgi edinmek amacıyla katılımcılara yöneltilen sorulara alınan yanıtlar, sınırlı düzeyde veri sağlamıştır. **Katılımcılardan yalnızca üçü**, bu konuda bilgi sahibi olduklarını ve Edirne'nin bazı uluslararası ilişkiler yürüttüğünü ifade etmişlerdir. Bu katılımcıların verdikleri bilgiler, özellikle **Edirne Valiliği**, **Trakya Üniversitesi** ve **Edirne Belediyesi** gibi kamu kurumlarının yürüttüğü resmi temaslara dayanmaktadır.

Diğer katılımcılar ise bu konuda **doğrudan bilgi sahibi olmadıklarını**, ancak **duyum düzeyinde bazı iş birlikleri hakkında fikirleri olduğunu** belirtmişlerdir. Bu durum, Edirne'nin uluslararası iş birlikleri ve protokol süreçlerinin **yerel paydaşlar tarafından yeterince bilinmediğini veya iletişimin sınırlı kaldığını** ortaya koymaktadır.

Dolayısıyla, Edirne'nin gastronomi şehri olma yolunda uluslararası ağlara katılım ve görünürlük sağlaması adına, mevcut protokollerin daha şeffaf bir şekilde paylaşılması ve yerel paydaşların bu süreçlere daha fazla dâhil edilmesi gerekmektedir.

Edirne'nin Küresel Kalkınma Stratejileri ve Politikalarına Uyumu Üzerine Görüşler

Mülakat kapsamında katılımcılara yöneltilen "**Küresel kalkınma stratejileri ve politikaları doğrultusunda Edirne'de neler yapılmaktadır?**" sorusu, farklı bakış açılarıyla değerlendirilmiştir.

Katılımcı K1, Edirne'de gastronomi temelli kalkınma adına atılan adımlar kapsamında **gastronomi festivallerinin düzenlendiğini** belirtmiştir. Bu festivallerin, yerel ürünlerin tanıtımı ve kültürel değerlerin paylaşılması açısından önemli işlev gördüğünü ifade etmiştir.

Katılımcı K8, Edirne'nin bir **tarım kenti** olarak konumlandığını ve bu doğrultuda çeşitli **protokol ve kalkınma çalışmaları yürütüldüğünü** belirtmiştir. Özellikle **ata tohumculuğu** gibi sürdürülebilir tarım uygulamalarının önem kazandığını, bu alanda somut girişimlerin mevcut olduğunu vurgulamıştır. Aynı zamanda **su politikaları** ve **enerji iletimi** gibi çevresel sürdürülebilirlik konularının da Edirne Valiliği tarafından ele alındığını ve bu konularda planlama ve uygulamaların sürdüğünü aktarmıştır. Ayrıca Edirne genelinde **Edirne, Keşan ve İpsala Organize**

Sanayi Bölgelerinin inşaatlarının başladığını vurgulayarak bu yatırımların kalkınma sürecini hızlandıracağına işaret etmiştir.

Katılımcı K7 ise kalkınmanın gastronomi temelli olabilmesi için **coğrafi işaretli ürünlerin sayısının artırılması ve mevcut ürünlerin daha etkin şekilde değerlendirilmesi gerektiğini** belirtmiştir. Aynı zamanda patent başvurularının varlığını önemseyerek bu tür tescillerin sürdürülebilir kalkınmada rol oynadığını ifade etmiştir. K7 ayrıca, **derneklerin, vakıfların ve özellikle kooperatiflerin**, yerelden kalkınma stratejilerinde hayati bir öneme sahip olduğunu vurgulamıştır.

Bu görüşler ışığında, Edirne'nin kalkınma stratejileri içinde hem **tarımsal üretim ve gıda güvenliği**, hem de **enerji, çevre, sanayi ve kültürel mirasın korunması** gibi farklı alanlarda çok boyutlu bir yaklaşım benimsediği görülmektedir. Ancak bu unsurların daha bütüncül ve görünür bir politika çatısı altında koordine edilmesi, küresel kalkınma hedeflerine uyum açısından önemli bir gelişim alanı olarak öne çıkmaktadır.

Edirne'nin Yaratıcı Şehirler Ağı'na Katılım Potansiyeli Üzerine Görüşler

Mülakat kapsamında katılımcılara, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı (Creative Cities Network) kapsamında **sürdürülebilir kalkınma adına yapılan çalışmaların** Edirne için karşılanabilir olup olmadığı sorulmuştur. Alınan yanıtlar, Edirne'nin potansiyelini farklı bakış açılarıyla ortaya koymuştur.

Katılımcı K1, Edirne'nin henüz bu kriterleri karşılamadığını belirtmiş ve örnek olarak Afyonkarahisar'da düzenlenen **Gastro Afyon** etkinliğini vurgulayarak, Afyon'un bu süreçte daha aktif bir rol üstlendiğini ifade etmiştir.

Buna karşın *Katılımcı K3*, Edirne'nin bu ağı karşılayabileceğini savunmuş ve özellikle **yöresel ürünlerin çeşitliliği** ile **kadın üretim kooperatiflerinin sayısal ve işlevsel üstünlüğüne** dikkat çekmiştir. K3'e göre, Edirne'de hiçbir ilde olmadığı kadar çok kadın üretim kooperatifi bulunmakta ve bu kooperatiflerin tamamı aktif olarak üretim yapıp satış gerçekleştirebilmektedir.

Katılımcı K8 ise bu potansiyelin turizmle entegre bir şekilde değerlendirilebileceğine işaret etmiştir. Edirne'nin sahip olduğu **Saros Körfezi gibi önemli bir turizm destinasyonu** ile birlikte, **tarımsal alanda çalışan üniversite hocalarının** varlığına dikkat çekmiş; bu unsurların birlikte değerlendirilmesi hâlinde Edirne'nin Yaratıcı Şehirler Ağı'na dâhil olmasının mümkün olduğunu belirtmiştir: "**Neden olmasın**?"

Bu görüşler doğrultusunda, Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında değerlendirilebilecek güçlü yönleri bulunduğu, ancak bu potansiyelin hayata geçirilebilmesi için **stratejik bir vizyon** ve **çok paydaşlı iş birlikleri** gerektiği görülmektedir.

Edirne Gastronomi Başvurusu Hazırlık Sürecinde Paydaşların Katılımı ve Beklentileri

Edirne'nin gastronomi alanında marka şehir olma hedefi doğrultusunda yürütülen başvuru sürecinde, yerel paydaşların katkı potansiyeli ve sürece bakış açıları değerlendirilmiştir. Sürece dâhil olan paydaşlar arasında şehirde faaliyet gösteren restoranlar, lokantalar, sektör temsilcileri, Ticaret ve Sanayi Odası, Ticaret Borsası, aşçılar, ilgili kamu kurumları, akademik birimler ve alanla ilgili dernekler yer almaktadır.

Katılımcı K3, bu sürecin şehre ekonomik, sosyolojik ve kültürel açıdan çok yönlü katkılar sağlayacağını vurgulamış; söz konusu kurumsal ve bireysel yapıların bu gelişmelerden **kesinlikle yararlanacaklarını** ifade etmiştir.

Benzer şekilde, *Katılımcı K5* de gastronomi temelli kalkınmanın kapsayıcı olduğunu belirtmiş, "**Yararlanmayacak hiçbir sektör yok**" diyerek yararlanma katsayısının çok yüksek olduğunu vurgulamıştır. Ancak aynı zamanda, mevcut potansiyelin değerlendirilmesinin önünde bir engel olarak **birleştirici mekanizmaların ve ortak iş yapma kültürünün eksik olduğunu** da dile getirmiştir.

Katılımcı K8 ise Edirne'de hâlihazırda aktif olarak çalışan aşçılık ve gastronomiyle ilgili dernekleri şöyle sıralamıştır:

- Edirne Tüm Aşçılar Derneği
- Trakya Gastronomi ve Aşçılar Derneği
- Edirne Tava Ciğer Ustaları Derneği
- Edirne Tanıtım ve Tava Ciğer Kalite Koruma Derneği

Bu kurumların gastronomi temalı çalışmalardan **rahatlıkla faydalanabileceği** ve sürece aktif katılım sağlayabilecekleri ifade edilmiştir.

Bu değerlendirmeler ışığında, Edirne'de gastronomi alanında çok paydaşlı bir gelişim modelinin mümkün olduğu; kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının iş birliği ile şehrin gastronomi temelli kalkınma sürecinden geniş ölçekte fayda sağlayabileceği görülmektedir.

Edirne Gastronomisinin Şehrin Tarihindeki Rolü Üzerine Görüşler

Edirne gastronomisinin şehrin tarihsel kimliğiyle olan ilişkisi üzerine yapılan görüşmelerde çeşitli katılımcılar dikkat çekici değerlendirmelerde bulunmuştur. Katılımcı *K1*, Edirne'nin Osmanlı'ya başkentlik yapmış bir şehir olduğunu vurgulamış ve bu bağlamda Osmanlı mutfağının izlerinin kentte halen sürdüğünü belirtmiştir. Aynı zamanda, şehrin tarihî geçmişinin gastronomik beklentileri artırdığını ifade etmiş, Edirne'nin standart ürünlerden sıyrılıp yöresel ürünlere odaklanması gerektiğinin altını çizmiştir.

Katılımcı K2, Edirne'nin zengin tarihî mirasının ve Osmanlı döneminden kalan gastronomik değerlerin etkin şekilde değerlendirilmesi gerektiğini dile getirerek, bu unsurların gastronomi turizmi açısından önemli birer fırsat olduğunu belirtmiştir.

Katılımcı K3, Edirne'nin çok zengin bir kültürel birikime sahip olduğunu, ancak bu kültürün yeterince pazarlanamadığını ve tanıtım eksikliği yaşandığını ifade etmiştir.

Öte yandan, *Katılımcı K5*, Edirne'nin çok büyük bir gastronomi potansiyeline sahip olduğunu, bu potansiyelin desteklenebileceği altyapının da mevcut olduğunu dile getirmiştir. Edirne'ye özgü coğrafi işaretli ürünlerin, mevcut sanayi ve teknoloji yapısının ve tescillenmiş patentlerin bu potansiyeli kanıtladığını ifade etmiştir.

Son olarak, *Katılımcı K8*, Edirne'nin sınır kenti olmasının gastronomik açıdan büyük avantajlar sağladığını belirtmiş; şehrin çok sayıda kara yolu ve demir yolu sınır kapısına sahip olduğunu, bunun da gastronomi alanındaki çeşitliliği ve erişilebilirliği artırdığını vurgulamıştır. Ayrıca tarım alanındaki üretkenliğin ve üniversitenin katkılarının da Edirne'yi bir gastronomi şehri haline getirme yolunda önemli rol oynadığını ifade etmiştir.

Edirne'deki Gastronomik Unsurların Turizme Etkisi Üzerine Değerlendirmeler

Edirne'de gastronomik unsurların turizm üzerindeki etkileri katılımcıların görüşleri doğrultusunda çok boyutlu olarak ele alınmıştır.

Katılımcı K1, Edirne'de hizmet kalitesine yönelik bazı sorunlara dikkat çekmiş; **esnafın misafirlere karşı zaman zaman olumsuz tutumlar sergilediğini** ve bu durumun hizmet eksikliği yarattığını ifade etmiştir. Gastronomik açıdan ise kentin **badem ezmesi, ciğer ve köfte** gibi öne çıkan temel ürünlere sahip olduğunu belirtmiştir.

Katılımcı K2, özellikle **Edirne tava ciğerinin**, şehirde gastronomik anlamda **yoğun biçimde pazarlanmakta olduğunu** ve Edirne'nin bu ürün üzerinden önemli bir tanıtım fırsatı yakaladığını vurgulamıştır.

Katılımcı K3, **ciğer sarma** gibi ürünlerin Edirne'ye özgü yöresel lezzetler arasında yer aldığını belirtmiş ve özellikle **Osmanlı mutfağının unutulmaması gerektiğinin** altını çizmiştir. Aynı zamanda, **göç ve mübadele sonrası Edirne'ye yerleşen toplulukların** –özellikle **Balkan ve Pomak kökenli grupların**– kente miras bıraktığı yemek kültürünün de gastronomik kimliğin önemli bir parçası olduğunu ifade etmiştir.

Katılımcı K8 ise Edirne'nin tarımsal üretim gücüne dikkat çekmiş; özellikle **pirinç, buğday ve kanola** gibi ürünlerde Edirne'nin Türkiye genelinde lider bir konumda olduğunu ifade etmiştir. Bu tarım ürünlerinin gastronomi alanında daha etkin kullanılmasının, kentin hem mutfak kültürünü hem de turizm gelirlerini artırabileceğini belirtmiştir.

Bu değerlendirmeler, Edirne'nin gastronomi temelli turizminin sadece belli başlı ürünlerle sınırlı kalmaması gerektiğini, **tarihsel mirasın, tarımsal üretimin ve kültürel çeşitliliğin** bütüncül biçimde gastronomiyle ilişkilendirilmesinin önem taşıdığını ortaya koymaktadır.

Edirne'deki Gastronomik Unsurların Ekonomiye Katkısı Üzerine Değerlendirme

Yüz yüze mülakatlar kapsamında katılımcılara, "**Edirne'deki gastronomik unsurların Edirne ekonomisindeki önemi nedir?**" sorusu yöneltilmiştir. Elde edilen yanıtlar, gastronominin yerel ekonomi üzerindeki etkilerinin çok boyutlu olduğunu göstermektedir.

Bir katılımcı, **kadın kooperatiflerinin** gastronomik unsurlar kapsamında değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamış ve bu yapıların ekonomik katkılarının göz ardı edilemeyecek ölçüde olduğunu ifade etmiştir. Aynı katılımcı, Edirne ekonomisi denildiğinde akla ilk gelen ürünlerin başında **Karaağaç kabağı** ve **Edirne ciğeri**nin geldiğini belirtmiştir.

Katılımcı K2, gastronomik unsurların **ekonomiye olumlu bir etkisi olduğunu** ifade etmekle yetinmiş ve doğrudan gözlemlerine dayanan genel bir değerlendirme sunmuştur.

Katılımcılar K8 ve K9, gastronomik ürünlerin Edirne ekonomisi üzerindeki **çok yönlü ve büyük etkilerini** gözlemlediklerini belirtmiştir. Özellikle *Katılımcı K8* ve *Katılımcı K7,* **tarım, hayvancılık ve süt üretimi** alanlarında Edirne'nin güçlü bir konumda bulunduğunu; bu alanlardaki üretimin gastronomiyle doğrudan ilişkili olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca, **İpsala pirincinin Türkiye genelinde üretim bakımından ilk sırada yer aldığı**, bu ürünün coğrafi işaretli bir gıda olarak Edirne ekonomisine **katma değer sağladığı** belirtilmiştir.

Bu görüşler doğrultusunda, Edirne'deki gastronomik unsurların yalnızca kültürel değil, aynı zamanda **tarım, üretim ve kadın emeği üzerinden** yerel ekonomiye doğrudan katkı sunduğu anlaşılmaktadır. Bu katkıların sürdürülebilir kalkınma politikalarıyla desteklenmesi, gastronominin yerel kalkınma stratejileri içinde daha güçlü bir yer edinmesini sağlayacaktır.

Edirne Gastronomisinde Yer Alan Yemekler ve Satışa Sunan İşletmeler Hakkında Bilgi ve İstatistik Düzeyi

Katılımcılara, **Edirne gastronomisinde yer alan yemekler ile bu yemekleri sunan işletmeler hakkında istatistiksel bilgiye sahip olup olmadıkları** sorulmuştur. Alınan yanıtlar, konuya ilişkin farkındalığın ve bilgi düzeyinin katılımcılar arasında farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur.

Katılımcı K1, doğrudan **ciğer, ciğer sarma, yöresel ürünler ve Edirne'ye özgü yemekleri** sıralayarak, bu ürünlerin kentin gastronomi kimliğinde önemli yer tuttuğunu belirtmiştir. Ancak herhangi bir istatistiksel veri paylaşmamış, yalnızca ürün bazlı bir değerlendirme sunmuştur.

Katılımcı K2, **yerel yemekleri üreten işletmelerin sayısının artırılması gerektiğini** belirtmiş, mevcut işletme sayısı ya da dağılımı hakkında somut veri sunmamıştır.

Katılımcı K3, bu alanda **sağlıklı ve güncel istatistiklerin bulunmadığını** ifade etmiş ve bilgi eksikliğine dikkat çekmiştir.

Katılımcı K8 ise daha yapıcı ve yönlendirici bir yaklaşım sergilemiştir. Edirne gastronomisine dair yemekler ve bu yemekleri sunan işletmelerin durumu hakkında bilgi edinilmek isteniyorsa, bu konunun **Trakya Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Programı** gibi akademik birime yönlendirilmesi gerektiğini belirtmiştir. Ayrıca, **Edirne Tarım ve Orman İl Müdürlüğü'nün** bu alanda kayıtlı işletmelere ilişkin veri sağlayabileceğini, dolayısıyla resmi kaynakların bu konuda başvuru noktası olarak değerlendirilebileceğini ifade etmiştir.

Bu değerlendirmeler, Edirne gastronomisine ilişkin istatistiksel verilerin kamuoyuna açık biçimde sunulmadığını; veri ihtiyacının karşılanabilmesi için **kurumsal iş birlikleri** ve **akademik araştırmaların** güçlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Edirne Gastronomisi'ne Yönelik STK ve Kurumsal Tanımlamalar Üzerine Değerlendirme

Katılımcılara, "**Edirne gastronomisinde yer alan, geçimini bu sektörden sağlayan işveren, çalışan, sivil toplum kuruluşları ve kurumsal yapıların Edirne gastronomisini nasıl tanımladığı**" sorusu yöneltilmiştir. Yanıtlar, gastronomi alanındaki algıların genellikle **gelişmeye açık ancak yetersiz bir yapı**ya işaret ettiğini ortaya koymuştur.

Katılımcı K1, mevcut durumu açık bir şekilde **"yetersiz"** olarak tanımlamış; Edirne gastronomisinin birçok **tarif ve ürüne sahip olduğunu**, fakat bu potansiyelin etkin şekilde **pazarlanamadığını**, **birliktelik ve kolektif duygu eksikliği** nedeniyle bütüncül bir gelişim sağlanamadığını ifade etmiştir.

Katılımcı K2 ise Edirne gastronomisinin **"olması gerektiği yerde olmadığını"**, ancak **gelişime açık** bir yapıya sahip olduğunu vurgulamıştır. Bu bağlamda, "**tozu yavaş yavaş kalkıyor**" benzetmesiyle sürecin henüz başlangıç aşamasında olduğunu belirtmiştir. Yerel yönetimlerin daha fazla **koordinasyon içinde çalışması**, **maddi olanakların** artırılması, **eğitim fırsatlarının** genişletilmesi gerektiğini ifade etmiş; bölgede **kurumsal birlikteliğin** oluşmasının önemine dikkat çekmiştir.

Katılımcı K3, Edirne'nin tarihî geçmişine atıfta bulunarak şehrin **Osmanlı'ya başkentlik yapmış bir yer** olduğunu hatırlatmış, bu nedenle önemli bir kültürel zemin bulunduğunu ifade etmiştir. Ancak bu tarihî mirasa rağmen, **geniş kapsamlı kültürel yemek bilgisine sahip olunmadığını** belirtmiştir. "**Geçmiş var, ancak kültürel yemek bilgisi eksik**" ifadesiyle tarihî potansiyelin pratiğe yeterince yansıtılamadığını ifade etmiştir.

Katılımcı K8, Edirne'de **çok sayıda aktif dernek** bulunduğunu belirtmiştir. Bunlar arasında:

- **Edirne Tüm Aşçılar Derneği**
- **Trakya Gastronomi ve Aşçılar Derneği**
- **Edirne Tava Ciğer Ustaları Derneği**
- **Edirne Tanıtım ve Tava Ciğer Kalite Koruma Derneği**

- **Edirne Tarım, Hayvancılık ve Arıcılık Derneği**

gibi yapılar yer almaktadır. K8, bu derneklerin Edirne gastronomisinin gelişimi için **daha aktif biçimde çalışmaları gerektiğini** vurgulamıştır.

Katılımcı K9, STK ve kurumsal aktörlerin son dönemde **bir araya gelmeye çalıştığını** ifade etmiş, bu kapsamda Edirne'de ilk **Gastronomi Festivali'nin düzenlendiğini** ve bu etkinlikten sonra **ilk yemek kitabının yayımlandığını** belirtmiştir. Bu gelişmeleri **iş birliği ve kurumsal farkındalığın artmakta olduğunun bir göstergesi** olarak değerlendirmiştir.

Bu değerlendirmeler göstermektedir ki Edirne'de gastronomi alanında faaliyet gösteren kurum ve sivil yapılar **belirli bir potansiyele** sahip olmakla birlikte, bu potansiyelin etkinleştirilmesi için **kolektif strateji, eğitim desteği, kurumsal koordinasyon ve sürdürülebilir tanıtım politikalarına** ihtiyaç duyulmaktadır.

Son Dört Yılda Edirne'de Düzenlenen Gastronomi ile İlgili Fuar, Festival ve Etkinlikler Üzerine Değerlendirme

Yüz yüze mülakatlar kapsamında katılımcılara, "**Son dört yıl içinde Edirne'de gastronomiyle ilgili düzenlenen fuar, konferans, festivaller ve ulusal/uluslararası etkinlikler nelerdir?**" sorusu yöneltilmiştir. Alınan yanıtlar, Edirne'de gastronomi alanında giderek artan bir farkındalık ve etkinlik yoğunluğu olduğunu ortaya koymaktadır.

Katılımcı K1, Edirne'de gastronomiyle doğrudan ya da dolaylı ilişkili olarak düzenlenen birçok etkinliğe dikkat çekmiş ve şu örnekleri sıralamıştır:

- **Kahve, Kabak, Ciğer ve Bando etkinlikleri**
- **1. Edirne Gastronomi Festivali**
- **Lavanta Günleri**
- **Gül Hasadı**
- **Türkülerle Aromatik Bilgiler Etkinliği**

Bu etkinliklerin bir kısmı tarım, kültür ve sanatla iç içe geçerken, bir kısmı doğrudan gastronomi temalı olup yöresel ürünlerin tanıtımına katkı sağlamaktadır.

Katılımcı K2, **yaklaşık dört ay önce düzenlenen "1. Uluslararası Edirne Gastronomi Festivali"ni** vurgulamıştır. Ayrıca, **Edirne Yöresel** adıyla yeni bir yapının **Edirne Valiliği öncülüğünde kurulduğunu** ve bu oluşumun yöresel ürünlerin tanıtımı, üretimi ve pazarlanmasına yönelik faaliyetlerde bulunduğunu ifade etmiştir.

Katılımcılar K3 ve K4, doğrudan **Edirne Gastronomi Festivali'nin varlığını** belirtmişlerdir. Her iki katılımcı da bu festivalin şehrin gastronomi potansiyelinin görünür kılınması açısından önemli olduğunu ifade etmiştir.

Katılımcı K9, son dört yıl içinde gerçekleştirilen gastronomi faaliyetlerine örnek olarak şu gelişmeleri aktarmıştır:

- **"Topraktan Sofraya" isimli gastronomi kitabının yayımlanması**
- **Edirne Gastronomi Festivali'nin gerçekleştirilmesi**
- Ayrıca, konferans ve bilimsel etkinliklere dair detaylı bilginin **Trakya Üniversitesi'nden alınabileceğini** belirtmiştir.

Katılımcı K10 ise, Trakya Kalkınma Ajansı iş birliğiyle gerçekleştirilen bazı tarım-gastronomi projelerine dikkat çekmiştir. Edirne Tarımsal Araştırma Enstitüsü tarafından **60 adet bitkinin üretiminin sağlandığını**, ayrıca "**Kırk Çeşit Pilav**" adı altında bir etkinliğin **planlandığını ve uygulamaya geçirildiğini** aktarmıştır. Bu etkinliğin, yerel gıda çeşitliliğinin tanıtımı açısından önemli bir örnek teşkil ettiğini belirtmiştir.

Bu yanıtlar ışığında değerlendirildiğinde, Edirne'de son dört yılda gastronomi alanında hem **kurumsal hem toplumsal düzeyde** artan bir farkındalık ve etkinlik yoğunluğu olduğu gözlemlenmektedir. Ancak etkinliklerin sayısal artışı kadar **süreklilik, koordinasyon ve uluslararasılaşma boyutunun** da önem taşıdığı vurgulanmalıdır.

Edirne'de Gastronomi Kültürünü Teşvik Eden Eğitim Programları Üzerine Değerlendirme

Katılımcılara, "**Edirne'de gastronomi kültürünü teşvik etmeye yönelik eğitim müfredatları, dersler, programlar ve atölye çalışmaları (workshoplar) mevcut mu?**" sorusu yöneltilmiştir. Alınan yanıtlar, bu alandaki eğitsel faaliyetlerin varlığını doğrulamakla birlikte, **içerik ve yaygınlık açısından yetersizliklerin bulunduğunu** da ortaya koymaktadır.

Katılımcı K1, akademisyen kimliğiyle bu alandaki müfredatı bildiğini ifade etmiş ve **eğitim içeriklerinin genel olarak dolu** olduğunu belirtmiştir. Ancak bu doluluğa rağmen, **müfredatın yeterli olmadığını** düşündüğünü vurgulamıştır. Ayrıca Edirne'de **dersler, programlar ve çeşitli workshopların mevcut olduğunu** ifade etmiştir.

Katılımcı K2, Edirne'de **özel kurslar** bulunduğuna dikkat çekmiş ve bu kursların gastronomi ile ilgili çeşitli konularda bireylere eğitim sunduğunu belirtmiştir. Bu kursların kapsamı ya da içeriğine dair detay verilmemekle birlikte, **resmî olmayan öğrenme alanlarının varlığına** işaret edilmiştir.

Katılımcı K3 ise konuya daha eleştirel bir yaklaşım sergileyerek, **aşçılık alanında eğitimlerin** mevcut olduğunu, ancak **gastronomi alanında özel ve sistemli bir eğitim sunulmadığını** belirtmiştir. Bu durumun **Edirne açısından bir dezavantaj oluşturduğunu** ifade etmiştir.

Bu değerlendirmeler doğrultusunda, Edirne'de gastronomi kültürünü desteklemeye yönelik **bazı eğitim uygulamaları** bulunsa da, bu alandaki **kurumsal yapılanmanın, program çeşitliliğinin ve nitelikli içeriklerin** geliştirilmesine ihtiyaç duyulduğu görülmektedir. Özellikle gastronomi eğitiminin yalnızca uygulamalı mutfak becerileriyle sınırlı kalmaması, **kültürel, ekonomik ve sürdürülebilirlik odaklı boyutları** da içerecek şekilde genişletilmesi gerekmektedir.

Gastronomi Alanında Eğitim Veren Kurumların Yaklaşımları Üzerine Değerlendirme

Katılımcılara, "**Gastronomi alanında eğitim veren kurumlar genel anlamda ne düşünüyor?**" sorusu yöneltilmiş ve kurumların bu alandaki eğitsel duruşları, eğilimleri ve eksikleri üzerine değerlendirmeler alınmıştır.

Katılımcı K1, gastronomi eğitimi veren kurumların **halkla daha fazla buluşması gerektiğini** belirtmiş; bu alanda yapılan birçok çalışmanın **kayıt altına alınmadığını** vurgulamıştır. Bu bağlamda, hem belgelenme eksikliğine hem de toplumla etkileşim yetersizliğine dikkat çekmiştir.

Katılımcı K3 ise gastronomi eğitiminin büyük ölçüde **popüler kültürün etkisinde kaldığını** ifade etmiştir. Kurumların da bu talebe karşılık vererek **popüler temalar doğrultusunda eğitim içerikleri sunduklarını** belirtmiştir. Bu durumun gastronomi eğitiminin akademik derinlikten uzaklaşmasına yol açabileceği yönünde dolaylı bir eleştiri içerdiği değerlendirilebilir.

Bu görüşler, Edirne'de gastronomi eğitimi sunan kurumların daha fazla **toplumsal katılım, bilimsel belgeleme ve özgün içerik üretimi** konularında gelişim göstermesi gerektiğine işaret etmektedir. Eğitim alanında sadece popüler eğilimlere değil, **yerel değerlerin korunmasına, sürdürülebilirliğe ve çok disiplinli yaklaşımlara** da odaklanılması önem arz etmektedir.

Son Dört Yılda Edirne'de Özel Sektör, Sivil Toplum ve Kamu İş Birliğiyle Gerçekleştirilen Gastronomi Odaklı Projeler

Katılımcılara yöneltilen "**Son dört yıl içinde özel sektör, sivil toplum ve kamu tarafından yürütülen üç adet gastronomi projesi mevcut mu?**" sorusuna verilen yanıtlar, Edirne'de gastronomi alanında çeşitli projelerin ve iş birliklerinin yürütüldüğünü göstermektedir. Yanıtlar, sadece festival organizasyonlarıyla sınırlı kalmayıp, **eğitim, altyapı geliştirme, kırsal kalkınma ve strateji planlaması** gibi çok boyutlu girişimlere işaret etmektedir.

Katılımcı K1, **Trakya Üniversitesi Sürekli Eğitim Merkezi** aracılığıyla gastronomi alanında **sürekli eğitim programları** düzenlendiğini belirtmiştir. Bu eğitimler, mesleki gelişim ve topluma açık kurslar kapsamında değerlendirilmiştir.

Katılımcı K2, Edirne'de gerçekleştirilen bazı gastronomik temalı etkinlikleri şu şekilde sıralamıştır:

- Kabak Festivali
- Ciğer ve Bando Festivali
- Edirne Gastronomi Festivali
- Lavanta Günleri
- Gül Hasadı
- Tıbbi Aromatik Bitkiler Hasadı

Bu etkinliklerin, yerel ürünlerin tanıtımı, tarım-turizm entegrasyonu ve gastronomi farkındalığının artırılması yönünde katkılar sunduğu belirtilmiştir.

Katılımcı K5, **Keşan Ticaret ve Sanayi Odası ile Turizm Lisesi iş birliğinde "Saros Gastronomi Okulu" adlı bir proje** yazıldığını ve bu projenin kabul edildiğini ifade etmiştir. Bu kapsamda, **Keşan bölgesindeki mutfak altyapısının iyileştirildiği**, eğitim süreçlerinin başlatıldığı ve bölge halkının projeye aktif şekilde katılım sağladığı belirtilmiştir.

Katılımcı K9, **"Topraktan Sofraya" projesinin** hayata geçirildiğini, projenin sonunda **bir yemek kitabı yayımlandığını** ve bunun Edirne gastronomisi adına önemli bir belgeleme çalışması olduğunu belirtmiştir. Ayrıca **Edirne Turizm Master Planı** ve **Edirne Turizm Yol Haritası'nın** Trakya Kalkınma Ajansı ile birlikte birer kalkınma projesi olarak yürütüldüğünü ve sonuçlandırıldığını aktarmıştır.

Katılımcı K10, **tıbbi aromatik bitkilerin üretimi, hasatı ve tanıtımıyla ilgili düzenlenen tarla günlerinin** tamamının bir proje kapsamında gerçekleştirildiğini

belirtmiştir. Bu projeler aracılığıyla gastronomi, tarım ve sağlık temaları bir araya getirilmiştir.

Katılımcı K15, **Edirne Ticaret Odası tarafından istihdama yönelik bir mutfak kurulduğunu** ve bu mutfağın gençlerin mesleki eğitimine katkı sağladığını ifade etmiştir.

Katılımcı K14, **yöresel ürünlerin modern sunumlarla tanıtılması** için mutfaklarda eğitim verildiğini aktarmıştır.

Katılımcı K16, **belediye bünyesindeki mutfak eğitim merkezlerinde çeşitli gastronomi çalışmaları** yapıldığını belirtmiştir.

Katılımcı K13 ise yürüttükleri projeler aracılığıyla **maddi destek aldıklarını** ve bu destekle **mutfak altyapılarını geliştirdiklerini** ifade etmiştir.

Edirne'de Gastronomi Alanında Faaliyet Gösteren Sivil Toplum Kuruluşları (STK) Üzerine Değerlendirme

Katılımcılara, "**Edirne ve gastronomi alanında faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının (STK) sayısı nedir?**" sorusu yöneltilmiş ve yerelde bu alanda aktif olan yapılar hakkında bilgi alınmaya çalışılmıştır. Yanıtlar, sayısal olarak benzerlik gösterse de katılımcıların bilgi düzeyleri açısından farklılık içermektedir.

Katılımcı K1, Edirne'de gastronomi alanında faaliyet gösteren toplam **3 sivil toplum kuruluşunun** bulunduğunu belirtmiştir. Bunlardan **2'sinin aşçılık derneği**, **1'inin ise Edirne Tanıtım Derneği** olduğunu ifade etmiştir.

Katılımcı K2 de aynı şekilde, Edirne'de bu alanda faaliyet gösteren **3 dernek olduğunu** belirtmiş; ancak ayrıntıya girmemiştir.

Katılımcı K3, bu konuda **bilgi sahibi olmadığını** ifade etmiştir. Bu durum, bazı paydaşların yerel STK'ların faaliyetlerinden yeterince haberdar olmadığını göstermektedir.

Katılımcı K8 ise bu konuda daha detaylı bilgi vermiş; Edirne'de **2 adet aşçılık derneği** bulunduğunu, bunların:

- **Edirne Tava Ciğer Ustaları Derneği**
- **Edirne Tanıtım ve Tava Ciğer Kalite Koruma Derneği**

olduğunu belirtmiştir. Ayrıca, Edirne'de **tarım ve hayvancılık alanında faaliyet gösteren başka derneklerin** de bulunduğunu aktarmıştır.

Bu veriler doğrultusunda, Edirne'de gastronomiyle doğrudan ilişkili olarak **en az 3 sivil toplum kuruluşunun aktif olduğu**, ancak **tarım, hayvancılık ve tanıtım**

gibi dolaylı ilişkili alanlarda faaliyet gösteren başka STK'ların da sürece katkı sunduğu söylenebilir. Bu yapıların sayıca sınırlı olması, Edirne'de gastronomi alanında **STK kapasitesinin artırılması ve görünürlüklerinin güçlendirilmesi** gerektiğini ortaya koymaktadır.

Edirne'de Son Dört Yılda Düzenlenen Fuar, Konferans ve Kongreler Üzerine Değerlendirme:

Katılımcılara, "**Edirne kentinde son dört yılda düzenlenen fuar, konferans ve kongreler nelerdir?**" sorusu yöneltilmiş ve şehrin akademik, tarımsal ve gastronomik etkinlik kapasitesi hakkında bilgi toplanmıştır. Elde edilen yanıtlar, kentte özellikle **Trakya Üniversitesi** öncülüğünde çok sayıda bilimsel ve tematik etkinliğin gerçekleştiğini ortaya koymaktadır.

Katılımcı K1, **Trakya Üniversitesi'nin çok sayıda kongre, konferans ve fuar** düzenlediğini belirtmiş; üniversitenin bilimsel etkinlik üretimi açısından bölgeye önemli katkılar sağladığını ifade etmiştir.

Katılımcı K3, **aronya** gibi tıbbi aromatik bitkiler üzerine ve **tarımsal araştırmalar** kapsamında bazı kongre ve fuarlara **denk geldiğini** ve bu alanda etkinliklerin düzenlendiğini aktarmıştır. Bu, kentin alternatif tarım ürünleri etrafında bilgi üretimi ve tanıtım etkinliklerine açık olduğunu göstermektedir.

Katılımcı K5, Edirne'de **birçok etkinlik düzenlendiğini**, ancak **isimlerini hatırlayamadığını** belirtmiştir. Bu, etkinliklerin tanıtım ve belgeleme süreçlerinde bazı eksikliklerin bulunduğunu düşündürmektedir.

Katılımcı K7, Trakya Üniversitesi'nde bazı öğretim üyelerinin **spesifik tarım ürünleri** (örneğin aronya, lavanta, kanola vb.) üzerine çalıştıklarını, bu akademisyenlerin bağlı oldukları **dernekler ve vakıflar** aracılığıyla **konferans ve kongreler** organize ettiklerini ifade etmiştir. Ayrıca, **Ice Check (muhtemelen inovatif tarımsal teknoloji veya iklim odaklı bir araştırma başlığı)** konusunda çalışan bazı öğretim üyelerinin **Türkiye ve dünya çapında ödüller aldığını** belirtmiştir.

Katılımcı K9, Edirne'de gastronomiye dair düzenlenen çeşitli etkinliklere dikkat çekmiş; örneğin:

- **Kahve** üzerine paneller,
- **Çikolata** odaklı seminer ve tanıtım programları,
- **Kabak** temalı festivaller,

• **Gastronomi Festivalleri** ve **Türk Mutfağı Haftası** kapsamında çeşitli **sempozyumlar ve küçük kongreler** düzenlendiğini aktarmıştır. Bu etkinliklerin hem bilgi paylaşımı hem de **şehrin kültürel hareketliliği açısından** önemli katkılar sağladığını vurgulamıştır.

Bu bulgular doğrultusunda, Edirne kentinde son dört yıl içerisinde çeşitli temalarda **bilimsel, sektörel ve kültürel etkinlikler** düzenlenmiştir. Ancak bu etkinliklerin **arşivlenmesi, tanıtımı ve sürdürülebilirliği** açısından daha sistematik bir yaklaşım benimsenmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Etkinlik çeşitliliği ve akademik katkı açısından önemli bir potansiyele sahip olan Edirne, bu gücünü daha görünür kılmak için **belgeleme, iletişim ve katılım stratejilerini** güçlendirmelidir.

Edirne'de Gastronomi Alanına Ayrılan Bütçe ve Gelir-Harcama Verileri Üzerine Değerlendirme:

Katılımcılara yöneltilen "**Şehrin son dört yıldaki ölçümlerine göre gastronomi alanında gelir ve harcama verileri mevcut mu?**" sorusu, Edirne'de bu alana yönelik mali farkındalığın düzeyini ve bütçelendirme sürecinin şeffaflığını ortaya koymayı amaçlamıştır. Ancak yapılan mülakatlar, bu konuda doğrudan verilere ulaşımın sınırlı olduğunu göstermiştir.

Birçok katılımcı, gastronomi alanına ilişkin **net ve ölçülebilir gelir-harcama istatistiklerine sahip olmadığını** ifade etmiştir. Ancak katılımcılar, bu alandaki harcamaların özellikle **bazı kamu kurumları ve yerel aktörler tarafından desteklendiğini** dile getirmiştir.

Öne çıkan kurumlar şunlardır:

- **Edirne Valiliği**
- **İl Özel İdaresi**
- **Edirne Belediyesi**
- **Bazı tanıtım faaliyetleri yürüten sivil toplum kuruluşları**
- **Trakya Üniversitesi**
- **En yoğun bütçe desteğini sağladığı belirtilen Trakya Kalkınma Ajansı**

Katılımcı K1, Edirne'de düzenlenen **Gastronomi Festivali'ne önemli bir harcama yapıldığını** açıkça ifade etmiş; bu tür büyük çaplı organizasyonların kamusal bütçelerle desteklendiğini belirtmiştir.

Katılımcı K10, Edirne'de gastronomi konusunda **bilinçli çalışmalar arttıkça bu alana ayrılan bütçenin de paralel biçimde artacağını** ifade ederek, gelecek için pozitif bir gelişim beklentisini dile getirmiştir.

Katılımcı K13 ise gastronomi alanında yalnızca Edirne merkezli değil, **Edirne'nin sınır ötesi ilişkileri bulunan komşu ülkelerde de benzer faaliyetlerin arttığını** ve bu durumun Edirne'ye yönelik gastronomi yatırımlarını teşvik ettiğini düşündüğünü ifade etmiştir.

Bu değerlendirmeler, Edirne'de gastronomi temalı faaliyetlerin belirli ölçüde kamu kurumları ve kalkınma ajansı tarafından desteklendiğini; ancak bu desteklerin **belgelendirilmesi, izlenmesi ve şeffaf biçimde paylaşılmasının sınırlı olduğunu** ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, **bütçe takibi ve etki analizlerinin yapılabilmesi** için gelir-harcama kalemlerinin düzenli olarak kaydedilmesi ve kamuoyuna açık hâle getirilmesi gerekmektedir.

Mülakat Sonucu ve Genel Değerlendirmesi:

Edirne, tarihi mirası, tarımsal üretim kapasitesi, kültürel çeşitliliği ve sınır ötesi etkileşimiyle gastronomi alanında güçlü bir potansiyele sahiptir. Mülakatlara dayalı bulgularda; şehirde coğrafi işaretli ürünler, yerel mutfak unsurları, kadın kooperatifleri, tarım ve hayvancılık temelli üretim çeşitliliği ile zengin bir gastronomik altyapı olduğu görülmektedir. Ancak bu potansiyelin etkin biçimde kullanılamadığı, kurumsal iş birliği, pazarlama stratejileri ve eğitim faaliyetlerinde çeşitli yetersizliklerin bulunduğu sıkça vurgulanmıştır.

Katılımcıların büyük çoğunluğu, gastronomi alanında yürütülen faaliyetlerin sayıca arttığını ancak bu çalışmaların bütüncül, planlı ve belgeli bir yapıya kavuşturulamadığını ifade etmiştir. Sivil toplum kuruluşları sınırlı sayıdadır ve yerel gastronomi aktörleri arasında ortak hareket etme kültürü gelişmemiştir. Eğitim kurumlarının katkısı önemli olmakla birlikte, gastronomi eğitimi yeterli derinlikte değildir.

Son yıllarda Edirne'de festivaller, eğitim projeleri ve gastronomi temalı etkinliklerde artış gözlemlense de bu faaliyetlerin ekonomik etkisine dair gelir–harcama verileri kamuoyuna açık ve sistematik değildir. Trakya Kalkınma Ajansı başta olmak üzere çeşitli kurumlar bu alanı desteklese de, izleme ve etki değerlendirme mekanizmalarının güçlendirilmesi gerekmektedir.

Sonuç olarak; Edirne'nin gastronomi şehri olma potansiyeli oldukça güçlüdür, ancak bu potansiyelin hayata geçirilebilmesi için **kurumsal koordinasyonun artırılması**, **veri temelli planlamaların yapılması**, **eğitim ve tanıtım altyapısının güçlendirilmesi**, **yerel aktörlerin bir araya gelerek sürdürülebilir stratejiler geliştirmesi** elzemdir.

"Bölgede il ilçeleri ve köyleri dâhil esnaf lokantaları, ciğerciler, restaurantlar, sulu yemekçiler, ala kart restaurantlar ve self servis yemek hizmeti verenler ve tabldot üretim yapanlar dâhil 750 yerel şef bulunmaktadır. Bu şeflerin sadece 300 kadarı Edirne merkezde çalışmaktadır. 300 şefin 100 kişi kadarı yönetici şef, aşçı başı seviyesindedir. Geri kalan 200 kişi yardımcı ve çırak pozisyonlarında hizmet vermektedir, geri kalan 450 kişi Edirne ilçeleri ve köylerinde hizmet vermektedir. Bu sayılar mevsimsellik özelliğine göre artabilir -azalabilir" diye K2 aktarıyor (Trakya gastronomi ve aşçılar derneği yönetim, 2025).

Bölgede gastronomik eğitimi destekleyen kurumlara dair bulgular:

Edirne ve ilçelerinde devlete ve özel eğitim kurumlarına bağlı mutfak okulları mevcuttur. Bu okulların başında Trakya Üniversitesi Arda MYO'da 1 adet genel amaçlı mutfak 1 adet pastane mutfağı bulunmaktadır. Yine Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO'da Turizm Bölümü altında Mutfak Hizmetleri ve Aşçılık dersleri için 1 adet donanımlı mutfak bulunmaktadır. Edirne'de Milli Eğitim Bakanlığı Edirne okullarından Dr. Sadık Ahmet Turizm Mesleki Ve Teknik Anadolu Lisesinde 1 adet eğitim mutfağı vardır. Edirne Halk Eğitim Merkezinde 1adet eğitim mutfağı mevcuttur. Edirne il dışında Keşan'da bulunan İlhami Ertem Mesleki Ve Teknik Anadolu Lisesinde 2 adet mutfak mevcuttur. Keşan Ticaret Odası Ve İlhami Ertem Mesleki Ve Teknik Anadolu Lisesi ile birlikte Trakya Kalkınma Ajansı desteğini alarak ortak Saros Gastronomi Merkezi kurulmuştur ve 1 adet eğitim mutfağı mevcuttur. Edirne merkezde Edirne Belediyesi'ne bağlı Edirne belediyesi mutfak akademisinde 1 adet mutfak bulunmaktadır. Edirne valiliği Edirne Şehir Gönüllüleri Vakfı desteğiyle Trakya gastronomi ve aşçılar derneği kurulması desteklenmiş ve bu destekle birlikte dernek bünyesine tam donanımlı 1adet eğitim ve üretim mutfağı yapılmıştır. Edirne Ticaret Odası bünyesinde istihdama ilave personel yetiştirme, gençlere mesleki bilgi ve tecrübe katabilmek için 1 adet üretim ve eğitim mutfağı kurulmuştur. Bu mutfaklara ilaveten Edirne bölgesinde özel eğitim kurumları

eğitimler, kurslar ve workshoplar yapmaktadır. Bu kurumlara da ait 2 adet mutfak bulunmaktadır. Toplamda Edirne bölgesi merkez ve ilçelerinde eğitim ve öğretim faaliyetleri yapmak için hali hazırda aktif 14 mutfak bulunmaktadır. Bu bilgiler yüz yüze yapılan görüşmelerde K2,K3,K6,K9,K13,K14 tarafından aktarılmıştır.

Edirne merkezi ve ilçeleri tarım, hayvancılık ve gıda üretimi konusunda kapasiteler ve bulgular:

Edirne merkezi ve ilçeleri tarım, hayvancılık ve gıda üretimi konusunda Türkiye'de iyi bir konumdadır. Devlet kurumları ve özel iştirakler ile bu alanlarda üretimi planlamak ve arttırmak, istihdam yaratmak ve istihdamı arttırmak için aktif çalışmalar ve projeler üretilmektedir. Bu çalışmalar üretim ve tüketim boyutlarıyla incelenirken çok disiplinli olması nedeniyle gastronomi konusunu doğrudan etkilemektedir. Edirne Türkiye'de çeltik üretiminde ve yağlık ayçiçeği üretiminde 1. sıradadır. Kanola üretiminde 3. sırada yer alırken ekmeklik buğday üretiminde 4. sırada yer almaktadır. Edirne'de başlıca tarla ürünleri ve ekim alan dekarları Tablo 82'de belirtilmiştir.

Tablo 82. Edirne'de başlıca tarla ürünleri (dekar bazında, 2023)

Ürün	Ekim alanı (dekar)
Buğday	1.351.806
Ayçiçeği	1.294.200
Çeltik	445.527
Arpa	67.190
Mısır	55.214
Kanola	30.000+
Yulaf	3.402
Nohut	1.547

Mercimek	759
Soğan	1.082
Sarımsak	12
Domates	1.462
Kavun	1.089
Karpuz	1.046
Patates	1.266

Edirne türkiyenin çeltik üretiminde ilk sırada yer alırken özellikle İpsala ovasında yetişen İpsala Pirinci coğrafi işaret almıştır. Edirne'nin bir diğer gastronomik kaynağı hayvansal varlıklarıdır (Edirne Tarım il Müdürlüğü Raporu, 2024).

Tablo 83. Edirne'de hayvansal varlık

Hayvan türü	Sayısı
Büyükbaş	143.144
Küçükbaş	386.761
Kanatlı	280.810
Arı Kovanı	79.957

Kaynak: T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Edirne İl Tarım ve Orman Müd. Raporu (Eylül 2024).

Büyükbaş, küçükbaş, kanatlı hayvanlar ve arı kovanları Edirne bölgesi il ve ilçeleri, köylerinde üretilmektedir. Hayvan türleri ve sayıları 2023 yılı verileriyle Tablo 83'te verilmiştir.

Gıda üretim tesisleri şehrin ekonomisini ayakta tutarken aynı zamanda gastronomik üretim ve tüketim olanaklarını da etkilemektedir.

Gıda, tarım ve hayvancılık alanında üretim sayıları 2023 yılına ait verilere göre hesaplanmıştır. Edirne İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, kırsal kalkınma kapsamında önemli projelere imza atmaktadır. Kadın çiftçilere yönelik eğitimler, tıbbi ve aromatik bitki yetiştiriciliği projeleri, kırsal kalkınma yatırımları, genç çiftçi destekleri, tarımsal

üretim planlaması ve dijital tarım uygulamaları ile şehir merkezine, ilçelerine ve köylerine can vermektedir.

Edirne bölgesinde halkın örgütlenmesine dair bulgular:

Edirne gastronomisi bağlamında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında şehirde yaşayan halkın faaliyetleri önemli bir yer tutmaktadır. Yaşam şekillerini bir yandan bölgeden öğrendiklerini sürdüren, öğreten ve üreten dernekler ve vakıflar mevcuttur. 03.01.2025 tarihli "İl İlçe Dernekler Listesi"ne göre Edirne genelinde toplam 548 dernek bulunmaktadır. Bu derneklerin merkez ve ilçelere göre dağılımı Tablo 84'teki gibir.

Tablo 84. Edirne il dernekleri

İl / ilçe adı	Dernek sayısı
Edirne merkez	298 dernek
Keşan	102 dernek
Uzunköprü	48 dernek
İpsala	31 dernek
Enez	21 dernek
Havsa	21 dernek
Meriç	15 dernek
Lalapaşa	6 dernek
Süloğlu	6 dernek

Kaynak: Edirne Valiliği Dernekler Masası

Bu dağılım, Edirne il merkezinin dernek faaliyetleri açısından en yoğun bölge olduğunu, ardından Keşan ve Uzunköprü ilçelerinin il merkezini takip ettiğini göstermektedir. Diğer ilçelerde ise daha sınırlı sayıda dernek bulunmaktadır.

Edirne'de Kadın Kooperatifleri ve Gastronomideki Rolleri :

Edirne ili genelinde faaliyet gösteren kadın kooperatifleri, yerel ekonominin desteklenmesi ve kadın emeğinin değerlendirilmesi açısından önemli bir işlev üstlenmektedir. Bu kooperatifler, gıda üretimi, el sanatları, kırsal turizm, organik tarım ve aromatik bitki üretimi gibi birçok alanda etkinlik göstermektedir. Kadınların üretime katılımı, hem ekonomik kalkınmaya katkı sağlamakta hem de gastronomi turizmi açısından zengin içerikler sunmaktadır. Özellikle yöresel ürünlerin tanıtımı, geleneksel tariflerin yaşatılması ve pazarlanması bu kooperatiflerin katkısıyla mümkün olmaktadır.

Tablo 85. Edirne İli kadın girişimi üretim ve işletme kooperatifleri

No	Kooperatif Adı	İlçe
1	S.S. Enez Mutlu Eller Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi	Enez
2	S.S. Havsa Kadın Girişimcileri Üretim ve İşletme Kooperatifi	Havsa
3	S.S. Valide Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi	Merkez
4	S.S. Keşan Sepetçi Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi	Keşan
5	S.S. İpsala Kadın Girişimciler Üretim ve İşletme Kooperatifi	İpsala
6	S.S. Uzunköprü Kadın Eli Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi	Uzunköprü
7	S.S. Trakya Emekçi Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi	Merkez
8	S.S. Lalapaşa Kadın Emeği Girişimciler Üretim ve İşletme Kooperatifi	Lalapaşa
3.2.1.9	S.S. Osmanlı Köyü Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi	Merkez
10	S.S. Süloğlu Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi	Süloğlu
11	S.S. Sarıcaali Köyü Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi	Keşan
12	S.S. Balkabağı Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi	Meriç

13	S.S. Keşan Sera Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi	Keşan
14	S.S. Uzunköprü Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi	Uzunköprü
15	S.S. Lalapaşa ve Çevre Köyleri Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi	Lalapaşa
16	S.S. Rumeli Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi	Merkez
17	S.S. İpsala Çikolataları Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi	İpsala

Kaynak: T.C. Edirne Valiliği, Edirne İl Tic. Müdürlüğü, Edirne Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Koop. Raporu. (Temmuz 2025).

Tablo 85'te belirlenen kooperatifler sayesinde, Edirne mutfağının özgün lezzetleri yaşatılmakta, kadınlar ekonomik üretime dâhil olmakta ve yöresel ürünlerin ulusal pazarlarda tanıtımı yapılmaktadır. Kadınların kolektif üretim deneyimi, yerel gastronominin sürdürülebilirliğinde önemli bir model oluşturmaktadır.

Edirnede uluslarası bağlantılar ve protokollere dair bulgular:

Edirne ili, son yıllarda kamu, yerel yönetim ve akademik kurumlar arasında oluşturulan çok yönlü işbirlikleriyle ulusal ve uluslararası düzlemde önemli protokollere imza atmıştır. Trakya Üniversitesi, Edirne Valiliği ve bağlı birimleri ile Edirne Belediyesi; kültür, eğitim, çevre, turizm ve sürdürülebilir kalkınma alanlarında yürütülen stratejik girişimlerle bölgesel kalkınma hedeflerine katkı sağlamaktadır. Trakya Üniversitesi, Balkan coğrafyasındaki üniversitelerle ilişkilerini kurumsallaştırarak Balkan Üniversiteler Ağı çerçevesinde çok taraflı bilimsel ve kültürel iş birlikleri gerçekleştirmektedir. Aynı zamanda yerel yönetimlerle, özellikle Keşan Belediyesi ile eğitim, kültür, spor ve bilimsel araştırma alanlarında çeşitli protokoller imzalanmış; bu çerçevede öğrenci, akademisyen ve yurttaşlar arasında aktif etkileşim sağlanmıştır. Üniversite, ayrıca Bulgaristan'daki yerel yönetimlerle de kültürel ve akademik değişim protokolleri yaparak sınır ötesi iş birliklerini çeşitlendirmiştir. Edirne Belediyesi, hem Trakya Üniversitesi hem de Edirne Valiliği ile birlikte kültürel mirasın korunması, kent kimliğinin güçlendirilmesi ve sürdürülebilir turizm odaklı etkinliklerin düzenlenmesinde rol üstlenmiştir. Uluslararası Edirne Bando ve Ciğer Festivali ile Balkan Halk Oyunları Festivali gibi

etkinliklerde sağlanan koordinasyon, kültürel diplomasiye katkı sunan pratik örnekler arasında yer almaktadır.



Şekil 10. Katılımcı yanıtlarından oluşturulan 'Edirne' kelime bulutu (MAXQDA ile yapılmıştır)



Şekil 11. Katılımcı Yanıtlarından Oluşturulan 'Gastronomi' Kelime Bulutu (MAXQDA ile yapılmıştır)

Şekil 10 ve Şekil 11 katılımcı cevapları doğrultusunda oluşturulmuştur. Katılımcıların Edirne ve Gastronomi kelimelerinin zihinlerinde uyandırdığı çağrışımlara verdikleri cevaplardır.

3.3. Edirnenin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Teması Kapsamında Değerlendirilmesi

Çalışmada, birleştirme (entegrasyon) süreci çoğunlukla **Yorumlama (Interpretation)** aşamasında gerçekleşmiştir. Nicel ve nitel bulguların birleştirilmesi, temelde **bulguların kıyaslanması** ve **birbiriyle karşılaştırılması** yoluyla yapılmıştır. Nicel analizler, paydaşların UNESCO sürecinin sosyal, kültürel, ekonomik etkileri ve yapılması gereken öneriler hakkındaki genel görüşlerini **yüksek oranda olumlu ve homojen** olarak ortaya koymuştur. Bu nicel bulgular, nitel görüşmelerde elde edilen **derinlemesine ve bağlamsal** bilgilerle desteklenmiş ve Tablo 86'da detaylıca aktarılmıştır:

Tablo 86. Bulguların kıyaslanması

Nicel Bulgular (Ne Oldu?)	Nitel Bulgularla Entegrasyon (Neden Oldu/Nasıl Geliştirilebilir?)
Ulusal/Uluslararası Tanıtım Faaliyetleri Arttırılmalı: %93,09	Katılımcı K3: Kültür zengin ancak **yeterince pazarlanamıyor** ve tanıtım eksikliği yaşanıyor ifadeleriyle tanıtım faaliyetlerinin arttırılması gerektiğini ortaya koymuştur.
Konaklama Tesisleri Planlı Şekilde Artmalı: %89,86	Niteliksel bulgu, yoğun ziyaretçi akışı (sınır kapıları vb.) nedeniyle **alternatif konaklama ihtiyacı** olduğunu ortaya koymuştur.
Nitelikli Mutfak Personeli Yetiştirilmeli: %94,01	Nitel görüşler, aşçılık eğitimi olsa da gastronomi alanında **özel ve sistemli bir eğitim eksikliği** olduğunu ve mevcut eğitimlerin **popüler kültürün etkisinde** kaldığını belirtmiştir.
Edirnede Yerel Halkının Yaşam Kalitesi Artar: %81,1	Katılımcı K13: Çok basit, geir düzeyi artarsa yaşam kalitesi de artacaktır ifadesinde bulunmuştur.

Nicel Bulgular (Ne Oldu?)	Nitel Bulgularla Entegrasyon (Neden Oldu/Nasıl Geliştirilebilir?)
Edirne'ye Ulaşım Imkanlarının Gelişmesini Sağlar : %82	Katılımcı K6: Hızlı tren projesi bitti sayılır. İstanbul tüm etkinliklere gelecektir ifadesiyle Edirne'ye ulaşımda kolaylık vurgusuna değinmiştir.
Kültürel Miras Daha Çok Ön Plana Çıkar:%94	Katılımcı K11: Yıllardır UNESCO ile çalışıyorum. Gastronomi şehri olmak için sürdürülebilir planlar ve hedeflere tam uyum sözü vermek lazım. Gastronomi şehri olmak için yola çıkılınca kültürel envanterde korunur. Mesela sen imaret müzesini bilirsin! Peki Edirne'de başka bir imaret daha var bilir misin? şeklinde Edirne'de gün yüzüne çıkmayı bekleyen, turizm ekonomisine katkı sağlayabilecek kültürel miras kapsamında kaynak varlıkları hakkında görüş bildirmiştir.
Sosyal Etkinliklerde Artış Görülür: %90,8	Katılımcı K10: Tarımsal Araştırma Enstitüsü bünyesinde 60 adet ziyaretçi çekebilecek bitki türünü ektik, tıbbi aromatic bitkiler de var. Bu bitkiler hem turisik hemde gastronomik değerler barındırıyor. Çeltik, lavanta, ayçiçeği tarla günleri yapıyoruz, halk da geliyor. Kırk çeşit pirinçten kırk çeşit pilav yaptık. Gastronomi şehri olursak etkinlikler bence fazlalaşır ifadesi ile sosyal etkinliklerin, festivallerin ve eğlencelerin fazlalığına değinirken gastronomi şehri olma potansiyeli ile etkinliklerde daha da artış olacağını vurgulamıştır.
Halk Daha Fazla Ekonomik Gelir Elde Eder: %88	Katılımcı K17: Gelişmiş bir gastronomi ara eleman ve işletmelerin ihtiyaç duyacağı alt üstlenicileri arttırır bence aynı şekilde tarım ve hayvancılığı da artırır. Bölgesel manada işsizliğe bir çözüm olabilir ifadelerini kullanmıştır.
Bölgemde Daha Fazla Yatırım Çekilmesini Sağlar: %85,7	Katılımcı K17: Biz Keşan'da gastronomi gelişebilsin diye yaygın eğitim kurumlarının ilgili bölülerine proje desteğiyle katkılar sağladık, kalifiye eleman sıkıntısı biterse yatırım ve yatırımcı artar. K6: valilikte yapılan bir toplantıda Edirne ve ilçelerinde 14 ad. mutfak eğitimi veren kurum olduğunu duydum. Bu kurumlar personel yetiştirirse yatırım artar ifadeleriyle Edirne bölgesi için gastronomic anlamda yatırım hazırlıklarının yapılmaya başlandığını bu yatırımların daha fazla istihdam ve daha fazla yatırım çekeceği vurgusunu yapmıştır.

Nicel Bulgular (Ne Oldu?)	Nitel Bulgularla Entegrasyon (Neden Oldu/Nasıl Geliştirilebilir?)
Kültür Turizmi Kapsamında Ziyaretçi Sayısı Arttırır: %93,1	Katılımcı K2: Gümrük kapılarının varllığı turizmi hızla arttırıyor, turizmin gstronomi sektörüne fazlaca ihtiyacı var. gastronomi gelişirse turist sayısı dahada artacaktır ifadelerinde bulunmuştur.
Edirne Mutfağının başka ülkeler tarafından duyulmasını sağlar: %88,5	Katılımcı K9: Edirne adına tescillenmiş coğrafi işaretli ürünler, patatentler ve faydalı modeler gibi ürünlerde Edirne'nin ulusalda ve uluslararası farkedilmesini sağlar. K1: Edirne ciğeri pazara gelen yabancılar tarafından biliniyor ifadelerinde bulunmuştur.
Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Çeşitlenmesini Sağlar: %85,3	Katılımcı K2: Edirne gastronomi şehri olması için restoran ve lokanta varlıklarını arttırmalı. Gastronomi şehri olursa bu super bir hayal işte o zaman ürünler ve işletmeler fazlalaşır şeklinde yiyecek içecek işletmelerinin arttırılarak çeşitlenmesi vurgusunda bulunmuştur.
Edirne'de Hediyelik Eşya Sektöründe Önemli Gelişmeler Yaşanmasını Sağlar: %82	Katılımcı K3: Çok zengin kültüre sahip ama o kültür pazarlanamamış; şimdi kooperatifler 22 küsür, içinden 15' aktif. Kurucuları 5 ile 7 kişiden oluşuyor. Bu kooperatifler kadın girişimi ve üretimi sınıfında 10 kooperatif gıda üretir 5 adet kooperatif hediyelik eşya üretir ve satar. Kooperatifler ile ilgili anlaşılır halka indirgenmiş eğitimler olmalı.Gastronomik ürün ve hediyelik eşya sektöründe gelişim yaşanması konusunda aktarımda bulunmuştur.
Yerel Halk Bilinçlendirilmeli: %92,2	Katılımcı K4: Kesinlikle kooperatiflere gıda üretimi konusunda destek verilmeli, eğiitimler düzenlenmeli ama en çok edirnede ürün üreticileriyle halk bir araya getirilmeli, farkındalık çalışmaları yapılmalı. Edirne'nin gerçek bir pazar yerine ihtiyacı var; pazar yeri olursa halk ve esnaf ve üreticiler birbirlerinden haberdar olabilir ifadelerinde bulunmuştur.
İnternet Ve Sosyal Medya Odaklı Şehrin Daha Fazla Tanıtımı Yapılmalı: %93,5	Katılımcı K1: Tanıtım yetersiz. Bu konuda sosyal medyada şehir kimliği bireysel paylaşımlarla oluşuyor. Profesyonel çalışma olmalı diyerek internet ve sosyal medya odaklı tanıtım

Nicel Bulgular (Ne Oldu?)	Nitel Bulgularla Entegrasyon (Neden Oldu/Nasıl Geliştirilebilir?)
	faaliyetlerinin önemini vurgularken profesyonelleşmesi gerektiğini aktarmaktadır .
Yiyecek-Içecek Işletmelerinin Hizmet Kalitesi Arttırılmalı: %95,4	Katılımcı K1: Sosyal tesis sayısı az, restoranlar , kafeler var hizmet kalitesi yüksek az yer var. K5: Bulgarların ve Yunanistan'dan gelenlerin sık olduğu düşünülürse tesisi sayısı az, kalite düşük.K6: Kamu sosyal tesisleri ve özel iktisadi işletmelerle kalite günden güne artıyor şeklinde tesisiler hakkında nitelik ve nicelik belirterek kalitenin arttırılması gerektiğini ifade etmiştir.
Sosyal Aktiviteler Için Daha Fazla Imkanlar Sağlanmalı: %94	Katılımcı K11: Şehrin olanakları arttırılırsa halk mutlaka etkinliklere katılacaktır. Zaten UNESCO bunu ister vurgusuyla şehrin daha fazla imkana ihtiyaç duyduğu anlatılırken, şehirde gastronomikleşme ile birlikte imkanların artacağı ifade edilmiştir.
Yöresel Mutfak Kültürünü Koruyucu Kurs Ve Seminerler Düzenlenmesi: %91,3	Katılımcı K7: Valilik turizm için yetiştirlecek personellere önem veriyor; halk eğitim ve kosgeb ve işkur, trakya kalkınma ajansıyla kurslar, eğitimler planlıyor. Kurs sayıları yeterli mi bilmem bölgede çok eğitim veren kurum var. şeklindeki ifadelerle eğitime önem verildiği ve bu gibi eğitimlerle mutfak kültürünün korunabileceğine inandığını belirtmiştir.
Yemekler Dışında Bu Şehirdeki Gastronomi Ürünlerinin Tanıtımı Yapılmalı: %93,6	Katılımcı K3: Çok fazla ürün var, tanıtım ulusal çapta arttırılmalı, biz meriç yer fıstığını migroslara satıyoruz ifadesi ile Edirne'nin gastronomi ürünleri konusunda tanıtım ve pazarlama faaliyetleri sürdürüldüğünü ürün çeşitliliğinin artması dolayısıyla ürün tanıtımının yapılması gerektiğini ifade etmiştir.
Yöresel Mutfağın Daha Fazla Tanıtımı Yapılmalı: %94,5	Katılımcı K12: Yöresel mutfak kayboluyor. K1: Yöresel yemeklerin sunulduğu lokantalar olmalı var ama çok az. K5: Edirne'nin ve ilçelerinin çok fazla yemekleri var artık Araştırılıyor ve tanıtılıyor, geçenlerde bir kitap çıkmıştı sözleriyle tanıtım yapılmaya çalışıldığıfakat yetersiz olduğu, yöresel mutfak için tanıtımların ve çalışmaların arttırılması gerektiği vurgusu yapılmıştır.

Nicel Bulgular (Ne Oldu?)	Nitel Bulgularla Entegrasyon (Neden Oldu/Nasıl Geliştirilebilir?)
Yerel Mutfak Özgünlüğünü Kaybetmez: %62,67 (Katılmama)	K1: Yerel mutfağın otantik olduğu, ancak **ciğer dışında yeterince tanıtılamadığı** ve bu nedenle özgünlüğün korunması için **koordinasyon ve pazarlama eksikliği** olduğu vurgulanmıştır.

Bu karşılaştırmalı değerlendirme, çalışmanın metodolojik amacına uygun olarak, nicel eğilimleri nitel gerekçelerle açıklamak ve derinleştirmek için kullanılmıştır. Nicel ve nitel veriler ışığında Edirne SWOT Analizi (UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Uyum Bağlamında) gerçekleştirilmiştir.

1. Strengths (Güçlü Yönler)

- Geniş tarım alanları ve sürdürülebilir üretim altyapısı.
- Coğrafi işaretli ürün çeşitliliği.
- Osmanlı ve Balkan mutfak kültüründen gelen zengin gastronomik kimlik.
- Aktif kooperatif ve STK yapıları.
- Yerel etkinlikler ve festivaller aracılığıyla gastronomi farkındalığı.
- Akademik destek (Trakya Üniversitesi).
- Kadın kooperatiflerinin ekonomik katkısı.

UNESCO Uyum Yorumu: Bu güçlü yönler, UCCN Gastronomi temasıyla yüksek seviyede örtüşmektedir.

2. Weaknesses (Zayıf Yönler)

- Uluslararası tanıtım ve marka değeri eksikliği.
- Kurumlar arasında koordinasyon eksikliği.
- Sistematik gastronomi eğitimi ve belgelendirme eksikliği.
- Veri paylaşımı, kayıt ve bütçe şeffaflığı sınırlı.
- Hizmet kalitesi ve turizm standartlaşmasında eksiklikler.

UNESCO Uyum Yorumu: UNESCO için kritik olan 'sürdürülebilir yönetim ve görünürlük' alanlarında iyileştirme gerekmektedir.

3. Opportunities (Fırsatlar)

- UCCN başvurusu için güçlü ortak paydaş ekosistemi kurulabilir.
- Yerel ürünlerin markalaşması ve patent çalışmaları artırılabilir.

- Gastronomi + turizm + tarım entegrasyonu uluslararası projelerle desteklenebilir.
- Kalkınma ajansları ve AB fonları UCCN sürecine kaynak sağlayabilir.
- Gastronomi kimliği küresel görünürlük ve turizm gelirini artırabilir.

UNESCO Uyum Yorumu: UNESCO, kültürel sürdürülebilirliği ve ekonomik katkıyı önemser; fırsatlar uyumlu ve geliştirilebilir niteliktedir.

4. Threats (Tehditler)

- Diğer gastronomi şehirlerinden rekabet ve görünürlük sorunu.
- Gıda tesislerinde kalite standartlarının sağlanamaması.
- Stratejik koordinasyon eksikliklerinin başvuru sürecini yavaşlatması.
- Veri eksiklikleri nedeniyle uluslararası değerlendirmede zayıf görüntü verme.
- Yönetimsel değişiklikler ve sürdürülebilirlik riskleri.

UNESCO Uyum Yorumu: Tehditlerin çoğu 'koordinasyon ve sürdürülebilirlik' alanında; yönetimsel çerçeve güçlendirilmelidir.

5. Genel Değerlendirme

Edirne; tarihsel kimlik, tarımsal çeşitlilik, coğrafi işaretli ürünler, STK/kooperatif gücü, etkinlik kültürü ve akademik katkı ile UNESCO Gastronomi kenti kriterlerine genel anlamda uyumludur. Ancak sürdürülebilir yönetim modeli, stratejik planlama ve uluslararası görünürlük alanlarında güçlendirme yapılması önerilmektedir.

Veri entegrasyonunun en somut sonucu, nicel ve nitel bulguların birleştirilmesiyle oluşturulan Gastronomi Şehri Modeli Önerisi'dir. Modelin ana başlıkları ve içeriği, doğrudan nicel anketlerde en yüksek oranda çıkan önerilerle (tanıtım, restorasyon, eğitim) ve nitel görüşmelerde sıklıkla dile getirilen eksikliklerle (kurumsal koordinasyon, coğrafi işaret, STK katılımı) uyumlu olarak düzenlenmiştir. Örneğin, ankette %92,17 oranında desteklenen "Yerel halkın bilinçlendirilmesi" önerisi, modelde "Yerelden Küresele Gastronomi Eğitimi" başlığı altında yaygın ve kollejyal eğitim rolleriyle somutlaştırılmıştır. Bu, bulguların pratik bir çözüme nasıl dönüştürüldüğünü göstermektedir.

3.4. Model Önerisi

Gastronomi, salt besin ihtiyacına yönelik bir aksiyon değil; aynı zamanda toplumların tarihsel, kültürel ve ekonomik mirasını aksettiren etkili kimlik araçlarından biridir. Şehirlerin nesilden nesile aktarılan mutfağa ait yemekler, ürünler, pişirme teknikleri, araç-gereçler, sunum ve etkinlikler, gastronomik tüm unsurlar vasıtasıyla milli ve milletlerarası seviyede tanınırlık kazanması, özellikle UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı gibi global platformlarla son yıllarda önemi gitgide artmıştır.

'Gastronomi Şehri' unvanı, lezzette çeşitliliğin yanı sıra; sürdürülebilirlik, kültürel mirasın korunması ve aktarılması, eğitim altyapısının güçlendirilmesi, halkın katılımı, yerel kalkınma ve yaratıcı ekonomi gibi geniş kapsamlı gelişim prosesi ile kazanılmaktadır. Bütünsel bu yaklaşım, gastronomi vasıtasıyla turizmin geliştirilmesini desteklemekteir. Bununla birlikte söz konusu unvanın hem saygınlık göstergesi hem de yerel kimliği güçlendiren, sürdürülebilir kalkınmayı destekleyen ve ekonomik canlılığı artıran hareketli bir süreçtir (Zencir, 2022). Bu bağlamda literatürde farklı modeller geliştirildiği belirlenmiştir. Demir (2023), gastronomi eğitimi ile yiyecek-içecek endüstrisi arasındaki bağlantıları inceleyerek paydaş temelli bir model önermiş; Çavuşoğlu (2023), Gökçeada örneğinde "akıllı yöresel restoranlar" üzerinden gastronomi turizmine inovatif bir yaklaşım geliştirmiştir. Mutlu (2023), UNESCO gastronomi kenti kriterleri rehberliğinde Afyonkarahisar için bir yönetim modeli ortaya koyarken; Hoşcan (2018), küreselleşme sürecinde kooperatifçilik temelli bir üretim ve pazarlama modeli önermiştir. Bu çalışmalar, gastronomi temasında farklı ölçeklerde geliştirilen modellerin, yerel kalkınma ve sürdürülebilirlik açısından yol gösterici olarak değerlendirilmelerinin mümkün olduğunu ortaya koymaktadır.

Literatürde yer alan bu çalışmalardan hareketle, Edirne'nin gastronomi şehri olma potansiyelini değerlendiren bu araştırma, hem nitel hem de nicel bulgulara dayalı özgün bir model geliştirmeyi amaç edinmiştir. Trakya Üniversitesi, Edirne Belediyesi, aşçılık öğrencileri ve yerel idarecilerden elde edilen veriler, halkın bilinçlendirilmesi (%71,89), ulusal ve uluslararası tanıtım faaliyetlerinin artırılması (%71,89), tarihi çekiciliklerin restorasyonu (%75,58), sosyal medya odaklı tanıtım (%77,42), konaklama tesislerinin geliştirilmesi (%71,89), yiyecek-içecek işletmelerinin hizmet kalitesinin yükseltilmesi (%79,72), sosyal aktivitelerin artırılması (%82,49), yöresel mutfak kültürünü koruyucu kursların düzenlenmesi (%75,58), mutfağın daha fazla

tanıtılması (%79,26) ve nitelikli mutfak personeli yetiştirilmesi (%81,11) gibi bulgularla desteklenmektedir. Ayrıca nitel görüşlerde, coğrafi işaretli ürünlerin artırılması (Katılımcı K7), gastronomi eğitiminin sistematik hale getirilmesi (Katılımcı K3) ve kurumların halkla daha fazla buluşması (Katılımcı K1) gibi öneriler öne çıkmaktadır.

Bu bulgular ışığında geliştirilen model, Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılım potansiyelini güçlendirmekle kalmayıp, diğer şehirler için de yol gösterici bir çerçeve sunmaktadır. Model, envanter analizi, paydaş yönetimi, komite ve uzmanlık grupları, yerelden küresele gastronomi eğitimi, sürdürülebilir üretim–tüketim, gastronomi destinasyonu pazarlaması, gastronomik deneyim tasarımı, kentsel ve sosyal altyapı, değerlendirme–izleme ve şeffaf raporlama süreçleri olmak üzere on ana başlıktan oluşmaktadır. Böylece gastronomi, yalnızca kültürel bir değer değil, aynı zamanda sürdürülebilir kalkınma ve uluslararası rekabet gücü için stratejik bir vizyonun merkezine yerleştirilmekte; şehre özgü politika önerileri ve yol haritalarıyla karar vericilere ve yerel aktörlere rehberlik etmektedir.

A. Gastronomi Şehri Olma Öncesi Stratejik Değerlendirme, Katılımcı Planlama Yaklaşımı ve Potansiyel Öncesi Hazırlık (K2, K3, K5, K,9)

A.1. Mevcut Durum Analizi (SWOT)

SWOT analizi, bir şehrin güçlü ve zayıf yönlerini, fırsatlarını ve tehditlerini çok boyutlu biçimde değerlendirerek planlı bir yol haritası oluşturulmasına olanak tanır (Duran ve Meydan Uygur, 2021). Bu kapsamda yapılan analizler, gastronomi turizmi potansiyelini ortaya koyarken; geleneksel yemek kültürü, yerel mutfaklar, şefler ve gelişmiş pazarlar gibi güçlü yönlerin yanı sıra, pazarlama eksiklikleri, altyapı yetersizlikleri ve etkinliklerin çeşitlendirilememesi gibi zayıf yönleri de belirlemiştir (Küçükkömürler vd., 2019).

A.2. Taşıma Kapasitesi Analizi

Taşıma kapasitesi analizi, bir destinasyonun belirli bir zaman diliminde kaldırabileceği maksimum yükü (fiziksel, sosyal, ekolojik) belirleyen kritik bir yöntemdir (Güven ve Can, 2014). Bu analiz, doğanın kabul edebileceği değişim sınırlarını bilimsel verilerle ortaya koyarak kaynakların gelecek kuşaklara sürdürülebilir biçimde aktarılmasını sağlar (Akpınar, 2002).

A.3. Altyapı ve Üstyapı Analizi

Ulaşım, konaklama, sağlık, su-kanalizasyon ve dijital altyapı gibi temel hizmetlerin yeterliliği, turizm planlamasında kritik rol oynar. Bu analizler, mevcut kaynakların verimli kullanımını sağlarken, destinasyonların uluslararası rekabette pazar payını artırma ve turist kabul kapasitesini geliştirme hedeflerine katkı sunar (Boyacıoğlu, 2018; Gönenç Güler, 2018).

A.4. Kaynak Envanteri

Doğal kaynaklar, tarihi eserler ve gastronomi unsurlarının envanteri, destinasyonların benzersizliğini ortaya koyar. Çiftlik ziyaretleri, şarap üretim tesisleri, müzeler, lokantalar, yöresel yemek tarifleri ve aşçılık okulları gastronomi turizminin önemli bileşenleridir (Yüzer vd., 2022). Bu envanter, broşürler, sosyal medya çalışmaları, mutfak etkinlikleri ve gastronomi medyası gibi araçlarla desteklenebilir (Duran ve Meydan Uygur, 2021). Yılmaz (2017), gastronomi turizmi kaynaklarını tesisler, faaliyetler, etkinlikler ve kuruluşlar olarak sınıflandırmıştır.

A.5. Hedef Kitle ve Pazar Analizi

Hedef kitle analizi, potansiyel turistlerin demografik özelliklerini ve davranışlarını belirleyerek pazarlama stratejilerinin doğru uygulanmasına olanak tanır (İnceoğlu, 2017). Bu süreç, firmalara kârlılık ve rekabet avantajı sağlarken (Sağlam ve İnan, 2021), tüketicilerin beklentilerini ve ürün talep koşullarını çözümleyerek yol haritası oluşturur (Eroğlu, 2015).

A.6. Çevresel Etki Analizi (ÇED)

ÇED, turizm faaliyetlerinin çevre üzerindeki etkilerini önceden belirleyip değerlendiren teknik bir araçtır (Güneş, 2010). Yerel halk, öğrenciler, esnaf ve turistlerin görüşleri, gastronomi şehri olma sürecinde sürdürülebilirliğin sağlanması açısından kritik öneme sahiptir. Bu değerlendirme, avantaj ve dezavantajların bütüncül biçimde analiz edilmesini sağlar (Avcı, 2007).

A.6. Katılım Ölçme ve Değerleme

Katılımcı planlama sürecinde anketler, odak grup toplantıları, gözlemler ve görüşmeler, halkın ve paydaşların tutumlarını anlamak için değerli araçlardır (Yüzer vd., 2022; Dağdelen vd., 2020).

A.6.1. Anketler ve Görüşmeler: Halk ve esnafın bilgi düzeyi, beklentileri ve katkı niyetleri nicel olarak ölçülür (Durmuş ve Turgut, 2022; Koç, 2024).

A.6.2. Odak Grup Toplantıları: Esnaf, kooperatifler ve STK'larla yapılan yuvarlak masa toplantıları nitel veri sağlar (Tektüfekçi, 2019; Çokluk vd., 2011; Yüksel ve Tanrıverdi, 2019).

A.6.3. Katılımcı Gözlem ve Atölyeler: Araştırmacının sahada aktif rol alarak toplulukların kültür ve fikirlerini gözlemlemesi derinlemesine bilgi sunar (Bolat ve Dolapçıoğlu, 2020; Demetgül ve Bakı, 2020; Arı vd., 2009).

A.6.4. Yerel Temsil Komiteleri: Halk ve esnaf temsilcilerinin sürece dahil edilmesi, karar alma süreçlerinde toplulukların sesini duyurur (Erdoğan, 2020; Köse ve Turhan, 2025; Görün, 2006).

A.6.5. Sosyal Medya ve Dijital Platformlar: Çevrimiçi anketler ve dijital portallar aracılığıyla katılım ölçümü yapılabilir.

B.1. Yönetimsel ve Stratejik Hazırlık (K5)

B.1.1. Yerel Yönetimlerin Rolü ve Stratejik Uyum

Yerel yönetimler, merkezi otoritenin belirlediği hizmetleri kendi alanında sürdürmekle yükümlü kamu tüzel kişilikleri olarak sınıflandırılmakta ve halkın ortak gereksinimlerini karşılamaktadır (Üner ve Bıyıklı, 2025; Erdoğan, 2016; Belli vd., 2019). Gastronomi şehri olma sürecinde bu kurumların vizyonu, desteği ve planlaması kritik öneme sahiptir. Bu bağlamda sürdürülebilirlik politikaları (gıda israfının önlenmesi, sıfır atık, çevresel üretim-tüketim) ve UNESCO kriterleriyle uyumlu stratejiler geliştirilmelidir. UNESCO'nun 2015 yılında kabul edilen Gündem 2030 programı, sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle güçlü bir entegrasyon sağlamayı amaçlamakta ve üye ülkelere politika önerileri sunmaktadır (Duran ve Meydan Uygur, 2021; Kaymas, 2023).

B.1.2. Altyapı ve Kapasite Analizi

Bir şehrin gastronomi potansiyeli, coğrafi konum, ulaşılabilirlik ve turistik cazibe unsurlarıyla doğrudan ilişkilidir. Coğrafi faktörler, iklim ve doğal çevreyle etkileşim içinde gastronomik çeşitliliği belirler (Ergan vd., 2020; Küçükkömürler vd., 2019). Tarım arazilerinin verimliliği, ata tohumu politikaları, bölgesel hayvancılık ve yerli türlerin korunması bu sürecin temel bileşenleridir. Ayrıca yiyecek-içecek işletmeleri envanteri, gıda tedarik zincirinin sürdürülebilirliği ve kadın kooperatifleri gibi üretici birlikleri gastronomi altyapısının güçlenmesine katkı sağlar. Eğitim

kurumları (Üniversiteler, MYO'lar, kurs programları) ise gastronomi ve turizm alanında nitelikli insan kaynağı yetiştirilmesinde önemli rol oynar.

B.1.3. Kültürel Miras ve Kimlik Değeri

Kültürel miras, bir kentin kimliğini oluşturan ve geçmişten günümüze aktarılan değerler bütünüdür (Kanacı vd., 2022; Polat vd., 2018). Yemek kültürü, mimari öğeler ve gelenekler aracılığıyla bu miras somutlaşır (Temur ve Açıcı, 2022). Kent kimliği, yaşayanların şehri sahiplenmesini sağlayan ayrıştırıcı özelliklerin bir göstergesidir (Akman ve Güler, 2021). Bu bağlamda yöresel yemekler, coğrafi işaretli ürünler, gastronomik etkinlikler, müzeler ve arşivler, geleneksel pişirme teknikleri ve kültürel çeşitlilik gastronomi kimliğinin temel unsurlarını oluşturur.

B.1.4. Sosyo-Ekonomik Uygunluk ve Paydaş Katılımı

Paydaş katılımı, kompleks projelerde ve politika oluşturma süreçlerinde kritik öneme sahiptir. Etkili katılım, projenin başlangıcından itibaren tüm süreçlerde devamlı etkileşim gerektirir ve riskleri azaltarak başarı olasılığını artırır (Şahiner vd., 2021). Halkın bilinç düzeyi, esnaf ve girişimcilerin vizyona uyum isteği, kadın kooperatiflerinin görünürlüğü, yerel pazarların sürdürülebilirliği ve tanınmış şeflerin katkısı bu sürecin temel bileşenleridir.

Sürdürülebilir kalkınma modeli oluşturmak, farklı uzmanlık alanlarını ve toplumsal katmanları bir araya getirmeyi gerektirir. Bu çok boyutlu yapı sayesinde kapsayıcı projeler geliştirilirken, toplumun tüm kesimlerinin sürece katkısı sağlanır. Paydaşların sürece dahil edilmesi, karar alma mekanizmalarının demokratik işlemesini ve toplumsal kabulün artmasını sağlar. Ayrıca koordinasyonun sağlanması, yetki ve sorumlulukların netleştirilmesi ve iş bölümünün doğru yapılması, kurulacak komiteler ve yönetişim yapılarıyla projelerin başarısını doğrudan etkiler.

C.1. Gastronomi Temelli Sürdürülebilir Şehir Planlamasında Katılımcı/Paydaş Yönetişim Modeli: Kurul ve Komite Tabanlı Uygulama

Komiteler, farklı uzmanlık alanlarından kişileri bir araya getirerek ortak amaçları hayata geçiren çalışma topluluklarıdır. Bu yapılar, karmaşık sorunların çözümünde çok yönlü yaklaşımlar geliştirmekte, farklı bakış açılarını birleştirmekte ve ortak bilgi birikimini değerlendirmektedir. Uzmanların komitelerde yer alması analitik muhakeme kapasitesini artırırken, kararların uygulanabilirliğini ve doğruluğunu güçlendirmektedir (Aslan ve Erbahçeci, 2022; Kapucu, 2012). Danışma

komiteleri, sürdürülebilir kalkınma, yenilikçilik ve bilim-teknoloji gibi alanlarda geniş katılımlı yapılar olarak tanımlanmakta; mahalle muhtarları, kamu kurum amirleri, meslek kuruluşları ve üniversiteler gibi temsilciler sürece katkı sunmaktadır (Dilaveroğlu, 2020; Firidin ve Uzun, 2018). Bu bağlamda komitelerin temel işlevleri şunlardır:

- Uzmanlıkları bir araya getirmek: Teknik, sosyal, kültürel ve ekonomik bilgi birikimini entegre etmek.
- Katılımcılığı sağlamak: Tüm paydaşların sesini duyurmak ve katkı sunmasını garanti altına almak.
- Kararları meşrulaştırmak: Şeffaf ve çoğulcu kararlarla toplumsal kabulü artırmak.
- Uygulama sürecinde koordinasyon sağlamak: Yetki ve sorumlulukların paylaşılması ve iş bölümünün yapılması.

C.1.1. Nasıl Kurulmalı? (Temel Yapı ve İşleyiş Kriterleri)

A. Temsiliyet Esasıyla

Temsil, bir kişinin veya kurumun başkaları adına hareket etme ve haklarını savunma yetkisi olarak tanımlanır (Kasap, 2022; Türe, 2005). Gastronomi şehri komitelerinde yer alması gereken gruplar:

- Yerel yönetim temsilcileri (belediye, valilik)
- Akademisyenler ve uzmanlar
- Sivil toplum kuruluşları ve dernekler
- Esnaf ve girişimci temsilcileri
- Kadınlar, gençler, engelli bireyler gibi özel gruplar
- Yerel halk temsilcileri (muhtar, kanaat önderi vb.)

B. Komite ve Çalışma Gruplarının Ayrıştırılması

- Strateji Komitesi (ana yön belirleyici)
- Altyapı ve Lojistik Grubu
- Eğitim ve Farkındalık Grubu
- Kültürel Miras Grubu
- İzleme ve Değerlendirme Komitesi

C. Kurallar ve Sorumlulukların Yazılı Hale Getirilmesi

Çalışma esasları, toplantı sıklığı ve karar alma yöntemleri (oy birliği/oy çokluğu) belirlenmeli; görev tanımları ve süreç takvimi yol haritası olarak kayıt altına alınmalıdır. Bu yol haritası aynı zamanda sınır ve sorumlulukları belirleyen bir manifesto işlevi görür.

C.1.2. Kriterler Nasıl Belirlenmeli? (Katılım, Temsil, Nitelik)

Demokratik karar alma süreçlerinde katılım, temsil ve nitelik en önemli başlangıç noktalarıdır (Demir, 2019; Şahin vd., 2024). Bu bağlamda:

- Denge ve çeşitlilik gözetilmeli: Uzmanların yanı sıra sahada deneyim sahibi aktörlere de yer verilmeli.
- Eşit temsil ilkesi uygulanmalı: Cinsiyet, yaş, meslek ve bölgesel dağılım dikkate alınmalı (Pınarcıoğlu, 2011).
- Yetkinlik esas alınmalı: Teknik komitelerde liyakat, saha gruplarında yerel bilgi öncelikli olmalı.
- Döngüsel yapı kurulmalı: Yeni isimlerin katılımına açık oturumlar ve danışma toplantıları planlanmalı.

C.1.3. Tam Temsil, Hak ve Adalet Nasıl Sağlanır?

İlkeler ve Uygulama Önerileri:

- Şeffaflık: Komite seçimleri, toplantılar ve kararlar kamuya açık duyurulmalı.
- Eşitlik: Her paydaşın söz hakkı ve oyu eşit kabul edilmeli.
- Kapsayıcılık: Kadınlar, gençler, engelliler ve azınlıklar mutlaka sürece dahil edilmeli.
- Gönüllülük ve Destek: Katılım gönüllü olmalı; teknik destek ve eğitim sağlanmalı.
- Hesap verebilirlik: Her kurulun performansı yıllık olarak değerlendirilmeli.
- Geri bildirim mekanizması: Halktan görüş toplayacak anket ve forumlar kurulmalı.
- Örnek Uygulama: Gastronomi Şehri Projesi Komite Yapısı
- Yönlendirme Kurulu: Belediye Başkanı, İl Kültür Müdürü, Trakya Üniversitesi temsilcisi
- Teknik Komite: Gastronomi uzmanı, turizmci, şehir plancısı
- Halk Temsilcileri Kurulu: Kooperatifler, kadın üreticiler, yerel şefler

- Gençlik Komisyonu: Gastronomi öğrencileri ve genç girişimciler
- İzleme-Değerlendirme Ekibi: Akademisyenler ve bağımsız STK'lar
- Danışma Kurulu: İl ticaret odaları ve borsaları

D.1. Yerelden Küresele Gastronomi Eğitimi: Disiplinlerarası ve Kapsayıcı Bir Yaklaşım (K1, K2, K3, K5, K9, K10, K14, K15, K16)

D.1.1. Örgün, Yaygın ve Kollejyal Eğitim

Eğitim sistemi, bireylerin bilgi, beceri ve yeteneklerini geliştirmeyi hedefleyen farklı yapısal modelleri kapsamaktadır. Bu modeller arasında örgün, yaygın ve kollejyal eğitim öne çıkmaktadır (Künyeli ve Baydoğan, 2020). Örgün eğitim, belirlenmiş müfredatlar ve yapılandırılmış kurumlar aracılığıyla öğrencileri geleceğe hazırlarken (Güneş, 2017; Tamer, 2023), yaygın eğitim yaşam boyu öğrenmeyi destekleyen esnek programlar sunar. Kollejyal eğitim ise öğrenen ve öğretenin karşılıklı etkileşim içinde olduğu, gastronomide usta-çırak ilişkisini modernize eden bir modeldir (Güneş, 2017).

- Örgün eğitim: Okul sistemi içinde belirli yaş gruplarına yönelik sistemli eğitim (ilkokul, lise, üniversite).
- Yaygın eğitim: Her yaştan bireye açık, okul dışında sürdürülen esnek programlar (halk eğitim merkezleri, meslek kursları).
- Kollejyal eğitim: Katılımcıların birlikte üretmeye dayalı, deneyim odaklı öğrenme modeli.

D.1.2. Eğitim Müfredatları Nasıl Oluşturulmalı?

Müfredatlar; sektör ihtiyaçları, kültürel değerler, sürdürülebilirlik ilkeleri ve uluslararası standartlar dikkate alınarak hazırlanmalıdır. Teorik derslerin yanı sıra uygulamalı modüller; yerel ürün bilgisi, mutfak kimyası, hijyen, coğrafi işaret bilgisi ve pazarlama gibi disiplinleri içermelidir.

D.1.3. Eğitim Kurumlarının Rolleri

D.1.3.1. Ortaokullar ve Liseler

- Gastronomiye erken yönelim için kulüpler ve seçmeli dersler sunmalı.
- Tarım, gıda bilimi ve mutfak sanatlarıyla ilgili farkındalık kazandırmalı.

D.1.3.2. Üniversiteler

- Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümleri disiplinlerarası bir anlayışla yapılandırılmalı.
- Uygulama mutfakları, AR-GE mutfakları ve yerel mutfak laboratuvarları kurulmalı.
- Yerel üretici, şef ve kooperatif iş birlikleri desteklenmeli.

D.1.3.3. Halk Eğitim Merkezleri ve Sürekli Eğitim Merkezleri

- Ev hanımları, girişimciler ve küçük üreticiler için kısa süreli kurslar düzenlenmeli.
- Geleneksel yemekler, coğrafi işaretli ürünler, gıda güvenliği ve sürdürülebilir mutfak temalı eğitimler sunmalı.
- Tarım ve hayvancılıkla uğraşanlara ürün işleme ve katma değerli ürün geliştirme atölyeleri sağlanmalı.

D.1.3.4. Gastronomi Liseleri

Bu liseler yalnızca aşçılar yetiştirmekle kalmaz; kültürel taşıyıcılığı olan, çevre bilinci gelişmiş, ekonomik sürdürülebilirliği gözeten girişimci bireyler yetiştirmeyi hedefler.

D.1.3.4.1. Eğitim İçeriği ve Yapı

Eğitim, bireyin zihinsel, bedensel, duygusal ve toplumsal gelişimini destekleyen planlı faaliyetler bütünüdür (Çakmak, 2021; Kaya ve Gül, 2020; Korucuk ve Özlü, 2023; Tan ve Koç, 2015).

- Müfredat Zenginliği: Gastronomi tarihi, beslenme bilimi, yöresel ve dünya mutfağı, gıda güvenliği, menü planlama, sunum teknikleri, sürdürülebilirlik.
- Uygulamalı Eğitim: Donanımlı mutfak laboratuvarları, gıda analiz odaları, staj zorunluluğu.
- Kültürel ve Yerel Bağlam: Yerel mutfak kültürünü koruma ve coğrafi işaretli ürünlerle çalışma.
- Uluslararası Yönelim: Erasmus+ projeleri, İngilizce ağırlıklı eğitim.
- Girişimcilik ve İnovasyon: Marka oluşturma, sosyal medya kullanımı, e-ticaret, mini kafe ve ürün geliştirme atölyeleri (Işık vd., 2015; Tunç, 2023).

D.1.3.4.2. Stratejiler

Strateji, belirlenen hedeflere ulaşmak için mevcut kaynakların en verimli şekilde kullanılmasını ifade eder (Alparslan, 2024; Şaylan vd., 2023).

- Sektör İş Birlikleri: Yerel şefler, oteller ve gastronomi işletmeleriyle protokoller.
- Akademik Destek: Üniversitelerle seminerler, uygulama dersleri ve araştırma projeleri.
- Toplumsal Katılım: Halk eğitim merkezleri ve kadın kooperatifleriyle ortak çalışmalar.
- Gastronomi Lisesi Kampüsü Modeli: Okul, uygulama restoranı, tarım alanı, fırın/pastane atölyesi ve satış alanı bir arada planlanmalı.

E.1. Gastronomi Şehri Olma Yolunda Destinasyon Pazarlaması (K1, K2, K5, K9, K10, K13, K14, K15)

Bu yol haritası; gastronomi markalaşması, etkin medya kullanımı, katılımcı tanıtım stratejileri ve sürdürülebilir pazarlama unsurları aracılığıyla bir destinasyonun marka değerini artırmayı sistematik biçimde açıklamaktadır.

E.1.1. Destinasyon Pazarlamasının Planlanması

Destinasyon pazarlaması, bir bölgenin turistler için çekim gücü yaratan değerlerini belirleyip koruyarak sürdürülebilir kılan ve ulusal tanıtım stratejileri kapsamında ziyaretçi memnuniyetini yükseltmeyi hedefleyen kapsamlı bir süreçtir (Sözal ve Güler, 2020; Vatan ve Zengin, 2019).

- Durum Analizi: Gastronomik varlıklar, turist profili, mevcut marka algısı.
- Hedef Kitle Tanımı: Yurt içi/yurt dışı gastronomi turistleri, gurmeler, sosyal medya etkileyicileri, araştırmacılar.
- Amaç ve Strateji Belirleme: Gastronomi yoluyla destinasyon imajını güçlendirmek, özgün tatları uluslararasılaştırmak.

E.1.1.1. Reklam Kampanyası Planlama

Reklam kampanyası, markaların ürün ve hizmet tanıtımında hedeflere ulaşmak için planlı bir süreç izlenmesini gerektirir. Bu süreçte hedef kitle analizi, mecra tercihi ve bütçe yönetimi kritik adımlardır (Aydogan ve Keş, 2020; Ünüvar, 2012).

- Tematik Kampanyalar: “Tarihten Tabağa Edirne” gibi gelenek, tat ve tarih temalı tanıtımlar.
- Mecraların Belirlenmesi: TV, dergi, havalimanı reklamları, dijital platformlar.
- İçerik Üretimi: Şef röportajları, kısa belgeseller, yerel tarif videoları.
- Kampanya Takvimi: Mevsimsel etkinlikler ve festival tarihlerine göre yaygınlaştırma.

E.1.2. Gastronomi Markası Oluşturmanın Destinasyon Markasına Etkisi

- Yerel Ürünlerin Markalaşması: Tava ciğeri, badem ezmesi, mis sabun gibi coğrafi işaretli ürünlerin ulusal/uluslararası marka kimliğiyle sunulması.
- Şef ve Mekân Bazlı Marka Kimlikleri: Tanınmış şefler ve gastronomi mekânlarının markaya katkısı.
- Hikâyeleştirme: “Edirne kırmızısının kokusu ciğerde saklıdır” gibi anlatılarla markanın duygusal bağa dönüştürülmesi.

Gastronomi markası oluşturma sürecinde kapsamlı pazar araştırması ve SWOT analizi yapılmalı; rekabet avantajı sağlayacak özgün gastronomik ürünler belirlenmelidir (Deniz ve Atışman, 2017). Otantik ve ayırt edici kültürel özelliklerin ön plana çıkarılması büyük önem taşır (Özer vd., 2016). Gastronomi, ziyaretçilere eşsiz bir deneyim sunan mutfak turizmi olarak tanımlanmakta ve doğru anlatılarla kalıcılaştırılarak destinasyona tekrar ziyaret sağlanabilmektedir (Karslı ve Candemir, 2022).

E.1.3. Ağızdan Ağıza ve eWOM (Elektronik Ağızdan Ağıza Pazarlama)

Elektronik ağızdan ağıza pazarlama (eWOM), kullanıcıların ürün veya hizmetler hakkındaki deneyimlerini dijital platformlarda paylaşmasıdır (Yıldırım, 2025). Bu yöntem, sosyal medya ve dijital kanallar aracılığıyla markanın görünürlüğünü artırır (Çat vd., 2022).

- Yeni Medya Stratejisi: TikTok tarif akımları, Instagram Reels, YouTube içerikleri (“1 Gün Edirne’de Ne Yenir?”).
- Sosyal Kanıt Mekanizmaları: Misafir yorumları, influencer deneyimleri, Tripadvisor ve Google puanları.
- Mikro-İşbirlikleri: Yerel halk, küçük işletmeler ve gurme blogger’larla işbirliği.

E.1.4. Gastronomi Pazarlaması: Kaynakların Tanıtımı ve Yaygınlaştırılması

Gastronomik tanıtım, bir bölgenin yiyecek ve içecek kültürünü ön plana çıkararak kültürel deneyimler sunmayı amaçlayan stratejik bir yaklaşımdır (Ergan vd., 2020). Gastronomi, farklı kültürel ürünleri tamamlayıcı bir araç olarak konumlandırılmaktadır (Küçükkömürler vd., 2019).

- Gastronomik Kaynak Envanteri: Yerel pazarlar, kadın kooperatifleri, organik tarım alanları, mutfak mirası.
- Etkinlik Bazlı Tanıtım: Ciğer Festivali, Tohum Takas Şenlikleri, Sokak Lezzetleri Günleri.
- Kültürel Turlar: "Tarihi Çarşıdan Sofraya" temalı gastronomi yürüyüşleri, mutfak atölyeleri.
- Basılı ve Dijital Yayınlar: Yabancı dillerde gastronomi rehberleri, yemek tarihi broşürleri.

Bu kapsamda ziyaretçiler, destinasyona özgü yiyecek ve içecekleri deneyimleyerek bölgenin kültürel yapısını ve yaşam tarzını anlama fırsatı bulur (Gazelci ve Aksoy, 2024; Kendir, 2020). Gastronomi deneyimleri, ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel sürdürülebilirlik açısından değer taşır ve gastronomi turizminin çeşitlenmesi için güçlü bir araçtır.

F.1. Gastronomi Deneyimleri: Yerel Kültürü Tat Alma ve Aktif Katılım Yoluyla Turistik Zenginleşme (K1, K3, K5, K7, K9, K,10, K14)

Gastronomi deneyimleri, bir destinasyonun kültürel kimliğini misafirlere doğrudan yansıtan, duyusal ve sosyal etkileşim sağlayan özgün deneyim türleridir. Bu deneyimler yalnızca yiyecek tüketimiyle sınırlı kalmaz; üretim sürecine katılım, öğrenme, paylaşma, hediyelik edinme, kültürel alışveriş ve duygusal iletişim gibi çok boyutlu süreçleri içerir. Turistik zenginleştirme, bölgelerin ekonomik ve sosyal kalkınmasına katkı sunarken, destinasyonların tanıtımı ve geliştirilmesi yoluyla ürün ve hizmetlerin çeşitlenmesini sağlar (Tuna vd., 2017). Bu süreç, turistlerin harcamalarını artırmak, konaklama sürelerini uzatmak ve hizmet kalitesini yükselterek tekrar ziyaretleri teşvik etmeyi amaçlar (Buluç, 1997).

F.1.1. Yerel Lezzet Tadımı ve Tüketim Odaklı Deneyimler

Yerel lezzet deneyimleri, turistlerin yemekleri tatmanın ötesinde kültürel ve tarihi derinlikleri keşfetmelerini sağlar (Özcan ve İş, 2025).

- Yerel Lezzet Tadımı: Restoran, lokanta ve sokak lezzeti duraklarında otantik tatların deneyimlenmesi (Girgin, 2018).
- Sokak Lezzet Turları: Rehber eşliğinde yürüyüş rotalarında sokak yemeklerinin keşfi. Sokak lezzetleri, düşük maliyetli ve erişilebilir olmaları nedeniyle dünya genelinde popüler bir gastronomik alan haline gelmiştir (Uyar ve Gürlek, 2022). FAO verilerine göre her gün 2,5 milyardan fazla insan tarafından tüketilen sokak lezzetleri, mutfak kültürünün ayrılmaz bir parçasıdır (Oğuz vd., 2020).
- Şef Masası Deneyimi: Yöresel ürünlerle hazırlanan özel menülerin şef anlatımı eşliğinde deneyimlenmesi. Bu süreç, yemeğin hazırlanmasından sunumuna kadar bütüncül bir gastronomi tecrübesi sunar (Sezer vd., 2017).
- Gastronomik Hediyelikler: Yerel reçel, baharat, zeytinyağı, kuru meyve gibi özgün tatların satın alınması.
- Gastronomik Hediyeleşme: Katılımcıların yöresel tatları takas ettiği, hediyelik sepet hazırlama atölyeleri.

F.1.2. Üretim Sürecine Katılım ve Tarımsal Kökenli Deneyimler

- Bağ, Bahçe ve Zeytinlik Turları: Ürünlerin doğadan sofraya yolculuğunu gözlemleme imkânı sunar (Gülhan, 2016).
- Pazar Gezileri: Yerel pazarlarda rehberli keşiflerle ürün tanıtımı ve alışveriş deneyimi.
- Gastronomik Ürün Atölyeleri: Zeytinyağı, bal, reçel, yoğurt gibi geleneksel ürünlerin üretim süreçlerine katılım.
- Sürdürülebilir Tohum ve Tarım Deneyimi: Yerli tohumlarla üretim süreçlerinin gözlemlenmesi veya katılımcı uygulamalar.

F.1.3. Eğitsel ve Katılımcı Deneyimler

- Yemek Atölyeleri: Ziyaretçilerin yerel halkla birlikte geleneksel tarifleri öğrenip pişirdiği interaktif etkinlikler.
- Mutfak Eğitimleri: Profesyonel ve amatör katılımcılara yönelik pişirme teknikleri ve yerel tarif kursları.

- Halk Eğitim ve Sürekli Eğitim Entegrasyonu: Halk eğitim merkezleri ve üniversiteler aracılığıyla yerel mutfak kültürünün eğitime taşınması.
- Kolektif Mutfak Deneyimleri: Katılımcıların gruplar halinde yemek hazırlayarak kültürel etkileşim sağladığı etkinlikler.

F.1.4. Kültürel, Sanatsal ve Festival Bazlı Deneyimler

Bu etkinlikler, yöresel ürünlere ilgiyi artırırken turistlerin kalış sürelerini uzatmakta ve kültürler arası etkileşimi güçlendirmektedir (Alan ve Şen, 2020).

- Gastronomi Festivalleri: Yemek yarışmaları, tadım stantları, kültürel sunumlar ve mutfak gösterileriyle bütünsel turizm deneyimi sunar (Alan ve Şen, 2020).
- Gastronomi Müzeleri veya Evleri: Yöresel mutfak mirasının sergilendiği deneyimsel alanlar. Dünya genelinde 150'den fazla gastronomi temalı müze turistler için cazibe merkezi haline gelmiştir (Akyürek ve Erdem, 2019).
- Mutfak Kültürüne Özgü Törenler: Düğün yemekleri, dini bayram yemekleri, hasat şenlikleri gibi geleneksel organizasyonlarda gastronominin rolü.
- Gastronomi Tiyatrosu/Hikâyeleştirme: Tarihi tariflerin dramatize edilerek sunulduğu, kültürel öykülerin yemekle harmanlandığı deneyimler.

G.1. Denetim ve Sürdürülebilirlik: Gastronomi Şehri Yolculuğunda Temel İlke ve Pratikler

G.1.1. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kurallarına Sadakat

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı (UCCN), üyelik sonrası şehirlerin etik çerçevede hareket etmelerini ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'ne (SKH-2030) katkı sunmalarını bekler. UNESCO'nun 2015 yılında kabul edilen "2030 Gündemi" programı, 17 temel hedef doğrultusunda sürdürülebilir kalkınmayı desteklemekte ve üye devletlere politika önerileri sunmaktadır (Duran ve Meydan Uygur, 2021; Kaymas, 2023).

Bu kapsamda gastronomi şehirleri için temel ilkeler:

- SKH'lerin yerel düzeye aktarılması,
- Her gastronomi girişiminin sosyal, çevresel ve ekonomik boyutlarıyla sürdürülebilirliğe katkı sağlaması,
- Performans izleme ve ölçme sistemlerinin kurulmasıdır.

G.1.1.1. Yoksulluğa Son

Yerel kalkınma projeleri, kırsal üreticiler, kadın kooperatifleri ve küçük işletmeler için ekonomik fırsatlar yaratır.

G.1.1.2. Açlığa Son

Sürdürülebilir tarım uygulamaları ve erişilebilir sağlıklı beslenme seçenekleri gıda güvenliğini güçlendirir.

G.1.1.3. Sağlık ve Kaliteli Yaşam

Geleneksel tariflere dayalı sağlıklı yemeklerin teşviki toplumun beslenme alışkanlıklarını destekler.

G.1.1.4. Nitelikli Eğitim

Gastronomi, aşçılık ve gıda teknolojisi alanlarında mesleki ve yaşam boyu öğrenme eğitimleri yaygınlaştırılmalıdır.

G.1.1.5. Toplumsal Cinsiyet Eşitliği

Kadın girişimcilerin desteklenmesi ve kadın kooperatiflerinin güçlendirilmesi eşitliği artırır.

G.1.1.6. İnsana Yakışır İş ve Ekonomik Büyüme

Gastronomik girişimler yerel istihdam yaratır ve adil çalışma koşullarına katkı sağlar.

G.1.1.7. Sürdürülebilir Şehirler ve Topluluklar

Gastronomik miras kent kimliğini güçlendirir; tematik sokaklar ve rotalar şehir planlamasına katkı sunar.

G.1.1.8. Sorumlu Üretim ve Tüketim

Mevsimsel ürün kullanımı, gıda israfını azaltma ve atıksız mutfaklar sorumlu tüketimi teşvik eder.

G.1.1.9. İklim Eylemi

Karbon ayak izi düşük mutfaklar ve bitkisel ürün ağırlıklı menüler iklim değişikliğiyle mücadelede rol oynar.

G.1.1.10. Amaçlar İçin Ortaklıklar

Kamu, özel sektör, akademi ve STK iş birlikleriyle çok paydaşlı yapılar kurulmalı; kardeş şehirler ve uluslararası mutfak ağları teşvik edilmelidir.

G.1.2. Sürdürülebilirlik Odaklı Gastronomi Girişimleri

Sürdürülebilir gastronomi, yiyeceklerin yalnızca lezzetini değil; üretim süreçlerinin çevresel etkilerini, toplumsal faydalarını ve ekonomik yaşayabilirliğini dikkate alan bir disiplindir (Boz, 2024; Çekal ve Doğan, 2022).

Önerilen girişimler:

- Gıda atıklarını azaltmaya yönelik mutfak eğitimleri,
- Yerel ürünleri ön plana çıkaran "sıfır kilometre mutfak" restoranları,
- Sürdürülebilir tarım uygulamalarıyla çalışan çiftçi-pazarı kooperatifleri,
- Sıfır atık restoran sertifikasyon sistemi.

G.1.3. Çoğunluk Katılımı ve Ortak Paydada Buluşma

Bir kentin gastronomi şehri olması, tüm paydaşların katılımıyla inşa edilecek bir süreçtir.

- Yerel halk, kadın kooperatifleri, esnaf, gençler ve engelli bireylerin temsil edildiği Gastronomi Konseyleri kurulmalı.
- Mahalle forumları, açık oturumlar ve çevrimiçi anketler gibi katılım araçları geliştirilmelidir.
- Örnek proje: "Halkın Tarifi Halkın Tarihi" – halktan toplanan özgün tariflerin dijital gastronomi arşivine dönüştürülmesi.

G.1.4. Kardeşlik Bağı Kurma ve Gastro-Diplomasi

Gastro-diplomasi, kültürel etkileşimi yemek üzerinden kurmayı hedefler.

- Ulusal ve uluslararası kardeş şehirlerle mutfak kültürü değişim programları düzenlenebilir.
- Örnek ülkeler: Tayland, Güney Kore, Peru ve Türkiye bu alanda öne çıkmaktadır.
- Proje örneği: "Bir Nehir İki Sofra" – kardeş şehirlerle mevsimsel dijital yemek atölyeleri.

G.1.5. Yaratıcı Ekonomiyi Teşvik Etme

Yaratıcı ekonomi, kültür temelli girişimlerin ekonomik değer üretmesini destekler. Gastronomi bu alanda güçlü bir potansiyel taşır.

- Start-up teşvikleri: Yerel ürünlerin dijital platformlarda pazarlanması, gıda teknolojileri, sürdürülebilir ambalaj girişimleri.

- Dijitalleşme projeleri: Sanal yemek turları, gastronomi AR uygulamaları, dijital tarif müzesi.
- Örnek: Food Innovation Hubs – gastronomi odaklı yaratıcı dijital merkezler.

H.1. Kültürel Çekicilik (K1, K2, K10)

H.1.1. Kültürel Geziler ve Deneyimsel Aktiviteler

Kültürel geziler ve deneyimsel aktiviteler, bir destinasyonun hem somut hem de somut olmayan mirasını ziyaretçilere aktaran önemli araçlardır. Bu bağlamda kültürel gezi ve aktiviteleri planlayan ve uygulatan nihai tüm çalışanlar şehre ve çalıştıkları kurumlara yenilikçi davranışlarla yaklaşmalı ve bu organizasyonları sağlayan, üreten, uygulatan dan tüketiciye kadar yenilikçi motivasyon aracılık rolü olarak kullanılmalıdır (Gürkan., Demiralay, 2017) Bu kapsamda:

- Somut kültürel miras gezileri: Saraylar, camiler, köprüler, müzeler ve çarşılar.
- Somut olmayan kültürel miras deneyimleri: El sanatları atölyeleri, folklor gösterileri.
- Tematik yürüyüş rotaları: Gastronomi, tarih, mimari, edebiyat ve dini yapı odaklı rotalar.
- Rehberli turlar: Tarihçiler, akademisyenler veya yerel halk eşliğinde düzenlenen geziler.
- Festival turları: Kakava, Hıdırellez, Kırkpınar ve ciğer festivali gibi etkinlikler.

H.1.2. Kültür Sektörüne ve Kültürel Çekicilik Haraketleri Yatırım

Kültürel çekiciliğin sürdürülebilirliği için yatırım ve kapasite geliştirme süreçleri kritik öneme sahiptir.

H.1.2.1. Mevcut Envanteri Çıkarma

- Kültürel miras envanteri hazırlanmalı (fiziksel ve dijital kataloglama).
- Atıl durumda olan kültürel alanlar tespit edilmeli.
- Yerel kültür aktörleri (sanatçılar, zanaatkârlar, rehberler) kayıt altına alınmalı.

H.1.2.2. Altyapı Geliştirme ve Restorasyon

- Tarihi yapılar için restorasyon projeleri uygulanmalı.
- Müzeler, kültür evleri ve sergi alanları düzenlenmeli.

- Engelli dostu ve erişilebilir turizm altyapısı sağlanmalı.

H.1.2.3. Eğitim ve Kapasite Geliştirme

- Kültür sektörü çalışanlarına sürekli eğitim verilmelidir.
- Zanaatkârlar için kooperatifleşme ve sürdürülebilir üretim desteği sağlanmalı.
- Gençler için kültürel girişimcilik ve dijital proje destekleri geliştirilmelidir.

H.1.2.4. Finansman ve Teşvik

- Kültür ve Turizm Bakanlığı, kalkınma ajansları ve AB fonları kullanılmalı.
- Yerel yönetim bütçelerinde kültürel gelişim için özel kalem ayrılmalı.
- Özel sektör ve STK'larla sponsorluk ve fon işbirlikleri yapılmalı.

H.1.2.5. Dijitalleştirme ve Tanıtım

- Dijital müze ve sanal tur platformları kurulmalı.
- Sosyal medya kampanyaları ve kültürel içerikli mobil uygulamalar geliştirilmelidir.
- Hikâye anlatımı (storytelling) ile kültürel miras tanıtılmalıdır.

H.1.2.6. Sürdürülebilirlik ve Katılımcılık

- Yerel halk karar süreçlerine dahil edilmeli (kültürel meclisler, danışma kurulları).
- Gençler ve kadınlar kültürel üretim ve yönetimde aktif rol almalı.
- Kültürel varlıklar turizmle birlikte zarar görmeden korunmalıdır.

I.1. Şehirdeki Altyapı ve Hizmetler

I.1.1. Ünlü Şefler ve Ünlü Restoranlar

Şehrin gastronomi kimliğini taşıyan yüzler ve merkezler, gastronomi turizminin marka değerini artıran önemli aktörlerdir.

- Tanınan, ödüllü veya ulusal/uluslararası bilinirliği olan şeflerin profilleri çıkarılmalı.
- Gastronomiyle öne çıkan restoranlar, geleneksel ve modern mutfak temsiline göre kategorize edilmeli.

- Şef ve restoranların eğitim, festivaller ve uluslararası ağlarla etkileşimi desteklenmeli.
- Ünlü restoranlarda sürdürülebilir menü içerikleri ve coğrafi işaretli ürün kullanımı teşvik edilmelidir.

I.1.2. Bölgenin Sosyoekonomik Özellikleri ve Karakteri

Gastronomi faaliyetlerinin sürdürülebilirliği için toplumsal ve ekonomik altyapının doğru analiz edilmesi gerekir.

- Nüfus yapısı, genç nüfus oranı, iş gücü potansiyeli ve göç alma/verme durumu incelenmeli.
- Hane halkı gelir düzeyi, yaşam maliyetleri ve gelir dağılımı yatırımların planlamasında dikkate alınmalı.
- Yerel halkın gastronomi ve kültürel mirasa ilgisi ile katılım isteği araştırılmalı.
- Kadın kooperatifleri ve üretici birlikleri gibi yerel ekonomik aktörler desteklenmelidir.

I.1.3. Altyapı – Ulaşım ve Konaklama

Gastronomi turizmi için şehir içi erişilebilirlik ve ağırlama kapasitesinin geliştirilmesi kritik öneme sahiptir.

- Konaklama tesisleri: Otel, butik otel, pansiyon ve kırsal turizm evlerinin sayısı ve kalitesi tespit edilmeli.
- Otobüs terminali: Şehirlerarası ve kırsal bağlantılar analiz edilerek turistik ulaşım güçlendirilmelidir.
- Havaalanı durumu: Mevcutsa erişim kolaylığı sağlanmalı; yoksa en yakın havalimanına transfer olanakları geliştirilmelidir.
- Şehir içi ulaşım: Gastronomi noktalarına (pazarlar, restoranlar, müzeler) kolay erişim için özel rotalar planlanmalı.
- Altyapı sürdürülebilirliği: Atık yönetimi, su ve enerji altyapısının sürdürülebilirliği incelenmelidir.

I.1.4. Nitelikli İş Gücü

Gastronomi sektöründe görev alacak insan kaynağının yeterliliği ve eğitimi, hizmet kalitesini doğrudan etkiler.

- Aşçılar ve mutfak şefleri: Yerel mutfak kültürüne hâkimiyet ve uluslararası standartlara uygun eğitim düzeyi.
- Garsonlar, baristalar ve servis personeli: Dil becerileri ve müşteri deneyimi farkındalığı.
- Tur rehberleri ve tur operatörleri: Gastronomiyi anlatabilecek uzmanlık ve hikâyeleştirme yeteneği.
- Eğitim kurumları: MYO'lar, gastronomi liseleri ve halk eğitim merkezlerinde sektörle uyumlu müfredat geliştirilmelidir.

I.1.5. Fiyatlandırma Politikaları

Gastronomi deneyimlerinin erişilebilirliği ve sürdürülebilirliği için dengeli fiyat politikaları oluşturulmalıdır.

- Yerli ve yabancı turist için ayrı fiyat politikaları yerine adil ve şeffaf sistem kurulmalı.
- Coğrafi işaretli ürünlerin katma değeri dikkate alınarak fiyatlar belirlenmeli.
- Ürün ve hizmetlerde kalite-fiyat dengesi gözetilmeli.
- Yerel üreticiyi koruyan, tüketiciye adil davranan fiyatlandırma sistemi benimsenmelidir.

İ.1. Nitelikler – Gösterge Temelli Değerlendirme ve İzleme

Bu ana başlık, gastronomi şehri olma sürecinde edinilen bilgi, beceri, uygulama ve sonuçların ölçülebilir ve sürdürülebilir olmasına odaklanır. Tüm adımların somut göstergelerle izlenmesi, başarı düzeyinin değerlendirilmesi ve gerektiğinde yeniden yapılandırılması esastır.

İ.1.1. Temel Göstergelerin Belirlenmesi

Gastronomi şehri olma yolunda her alandaki gelişmeleri takip etmek için ölçülebilir ve somut göstergeler oluşturulmalıdır.

Göstergeler:

İ.1.1.1. Altyapı Göstergeleri:

- Konaklama tesisi, restoran ve pazar yeri sayısı.
- Ulaşım ağlarının gastronomik noktalara entegrasyonu.

İ.1.1.2. Eğitim ve İnsan Kaynağı Göstergeleri:

- Gastronomi/turizm eğitimi alan öğrenci sayısı.
- Sertifikalı şef, garson, barista gibi meslek sahibi kişi sayısı.

İ.1.1.3. Kültürel Göstergeler:

- Coğrafi işaretli ürün sayısı.
- Yerel yemekler üzerine yapılan bilimsel yayın, kitap ve belge sayısı.

İ.1.1.4. Etkinlik Göstergeleri:

- Yıllık düzenlenen gastronomik festival, sempozyum ve yarışma sayısı.
- Etkinliklere katılan yerli/yabancı turist sayısı.

İ.1.1.5. Sürdürülebilirlik Göstergeleri:

- İsraf azaltımı ve geri dönüşüm oranı.
- Kadın üretici ve kooperatif sayısındaki yıllık artış.

İ.1.1.6. Ekonomik Göstergeler:

- Yiyecek-içecek sektöründeki yeni girişim sayısı.
- Turizm kaynaklı yerel gelir artış oranı.

İ.1.2. İzleme ve Değerlendirme Süreci

Süreçlerin etkisini düzenli takip ederek gelişmeleri kontrol etmek ve eksikleri zamanında tespit etmektir.

- Göstergelerin Kurumsallaşması: Belediye, il kültür müdürlüğü, üniversiteler ve kalkınma ajansı iş birliğiyle göstergeler resmi hale getirilmelidir.
- Veri Toplama ve Raporlama Mekanizması: Yıllık veri toplama, analiz ve görselleştirme süreçleri oluşturulmalı; periyodik durum raporları yayımlanmalıdır (örnek: Gastronomi Şehri Edirne 2025 İzleme Raporu).
- Bağımsız Değerlendirme Komitesi: Akademisyenler, yerel STK'lar, gastronomi temsilcileri ve kamu görevlilerinden oluşan bir kurul süreci bağımsız değerlendirerek rapor sunmalıdır.
- Geri Bildirim ve İyileştirme Döngüsü: Vatandaş, esnaf, ziyaretçi ve kurum temsilcilerinden alınan geri bildirimlerle sürekli gelişim sağlanmalıdır.

İ.1.3. Uzun Vadeli Uyum ve Yeniden Yapılanma

Değişen ihtiyaç ve koşullara göre süreci sürdürülebilir kılmaktır.

- UNESCO UCCN ile Uyum: Yıllık UNESCO raporlarına uyumlu veri formatı ve sunum mekanizmaları geliştirilmeli.
- SKH 2030 Entegrasyonu: Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ile ilişkilendirilmiş tematik göstergeler kullanılmalı.
- Dijital Araçlar: İzleme süreci dijital platformlara taşınmalı (şehir portalı, QR kodlu veri giriş sistemi vb.).

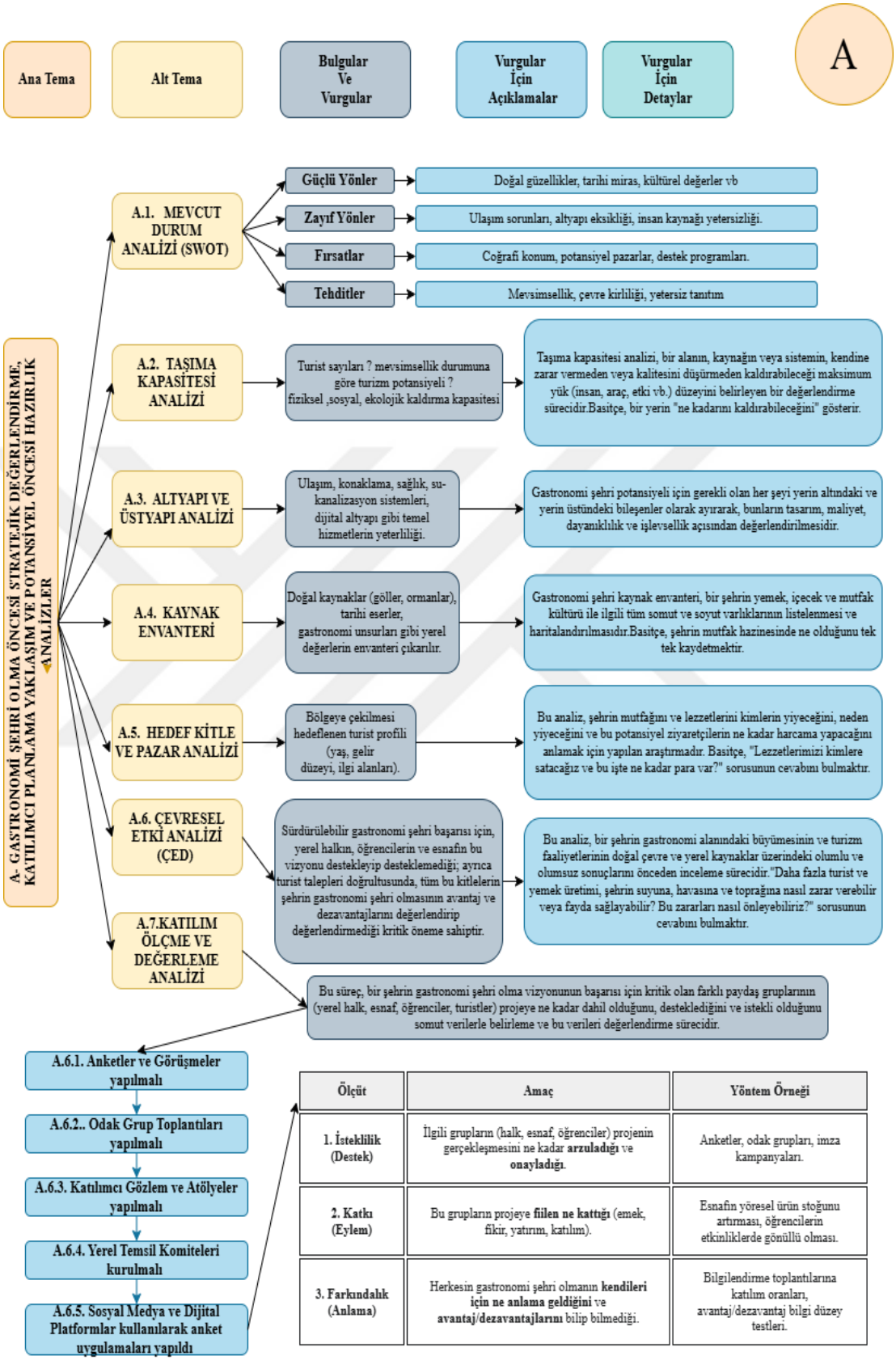
Gastronomi şehri olmak, yalnızca zengin mutfak kültürüne sahip olmakla sınırlı bir hedef değil; aynı zamanda kültürel sürdürülebilirlik, yaratıcı ekonomi, sosyal kapsayıcılık ve uluslararası iş birlikleri ile desteklenmesi gereken bir dönüşüm sürecidir. Bu dönüşüm, şehirlerin kendilerine özgü dinamiklerini göz önünde bulunduran, bütüncül bir planlama ve değerlendirme anlayışıyla mümkündür.

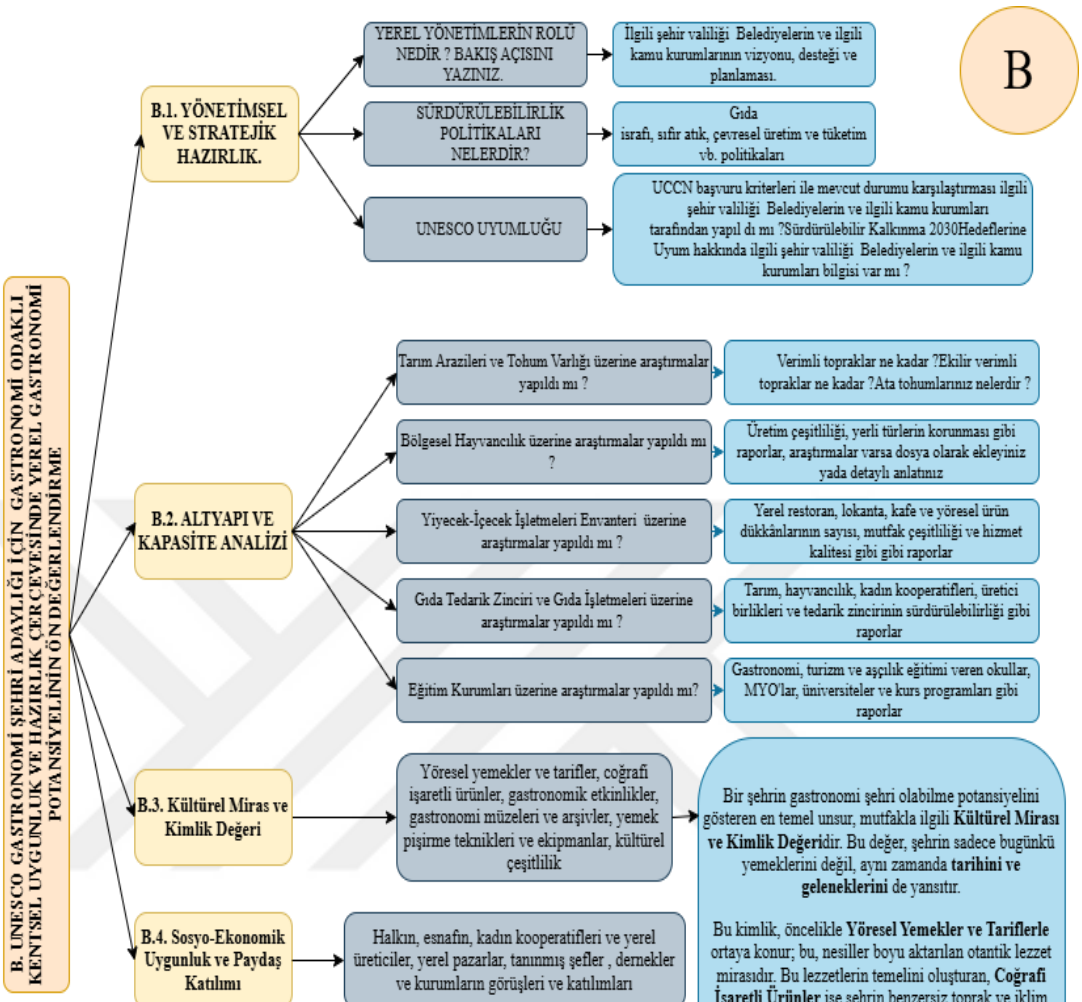
Hazırlanan bu ön uygunluk modeli, bir kentin gastronomi alanındaki kapasitesini anlamak, eksiklerini tespit etmek ve stratejik adımlar atmak adına güçlü bir araç olarak kullanılabilir. Özellikle UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı başvuru sürecinde, sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle uyumlu bir planlama ve yönetişim yaklaşımı benimsenmeli; gastronomik miras, ekonomik kalkınma ve toplumsal refah arasında köprü kurulmalıdır. Bu bağlamda model, hem akademik çalışmalara hem de yerel yönetim, sivil toplum ve özel sektör aktörlerine stratejik bir rehber sunmaktadır.

3.5. Model Önerisi Diyagramı

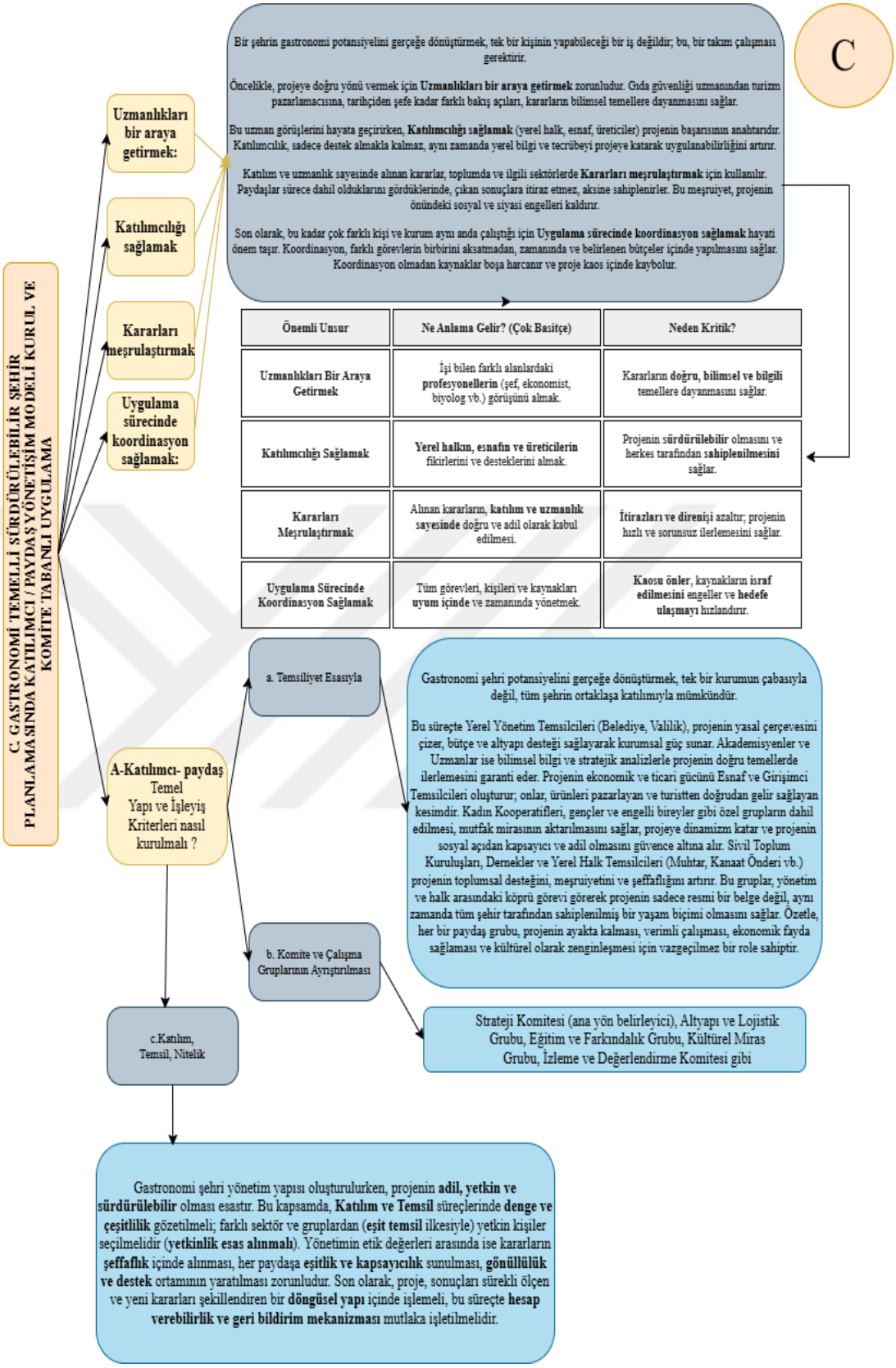
Model Önerisi diyagramına ait ana başlıklar ve on maddeden oluşan akış şeması aşağıdaki gibidir.

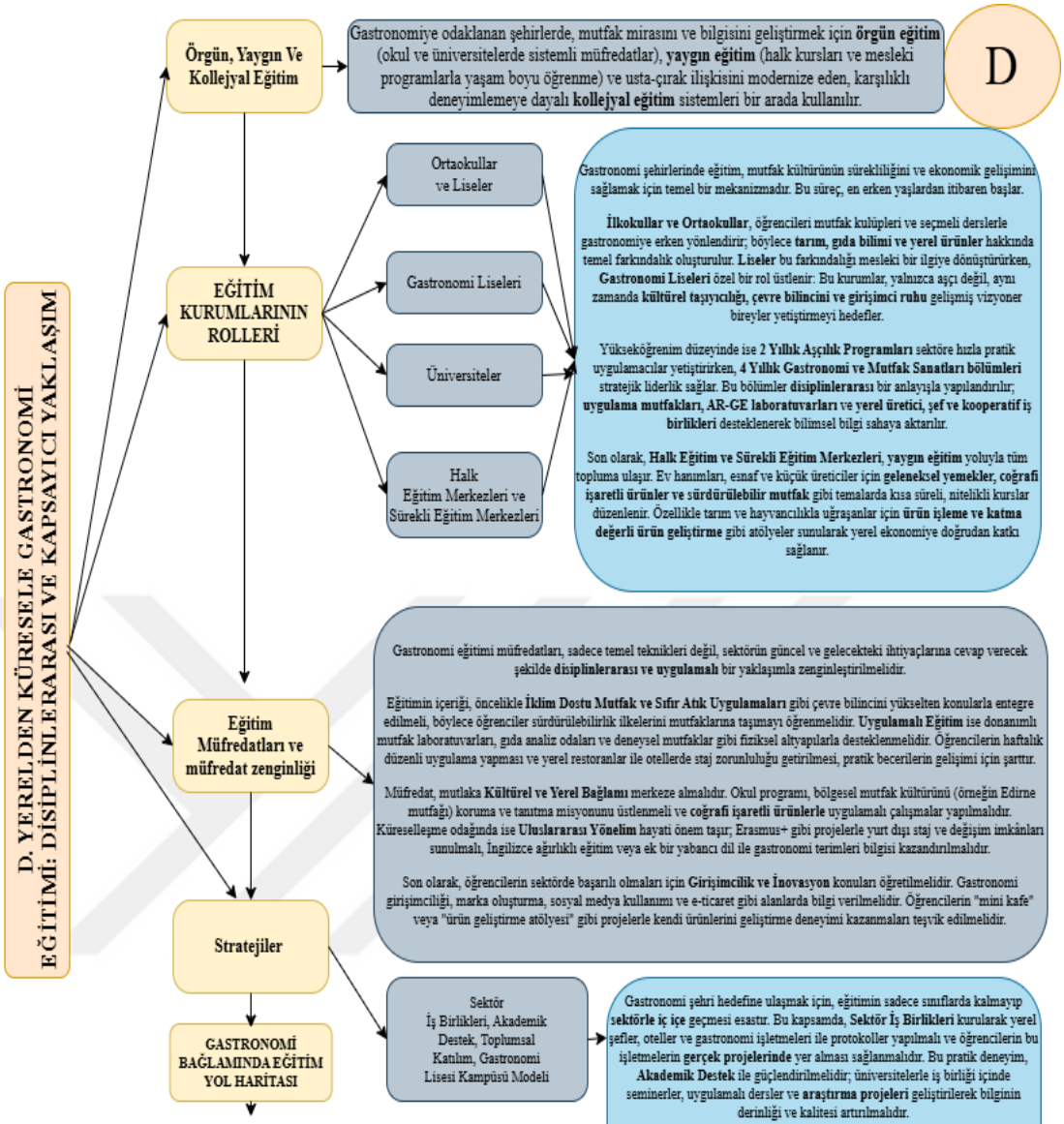



A
Ana Tema
Alt Tema
Bulgular Ve Vurgular
Vurgular İçin Açıklamalar
Vurgular İçin Detaylar
A- GASTRONOMİ ŞEHRİ OLMA ÖNCESİ STRATEJİK DEĞERLENDİRME, KATILIMCI PLANLAMA YAKLAŞIM VE POTANSİYEL ÖNCESİ HAZIRLIK ANALİZLER
A.1. MEVCUT DURUM ANALİZİ (SWOT)
Güçlü Yönler
Doğal güzellikler, tarihi miras, kültürel değerler vb
Zayıf Yönler
Ulaşım sorunları, altyapı eksikliği, insan kaynağı yetersizliği.
Fırsatlar
Coğrafi konum, potansiyel pazarlar, destek programları.
Tehditler
Mevsimsellik, çevre kirliliği, yetersiz tanıtım
A.2. TAŞIMA KAPASİTESİ ANALİZİ
Turist sayıları ? mevsimsellik durumuna göre turizm potansiyeli ? fiziksel ,sosyal, ekolojik kaldırma kapasitesi
Taşıma kapasitesi analizi, bir alanın, kaynağın veya sistemin, kendine zarar vermeden veya kalitesini düşürmeden kaldırabileceği maksimum yük (insan, araç, etki vb.) düzeyini belirleyen bir değerlendirme sürecidir.Basitçe, bir yerin "ne kadarını kaldırabileceğini" gösterir.
A.3. ALTYAPI VE ÜSTYAPI ANALİZİ
Ulaşım, konaklama, sağlık, su-kanalizasyon sistemleri, dijital altyapı gibi temel hizmetlerin yeterliliği.
Gastronomi şehri potansiyeli için gerekli olan her şeyi yerin altındaki ve yerin üstündeki bileşenler olarak ayırarak, bunların tasarım, maliyet, dayanıklılık ve işlevsellik açısından değerlendirilmesidir.
A.4. KAYNAK ENVANTERİ
Doğal kaynaklar (göller, ormanlar), tarihi eserler, gastronomi unsurları gibi yerel değerlerin envanteri çıkarılır.
Gastronomi şehri kaynak envanteri, bir şehrin yemek, içecek ve mutfak kültürü ile ilgili tüm somut ve soyut varlıklarının listelenmesi ve haritalandırılmasıdır.Basitçe, şehrin mutfak hazinesinde ne olduğunu tek tek kaydetmektir.
A.5. HEDEF KİTLE VE PAZAR ANALİZİ
Bölgeye çekilmesi hedeflenen turist profili (yaş, gelir düzeyi, ilgi alanları).
Bu analiz, şehrin mutfağını ve lezzetlerini kimlerin yiyeceğini, neden yiyeceğini ve bu potansiyel ziyaretçilerin ne kadar harcama yapacağını anlamak için yapılan araştırmadır. Basitçe, "Lezzetlerimizi kimlere satacağız ve bu işte ne kadar para var?" sorusunun cevabını bulmaktır.
A.6. ÇEVRESEL ETKİ ANALİZİ (ÇED)
Sürdürülebilir gastronomi şehri başarısı için, yerel halkın, öğrencilerin ve esnafın bu vizyonu destekleyip desteklemediği; ayrıca turist talepleri doğrultusunda, tüm bu kitlelerin şehrin gastronomi şehri olmasının avantaj ve dezavantajlarını değerlendirip değerlendirmediği kritik öneme sahiptir.
Bu analiz, bir şehrin gastronomi alanındaki büyümesinin ve turizm faaliyetlerinin doğal çevre ve yerel kaynaklar üzerindeki olumlu ve olumsuz sonuçlarını önceden inceleme sürecidir."Daha fazla turist ve yemek üretimi, şehrin suyuna, havasına ve toprağına nasıl zarar verebilir veya fayda sağlayabilir? Bu zararları nasıl önleyebiliriz?" sorusunun cevabını bulmaktır.
A.7.KATILIM ÖLÇME VE DEĞERLEME ANALİZİ
Bu süreç, bir şehrin gastronomi şehri olma vizyonunun başarısı için kritik olan farklı paydaş gruplarının (yerel halk, esnaf, öğrenciler, turistler) projeye ne kadar dahil olduğunu, desteklediğini ve istekli olduğunu somut verilerle belirleme ve bu verileri değerlendirme sürecidir.
A.6.1. Anketler ve Görüşmeler yapılmalı
A.6.2.. Odak Grup Toplantıları yapılmalı
A.6.3. Katılımcı Gözlem ve Atölyeler yapılmalı
A.6.4. Yerel Temsil Komiteleri kurulmalı
A.6.5. Sosyal Medya ve Dijital Platformlar kullanılarak anket uygulamaları yapıldı
Ölçüt
Amaç
Yöntem Örneği
1. İsteklilik (Destek)
İlgili grupların (halk, esnaf, öğrenciler) projenin gerçekleşmesini ne kadar arzuladığı ve onayladığı.
Anketler, odak grupları, imza kampanyaları.
2. Katkı (Eylem)
Bu grupların projeye fiilen ne kattığı (emek, fikir, yatırım, katılım).
Esnafın yöresel ürün stoğunu artırması, öğrencilerin etkinliklerde gönüllü olması.
3. Farkındalık (Anlama)
Herkesin gastronomi şehri olmanın kendileri için ne anlama geldiğini ve avantaj/dezavantajlarını bilip bilmediği.
Bilgilendirme toplantılarına katılım oranları, avantaj/dezavantaj bilgi düzey testleri.

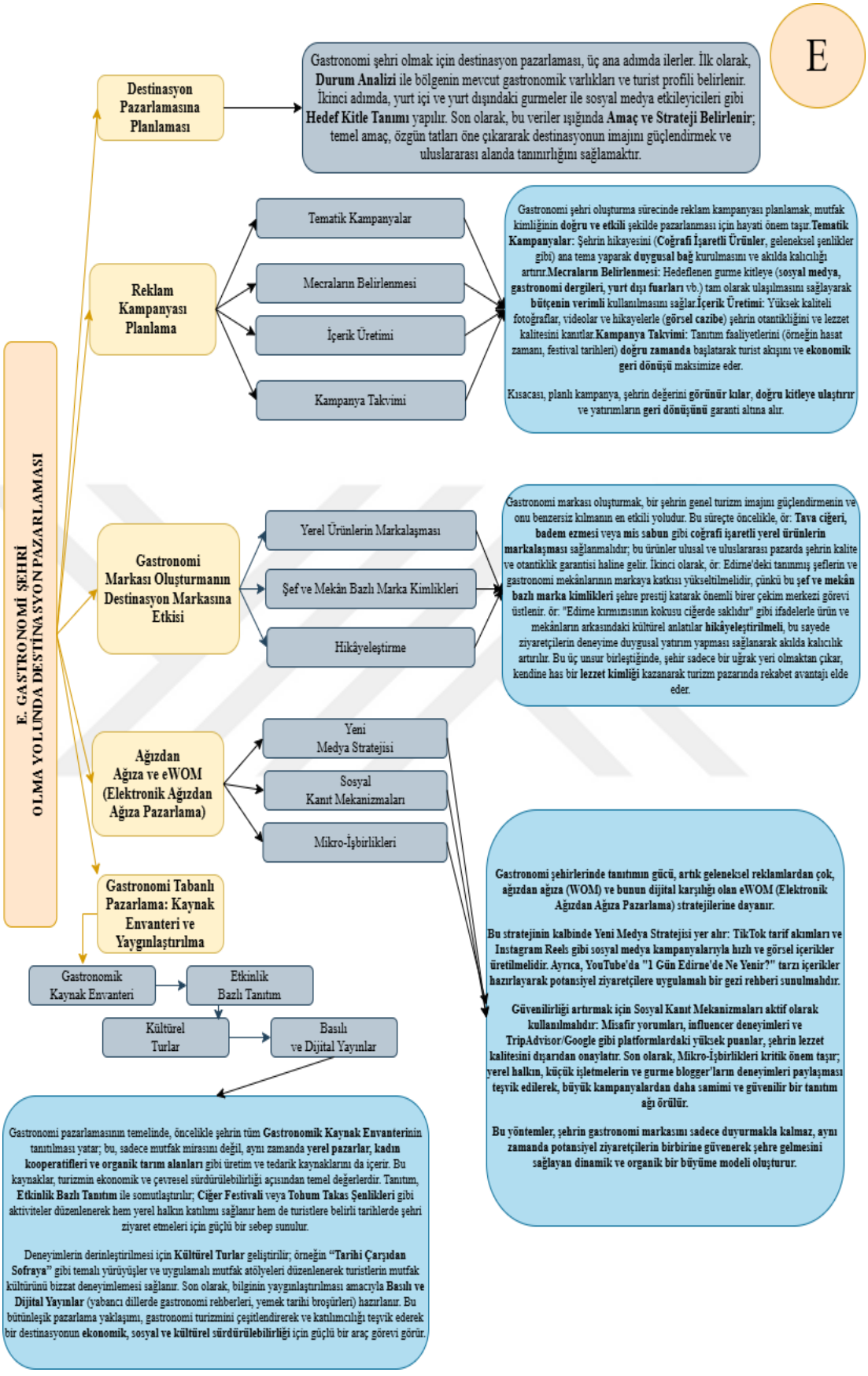


Neden	Açıklaması (Basitçe)	Ne Sağlar?
1. Sahiplenme	Yerel halk, esnaf ve öğrenciler projeyi **kendi projeleri** gibi görür.	Uzun vadeli **destek** ve proje süreklilği.
2. Gerçekçilik	Esnaf ve üreticiler, planların sahada **işe yarayıp yaramayacağını** en iyi bilenlerdir.	**Hatalı** veya uygulanamaz **kararları** önler.
3. Ekonomik Yayılım	Turizmden gelen para, sadece büyük otellere değil, **küçük esnafa ve yerel üreticilere** de ulaşır.	Yerel ekonominin **güçlenmesi** ve projenin **sürdürülebilir** olması.
4. Otantiklik	Geleneksel tariflerin, pişirme sırlarının ve kültürel hikayelerin **korunmasını** sağlar.	Gastronomi kimliğinin **yapay değil, gerçek** kalması.
5. Koordinasyon	Farklı grupların (şefler, üreticiler, belediye) **birlikte ve uyum içinde** çalışmasını sağlar.	**Verimlilik** artışı ve sorunların hızla çözülmesi.

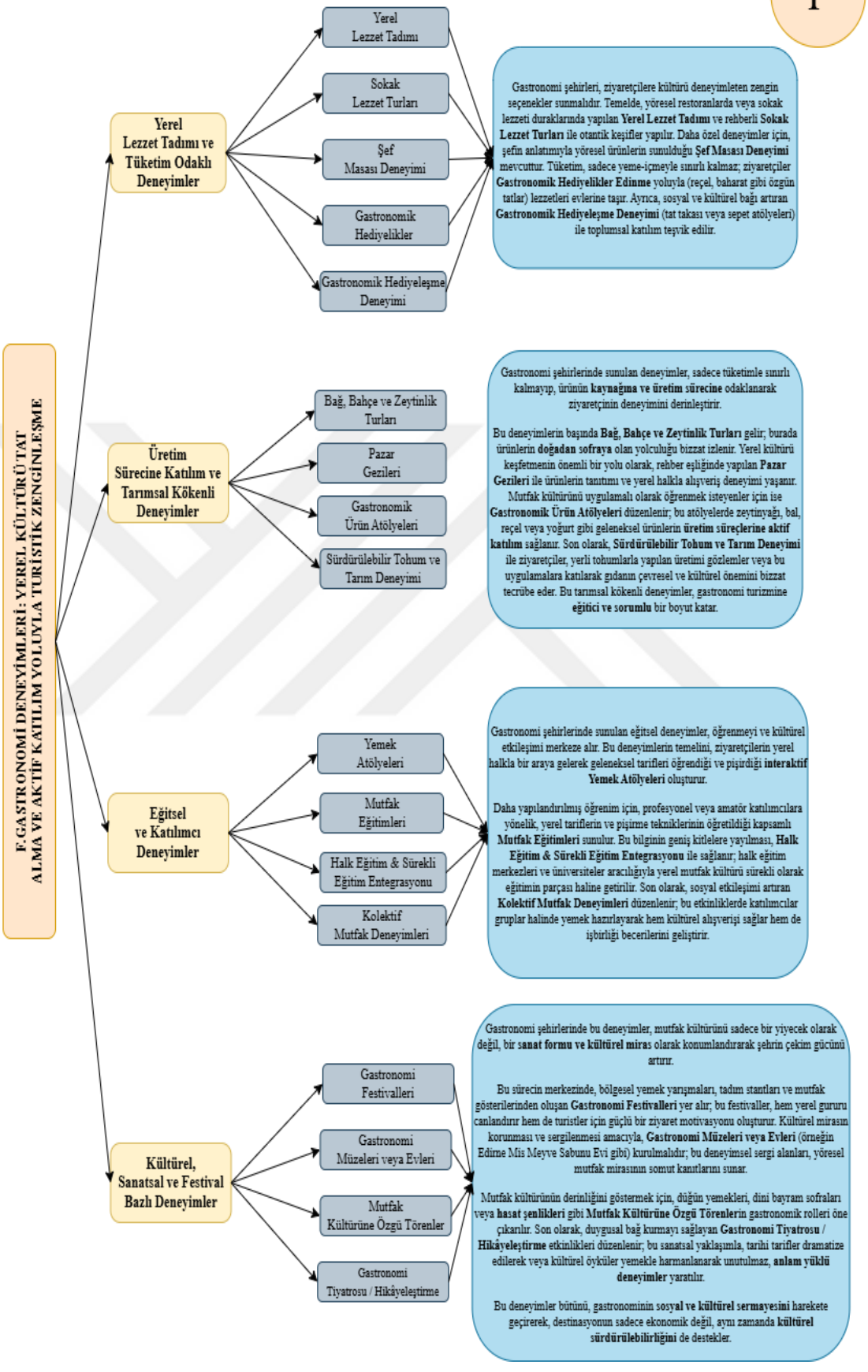

C
C. GASTRONOMİ TEMELLİ SÜRDÜRÜLEBİLİR ŞEHİR PLANLAMASINDA KATILIMCI / PAYDAŞ YÖNETİŞİM MODELİ KURUL VE KOMİTE TABANLI UYGULAMA
Uzmanlıkları bir araya getirmek:
Katılımcılığı sağlamak
Kararları meşrulaştırmak
Uygulama sürecinde koordinasyon sağlamak:
Bir şehrin gastronomi potansiyelini gerçeğe dönüştürmek, tek bir kişinin yapabileceği bir iş değildir; bu, bir takım çalışması gerektirir.
Öncelikle, projeye doğru yönü vermek için Uzmanlıkları bir araya getirmek zorunludur. Gıda güvenliği uzmanından turizm pazarlamacısına, tarihçiden şefe kadar farklı bakış açıları, kararların bilimsel temellere dayanmasını sağlar.
Bu uzman görüşlerini hayata geçirirken, Katılımcılığı sağlamak (yerel halk, esnaf, üreticiler) projenin başarısının anahtarıdır. Katılımcılık, sadece destek almakla kalmaz, aynı zamanda yerel bilgi ve tecrübeyi projeye katarak uygulanabilirliğini artırır.
Katılım ve uzmanlık sayesinde alınan kararlar, toplumda ve ilgili sektörlerde Kararları meşrulaştırmak için kullanılır. Paydaşlar sürece dahil olduklarını gördüklerinde, çıkan sonuçlara itiraz etmez, aksine sahiplenirler. Bu meşruiyet, projenin önündeki sosyal ve siyasi engelleri kaldırır.
Son olarak, bu kadar çok farklı kişi ve kurum aynı anda çalıştığı için Uygulama sürecinde koordinasyon sağlamak hayati önem taşır. Koordinasyon, farklı görevlerin birbirini aksatmadan, zamanında ve belirlenen bütçeler içinde yapılmasını sağlar. Koordinasyon olmadan kaynaklar boşa harcanır ve proje kaos içinde kaybolur.
Önemli Unsur | Ne Anlama Gelir? (Çok Basitçe) | Neden Kritik?
Uzmanlıkları Bir Araya Getirmek | İşi bilen farklı alanlardaki profesyonellerin (şef, ekonomist, biyolog vb.) görüşünü almak. | Kararların doğru, bilimsel ve bilgili temellere dayanmasını sağlar.
Katılımcılığı Sağlamak | Yerel halkın, esnafın ve üreticilerin fikirlerini ve desteklerini almak. | Projenin sürdürülebilir olmasını ve herkes tarafından sahiplenilmesini sağlar.
Kararları Meşrulaştırmak | Alınan kararların, katılım ve uzmanlık sayesinde doğru ve adil olarak kabul edilmesi. | İtirazları ve direnişi azaltır; projenin hızlı ve sorunsuz ilerlemesini sağlar.
Uygulama Sürecinde Koordinasyon Sağlamak | Tüm görevleri, kişileri ve kaynakları uyum içinde ve zamanında yönetmek. | Kaosu önler, kaynakların israf edilmesini engeller ve hedefe ulaşmayı hızlandırır.
A-Katılımcı- paydaş Temel Yapı ve İşleyiş Kriterleri nasıl kurulmalı ?
a. Temsiliyet Esasıyla
Gastronomi şehri potansiyelini gerçeğe dönüştürmek, tek bir kurumun çabasıyla değil, tüm şehrin ortaklaşa katılımıyla mümkündür.
Bu süreçte Yerel Yönetim Temsilcileri (Belediye, Valilik), projenin yasal çerçevesini çizer, bütçe ve altyapı desteği sağlayarak kurumsal güç sunar. Akademisyenler ve Uzmanlar ise bilimsel bilgi ve stratejik analizlerle projenin doğru temellerde ilerlemesini garanti eder. Projenin ekonomik ve ticari gücünü Esnaf ve Girişimci Temsilcileri oluşturur; onlar, ürünleri pazarlayan ve turistten doğrudan gelir sağlayan kesimdir. Kadın Kooperatifleri, gençler ve engelli bireyler gibi özel grupların dahil edilmesi, mutfak mirasının aktarılmasını sağlar, projeye dinamizm katar ve projenin sosyal açıdan kapsayıcı ve adil olmasını güvence altına alır. Sivil Toplum Kuruluşları, Dernekler ve Yerel Halk Temsilcileri (Muhtar, Kanaat Önderi vb.) projenin toplumsal desteğini, meşruiyetini ve şeffaflığını artırır. Bu gruplar, yönetim ve halk arasındaki köprü görevi görerek projenin sadece resmi bir belge değil, aynı zamanda tüm şehir tarafından sahiplenilmiş bir yaşam biçimi olmasını sağlar. Özetle, her bir paydaş grubu, projenin ayakta kalması, verimli çalışması, ekonomik fayda sağlaması ve kültürel olarak zenginleşmesi için vazgeçilmez bir role sahiptir.
b. Komite ve Çalışma Gruplarının Ayrıştırılması
Strateji Komitesi (ana yön belirleyici), Altyapı ve Lojistik Grubu, Eğitim ve Farkındalık Grubu, Kültürel Miras Grubu, İzleme ve Değerlendirme Komitesi gibi
c.Katılım, Temsil, Nitelik
Gastronomi şehri yönetim yapısı oluşturulurken, projenin adil, yetkin ve sürdürülebilir olması esastır. Bu kapsamda, Katılım ve Temsil süreçlerinde denge ve çeşitlilik gözetilmeli; farklı sektör ve gruplardan (eşit temsil ilkesiyle) yetkin kişiler seçilmelidir (yetkinlik esas alınmalı). Yönetimin etik değerleri arasında ise kararların şeffaflık içinde alınması, her paydaşa eşitlik ve kapsayıcılık sunulması, gönüllülük ve destek ortamının yaratılması zorunludur. Son olarak, proje, sonuçları sürekli ölçen ve yeni kararları şekillendiren bir döngüsel yapı içinde işlemeli, bu süreçte hesap verebilirlik ve geri bildirim mekanizması mutlaka işletilmelidir.

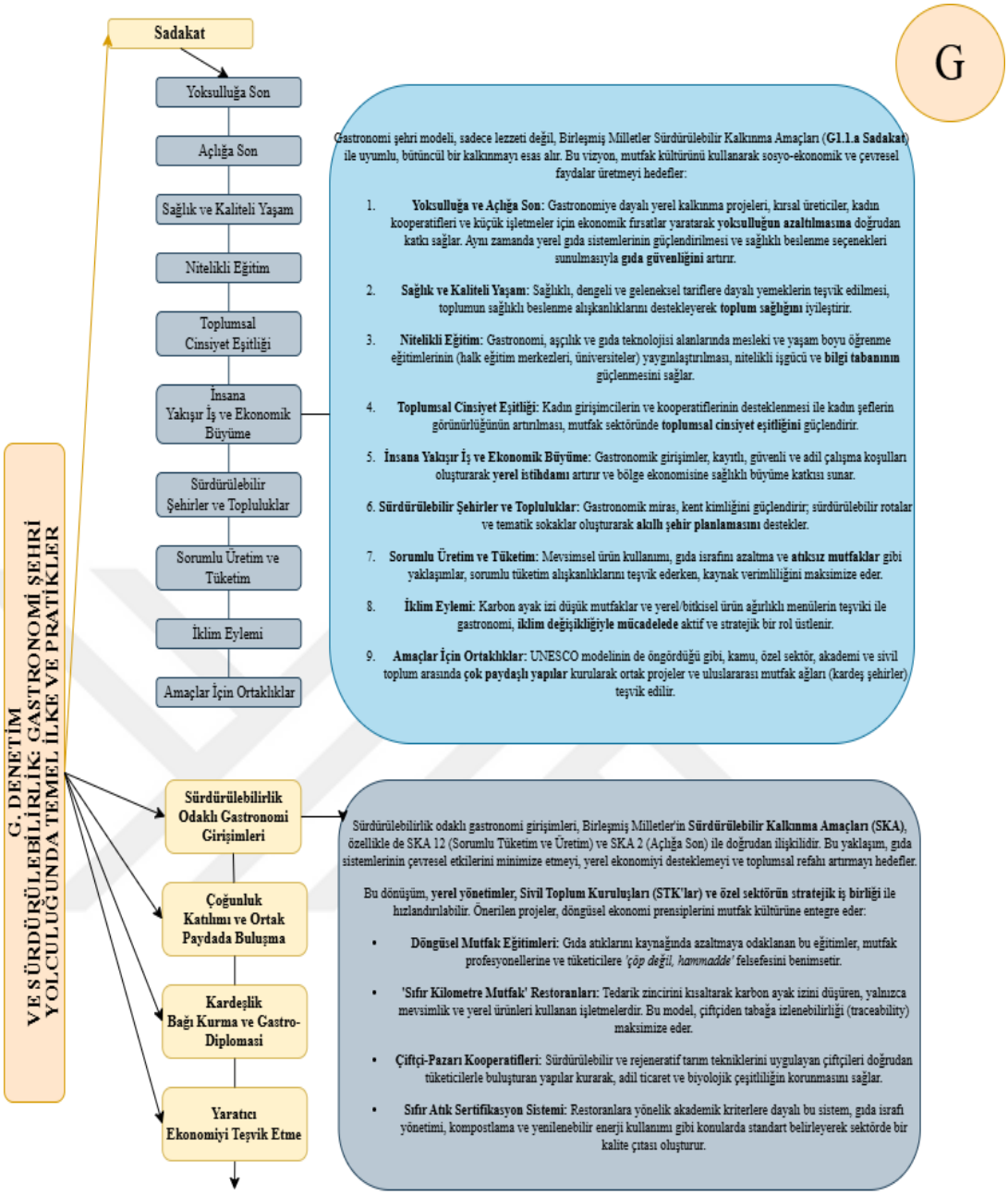


Aşama	Kurum	Eğitim İçeriği	Hedef Kitle
1. Farkındalık	Ortaokul-Lise	Yöresel yemekler, tarım-mutfak ilişkisi, kulüp faaliyetleri (Gastronomiye erken yönelim).	Gençler
2. Temel Eğitim	Halk Eğitim, Lise	Hijyen, mutfak teknikleri, yöresel ürünlerin kullanımı, kadın kooperatifleriyle işbirliği.	Kadınlar, Esnaf, Gençler
3. Mesleki Gelişim	MYO/ Üniversite	Gastronomi tarihi, teknik mutfak eğitimi, sürdürülebilir mutfak, AR-GE, işletme bilgisi.	Öğrenciler
4. Uzmanlık ve Usta Öğreticilik	Üniversite, SEM (Sürekli Eğitim Merkezi)	Şef eğitimi, coğrafi işaret yönetimi, gıda girişimciliği ve inovasyon.	Şefler, Eğitmenler
5. Yaygınlaştırma ve Yaşam Boyu Eğitim	SEM, Belediyeler	Yerel mutfak atölyeleri, ürün işleme ve katma değerli ürün geliştirme eğitimleri.	Tüm Halk


E
E. GASTRONOMİ ŞEHRİ OLMA YOLUNDA DESTİNASYON PAZARLAMASI
Destinasyon Pazarlamasına Planlaması
Gastronomi şehri olmak için destinasyon pazarlaması, üç ana adımda ilerler. İlk olarak, Durum Analizi ile bölgenin mevcut gastronomik varlıkları ve turist profili belirlenir. İkinci adımda, yurt içi ve yurt dışındaki gurmeler ile sosyal medya etkileyicileri gibi Hedef Kitle Tanımı yapılır. Son olarak, bu veriler ışığında Amaç ve Strateji Belirlenir; temel amaç, özgün tatları öne çıkararak destinasyonun imajını güçlendirmek ve uluslararası alanda tanınırlığını sağlamaktır.
Reklam Kampanyası Planlama
Tematik Kampanyalar
Mecraların Belirlenmesi
İçerik Üretimi
Kampanya Takvimi
Gastronomi şehri oluşturma sürecinde reklam kampanyası planlamak, mutfak kimliğinin doğru ve etkili şekilde pazarlanması için hayati önem taşır.Tematik Kampanyalar: Şehrin hikayesini (Coğrafi İşaretli Ürünler, geleneksel şenlikler gibi) ana tema yaparak duygusal bağ kurulmasını ve akılda kalıcılığı artırır.Mecraların Belirlenmesi: Hedeflenen gurme kitleye (sosyal medya, gastronomi dergileri, yurt dışı fuarları vb.) tam olarak ulaşılmasını sağlayarak bütçenin verimli kullanılmasını sağlar.İçerik Üretimi: Yüksek kaliteli fotoğraflar, videolar ve hikayelerle (görsel cazibe) şehrin otantikliğini ve lezzet kalitesini kanıtlar.Kampanya Takvimi: Tanıtım faaliyetlerini (örneğin hasat zamanı, festival tarihleri) doğru zamanda başlatarak turist akışını ve ekonomik geri dönüşü maksimize eder.
Kısacası, planlı kampanya, şehrin değerini görünür kılar, doğru kitleye ulaştırır ve yatırımların geri dönüşünü garanti altına alır.
Gastronomi Markası Oluşturmanın Destinasyon Markasına Etkisi
Yerel Ürünlerin Markalaşması
Şef ve Mekân Bazlı Marka Kimlikleri
Hikâyeleştirme
Gastronomi markası oluşturmak, bir şehrin genel turizm imajını güçlendirmenin ve onu benzersiz kılmanın en etkili yoludur. Bu süreçte öncelikle, ör: Tava ciğeri, badem ezmesi veya mis sabun gibi coğrafi işaretli yerel ürünlerin markalaşması sağlanmalıdır; bu ürünler ulusal ve uluslararası pazarda şehrin kalite ve otantiklik garantisi haline gelir. İkinci olarak, ör: Edirne'deki tanınmış şeflerin ve gastronomi mekânlarının markaya katkısı yükseltilmelidir, çünkü bu şef ve mekân bazlı marka kimlikleri şehre prestij katarak önemli birer çekim merkezi görevi üstlenir. ör: "Edirne kırmızısının kokusu ciğerde saklıdır" gibi ifadelerle ürün ve mekânların arkasındaki kültürel anlatılar hikâyeleştirilmeli, bu sayede ziyaretçilerin deneyime duygusal yatırım yapması sağlanarak akılda kalıcılık artırılır. Bu üç unsur birleştiğinde, şehir sadece bir uğrak yeri olmaktan çıkar, kendine has bir lezzet kimliği kazanarak turizm pazarında rekabet avantajı elde eder.
Ağızdan Ağıza ve eWOM (Elektronik Ağızdan Ağıza Pazarlama)
Yeni Medya Stratejisi
Sosyal Kanıt Mekanizmaları
Mikro-İşbirlikleri
Gastronomi şehirlerinde tanıtımın gücü, artık geleneksel reklamlardan çok, ağızdan ağıza (WOM) ve bunun dijital karşılığı olan eWOM (Elektronik Ağızdan Ağıza Pazarlama) stratejilerine dayanır.
Bu stratejinin kalbinde Yeni Medya Stratejisi yer alır: TikTok tarif akımları ve Instagram Reels gibi sosyal medya kampanyalarıyla hızlı ve görsel içerikler üretilmelidir. Ayrıca, YouTube'da "1 Gün Edirne'de Ne Yenir?" tarzı içerikler hazırlayarak potansiyel ziyaretçilere uygulamalı bir gezi rehberi sunulmalıdır.
Güvenilirliği artırmak için Sosyal Kanıt Mekanizmaları aktif olarak kullanılmalıdır: Misafir yorumları, influencer deneyimleri ve TripAdvisor/Google gibi platformlardaki yüksek puanlar, şehrin lezzet kalitesini dışarıdan onaylatır. Son olarak, Mikro-İşbirlikleri kritik önem taşır; yerel halkın, küçük işletmelerin ve gurme blogger'ların deneyimleri paylaşması teşvik edilerek, büyük kampanyalardan daha samimi ve güvenilir bir tanıtım ağı örülür.
Bu yöntemler, şehrin gastronomi markasını sadece duyurmakla kalmaz, aynı zamanda potansiyel ziyaretçilerin birbirine güvenerek şehre gelmesini sağlayan dinamik ve organik bir büyüme modeli oluşturur.
Gastronomi Tabanlı Pazarlama: Kaynak Envanteri ve Yaygınlaştırılma
Gastronomik Kaynak Envanteri
Etkinlik Bazlı Tanıtım
Kültürel Turlar
Basılı ve Dijital Yayınlar
Gastronomi pazarlamasının temelinde, öncelikle şehrin tüm Gastronomik Kaynak Envanterinin tanıtılması yatar; bu, sadece mutfak mirasını değil, aynı zamanda yerel pazarlar, kadın kooperatifleri ve organik tarım alanları gibi üretim ve tedarik kaynaklarını da içerir. Bu kaynaklar, turizmin ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliği açısından temel değerlerdir. Tanıtım, Etkinlik Bazlı Tanıtım ile somutlaştırılır; Ciğer Festivali veya Tohum Takas Şenlikleri gibi aktiviteler düzenlenerek hem yerel halkın katılımı sağlanır hem de turistlere belirli tarihlerde şehri ziyaret etmeleri için güçlü bir sebep sunulur.
Deneyimlerin derinleştirilmesi için Kültürel Turlar geliştirilir; örneğin "Tarihi Çarşıdan Sofraya" gibi temalı yürüyüşler ve uygulamalı mutfak atölyeleri düzenlenerek turistlerin mutfak kültürünü bizzat deneyimlemesi sağlanır. Son olarak, bilginin yaygınlaştırılması amacıyla Basılı ve Dijital Yayınlar (yabancı dillerde gastronomi rehberleri, yemek tarihi broşürleri) hazırlanır. Bu bütünleşik pazarlama yaklaşımı, gastronomi turizmini çeşitlendirerek ve katılımcılığı teşvik ederek bir destinasyonun ekonomik, sosyal ve kültürel sürdürülebilirliği için güçlü bir araç görevi görür.

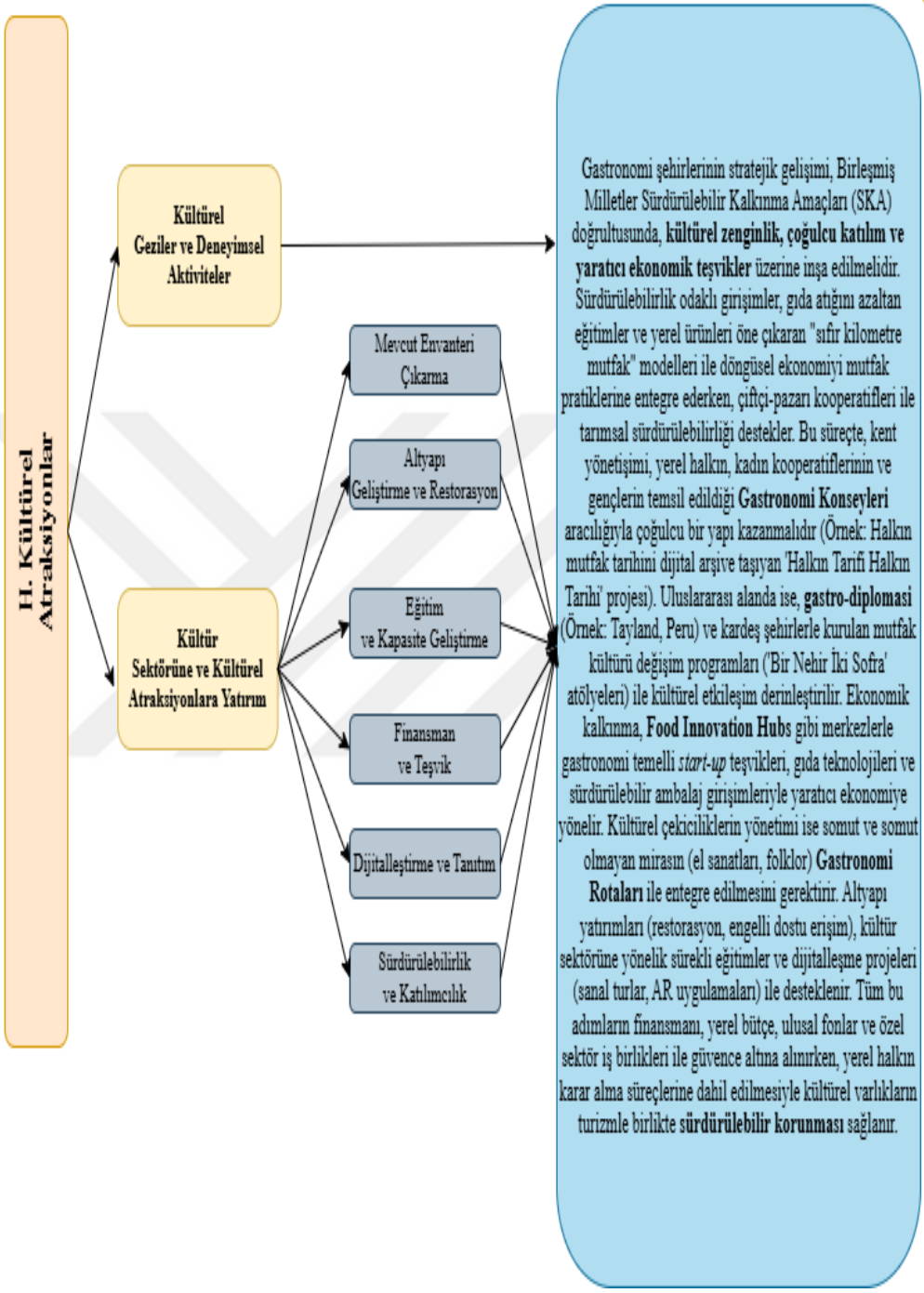
F

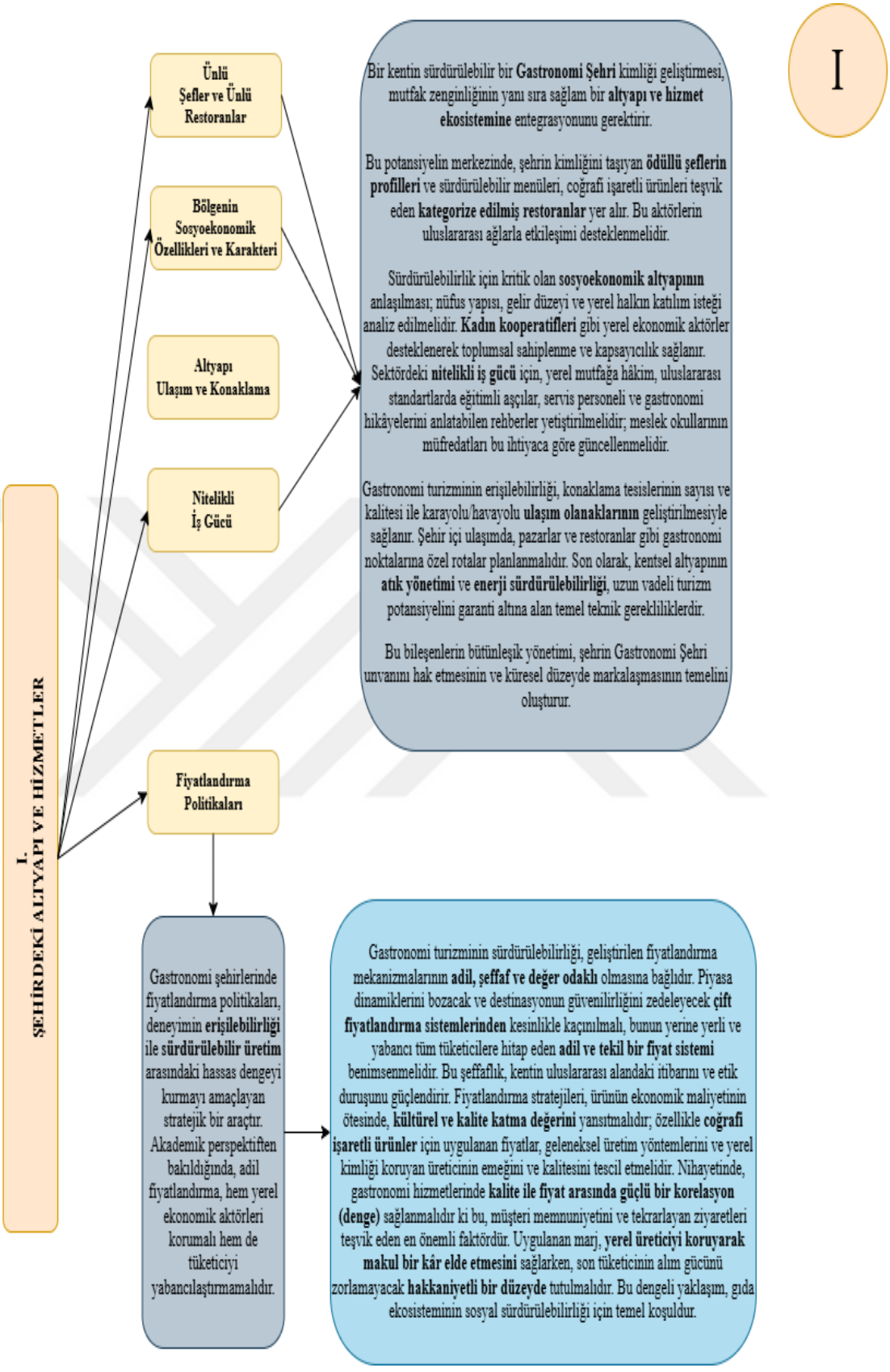

F.GASTRONOMİ DENEYİMLERİ: YEREL KÜLTÜRÜ TAT ALMA VE AKTİF KATILIM YOLUYLA TURİSTİK ZENGİNLEŞME
Yerel Lezzet Tadımı ve Tüketim Odaklı Deneyimler
Yerel Lezzet Tadımı
Sokak Lezzet Turları
Şef Masası Deneyimi
Gastronomik Hediyelikler
Gastronomik Hediyeleşme Deneyimi
Gastronomi şehirleri, ziyaretçilere kültürü deneyimleten zengin seçenekler sunmalıdır. Temelde, yöresel restoranlarda veya sokak lezzeti duraklarında yapılan Yerel Lezzet Tadımı ve rehberli Sokak Lezzet Turları ile otantik keşifler yapılır. Daha özel deneyimler için, şefin anlatımıyla yöresel ürünlerin sunulduğu Şef Masası Deneyimi mevcuttur. Tüketim, sadece yeme-içmeyle sınırlı kalmaz; ziyaretçiler Gastronomik Hediyelikler Edinme yoluyla (reçel, baharat gibi özgün tatlar) lezzetleri evlerine taşır. Ayrıca, sosyal ve kültürel bağı arturan Gastronomik Hediyeleşme Deneyimi (tat takası veya sepet atölyeleri) ile toplumsal katılım teşvik edilir.
Üretim Sürecine Katılım ve Tarımsal Kökenli Deneyimler
Bağ, Bahçe ve Zeytinlik Turları
Pazar Gezileri
Gastronomik Ürün Atölyeleri
Sürdürülebilir Tohum ve Tarım Deneyimi
Gastronomi şehirlerinde sunulan deneyimler, sadece tüketimle sınırlı kalmayıp, ürünün kaynağına ve üretim sürecine odaklanarak ziyaretçinin deneyimini derinleştirir.
Bu deneyimlerin başında Bağ, Bahçe ve Zeytinlik Turları gelir; burada ürünlerin doğadan sofraya olan yolculuğu bizzat izlenir. Yerel kültürü keşfetmenin önemli bir yolu olarak, rehber eşliğinde yapılan Pazar Gezileri ile ürünlerin tanıtımı ve yerel halkla alışveriş deneyimi yaşanır. Mutfak kültürünü uygulamalı olarak öğrenmek isteyenler için ise Gastronomik Ürün Atölyeleri düzenlenir; bu atölyelerde zeytinyağı, bal, reçel veya yoğurt gibi geleneksel ürünlerin üretim süreçlerine aktif katılım sağlanır. Son olarak, Sürdürülebilir Tohum ve Tarım Deneyimi ile ziyaretçiler, yerli tohumlarla yapılan üretimi gözlemler veya bu uygulamalara katılarak gıdanın çevresel ve kültürel önemini bizzat tecrübe eder. Bu tarımsal kökenli deneyimler, gastronomi turizmine eğitici ve sorumlu bir boyut katar.
Eğitsel ve Katılımcı Deneyimler
Yemek Atölyeleri
Mutfak Eğitimleri
Halk Eğitim & Sürekli Eğitim Entegrasyonu
Kolektif Mutfak Deneyimleri
Gastronomi şehirlerinde sunulan eğitsel deneyimler, öğrenmeyi ve kültürel etkileşimi merkeze alır. Bu deneyimlerin temelini, ziyaretçilerin yerel halkla bir araya gelerek geleneksel tarifleri öğrendiği ve pişirdiği interaktif Yemek Atölyeleri oluşturur.
Daha yapılandırılmış öğrenim için, profesyonel veya amatör katılımcılara yönelik, yerel tariflerin ve pişirme tekniklerinin öğretildiği kapsamlı Mutfak Eğitimleri sunulur. Bu bilginin geniş kitlelere yayılması, Halk Eğitim & Sürekli Eğitim Entegrasyonu ile sağlanır; halk eğitim merkezleri ve üniversiteler aracılığıyla yerel mutfak kültürü sürekli olarak eğitimin parçası haline getirilir. Son olarak, sosyal etkileşimi arturan Kolektif Mutfak Deneyimleri düzenlenir; bu etkinliklerde katılımcılar gruplar halinde yemek hazırlayarak hem kültürel alışverişi sağlar hem de işbirliği becerilerini geliştirir.
Kültürel, Sanatsal ve Festival Bazlı Deneyimler
Gastronomi Festivalleri
Gastronomi Müzeleri veya Evleri
Mutfak Kültürüne Özgü Törenler
Gastronomi Tiyatrosu / Hikâyeleştirme
Gastronomi şehirlerinde bu deneyimler, mutfak kültürünü sadece bir yiyecek olarak değil, bir sanat formu ve kültürel miras olarak konumlandırarak şehrin çekim gücünü artırır.
Bu sürecin merkezinde, bölgesel yemek yarışmaları, tadım stantları ve mutfak gösterilerinden oluşan Gastronomi Festivalleri yer alır; bu festivaller, hem yerel gururu canlandırır hem de turistler için güçlü bir ziyaret motivasyonu oluşturur. Kültürel mirasın korunması ve sergilenmesi amacıyla, Gastronomi Müzeleri veya Evleri (örneğin Edirne Miş Meyve Sabunu Evi gibi) kurulmalıdır; bu deneyimsel sergi alanları, yöresel mutfak mirasının somut kanıtlarını sunar.
Mutfak kültürünün derinliğini göstermek için, düğün yemekleri, dini bayram sofraları veya hasat şenlikleri gibi Mutfak Kültürüne Özgü Törenlerin gastronomik rolleri öne çıkarılır. Son olarak, duygusal bağ kurmayı sağlayan Gastronomi Tiyatrosu / Hikâyeleştirme etkinlikleri düzenlenir; bu sanatsal yaklaşımla, tarihi tarifler dramatize edilerek veya kültürel öyküler yemekle harmanlanarak unutulmaz, anlam yüklü deneyimler yaratılır.
Bu deneyimler bütünü, gastronominin sosyal ve kültürel sermayesini harekete geçirerek, destinasyonun sadece ekonomik değil, aynı zamanda kültürel sürdürülebilirliğini de destekler.

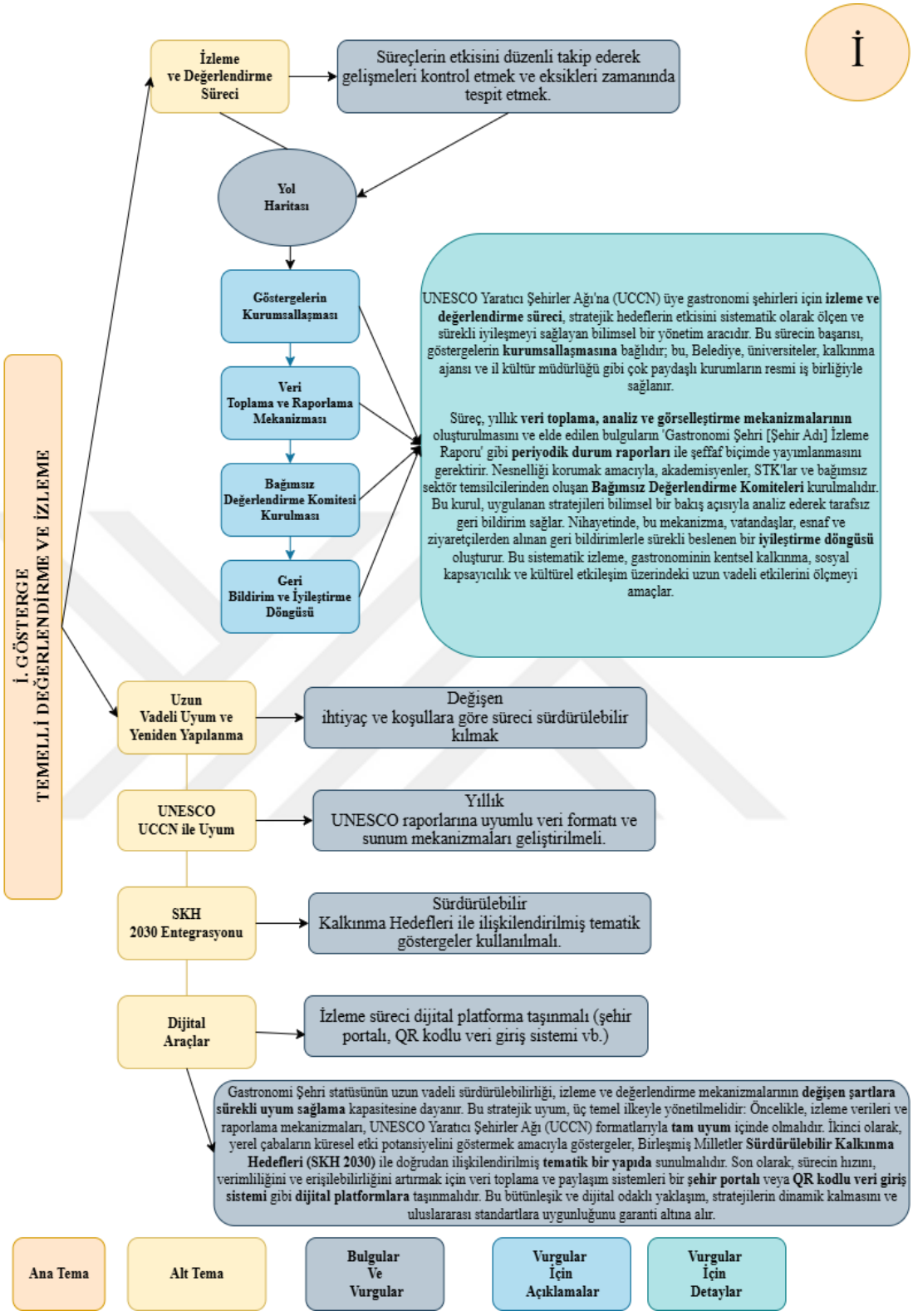


Stratejik Alan	Amaç	Kurumsal Yapı/Girişim	Akademik Odak Noktası
Çoğulcu Katılım	Yerel halkın sahiplenmesini ve temsilini sağlamak.	Gastronomi Konseyleri	Kurumsal Yönetişim ve Sosyal Sermaye
Mirasın Korunması	Mutfak kültürünü gelecek nesillere aktarmak.	"Halkın Tarifi Halkın Tarihi" Dijital Arşivi	Kültürel Antropoloji ve Dijital Miras Yönetimi
Gastro-Diplomasi	Yemek üzerinden uluslararası kültürel bağları güçlendirmek.	Kardeş Şehir Mutfak Değişimleri	Kamu Diplomasisi ve Kültürlerarası Etkileşim
Yaratıcı Ekonomi	Kültür temelli girişimlerle ekonomik değer yaratmak.	Start-up Teşvikleri, Food Innovation Hubs	Girişimcilik Ekosistemi ve Gıda Teknolojileri (*Food-Tech*)
Dijitalleşme	Gastronomik deneyimi teknolojiyle zenginleştirmek.	Sanal Turlar, AR Uygulamaları	Dijital Dönüşüm ve Deneyim Ekonomisi

H


H. Kültürel Atraksiyonlar
Kültürel Geziler ve Deneyimsel Aktiviteler
Kültür Sektörüne ve Kültürel Atraksiyonlara Yatırım
Mevcut Envanteri Çıkarma
Altyapı Geliştirme ve Restorasyon
Eğitim ve Kapasite Geliştirme
Finansman ve Teşvik
Dijitalleştirme ve Tanıtım
Sürdürülebilirlik ve Katılımcılık
Gastronomi şehirlerinin stratejik gelişimi, Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SKA) doğrultusunda, **kültürel zenginlik, çoğulcu katılım ve yaratıcı ekonomik teşvikler** üzerine inşa edilmelidir. Sürdürülebilirlik odaklı girişimler, gıda atığını azaltan eğitimler ve yerel ürünleri öne çıkaran "sıfır kilometre mutfak" modelleri ile döngüsel ekonomiyi mutfak pratiklerine entegre ederken, çiftçi-pazarı kooperatifleri ile tarımsal sürdürülebilirliği destekler. Bu süreçte, kent yönetişimi, yerel halkın, kadın kooperatiflerinin ve gençlerin temsil edildiği **Gastronomi Konseyleri** aracılığıyla çoğulcu bir yapı kazanmalıdır (Örnek: Halkın mutfak tarihini dijital arşive taşıyan 'Halkın Tarifi Halkın Tarihi' projesi). Uluslararası alanda ise, **gastro-diplomasi** (Örnek: Tayland, Peru) ve kardeş şehirlerle kurulan mutfak kültürü değişim programları ('Bir Nehir İki Sofra' atölyeleri) ile kültürel etkileşim derinleştirilir. Ekonomik kalkınma, **Food Innovation Hubs** gibi merkezlerle gastronomi temelli *start-up* teşvikleri, gıda teknolojileri ve sürdürülebilir ambalaj girişimleriyle yaratıcı ekonomiye yönelir. Kültürel çekiciliklerin yönetimi ise somut ve somut olmayan mirasın (el sanatları, folklor) **Gastronomi Rotaları** ile entegre edilmesini gerektirir. Altyapı yatırımları (restorasyon, engelli dostu erişim), kültür sektörüne yönelik sürekli eğitimler ve dijitalleşme projeleri (sanal turlar, AR uygulamaları) ile desteklenir. Tüm bu adımların finansmanı, yerel bütçe, ulusal fonlar ve özel sektör iş birlikleri ile güvence altına alınırken, yerel halkın karar alma süreçlerine dahil edilmesiyle kültürel varlıkların turizmle birlikte **sürdürülebilir korunması** sağlanır.


I
I.
ŞEHİRDEKİ ALTYAPI VE HİZMETLER
Ünlü
Şefler ve Ünlü
Restoranlar
Bölgenin
Sosyoekonomik
Özellikleri ve Karakteri
Altyapı
Ulaşım ve Konaklama
Nitelikli
İş Gücü
Fiyatlandırma
Politikaları
Bir kentin sürdürülebilir bir Gastronomi Şehri kimliği geliştirmesi, mutfak zenginliğinin yanı sıra sağlam bir altyapı ve hizmet ekosistemine entegrasyonunu gerektirir.
Bu potansiyelin merkezinde, şehrin kimliğini taşıyan ödüllü şeflerin profilleri ve sürdürülebilir menüleri, coğrafi işaretli ürünleri teşvik eden kategorize edilmiş restoranlar yer alır. Bu aktörlerin uluslararası ağlarla etkileşimi desteklenmelidir.
Sürdürülebilirlik için kritik olan sosyoekonomik altyapının anlaşılması; nüfus yapısı, gelir düzeyi ve yerel halkın katılım isteği analiz edilmelidir. Kadın kooperatifleri gibi yerel ekonomik aktörler desteklenerek toplumsal sahiplenme ve kapsayıcılık sağlanır. Sektördeki nitelikli iş gücü için, yerel mutfağa hâkim, uluslararası standartlarda eğitimli aşçılar, servis personeli ve gastronomi hikâyelerini anlatabilen rehberler yetiştirilmelidir; meslek okullarının müfredatları bu ihtiyaca göre güncellenmelidir.
Gastronomi turizminin erişilebilirliği, konaklama tesislerinin sayısı ve kalitesi ile karayolu/havayolu ulaşım olanaklarının geliştirilmesiyle sağlanır. Şehir içi ulaşımda, pazarlar ve restoranlar gibi gastronomi noktalarına özel rotalar planlanmalıdır. Son olarak, kentsel altyapının atık yönetimi ve enerji sürdürülebilirliği, uzun vadeli turizm potansiyelini garanti altına alan temel teknik gerekliliklerdir.
Bu bileşenlerin bütünleşik yönetimi, şehrin Gastronomi Şehri unvanını hak etmesinin ve küresel düzeyde markalaşmasının temelini oluşturur.
Gastronomi şehirlerinde fiyatlandırma politikaları, deneyimin erişilebilirliği ile sürdürülebilir üretim arasındaki hassas dengeyi kurmayı amaçlayan stratejik bir araçtır. Akademik perspektiften bakıldığında, adil fiyatlandırma, hem yerel ekonomik aktörleri korumalı hem de tüketiciyi yabancılaştırmamalıdır.
Gastronomi turizminin sürdürülebilirliği, geliştirilen fiyatlandırma mekanizmalarının adil, şeffaf ve değer odaklı olmasına bağlıdır. Piyasa dinamiklerini bozacak ve destinasyonun güvenilirliğini zedeleyecek çift fiyatlandırma sistemlerinden kesinlikle kaçınılmalı, bunun yerine yerli ve yabancı tüm tüketicilere hitap eden adil ve tekil bir fiyat sistemi benimsenmelidir. Bu şeffaflık, kentin uluslararası alandaki itibarını ve etik duruşunu güçlendirir. Fiyatlandırma stratejileri, ürünün ekonomik maliyetinin ötesinde, kültürel ve kalite katma değerini yansıtmalıdır; özellikle coğrafi işaretli ürünler için uygulanan fiyatlar, geleneksel üretim yöntemlerini ve yerel kimliği koruyan üreticinin emeğini ve kalitesini tescil etmelidir. Nihayetinde, gastronomi hizmetlerinde kalite ile fiyat arasında güçlü bir korelasyon (denge) sağlanmalıdır ki bu, müşteri memnuniyetini ve tekrarlayan ziyaretleri teşvik eden en önemli faktördür. Uygulanan marj, yerel üreticiyi koruyarak makul bir kâr elde etmesini sağlarken, son tüketicinin alım gücünü zorlamayacak hakkaniyetli bir düzeyde tutulmalıdır. Bu dengeli yaklaşım, gıda ekosisteminin sosyal sürdürülebilirliği için temel koşuldur.


İ
İzleme ve Değerlendirme Süreci
Süreçlerin etkisini düzenli takip ederek gelişmeleri kontrol etmek ve eksikleri zamanında tespit etmek.
Yol Haritası
Göstergelerin Kurumsallaşması
Veri Toplama ve Raporlama Mekanizması
Bağımsız Değerlendirme Komitesi Kurulması
Geri Bildirim ve İyileştirme Döngüsü
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na (UCCN) üye gastronomi şehirleri için izleme ve değerlendirme süreci, stratejik hedeflerin etkisini sistematik olarak ölçen ve sürekli iyileşmeyi sağlayan bilimsel bir yönetim aracıdır. Bu sürecin başarısı, göstergelerin kurumsallaşmasına bağlıdır; bu, Belediye, üniversiteler, kalkınma ajansı ve il kültür müdürlüğü gibi çok paydaşlı kurumların resmi iş birliğiyle sağlanır.
Süreç, yıllık veri toplama, analiz ve görselleştirme mekanizmalarının oluşturulmasını ve elde edilen bulguların 'Gastronomi Şehri [Şehir Adı] İzleme Raporu' gibi periyodik durum raporları ile şeffaf biçimde yayımlanmasını gerektirir. Nesnelliği korumak amacıyla, akademisyenler, STK'lar ve bağımsız sektör temsilcilerinden oluşan Bağımsız Değerlendirme Komiteleri kurulmalıdır. Bu kurul, uygulanan stratejileri bilimsel bir bakış açısıyla analiz ederek tarafsız geri bildirim sağlar. Nihayetinde, bu mekanizma, vatandaşlar, esnaf ve ziyaretçilerden alınan geri bildirimlerle sürekli beslenen bir iyileştirme döngüsü oluşturur. Bu sistematik izleme, gastronominin kentsel kalkınma, sosyal kapsayıcılık ve kültürel etkileşim üzerindeki uzun vadeli etkilerini ölçmeyi amaçlar.
İ. GÖSTERGE TEMELLİ DEĞERLENDİRME VE İZLEME
Uzun Vadeli Uyum ve Yeniden Yapılanma
Değişen ihtiyaç ve koşullara göre süreci sürdürülebilir kılmak
UNESCO UCCN ile Uyum
Yıllık UNESCO raporlarına uyumlu veri formatı ve sunum mekanizmaları geliştirilmeli.
SKH 2030 Entegrasyonu
Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ile ilişkilendirilmiş tematik göstergeler kullanılmalı.
Dijital Araçlar
İzleme süreci dijital platforma taşınmalı (şehir portalı, QR kodlu veri giriş sistemi vb.)
Gastronomi Şehri statüsünün uzun vadeli sürdürülebilirliği, izleme ve değerlendirme mekanizmalarının değişen şartlara sürekli uyum sağlama kapasitesine dayanır. Bu stratejik uyum, üç temel ilkeyle yönetilmelidir: Öncelikle, izleme verileri ve raporlama mekanizmaları, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı (UCCN) formatlarıyla tam uyum içinde olmalıdır. İkinci olarak, yerel çabaların küresel etki potansiyelini göstermek amacıyla göstergeler, Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SKH 2030) ile doğrudan ilişkilendirilmiş tematik bir yapıda sunulmalıdır. Son olarak, sürecin hızını, verimliliğini ve erişilebilirliğini artırmak için veri toplama ve paylaşım sistemleri bir şehir portalı veya QR kodlu veri giriş sistemi gibi dijital platformlara taşınmalıdır. Bu bütünleşik ve dijital odaklı yaklaşım, stratejilerin dinamik kalmasını ve uluslararası standartlara uygunluğunu garanti altına alır.
Ana Tema
Alt Tema
Bulgular Ve Vurgular
Vurgular İçin Açıklamalar
Vurgular İçin Detaylar

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bulgular, Edirne'nin tarihi ve kültürel mirası tarafından şekillenen gastronomik potansiyelinin, sürdürülebilir kalkınma ve destinasyon markalaşması açısından stratejik bir değere sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Nicel ve nitel veriler, şehrin gastronomik kimliğinin benzersizliği, coğrafi işaretli ürünlerin çeşitliliği ve gastronomi festivallerinin katkıları ile desteklenen güçlü bir yapıya işaret etmektedir. Ancak, tanıtım stratejilerindeki yetersizlikler, kurumsal koordinasyon eksikliği ve uluslararası ağlara sınırlı entegrasyon gibi faktörler, bu potansiyelin tam olarak gerçekleştirilmesini engellemektedir. Literatürle uyumlu olarak, gastronomi'nin ekonomik kalkınma, kültürel mirasın korunması ve şehir markalaşmasında oynadığı rol, Edirne örneğinde somut olarak gözlemlenmiştir. Bu çerçeve içinde geliştirilen ön uygunluk modeli, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, özel sektör ve akademik çevreler için bir kılavuz araç işlevi görmektedir. Sonuç bölümünde, bu değerlendirmeler ışığında, Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Teması kapsamındaki potansiyelinin nasıl somutlaştırılabileceği ayrıntılı olarak tartışılacaktır.

Ord. Prof. Dr. Süheyl Ünver'in "*Her şey biter, Edirne bitmez.*" sözünde ifadesini bulan tarihsel süreklilik, Edirne'nin hem Osmanlı medeniyetinin ruhunu taşıyan hem de modern dünyanın ihtiyaçlarına cevap verebilecek ölçekte çok katmanlı bir şehir olduğunu göstermektedir. Osmanlı'nın başkentlik döneminde Bursa ile birlikte sanat, zanaat ve mimarlığın yüksek nitelikli örneklerinin işlendiği merkezlerden biri olan Edirne; köprüleri, kervansarayları, camileri, külliyeleri, çarşıları, su yolları ve saraylarıyla yalnızca bir devlet merkezi olmakla kalmamış, aynı zamanda doğuyu batıya bağlayan önemli bir ticaret ve kültür kavşağı hâline gelmiştir. Rumeli üzerinden Anadolu'yu Avrupa'ya bağlayan bu köprü işlevi, kervan yolları aracılığıyla Mısır'a, Suriye'ye ve Balkanlara taşınan ürünlerle Edirne'nin tarihsel rolünü pekiştirmiştir (Ayverdi, 2024, s.14-15).

Günümüzde Selimiye Camii ve Külliyesi'nin (2011) UNESCO Dünya Miras Listesi'nde yer alması, (Er ve Bardakoğlu, 2016). Sultan II. Bayezid Külliyesi'nin (2016) ve Uzunköprü'nün (2015) UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'ne dâhil edilmesi, Unesco'nun somut olmayan kültür mirası listesine alınan Kırkpınar

Güreşleri (Baykan, 2013, s. 25-30). Edirne'nin kültürel değerlerinin uluslararası ölçekte tanınmışlığını göstermektedir. Bu yapılar yalnızca tarihsel birer mimari unsur değil; aynı zamanda kentin gastronomi, kültür, sağlık, eğitim ve sosyal yaşam pratiklerini günümüze taşıyan çok katmanlı miras alanlarıdır. Özellikle Sultan II. Bayezid Külliyesi'nin imaret bölümü, dönemin beslenme kültürünü yansıtan nadir mutfak miraslarından biri olarak gastronomi tarihçiliğine önemli kanıtlar sunmaktadır (Benian ve Mısırlı, 2022, s. 95-122).

Bu araştırma kapsamında elde edilen veriler, Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na gastronomi temasıyla katılma potansiyelinin yüksek olduğunu göstermektedir. Başka istekli şehirler ve halklarda yapılan araştırmalarda halkın gastronmi şehri olma isteğini ölçmüştür (Şahin ve Ünlüönen, 2021). Nitelikli örneklem grubuna uygulanan anket sonuçları, sürecin sosyal, kültürel ve ekonomik etkilerine yönelik toplumsal desteğin güçlü olduğunu ortaya koymuştur. Toplumsal destek oranlarının %80–%90 düzeylerine ulaşması, Edirne'nin gastronomi odaklı bir uluslararası ağa katılımının yerel halk tarafından sahiplenilebileceğini göstermesi bakımından oldukça değerlidir.

Sosyal, kültürel ve ekonomik bulgular değerlendirildiğinde araştırma sonuçlarına göre:

- Sosyal boyutta, yaşam kalitesinin artacağı (%80,5), sosyal etkinliklerin çoğalacağı (%88,9) ve halkın bilinçlendirilmesi gerektiği (%90,7) yönündeki görüşler, gastronomi temelli kalkınmanın sosyal sermayeyi güçlendireceğini göstermektedir.
- Kültürel boyutta, Edirne mutfağının uluslararası tanıtımı (%89,1) ve kültürel mirasın görünür kılınacağına dair yüksek inanç (%92,8), gastronomi temalı UNESCO sürecinin kentin kültür politikalarıyla uyumlu ilerleyebileceğini kanıtlamaktadır.
- Ekonomik açıdan, yeni iş alanlarının doğacağı (%79,5), yatırım çekileceği (%82,7) ve ekonomik gelirin artacağı (%85,5) bulguları, gastronomi temelli destinasyon yönetiminin Edirne ekonomisine çok yönlü katkı sağlayacağını göstermektedir.

Bu veriler, Edirne'nin gastronomi şehri olma potansiyelini yalnızca kültürel miras üzerinden değil, ekonomik ve toplumsal sürdürülebilirlik yönünden de desteklenmesi gerektiğinin göstergesidir.

Edirne'nin mevcut envanteri ve UNESCO kriterleri açısından durumu değerlendirildiğinde, elde edilen bulgular doğrultusunda Edirne'nin gastronomi alanındaki mevcut altyapısı şu şekilde özetlenebilir:

- Kentte coğrafi işaretli ürün sayısı yüksektir ve yeni tescil süreçleri devam etmektedir.
- Aşçılık ve gastronomi eğitimi veren kurumların sayısı ve donanımı yeterli bulunmuştur.
- Kentte müzecilik gelişmiştir; kültür, sanat ve mutfak mirasını doğrudan yansıtan müzeler mevcuttur.
- Turizm verileri, yoğun geceleme sayısına rağmen nitelikli konaklama kapasitesinin geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir.
- Birden fazla gümrük kapısı, Edirne'nin sınır ötesi etkileşim potansiyelini artırmaktadır.
- Edirne Valiliği tarafından yapılan master plan çalışmaları, turizm ve gastronomi ekseninde çok yönlü bir gelişim hedefinin olduğunu göstermektedir.
- Kentte kooperatifçilik ve özellikle kadın kooperatiflerinin yiyecek–içecek sektöründe aktif olması, yerel gastronomi ekonomisini güçlendiren önemli bir unsurdur.

Bu unsurlar ışığında UNESCO kriterleri bağlamında değerlendirildiğinde, Edirne'nin envanter, ürün çeşitliliği, kültürel miras, eğitim kuruluşları ve toplumsal katılım gibi temel başlıklarda güçlü bir konumda olduğu görülmektedir. Ancak şehirleşme, kurumlar arası koordinasyon ve sürdürülebilir planlama alanlarında gelişmeye ihtiyaç vardır.

UNESCO kriterlerine göre Edirne'nin güçlü ve gelişmesi gereken yönleri çalışma kapsamında elde edilen veriler kullanılarak yazar tarafından aşağıdaki gibi düzenlenmiştir.

1)Güçlü Yönler:

- Zengin kültürel miras ve uluslararası tanınırlık,
- Coğrafi işaretli ürün çeşitliliği,
- Sınır kenti olması nedeniyle yüksek ziyaretçi potansiyeli,
- Yerel gastronomi kültürünün otantik ve tanımlanabilir olması,
- Eğitim kurumlarının yaygınlığı ve mutfak kültürüne katkısı,
- Yerel yönetimlerin turizm ve gastronomiyi destekleyen projelere açık olması.

2) Geliştirilmeye Açık Alanlar

- Şehir içi ulaşım, kentleşme ve altyapı hizmetlerinin güçlendirilmesi,
- Paydaşlar arası ortak çalışma kültürünün geliştirilmesi,
- Halkın sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınma hedefleri 2030 ve gastronomi konularında bilinçlendirilmesi,
- Tanıtım ve destinasyon pazarlamasında ulusal ve uluslararası görünürlüğün artırılmasıdır.

Edirne gastronomi potansiyeli, sınır şehri kimliği, gümrük kapıları, yabancı turistleri, tarihsel mirası ve pazar kültürüyle desteklenen güçlü bir yapıya sahiptir. UNESCO Gastronomi Yaratıcı Şehirleri ile bu potansiyel karşılaştırıldığında hem avantaj hem de dezavantajların sözkonusu olduğu görülmektedir. Edirne şehrinin en önemli gücü, sahip olduğu sınır kapıları sayesinde yabancı ziyaretçi akışının yüksek seviyede olmasıdır. Şehrin yaşam döngüsü çok kültürlü ve tarihsel dokusu etkisindendir. Bu durumda George Town örneğinde olduğu üzere gastronomi, mekânsal miras ve kültürle bütünleşme fırsatı yakalamktadır (Khoo ve Badarulzaman, 2014). Şehirde üretilen gastronomik ürün çeşidi fazlalığı göz önünde bulundurulduğunda diğer yerel ürünler ve kırsal üretimle gastronomi şehri olma potansiyelini bağlayan bir çeşitlilik yaratılabilir (Forleo ve Benedetto, 2020). Buna istinaden Edirne'nin gastronomi imajı büyük ölçüde ciğerle sınırlı kalmakta, bu da menü çeşitliliğini gölgede bırakmaktadır. Bu durumda Edirne, yöresel ürünlerini bilmeli, tanıtlamı, öğretmeli ve yerel işletmelerde bunu üretmelidir. UNESCO şehirlerinde görülen çoklu ürün ve kategori anlatısı Edirne'de henüz yeterince gelişmediği görülmektedir (Pearson ve Pearson, 2017). Kurumsal iş birliği ve veri temelli yönetim eksiklikleri de sürecin zayıf yönlerindendir. San Antonio şehrinin

örnek olduğu gibi stratejik kaynakların envanteri ve paydaş koordinasyonu Edirne'de henüz kurumsallaşmadığı tespit edilmiştir (Alimohammadirokni, Emadlou ve Yuan, 2021). Edirne'de yöresel ürünlerin çeşitliliği ve üretimin desteklenmesi, dijital kanallardan pazarlama ve satışın başlaması ve teşviki Gaziantep'in gastronomi şehri olmak için mücadele ettiği zamanlardaki ürün çeşitliliğini arttırmaya yönelik çalışmalarına benzemektedir.

Şehirde eğitim alanında, gastronomiyle ilgili programlar bulunsa da sistematik ve disiplinlerarası bir müfredatın eksikliği, nitelikli insan kaynağı açısından dezavantaj oluşturmaktadır. Adana ve Hatay örneklerinde görülen sektör–akademi–yerel yönetim iş birlikleri Edirne için yol gösterici olacağı düşünülmektedir (Şahin ve Ünlüönen, 2021; Taştan ve İflazoğlu, 2018).

Sonuç olarak Edirne, tarihsel mirası, sınır avantajı ve ürün çeşitliliğiyle güçlü bir başlangıç noktasına sahiptir. Ancak UNESCO ölçeğinde kalıcı bir gastronomi markası için ciğer dışındaki ürünlerin öne çıkarılması, kurumsal koordinasyonun güçlendirilmesi, eğitim sisteminin geliştirilmesi ve sürekli tanıtım faaliyetlerinin yürütülmesi gerekmektedir. Bu adımlar, Edirne'yi yalnızca "lezzet durakları" değil, anlamlı gastronomik deneyimlerin şehri haline getirebilir.

Bulgular sonucunda ortaya çıkan öneriler aktarılmıştır.

1. Tanıtım ve Çeşitlilik

- Edirne'nin yalnızca ciğerle özdeşleştirilmesi algısından uzaklaşmak için yöreye ait yemeklerin tanıtımı artırılmalı.
- Yerel lokantalarda bu yemeklerin satışına önem verilmeli; esnaf odaları sürece aktif olarak dahil olmalıdır.

2. Eğitim ve Genç Kuşakların Katılımı

- Lise ve üniversite düzeyindeki öğrenciler, işletmelerle iş birliği içinde Edirne yöresel ürünleri üzerine uygulamalı çalışmalar yapmalıdır.
- Eğitim müfredatlarında sürdürülebilirlik ve gastronomi kültürü konularına yer verilmelidir.

3. Turizm Çeşitliliği ve Bölgesel Tanıtım

- Edirne'nin il ve ilçeleri turizm çeşitliliği açısından planlı biçimde incelenmeli.
- Her bölgeye gastronomik yemekler ve yöresel ürünler tanıtım misyonu yüklenmelidir.

4. Karaağaç Bölgesi ve Slow Food Yaklaşımı

- Karaağaç bölgesi "yavaş şehir" potansiyeliyle öne çıkarılmalı.
- Slow Food konviviyum'u kurularak sürdürülebilirlik ve çekim gücü artırılmalı; kıymet bilen ziyaretçi sayısı yükseltilmelidir.

5. Yabancı Turistlere Yönelik Hizmetler

- Gümrük kapılarından gelen yabancı turistler için esnaf odaları, valilik ve belediye iş birliğiyle gıda işletmeleri çalışanlarına yabancı dil eğitimi verilmelidir.

6. Halkın Bilinçlendirilmesi ve Katılımı

- Halkın gastronomi konusunda bilgi düzeyi artırılmalı; bilinçlendirme çalışmaları yapılmalıdır.
- Yerel halkı kapsayan özel etkinlikler, eğitimler, yarışmalar ve farkındalık projeleri düzenlenmelidir.

7. Coğrafi İşaretli Ürünler ve Kadın Kooperatifleri

- Coğrafi işaretli ürünlerin sayısı artırılmalı ve etkin biçimde değerlendirilmelidir.
- Kadın kooperatiflerine verilen destek ve maddi olanaklar güçlendirilmelidir.

8. Konaklama ve Altyapı

- Edirne'de konaklama tesisleri artırılmalı ve gastronomi turizmine uygun hale getirilmelidir.

9. Deneyim Paylaşımı ve İstişare

- Gastronomi şehri olma potansiyeli içinde görev alacak kişiler, gastronomi şehri olmuş kentlere geziler düzenleyerek istişarelerde bulunmalıdır.
- Şehir idari birimleri ile aşçılık eğitimi veren kurumların iş birliği düzeyi artırılmalıdır.

10. İşletmelerin Teşviki ve Ödül Sistemi

- Yöresel yemek sunan ve köklü işletmelerin ayakta kalması için ödül sistemi kurulmalı.
- Bu işletmelerin yeni nesillere aktarılması teşvik edilmelidir.

11. Etkinlikler ve Katılım

- Hasat günleri, tıbbi aromatik bahçe ekim/dikim, tohum takası günleri daha iyi duyurulmalı.
- Halkın bu etkinliklere aktif katılımı sağlanmalıdır.

12. Menü Çeşitliliği ve Sokak Lezzetleri

- Yeme-içme hizmeti veren işletmelerde yöresel yemeklerin menülerde yer alması teşvik edilmelidir.
- Sokak lezzetleri, yemek okulları, esnaf lokantaları gibi gastronomi rotaları ve rehberli programlar geliştirilmelidir.

13. Paydaş Katılımı

- Her yaş ve uzmanlık düzeyinden görüş belirtecek bir paydaş grubu oluşturulmalıdır.
- Şehir ve turistik rehberler gastronomi şehri olma sürecinde ortak çalışma yürütmelidir.

14. Yerel Şefler ve Birliktelik

- Yerel şefler birliği kurulmalı; gastronomi alanında birliktelik sağlanmalıdır.

15.Kültürel ve Sanatsal Etkinlikler

- Gastronomiyle bağlantılı kültürel ve sanatsal etkinliklerin sayısı artırılmalı; şehir kimliği güçlendirilmelidir.

Bu kapsamda sürdürülebilir gastronomi ilkelerine yönelik farkındalığın artırılması, eğitim programlarının sadeleştirilerek halka yayılması ve şehir genelinde ortak bir vizyonun oluşturulması gerekmektedir.

Tezin özgün katkısı olan Gastronomi Şehri Modeli, UNESCO kriterleri ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri doğrultusunda hazırlanmış on başlıktan oluşmaktadır. Model;

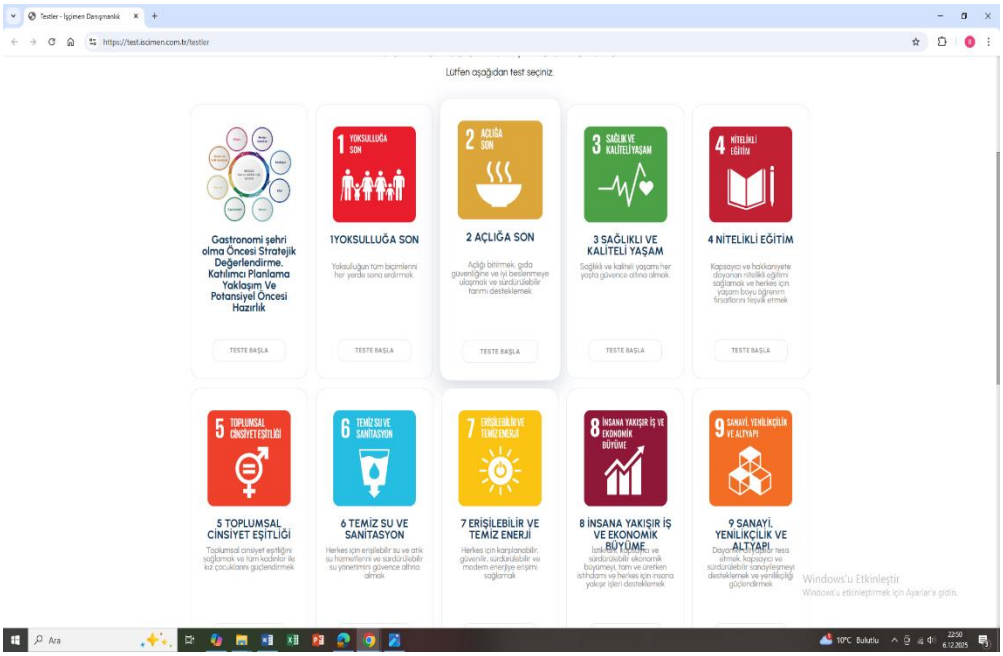
1. Envanter analizi,
2. Paydaş yönetimi,
3. Komite ve uzmanlık grupları,
4. Yerelden küresele gastronomi eğitimi,
5. Sürdürülebilir üretim–tüketim,
6. Gastronomi destinasyonu pazarlaması,
7. Gastronomik deneyim tasarımı,
8. Kentsel ve sosyal altyapı,
9. Değerlendirme–izleme,
10. Şeffaf raporlama süreçleri

üzerine kuruludur. Çalışma kapsamında elde edilen Edirne hakkında ki bulgular, nitel ve nicel veriler kullanılarak model başlıkları yazar tarafından düzenlenmiştir. Model, yalnızca Edirne için değil, gastronomi şehri olmak isteyen tüm kentler için uygulanabilir bir çerçeve sunmaktadır. Bu modelin web tabanlı hale getirilmesi, şehirlerin kendi potansiyellerini ölçmesine, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine uyum düzeylerini görmesine ve geliştirme planlarını bilimsel temellere dayandırmasına imkân sağlayacaktır. Bu tezde önerilen model, Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler

Ağı sürecine hazırlanmasını desteklemekte ve gastronomi şehri olma yolunda bilimsel bir çerçeve oluştururken, aynı zamanda gastronomi temelli bir bakış açısıyla 2030 sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle de uyum sağlamasına katkıda bulunacaktır. Araştırmanın nitel ve nicel bulguların birbirini desteklediği, Edirne'nin bu alandaki potansiyelini ortaya koymakta ve kapsamlı bir model önerisinin oluşturulmasına katkıda bulunmaktadır.

Bu modelden elde edilen bilgiler ışığında, UNESCO, gastronomi şehirleri, sürdürülebilir kalkınma hedefleri 2030 ve Mondiacult 2022 kavramlarını entegre eden özel bir web sitesi geliştirilmiştir. Önerilen model tarafından oluşturulan yapılandırılmış soru akışını kullanan bu platform, şehirlerin gastronomi şehri olarak potansiyellerini keşfetmelerine, belgelemelerine ve değerlendirmelerine rehberlik etmek üzere tasarlanmış raporlar üretmektedir.

Bu raporlar, şehirlerin güçlü ve zayıf yönlerini belirlemelerini ve böylece UNESCO başvuru sürecine sistematik bir şekilde hazırlanmalarını sağlayan stratejik araçlar olarak hizmet vermektedir. Bu bağlamda, çalışma sadece Edirne için değil, gastronomi alanında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılmayı hedefleyen diğer şehirler için de uygulanabilir model sunmaktadır. **Kaynak:** Gastronomi şehri olma Öncesi Stratejik Değerlendirme, Katılımcı Planlama Yaklaşım Ve Potansiyel Öncesi Hazırlık. Erişim Adresi: https://test.iscimen.com.tr/testler



Şekil 12. Model Önerisi Web Uygulaması Ekran Görüntüsü

Bu çalışma, Edirne'nin gastronomi şehri olma potansiyelini tarihi, kültürel, ekonomik, turistik ve toplumsal açılardan çok yönlü biçimde ele alarak kapsamlı bir değerlendirme sunmuştur. Araştırma sonuçları, Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılımını destekleyecek güçlü bir toplumsal taban, zengin bir kültürel miras, gelişmekte olan bir turizm altyapısı ve çeşitliliği yüksek bir gastronomik envantere sahip olduğunu göstermektedir.

Sonuç itibarıyla, Edirne'nin gastronomi şehri olabilmesi:

- kentsel planlama,
- paydaş işbirliği,
- yerel halkın bilinçlendirilmesi,
- sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin uygulanması,
- etkin tanıtım stratejileri,
- güçlü bir yönetim modeli ile mümkündür.

Bu çerçevede son söz olarak, doktora tez çalışması ile geliştirilen bu modelin, Edirne'nin UNESCO sürecine hazırlık sürecinde ve gastronomi temelli sürdürülebilir kalkınma 2030 hedefleri kapsamında gastronomi şehri olma vizyonunun hayata geçirilmesinde, politika yapıcılar ve yerel paydaşlar için stratejik bir rehber niteliği taşıyacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Ajanovic, E., & Çizel, B. (2015). Unesco Yaratici Kentler Aği Ile Antalya Kentinin Değerlendirilmesi. *Akdeniz Insani Bilimler Dergisi*, *5*(1), 1-16.

Akbulut, Y. (2010). Sosyal Bilimlerde SPSS Uygulamaları, İdeal Kültür Yayınları. İstanbul.

Akin, N. ve Bostanci, B. (2017). Unesco Yaratici Şehirler Aği Kapsaminda Gaziantep: Mevcut Raporlar Bağlaminda Bir Değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi* , *8* (19), 110-124.

Akkuş, Ç. ve Yordam, S. (2020). Kastamonu Yemek Kültürünün Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Kriterleri Kapsamında İncelenmesi (Kastamonu Yemek Kültürünün Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Kriterleri Kapsamında İncelenmesi). Turizm Ve Gastronomi Çalışmaları Dergisi, 8(2), 915. https://Doi.Org/10.21325/Jotags.2020.587

Akkuş, Ç., & Yordam, S. (2020). Kastamonu Yemek Kültürünün Unesco Yaratici Şehirler Aği Kriterleri Kapsaminda Incelenmesi (Investigation Of Kastamonu Food Culture Within The Scope Of Unesco Creative Cities Network Criteria). *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies*, *8*(2), 915-936.

Akman, O. ve Güler, E.G. (2021). Edirne Kirmizisi'nin Edirne Iline Kent Kimliği Kazandirmasindaki Rolü. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi/Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *23* (2), 941. https://Doi.Org/10.26468/Trakyasobed.996317

Akpınar, G.S. (2002). Koruma-Kullanım İlkeleri Çerçevesinde Beynam Muhafaza Ormanı'nın Rekreasyonel Taşıma Kapasitesinin Saptanması Üzerine Bir Araştırma. *Tarım Bilimleri Dergisi*, 8 (4), 344. https://Doi.Org/10.1501/Tarimbil_0000000771

Akpulat, N.A., & Üzümcü, T.P. (2019). Turistik Destinasyonlarda Turizmin Etkilerine Yerel Halkın Bakış Açısı: Çeşme Örneği. Rekreasyon ve Turizm Araştırmaları Dergisi, 6(4), 448. Https://Doi.Org/10.31771/Jrtr.2019.46

Aksoy, M. & Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları. Journal Of Tourism and Gastronomu Studies, 3(3), 79-89.

Akyol, O., & Ceyhan, T. (2010). Enez Dalyanı (Edirne, Kuzey Ege) Balıkçılığı. *Ege Journal of Fisheries and Aquatic Sciences*, *27*(1), 31-34.

Akyürek, S. ve Erdem, B. (2019). Gastronomi Turizminde Sürdürülebilir Mekanlar Olarak Gastronomi Müzeleri: Türkiye, Gümüşhane Ili Için Bir Gastronomi Müzesi Önerisi. *Turizam* , *23* (1), 17. https://Doi.Org/10.5937/Turizam23-20717

Akyürek, S., & Kutukiz, D. (2020). Gastro Turistlerin Deneyimleri: Gastronomi Turlari Kapsaminda Nitel Bir Araştirma (Experiences Of Gastro Tourists: A

Qualitative Research In The Scope Of Gastronomy Tours). *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies, 8*(4), 3319-3346.

Alparslan, Ş. (2024). Küresel Politik Ve Askerî Stratejik Dönüşümler Kapsaminda Türkiye Analizi. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . https://Dergipark.Org.Tr/En/Pub/Jsis/Issue/86742/1554826

Alper, I. Ş. I. N., & Yalçin, E. (2020). Coğrafi Işaretli Ürünlerin Gastronomi Turizmi Kapsaminda Değerlendirilmesi (Evaluation Of Geographically Indicated Products Within The Scope Of Gastronomy Tourism). *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies*, *8*(4), 2507-2522.

Altınel, H. (2009). Gastronomide Menü Yönetimi. İstanbul Üniversitesi.

Altunışık, Remzi; Coşkun, Recai; Bayraktaroğlu, Serkan; Yıldırım, Engin (2007). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Kitapevi.

Altunışık, Remzi; Coşkun, Recai; Bayraktaroğlu, Serkan; Yıldırım, Engin (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*.(6.Baskı) Sakarya: Sakarya Kitapevi.

Ari, G.S., Armutlu, C., Tosunoğlu, N.G. ve Toy, B.Y. (2009). Pozitivist Ve Postpozitivist Paradigmalar Çerçevesinde Metodolojik Tartişmalarin Yönetim Ve Pazarlama Alanlarina Yansimalari. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Huniibf/Issue/29197/312650

Arıkan, R. (2000). *Araştırma teknikleri ve rapor yazma*. Gazi Kitabevi.

Aslan, L.A. ve Erbahçeci, G.B. (2022). Arabuluculuk Faaliyetinin Taraflari Ve Taraflarin Temsili. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Fuuiibfdergi/Issue/77855/1211690

Avci, N. (2007). Turizmde Taşima Kapasitesinin Önemi. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . Https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Eab/Issue/39842/472459

Ay, M., & Doğan, M. (2025). Sokak yemek satıcılarının gıda güvenliği bilgisi, tutumu ve uygulamalarının sokak yemeklerinin mikrobiyolojik kalitesi üzerindeki etkisi. Uluslararası Gastronomi ve Gıda Bilimi Dergisi , cilt 39.

Aydoğan, S. ve Keş, Y. (2020). Güncel Haberlerin Reklam Kampanyalarina Yansimasi. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Yjad/Issue/51677/655938

Aytaç, M., ve Öngen, B. (2012). Doğrulayıcı Faktör Analizi İle Yeni Çevresel Paradigma Ölçeğinin Yapı Geçerliliğinin İncelenmesi. İstatistikçiler Dergisi: İstatistik ve Aktüerya, 5(1), 14-22.

Ayverdi Semiha, (2024). Yirmi Ikinci Şehir Edirne, Edirne Valiliği Kültür Yayinlari Syf:14-15

Baki, A., & Gökçek, T. (2012). Karma yöntem araştirmalarina genel bir bakiş. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 11(42), 1-21.

Balli, E. (2016). Gastronomi Turizmi Açisindan Adana Sokak Lezzetleri. *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies*, *4*(Special Issue 1), 3-17.

Baltacı, Ali (2018). Nitel Araştırmalarda Örnekleme Yöntemleri ve Örnek Hacim Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 231-274.

Baştürk, S., Hoca, S., & Taştepe, M. Baştürk, S., ve Taştepe, M. (2013). Evren ve örneklem. S. Baştürk (Ed.), Bilimsel Araştırma Yöntemleri (sf. 129-159). Ankara: Vize Yayıncılık.

Başvuru Çağrısı. Erişim Adresi: https://www.unesco.org/en/creative-cities/call-applications?hub=80094

Batu, A. & Batu, H.S. (2018). Historical Background Of Turkish Gastronomy From Ancient Times Until Today. Journal Of Ethnic Foods, 5(2), 76-82.

Baykan, D. (2013). Müzecilik Tarihimizde Edirne. *Güneş Karadeniz'den Doğar Sümer Atasoy'a Armağan Yazılar*, 25-36.

Becan, C., & Eaghanioskoui, G. (2019). Gösterişçi Tüketim Araci Olarak Instagramin Tüketicilerin Satin Alma Motivasyonuna Etkisi. Yeni MedyaElektronik Dergisi, 3(2), 84-101

Bekar, A., & Belpinar, A. (2015). Gastronomi Turizmine Ilişkin Turist Görüşlerinin Kültürler Arasi Karşilaştirilmasi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, *10*(38), 6519-6530.

Bekar, A., & Belpinar, A. (2015). Turistlerin Gastronomi Turizmine Ilişkin Görüşlerinin Milliyetlerine Göre Değerlendirilmesi.

Belli, A., Tunç, A. ve Aydin, A. (2019). Yerel Yönetim Durumu Üzerine Bir Saha Araştirmasi: Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi Örneği. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *18* (1), 256. https://Doi.Org/10.21547/Jss.453905

Benian, E., & Mısırlı, A. (2022). Tarihi Yapıların Yeniden İşlevlendirilmesi: Edirne Ii. Bayezid Külliyesi Tıp Medresesi Örneği. *Mimarlık Ve Yaşam*, *7*(1), 95-122.

Bessière, J. Ve Tibère, L. (2013). Geleneksel Yiyecek Ve Turizm: Fransız Turist Deneyimi Ve Kırsal Alanlardaki Yiyecek Mirası. Gıda Ve Tarım Bilimi Dergisi, 93(14), 3420. Https://Doi.Org/10.1002/Jsfa.6284

Bessiere, J., & Tibere, L. (2013). Traditional Food And Tourism: French Tourist Experience And Food Heritage In Rural Spaces. Journal Of The Science Of Food And Agriculture, 93(14), 3420-3425.

Bessière, J., Poulain, J. P., & Tibère, L. (2013). L'alimentation Au Cœur Du Voyage. Le Rôle Du Tourisme Dans La Valorisation Des Patrimoines Alimentaires Locaux. Mondes Du Tourisme, (71), 73.

Bilar, E. (2019). Edirne Şehir Tarihçileri Ve Eserleri. Hiperlink Eğit. Ilet. Yay. San. Tic. ve Ltd. Sti..

Bilgin, M. (2023). Unesco Yaratici Şehirler Ağı Kapsaminda Malatya'nin Gastronomi Şehri Olma Potansiyeli.

Böke, Kaan (2014). Örnekleme. (Ed.: Kaan Böke). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, İstanbul: Alfa Yayınları.

Bolat, Y. ve Dolapçioğlu, S. (2020). Kavram Öğretim Sürecinin "Bil, Anla, Yap" Boyutlari Bağlaminda Değerlendirilmesi. *Abant Izzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi , 20* (1), 61. https://Doi.Org/10.17240/Aibuefd.2020.20.52925-513943

Boyacioğlu, E.Z. (2014). Kirsal Turizmde Kadin Girişimciliği: Edirne Örneği. *Uluslararasi Sosyal Ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 4* (2), 82-90.

Boyacıoğlu, E.Z. (2018). *Edirne'deki Konaklama İşletmelerinin Turizm Arz Kapasitesinin Belirlenmesi*.

Boz, N. (2024). Mutfakta Sürdürülebilir Gelecek: Gastronomi Ve Mutfak Sanatlari Eğitiminde Sürdürülebilirlik Incelemesi. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Saktad/Issue/84368/1417434

Bozagci, E. C. (2024). Türk Mutfak Kültürüne Diğer Mutfak Kültürlerinden Yerleşen Yemeklerin Analizi.

Brewer, J. & Hunter, A. (1989). Multimethod research: A synthesis of styles. Newbury Park, CA: Sage

Brillat-Savarin, J. A. (1848). Physiologie Du Gout. Gabriel De Gonet, Rue Des Beaux –Arts 6 Paris.

Buluç, G. (1997). Turistik Çekicilik Kaynaklarinin Planlanmasinda Turistik Ürün Çeşitlendirmesi. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Huniibf/Issue/30538/330460

Bütün, S., & Önçel, S. (2019). Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Tarafından Ödüllendirilen Gastronomi Şehirlerinin Web Sitelerinin Karşılaştırmalı İçerik Analizi. Geojournal Of Tourism And Geosites, 26(3), 831. https://Doi.Org/10.30892/Gtg.26313-401

Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve uygulamada eğitim yönetimi, 32*(32), 470-483.

Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2008). Bilimsel araştırma yöntemleri [Scientific research methods]. *Ankara: PegemA.*

Byrne, J., & Humble, Á. M. (2007). An introduction to mixed method research. Atlantic research centre for family-work issues, 1, 1-4.

Cachiguango, ISG., Del Hierro, CAA. ve Aroca, FXG. (2023). Gastronomi. Tarih, Epistemoloji ve Düzeltmelere Yakin Bir Yaklaşim. *Turpade. Turismo, Patrimonio Y Desarrollo, 2* (18).

Çakır, A. A., & Türkeş, S. (2021). Bilimsel Çalışmalarda Karma Yöntem Nasıl Kullanılır?. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (42), 1-15..

Çakır, A., Çiftçi, G., & Çakır, G. (2017). Trakya Turizm Rotası Projesi: Lezzet Rotası Üzerine Bir Değerlendirme. Journal Of Tourism And Gastronomy Studies.

Çakmak, F. (2021). Öğretmen Adaylari Ve Öğretmenlerin Öğretmenlik Ile Ilgili Metaforik Algilarinin Incelenmesi. *Bayburt Eğitim Fakültesi Dergisi, 16* (31), 219. Https://Doi.Org/10.35675/Befdergi.726660

Çalişkan, S. (2025). Somut Olmayan Kültürel Miras Listesinde Yer Alan Gastronomik Unsurlarin Sürdürülebilir Kalkinma Amaçlari Açisindan Değerlendirilmesi (Gastronomic Elements On The Intangible Cultural Heritage List In Terms Of Sustainable Development Goals). *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies, 13*(1), 935-956.

Cankül, D. ve Ezenel, E. (2018). Bodrum Yarimadasi Ve Zeytinyağı Turizmi: Uygulanabilirliği Açisindan Swot Analizi Ile Değerlendirilmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Iktisadi Ve Idari Bilimler Dergisi , 13* (3), 55-68.

Çat, Ak, Koçak, M.C. ve Bingöl, M. (2022). Etkileyici Kişi (Influencer) Paylaşimlarinin Üniversite Öğrencilerinin Satin Alma Davranişi Üzerindeki Etkisi. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)*. https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Akader/Issue/73189/1167480

Çekal, N. ve Doğan, E. (2022). Sürdürülebilir Gastronomide Standart Reçeteler Ve Coğrafi İşaretlerinin Önemi. *Dergipark (İstanbul Üniversitesi)* . Https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Tucade/İssue/71597/1075610

Çepni, S. (2010). *Araştırma ve proje çalışmalarına giriş*.

Çevik, A. ve Aslan, Z. (2023). Dünyada ve Türkiye'de Gastrodiplomasi Uygulamaları Üzerine Bir AraştırmaDünyada ve Türkiye'de Gastrodiplomasi Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma. Turizm ve Gastronomi Çalışmaları Dergisi , 8 (3), 2298–2317. https://doi.org/10.21325/jotags.2020.661

Ceylan, F. (2024). *Gastronomi turizminde otlar ve ot yemekleri: Türkiye UNESCO Gastronomi Şehirleri* (Doktora Tezi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi (Türkiye)).

Ciğer Sarma. (2025). Erişim adresi: https://www.edirne.com.tr/place/ciger-sarma/49

Cochran, W. G. (1963). Sampling techniques (2. baskı). John Wiley & Sons.

Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2018). Research methods in education (8. baskı). Routledge.

Çokluk, Ö., Yilmaz, K. ve Oğuz, E. (2011). Nitel Bir Görüşme Yöntemi: Odak Grup Görüşmesi. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Akukeg/Issue/29342/313994

Cömert, M. ve Alabacak, C.H. (2019). Türk Mutfağina Ait Yemeklerin Özelliklerinin Değerlendirilmesi: Ankara Ili Örneği (Türk Mutfağı Yemeklerinin Özelliklerinin Değerlendirilmesi: Ankara Ili Örneği). *Turizm Ve Gastronomi Çalişmalari Dergisi*, *7* (3), 2113-2143.

Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). A first course in factor analysis (2. baskı). Lawrence Erlbaum Associates.

Çon, A. H., Hayaloğlu, A. A., Büyükkileci, A. O., Akpinar, A., Barazi, A. Ö., Çakmakçi, A. G. K., ... & Erginkaya, Z. *Fermente Ürünler Teknolojisi Ve Mikrobiyolojisi*. Nobel Akademik Yayincilik.

Creswell, J. W. & Plano Clark, V. L. (2014). Karma yöntem araştırmaları: Tasarımı ve yürütülmesi (Y. Dede ve S. B. Demir, çev. ed). Ankara: Anı Yayıncılık.

Creswell, J. W. (2003). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Creswell, J. W. (2014). Araştırma deseni: Nitel, nicel ve karma yöntem yaklaşımları (S. B. Demir, çev). Ankara: Eğiten Kitap.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.

Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). Designing and conducting mixed methods research(3rded.). SAGE Publications

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (4. baskı). Sage Publications.

Creswell, J. W., & Sözbilir, M. (2017). Karma yöntem araştırmalarına giriş

Creswell, J. W., & Zhang, W. (2009). The application of mixed methods designs to trauma research. *Journal of Traumatic Stress: Official publication of the international society for traumatic stress studies*, *22*(6), 612-621.

Creswell, J. W., Klassen, A. C., Plano Clark, V. L., & Smith, K. C. (2011). Best practices for mixed methods research in the health sciences. *Bethesda (Maryland): National Institutes of Health*, *2013*(2011), 541-545.

Creswell, J.W. ve Plano Clark, V.L. (2011). Designing and conducting mixed methods research. Sage Pub.

Dağdelen, Ş., & Pamukçu, H. (2021). Unesco Yaratici Şehirler Aği Gastro-Turist Profilinin Belirlenmesi: Gaziantep Ve Hatay Ili ÖrneğI (Determining Gastro-

Tourist Profile Of Unesco Creative Cities Network: The Sample Of Gaziantep And Hatay Province). *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies*, *9*(1), 341-365.

Dağdelen, Ş., & Pamukçu, H. (2021). UNESCO yaratıcı şehirler ağı gastro-turist profilinin belirlenmesi: Gaziantep ve Hatay ili örneği. Journal of Tourism & Gastronomy Studies, 9(1), 341-365.

Dağdelen, Ş., Pamukçu, H., Ipar, Ms, & Şimşek, A. (2020). *Unesco Yaratici Şehirler Aği Gastro-Turist Profilinin Belirlenmesi: Gaziantep Ve Hatay Ili Örneği*.

Dalyan, C., Tüzün, S., & Horasanlı, A. Ö. (2015). Saros Körfezi'nde Tespit Edilen Balık Türleri. 18. Sualtı Bilim ve Teknoloji Toplantısı 14-15 Kasım 2015, 41.

Demetgül, Z. ve Baki, A. (2020). Teknolojiyle Donatilmiş Bir Sinifta Eşitsizlik Ve Mutlak Değer Öğretimine Ilişkin Düşünceler: Bir Eylem Araştirmasi. *Türk Bilgisayar Ve Matematik Eğitimi Dergisi* , 1. https://Doi.Org/10.16949/Turkbilmat.333662

Demir, K.A. (2019). Şehir Yönetiminde Çeşitlilik Algisi: Yerel Yönetişim Kavrami Ve Merkezi Olmayan Yerel Yönetişim Uygulamalari Üzerine Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi Sbf Dergisi*, *74* (1), 193. https://Doi.Org/10.33630/Ausbf.523274

Demir, Y. (2025). Müşterilerin UNESCO'nun Gastronomi Şehirleri'nde Bulunan Asırlık Aile Lokantalarındaki Gastronomi Mirası Algılamaları: Karşılaştırmalı Bir Analiz. Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (49), 772-804.

Deniz, T. ve Atişman, E. (2017). Kayseri Ilinin Gastronomi Turizmine Yönelik Bir Swot Analizi Çalişmasi (Kayseri Ili Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Swot Analizi Çalişmasi). *Türk Turizm Arastirmalari Dergisi* , *3* (1), 56. https://Doi.Org/10.26677/Tutad.2017.14

Dilaveroğlu, A. (2020). Yönetişim Ilkeleri Ve Yerel Yönetimler Mevzuatinda Temsili. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Iticusbe/Issue/54570/743674

Doğan, M., Hamarat, H. ve Gül, M. (2024). Kadın girişimcilerin geleneksel gıdalara karşı tutumu: Bingöl örneği. Türk Pazarlama Dergisi , cilt.9, sayı.4, 114-133.

Doğan, Meliha Yaren (2021). Gastronomi Turizminde Yerel Ürünlerin Yeri. Aydın İli Gastronomisinde Otlu Yemekler Üzerine Bir Araştırma, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Muğla.

Doğanli, B. (2020). Coğrafi İşaret, Markalaşma Ve Kirsal Turizm Ilişkileri. *İnsan Ve Sosyal Bilimler Dergisi*, *3*(2), 525-541.

Du Rand G.E., Heath E. (2006). "Towards A Framework For Food Tourism As An Element Of Destination Marketing",Current Issues In Tourism, 9: 206–34.

Duconseille, F. ve Saner, R. (2020). Kapsayıcı Kentsel Manzaralar İçin Yaratıcı Yer Oluşturma. Sanat Yönetimi Hukuku ve Toplum Dergisi, 50(3), 137. Https://Doi.Org/10.1080/10632921.2020.1754985

Duran, G. ve Meydan Uygur, S. (2021). *Türkiye'deki Unesco Gastronomi Şehirlerinin Içerik Analizi Ile Kimliklerinin Keşfedilmesi*.

Duran, G. ve Uygur, S.M. (2022). Unesco Gastronomi Şehirleri Nin Gastronomi Unsurları ve Gastronomi Kimlikleri (Unesco Gastronomi Şehirlerinin Gastronomik Unsurları ve Gastronomik Kimlikleri). Turizm Ve Gastronomi Çalışmaları Dergisi. https://Doi.Org/10.21325/Jotags.2022.1008

Duran, G., & Uygur, S. M. (2022). UNESCO Gastronomi Şehirleri'nin Gastronomi Unsurları ve Gastronomi Kimlikleri. Journal of Tourism & Gastronomy Studies, 10(1), 627-648.

Durlu-Özkaya, F., & Sünnetçioğlu, S. (2013). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi Işaretlemenin Rolü. *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies*, *1*(1), 13-20.

Durmuş, A. ve Turgut, Y.E. (2022). Türkiye'de Yürütülen Uzaktan Eğitime Yönelik Ölçme ve Değerlendirme Faaliyetlerinin Içerik Analizi. *Abant Izzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *22* (3), 984. Https://Doi.Org/10.17240/Aibuefd.2022..-998805

Edirne Belediyesi Kültür Şube Müdürlüğü

Edirne Ciğeri. (2025). Erişim adresi: https://www.edirne.com.tr/place/edirne-tava-cigeri/33

Edirne İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Arşivleri

Edirne İl Sanayi ve Teknoloji Müdürlüğü

Edirne Valiliği Kültür Yayınları – İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2022). *Edirne İl Turizm Master Planı 2022-2030.*

Edirne Valiliği Kültür Yayınları – İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2024). Saros Körfezi Master Planı

Edirne Valiliği Kültür Yayınları – İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2022). *Topraktan Sofraya Edirne*.

Ekinci, Y. (2012). Dünya Mirasi Nedir? Nasil Girilir? Nasil Kalinir.

Elss, V.I., Buono, G. ve Treu, J. (2020). Turizmde Gastronomik Geleneklerin Yorumlanması. Turizm ve Misafirperverlik Yönetimi Dergisi, 8(2). https://Doi.Org/10.17265/2328-2169/2020.02.002

Er, Ö., & Bardakoğlu, Ö. (2016). Kültürel Mirasin Sürdürülebilir Turizm Ürünü Çeşidi Olarak Değerlendirilmesi: Edirne Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Işletme Fakültesi Dergisi*, *17*(2), 95-111.

Erdoğan, E., & Kuter, N. (2010). Edirne Kenti Kültür Varliklarinin Kent Estetiği Açisindan Değerlendirilmesi. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, *7*(3), 137-145.

Erdoğan, Ö. (2016). Yerel Yönetimlerin Toplu Taşima Rol Ve Sorumluluklarinin Edirne Örneği Özelinde Değerlendirilmesi. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Abmyoder/Issue/46666/585111

Erdoğan, O. (2020). Yerel Politikalarin Şekillenmesinde Dijital Demokrasi: Antalya Muratpaşa Belediyesi Komşu Meclisi. *Uluslararasi Yönetim Akademisi Dergisi* , *3* (1), 48. https://Doi.Org/10.33712/Mana.718879

Erdoğan, S. ve Özdemir, G. (2018). İzmir Destinasyonunda Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Araştirma. *Turizm Ve Gastronomi Çalişmalari Dergisi*, *6* (3), 249-272.

Eren D., Alkan S. (2020). Gastronomi Turizminde Güncel Araştırmalar, Detay Yayıncılık, Ankara.

Eren, D., & Alkan, S. (2019). *Nevşehir gastronomi turizminin gelişmişlik düzeyinin belirlenmesi* (Master's thesis).

Ergan, K., Kizilirmak, I. ve Ergan, S. (2020). *Gastronomik Ürünlerin Destinasyon Seçimine Olan Etkisi: Edirne Ili Örneği*. https://Avesis.Istanbul.Edu.Tr/Yayin/75f02c16-Edb0-4587-B959-20bafcc9754d/Gastronomik-Urunlerin-Destinasyon-Secimine-Olan-Etkisi-Edirne-Ili-Ornegi

Eriş, M., Küçük, C., Tuna, K., Yetiş, K., Mülayim, S., Çobanoğlu, A. V., & Likoğlu, T. Edirne Valiliği Kültür Yayinlari.

Erkorkmaz, Ü., Etikan, İ., Demir, O., Özdamar, K., ve Sanisoğlu, S. Y. (2013). Doğrulayıcı Faktör Analizi Ve Uyum İndeksleri. Turkiye Klinikleri Journal of Medical Sciences, 33(1), 210-223.

Eroğlu, A. (2015). Pazarlama Planlama Sürecinde Satiş Tahminleri Ve Çoklu Regresyon ve Korelasyon Analizinin Etkinliği. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . https://Dergipark.Org.Tr/En/Pub/Sduiibfd/Issue/20856/223716

Eryılmaz, G. A., Kılıç, O., & Boz, İ. (2019). Türkiye'de Organik Tarım ve İyi Tarım Uygulamalarının Ekonomik, Sosyal ve Çevresel Sürdürülebilirlik Açısından Değerlendirilmesi. *Yuzuncu Yıl University Journal Of Agricultural Sciences*, *29*(2), 352-361.

Europa Nostra Resmî Sitesi: Https://Www.Europanostra.Org

Firidin, E. ve Uzun, A. (2018). İyi Yönetişim Ilklerinden Katilimin Uygulanmasi Hususunda Teorik Bir Değerlendirme. *Nevşehir Haci Bektaş Veli Üniversitesi Sbe Dergisi*, *8* (1), 180. https://Doi.Org/10.30783/Nevsosbilen.377035

Fraenkel, J.R. & Wallen, N.E. (2009). How to design and evaluate research in education. New York: McGraw-Hill.

Gastronomi şehri olma Öncesi Stratejik Değerlendirme, Katılımcı Planlama Yaklaşım ve Potansiyel Öncesi Hazırlık. Erişim Adresi: https://test.iscimen.com.tr/testler

Gazelci, S.C. ve Aksoy, M. (2024). Türkiye'de Oluşturulan Teorik Gastronomi Rotalarinin Bibliyometrik Analizi. *Seyahat Ve Otel Işletmeciliği Dergisi, 21* (1), 149. https://Doi.Org/10.24010/Soid.1388600

Gaziler Helvası. (2025). Erişim adresi: https://www.edirne.com.tr/place/gaziler-helvasi/58

Giannakaki, M. S. (2005). Using mixed-methods to examine teachers‟ attitudes to educational change: the case of the skills for life strategy for improving adult literacy and numeracy skills in England. Educational Research and Evaluation, 11(4), 323-348

Girgin, G.K. (2018). Yerel Gidalarin Tüketilmesine Yönelik Turist Motivasyonlarinin Ölçülmesi: Antalya'da Bir Uygulama. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Ataunisosbil/Issue/36559/384399

Giritlioğlu, İ. ve Öksüz, E. (2016). Turizmde Destinasyon Marka İmajı Ve Destinasyon Aidiyeti: Gaziantep İli Üzerine Bir Alan Çalışması, Odü Sosyal Bilimler Çalışmaları Dergisi (Odüsobiad) , 6 (15) , 270-290.

Gizerler, M. (2004). *Türk Mutfağı Ve Edirne'den Yemek Kültürümüz*. Edirne Valiliği.

Gökdeniz, A., Erdem, B., Dinç, Y. ve Uğuz, S. (2015). Gastronomi Turizmi: Ayvalık‟Ta Yerli Turistler Üzerinde Görgül Bir Araġtırma. Journal Of Tourism and Gastronomy Studies, 3 (1), 14-28

Gönenç Güler, E. (2018). *Sürdürülebilir Marka Kente Doğru: Edirne Kırmızısı*

Görün, M. (2006). Yerel Demokrasi Ve Katilim: Izmir, Konya Ve Ağri Il Meclisi Üyeleri Üzerine Bir Araştirma. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)*. https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Comuybd/Issue/4115/54159

Göynüşen, S.E. (2011). Edirne'deki Gastronomik Bütünleşmenin Pazarlama Ve Markalaşmasina Etkileri.

Greene, J. C. (2005). "The generative potential of mixed methods inquiry". International Journal of Research & Method in Education, 28(2): 207 – 211.

Greene, J. C., Caracelli, V. J. & Graham, W. F. (1989). Toward a conceptual framework for mixed-method evaluation designs. Educational Evaluation and Policy Analysis, 11(3), 255–274.

Guzman, L.T., Canizares, S.S. (2011). Gastronomy Tourism And Destination Differentiation: A Case Study In Spain. Review Of Economics & Finance. September, 2011.

Güçer, Y., Aydoğdu, H. ve Durgun, T. (2009). Geleneksel Trakya İçeceği; "Hardaliye". Trakya Bilimler Dergisi , cilt.7, sayı.2, 208-210.

Güler, E.G. (2018). Sürdürülebilir Marka Kente Doğru: Edirne Kirmizisi. *Uluslararasi Turizm Ekonomi ve Işletme Bilimleri Dergisi*, *2* (1), 11-19.

Güler, E.G. ve Değirmendereli, B. (2018). Edirne'deki Meyve Sabunu Işletmelerinin Pazarlama Faaliyetleri. *Ssrj| Sosyal Bilimler Araştirma Dergisi| E-Issn: 2147-5237| Yayin Sikliği: Sürekli Yayin| Yayin Tarihleri: 2012-9999| Uluslararasi Akademik Dergi*, *7* (03), 173-186.

Güler, M., & Ekinci Danişan, Y. A. Ş. A. G. Ü. L. (2010). Tarihi Çevre Korumanin Yönetsel Boyutu ve Alan Yönetimi. Çağdaş Yerel Yönetimler, 19(3), 1-24.

Güler, O., & Sánchez Cañizares, S. M. (2016). UNESCO Creative Cities of Gastronomy. Academia. edu.

Güler, S. (2010). Türk Mutfak Kültürü Ve Yeme Içmeniz. *Dumlupinar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *26* (1), 24-30.

Gülhan, D. (2016). Sürdürülebilir Turizm Kapsaminda Tarim Endüstrisi Ve Zeytinyağı Turizminin Birgi Yerleşiminde Olabilirliği Üzerine Bir Değerlendirme. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Nwsasocial/Issue/20123/213753

Gündüzöz, G. The Ottoman Dervish Lodge Cuisine and Majmūʿa Al-Fawāʾid. *Cumhuriyet Ilahiyat Dergisi*, *20*(2), 175-205.

Güneş, A. (2010). Almanya'da Çevresel Etki Değerlendirmesi Uygulamasi. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Iuhfm/Issue/9063/113018

Güneş, F. (2017). Okuma ve Sinirsiz Öğrenme. *Sinirsiz Eğitim ve Araştirma Dergisi* , *2* (1), 1. https://Doi.Org/10.29250/Sead.286391

Güngören, Ö., Gizerler, M., & Gočeva, G. D. (2009). Türk Bulgar Ortak Yemek Kültürü. Tatlici Büfeci Kebap Ve Lokantacilar Esnaf Odasi.

Gürbüz, E.B. (2020). Sosyal Hizmet Eğitiminde Teori Ve Pratiği Bütünleştirmede Bir Yöntem Olarak Simule Müracaatçılar. Opus Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 16(30), 2941. Https://Doi.Org/10.26466/Opus.753971

Gürgentepe, C. (2019). *Ordu Ili Kumru Ilçesi Monografisi* (Master's Thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Gürkan, G. Ç. (2006). Örgütsel bağlılık: Örgütsel iklimin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi ve Trakya Üniversitesi'nde örgüt iklimi ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin araştırılması.

Gürkan, G. Ç., & Demiralay, T. (2017). Bireysel yenilikçiliğin çalışanın yenilikçi davranışı üzerindeki etkisinde içsel motivasyonun aracılık rolü: Türkiye'de cerrahlar örneği. Journal of Entrepreneurship and Innovation Management, 6(1), 65-90.

Gürsoy Deniz (2014). Gatronomi Tarihi, Oğlak Yayıncılık, İstanbul.

Gürsoy, Y. (2017). Giresun Merkez Yöresinde Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 10 (51), 1296-1304.

Güven, A. ve Can, K.E. (2014). Trafik Akışı Optimizasyonunda Kuadratik Programlama Uygulaması. *Dergipark (İstanbul Üniversitesi)* . Https://Doi.Org/10.12739/Nwsaes.V7i1.5000066877

Güzel, B., & Apaydin, M. (2016). Gastronomy Tourism: Motivations And Destinations. Global Issues And Trends In Tourism, 394.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). Multivariate data analysis (8. baskı). Cengage Learning.

Halici, F. (1993). Mevlevi Şeyhinden Yemek Tarifleri. *Mutfak.*

Hall. M. C., Sharples, L., Mitchell R., Macionis, N. ve Cambourne, B. (2003). Food Tourism Around The World: Development, Management And Markets.Butterworth-Heinemann: Elsevier.

Hastaoğlu, E., Erdoğan, M., & Işkin, M. (2021). Gastronomi Turizmi Kapsaminda Türkiye Peynir Çeşitliliği Haritasi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *25*(3), 1084-1113.

Hatipoğlu, A. (2014). Osmanlı Saray Mutfağı'nın Gastronomi Turizmi Çerçevesinde İncelenmesi. Sakarya Üniversitesi.

Hayaloğlu, A. A. (2008). Türkiye'nin Peynirleri-Genel Bir Perspektif. *Türkiye*, *10*, 21-23.

Hjalager, A.M. ve Richards, G. (2003). Hâlâ Hazmedilemeyen: Turizm Ve Gastronomi Alanındaki Araştırma Konuları. *Turizm Ve Gastronomi,* 238-248.

Icom (International Council Of Museums) Ödül Duyuruları

İçöz, O. (2013). *Turistik ürün pazarlamasında marka imajının rolü ve bölgesel marka imajı yaratma* (Doktora tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi (Türkiye)).

İlhan, M., ve Çetin, B. (2014). LISREL ve AMOS Programları Kullanılarak Gerçekleştirilen Yapısal Eşitlik Modeli (Yem) Analizlerine İlişkin Sonuçların Karşılaştırılması. Journal of Measurement and Evaluation in Education and Psychology, 5(2), 26-42.

İlhan, S., Yarmacı, N., Kızıldemir, Ö., & Köz Akçadağ, E.N. (2022). Turistlerin Gastronomi Turizmi Etkinliklerine Katılım Düzeyi: Türkiye Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Afyonkarahisar Ve Gaziantep Örneği.

İnceoğlu, S. (2017). Havayolu Şirketlerinin Kriz Döneminde Uygulamasi Beklenen Stratejileri. *İstanbul Aydin Üniversitesi Dergisi* , *9* (4), 89. Https://Doi.Org/10.17932/Iau.Iaud.13091352.2017.9/36.89-104

İpsala Pirinci. (2025). Erişim adresi: https://www.edirne.com.tr/place/ipsala-pirinci/41

İşçimen, B. (2021). *Balkanlardan Göçen Toplulukların Yemek Kültürlerindeki Farklılıklar – Keşan Örneği*. Hiperlink Yayınları.

Ishak, F.A.C., Muhammad, N.A.L., Karim, S.A., Abidin, Ufuz, Ismail, N.A. ve Hanafiah, M.H. (2023). Yemek Turizminde Unutulmaz Yemek Deneyimi Sahneleme: Etnik Restoranların Anlatısal Literatür İncelemesi. Uluslararası İş Ve Sosyal Bilimler Akademik Araştırma Dergisi, 13(5). Https://Doi.Org/10.6007/İjarbss/V13-İ5/17021

Işik, N., Işik, H.B. ve Kilinç, E.C. (2015). Girişimcilik Ve Inovasyon Ilişkisi: Teorik Bir Değerlendirme. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . Https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Kkujebpir/Issue/33248/370143

Işkin, M. (2021). Türkiye'nin Gastronomi Turizmi Göstergeleri Ve Yerli Turistlerin Gastronomi Turizmine Katilim Durumlari. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . Https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Jgttr/Issue/60960/874540

Johnson, R. B. ve Onwuegbuzie, A. J. (2004). "Mixed Methods Research: A Research Paradigm Whose Time Has Come", Educational Researcher, 33/7, 14–26. doi:10.3102/0013189X033007014.

Johnson, R. B. ve Turner, L. (2003). "Data collection strategies in mixed methods research", Handbook of mixed methods in social and behavioral research, (Ed: A. Tashakkori ve C. Teddlie), CA: Sage Publications, Thousand Oaks, 297–319.

Johnson, R. B., & Christensen, L. B. (2004). Educational research: Quantitative, qualitative, and mixed approaches. Boston, MA: Allyn and Bacon

Kadın Kooperatifleri ve Halk Eğitim Merkezleri. (2015–2023). *Yöresel Yemek Tarifleri Kitapçıkları*.

Kafesçioğlu, Çiğdem, 2010. *Constantinopolis/İstanbul: Cultural Encounter, Imperial Vision, and the Construction of the Ottoman Capital*, Pennsylvania State University Press, University Park.

Kalaycı, Z. B. (2023). Topkapı Sarayı'nın Acem Misafirleri: 18. Yüzyıl Başlarında Devlet Mutfağından İranlı Elçilere Verilen Tayinat. Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi, 11(35), 764-776.

Kâmil, M. (1844). *Melce Üt-Tabbahin*.

Kanaci, A., Demirarslan, D. ve Savçin, E.B. (2022). Karadağ Geleneksel Konut Mimarisine Genel Bir Bakiş. *Kocaeli Üniversitesi Mimarlik Ve Yaşam Dergisi*. Https://Doi.Org/10.26835/My.1098280

Kapama. (2025). Erişim adresi: https://www.edirne.com.tr/place/kapama/56

Kapucu, N. (2012). Uygulama Topluluklari Olarak Siniflar: Ağ Ortaminda Öğrenmeyi Tasarlamak ve Kolaylaştirmak. *Kamu Işleri Eğitimi Dergisi*, *18* (3), 585. Https://Doi.Org/10.1080/15236803.2012.12001701

Karaca ve Ilgaz (2021: 228), Kültürel Miras Anadolu'Nun Yöresel Mutfakları. Editörler: Dr. Öğr. Üyesi Emrah Köksal Sezgin.

Karadeniz, Ş. (2021). Gastronomi ve Mutfak Sanatları öğrencilerinin lisans sonrası kariyer beklentileri doğrultusunda girişimcilik eğilimleri: İstanbul'daki vakıf üniversiteleri üzerine araştırma.

Karasar, N. (2009). Bilimsel arastirma yontemi: Kavramlar-ilkeler-teknikler. *Ankara: Nobel Yayin Dağitim*.

Karasar, N. (2017). Bilimsel araştırma yöntemi: Kavramlar, ilkeler, teknikler. Nobel Akademik Yayıncılık.

Karsli, C. ve Candemir, A. (2022). Destinasyon Markalaşmasinda Gastronomi Turizminin Etkisinin Incelemesi: Izmir Ili Örneği. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*. Https://Doi.Org/10.31671/Doujournal.1198699

Kasap, A. (2022). Yapay Zeka ve Tüzel Kişilik - Türk Hukukunda Güncel Gelişmeler. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Tauhfd/Issue/74706/1227292

Kasım 2021'de Launceston, UNESCO Gastronomi Şehri olarak belirlendi ve dünya çapında sadece 49 şehirden biri oldu. (2025). Erişim adresi: https://www.cityofgastronomy.com.au/how-launceston-won-the-designation#:~:text=To%20be%20approved%20as%20a,used%20in%20traditional%20cooking%204)

Katıtaş, S. (2024). Karma yöntem araştırmalarına bütüncül bir bakış. Socıal Scıences Studıes Journal (SSSJournal), 5(49), 6250-6260.

Kavala Kurabiyesi. (2025). Erişim adresi: https://www.edirne.com.tr/place/edirne-kurabiyesi/21

Kaya, A. ve Gül, O.K. (2020). 8. Sinif Tc Inkilap Tarihi Ve Atatürkçülük Ders Kitabinin Içerik Düzenleme Ilkelerine Uygunluğunun Incelenmesi. *Uluslararasi Sosyal Bilgilerde Yeni Yaklaşimlar Dergisi (Ijonass)* . Https://Doi.Org/10.38015/Sbyy.820410

Kaya, O. (2023). *Muğla'nın gastronomi potansiyelinin UNESCO yaratıcı şehirler ağı kapsamında değerlendirilmesi* (Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi (Türkiye)).

Kaymas, S. (2023). Pandemi Gölgesinde Yaratici Endüstriler Ekosistemi Için Kültür Politikalarinin Rolünü Yeniden Düşünmek. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *25* (2), 678. Https://Doi.Org/10.16953/Deusosbil.1246681

Kendir, H. (2020). *Gastronomik Lezzetlere Yönelik Çevrimiçi Turist Deneyimlerinin Incelenmesi: Edirne Tava Ciğeri Örneği*. *3* (3), 408. Https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Download/Article-File/1463723

Keşan Satır Et. (2025). Erişim adresi: https://www.edirne.com.tr/place/satir-et/43

Kesici, M., & Çakır, O. (2020). Gastronomik çekiciliklerinin destinasyon memnuniyeti üzerindeki etkisi. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 22(1), 227-242.

Ketcham, R. A. (1996). Thermal models of core-complex evolution in Arizona and New Guinea: Implications for ancient cooling paths and present-day heat flow. *Tectonics*, *15*(5), 933-951.

Kiliç, B., Kirli, G., & Esen, F. Ö. (2017). Sosyal Medya Kullanimi Benlik Algisi Ilişkisi: Turistik Tüketiciler Üzerine Bir Araştirma. *Gaziantep University Journal Of Social Sciences*, *16*(1), 70-85.

Kırkpınar Yağlı Güreşleri. (2025). Erişim adresi: https://www.edirne.com.tr/edirne-nin-degerleri/kirkpinar-yagli-guresleri

Kizildemir, Ö. (2020). Edirne Mutfak Kültürü Üzerine Bir Değerlendirme. *Avrasya Sosyal Ve Ekonomi Araştirmalari Dergisi*, *7*(12), 100-113.

Koç, V. (2024). Türkiye ve Dünyada Kentsel Gelişimde Yönetime Katilim Ilkesinin Incelenmesi. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)*. Https://Dergipark.Org.Tr/En/Pub/Esosder/Issue/90931/1545221

Kocaadam, B., & Tek, N. A. (2016). Ekmek, Bira, Şarap Ve Yoğurdun Orijinleri Ve Tarihsel Süreçleri. *Beslenme Ve Diyet Dergisi*, *44*(3), 272-279.

Kocabaş, E. (2019). Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Destinasyon Marka Değerinin Festivaller Aracılığıyla Belirlenmesi: Gaziantep Örneği, Gaziantep Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep.

Koruçuk, M. ve Özlü, M. (2023). Spor Eğitimi Alan Eğitim Programi Okuryazarliklarinin Değerlendirilmesi. *Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi*, *6* (2), 456. Https://Doi.Org/10.38021/Asbid.1257305

Köse, M. ve Turhan, G. (2025). Türkiye'de Siğinmacilarin Yerel Siyasete Etkisi. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . Https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Sosguz/Issue/95055/1659761

Krawietz, B., & Riedler, F. (Eds.). (2019). The Heritage Of Edirne In Ottoman And Turkish Times: Continuities, Disruptions And Reconnections (Vol. 34). Walter De Gruyter Gmbh & Co Kg.

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. Educational and Psychological Measurement, 30(3), 607–610.

Küçükkömürler, S., Şirvan, N.B., & Sezgin, A.C. (2019). *Dünyada Ve Türkiye'de Gastronomi Turizmi*. *2* (2), 78. Https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Download/Article-File/618312

Kunwar, R.R. (2017). Gıda Turizmi Yeniden Ele Alındı. Turizm Ve Misafirperverlik Eğitimi Dergisi, 7, 83. Https://Doi.Org/10.3126/Jthe.V7i0.17691

Künyeli, F.B., & Baydoğan, M.Ç. (2020). Eğitim Yapilarinda Mekan Esnekliği Üzerine Bir Çalişma: Kayseri Örneği. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *50*, 427. Https://Doi.Org/10.48070/Erusosbilder.712421

Leng, K.S. ve Badarulzaman, N. (2014). George Town Dünya Mirası Alanının Gastronomi Şehri Olarak Markalaştırılması: Penang'da Yaratıcı Şehirler Stratejisi Beklentileri. Uluslararası Kültür Turizmi Ve Misafirperverlik Araştırmaları Dergisi, 8(3), 322. Https://Doi.Org/10.1108/İjcthr-08-2012-0065

Lieberman, E.S. (2005). "Nested Analysis as a Mixed-Method Strategy for Comparative Research", The American Political Science Review, 99/3, 435–452.

Limberger, P. F., De Souza Meira, J. V., Da Silva Añaña, E., & Sohn, A. P. L. (2016). A Qualidade Dos Serviços Na Hotelaria: Um Estudo Com Base Nas Online Travel Reviews (Otrs). *Turismo: Visão E Ação*, *18*(3), 690-714.

Lin, Y. C., Pearson, T. E., & Cai, L. A. (2011). Food As A Form Of Destination İdentity: A Tourism Destination Brand Perspective. Tourism And Hospitality Research, 11(1), 30-48.

Long, L. (2003). Ed. Culinary Tourism. U.S.A.: University Press Of Kentucky

Long, L. M. (1998). Culinary tourism: A folkloristic perspective on eating and otherness. *Southern Folklore*, *55*(3), 181.

Long, L. M. (Ed.). (2004). Culinary Tourism. Lexington: University Press Of Kentucky.

Mary Işın, P. (2019), Gülbeşeker, Türk Tatlıları Tarihi, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Maxwell, J. A. (1997). Designing a qualitative study. L. Bickman & D. J. Rog (Editörler), Handbook of applied social research methods içinde (ss. 69–100). Sage Publications.

Mckercher, B., Okumuş, F., Okumuş, B. (2008). "Food Tourism As A Viable Market Segment: İt'S All How You Cook The Numbers",Journal Of Travel & Tourism Marketing, 25(2): 137- 148.

Merriam, S. B. (2009). Qualitative research: A guide to design and implementation. Jossey-Bass.

Messeni Petruzzelli, A. ve Svejenova, S. (2015). Farklı Düzeylerde Ve Bağlamlarda Yeni Fikirler Üretmek: Gıda Endüstrisinde İnovasyon Ve Girişimcilik Üzerine Özel Sayıya Giriş. *Endüstri Ve İnovasyon*, 22 (8), 649-653.

Moreira, P. H. d. O., Fraga, C., Lavandoski, J., & Cardoso, L. (2025). Improving the Strategic Management of UNESCO Creative Cities of Gastronomy: Integrating Sensitivity Analysis and Tourism Destination Image Based on Analytic Hierarchy Process. Sustainability, 17(3), 1008. https://doi.org/10.3390/su17031008

Morse, J. M. (2016). Mixed method design: Principles and procedures. Routledge.

Mutlu, A. S. (2023). Unesco gastronomi kenti kriterleri rehberliğinde gastronomi yönetim modeli geliştirilmesi: Afyonkarahisar örneği.

Mutlu, A. S., & Sandıkcı, M. (2024). Unesco Gastronomi Kenti Kriterleri Rehberliğinde Gastronomi Eylem Planı Afyonkarahisar Örneği: Asilhan Semih Mutlu, Mustafa Sandıkcı.

Mutlu, A.S. (2024). Gastronomi Kenti/Şehri Konulu Makalelerin Maxqda İle Bibliyometrik Analizi.

Neuman, L. W. (2007). *Social research methods, 6/E*. Pearson Education India.

Newman, I., ve Benz, C.R. (1998). Qualitative-Quantitative Research Methodology: Exploring the Interactive Continuum. Carbondale: Southern Illinois University Press.

Oğuz, S., Balli, E. ve Buzcu, Z. (2020). Yerel Halkin Sokak Lezzetlerine Karşi Algilari: Adana Örneği. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Touraj/Issue/58493/789507

Olcay, A., ve Giritlioğlu, İ. (2014). Gaziantep Bölgesinde Şehir Turizmine Hizmet Veren Otellerde Müşteri Memnuniyeti Üzerine Bir Çalışma. Electronic Journal Of Social Sciences, 13(50).

Ören, T. Ş., Çatir, O., & Ören, V. E. (2021). Dijital Pazarlama Açisindan Gastronomi Kenti Afyonkarahisar: Dijital Mutfak Kültürü Geleneksel Mutfak Kültürüne Karşi (The City Of Gastronomy Afyonkarahisar In Terms Of Digital Marketing: Digital Culinary Culture Vs. Traditional Cuisine Culture). *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies, 9*(3), 2109-2131.

Örs, M. (2018). İnternet Fenomenlerini Neden Takip Ediyoruz? Tüketici-Fenomen Ilişkisini Güçlendiren Nedenlerin Ampirik Bir Çalişma Ile Değerlendirilmesi. *İşletme Araştirmalari Dergisi, 10*(4), 187-209.

Özcan, C.C. ve Iş, M. (2025). Dijitalleşen Turizmde Rehberlik Temelli Gastronomi Deneyimleri: Withlocals Örneği. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . Https://Doi.Org/10.5281/Zenodo.15700539

Özcan, S., & yunus Taş, H. (2017). Sınır ticareti ve bölgesel girişimciliğin ekonomik gelişmeye etkisi. Yalova Sosyal Bilimler Dergisi, 7(15), 57-66.

Özdamar, K. (2002). *Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizleri (4. Baskı). Kaan Kitabevi*. ISBN 975-6786-00-7, 686 s., Eskişehi

Özdemir, G., ve Altıner, D. D. (2019). Gastronomi Kavramları Ve Gastronomi Turizmi Üzerine Bir İnceleme. Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 12(1), 1-14.

Özdemir, K. (2022). Gastronomi Tarihi Ve Kültürü Açisindan Baharatin Değerlendirilmesi.

Özdemir, M. (2010). Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11(1), 323- 343.

Özdemir, O. ve Aydoğdu, A. (2021). Unesco Gastronomi Şehri Olmada Paydaş Farkındalığı: Kastamonu Örneği. *Uygulamalı Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 61-70.

Özer, E. (2016). Marka Konumlandirmada Sosyal Sorumluluk Kampanyalarinin Etkisi: Istanbul Ilindeki Zincir Restoran Işletmelerinde Bir Araştirma. *Çatalhöyük Uluslararasi Turizm Ve Sosyal Araştirmalar Dergisi*, (1), 1-20.

Özer, O. (2020). Gastronomi Kongrelerinde Inovasyon Ve Verimliliklerini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Uygulamali Gastronomi Kongresi. Journal Of Tourism Research Institute, 1(1), 1-14.

Özer, S., Albayrak, A. ve Güdük, T. (2016). Edirne Iline Özgü Gastronomi Kültürünün Pazarlanmasinda Sosyal Medyanin Rolü "Instagram'da Edirne Iline Yönelik Etiketlemeler Üzerine Bir Analizi." *Uluslararasi Sosyal Ve Ekonomik Bilimler Dergisi (Ijses)* , *6* (2), 71. Http://Ijses.Org/Index.Php/Ijses/Article/Download/195/201

Özgür, İ., Avlama, S. Ü., & Baygar, Y. D. D. T. Yüksek Lisans Tezi, 2005.

Özkan Önem, E., Aydın, S., & İnan, R., (2025). Çevrimiçi ortamda dikkat çekici zevkler: Gastronomik çeşitlilik ve sembolik statü yerel yemek tercihlerini şekillendiriyor mu?. Uluslararası Gastronomi ve Gıda Bilimi Dergisi , cilt 41.

Özkan, Ç., Yumuk Günay, G., & Demiralay, T. (2020). Kişilik Özellikleri, Hizmet Verme Yatkınlıkları Ve Sosyal Kaytarma Davranışları Arasındaki İlişkiler: Trakya Bölgesi Konaklama İşletmeleri Üzerinde Bir Araştırma. Trakya Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi, 9(2), 165-184.

Özyurt, P.M. ve Gülmez, M. (2020). Turizm Gelişiminin Yerel Halkın Bireysel Ve Toplumsal Yaşam Kalitesine Etkileri. Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, 31(1), 52. Https://Doi.Org/10.17123/Atad.713571

Patton, M. Q. (1987). *How to use qualitative methods in evaluation* (No. 4). Sage.

Patton, M. Q. (2002). Qualitative research and evaluation methods (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage

Patton, M. Q. (2014). Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri. M. Bütün ve S. B. Demir (çev. ed). Ankara: Pegem A

Pekerşen, Y. (2020). Otel Şeflerinin Geleneksel Mutfak Kültürü Ve Gastromilliyetçilik Algısı. Anais Brasileiros De Estudos Turísticos - Abet, 10. Https://Doi.Org/10.34019/2238-2925.2020.V10.29350

Peštek, A. ve Činjarević, M. (2014). Tourist Perceived Image Of Local Cuisine: The Case Of Bosnian Food Culture, British Food Journal, 116(11): 1821-38.

Pinarcioğlu, N. Ş. (2011). Yerel Siyaset ve Kadin Katilimi: Istanbul Ve Kocaeli'nde Niteliksel Bir Araştirma (Doctoral Dissertation, Marmara Universitesi (Turkey)).

Pişkin, M., & Öner, U. (1999). Görüşme ilkeleri ve teknikleri. Ankara: Siyasal Yayıncılık.

Polat, S., Yildiz, H. Ö. T. ve Dostoğlu, N. (2018). Kültürel Miras Alanlari Için Kullanici Odakli Bir Kentsel Tasarim Rehberi Modeli: Bursa Hanlar Bölgesi Örneği. Megaron / Yildiz Teknik Üniversitesi Mimarlik Fakültesi E-Dergisi. Https://Doi.Org/10.5505/Megaron.2018.32043

Punch, K. F., & Etöz, Z. (2005). Sosyal araştırmalara giriş: Nicel ve nitel yaklaşımlar. Siyasal Kitabevi.

Rathor, A. ve Garima, P. (2019). Delhi'nin Mutfak Çalışmaları Ve Kültürel Mirası: Turistin Bakış Açısı. Ssrn Elektronik Dergisi. Https://Doi.Org/10.2139/Ssrn.3320674

Reichardt, C. S. & Rallis, S. F. (1994). The Qualitative-Quantitative Debate: New Perspectives (Eds). San Francisco: Jossey-Bass Publishers.

Richards, G. (2002). Tourism Gastronomy. İçinde A-M. Hjalager Ve G. Richards (Editörler), Gastronomy: And Essential Ingredient In Tourism Production And Consumption? (3-20) Londra: Routledge

Richards, G. (2012). Food And The Tourism Experience: Major Findings And Policy Orientations. Food And The Tourism Experience, 13-46.

Richards, G. (2015). Evolving Gastronomic Experiences: From Food To Foodies To Foodscapes. Journal Of Gastronomy And Tourism, 1(1), 5-17

Rojas-Rivas, E., Rendón-Domínguez, A., Felipe-Salinas, J.A. ve Cuffia, F. (2020). Gastronomi Nedir? Nitel Bir Yaklaşım Kullanarak Uzmanlar Ve Tüketiciler Arasında Gastronomi Ve Meksika Mutfağının Sosyal Temsiline İlişkin Keşifsel Bir Çalışma. Gıda Kalitesi Ve Tercihi, 83, 103930.

Sabur, D. G., & Güneş, S. G. (2023). Kayseri Örneğinde Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi ve Coğrafi Işaretli Ürünler. Tourism And Recreation, 5(2), 138-152.

Sağlam, M. ve İnan, M.B. (2021). Sürdürülebilir Rekabet Avantajinin Kazanilmasinda Inovasyon, Pazarlama Yöntemleri ve Dijitalleşme Arasindaki Ilişkinin Incelenmesi. Dergipark (Istanbul Üniversitesi). Https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Bemarej/Issue/66310/1031721

Şahin, E., & Ünlüönen, K. (2021). Adana'nın Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Teması Kapsamında Değerlendirilmesi (Evaluation Of Adana Under The Gastronomy Theme Of The Unesco Creatıve Cities Network). Journal Of Tourism & Gastronomy Studies, 9(2), 1204-1231.

Şahin, M., Soyocak, S. ve Boduroğlu, G. (2024). Kadinlarin Siyasal Temsilde Yaşadiklari Sorunlar ve Engeller Üzerine Nitel Bir Araştirma. Politik Ekonomik Kuram , 8 (2), 402. Https://Doi.Org/10.30586/Pek.1471262

Şahiner, F., Yildirim, G. ve Kahraman, H.T. (2021). Proje Yönetiminde Yapay Zekâ Tabanli Paydaş Analiz Aracinin Tasarimi. Gazi Mühendislik Bilimleri Dergisi, 7 (2), 81. Https://Doi.Org/10.30855/Gmbd.2021.02.01

Salonga, A. E., & Borbon, N. M. D. (2021). Potentiality Of Bukidnon For Culinary Tourism. *International Journal Of Research*, *9*(4), 1-17.

Şalvarcı, S. (2020). Turizmde Kırsal Kalkınma Aracı Olarak Gastronomi Turizmi: Samandağ Gastronomi Köyü Örneği. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 13, 1003. Https://Doi.Org/10.17719/Jisr.11157

Sánchez, M.D.S., De-Pablos-Heredero, C. ve Botella, J.L.M. (2025). Gıda Etkinliklerinde Sürdürülebilir Turist Davranışının Destinasyonların Kültürel Kimliğine Katkıları. Turizm Ve Misafirperverlik, 6(2), 93. Https://Doi.Org/10.3390/Tourhosp6020093

Sandıkcı, M., Mutlu, H., & Mutlu, A. S. (2020). Unesco Gastronomi Kenti Afyonkarahisar Mutfağı Üzerine Yapılan Çalışmaların Bibliyometrisi. Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(3), 2527-2541.

Sandıkcı, M., Mutlu, H., & Mutlu, A. S. (2021). Unesco Gastronomi Kenti Afyonkarahisar Mutfağı Üzerine Yapılan Çalışmaların Bibliyometrisi. Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(3), 2527–2541.

Sannav, S. C. (2019). Dünden Bugüne Balkanlarda Bir Başkent: Edirne Ve Edirne'de Yaşam. Turkish Studies, 14(7), 3919-3938.

Santich, B. (2004). The Study Of Gastronomy And Its Relevance To Hospitality Education And Training. International Journal Of Hospitality Management, 23(1), 15-24.

Sariipek, S., & Çevik, S. (2020). Oralarin Nesi Meşhur: Şehir Pazarlamasinda Coğrafi Işaret Tescilli Ürünler. Opus International Journal Of Society Researches, 16(32), 4907-4938.

Sariişik, M. ve Özbay, G. (2015). Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür Incelemesi. *Anadolu: Turizm Araştirmalari Dergisi , 26* (2).

Sarioğlan, M. (2014). Gastronomi Eğitiminde Yeni Yönelimler: Moleküler Gastronomi. Procedia-Sosyal ve Davranişsal Bilimler, 143, 320-324.

Sarıoğlan, M., Avcıkurt, C. ve Sezen, T.S. (2020). Gastronomi Eğitiminde Kavram Yanılgıları. Turizm ve Gastronomi Çalışmaları Dergisi, 8(4), 3408. Https://Doi.Org/10.21325/Jotags.2020.769

Sarişik, M. ve Özbay, G. (2015). Gastronomi Turizmi Hakkinda Bir Literatür Taramasi.

Saros Körfezi Master Planı, 2024

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2016). Research methods for business students (7. baskı). Pearson Education.

Saygili, D., Demirci, H. ve Samav, U. (2020). Coğrafi Işaretli Türkiye Peynirleri. *Aydin Gastronomi , 4* (1), 11-21.

Şaylan, O., Esmer, Y. ve Çelik, P. (2023). Kobi'lerde Stratejik Pazarlama Yönetimi: Lüleburgaz Örneği. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Iktisadi Ve Idari Bilimler Fakültesi Dergisi , 10 (1), 639. Https://Doi.Org/10.30798/Makuiibf.1219980

Scarpato, R. Kristen. (2002). Perspective of gastronomy studies. (ss. 51-70) Editörler Hjalager, A, ve Richard, G. Tourism and Gastronomy. Routledge. London.

Sengel, T., Karagöz, H., Çetin, G., Dinçer, F. İ., Ertuğral, S.M., & Balık, M. (2015). Turistlerin Yerel Yemeklere Yaklaşımı. Procedia - Sosyal Ve Davranış Bilimleri, 195, 429. Https://Doi.Org/10.1016/J.Sbspro.2015.06.485

Sevimli, Y., & Sönmezdağ, A. S. (2017). Özel Gün Tatlilari: Kültür Turizmi Açısından Önemi. Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi (Irtad) E-Issn: 2602-4462, 1(2), 18-28.

Sezer, D.B., Kumuz, G., & Baldiran, Ş. (2017). İnsan-Gıda Etkileşimi: Kullanılan Gastronomid Şekil Değiştiren Gıdalar İnsan-Gıda Etkileşimi: Gastronomide Kullanılan Şekil Değiştiren Besinler. Aydın Gastronomi, 8 (1), 231. Https://Doi.Org/10.17932/Iau.Gastronomy.2017.016/Gastronomy_V08i1001 5

Shenoy, S.S. (2005). Food Tourism And The Culinary Tourist. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Clemson University, Canada.

Şimşek, E., & Kızıldemir, Ö. (2020). Tekirdağ Mutfak Kültürü Üzerine Bir Değerlendirme. Türk Turizm Araştirmalari Dergisi, 4(1), 758-775.

Smołka-Franke, B. (2021). The Creative City Concept And City Development. *Zeszyty Naukowe. Organizacja I Zarządzanie/Politechnika Śląska*, (151), 633-642.

Sol, S. (2010). Edirne Kakava Şenlikleri. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 12(1), 60-73.

Soner, Fikret (2013). Gastronomy Tourism: A Solution For Small Cities Marketing And Local Development, Yeditepe Unıversity Graduate Institute Of Social Scienc, Yüksek Lisans Tezi.

Sormaz, U., Akmese, H., Gunes, E., & Aras, S. (2016). Gastronomy In Tourism. Procedia Economics And Finance, 39(November 2015), 725-730.

Sözal, O.E. ve Güler, E.G. (2020). Turistik Destinasyon Pazarlamasinda Inanç Turizmi: Edirne Bahai Inanci Örneği. Sosyal Bilimler Araştirma Dergisi , 9 (4), 195. Https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Download/Article-File/1363027

Stojanović, D., Vukić, M., Vukić, K., & Jovanović, V. (2020). Satisfaction of visitors with food offer at gastronomic festivals in rural areas. Економика пољопривреде, 67(2), 523-536.

T, E. ve Ünlüönen, K. (2021). Adana'nın Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Tema Kapsamında Değerlendirilmesi (Adana'nın Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Teması Altında Değerlendirilmesi).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı – Unesco Dünya Mirası Türkiye Listesi

Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (1996). Using multivariate statistics (3. baskı). HarperCollins.

Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2019). Using multivariate statistics (7th ed.). Allyn ve Bacon/Pearson Education.

Tamer, M.G. (2023). Halk Eğitimi Merkezi Bünyesinde Açilan Kurslarin, Kursiyerler ve Kurs Öğretmenleri Tarafindan Değerlendirilmesi: "Trabzon Ili Örneği." Karadeniz Araştirmalari Enstitüsü Dergisi, 9 (20), 523. Https://Doi.Org/10.31765/Karen.1338679

Tan, F.Z. ve Koç, Z. (2015). Karabük Eğitim Araştirma Hastanesi'nde Çalişan Sağlik Personelinin Hizmet Içi Eğitimlere Bakişi. Business And Management Studies An International Journal , 2 (3), 321. Https://Doi.Org/10.15295/Bmij.V2i3.77

Taşçı, T. (2025). *UNESCO gastronomi şehirlerinin sürdürülebilirlik kriterleri kapsamında incelenmesi: Gaziantep, Afyonkarahisar ve Selanik örneği* (Doktora Tezi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi (Türkiye)).

Tashakkori, A., Teddlie, C. (Eds). (2003). Handbook of mixed methods in social and behavioral research. Thousand Oaks, CA: Sage.

Teddlie, C., & Yu, F. (2007). Mixed methods sampling: A typology with examples. Journal of Mixed Methods Research, 1(1), 77–100.

Tek, N. A., & Sürücüoğlu, M. S. (2014). Basılmış Olan İlk Türk Yemek Kitabı "Melceü't –Tabbâhin". Gazi Türkiyat, 1(14), 225-229.

Tekeli, M., Yildirim, I., & Çitak, B. (2024). Kültürel Miras Unsuru Olarak Ulusal Mutfağin Sürdürülebilirliği: Gastromilliyetçilik Çerçevesinde Nitel Bir Araştirma. *Güncel Turizm Araştirmalari Dergisi*, *8*(1), 45-65.

Tektüfekçi, F. (2019). Endüstri 4.0 Ve Finans Mühendisliği Kapsaminda Dijital Dönüşümün Elektronik Muhasebe Uygulamalarina Yansimasi Ve Pragmatik

Bir Yaklaşim Olarak Finans Mühendisliği. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . Https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Beyder/Issue/46315/458539

Temel, V. (2022). Sporda Kendi Kendine Konuşma Ölçeği'nin Türkçe Uyarlaması: Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması. The Journal of International Anatolia Sport Science, 7(1), 11-24.

Temur, B. ve Açici, F.K. (2022). Bir Kültürel Miras Değeri: Erzurum Yakutiye Medresesi Türk Islam Eserleri Ve Etnografya Müzesi. *Mimarlik Bilimleri Ve Uygulamalari Dergisi (Mbud)* , *7* (2), 598. Https://Doi.Org/10.30785/Mbud.1143226

Tez, Zeki, Lezzetin Tarihi, Geçmişten Bugüne Yiyecek, İçecek ve Keyif Vericiler, Hayykitap: İstanbul, S.9.

Tikkanen, H., Kujala, J. ve Artto, K. (2007). Proje Tabanli Bir Firmanin Pazarlama Stratejisi: Dört Portföy Çerçevesi. *Endüstriyel Pazarlama Yönetimi , 36* (2), 194-205.

Tikkanen, I. (2007). Maslow'un Hiyerarşisi Ve Finlandiya'da Yemek Turizmi: Beş Vaka. *İngiliz Yemek Dergisi , 109* (9), 721-734.

Trakya Üniversitesi Sağlık Müzesi Resmî Yayınları

Trakya Üniversitesi Yayınları (2020-2024). *Gastronomi Ve Turizm Bölümleri Makale Derlemeleri*.

Tuna, M., Çelen, O., Aydin, M., & Özkan, B. İ. (2017). *Kilis Ilinin Unesco Yaratici Şehirler Ağir Kapsaminda Değerlendirilmesi*.

Tunç, M. (2023). Kadin Girişimciliği ve Kalkınmada Kapsayıcılık. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . Https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Gsijses/Issue/77323/1228119

Türe, I. (2005). Modern Demokrasinin Temel Koşulu: Siyasi Temsil. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . Https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Yead/Issue/21828/234630

Turhan, S. İ. B. E. L., & Saral, E. (2018). Somut Olmayan Kültürel Mirasin Korunmasi Bağlaminda Türkiye'de Eğitim Alaninda Yapilan Bilimsel Çalişmalar Üzerine Bir Bibliyografya Denemesi. *Muğla Sitki Koçman Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *5*(1), 68-78.

Turizm Tanıtım ve Geliştirme Yol Haritası. (Nd).

Türker, I. ve Işleroğlu, H. (2020). Gida Mühendisliği ve Gastronomi Bilimi: Ortak Yaklaşimlar ve Ortak Gelişim (Gida Mühendisliği ve Gastronomi: Ortak Yaklaşimlar ve Ortak Gelişim). *Turizm ve Gastronomi Çalişmalari Dergisi , 8* (2), 1552-1577.

Türnüklü, Abbas (2000). Eğitimbilim Araştımalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Tekniği: Görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 24(24), 543-559.

Ueda, H. ve Niiyama, Y. (2019). Japon Washoku ve Fransız Gastronomisini Tanımlamada Karşılaşılan Zorlukların Açıkça Ortaya Koyulması, Yazılı Tanımların ve Bunların Koruma Önlemlerinin Karşılaştırmalı Analizi. *Gıda Sistemi Araştırmaları Dergisi* , *26* (3), 144-164.

Uluslararası Turizm, Ekonomi Ve İşletme Bilimleri Dergisi (Ijtebs) E-Issn: 2602-4411, *8*(2), 96-114.

Uluslararası Edirne Bando ve Ciğer Festivali. (2025). Erişim adresi: https://www.edirne.com.tr/place/uluslararasi-edirne-bando-ve-ciger-festivali/217

UNDP web sitesi. (2025). Erişim adresi: https://www.kureselamaclar.org/

Üner, S. ve Biyikli, M. (2025). İnegöl Yerel Basininda Bir Belediye Başkani: Cemal Arik. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . Https://Dergipark.Org.Tr/En/Pub/Ijhar/Issue/92496/1636856

UNESCO (2023). Lucknow Joins UNESCO Creative Cities Network as a City of Gastronomy. UNESCO Official Website.

Unesco (2024) Ve Mutlu, As (2024). Gastronomi Kenti/Şehri Konulu Makalelerin Maxqda Ile Bibliyometrik Analizi. Uluslararasi Türk Dünyasi Turizm Araştirmalari Dergisi, 9(2), 169-188. Https://Doi.Org/10.37847/Tdtad.1605552

UNESCO (2024). Impact of the UNESCO Creative Cities Network at Local, National & International Level. Paris: UNESCO

Unesco web sitesi tr. (2025). Erişim adresi: https://www.unesco.org.tr/

Unesco web sitesi. (2025). Erişim adresi: https://citiesofgastronomy.com/-

Unesco web sitesi. (2025). Erişim adresi: https://www.unesco.org.tr/Home/Page/88?slug=UNESCO-

Unesco web sitesi. (2025). Erişim adresi: https://www.unesco.org/en/creative-cities/mission?hub=80094

Unesco World Heritage Centre – Selimiye Camii Ve Külliyesi: Https://Whc.Unesco.Org/En/List/1366

Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Başvuru Çağrısı (2025). Erişim adresi: 2025 UCCN Application Guidelines - EN.pdf, unesco.org/en/creative-cities/call-applications

Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Başvuru Çağrısı (2025). Erişim adresi: 2025 UCCN Application Guidelines - EN.pdf,

Ünüvar, Ş. (2012). Turizm Reklamlarinda Yaratici Stratejilerin Uygulanma Düzeylerinin Belirlenmesi. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Erciyesiletisim/Issue/5866/77626

Uyar, E. ve Gürlek, H. (2022). Şanliurfa'da Tüketilen Meyan Şerbetinin Mikrobiyolojik Kalitesi. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Kfbd/Issue/73887/1138297

Uzunköprü Belediyesi Kültür Yayınları. (2020). *Uzunköprü'nün Kültürel Mirası Üzerine Derlemeler*.

Varol, S. ve Köse, I. (2020). Yazir Gölü Havzasi (Çavdir/Burdur) Su Kaynaklarinin Hidrojeokimyasal Özellikleri Ve Su Kalitesinin Mevsimsel Değişimlerinin Incelenmesi. *Limnoloji Ve Tatli Su Balikçiliği Araştirma Dergisi* , *6* (3), 201-214.

Vatan, A. ve Zengin, B. (2019). Destinasyon Pazarlamasi Kapsaminda Bilecik Ili Turizminin Değerlendirilmesine Yönelik Paydaş Analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi* , *22* (1), 272. Https://Doi.Org/10.29249/Selcuksbmyd.531766

Wheaton, Barbara Ketcham (1996). *Geçmişin Tadini Çikarmak: 1300'den 1789'a Fransiz Mutfaği Ve Sofrasi*

Wolf, E. (2002). Culinary Tourism: A Tasty Economic Proposition. Retrieved July 12, 2004, From Http://Www.Culinarytourism.Org

Woodhouse, A. ve Rodgers, L. (2024). Mutfak Sanatlari Eğitimi: Usta-Çirak Pedagojisini Açiğa Çikarmak Ve Bozmak. *Uluslararasi Gastronomi Ve Gida Bilimi Dergisi* , *35* , 100898.

Yaldız, E. (2021). Gaziantep'in ve Hatay'ın gastronomi alanında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılımları yerel kamuoyuna bakış açısı Yerel halkın Gaziantep'e bakış açısı ve Hatay'ın UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na gastronomi alanında katılımı.(Yüksek Lisans Tezi) https://tez.yok.gov.tr/ veri tabanından erişildi (675795).

Yamane, T. (1967). Statistics: An introductory analysis (2. baskı). Harper and Row.

Yanbollu Yildirim, T. (2021). *Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi: Buldan Örneği* (Master's Thesis, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 46, 74-85.

Yazicioğlu, I., Işin, A., & Yalçin, E. (2019). Coğrafi Işaretli Ürünlerin Gastronomi Turizmi Kapsaminda Değerlendirilmesi: Akdeniz Bölgesi Örneği. *Gastroia: Journal Of Gastronomy and Travel Research*, *3*(4), 861-871.

Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *Spss uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri.* Ankara: Detay Yayıncılık.

Yeşilyurt, Ö. (2018). Sağlık İşletmesinde Algılanan Hizmet Kalitesi, Algılanan Risk Ve Algılanan Değer Boyutlarının Hasta Memnuniyeti ve Davranışsal Niyet Üzerine Etkisinin Yapısal Eşitlik Modeli İle Değerlendirilmesi. (Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı, Basılmamış Doktora Tezi) Konya.

Yetkin, M.K. ve Mancı, A.R. (2019). Unesco Yaratıcı Kentler Ağır Müzik Kenti Kriterleri Bağlamında Şanlıurfa'nın Müzik Kenti Olarak Değerlendirilmesi.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri.* Ankara: Seçkin Yayınları.

Yıldırım, A., & Simsek, H. (1999). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (11 baski: 1999-2018).

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2008). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (6. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yildirim, H., & Yildirim, Y. (2022). Digital Gastronomy And The Tables Of Future. *Van Yüzüncü Yil Üniversitesi Iktisadi Ve Idari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8*(15), 1-14.

Yildirim, K. D., & Demir, Z. Kültürlerarasi Iletişim ve Dil: Edirne Yahudi Mutfaği Söz Varliğinda Türkçenin Etkisi. *Kültür Araştirmalari Dergisi*, (18), 157-183.

Yildirim, O. (2021). Yerel Halkin Adana'da Gastronomi Turizminin Gelişmesine Yönelik Beklenti Ve Tutumlari (Expectations And Attitudes Of Local People Towards The Development Of Gastronomy Tourism In Adana). *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies, 9*(2), 954-974.

Yildirim, Y. (2025). Elektronik Ağizdan Ağiza Pazarlamanin Marka Aşkinin Üzerindeki Etkisi: Yaş Kuşaklari Üzerinde Bir Araştirma. *Dergipark (Istanbul Üniversitesi)* . Https://Doi.Org/10.30783/Nevsosbilen.1745993

Yilmaz, G. (2017). Gastronomi Ve Turizm Ilişkisi Üzerine Bir Değerlendirme. *Seyahat Ve Otel Işletmeciliği Dergisi* , 171. Https://Doi.Org/10.24010/Soid.335117

Yin, R. K. (2014). Case study research: Design and methods (5. baskı). Sage Publications.

YouTube üzerinden erişilebilen ve beş tematik başlık. Erişim Adresi: https://www.youtube.com/@UNESCO

YouTube üzerinden erişilebilen ve beş tematik başlık. Erişim Adresi: https://www.youtube.com/@UNESCO

Yüksel, H. ve Tanriverdi, A. (2019). Özel Gereksinimli Çocuğa Sahip Olan Ailelerin Yaşadiklari Sosyal Sorunlar Ve Baş Etme Yollari. *Ankara Üniversitesi Eğitim*

Bilimleri Fakültesi Özel Eğitim Dergisi , 20 (3), 535. https://Doi.Org/10.21565/Ozelegitimdergisi.493089

Yüncü, H. R. (2010). Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası. 11. Aybastı-Kabataş Kurultayı, Ankara

Yüzer, S., Aydın, Ş., Perçin, N. Ş. ve Demirel İli, N. (2022). Kayseri İlinin Unesco Gastronomi Yaratıcı Şehirler Ağına Katılmasına İlişkin Yerel Yönetim ve Sivil Toplum Kuruluşlarının Bakış Açısı Üzerine Bir Araştırma.

Zahari, M.S.M., Jalis, M.H., Zulfifly, M.I., Radzi, S.M. ve Othman, Z. (2009). Gastronomi: Malezyalı Mutfak Eğitmenleri İçin Bir Fırsat. Uluslararası Eğitim Çalışmaları , 2 (2), 66-71.

Zencir, B. (2022). Afyonkarahisar Ili Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Swot Analizi Ile Değerlendirilmesi. *Anadolu Üniversitesi Mesleki Eğitim Ve Uygulama Dergisi*, *1*(2), 13-36.

Zengin, B., & Gürkan, A. S. (2019). Afyonkarahisar Mutfağinin Gastronomi Turizmi Açisindan Değerlendirilmesi. *Safran kültür ve turizm araştırmaları dergisi*, *2*(2), 225-240.

Zhang, Z. ve Guo, M. (2022). Turizm Organizasyonlarındaki Değişim: Kültürel Turizm Araştırmalarının Bir İncelemesinden Elde Edilen Çıkarımlar [Turizm Organizasyonlarındaki Değişimin İncelemesi: Kültürel Turizm Araştırmalarının Bir İncelemesinden Elde Edilen Çıkarımlar]. Frontiers İn Psychology, 13. Frontiers Media. https://Doi.Org/10.3389/Fpsyg.2022.1000117

Edirne'De Köy Köy Gezilerek Gün Yüzüne Çıkarılan Yemekler "Edirne Menüsü" Adıyla Sunulacak
https://www.Aa.Com.Tr/Tr/Kultur/Edirnede-Koy-Koy-Gezilerek-Gun-Yuzune-Cikarilan-Yemekler-Lokantalarda-Edirne-Menusu-Adi-Altinda-Sunulacak/3369035

Edirne'de Türk Mutfağı Haftasında Yöresel Lezzet 'Cıllık' Tadımı Yapıldı
https://www.Edirnehaber.Com/Haber/25066877/Edirnede-Turk-Mutfagi-Haftasinda-Yoresel-Lezzet-Cillik-Tadimi-Yapildi

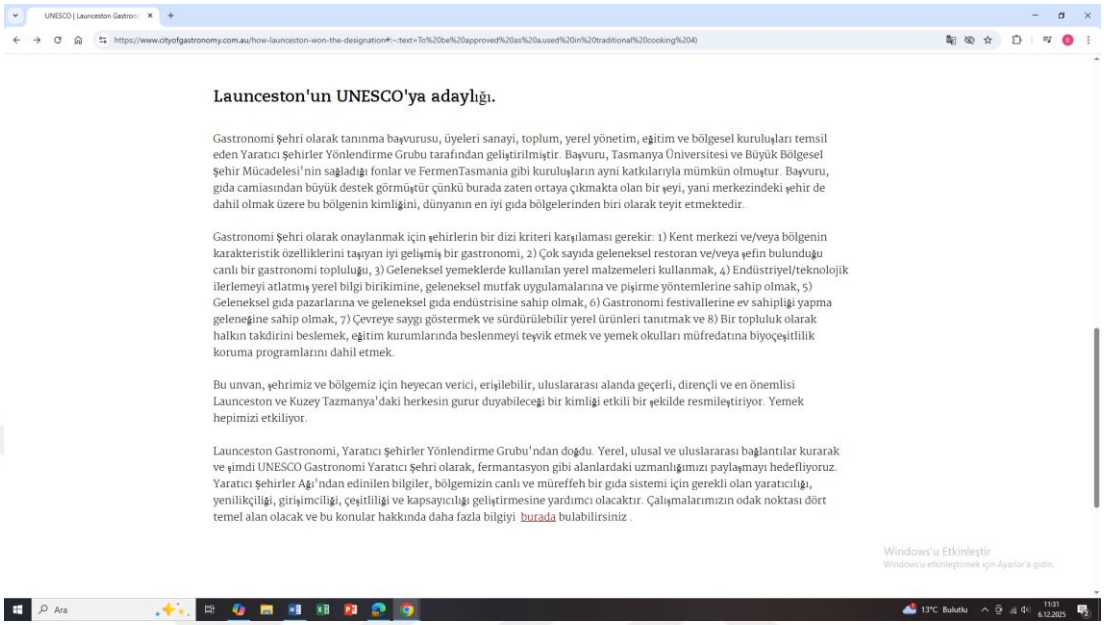
Edirne'de, 'Topraktan Sofraya Edirne Gastronomi Festivali' Başladı
https://www.Dha.Com.Tr/Yerel-Haberler/Edirne/Edirnede-Topraktan-Sofraya-Edirne-Gastronomi-2525166

Festival Yemek Tanıtımı ve İkramlarla Devam Ediyor
https://www.Gundemedirne.Com/Festival-Yemek-Tanitimi-Ve-İkramlarla-Devam-Ediyor/22343

Trakya'nın Yeni Lezzeti: Edirne Kebabı
https://www.Aa.Com.Tr/Tr/Kultur/Trakyanin-Yeni-Lezzeti-Edirne-Kebabi/3557461

EKLER

EK 1-UNESCO Gastronomi Şehri Olma Kriterleri Launceston Örneği



Launceston'un UNESCO'ya adaylığı.

Gastronomi şehri olarak tanınma başvurusu, üyeleri sanayi, toplum, yerel yönetim, eğitim ve bölgesel kuruluşları temsil eden Yaratıcı Şehirler Yönlendirme Grubu tarafından geliştirilmiştir. Başvuru, Tasmanya Üniversitesi ve Büyük Bölgesel Şehir Mücadelesi'nin sağladığı fonlar ve FermenTasmania gibi kuruluşların ayni katkılarıyla mümkün olmuştur. Başvuru, gıda camiasından büyük destek görmüştür çünkü burada zaten ortaya çıkmakta olan bir şeyi, yani merkezindeki şehir de dahil olmak üzere bu bölgenin kimliğini, dünyanın en iyi gıda bölgelerinden biri olarak teyit etmektedir.

Gastronomi şehri olarak onaylanmak için şehirlerin bir dizi kriteri karşılaması gerekir: 1) Kent merkezi ve/veya bölgenin karakteristik özelliklerini taşıyan iyi gelişmiş bir gastronomi, 2) Çok sayıda geleneksel restoran ve/veya şefin bulunduğu canlı bir gastronomi topluluğu, 3) Geleneksel yemeklerde kullanılan yerel malzemeleri kullanmak, 4) Endüstriyel/teknolojik ilerlemeyi atlatmış yerel bilgi birikimine, geleneksel mutfak uygulamalarına ve pişirme yöntemlerine sahip olmak, 5) Geleneksel gıda pazarlarına ve geleneksel gıda endüstrisine sahip olmak, 6) Gastronomi festivallerine ev sahipliği yapma geleneğine sahip olmak, 7) Çevreye saygı göstermek ve sürdürülebilir yerel ürünleri tanıtmak ve 8) Bir topluluk olarak halkın takdirini beslemek, eğitim kurumlarında beslenmeyi teşvik etmek ve yemek okulları müfredatına biyoçeşitlilik koruma programlarını dahil etmek.

Bu unvan, şehrimiz ve bölgemiz için heyecan verici, erişilebilir, uluslararası alanda geçerli, dirençli ve en önemlisi Launceston ve Kuzey Tazmanya'daki herkesin gurur duyabileceği bir kimliği etkili bir şekilde resmileştiriyor. Yemek hepimizi etkiliyor.

Launceston Gastronomi, Yaratıcı Şehirler Yönlendirme Grubu'ndan doğdu. Yerel, ulusal ve uluslararası bağlantılar kurarak ve şimdi UNESCO Gastronomi Yaratıcı Şehri olarak, fermantasyon gibi alanlardaki uzmanlığımızı paylaşmayı hedefliyoruz. Yaratıcı Şehirler Ağı'ndan edinilen bilgiler, bölgemizin canlı ve müreffeh bir gıda sistemi için gerekli olan yaratıcılığı, yenilikçiliği, girişimciliği, çeşitliliği ve kapsayıcılığı geliştirmesine yardımcı olacaktır. Çalışmalarımızın odak noktası dört temel alan olacak ve bu konular hakkında daha fazla bilgiyi burada bulabilirsiniz .

Kaynak: 21'de Launceston, UNESCO Gastronomi Şehri olarak belirlendi ve dünya çapında sadece 49 şehirden biri oldu. (2025). Erişim adresi: https://www.cityofgastronomy.com.au

EK 2-ANKET FORMU

UNESCO YARATICI ŞEHİRLER AĞI KAPSAMINDA EDİRNE'NİN GASTRONOMI ŞEHRİ OLMA POTANSIYELİNİN İNCELENMESİ: BiR MODEL ÖNERİSİ

ANKET FORMU

Sayın katılımcı,

Bu anket formu, Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde yürütülen "UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında Edirne'nin Gastronomi Şehri Olma Potansiyelinin İncelenmesi: Bir Model Önerisi" konulu doktora tez çalışmasına veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Lütfen, ankette size yöneltilen tüm soruları ve ilgili açıklamaları dikkatlice okuyup, anketi boş soru bırakmadan cevaplayınız. Elde edilen veriler bilimsel amacı dışında kesinlikle kullanılmayacak olup ankette isim belirtmenize gerek yoktur. Katkılarınız için teşekkür ederim.

Burak İŞÇİMEN
İstanbul Gelişim Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Öğ.

Doç.Dr. Murat DOĞAN
İstanbul Gelişim Üniversitesi
Güzel Sanatlar Fakültesi
Gastronomi Ve Mutfak Sanatları

1.BÖLÜM

1. **Cinsiyetiniz** **:** ( ) Kadın ( ) Erkek
2. **Yaşınız** **:** ( ) 18-25 ( )26-35 ( )36-45 ( ) 46-55 ( ) 56 ve üzeri
3. **Eğitim düzeyiniz** **:** ( )İlköğretim ( ) Lise ( ) Ön lisans ( ) Lisans ( ) Yüksek lisans ( ) Doktora
4. **Mesleğiniz** **:** ( ) Emekli ( ) Öğrenci ( ) Esnaf ( ) Ev Hanımı ( ) Özel Sektör Çalışanı ( ) Özel Sektör Yönetici ( ) Kamu Çalışanı ( ) Diğer (Lütfen Belirtiniz)
5. **Medeni durumunuz** **:** ( ) Evli ( ) Bekar
6. **Aylık Ortalama Hane Geliriniz** **:** ( )
7. **Kaç Yıldır Edirnede Yaşıyorsunuz** **:** ( ) 1 yıldan daha az ( ) 1-5 yıl ( ) 6-10 yıl ( ) 11-15 yıl ( )16 yıl ve üzeri
8. **Doğum yeriniz** **:** ( ) Edirne ( ) Diğer
9. **Gastronomi ve Turizm ile ilgili herhangi bir işte çalışıyor musunuz? :** ( ) Evet ( ) Hayır
10. **İlinizi ziyaret eden turistlerle iletişimde bulunuyor musunuz? :** ( ) Evet () Hayır

2.BÖLÜM

Bu bölümde Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması konusundaki düşüncelerinize dair ifadeler yer almaktadır. Lütfen aşağıdaki ifadeleri okuyup size en uygun seçeneği işaretleyiniz.	(1)Kesinlikle Katılmıyorum	(2) Katılmıyorum	(3) Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	(4) Katılıyorum	(5) KEsinlikle Katılıyorum
1. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne yerel halkının yaşam kalitesini arttırır.	1	2	3	4	5
2.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'ye ulaşım imkânlarının gelişmesini sağlar.	1	2	3	4	5
3.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de kültürel miras daha çok ön plana çıkar.	1	2	3	4	5
4.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de sosyal etkinliklerde artış görülür.	1	2	3	4	5
5.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yöreye gelen turistler yerel kültürün gelişmesine katkı sağlar.	1	2	3	4	5
6. Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması, yerel halkın daha hoşgörülü olmasını sağlar	1	2	3	4	5
7.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yerel halk için yeni iş olanakları ortaya çıkarır.	1	2	3	4	5

8.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yerel halk daha fazla ekonomik gelir elde eder.	1	2	3	4	5
9. Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması, yerel ekonominin canlanmasını sağlar.	1	2	3	4	5
10. Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması, bölgemde daha fazla yatırım çekilmesini sağlar.	1	2	3	4	5
11.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de mal ve hizmet fiyatlarını arttırır.	1	2	3	4	5
12.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'nin turizm kalkınma planlarında önemli bir yere sahip olmasını sağlar.	1	2	3	4	5
13.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yabancı yatırımları artırır.	1	2	3	4	5
14.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de çevre restorasyonlarını arttırır.	1	2	3	4	5
15.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de kültür turizmi kapsamında ziyaretçi sayısı artar.	1	2	3	4	5
16. Edirne'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması, Sanat, el sanatları, folklor ve yerel kültürün diğer unsurlarını canlandırır.	1	2	3	4	5

17.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne Mutfağının başka ülkeler tarafından duyulmasını sağlar.	1	2	3	4	5
18.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne Mutfağının televizyonlarda daha çok yer almasını sağlar.	1	2	3	4	5
19.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne Mutfağının uluslarası düzeyde tanınmasını sağlar.	1	2	3	4	5
20.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yiyecek- içecek işletmelerinin çeşitlenmesini sağlar.	1	2	3	4	5
21.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'nin geleneksel Türk Mutfağında öncü olmasını sağlar.	1	2	3	4	5
22.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'nin ünlü gurmeler tarafından daha fazla ziyaret edilmesini sağlar.	1	2	3	4	5
23.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'ye gelen turist sayısında artış sağlar.	1	2	3	4	5
24.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de hediyelik eşya sektöründe önemli gelişmeler yaşanmasını sağlar.	1	2	3	4	5
25.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yiyecek- içecek işletmelerinde hizmet kalitesini arttırır.	1	2	3	4	5

26.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de suç oranını arttırır.	1	2	3	4	5
27.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de doğal çevre zarar görür.	1	2	3	4	5
28.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de daha fazla gürültü kirliliği meydana getirir.	1	2	3	4	5
29.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de çarpık kentleşme artar.	1	2	3	4	5
30.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de trafik yoğunluğunda artış yaşanmasına sebep olur.	1	2	3	4	5
31.UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması Edirne'de yerel mutfak özgünlüğünü kaybeder.	1	2	3	4	5

3.BÖLÜM

Bu bölümde Mutfağı ile UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılmasıyla Edirne'nin turizmden daha fazla fayda sağlayabilmesi için yapılması gerekenler önerilere dair ifadeler yer almaktadır. Lütfen aşağıdaki ifadeleri okuyup size en uygun seçeneği işaretleyiniz.	(1)Kesinlikle Katılmıyorum	(2) Katılmıyorum	(3) Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	(4) Katılıyorum	(5) KEsinlikle Katılıyorum
1. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında yerel halk bilinçlendirilmeli	1	2	3	4	5

2.Edirne'nin ulusal ve uluslararası tanıtım faaliyetleri arttırılmalı.	1	2	3	4	5
3.Yöredeki tarihi çekicikiciliklerin restorasyonları yapılmalı. (evler, müzeler, camiler, hanlar vb.)	1	2	3	4	5
4. İnternet ve sosyal medya odaklı şehrin daha fazla tanıtımı yapılmalı.	1	2	3	4	5
5. Konklama tesisleri planlı bir şekilde artmalı.	1	2	3	4	5
6. Yiyecek - içecek işletmelerinin hizmet kalitesi arttırılmalı.	1	2	3	4	5
7.Sosyal aktiviteler için daha fazla imkânlar sağlanmalı.	1	2	3	4	5
8. Yöresel mutfak kültürünü koruyucu kurs ve seminerler düzenlenmesi.	1	2	3	4	5
9. Yemekler dışında bu şehirdeki gastronomi ürünlerinin tanıtımı yapılmalı	1	2	3	4	5
10. Yöresel mutfağın daha fazla tanıtımı yapılmalı.	1	2	3	4	5
11. Daha fazla nitelikli mutfak personeli yetiştirilmeli.	1	2	3	4	5
12. Yiyecek- içecek işletmelerinin sayıları arttırılmalı	1	2	3	4	5

EK 3: GÖRÜŞME FORMU

UNESCO YARATICI ŞEHİRLER AĞI KAPSAMINDA EDİRNE'NİN GASTRONOMI ŞEHRİ OLMA POTANSIYELİNİN İNCELENMESİ: BiR MODEL ÖNERİSİ

GÖRÜŞME FORMU

Sayın katılımcı,

Bu görüşme formu, Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde yürütülen " UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında Edirne'nin Gastronomi Şehri Olma Potansiyelinin İncelenmesi: Bi-Model Önerisi" konulu doktora tez çalışmasına veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Bu amaçla UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Teması için destinasyonda gastronomi faaliyetleri konusunda paydaş görüşleri ve önerilerinin alınması hedeflenmektedir. Çalışmada hedeflenen amaçların gerçekleşmesi vereceğiniz samimi ve yansız cevaplara bağlıdır. Bu nedenle aşağıdaki soruları samimi bir biçimde yanıtlamanızı rica ediyoruz. Araştırmada elde edilecek sonuçlar bilimsel amaçlar dışında kesinlikle kullanılmayacak olup, isim bilgisinin sorulmaması bu hususstaki hassasiyetin bir göstergesi olarak kabul edilebilir. İlginiz, katılımınız, samimi ve nesnel yanıtlarınız için çok teşekkür ederiz.

Burak İŞÇİMEN
İstanbul Gelişim Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Öğ.

Doç.Dr. Murat DOĞAN
İstanbul Gelişim Üniversitesi
Güzel Sanatlar Fakültesi
Gastronomi Ve Mutfak Sanatları

1. Edirne şehrini gastronomik açıdan tanımlar mısınız?

   Sosyal tesis sayısı:

   Ekilebilir tarım arazisi:

   Tarım faaliyet alanları:

   Gıda üretim tesisi sayısı:

   Gastronomi tesisleri sayısı:

Uluslararası bağlantı ve protokol:

Kültür sanat okulları:

2. Edirne'nin karşılaştığı ana gelişme fırsatları ve zorlukları nelerdir?
3. Küresel kalkınma stratejileri ve politikalarına dair Edirne'de neler yapıldı?
4. Yaratıcı şehirler ağı şehrin sürdürülebilir kalkınması adına Edirne'de neler yapıldı?
5. Başvuru hazırlık sürecinde Edirne'deki restaurantlar, lokantalar, sektör temsilcileri, Ticaret Oda ve Borsası, Aşçılar, ilgili kamu daireleri, bu alanla ilgili akademilerin, derneklerin sayısı nedir? Sizce yeterli mi? UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına katılım hakkında düşünceleriniz neler?
6. Edirne'nin UNESCO'ya sunduğu varlıklarda;
    - Edirne gastronomisinin şehrin tarihindeki rolü nedir?
    - Edirne'deki gastronomik unsurların Edirne turizmine etkisi hakkında ne düşünüyorsunuz?
    - Edirne'deki gastronomik unsurların Edirne ekonomisinde önemi nedir?
    - Edirne gastronomisinde (mutfağında) yer alan yemekler ve bunları satan işletmeler nelerdir?
    - Edirne gastronomisinde yer alan ve geçimini bundan sağlayan iş veren, iş gören, STK, kurumlar Edirne gastronomisini nasıl tanımlıyor?
    - Son dört yıl içinde yapılan gastronomi ile ilgili faaliyetler nelerdir ? (fuar, konferans, kongreler, ulusal ve uluslararası etkinlikler)
    - Edirne gastronomi kültürünü teşvik etmeyi amaçlayan eğitim müfredatı, dersler, programlar, workshoplar mevcut mu?
    - Gastronomi alanında eğitim veren kurumlar bu konuda genel anlamda ne düşünüyor?
    - Son dört yıl içinde özel sektör, sivil toplum ve akademi tarafından gastronomik üç adet proje mevcut mu ?

- Edirne’de gastronomi alanı ile ilgili alanda faaliyet gösteren STK kaç adet?
- Şehrin son 4 yılda düzenlediği fuar, konferans, kongreler?
- Şehrin son 4 yıl içinde gastronomi alanı ile ilgili gelir harcama verileri?

7. BM 2030 Gündemi’ne göre Edirne’de
    - Son dört yılda gastronomi alanında kurulan şirket sayısı
    - Gastronomi alanında çalışan personel ve tesisler
    - Edirne gastronomisinde mevcut tesis ve nitelikleri
    - Edirne gastronomisinde mevcut personeller ve nitelikleri
    - Edirne gastronomisinde mevcut aşçılar ve nitelikleri
    - Edirne gastronomisinde mevcut garsonlar ve nitelikleri hakkında ne düşünüyorsunuz?
8. UNESCO sürdürülebilir kalkınma 2030 hedeflerini duydunuz mu? Bunun hakkında ne biliyorsunuz?

EK 4- ETİK KARARI

Evrak Tarih Sayısı: 09.10.2024-722405

T.C.
TRAKYA ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu Başkanlığı

Sayı : E-29563864-050.04-722405 09.10.2024
Konu : Kararlar

Sayın Öğr. Gör. Burak İŞÇİMEN

Yapmış olduğunuz araştırma ile ilgili başvurunuz, Trakya Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'nun 08.10.2024 tarihli toplantısında alınan 08/25 numaralı kararı ile uygun görülmüştür.

Gereğini bilgilerinize rica ederim.

Prof. Dr. Adil OĞUZHAN
Başkan

Ek:Etik Kurul Kararı

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.
Belge Doğrulama Kodu :BSAZEH22B8 Pin Kodu :00242 Belge Takip Adresi : https://www.turkiye.gov.tr/trakya-universitesi-ebys
Adres : Trakya Üniversitesi Rektörlüğü Balkan Yerleşkesi 22030 Edirne
Telefon : 2842234004 Faks : 2842234203
e-Posta:ozelkalem@trakya.edu.tr Web:https://www.trakya.edu.tr
Kep Adresi : trakyauni@hs01.kep.tr
Bilgi için : Ceyda DURSUN
Ünvanı : Sekreter

T.C.
TRAKYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU

Oturum Sayısı: 2024/08
KARAR NO: 2024.08.25 **Karar Tarihi: 08.10.2024**

Akademik Danışmanlığını İstanbul Gelişim Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Öğretim Üyesi Doç.Dr. Murat DOĞAN'ın yaptığı, İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı Gastronomi ve Mutfak Sanatları Doktora Programı öğrencisi aynı zamanda Üniversitemiz Arda Meslek Yüksekokulu Öğretim Elemanı Burak İŞÇİMEN tarafından, Trakya Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'nda değerlendirilmek üzere gönderilen "UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında Edirne'nin Gastronomi Şehri Olma Potansiyelinin İncelenmesi: Bir Model Önerisi(Investigation of Edirne's Potential to Become a Gastronomy City within the Scope of UNESCO Crea-tive Cities Network: A Model Proposal)" başlıklı araştırma dosyası incelenmiştir. Araştırmanın; gerçekleştirilmesinde etik bilimsel standartlar açısından sakınca bulunmadığına mevcudun oy birliği / oy çokluğu ile karar verilmiştir.

Prof.Dr. Adil OĞUZHAN
Başkan
Araştırma ile ilişkisi ☐var ☑yok
Toplantı Katılım ☑Evet ☐hayır

Prof.Dr. Yeşim FAZLIOĞLU
Üye
Eğitim Fakültesi
Araştırma ile ilişkisi ☐var ☐yok
Toplantı Katılım ☐Evet ☒hayır

Prof.Dr. Danış BAYKAN
Üye
Edebiyat Fakültesi
Araştırma ile ilişkisi ☐var ☑yok
Toplantı Katılım ☑Evet ☐hayır

Prof.Dr. Ahmet Emre DAĞTAŞOĞLU
Üye
İlahiyat Fakültesi
Araştırma ile ilişkisi ☐var ☒yok
Toplantı Katılım ☒Evet ☐hayır

Prof.Dr. Esma MİHLAYANLAR
Üye
Mimarlık Fakültesi
Araştırma ile ilişkisi ☐var ☒yok
Toplantı Katılım ☑Evet ☐hayır

Doç. Dr. Sertaç ARABACIOĞLU
Üye
Proje Koordinasyon Uyg. ve Arş. Merk.
Araştırma ile ilişkisi ☐var ☒yok
Toplantı Katılım ☒Evet ☐hayır

Doç. Dr. Raşit GÜLTEKİN
Üye
Kariyer Uygulama ve Araştırma Merkezi
Araştırma ile ilişkisi ☐var ☑yok
Toplantı Katılım ☑Evet ☐hayır

Doç.Dr. Ayşegül KILIÇ
Üye
Balkan Araştırma Enstitüsü
Araştırma ile ilişkisi ☐var ☒yok
Toplantı Katılım ☒evet ☐hayır

Doç.Dr. Deniz GÖKDUMAN
Üye
Güzel Sanatlar Fakültesi
Araştırma ile ilişkisi ☐var ☒yok
Toplantı Katılım ☒evet ☐hayır

Dr.Öğr.Üyesi Gülüm Burcu DALKIRAN
Üye
Roman Dili ve Kültürü Araşt. Enstitüsü
Araştırma ile ilişkisi ☐var ☒yok
Toplantı Katılım ☒evet ☐hayır

Dr.Öğr.Üyesi Şükrü Oğer DINÇ
Üye
Devlet Konservatuvarı
Araştırma ile ilişkisi ☐var ☒yok
Toplantı Katılım ☒evet ☐hayır

Dr.Öğr.Üyesi Levent DOĞAN
Üye
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Araştırma ile ilişkisi ☐var ☒yok
Toplantı Katılım ☐evet ☒hayır

ÖZGEÇMİŞ

Çocukluk yıllarından itibaren Lokanta & Restaurant & Hotel işletmeciliği ile iç içe büyüyen İŞÇİMEN, aile geleneği olan bu sektörü ileriye taşıyabilmek için bu yönde eğitim almayı tercih etti. Yeditepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölü- mü'nden 2010 yılında mezun oldu. Mesleki tecrübeye değeer veren İŞÇİMEN üniversite yıllarında sırasıyla Swissotel The Bosphorus (Stajyer), True Blue Kalamış (Aşçı) , Leblon Asmalımescit (Aşçıbaşı yardımcısı), True Blue Kalamış (Aşçıbaşı), Sheraton İstanbul Maslak Hotel (Kısım şefi), Larissakka Restaurant (Kısım şefi), Urza Restaurant (Aşçıbaşı asistanı, danışman) gibi İstanbul'un önde gelen mekânlarında mesleki tecrübe edinmiştir. 2011 yılında İtalya'da gastronomi alanında çalışmalarda bulundu. 2011 yılında Leonardo da Vinci programı kapsamında Almanya ve İspanya'da balık, su ürünleri alanında koordinatör olarak görev aldı ve çeşitli araştırmalar yaptı. Mesleki tecrübe ve istihdama çok değer veren Burak İŞÇİMEN 2011 yılından itibaren aktif ticarete adım attığı dönemde kendi işletmelerini kurdu. Dededen toruna kalan aile işletmelerinde yöneticilik yaptı. Burak İŞÇİMEN 'in Keşan Ticaret Odası'nda komitelerde aktif rol aldığı dönem yine bu yıllarda başlayıp devam etmiştir. İş yaşamı boyunca gelişmeye ve eğitime değer veren Burak İŞÇİMEN eğitimin ve gelişimin bir devinim olduğunu; gelişirken eğitmeyi, eğitirken gelişmeyi yani paylaşarak her alanda büyümeyi keşfeder ve Keşan Halk Eğitim Merkezinde 2010-2017 yılları arasında çıraklık, kalfalık, ustalık yetiştiriciliği programında birçok dalda usta öğreticilik yaptı. 2013 yıllında askerlik görevini yerine getirir ve ticari hayatına geri döner lakin çok sevdiği eğitim-öğretim hayatına 2014-2017 yılları arasında Keşan'da Turizm alanında mesleki eğitim veren bir lisede öğretmen olarak devam eder. Yine bu dönemlerde bulunduğu lisede projeler hazırlar. "Akıllı Besin Pramidi" Projesinde Keşan İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü ve Keşan Sağlık Müdürlüğü ile kendi öğrencilerinin öğrenimini arttırmak ve daha küçük öğrencilerin dikkatini çekmek için dijital, sesli ve görsel anlamda dikkat çeken bir besin piramidi tasarlar. Daha sonra "Sağlıklı Beslen, Sağlıklı Yaşa" projesiyle devam eder. Keşan yemeklerini ve kültürünü araştırmak ve bir kitapçık oluşturmak için yola çıkan İŞÇİMEN arkadaşları ile birlikte "Tarihten Gelen Tatlar" yarşmasını projelendirir ve uygular. 2015 yılında akademisyen olan eşinin desteği ile akademik hayata Trakya Üniversitesi Keşan Yusuf Çapraz Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu'nda başlar. Beş dönem Turizm ve Gastronomi alanında Öğretim Elemanı

olarak devam eder. Öğr. Gör. İŞÇİMEN, Akademik görevine Mart 2018 tarihinde Trakya Üniversitesi Arda Meslek Yüksekokulu Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü'nde devam etmektedir. Aynı zamanda Sağlık, Kültür ve Spor Daire Başkanlığı'nda İşletmeler Genel Koordinatörü olarak Trakya Üniversitesi tarafından yönetilen tüm birimlerin yeniden yapılandırılması sürecini yönetmektedir. Çok sayıda Projede yönetici ve uzman olarak yer aldı. 2019 Ocak ayından itibaren T.Ü. SEM Trakya Üniversitesi Sürekli Eğitim Merkezi Müdür Yardımcılığı görevini de yerine getiren Öğr. Gör. B. İŞÇİMEN. 12 Temmuz 2019 tarihinde Trakya Üniversitesi SKS Sağlık Kültür Spor Daire Başkanlığı'nda Daire Başkanı olarak tüm birimlerde yenilenme sürecini yönetmektedir. 14 Ağustos 2020 tarihinde SKS Daire Başkanlığı görevinin yanı sıra Trakya Üniversitesi Genel Sekreter Yardımcılığı görevini kurumsal kampüs ve projeler üretebilmek ve uygulayabilmek adına atanmıştır. 22 Ocak 2021 tarihinde Türkiye Büyük Millet Meclisi; Genel Sekreterlik ve Destek Hizmetleri Daire Başkanlığı'na bilgi ve görüşlerinden yararlanmak üzere danışman olarak görevlendirilmiştir. Halen Trakya Üniversitesinde akademisyen olarak görev yapmaktadır.