



Yöresel Ne Kadar Yöresel? Cumalıkızık Örneği** (How Long Local is Local? Example of Cumalıkızık)

Saadet Pınar TEMİZKAN^a, *Emrah YILDIZ^b

^a Eskişehir Osmangazi University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Eskişehir/Turkey

^b Anadolu University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Eskişehir/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:09.10.2020

Kabul Tarihi:22.11.2020

Anahtar Kelimeler

Kırsal turizm

Yöresel yemekler

Gastronomi

Cumalıkızık

Keywords

Rural tourism

Local foods

Gastronomy

Cumalıkızık

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Öz

Bu çalışmanın amacı; Cumalıkızık'taki bir turizm faaliyeti olarak yiyecek ve içecek mekanlarının hizmetini uzman görüşleri çerçevesinde değerlendirmektir. Bununla birlikte, literatürden elde edilen çalışmalardan faydalanarak Cumalıkızık'taki yiyecek ve içecek mekanlarına katkı sağlayacak önerilerde bulunmayı hedeflenmektedir. Kırsal turizmin tanımlarına bakıldığında; Türkiye'de "geleneği yaşatmak" anlamının eksik kalmış bir tanımı gibi gözükmektedir. Bu durum geleneklerin sürdürülmesi için ifade edilen birçok tanımın ötesinde hayatta kalmasını sağlamak açısından önemlidir. Bununla birlikte geleneklerin sürdürülebilir olması için kaliteli sunuma önem vermek, kırsal nüfusun korunması açısından da önemlidir. Bu çalışma nitel bir araştırma yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma örneği, tesadüfi olmayan örnekleme türlerinden amaçlı bir şekilde benzeşik örnekleme yöntemine göre belirlenmiştir. Araştırma verilerinin toplanmasında ise yarı yapılandırılmış görüşmelerden faydalanılmıştır. Araştırma, Haziran ve Aralık 2019 arasında, Cumalıkızık turizmi ve yeme içmesi hakkında deneyimleri olan 15 uzmanla görüşülerek gerçekleştirilmiştir. Bu uzmanlar Bursa'da üç idari amir, özel sektörde iki şef, baş garson olarak çalışan iki garson ve kırsal turizm ile gastronomi konuları üzerinde çalışan sekiz akademisyenden oluşmaktadır. Görüşülen kişilerin ortak noktası, Bursa Cumalıkızık'ı son bir yılda en az bir kez ziyaret etmeleri ve buradaki işletmelerden yemek servisi almalarıdır. Değerlendirmeler ve incelemeler sadece bölgedeki yiyecek ve içecek işletmelerinin sunduğu hizmetleri değerlendirmektedir. Sonuç olarak, önceki çalışmalarda Cumalıkızık yerleşiminin kırsal karakterini sürdürdüğü belirtilmiş olsa da görünür unsurların dışında kalan yiyecek içecek hizmeti ile bağlantılı unsurların yöresel olmadığı düşünülmektedir

Abstract

The aim of this study; as a tourism activity in Cumalıkızık, it is to evaluate the service of food and beverage places within the framework of expert opinions. In addition, it is aimed to make some suggestions that will contribute to food and beverage venues in Cumalıkızık by making use of the studies obtained from the literature. Looking at the definitions of rural tourism; in Turkey "to perpetuate tradition" it seems to be an incomplete description of the meaning. This situation is important in terms of ensuring the survival of traditions beyond many definitions expressed. However, giving importance to quality presentation for the sustainability of traditions is also important for the protection of the rural population. This study was carried out using qualitative research method by researchers. The research sample was determined according to the conformity sampling method, one of the non-random sampling types. In the research, semi-structured interview technique was used as data collection technique. The research was conducted between June and December 2019, by interviewing 15 experts who have experience in Cumalıkızık tourism and eating and drinking. These experts consist of three administrative supervisors in Bursa, two chefs in the private sector, two waiters working as head waiters, and eight academics working on rural tourism and gastronomy. The common point of the interviewees is that they visit Bursa Cumalıkızık at least once in the last year and get food service from the businesses here. Evaluations and reviews only evaluate the services provided by the food and beverage businesses in the region. As a result, although it has been stated in previous studies that the Cumalıkızık settlement maintains its rural character; outside the visible elements, it is thought that the factors related to food and beverage service are not local.

* Sorumlu Yazar

E-posta: emrahyildiz@hotmail.com (E. Yıldız)

DOI: 10.21325/jotags.2020.726

**Bu makale, 02-04 Eylül 2020 tarihleri arasında düzenlenen Conference on Managing Tourism across Continents kongresinde sözlü olarak sunulmuştur.

GİRİŞ

Turizm planlamasının ziyaretçiler için olduğu kadar yöre sakinleri için de planlama ile ilgili olması gerektiği tartışılmaktadır. Eğer turizm yerel halkın hayatında pozitif bir güç ise, yerel katılım ve destek şartlarına bağlıdır (Liu & Wall, 2006, s. 159). Bu duruma uygun bir örnek olarak verilebilecek önemli bir kırsal kalkınma projesi olan Bursa'daki "Cumalıkızık Koruma Yaşatma 98 Projesi"dir. Bu proje; kalkınma olgusunun tabandan başlatılarak halkın aktif katılımı sağlanması, yapılan çalışmaların benimsetilmesi ile devlet ve halk iş birliği kapsamında yürütülmeye çalışılmaktadır. Bursa'da bulunan 700 yıllık bir geçmişe sahip bir Osmanlı Köyü olan Cumalıkızık'ta uygulanan bu proje bölgenin doğal, tarihsel ve kültürel özellikleri ile yöre halkının katılımıyla korunabilmesinin bir örneği olarak sürdürülmektedir. Aynı zamanda Cumalıkızık bütün bu özellikleriyle ulusal düzeyde önemli bir yerleşim ve bir Osmanlı Vakıf köyüdür (Gürlük, 2001).

Turizm aslında yerel özelliklere ve yerlerin kendine has özelliklerine dayanan bir endüstridir. Yerel halkın turizminin niteliğine yabancı olması, gelişmekte olan ülkelerde turizm endüstrisinin örgütlenmesi ve işleyişine zarar vermektedir (Liu & Wall, 2006, s. 167). Geçmişe ait kalıntılar, yaşam şekilleri, gelenek ve görenek, eğlence biçimleri, müzik ve el sanatlarında olduğu gibi yemeğe ait unsurlar ve alışkanlıklar da turizme ait önemli ürünler arasında yer alır (Çetin, 2010, s. 183). Günümüzde birçok konuda ele alınabilecek değerlerin korunabilmesi hususunda gündemde olan sürdürülebilirlik kavramı turizm özelinde bölgeselliğe, yerelliğe ve doğallığa ait değerlerin korunabildiği ölçüde değerlendirilebilir (Aktürk, Durak & Arslan, 2019, s. 2204). Sürdürülebilirliğin sağlanması konusunda ele alınabilecek yöresel yemekler ise kültürel mirasın bir parçası olmakla birlikte ziyaret edilen bölgenin özgün niteliklerine katkı sağlayan en önemli çekicilik unsurlarındandır (Erdem, Mızrak & Kemer, 2018, s. 56). Gürer'in (2013, s. 112) yapmış olduğu çalışmada Cumalıkızık'ta en fazla turistik gelirin elde edildiği önemli bir unsur da % 31 oranıyla yöresel yemeklerdir. Yöresel yemekleri takiben belirtilen el işinden elde edilen gelir ise % 10 oranındadır. Cumalıkızık köyü yerel mutfak yapısı, yaşam şekli gibi özgün sayılan ve otantik yapısı ile turistler için gözde bir mekân haline gelmiştir fakat artmakta olan turist ziyaret sayısı ile birlikte özgün mutfak yapılarını, yerel özelliklerini değiştirmeye başlamışlardır. Cumalıkızık'taki turizme yönelik ilk çalışmalarda yerel halkın desteğinin kısıtlı olduğu ifade edilirken günümüzde halkın turizme dahil olmak için birbirleri ile rekabet halinde oldukları belirtilmektedir (Uslu & Kiper, 2006, s. 306). Bölge halkı ile yapılan çeşitli çalışmalardan edinilen bilgiye göre tarımsal üretiminin daha az getiriye sahip olduğunu düşünen kişiler tarımsal üretimi terkederek turizmden gelir sağlamaya yönelmiştir. Cumalıkızık köyü günümüzde özellikle haftasonu yoğun ziyaretçi çekmektedir ve bölge halkı asıl işlerini bırakarak ziyaretçilere hizmet vermektedir. Bu sebeple bölgede bilinen sakin yaşamdan uzaklaşıp yoğun kalabalık bir ortam oluşmaktadır (Aktürk vd., 2019, s. 2217). Yöresel mutfak özellikleri dahilinde yöresel olarak adlandırılan yemeğin öncelikle ilgili yöreye özgü olması, yöredeki kişiler tarafından ve yine yörede yetiştirilmiş ürünlerden hazırlanması, orijinal bir şekilde sunulması, yöreye ait kültürel özellikleri yansıtması dikkate değer bir önem taşımaktadır (Erdem vd., 2018, s. 56). Fakat Cumalıkızık'ta yemek yemeye gelen turistlere çoğunlukla yerel ürünler sunulmaktan ziyade süpermarketlerden satın alınan ürünlerle yapılan bir mutfak anlayışı olduğu da tespit edilmiştir (Ayazlar & Kılıçalp, 2018, s. 419). Cumalıkızık köyündeki pek çok konut gözlemeci ve kahvaltı evi olarak işletilmektedir. Bu durum yiyecek üretimi için mekânların sağlıklı olmaması ile birlikte konutların yeme mekânlarına çevrilmesi için yapılan değişiklikler otantikliğe zarar vermektedir (Aktürk vd., 2019, s. 2215). Ülkemizin kırsal alanlarındaki yiyecek içecek zenginlikleri iyi planlanıp yönetildiğinde turistlere eşsiz bir yemek tecrübesi yaşatacaktır (Kesici, 2012, s. 36). Kırsal alanlara ait turizm beklentilerinin karşılanarak sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi ile bölgeyi koruma anlamında kısmen

olumlu denilebilecek sonuçlar alınabilir. Bu planlı bir sistematik ile yürütülmez ise ilgili alanlar ticari araç haline gelebilir (Aktürk vd., 2019, s. 2200). Bu bağlamda bu çalışma Cumalıkızık'ta yürütülen projenin işleyişi ve yerelliği yiyecek içecek işletmelerinin yöresel nitelikte verilen hizmetleri değerlendirmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Doğan ve Özasan'ın (2017, s. 71-74)' da belirttiği gibi kırsal turizmin Türkiye'deki tanımlamalarında “*geleneklerin yaşatılması*” ile ilgili eksik bir kısmının varlığı göze çarpmaktadır. Bu durum tanımın ötesinde uygulamada geleneklerin yaşatılmasını sağlaması açısından ayrıca önem arz etmektedir. Bununla birlikte Çetin (2010, s. 188)'in belirttiği gibi kırsal alanlardaki nüfusun korunabilmesi açısından nitelikli bir sunuma hassasiyet göstermek önemlidir. Cumalıkızık köyü 700 yıllık tarihi ile kültürel bir mirastır ve bütün yönleriyle korunarak gelecek kuşaklara bu miras aktarılmalıdır.

Kavramsal Çerçeve

Cumalıkızık, Yöresel Yemek ve Kırsal Turizm

Uludağ'ın eteklerinde bulunan Cumalıkızık, yaklaşık 10 hektarlık bir alanda kurulmuştur. Cumalıkızık Köyü; Bursa'nın Büyükşehir Belediyesi olmasıyla Yıldırım Belediyesi sınırlarında, Karapınar ve Değirmenönü mahalleleri arasında kalmaktadır. Cumalıkızık Köyü'nün çevresi Hamamlıkızık Köyü, Değirmenönü Mahallesi ve Uludağ yamaçları ile sınırlanmıştır (Güleç, 2011: 38). Cumalıkızık sahip olduğu birçok değeriyle yoğun kullanım unsurları bulunan kırsal ve kültürel bir turizm merkezidir (Batman, Adıgüzel & Tüzel, 2017: 36). Cumalıkızık gibi diğer kızık köylerinin (*Değirmenlikızık, Derekızık, Hamamlıkızık, Fidyekızık*) varlığının Bursa'nın kuruluşundan önceki zamanlara dayandığı ve Orhan Bey zamanında (*1339 tarihli Orhan Bey imareti*) hem mutfak malzemesi hem de meyvecilik ve değirmencilik yapıldığı bilinmektedir (Güleç, 2011, s. 37). Kestane ağaçları ile ilgili yapılan ekonomik faaliyetler Cumalıkızık'ın 1950'li yıllardaki en önemli geçim kaynağını oluşturmaktadır. Sonrasında çeşitli hastalıklar nedeniyle bu ağaçların kuruması Cumalıkızık'ın ekonomisine olumsuz yansımıştır. Günümüzde ise bahçe tarımı köyün en önemli sayılabilecek geçim kaynağını oluşturmaktadır (Gürlük, 2001). Cumalıkızık'ta turizmin gelişmeye başlamasıyla birlikte yerel gıdalar turistik gelir elde edildiği için önem kazanmıştır (Gürer, 2013, s. 119-120). Destinasyonun kültürel anlamda tanıtımının yapılması yöresel yiyecekler gibi unsurlarla bölge ekonomisine önemli bir katkı sunmaktadır (Çapar & Yenipınar, 2016, s. 100). Cumalıkızık'ta birçok çeşit meyve, sebze üretimi yapılabilmektedir. Mevsimine göre; ahududu, armut, ayva, böğürtlen, çilek, elma, erik, üzüm, frenk üzümü, kiraz, şeftali, vişne, biber, domates, fasulye, ıhlamur, kestane ve patlıcan yetiştirilmektedir (Gürer, 2013, s. 119; Gürlük, 2001).

Dizi çekimleriyle popülerliği artan Cumalıkızık'a birçok yerden ziyaretçi gelmektedir. Bu durum yöredeki günlük ihtiyacı karşılaması için çeşitli dükkânların açılmasına zemin hazırlamıştır (Güleç, 2011, s. 41). Cumalıkızık'ta turistik ürün olarak satılan yöresel gıdalar; gözleme, kuskus, reçel (*ahududu ve böğürtlen*), tarhana, erişte, kestane ürünleri (*reçel, şeker vb.*), mantı ve konserve ürünlerdir. Bununla beraber yiyecekler arasında özellikle kestane ürünleri ve reçellerin yöreye özgü olabileceği belirtilmiştir (Gürer, 2013, s. 113). İlçede gözleme, kahvaltı ve restoran hizmeti veren 52 işletme ve 4 pansiyon bulunmaktadır. Aynı zamanda 100'ün üzerinde hediyelik eşya ve yerel ürünlerin satıldığı tezgâhlar yer almaktadır (Ayazlar & Kılıçalp, 2018, s. 419). Ayrıca dizi çekimlerinin yapıldığı bazı konutların belirli bölümleri günümüzde yeme içme mekânı olarak gelir sağlamaktadır (Aktürk vd., 2019, s. 2215). İlçe “*Osmanlı İmparatorluğu'nun Doğuşu Dünya Mirası*”, “*bölge içindeki alanlar ile mimari yapıları*” ve

“Cumalıkızık Köyü” 2014 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi’ne girmeye hak kazanmıştır (Ayazlar & Kılıçalp, 2018, s. 419; Gözözküt ve Somuncu, 2017, s. 174-175).

Cumalıkızık yerleşim birimi sırasıyla; koruma altına alınmış (1980) sonrasında kentsel ve doğal sit alanı olarak tescil edilmiştir (1981). Ayrıca yapılan koruma imar planının (1993) günümüz koşullarına uyarlanması ve geniş kapsamlı bir “Koruma Yaşatma Eylem Planı”na uygun bir şekilde uyarlanması gereği ortaya çıkmıştır. Eylem planı ile sadece fiziksel olarak değil sosyal, kültürel ve ekonomik anlamda düzenlemelerin yapılması, hayata geçirilmesi, projedeki kazanılan bilgilerin benzer özellikteki diğer yerleşim yerlerine uyarlanabilmesi ile birlikte dünya çapında bir oluşumun gerçekleşmesi amaçlanmaktadır (Gürlük, 2001). Politika gündeminde, yerel halkın hayatını artıracakı gereğiyle turizm teşvik edilmektedir ve bu nedenle turizm planlaması, ziyaretçiler için planlama yapmak kadar sakinler için de planlama yapmak önemlidir (Liu & Wall, 2006, s. 160). Özgünlüğün ve yerel kimliğin korunmasında yerel halkın oluşturduğu farkındalık kadar turistler ile turist rehberleri ve tur operatörleri gibi unsurların sorumlulukları da benzer şekilde önemlidir (Uslu & Kiper, 2006, s. 313). Cumalıkızık’ta ikamet edenlerin turizm faaliyetlerinin her aşamasında (*pazarlama, planlama, tanıtım, uygulama vb.*) aktif bir şekilde yer almaları gerekmektedir. Cumalıkızık’ın korunabilmesi bütün özelliklerinin araştırılmasıyla mümkün olur (Çetin, 2010, s. 189). Bu doğrultuda turizm amaçlı seyahatlerde yiyecek ve içeceklerin sunulması ile ortaya çıkan deneyimlerin öğreniliyor olması, müşteri memnuniyetini ve yeniden ziyaretinin oluşması için önemli bir gerekliliktir. Ek olarak yiyecek ve içecek hizmetleri alanı, her müşteriye ait kişisel özellikler ve değişen talepler nedeniyle turizme hizmetlerinde en az memnuniyet gösterilen hizmet alanlarından bir tanesidir (Ayaz & Yalı, 2017, s. 43). Bir bölgede fiziksel turizm gelişimi, beraberinde bölgede yaşayan halk açısından çevresel, ekonomik, kültürel ve sosyal birçok değişikliği de beraberinde getirmektedir (Akova, 2006, s. 28). Yöresel mutfakların; ait olduğu bölgenin kültürünü yansıttığı ve ziyaret edilen coğrafi alanın zenginliğini gösterilmesi bakımından önemli bir çekicilik unsuru ve soyut kültürel mirasın somut olarak tanıtılması ve aktarılmasında önemli bir araçtır (Erdem vd., 2018, s. 56). Yöresel yiyecekler sahip olunan kültürün değerini yükselten bir özelliğe ve öneme sahiptir. Yöresel yiyecekler sayesinde bir bölgenin kültürel değeri yükseltirken, bölgeye özgü gıda ürünlerinin ekilip biçilmesinin devamlılığına, yerel ekonominin ve istihdamın gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Çapar & Yenipınar, 2016, s. 110). Bu bakımdan Cumalıkızık Köyü’nde kırsal turizm faaliyetlerini yürüten işletme sahiplerinin hemen hemen hepsi yöre halkından oluşan bireylerdir (Ayazlar & Kılıçalp, 2018, s. 419).

Yöreyle ait kültürel ürünlerin ve kültürün doğal ortamının, turizmden faydalanırken de tahribata uğratılmaması gerekir. Bundan farklı bir durumda ise ticari kaygılar geleneksel değerlere ve kültüre ciddi zararlar verebilir (Çetin, 2010, s. 189). Turistler çeşitli sebepler ile seyahat ettikleri destinasyonlarda bulunan yöresel yiyecekleri ve yerel ürünleri tatmakta ve satın almaktadır. Bu sayede destinasyonun niteliği artmakta ve bölgesel kalkınmaya destek olarak yeni fırsatlar ortaya çıkmaktadır (Sezgin & Eren, 2017, s. 204). Diğer taraftan yiyecek ve içecek ile ilgili çeşitli operasyonların amaçları müşteri memnuniyeti sağlayarak ihtiyaçlarını karşılamaktır (Ayaz & Yalı, 2017, s. 56). Yöresel yiyecekler, kişilerin destinasyon tercihinde önemli bir rol üstlenmektedir. Bu tercih ile turistler açısından güzel bir tatil deneyimi oluşmasına, işletmeler açısından ise bölge ekonomisine katkıda bulunur. Ayrıca turistlerin ilgili destinasyonu ziyaretlerini tekrar etmeleri için de etkili bir unsur olarak görülebilir (Çapar & Yenipınar, 2016, s. 110). Yerel kaynakları turistik ürünlere dönüştürmede önemli konulardan biri, yerel olarak yetiştirilen ürünlerin, sunulan yiyecek ve içecek hizmetlerinde kullanılmasıdır. Turistler için doğal ve organik beslenme, turistik deneyimlerin en önemli yönlerinden biridir (Avan & Zorlu, 2017, s. 314). Yöresel yemekler bulunduğu çevreye ait

özellikler ve kültürü taşıdığı için işletmelere ve yöre halkına fayda sağlayabilecek bir turizm ürünü niteliğine sahiptir (Nisari, 2018, s. 78). Yöresel yiyeceklerin bölgedeki yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yer alması hem turiste bölge kültürünün deneyimini yaşatacak olması hem de turistik talebi artıracığı söylenebilir (Akdemir & Selçuk, 2017, s. 799). Yöresel yemekler ait olduğu toprakların kimliğini ve kültürünü yansıtmaya misyonunu icra ederken, aynı zamanda bir sofraya etrafında toplanan yerel halk ve konuklar arasında yaşanılan paylaşımlarla sarsılmaz bağlar kurulmasını da sağlamaktadır (Mızra, Aydoğdu & Yaşarsoy, 2017, s. 1006). Yöresel yiyecekler, gelenek ve göreneklerin birer ürünü olarak ait oldukları destinasyonları özgün kılar ve taklit edilmeleri güç olur bu sebeple ait olduğu bölge ile anılarak bölgenin tanıtım aracı da sayılabilmektedir (Çapar & Yenipınar, 2016, s. 110).

Birçok ülke turizm işletmelerinin kapasitelerini turizm hareketlerinden daha fazla pay alabilmek için çeşitli teşviklerle hızla artırmaya başlamıştır (Hatipoğlu & Batman, 2014, s. 31). Turizm, her düzeydeki hükümet ve akademisyenin sosyal ve ekonomik gündeminde öne çıkmış olsa da yerel halkın katılımı gerekliliğini sürekli artırmaktadır, ancak yerel halkın turizm fırsatlarına cevap verme yeteneklerinin artırılacağı araçlara yeterince dikkat edilmemektedir (Liu & Wall, 2006, s. 160). Ayaz ve Güllü'nün (2018, s. 20) Tokat Zile'de ele aldığı çalışmasının sonucunda da belirtildiği gibi yöresel yemeklerin ticarileştirilmesi bağlamında yerel halk gerekli bilgi donanımına ve teknik beceriye sahip bulunmamaktadır. Bu bağlamda Cumalıkızık yöre halkı işletmelerinde sadece yöreye özgü bal ve orman meyveleri, narenciye, ayva ve incirden elde edilen ev yapımı reçelleri işletmelerinde sunmaktadırlar. Aynı zamanda ev yapımı tarhana ve erişte gibi ürünlerin de satışını gerçekleştirmektedirler. Patik, yelek, şal, yemeni, havlu kenarı gibi el işi ürünler de belediye tarafından ücretsiz olarak sunulan tezgâhlarda ya da tezgâhı olmayan için evlerinin önünde satılmaktadır (Ayazlar & Kılıçalp, 2018, s. 419). Tarımsal ekonomiye dayalı toplumlarda, tarımın yanı sıra ek gelir getirebilecek alternatif sektörler yaratılması yerel ekonomiyi desteklemesi açısından önemlidir (Gürer, 2013, s. 122). Farklı kültürlerin tanınması için turizm önemli bir araç olarak görülebilir. Ek olarak turizm ve kültürün uyumlu bir yapıda olmalıdır. Aksi bir durumda turizm kültürel yapının bozulmasına sebep olan olumsuz bir unsur olabilir (Uslu & Kiper, 2006, s. 313). Turizm faaliyetlerinin yeterince desteklenmediği, ayrıca turizme olumlu yaklaşımı bulunmayan yerel halkın ve yerel işletmelerin bulunduğu turistik bir bölgede turizmin odağında bir gelişmenin sağlanması da mümkün olmamaktadır. Ancak turizm ile ilgili stratejilerin belirlenmesinde aktif olarak rol alan taraflar genel olarak karar vericiler, yatırımcılar ve bu alanların kültürel kaynaklarını keşfeden orta ve üst sınıflar olmaktadır (Altanlar, Kavak & Güremen, 2017, s. 288). Gelişmekte olan bölgelere yönelik turizm planlarının birçoğu, insan kaynakları gelişimine yeterli önemi vermemektedir. Dahası, birçok turizm planı, mevcut insan kaynakları yetenekleriyle iyi uyuşmayan turizm türlerini desteklemektedir, böylece yerel halkın turizme katılması zorlaşır ve sonuçta olması gerekenden daha az yarar sağlar (Liu & Wall, 2006, s. 159). Kırsal turizmin yapıldığı bölgelerde ekonomik unsurlar gibi faydaların tamamlayıcı nitelikte olması, geleneksel (balıkçılık, çiftçilik, tarım vb.) alışkanlıkların yerini almaması, yerel halk üzerinde az denilebilecek negatif etkiye sahip olması büyük bir avantajdır (Kesici, 2012, s. 36). Cumalıkızık özelinde bakıldığında ise yerel halkın turizme katılımının olumlu yönde gerçekleştiği belirtilmiştir (Pekerşen, Güneş & Seçuk, 2019, s. 363). Bu katılım sadece turizm faaliyetlerini yürütmek ile ilgili olan bir katılım mıdır yoksa bilinçli bir katılım mıdır, anlaşılması için daha fazla billimsel çalışmanın yapılması gerekmektedir.

Cumalıkızık'ta Yapılan Bilimsel Çalışmalar

Aktürk vd., (2019, s. 2200-2225) araştırmalarında kültürel ve fiziksel özellikleri ile günümüze kadar ulaşabilen yerlerin, turizmin etkisiyle pazarlama aracı haline gelmesini ve otantik bir yapıdan uzaklaşıp metalaşmasını değerlendirmiştir. Bu doğrultuda çalışma alanı olarak Cumalıkızık Köyü ile Taraklı'yı (*Sakarya'nın yavaş şehir unvanına sahip bir ilçesi*) incelenmiştir. Çalışmada otantiklik ve metalaşma kavramlarıyla ilgili bölgeler arasında ilişki değerlendirilmiştir.

Pekerşen, Güneş ve Seçuk (2019, s. 350-368) araştırmalarında Cumalıkızık'ta yaşayan yerel halkın kültürel miras turizmini ve kültürel miras kaynaklarının korunmasına yönelik düşüncelerini tespit etmeyi amaçlamaktadır. Araştırma sonucunda katılımcıların kültürel miras kaynaklarının korunması gerektiğinin bilincinde oldukları ve kültürel miras turizmine olumlu yaklaştıkları, bu doğrultuda turizm bilincinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ek olarak yerel halkın turizmden kazanılacak faydanın ve belirebilecek olumsuzlukların farkında olduğu tespit edilmiştir. Ek olarak araştırma sonuçlarına göre Cumalıkızık'ta yaşayan ve araştırmaya katılan yerel halkın yarısından fazlasının (%53,8) turizm sektörü ile iş veya para kazanma şeklinde ilişkili olduğu ve %34,3'ünün kendisi haricinde ailesinde bir başkasının turizm sektöründe çalıştığı ifade edilmektedir.

Ayazlar ve Kılıçalp (2018, s. 415-430) araştırmalarında Bursa Cumalıkızık ilçesindeki işletmecilerin kırsal turizme yönelik tutumlarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırma 18 bölge işletmecisini kapsayarak nitel bir yaklaşım olan görüşme teknikleri ile sürdürülmüştür. Araştırma bulguları çerçevesinde, ilgili kişilerin kırsal turizme olumlu bir tutum sergilediklerini söylemek mümkündür. Ek olarak bölgedeki restorasyon çalışmaları noktasında yerel yönetim ve işletmeciler arasında bazı uyumsuzluklar bulunduğu belirtilmektedir.

Batman vd., (2017, s. 30-39) araştırmalarında kırsal turizm alanlarında kültürel kaynak değerleri ile uyumlu ulaşım çeşitleri gibi unsurları belirlemeyi amaçlamışlardır. Araştırmanın yöntemi iki aşamadan meydana gelmektedir. İlk aşamada ulaşım ölçütleri belirlenerek gerekli incelemeler ile halihazırda bulunan uygunluk durumu hesaplanmıştır. İkinci aşamada çalışma alanının ulaşım durumu ile turizm ilişkisi GZFT analizi ile ortaya konularak bölge ulaşımının turizm ilişkileri ve düzeyi belirlenmiştir. Çalışmanın sonucunda mevcut ulaşım uygunluk değeri %50 ile kısmen uygun olarak değerlendirilmiştir.

Gözözkut ve Somuncu (2017, s. 174-175) araştırmalarında belirli bir özellikteki yönetim planı ve alan yönetiminin, Cumalıkızık nezdinde sorgulanmasını amaçlamışlardır. Araştırma verileri nitel araştırma yöntemi kullanılarak görüşme ve katılımcı gözlem tekniği ile toplanmıştır. Araştırmadaki paydaş gruplar yerel halk, turistler ve UNESCO ile ilgili yetkililer oluşturmuş ve görüşmeler bu üç paydaş grup ile yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda başarılı bir yönetim planı olmasına rağmen, uygulamada sorunlar ve aksaklıklar olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada, Cumalıkızık köyünün yönetim planının hazırlanmasından başlayacak şekilde alan yönetiminde bütün paydaşların söz hakkına sahip olduğu katılımcı bir yönetişimin sürdürülebilirlik için son derece önemli olduğu vurgulanmaktadır.

Gürer (2013) çalışmasında Türkiye'de kırsal alanların korunmasına yönelik bir kırsal turizmin etkinliğini araştırmıştır. Çalışma kapsamında doğru uygulama araçlarının seçimi, planlı bir yaklaşım ve eğitimle geleneksel dokunun korunup geleceğe aktarılmasında kırsal turizmin etkin bir sektör olduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Eren ve Aypek (2012, s. 43-47) araştırmalarında yerel halkın Cumalıkızık'ta turizm gelişimine karşı tutumlarını belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırma sonuçlarına göre yerel halkın turizme yönelik tutumlarının Cumalıkızık'ta

olumlu olduğunu göstermektedir. Yerel halk turistlerin ve turistik işletmelerin çevreye zararı olmadığını düşünmektedir fakat turizm sayesinde kamu hizmetlerinin artmadığı da araştırmaya ait tespit edilen önemli sonuçlardan birisidir.

Güleç'in (2011, s. 35-49) araştırmasında Cumalıkızık Köyü'nün yapısının genel bir analizini yapmıştır. Çalışma kapsamında Cumalıkızık'ın kurucu değerlerinin varlığı sorgulanmıştır. Anket, gözlem ve mülakatlar gerçekleştirilerek köylünün algıları, tutumları ve beklentileri tespit edilmiştir. Ek olarak çalışmada Cumalıkızık'ın fiziksel yapısının niceliksel kapasitesi ve ziyaretçi sayıları da araştırılmıştır.

Çetin (2010, s. 181-190) araştırmasında Cumalıkızık halkının, kültürel miras, kültürel turizm ve turizme ilişkin görüşlerini değerlendirmiştir. Araştırmada örnekleme 182 yöre sakini oluşturmaktadır. Çalışmanın sonucunda araştırmaya katılan kişilerden kadın katılımcıların turizm ve turistler ile ilgili ifadelerinin erkeklere göre daha olumlu olduğu belirlenmiştir. Ayrıca Cumalıkızık halkının büyük çoğunluğu turizm gelirlerinden yeterli pay alamadıklarını düşünmektedir.

Tas vd., (2009, s. 161-184) Cumalıkızık için benimsenen katılımcı bir yönetim modelini sunmakta ve bu modelin uygulanmasında bugüne kadar yaşanan zorlukları ve başarıları tartışmaktadır. Üçüncü Binyılda Yaşayan Osmanlı Köyü - Cumalıkızık İşbirliği Projesi'nin temel hedefleri, mirasın korunması, mimari, kentsel ve kırsal planlama alanlarında ulusal ve uluslararası düzeyde yüksek kalite standartlarını teşvik etmek ve sürdürülebilir kalkınmayı savunmaktır. Çalışmanın temel amacı tarihi yerleşimin korunması ve canlandırılması ile birlikte köyün sürdürülebilir kalkınmasını sağlamak olan Cumalıkızık İşbirliği Projesini sunmaktır.

Taş ve Taş (2009, s. 61-70) bildiri olarak sundukları çalışmada Cumalıkızık'ın önemi ve bölgenin sürdürülebilirliğinin sağlanması amacıyla bir araya gelmesi gereken ortaklar, sorumluluklar, problemler ve çözüm yolları için yapılan çalışmaları aktarmışlardır.

Akova (2006) çalışmasında yerel halkın turizmin etkilerine ilişkin algı ve tutumlarını belirlemeye yönelik; bölge halkının özellikleriyle turizmin etkisini algılamaları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını, iki farklı dönemi değerlendirerek ele almıştır. Ayrıca bu dönemler arasındaki algı ve tutumlarda bir değişim olup olmadığını değerlendirmiştir. Çalışmada ekonomik yarar, sosyal maliyet, kültürel gelişim ve çevreye zarar olmak üzere dört etki faktörü belirlenmiştir. Çalışma sonucunda ise yerel halkın turizme yönelik tutumları her dönemde de çoğunlukla olumlu gözükmektedir. Her iki dönemde algılamalarda farklılıklar saptanmış; 2003 yılında 2001 yılına göre olumsuz algılamaların azaldığı tespit edilmiştir.

Akinciturk ve Kilic (2004, s. 213–219) ise farklı bir alandan Osmanlı sivil mimari tarihi köylerinin eşsiz bir örneği olan Cumalıkızık'ta yangın riski konusunu ele alarak köyün mevcut durumunu ifade etmiştir. Çalışma ayrıca, yangına karşı koruma ve koruma özelliklerini yapıya ve köye özgü uygulanan politika ve prosedürlerin geliştirilmesi için rehberlik etmektedir.

Gürlük (2001) çalışmasında kentleşme olgusunu incelemektedir. Çalışma kapsamında kentleşmenin sürdürülebilirliği, sorunları azaltmak için alınacak önlemler ve bu doğrultuda kırsal kesimi yerinde tutmanın önemi ortaya konmuştur. Ek olarak *Cumalıkızık Koruma-Yaşatma 98 Projesi*'nin önemi ile bölgeye sağlayacağı faydalar çalışma kapsamında aktarılmıştır.

Yöntem

Bu çalışma Cumalıkızık'taki turizm faaliyetleri çerçevesinde yer alan yeme içme mekânlarının yöresel nitelikte verilen hizmetleri değerlendirmek amacıyla nitel araştırma yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmanın amacı; Cumalıkızık'taki turizm faaliyetleri çerçevesinde yer alan yiyecek içecek mekânlarının yöresel nitelikte verilen hizmetleri uzman görüşleri çerçevesinde değerlendirmektir. Bununla birlikte literatürden elde edilen çalışmalardan da faydalanarak Cumalıkızık'taki yeme içme mekânlarına katkı sağlayacak önerilerin de yapılmasını amaçlamaktadır.

Araştırma örnekleme tesadüfi olmayan örnekleme türlerinden amaçlı bir şekilde benzeşik örnekleme yöntemine göre belirlenmiştir. Benzeşik örnekleme yönteminde, örneklem ilgili araştırmanın problem durumu ile ilgili evrende yer alan bir alt grubu ya da özelleşmiş bir durumu içerebilir (Strauss & Corbin, 2014). Araştırmada da veriler yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile elde edilmiştir. Amaçlı örneklem yöntemlerinde örneklem büyüklüğü seçiminde yeni örneklem birimlerinden yeni bir bilgi gelmediği zaman örnekleme dâhil etmeler durdurulur (Shenton, 2004). Bu sebeple alan araştırması, 2019 yılı Haziran ve Aralık ayları arasında, konu ile ilgili uzmanlarla yüz yüze ve telefonla görüşülerek gerçekleştirilmiştir. Turizm planlama çalışmalarında yerel halk, uzmanlar, üniversite ve özel sektör temsilcileri, sivil toplum örgütleri, meslek kuruluşları ve merkezi yönetimin katılımının sağlanmasıyla daha sağlıklı şekilde ulaşılabileceği söylenebilir (Akova, 2006, s. 29). Bu kapsamda uygulanan yarı yapılandırılmış görüşme formu ile birlikte bilirkişi olarak kabul edilebilecek turizm, gastronomi, aşçılık, servis, kültür ve kamusal alanlarda çalışan ve ilgili konular ile alakalı çalışmaları bulunan uzman kişilerle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerin yapıldığı kişilerin ortak noktası Bursa Cumalıkızık'ı son bir yılda en az bir kere ziyaret ederek buradaki işletmelerden yiyecek içecek servisi almış olmalarıdır. Bu uzman kişiler Bursa'da kamu hizmetlerinde görevli üç idare amiri, özel sektörde bulunan iki aşçıbaşı ve şef garson olarak çalışan iki kişi ile kırsal turizm konusunda çalışmaları olan sekiz akademisyenden oluşmaktadır. Yapılan değerlendirmeler ve incelemeler sadece yörede bulunan yiyecek içecek işletmelerinin sunduğu hizmeti değerlendirmektedir. Bu doğrultuda yörede perakende satışı bulunan yöresel yiyecek içecek ürünleri (reçel, konserve, tarhana vb. paketli ürünler) araştırma kapsamına dâhil edilmemiştir.

Çalışma kapsamındaki literatür çalışmaları için kaynak taraması yapılırken konu ile ilgili veri tabanları (basılı kaynaklar, tezler, elektronik dergiler, Scopus, Ebsco, Google akademik, vb. ulusal ve uluslararası veri tabanları) “Cumalıkızık”, “kırsal turizm”, “yöresel ürünler” Türkçe ve İngilizce anahtar kelimelerle taranmıştır.

Çalışma kapsamında literatürden elde edilen bilgiler doğrultusunda araştırmanın soruları aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur:

1. Cumalıkızık'taki yeme içme mekânları ile ilgili düşünceler nelerdir?
2. Yöresel ürün (yiyecek içecek) denilince ne anlaşılır?
3. Cumalıkızık'taki yeme içme mekânları yöresel midir?
4. Cumalıkızık'taki yeme içme mekânlarının yöresel bir dokuda günümüz koşullarına ayak uydurması için gerekli olan yollar nelerdir?

Çalışma kapsamında incelenecek temalar daha önceden yapılmış bazı çalışmalardan (Akdemir & Selçuk, 2017; Aktürk vd., 2019; Ayazlar & Kılıçalp, 2018; Çapar & Yenipınar, 2016; Çetin, 2010; Erdem vd., 2018; Ertürk, 2018;

Göközkut & Somuncu, 2017; Kesici, 2012; Mızrak vd., 2017; Strauss & Corbin, 2014) yararlanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur. Veriler araştırmaya katılan kişilerin deneyim ve uzman görüşlerinin betimlenmesi ve açıklanması için ilgili temaların ortaya çıkartılmasıyla çözümlenmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen veriler, deşifre edilerek ve betimsel içerik analizi ile çözümlenerek temalar oluşturulmuştur. İlgili veriler “Cumalıkızık’taki Yeme İçme Deneyimi”, “Yöresellik ve Cumalıkızık”, “Cumalıkızık’taki Yeme İçme Mekanlarının Yöresel Yapıya Kavuşması” başlıkları olmak üzere üç ana tema altında toplanmıştır. Görüşme sırasında görüşmecilerin izni alınarak ses kayıt cihazı kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler ile ilgili detaylı bilgiler Tablo 1’de yer almaktadır. Katılımcılar için isim ve kurum belirtilmeden “K1, K2, K3...” ifadeleri ile kod numaraları kullanılmıştır. Görüşmeler 13:00 dakika ile 41:00 dakika arasındaki sürelerde gerçekleştirilmiştir. Toplam 15 kişi ile 357:52 dakika görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler ortalama 23:51 dakika sürmüştür. Katılımcıların her biri son bir yıl içerisinde Cumalıkızık’ı en az bir kere ziyaret ettiklerini beyan etmişlerdir. Bununla birlikte üç katılımcı toplamda 10 ve üzeri ziyarette bulunmuştur. 10 katılımcının ise bir ile beş arasında toplam ziyaret sayısı bulunmaktadır.

Tablo 1. Görüşme Detayları

Sıra	Görüşülen Kişi	Ziyaret Sayısı	Görüşme Tarihi	Görüşme Süresi
1	K1	6	11.06.2019	21:39
2	K2	10	11.06.2019	28:27
3	K3	4	12.06.2019	36:25
4	K4	2	14.06.2019	26:48
5	K5	20+	16.06.2019	13:00
6	K6	8	01.07.2019	41:00
7	K7	3	16.08.2019	24:19
8	K8	3	08.09.2019	18:53
9	K9	2	09.09.2019	12:25
10	K10	2	21.10.2019	18:37
11	K11	1	22.10.2019	25:32
12	K12	10+	11.11.2019	37:42
13	K13	2	11.11.2019	15:13
14	K14	5	25.12.2019	15:16
15	K15	2	25.12.2019	22:36

Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde araştırma kapsamında yapılan 15 görüşmeden elde edilen veriler kapsamında aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır. 2019 Haziran - Aralık ayları arasında yürütülerek elde edilen veriler ana temalar çerçevesinde değerlendirilmiş, alıntılara yer verilmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin detaylı bilgiler Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Demografik Özellikler

Değişkenler	n	Değişkenler	n
Yaş		Mesleki Tecrübe	
30 - 35	3	15 yıl – 16 yıl arası	5
36 - 40	7	17 yıl – 18 yıl arası	3
41 - 45	4	19 yıl – 20 yıl arası	7
46 ve üstü	1	Eğitim Düzeyi	
Mesleki Durumu		Lise ve Dengi Okul	5
Akademisyen	8	Önlisans ve Lisans	4
Aşçıbaşı	2	Lisansüstü	6
Servis Şefi	2	Bilirkişilik Durumu	
İdari Amir	3	Aşçı, Garson	4
Cinsiyet		Kamu Yöneticisi	3
Kadın	3	Turizm Uzmanı	3
Erkek	12	Tur Rehberi	1
		Yiyecek İçecek Uzmanı	4
TOPLAM			15

Katılımcıların yaşlarına bakıldığında büyük çoğunlukla 36-45 yaş (11 kişi) aralığında oldukları belirlenmiştir. Mesleki tecrübeleri incelendiğinde en az mesleki tecrübeye sahip (15-16 yıl arası) beş, en fazla mesleki tecrübeye sahip (19-20 yıl arası) yedi katılımcı bulunmaktadır. Katılımcıların eğitim düzeyine bakıldığında, altı kişi ile çoğunluğunun lisansüstü eğitimi tamamladığı, ardından lise ve dengi okul mezunu beş kişi, önlisans/lisans mezunu dört kişinin bulunduğu anlaşılmaktadır. Son olarak katılımcıların bilirkişilik durumları incelendiğinde ise yiyecek içecek sektöründe çalışan (aşçı, garson) dört kişi, yiyecek içecek uzmanı olan dört kişi, kamu yöneticisi ve turizm uzmanı olan üçer kişi ve son olarak tur rehberliği yapan bir kişi oldukları görülmektedir. İdari amir olan ve katılımcıların arasında kamu yöneticileri olarak belirtilen katılımcılar, *belediye ile kültür ve turizm bakanlığı* bünyesinde bulunan kişilerden oluşmaktadır. Yiyecek içecek uzmanlarını ise gastronomi alanında akademik çalışmaları olan kişiler oluşturmaktadır. Katılımcıların bakış açısıyla Cumalıkızık'taki yiyecek içecek mekânlarına ilişkin elde edilen bulgular aşağıdaki başlıklar altında katılımcıların ifadeleriyle belirtilmiştir.

Cumalıkızık'taki Yeme İçme Deneyimi

Katılımcılar Cumalıkızık'taki yeme içme deneyimlerini belirtirken katılımcıların hepsi arkadaş ya da aileleri ile birlikte Cumalıkızık'a gittiklerini belirtmişlerdir. K9 numaralı katılımcı hariç diğer bütün katılımcıların kahvaltı deneyimleri olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcılar ifade ettikleri kahvaltı deneyimlerinde yedikleri ürünleri belirtirken böğürtlen reçeli, ahududu reçeli, incir reçeli, bal, kaymak, domates, salatalık, biber, yeşillik, ıspanaklı ya da patatesli gözleme, patates kızartması, beyaz peynir, kaşar peyniri, bazlama ekmeği, normal ekmeği, haşlanmış yumurta, sucuk, sigara böreği, isteğe bağlı sahandada yumurta, semaverde ya da demlikte çay servis edildiğini belirtmişlerdir. K9 numaralı katılımcı ise yemek yemediğini sadece kahve içtiğini belirtmiştir. Bununla birlikte kahve içtiği mekân için “...lokanta gibi bir yerdi. Gözleme, meyve, karadut şerbeti, limonata, nar şerbeti de bulunuyordu...” şeklinde bir ifade kullanmıştır.

Katılımcılardan bazıları yaptıkları kahvaltı deneyimleri ile birlikte aşağıdaki şekilde gözlemlerini de belirtmişlerdir. K11 numaralı katılımcı “...yer sofrasında köy kahvaltısı yaptık... esnaf sıcak kanlı ve samimi idi...” derken K12 numaralı katılımcı “...sigara böreği ve anne patatesinden patates kızartması yedik...” ifadelerini kullanmıştır. K8 numaralı katılımcı ise “...çalıştıran kişi Karadeniz'liydi mihlama yedik. Mekân otantik ama yöresel denilebilecek bir ürüne pek raslanmadım...” şeklinde yöreye ait olmayan unsurlardan da bahsetmektedir.

K3 numaralı katılımcı “...yiyecek içecek mekanlarının dışında para karşılığı ürün topladığımız bahçeler var, yeşillikler mesela...”, “... kahvaltı ve ızgara çeşitleri gözleme hazır ürünler hiç akşam yemeğine kalmadım fiyat pahalı...” ifadeleri ile restoranların dışında yiyeceklerin tarladan toplanabildiği alanlardan da bahsetmektedir. K13 numaralı katılımcının “...genel olarak profesyonel bir işletme mantığında işlemiyor. Köy ortamında işletmecilik yapıyorlar, temiz görünüyor. Ön taraftan çok bir şey gözüküyor. Fiyatlar bana pahalı geldi...” ifadesi ve K2 numaralı katılımcının “...İki gözleme iki çay pahalı geliyor. İş ticarete dökmüşler. Keyif alamıyorum. Artık gitmeyi tercih etmiyorum...” ifadesi işletmelerdeki yiyecek içecek hizmetleri konusunda ödedikleri ücretin hizmet değeri hakkında fikir vermektedirler. Ayrıca K3 numaralı katılımcı “...Kahvaltı pahalı ederi bu fiyat değil. Aynı fiyata dışarıda başka bir işletmede daha iyi kahvaltı yaparım. Serpme dışında her şey ekstra fiyat. Aileler içeride servis yapıyor ve çalışıyor. Çok amatörce. Bazı bölgeler de ekstraya gelen garsonluk bilgisine sahip genç elemanlar çalıştırıyorlar. Bir başıboşluk var...” ifadesi ile farklı hizmet beklentilerine yönelik durumu ifade etmektedir.

K5 numaralı katılımcı “...kahvaltı pek de yöresel sayılmazdı. Doğallığı açısından yöresel hissettirmiyor...” ifadelerini destekler biçimde K2 numaralı katılımcı “...klasik köy kahvaltısı tereyağı, yumurta, reçe, l bal, kaymak, gözleme sinide sunuluyor. Her yerde bulunabilen malzemeler var...” diyerek yöreye özgü hissettirebilecek bir kahvaltı çeşidi olmadığını belirtmişlerdir. K14 numaralı katılımcı “...standart serpme bir kahvaltı, semaver ya da demlik çay. İyi gözleme, yumurta çeşitleri köy evi konak tarzı yerlerde sunuluyor. Yöresel tereyağı, bal, köy yumurtası, reçeller var. Ama yöresel mi emin değilim. Yöresel olmayan kaşar peyniri, salam vardı...” ifadesiyle kahvaltıda yöresel unsurların bütünlüğü konusunda tereddütlerini belirtirken K1 numaralı katılımcı “...Sıcak çeşitleri çok az. Dışarıda herhangi bir yerde yenilenden farklı bir yapı yok...” ifadesi ile ürün çeşitliliğinin yapısı ve farklılığı konusunda diğer katılımcılarla benzer ifadeler kullanmaktadır. Farklı bir değerlendirmeye K10 numaralı katılımcı “...ortaya serpme, köy kahvaltısı tadında, ev ortamı vardı, çalışanlar çok profesyonel değildi, amacım konfor değil ama sıcaklıktı. Atmosfer otantik. Malzemeler kaliteliydi. Bal oralarda yetişiyor diye biliyorum ama emin olamadım...” ifadesi ile hizmet alma konusunda tercihinin öncelikle işletmeye ait atmosferden yana olduğunu belirtmiştir.

K1 numaralı katılımcının ifadesine göre “...kahvaltı çeşitliliği azdı reçeller fazla ama diğer ürünler azdı. Zeytini dışarıdan aldıklarını düşünüyorum. Bazı işletmeler kırsalı yansıtıyor ama bazıları ise modern görünümde yapmacık bir dokuda... Yemekler genelde ev mutfağı gibi kapalı bir mutfakta yapılıyor... Bazı yerlerde sandalye yok, ayaklı sofralarda servis yapılabilir, bazı yerlerde sedirde de yemekler yenilebiliyor...” diyerek detaylı bir kahvaltı sunumundan bahsederken yine aynı katılımcı “...gözümle koliden yumurta, tenekeden peynir alındığını gördüm...”; bu ifadeyi destekler şekilde K6 numaralı katılımcı “...kahvaltıyı beğenmedim. Ürünler hazırды o yüzden beğenmedim. Çok kalitesiz ürünler var, market logoları olan kutular gördüm. Şarküteri ve çikolata ürünleri bulunuyordu...” diyerek çoğunlukla hazır olarak satın alınan ürünlere işaret etmektedir. Bu hazır ürünlerin kullanımını K3 ve K12 numaralı katılımcıların ifadelerine göre ise “...Köy kahvaltısı diye tabir edilen serpme kahvaltıda domates, salatalık, bal, reçel, zeytin, peynir, biberler, yeşillikler kendilerinin, küçük demlikte reşo üzerinde semaver çayı ya da bazen küçük tüp üzerinde çaydanlık ile beraber çay, beyaz ekmek, nam yapmış yerler ise bazlama, çokokrem... Böğürtlen, ahududu ve incir reçelleri kendilerinin. Balın o yöreye ait olduğu iddia ediliyor ama emin değilim. Peynir asla oraya ait değil teneke peynir, market peyniri... köye ait değil. Beyanlarında kendileri yaptıklarını söylüyorlar. Ama kalabalık zamanlarda hazır aldıklarını da söylüyorlar...” diğer katılımcıları destekler şekilde ve daha net ifadeler ile işletmecilerin de zaman zaman hazır ürün kullandıklarını beyan ettiklerini belirtmektedir. Ek olarak K3, K12,

K13, K14 numaralı katılımcılar K15 numaralı katılımcının ifadesini destekleyecek şekilde “...salam, sürülebilin çikolata gibi kesinlikle uygun görmediğim...” ürünlerin de hemen hemen her ziyaretlerinde kahvaltıda özellikle bulunduğunu belirtmişlerdir. Market gibi yerlerden yöresel olan ya da olmayan ve hazır satın alınan ürünler için K4 numaralı katılımcı K7 numaralı katılımcıyı destekleyerek “...kabul edilebilir ölçüde yörede üretimi yapılmayan yaş, şeker gibi elzem ürünlerin satın alınması normaldir ama üretimin çoğunlukla yöre içerisinde yapılmasını beklerim, çünkü etikette yöresel, yani mecazen, yörede üretilir yazıyor. Fakat bu aynı zamanda çalışanlar tarafından tarım ve hayvancılık mı yapacaklar, kahvaltı hizmeti mi sunacaklar bütün bunlara nasıl yetişekler açıkçası düşünmüyor değilim, bence asıl bu üretim ve satış işinin ayrı değerlendirilip çözülmesi gerekir...” ifadesiyle yiyecek içecek servisi yapanların aynı zamanda tarımsal üretimi nasıl yapacakları ve yöre ürünlerini nasıl tedarik edecekleri konusunda farklı bir bakış açısı sunmaktadır.

K14 numaralı katılımcı yiyecek içecek servisi ile alakalı “...servis aile içinde yapılıyor...” ifadesini kullanarak bir aile ortamından bahsetmektedir. K6 numaralı katılımcı “...servis tepside yapılıyor ve güzeldi. Servis eden kişi iyiydi. Kivi ağaçlarının altındaydık. Köy evinin bahçesi gibiydi. İnsanlar güzeldi servis edenler...” ifadesiyle servisten memnuniyetini belirtmektedir. K1 ve K8 numaralı katılımcılar ise “...servis amatörce... kahvaltı almak için çok bekledik...” ortak ifadesini kullanmışlardır. Ek olarak K15 numaralı katılımcı servisi amatör bulan katılımcıları destekleyerek “...kahvaltı servisi esnasında çok kalabalık olmamasına karşın unutulmuş ürünler için birkaç defa garsona hatırlatma yapmak zorunda kaldık. Hatta mutfağa yakın bir yere giderek oradakilere seslendik... Bu gibi durumlara profesyonel çalışanlara sahip işletmelerde de karşılaşılabılır, hatta normal karşılanabilir ama buranın özelinde sistemsiz, plansız bir iş bölümünün yapıldığı açık...” şeklinde yaşadığı olumsuz durumdan bahsetmektedir.

Yöresellik ve Cumalıkızık

Cumalıkızık'taki yeme içme mekanları hakkında yöresellik konusunu değerlendiren katılımcılar genel olarak yöreye ait yöresel bir dokunun bulunduğunu belirtmişlerdir. Fakat bu yöresel unsurların işletmelerde sunulan yiyecek ve içecekler için geçerli olmadığı konusunda fikir birliği içerisinde bulunmaktadırlar. Özellikle kahvaltıda sunulan yiyecek içecek ürünlerinin yöreyi yansıtmadığı konusunda katılımcıların ifadeleri aşağıdaki şekildedir.

K1 numaralı katılımcı “...tamamen orada üretilmiş yiyecekleri yemek ve tatmak işin en doğrusu yani kendi üretimi olan ürünleri deneyimlemek gerek... yeme içme anlamında çeşitlilik zayıf. Yörede hayvancılık azaldığı için hayvansal ürün üretimi zayıflamış, peynir vb. üretilmiyor. Mesela tereyağı dışarıdan alınıyor. Salça kahvaltıda yok ama olabilir. Ayrıca köy anlamında yöresel ama işletmelere yöresel demek pek doğru olmayacaktır. Görüntü köy evleri gibi gözüküyor ama sunulan ürünler yöresel olarak nitelendirilemez...” ifadesine ek olarak K6 numaralı katılımcı “...yöresel mutfak o bölgenin etnik özelliğini yansıtan yerdir. Cumalıkızık yeme içmesi için yöresellik vardır diyemiyorum. En azından Bursa'ya özgü şeyler sunulabilir...”. Benzer şekilde K8 numaralı katılımcı da “...her köye özgü Bursa'ya özgü yiyecekler beklerdim. Dışarda satılan ürünlerde yöresel ürünler var ama kahvaltıda da diğer mekanlarda da aynı tarz... Marketten aldıklarını düşündüğüm bal, tereyağı, peynir gibi hissettiren ürünler vb. vardı...” ifadesi ile aslında görünen yöreselliğin dışında arka planda yapılanların farklılığına dikkat çekmektedir. Farklı bir bakış açısı ile daha önce yemek yemediğini sadece kahve içtiğini belirten K9 numaralı katılımcı ise “...meyveler yöresel geldi ama ötesi Bursa mutfak kültürünü yansıtıyor gibi gelmedi. Orijinal o bölgenin yemeğini hissettirmedeği için yemek yemedim. Özgün gelmediği için yemedim. Yememe kararımı cezbedici bir işletme olmadığı

için menü kontrolü ile hissiyatı edindim. Bütün sokaklarını dolaştım. İlla bunu burada yemeliyim diyebileceğim bir yerle karşılaşmadım...” şeklinde bir ifade kullanarak yemek yemek için gerekli motivasyona ulaşamadığını belirtmiştir. K15 numaralı katılımcı ise “...Cumalıkızık adını duyarak gittiğimiz ve yolumuzu Mudanya ’dan bir, bir buçuk saat uzattığımızıza degecek bir kahvaltı yapmaya gittik. Tam bir hayal kırıklığıydı. Giderken yol üzerinde internette işletme puanlarına göre eleyerek üç’e düşürdük ve bu üç işletmeye de ailem dışarıda oyalanırken kahvaltı mekanına karar vermek için teker teker girerek kontrol ettim, en sonunda mecburen bir yerde karar kaldım ama aç olduğumuz için yedik. Salam ve çokokremin olduğu bir kahvaltıda yöresellikten bahsetmek ne kadar doğru olur bilemiyorum. Yöresel diye bahsedilen bir kahvaltıda yörede yetişmeyen market alışverişi ile herhangi bir tabakta, eski plastik tabaklarda sunulan hazır ürünler yapmacık hissettiriyor...” şeklindeki ifadesi ile bir bakıma yöresel olarak nitelendirilen bir kahvaltıda olmaması gereken ürünlerin varlığının bütüne olumsuz etkisinden bahsetmiştir.

K8 numaralı katılımcı “...Kahvaltı ve gözlemenin dışında öğlen ya da akşam yemek adına bir şey yok. Var da yeterli çekiciliği yok. İçeriye de gözlememiz var diye davet ediyorlar. Yöresel mutfak yok. Misafirlerimi gezdirmek için giderim sadece. Mekânsal açıdan güzel ama...” ifadesi ile Cumalıkızık’ın mekânsal olarak güzel olduğunu ama yeme içme anlamında cazip bir yer olmadığını belirtmektedir. K10 numaralı katılımcı ise “...Yediğimiz yumurtanın köy yumurtası olmadığını biliyoruz. Atmosfer için gidiyoruz. Bizim gibi giden çok ziyaretçi var. O kadar çok insana yetemez buranın kaynakları. Yüzde yüz yöresel yemekler var diyemeyiz...” ifadesi ile aslında durumun farkında olmak için ziyaret sayısına bakmanın ve yeme içmenin tümüyle yöre kaynakları ile karşılanamayacağına dikkat çekmektedir.

K12 numaralı katılımcı “...başka yerlerde gözümüzle gördüğünüz köylü kadınların kendi ürettikleri işletmeler var mesela böyle yerler için yöresel diyebiliriz kendi bahçelerinden kendi hayvanlarından üretiyorlar bakkal ya da marketten satın alınan bir ürün kullanmıyorlar. Böyle bir örnekten sonra Cumalıkızık için yöresel diyemeyiz bence reçel çıkınca yol üstü lokantasından da benzer bir kahvaltı hizmeti alınabilir...” diyerek farklı bölgeler ile bir karşılaştırma yapmaktadır. K13 numaralı katılımcı “...bölgeye has yeşilliklerin sunulmasını beklerim... Ben mesela yeşilliklerini bekliyordum açıkçası, bölge de yeteri kadar olmasa da Bursa’ya özgü ürünleri beklerdim. Şeftali, Kestane, Armut olabilir. En azından Gemlik’in zeytini sunulabilir. Genel olarak yöresel denilebilir ama tam anlamıyla değil. Genel ticari amaçla açılmış yerler var. Yöremizin ürününün tanıtayım satayım denilen bir zihniyet yok. Ayrıca bunun talep edilmediğini düşünüyorum. İnsanlar kahvaltı yapmaya geliyor ama baş köşede doyurucu olarak gözleme var. Sadece reçelleri çok güzel çeşidi fazla...” ifadesi ile yöreye ait az sayıda çekici unsur olabileceğini ama yakın çevresindeki kaynaklarla bu eksikliğin giderilebileceğini belirtmektedir. Ayrıca K14 numaralı katılımcı “...çok da yöresel bir kahvaltı yaptığımı düşünmüyorum... Benim için otantik bir köy havası var. Her zaman gitmeye gerek yok...” ifadesi ile Cumalıkızık’ın sadece bir köy olarak yöreseli yansıttığını belirtmektedir.

Cumalıkızık’taki Yeme İçme Mekanlarının Yöresel Yapıya Kavuşması

Cumalıkızık’taki yeme içme mekanlarının yöresel bir yapıya kavuşması için katılımcılar ifadelerinde genel sorunlara da yer vermektedirler. Bu sorunların doğrudan ve dolaylı olarak yeme içme mekanlarına da etki ettiği düşünülmektedir. Bu doğrultuda K1 numaralı katılımcı “...yörede üretilen ürünlerin artırılarak çeşit ve diğer üretimler kapsamında daha yöresel bir şekilde sunular gerçekleştirilebilir. Tavuk yetiştiriciliği, büyükbaş, küçükbaş hayvan vb. ürünlerle yöreye ait ya da yöreye yakın olan diğer yöre ürünleri üretilebilir (tereyağı, süt vs). Meyve kuruları yapılabilir. Bildiğim kadarıyla frambuaz yetiştiriciliği zamanla azalmış. Kadınlar tarladan

tezgahlara gittiği için tarımsal üretim azalmış...” ifadesiyle tarımın azaldığı konusundaki durumu belirtmektedir. Ayrıca K12 numaralı katılımcı “...Fiziki yapı çok bakımsız. Kendi adıma içim sızladı. Yasal olarak bürokratik zorlukları aşamadıkları için otantik diye bakımsız ve eski olan masa, sandalye, koltuk gibi ürünleri kullanmak kolaylarına gelmiş. Bilincinde değiller. Temizlik ve tuvalet konusunda işletmeler çok kötü. Kamu tuvaletleri ise içler acısı. Restoranlarda hediyelik eşya da, oyuncak da satılıyor yemek hizmeti de veriyorlar. Her şeyi devletten bekliyorlar. Tarım neredeyse hiç yok. Koca köyde bir tane mandıra var. İlkbahar, yaz, sonbahar fena değil ama kışın çok kötü, altyapı hiç yok. Elektrik sobaları ile oturup hizmet alıyorsunuz çok kötü. Engelliler için hiç uygun değil. Kışın açık olan yerler daha az üçte bir denilebilir. Yaptığım araştırmada evlerin ön tarafları film platosu gibi içerisi ise depo karmaşıklığında istif alanı...” ifadesi birden çok sorunu belirterek aslında Cumalıkızık için düzensiz bir yeme içme hizmetinin ötesinde planlama konusunda karmaşık bir yapının da varlığına işaret etmektedir. Bu durumu destekleyecek farklı bir ifade ise K3 numaralı katılımcı tarafından “...Miras davası çok fazla evler birden fazla kişiye ait olduğu için anlaşmazlıklar var. Evi restore edilmiş olanlar hariç (onlar da kışın kalmıyor) diğerlerinin ise kendi yaşadıkları ev değil...” şeklinde belirtilmiştir. Bütün bu sorunların çözümü için K6 numaralı katılımcının “...Turizm il müdürlüğünün devreye girmesi gerekiyor. Standart getirilebilir. Metalaşmış bir bölge. Halkında içine dahil olması lazım. Kurallar, orijinal ürünlerin bulunmasının sağlanması ve bu konuda denetimler yapılabilir. Unesco kültürel miras listesine girdiği için yurtdışından gelen misafirler için olumsuz yorumlar aldım. İnsanlar nasıl olsa geliyor diye düşünüyorlar. Ama bu sürdürülebilir değil. İdari makamlara vizyon katmak gerekir. Kapasite azaltılabilir, kontrollü gelebilirler...” ifadeleri sürdürülebilir bir yapılanma sağlanması için çarpıcı örneklerdir. Ayrıca K10 numaralı katılımcı “...Yerel yönetim orayı destekleyecek büyük bir üretim alanı kurabilir. Tarımsal üretimler burada oluşturulur. Bireysel girişimciler bunu kendi başlarına sürdürülebilir yapamaz...” ifadesiyle tarımsal üretime dikkat çekmektedir. Yöresel bir mutfak özelinde K9 numaralı katılımcı “...bölgenin kültürü saha çalışması ile mutfak kültürü tespit edilir. Girişimcilere bu yönde eğitim verilir ve bunun sürdürülebilirliği için denetimler yapılır. Potansiyeli olan bir bölge burası, ilgi gösterilirse güzel bir hal alacağını düşünüyorum...” ifadesi ile işletmelerde sunulacak yiyecek içeceklerin olması gerektiği gibi bir yapıya kavuşması için gerekli çalışma adımlarından bahsetmektedir. Ek olarak K13 numaralı katılımcı “...Yöresel ürünlerin pazarı oluşturulabilir. Burada ürünlerin pazarlama tanıtım faaliyetlerinin yapılması lazım. Önce sunan kişilerin yöreyi tanınması lazım. Mevsiminde taze, mevsim dışı farklı şekilde sunumlar yapılabilir...”. K14 numaralı katılımcı ise “...Yöresel hale getirmek için Bursa yöresine ait ürünler kullanılarak bir sunum gerçekleştirilmelidir. Önceliği onlara vererek yiyecekler yapılmalıdır. Gözlemeden daha çok oraya özgü başka bir hamur işi yapılmalıdır mesela. Gözlemeyi herkes yapıyor bir çekiciliği yok... bir de doluluk hafta içi ve hafta sonu değişkenlik gösteriyor bunu dengelemek lazım...” şeklinde bir çözüm yolu ifade etmektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Kırsal turizm faaliyetleri kapsamında bütünleyici bir özelliğe sahip olan yöresel yiyecek ve içecek kültürümüz, destinasyona ait bir imaj oluşturmada önemli roller üstlenebilir (Kesici, 2012, s. 36). Cumalıkızık'ın işletmelerinde yöresel olarak adlandırılan yeme içme mekânlarının günümüzdeki mevcut durumunu belirlemeye yönelik yapılan bu çalışmanın amacı Cumalıkızık'taki turizm faaliyetleri çerçevesinde yer alan yeme içme mekânlarının yöresel nitelikte verilen hizmetleri uzman gözüyle değerlendirmektir. Çalışmadan elde edilen bulgular çerçevesinde oluşturulan sonuç ve tartışmalar Cumalıkızık'taki yöresel yeme içme olgusunun hangi şekilde uygulandığını tespit etmek, benzer durumdaki işletmelerin mevcut durumunu anlamak ve genel bir değerlendirme yapmak açısından araştırmacılara ve

uygulayıcılara katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu katkının oluşturulabilmesi için alan uzmanı olarak değerlendirilebilecek uzman kişilerden yararlanılmıştır ve bu kişilerin en az 15-20 yıl arasındaki tecrübeleri Cumalıkızık'ı değerlendirebilmek için yeterli gözükmemektedir.

Cumalıkızık'taki yeme içme deneyimleri ile ilgili düşünceler katılımcılar tarafından çoğunlukla kahvaltı ağırlıklı hizmetin gerçekleştiği yönündedir. Ayrıca bu kahvaltı hizmetinin herhangi bir dış mekânda bulunabilen işletmelerden farksız olduğu yönündedir. Kahvaltılık ürünler dışında en çok üretilen yiyecek ürününün gözleme olduğu bütün katılımcıların ortak görüşü olarak tespit edilmiştir. Ağırlıklı olarak Cumalıkızık'ta bulunan kahvaltı hizmeti veren işletmelere giden katılımcılar yöresel olarak adlandırılan kahvaltıda yine her yerde bulunabilecek ürünlerin olduğunu ve özellikle reçel, peynir, gözleme gibi kahvaltılık ürünlerin de yöresel nitelikte beklentileri karşılamadığını belirtmişlerdir. Aktürk vd., (2019, s. 2218-2219) ifadelerine benzer şekilde bulunan bir sonuç olarak Cumalıkızık özelinde belirtilen en yaygın ticari faaliyet kahvaltı ve gözlemeciliktir. Bölgedeki evlerin alt katları gözlemecilik ve yeme içme alanları olarak kullanılmaktadır. Halk bölgede üretilen gözlemenin yöresel bir değeri olmamasına rağmen kolay üretilen bir ürün olduğu için bu üretime yönelmiştir. Katılımcıların geçmiş deneyimleri ile beraber ifade ettikleri en çarpıcı durum ise marketlerden alınan ürünlerin kahvaltı sofralarında yerini aldığını belirtmeleri olmuştur. Bu ürünler içerisinde çikolata katkılı sürülebilir ürünler ve şarküteri ürünleri de dahildir. Bununla birlikte katılımcılar, alınan hizmetin ücretinin fazla bulunması, benzer hatta daha iyi bir hizmetin Cumalıkızık dışında başka bir işletmeden alınabilmesi, servisin amatörce olması gibi durumlarını belirtmişlerdir. Ayrıca bazı katılımcılar bütün bunların göz ardı edilerek sadece ortamın atmosferi için gittiklerini de belirtmişlerdir. Hizmet sunumu ve müşteri deneyimi turizm sektöründe yer alan yiyecek ve içeceklerin servisinde iki temel boyut olarak belirtilmektedir. Hizmet sunumu, ürünlerin müşteri ile buluşturulması; müşteri deneyimi ise memnuniyet ile ilgilidir. Bu açıdan müşterilerin hizmet sunumu ve memnuniyet beklentilerinin öğrenilmesi bir gerekliliktir (Ayaz & Yalı, 2017, s. 56). Turistlerin kültürel turizm ve kırsal alandan beklentisi doğal olarak ifade edilen ortama ya da ürüne daha yakın olabilmektir. Farklı bir pencereden bakıldığında ise bölge halkının turizmden ekonomik kazanç beklentisiyle gösterilen otantik olanı sergileme çabası, bu bölgeleri bazen doğal olmaktan uzaklaştırmakla birlikte ürünlerini ticari bir hale dönüştürebilmektedir. Bu duruma mekânsal açıdan bakıldığında ise ticari beklentiler doğrultusunda yapılan faaliyetler ile “metalaşan” bu yerler zaman içerisinde otantik beklentiyi karşılayamayacak hale dönüşebilmektedir (Aktürk vd., 2019, s. 2202). Ayrıca müşterilere sunulan yiyeceklerde ürün kalitesi her zaman ön planda tutulmalıdır. Müşterilere kaliteli yiyecekler sunulmazsa bunları sunan bir işletmenin yaşamını sürdürülebilmesi mümkün değildir (Ertürk, 2018, s. 102). Bu doğrultuda sonuç olarak yöresel mutfak denilince katılımcıların beklentileri; o bölgede yetişen ve geleneksel metotlarla hazırlanmış yiyecek ve içeceklerin sunulması yönündedir. Bu duruma Cumalıkızık'ın yiyecek işletmelerinde katılımcılar tarafından pek rastlanmasa da kahvaltıda yer alan bazı reçel çeşitlerinin işletmeciler tarafından yapıldığını da belirtmişlerdir. Fakat bir iki ürünün yöresel nitelikte olması katılımcılar açısından yöreselliği yaşamaları için yeterli görülmemektedir. Bununla birlikte bir iki ürünün de hazır olduğunun hissedilmesi (çikolata ve salam vb.) bütün yöreselliği yapmacık göstermektedir. Katılımcılar aynı zamanda yiyecek içecek servisi yapan yöre halkının beraberinde tarımsal faaliyetleri nasıl gerçekleştirdiğini de merak etmektedir. Hem tarım hemde yiyecek içecek servisi işinin aynı anda yoğun bir şekilde yürütülmesi mümkün gözükmemektedir. Bu sebeple işletmelerde kahvaltı hizmeti veren yöre halkı tarafından ihtiyaç duyulan ve yörede üretilmeyen ürünlerin satın alınarak sunulmasının bir izahı olarak görülebilse de katılımcıların beklentisi her ürünün yörede üretilmesi gerekliliğidir. Çünkü Cumalıkızık'ın sunduğu ve ziyaretçi çekmek için kullandığı ana tema yöresel,

kırsal, geleneksel gibi kavramlardır. K4 numaralı katılımcının belirttiği gibi “...*üretimin çoğunlukla yöre içerisinde yapılmasını beklerim, çünkü etikette yöresel, yani mecazen, yörede üretilir yazıyor...*” ifadesi tüketici hakları açısından da değerlendirilmesi gereken önemli bir detay olarak görülmektedir. Cumalıkızık yerleşiminin kırsal karakterini devam ettirdiği (Gürer, 2013, s. 120) daha önceki çalışmalarda belirtilse de görüntüden öteye yiyecek içecek işletmelerinde sunulan ürünlerin kırsalı yansıtan bir özelliğinin olmadığı düşünülmektedir. Cumalıkızık’taki yeme içme mekanlarının yöresel görüntüsü verilme çabası da yine katılımcılar tarafından eleştirilen bir başka unsurdur. Bu çaba yapmacık bir hissiyat yaratmaktadır. İşletmede kullanılan tabakların basitliği ve içlerine konulan ürünlerin boyutlarından mekanların boyasına; düzensiz bir atmosfer içerisinde üretimin gerçekleşmesinden servisin güler yüzlü ama acemice yapılmasına kadar katılımcılar tarafından olumsuz eleştiriler sıklıkla dile getirilen unsurlardan bazılarıdır. Kırsal turizm, diğer turizm çeşitleri arasından koruma ilkesini benimseyerek ekolojik bir yapı çerçevesinde gelişmiştir ve çevrenin otantik değerlerine saygı göstermektedir (Batman vd., 2017, s. 36). Fakat elde edilen bulgular sonucunda değerlendirilen Cumalıkızık köyü yeme içme anlamında kendine has otantik bir görüntü sergilememektedir. Bu durum muhtemelen ülke çapında bir sorun olarak görülebilir. Bu sorunun aşılması Cumalıkızık’ın yiyecek mekanlarında da doğru ve kalıcı bir eğitim ile kazandırılabilir. Bu bağlamda Liu ve Wall (2006, s. 167)’in da belirttiği gibi yerli turizm kaynaklarının kullanımında daha fazla yerel kontrol ve katılımın teşvik edilmesi için, yeterli eğitim ve öğretim mekanizmalarının oluşturulması ve uygulanması acil ihtiyaçlardır.

Cumalıkızık’taki yeme içme mekanlarının yöresel dokuya uygun hale getirilmesi için yapılması gereken unsurlar katılımcılar tarafından çeşitli şekillerde ifade edilmiştir. Öncelikle işletmelerin kaliteli bir hizmet vermeleri için kapasitelerinin belirlenmesi ve belirli bir sayıda müşteri ağırlaması gerekmektedir. Bununla beraber sayısı az olan işletmelerin artırılması akla gelen ilk seçenek olsa da bu çözümün Cumalıkızık’ın taşıma kapasitesi düşünülerek ele alınması gereklidir. Çünkü yöresel ürünlerin servisi için aynı zamanda tarımsal nitelikte bir üretimin de yapılması gerekir. Ayrıca hafta içi istenilen doluluğu yakalayamayan işletmeler bunun telafisi için hafta sonlarını bekliyor olabilir. Bu da çözüme kavuşturulması gereken bir başka unsur olarak dikkat çekmektedir. Katılımcılar yiyecek içecek işletmelerinin sayısının artırılmasından ziyade daha özel üretimlerin ve servisin yapılması, bununla beraber fiyatların da dengeli bir şekilde oluşturulmasıyla arz talep dengesinin yakalanması gerekliliğini belirtmişlerdir. Sonuç olarak katılımcı olan uzman kişiler tarafından özellikle tarım ve hayvancılığın yöresel ürün üretimi için artırılması, bölgeye ait mutfak kültürünün doğru tekniklerle araştırılması, mevsimsel özelliklerin gözetilmesi, ilgili eğitimlerin verilmesi ve planlar doğrultusunda denetimlerin yapılması, altyapı ve bürokratik sorunların çözümü, idari makamların gerçekten sürdürülebilir bir vizyon ile bütün bu konuların ele alınması konularında önerilerde bulunulmuştur. Kırsal bölgelerin otantikliğe ait sürdürülebilir özelliklere sahip olması önemsenmelidir (Batman vd., 2017, s. 36). Cumalıkızık’taki yemek üretimi yapan işletmelerin daha yöresel ürünleri ön plana çıkararak sunması gelecekteki ziyaretçilerin devamlılığının sağlanması için iyi bir seçenek olabilir. Kırsal turizm yerel ürünlerin ve becerilerin desteklenmesi ile yerel ekonominin gelişmesine katkıda bulunabilir. Kültürel sürdürülebilirliği sağlamada yöreye özgü ürünlerin üretimi eğitimlerle desteklenerek sunumu geliştirilmelidir (Gürer, 2013, s. 126). Ayazlar ve Kılıçalp (2018, s. 419)’in ifade ettiği gibi müşterilere sunulan yerel ürünlerden yapılan yiyecek ve içecekler yüksek kalitede olmalıdır. Kırsal alanlardaki otantikliğin turistlere yansıtılması noktasında işletme sahiplerinin hizmet sunumlarında daha fazla yerel ürünlere yer vermesi gerekmektedir. Ayrıca Pekerşen vd., (2019, s. 364) da Cumalıkızık ile ilgili yaptıkları çalışmada belirttikleri gibi bölgenin taşıma kapasitesi çalışmaları yapılmalı ve daha fazla ziyaretçi çekmek adına taşıma kapasitesi aşılmamalıdır. Ayaz ve Güllü’nün (2018, s. 20) çalışmasında ayrıca

yöresel mutfakların uygun projeler ile desteklenerek turizm amaçlı ticari sunumuna yönelik eğitimlerin artırılması, standart reçete kartlarının oluşturulması ve menülerin düzenlenmesi gibi önerileri de kayda değerdir. Gelişmekte olan dünyada, turizm genellikle yukarıdan aşağıya bir planlama yaklaşımıyla uygulanır. Bu tür turizm gelişmelerinde karar alma, ağırlıklı olarak devlet kurumlarının ve büyük turizm firmalarının müdahalelerine dayanmakta olup, dış, genellikle yabancı, sermaye ve yerel halkın marjinalleşmesine neden olmaktadır (Liu & Wall, 2006, s. 159). Yiyecek ve içecek işletmelerinin turistlerin beklentilerine uygun olan modern bir yapıda olmasına özen göstermekle birlikte (Ayaz & Yalı, 2017, s. 56) kültürel mirasın korunması için temizlik çalışmalarının yapılması, yerel halkta kültürel miras ve turizm bilincinin oluşturulması, yerele doğru iş eğitimlerinin verilmesi, altyapının sağlanması (Pekerşen vd., 2019, s. 363), mutfak kültürüne ait öğelerin belirlenmesi, sunum, pazarlama, hijyen ve etik konularında bilgilendirmelerin yapılması gibi ele alınabilecek bir çok konuda yöreselliği ön plana çıkartacak çalışmaların Cumalıkızık'ta yapılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Akdemir, N., & Selçuk, G. N. (2017). Mutfak kültürünün sürdürülebilirliği bakımından yöresel yiyeceklerin menülerde yer alma düzeyi: Taraklı ölçeğinde bir araştırma. *1st International Sustainable Tourism Congress (November 23-25) Faculty of Tourism Kastamonu University*, (Proceedings Book), 793-801.
- Akinciturk, N., & Kilic, M. (2004). A study on the fire protection of historic Cumalıkızık village. *Journal of Cultural Heritage*, 5, 213–219.
- Akova, O. (2006). Yerel halkın turizmin etkilerini algılamalarına ve tutumlarına yönelik bir araştırma. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 2 (1), 1-34.
- Aktürk, S., Durak, S., & Arslan, T. V. (2019). Otantiklik ve metalaşma kavramlarının turizmin sürdürülebilirliği çerçevesinde Taraklı ve Cumalıkızık bölgeleri üzerinden okunması. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 13(19), 2200-2225.
- Altanlar, A., Kavak, İ., & Güremen, L. (2017). Tarihi mahallelerdeki turizm odaklı müdahalelerin mahalle sakinleri üzerindeki etkisi; Amasya, Sofular mahallesi. *1st International Sustainable Tourism Congress (November 23-25) Faculty of Tourism Kastamonu University*, (Proceedings Book), 276-291.
- Ankomah, P. K. (1991). Tourism skilled labor: The case of sub-Saharan Africa. *Annals of Tourism Research*, 18(3), 433–442.
- Avan, A., & Zorlu, Ö. (2017). Community based tourism activities within the context of sustainability of tourism: a case of Gelemiş Village. *1st International Sustainable Tourism Congress (November 23-25) Faculty of Tourism Kastamonu University*, (Proceedings Book), 310-318.
- Ayaz, N., & Güllü, M. (2018). Yerel halkın yöresel mutfak konusunda bilinçlendirilmesi üzerine bir AB projesi değerlendirmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 2 (1), 11-21.
- Ayaz, N., & Yalı, S. (2017). Kültürel turistlerin seyahat tercihleri ve yiyecek-içecek beklentileri: Safranbolu örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt.1, Sayı.1, 43-61.

- Ayazlar, R. A., & Kılıçalp, M. (2018). Kırsal turizmde işletmelerin rolü: Cumalıkızık örneği. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20 (1), 415-430.
- Batman, Z. P., Adıgüzel, E., & Tüzel, F. (2017). Bursa Cumalıkızık örneği kırsal turizm kullanımları çerçevesinde ulaşım değerlerinin incelenmesi. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 19 (2), 30-39.
- Brotherton, B., Woolfenden, G., & Himmetoğlu, B. (1994). Developing human resources for Turkey's tourism industry in the 1990s. *Tourism Management*, 15(2), 109–116.
- Choy, D. J. L., Gee, & C. Y. (1983). Tourism in the prc: five years after China opens its gates. *Tourism Management*, 4(1), 85–101.
- Çapar, G., & Yenipınar, U. (2016). Somut olmayan kültürel miras kaynağı olarak yöresel yiyeceklerin turizm endüstrisinde kullanılması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 4/ Special Issue 1, 100-115.
- Çetin, T. (2010). Cumalıkızık köyünde kültürel miras ve turizm algısı. *Millî Folklor*, 22 (87), 181-190.
- Doğan, S., & Özasan, Y. (2017). Kırsal alan gelişimi açısından kırsal turizm ve kırsal turizmin dünyadaki durumu. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (ERZSOSDE)*, Ös-IV, 61-78.
- Echtner, C. M. (1995). Entrepreneurial training in developing countries. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 119–134.
- Erdem, Ö., Mızrak, M., & Kemer, A. K. (2018). Yöresel yemeklerin bölge restoranlarında kullanılma durumu: Mengen örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (1), 44-61.
- Eren, R., & Aypek, N. (2012). Kırsal turizm bölgesinde yerel halkın turizmin gelişimine karşı tutumları: Cumalıkızık köyü örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2 (2), 43-47.
- Ertürk, M. (2018). Müşterilerin yiyecek içecek işletmeleri tercihlerinde etkili olan kriterler. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt.2, Sayı.1, 85-107.
- Esichaikul, R., & Baum, T. (1998). The case for government involvement in human resource development: A study of the Thai hotel industry. *Tourism Management*, 19(4), 359–370.
- Göközkut, B., & Somuncu, M. (2017). Bursa ve Cumalıkızık dünya mirası'nın sürdürülebilir yönetimi üzerine bir değerlendirme. *TCK 75. Kuruluş Yılı Uluslararası Kongresi*, 174-175.
- Güleç, M. M. (2011). 700 yıllık tarihi geçmişe sahip Bursa Cumalıkızık köyü alan araştırmasının sosyolojik analizi. *U.Ü. Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (20, 1), 35-49.
- Gürer, N. (2003). *Kırsal geleneksel konut dokusunun turizm balgamında değerlendirilmesi: Cumalıkızık örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Gürlük, S. (2001). Sürdürülebilir kentleşme olgusu ve Cumalıkızık örneği. *Uludağ Üniversitesi İktisat Fakültesi Dergisi*, 19(1-2).
- Hatipoğlu, A., & Batman, O. (2014). Turizm eğitimiyle kazanılacak yetkinlikler, yiyecek-içecek müşterisinin kalite beklentilerini karşılıyor mu?. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 6(2), 24-32.

- Hitchcock, M. (1993). Dragon tourism in Komodo, eastern Indonesia. (Eds.) Hitchcock, M., King, V. T., & Parnwell, M. J. G., *Tourism in South-East Asia, London, Routledge*, 303–316.
- Kesici, M. (2012). Kırsal turizme olan talepte yöresel yiyecek ve içecek kültürünün rolü. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 14 (23), 33-37.
- Kiper, P. (2004). Küreselleşme sürecinde kentlerimize giren yeni tüketim mekanları ve yitirilen kent kimlikleri. *Planlama*, 4, 14-18.
- Kusluvan, S., & Kusluvan, Z. (2000). Perceptions and attitudes of undergraduate tourism students towards working in the tourism industry in Turkey. *Tourism Management*, 21(3), 251–269.
- Lipscomb, A. F. H. (1998). Village-based tourism in the Solomon Islands: impediments and impacts. (Eds.) Laws, E., Faulkner, B., Moscardo, G. *Embracing and Managing Changes in Tourism: International Case Studies, London, Routledge*, 185–201.
- Liu, A., & Wall, G. (2003). Human resources development for tourism in a Peripheral Island: Hainan, China. (Eds.) Gössling, S. *Tourism Development in Tropical Islands: Political Ecology Perspectives*. Edward Elgar Publishing, Sweden, 222–236.
- Liu, A., & Wall, G. (2006). Planning tourism employment: A developing country perspective. *Tourism Management*, 27, 159–170.
- Mızrak, M., Aydoğdu, A., & Yaşarsoy, E. (2017). Sürdürülebilir turizmde yöresel yemeklerin rolü ve önemi; Kastamonu örneği. *1st International Sustainable Tourism Congress (November 23-25) Faculty of Tourism Kastamonu University, (Proceedings Book)*, 999-1009.
- Milne, S. (1990). Tourism and economic development in Vanuatu. *Singapore Journal of Tropical Geography*, 11(1), 13–26.
- Nisari, M. A. (2018). Ziyaretçilerin yerel yemek tüketim motivasyonlarının analizi: Çeşme örneği (Yüksek Lisans Tezi). *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir*.
- Oudiette, V. (1990). International tourism in China. *Annals of Tourism Research*, 17(1), 123–132.
- Pekerşen, Y., Güneş, E., & Seçuk, B. (2019). Kültürel miras turizmi değerlerinin korunması ve sürdürülebilirliği kapsamında yerel halkın tutumu: Cumalıkızık örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 350-368.
- Sezgin, A. C., & Eren, F. Y. (2017). Yöresel ürünlerin gastronomi turizminin sürdürülebilirliği bakımından değerlendirilmesi: Pestil ve köme örneği. *1st International Sustainable Tourism Congress (November 23-25) Faculty of Tourism Kastamonu University, (Proceedings Book)*, 198-206.
- Shenton, A. K. (2004). Strategies for ensuring trustworthiness in qualitative research projects. *Education for Information*, 22(2), 63-75.
- Sinclair, A. T., & Vokes, R. W. A. (1993). The economics of tourism in Asia and the Pacific. (Eds.) Hitchcock, M., King, V. T., & Parnwell, M. J. G.). *Tourism in South-East Asia, London, Routledge*, 200–213.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2014). *Basics of qualitative research techniques*. New York: Sage Publications.

- Taş, N., & Taş, M. (2009). Yönetimsel işbirliği: 3. binyılda yaşayan Osmanlı köyü-Cumalıkızık projesi. 5. *Yapı İşletmesi/Yapım Yönetimi Kongresi. Bildiriler Kitabı*. Eskişehir, 61-70.
- Taş, M., & Taş, N., Cahantimur, A. (2009). A participatory governance model for the sustainable development of Cumalıkızık, a heritage site in Turkey. *Environment and Urbanization*, 21(1), 161-184.
- Uslu, A., & Kiper, T. (2006). Turizmin kültürel miras üzerine etkileri: Beypazarı/Ankara örneğinde yerel halkın farkındalığı. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 3 (3), 305-314.
- Ünsal, D., & Pulhan, G. (2012). Türkiye’de kültürel mirasın anlamı ve yönetimi. *Kültürel Miras Yönetimi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 30-65.
- World Tourism Organization. (1994). *National and regional tourism planning: methodologies and case studies*. London: Routledge.

How Long Local is Local? Example of Cumalıkızık

Saadet Pınar TEMİZKAN

Eskişehir Osmangazi University, Faculty of Tourism, Eskişehir /Turkey

Emrah YILDIZ

Anadolu University, Faculty of Tourism, Eskişehir /Turkey

Extensive Summary

Introduction

When various definitions of rural tourism are evaluated, another element that is at a common point is about keeping the tradition alive. By keeping tradition alive, rural areas should be able to preserve their cultural elements and transfer this intact. This situation may take place as a missing party in rural tourism regions. It is also important to find the traditions in the right way in practice in order to ensure their continuity beyond definition. It is important to give importance to quality presentation for the continuity of the tradition, which should be addressed in terms of protecting the rural population. In order to ensure this quality, it is a necessary detail to understand and evaluate that the local products are really presented as traditional. Otherwise, it may be inevitable to have a show of localness. With this study, the local texture of the services of food and beverage venues within the framework of tourism activities in Cumalıkızık has been evaluated with expert opinions in order to understand whether it is traditional.

It is argued that tourism planning should be about planning for local residents as well as for visitors. If tourism is a positive force in the lives of local people, it depends on local participation and support conditions (Liu & Wall, 2006, p. 159). An important rural development project set out as a positive example to this situation is the "Cumalıkızık Protection and Survival Project" in Bursa. Project; Efforts are made to initiate development from the grassroots, to adopt the activities carried out by ensuring active participation of the public, and to be carried out with the cooperation of the state and the public. The project implemented in Bursa's 700-year-old Ottoman Village Cumalıkızık; It is maintained as an example of how to protect nature, history and culture by ensuring the active participation of the people. Cumalıkızık, with its historical, cultural and natural features, is a settlement and an Ottoman Foundation village that has both special and national importance (Freedom, 2001).

In the study of Gürer (2013, p. 112), an important element that has the highest touristic income in Cumalıkızık is the local food with a rate of 31 percent. Local foods; Although it is a part of the cultural heritage, it is one of the most important attraction factors contributing to the unique characteristics of the region visited (Erdem et al., 2018, p. 56). Cumalıkızık village settlement; In the past, it became a favorite place for tourists with its unique and authentic features such as local cuisine and lifestyle, but with the increasing number of tourists, they started to change their original cuisine structures and local characteristics. It has been determined that the tourists who come to eat in Cumalıkızık are mostly made with products purchased from supermarkets rather than offering local products (Ayazlar & Kılıçalp, 2018, p. 419).

The aim of this study is to evaluate the local services of the food and beverage venues within the scope of tourism activities in Cumalıkızık within the framework of expert opinions. In addition, it aims to make suggestions that will contribute to the eating and drinking places in Cumalıkızık by making use of the studies obtained from the literature.

As stated by Doğan and Özaslan (2017, p. 71-74), when we look at the definitions of rural tourism; the identification in Turkey "to keep alive the tradition" part has remained incomplete. This situation, beyond definition, is also important in terms of keeping the traditions alive in practice. However, giving importance to quality presentation is important in terms of protecting the rural population.

Method

This study was carried out using qualitative research methods. The research sample was determined purposefully according to the analogous sampling method, among the non-random sampling types. In the analog sampling method, the sampling may include a similar subgroup or a highly specialized situation in the universe related to the problem of the research (Strauss & Corbin, 2014). Semi-structured interview technique was used as data collection technique in the study. In purposeful sampling methods, sampling inclusions are stopped when no new information comes from new sample units in the selection of sample size (Shenton, 2004). For this reason, the field study was carried out between June and December 2019, through face to face interviews with 15 experts who can be considered as experts. These experts consist of three administrative supervisors working in public services in Bursa, two cooks in the private sector and two people working as chief waiters, and eight academicians working on rural tourism. It can be said that with the participation of the local people, local and central government, non-governmental organizations, professional organizations, experts, university and private sector representatives in tourism planning studies, the goals of tourism development can be reached in a healthier way within the framework of sustainable tourism studies (Akova, 2006, p. 29). The common point of the interviewees is that they have visited Bursa Cumalıkızık at least once in the last year and received catering services from the businesses here. The evaluations and examinations made only evaluate the service offered by the local food and beverage businesses.

The themes to be examined within the scope of the study were created by the authors, using some previous studies. The data were analyzed by revealing the relevant themes to describe and explain the experiences and expert opinions of the people participating in the research. The themes were formed by deciphering the data obtained from the semi-structured interviews and analyzing them with descriptive content analysis. During the interview, a tape recorder was used with the permission of the interviewers.

Findings

Within the framework of the findings obtained from the study, it is thought that it will contribute to researchers and practitioners in terms of determining how the local eating and drinking phenomenon in Cumalıkızık is applied, understanding the current situation of similar enterprises and making a general evaluation.

The opinions about the eating and drinking places in Cumalıkızık are that the participants mostly serve breakfast-based service. Apart from that, it is that eating places are no different from businesses that can be found in any place. It was determined by the consensus of all the participants that the most produced food product other than breakfast was gözleme. Participants, who go to the establishments that provide breakfast services mainly in Cumalıkızık, stated that there are products that can be found everywhere in the breakfast, which is called local, and that especially breakfast products such as jam, cheese and vegetables do not meet the expectations of local quality. The most striking situation expressed by the participants along with their past experiences is that they stated that the products purchased

from the markets take their place on the breakfast tables. These products also include chocolate-added spreadable products.

The expectations of the participants when it comes to local cuisine; it is towards the provision of food and beverages grown in that region and prepared with traditional methods. Although this situation is not seen by the participants in Cumalıkızık's food businesses, they also stated that some jam varieties are made by the operators. However, the fact that one or two products are of local quality is not sufficient for them to experience the general food experience in a local pleasure. Another factor criticized by the participants is the effort to give the local appearance of the eating and drinking places in Cumalıkızık. This effort creates an artificial feeling. From the simplicity of the plates used in the business and the size of the products placed inside them to the paint of the spaces; negative criticisms from the participants are some of the elements frequently expressed, from the production in an irregular atmosphere to the friendly but inexperienced service.

The elements to be done in order to make the eating and drinking places in Cumalıkızık suitable for the local texture were expressed by the participants as follows: First of all, the capacities of the enterprises should be determined and a specific number of customers should be hosted to provide a quality service. However, although increasing the number of enterprises with a small number is the first option that comes to mind, this solution should be considered by considering the carrying capacity of Cumalıkızık. Because for the service of local products, a production should also be made in the field in the garden. In addition, businesses that cannot achieve the desired occupancy on weekdays may be waiting on weekends to compensate for this. This draws attention as another factor that needs to be resolved. Participants stated that rather than increasing the number of food and beverage establishments, more specific production and service should be carried out and the prices should be balanced in order to reach the supply and demand balance.

Conclusion and Recommendations

Although it was stated in previous studies that Cumalıkızık settlement continues its rural character (Gürer, 2013: 120), it is thought that other elements beyond the appearance are not rural. It should be aimed to ensure the sustainability of the natural, cultural and historical values of the areas by planning them considering the protection-use balance. In addition, it should be considered that its authenticity has sustainable features. In addition, while the importance of tourist use is great, it is very important that the local people are also conscious (Batman et al., 2017, p. 36). Rural tourism, which is one of the species that adopts the conservation principle among the types of tourism developed within the framework of ecological foundations, respects the authentic values of the environment (Batman et al., 2017, p. 36). However, Cumalıkız village does not display a unique authentic image in terms of eating and drinking.

As stated as a result of Ayaz and Güllü's (2018, p. 20) study in Tokat Zile, local people do not have the necessary knowledge and technical skills in the context of commercialization of local dishes. This is likely to be seen as a nationwide problem. Overcoming this problem can be achieved with a correct and permanent education in the food places of Cumalıkızık. In this context, as Liu and Wall (2006, p. 167) stated, in order to encourage more local control and participation in the use of domestic tourism resources, the establishment and implementation of adequate education and training mechanisms are urgent needs.

It may be a good option for the food production establishments in Cumalıkızık to offer more local products and to ensure the continuity of future visitors. Rural tourism can contribute to the development of the local economy by promoting local products and skills. In ensuring cultural sustainability, the production and development of indigenous products should be supported with training and their presentation should be improved (Gürer, 2013, p. 126). In addition, as stated by Ayazlar and Kılıçalp (2018, p. 419), food and drinks made from local products offered to customers must be of high quality. At the point of reflecting the authenticity of rural areas to tourists, business owners should include more local products in their service offerings. In addition, as stated by Pekerşen and his friends in their study on Cumalıkızık, the carrying capacity of the region should be carried out and the carrying capacity should not be exceeded in order to attract more visitors.