

SOKAK YEMEKLERİNDEN YİYECEK BÖLGELERİNE - KENTSEL MEKÂNDAN GASTRONOMİ HİZMETLERİ VE MUTFAK TURİZMİ: ADANA ÖRNEĞİ

Dr.Öğr. Üye. Sibel OĞUZ

¹Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, Adana
soguz@atu.edu.tr

ORCID ID: 0000-0002-1951-3821

Özet

Son yıllarda, yemek yeme ile ilgili turizm seyahatlerinin hem önemi hem de sayısı artış göstermiştir. Gastronomi turizmi, mutfak turizmi, yemek turizmi, yiyecek içecek temalı festival turizmi ve şarap turizmi gibi yeme-içme içeren turizm türleri bir ülkenin, bölgenin veya hatta şehrin mutfak çekiciliğinden faydalanılarak yapılan turizm çeşitleridir. Adı geçen tüm bu turizm çeşitleri turistler için sadece yiyecek ve içecek tadımı değil, aynı zamanda yiyecek ile ilgili olan ve ilgisini çekebilecek her şeyi kapsamaktadır. Turistler tarafından ziyaret edilen şehirlerin içinde en cazip şehirler zengin mutfak geleneklerine sahip olan şehirlerdir. Bu çalışmanın konusu, şehirlerin temel gastronomi ögesi ve servisi olan sokak lezzetlerinden başlayıp, şehirlerdeki en gelişmiş gastronomi servislerine gastronomi bölgelerinin ortaya çıkışına kadar - kentsel gelişim sürecinin incelenmesidir. Örnek şehir olarak da Çukurova bölgesinin en önemli turistik merkezlerinden biri olan Adana şehri incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Mutfak turizmi, kentlerin gastronomik çekiciliği, yemek bölgesi kavramı, Adana.

FROM STREET TO FOOD ZONES - GASTRONOMY SERVICES AND CULINARY TOURISM IN THE URBAN SPACE: THE EXAMPLE OF ADANA

Abstract

In recent years, both the importance and the number of tourism trips related to eating have increased. Gastronomic tourism, culinary tourism, food tourism, food and beverage themed festival tourism and wine tourism, including food and beverage tourism types of a country, region or even the city's culinary attractiveness is made with the benefit of tourism. All of these types of tourism include not only food and beverage tasting for tourists, but also everything that is relevant to food. Of the cities visited by tourists, the most attractive cities are those with rich culinary traditions. The subject of this article is to examine the urban transformation process, starting from street delicacies, the most basic gastronomic element and service of cities, to the most advanced gastronomic services in the cities until the emergence of gastronomic regions. As an example city, Adana, which is one of the most important touristic centers of Çukurova region, was examined.

Key Words: Culinary tourism, gastronomic attractiveness of cities, food district concept, Adana.

GİRİŞ

İnsanoğlunun var oluşu kadar eski olan yeme içme olgusu şüphesiz ilk insanın yaratılmasından bu yana en önemli fizyolojik ihtiyaç olmuştur. Konuya yemeğin hazırlanış biçimi açısından bakıldığında ise yeme içme olgusu bir toplumun kültürünün önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Yani yeme içme olgusu bir yandan fizyolojik bir

yandan da kültürel uyaranlara cevap veren bir boyut halini almıştır. Dünyada mevcut olan tüm mutfakların temel sayılabilecek bazı nitelikleri vardır. Bunlar bir mutfağı diğerlerinden ayıran niteliklerdir ki mutfaklar bu nitelikleriyle bir kimliğe bürünmemektedir. Din ve inanışların sınırlamaları, bölgeye mahsus bitki ve hayvanların çeşitliliği mutfak kültürlerinin oluşumunda anahtar rol oynamaktadır. Ülkeleri, bölgeleri hatta şehirleri diğerlerinden ayıran en bilindik ürünler gastronomi ürünleridir (Oğuz,2016).

Yiyecek ve içecekler önceleri bir yeri ziyaret etmede nadiren temel sebep olarak görülmekte ve genellikle toplam destinasyon ziyareti deneyiminin bir parçası olarak düşünülmekteydi (Hjalager ve Richards,2002). Ancak yiyecek içecek günümüzde artık bir destinasyon ziyaretinin temel nedeni olarak kabul edilmekte ve önemsenmektedir. Hatta Quan ve Wang (2004)'a göre yemekler bir destinasyonun kimliğini ve kültürünü yansıtmada, yemeklerin tüketimi ise destinasyon imajının geliştirilmesinde kullanılabilir. Fox (2007:548)'a göre ise gastronomik kimlik ile bir turizm destinasyonu arasında yakın bir ilişki vardır. Çağdaş ve kültürel kaynak olarak değer ifade eden gastronomi, kültürel turizm ürünlerinin tüm geleneksel gereksinimlerini karşılamaktadır (Kivela ve Crotts, 2006:359). Stratejik düzeyde bakıldığında politik ve bölgesel kalkınma da turizm ile yerel mutfak üzerine kurulan bir ilişki bulunmaktadır (Boyne ve Hall, 2004: 82). Yiyecek ve kültür arasındaki bu güçlü ilişki göz önüne alındığında, yiyeceğin turizm içinde önemli bir yere sahip olması şaşırtıcı değildir. Bunun temel nedeni ise bazı yerlerle, bazı yiyecek türleri arasında güçlü bir ilişkinin olmasıdır ki, coğrafi çeşitlilik mutfak gelenekleri farklılığını ve karakteristik mirasın evrimini sağlamaktadır (Hjalager ve Richards, 2002:5). Yerel yemek kültürü, destinasyonun kültürel mirası olarak değerlendirilmekte, yerel yemekler bir destinasyonun sahip olduğu en değerli çekiciliklerden biri olarak nitelendirilmektedirler (McKrecher vd., 2008).

Turizm sektörünün ayrılmaz bütünleyicisi yiyecek ve içecek hizmetleridir ki bu gün Türkiye sahip olduğu zengin yiyecek içecek çeşitliliği ile gastronomi turizm açısından tercih edilen bir ülke haline gelmiştir (Doğdubay & Giritlioğlu, 2008). Bunu farkına varan Türk turizmciiler gastronomi turizmi çalışmalarına hız vermiştir. Gastronomi turizmde hedef başta Japonya olmak üzere Uzakdoğulu ziyaretçileri Gaziantep, Şanlıurfa, Adana, Hatay ve Mardin mutfağı gibi yöresel mutfaklar ile tanıştırmak olmuştur. Ekonomik hedef olarak da yeme içme harcamasını da ziyaretçi başına ortalama 157 dolar olan miktarı 250 dolara kadar çıkartılması planlanmaktadır (TÜRSAB Gastronomi Turizmi Raporu, 2015). Nitekim Gastronomi Turizmi Derneği ve Xsights Araştırma'nın 6 aylık çalışmasıyla ortaya çıkarılan "Gastronomi Turistlerine Yönelik Araştırma Sonuçları" raporuna göre gastronomi turistlerinin gastronomi amaçlı gittiği destinasyonlar listenin gerisinde yer almasına rağmen Türkiye'de ortalama 7 gün kaldıkları, normal turistlerin ise 9 gün tatil yaptıkları, gastronomi turistlerinin, normal turistlere göre yüzde 50 daha fazla para harcadığı, gastronomi turistlerinin ortalama 945 dolarının 259 dolarını yeme içmeye harcadığı, normal turistlerin ise 837 doların 171 dolarını yeme içmeye harcadığı belirtilmiştir. Türkiye'nin turizm konusunda gastronomi kültürü ile farklılaşabileceğinin altı çizildiği raporda Türkiye'ye gelen turistlerin Antalya, İstanbul, Muğla, Gaziantep ve İzmir illerini tercih ettiği, il bazında bakıldığında gelen turistlerin yüzde 37'sini Gaziantep'i tercih ettiklerini belirtmiştir (<https://www.xsights.co.uk>,2017)

Görüldüğü üzere son yıllarda yoğun rekabetin yaşandığı turizm sektöründe rekabet avantajı elde etmek için ülkelerin yanı sıra şehirleri birbirinden ayıran kendine has özelliklerinin fark edilip ortaya çıkarılması büyük önem arz etmektedir. Doğu Akdeniz'de yer alan tarihi, doğal ve kültürel zenginlikleriyle dikkat çeken Adana büyük turizm potansiyeline sahiptir. Sahip olduğu bu turizm kaynaklarından en önemlisi ise mutfak kültürüdür. Bu kaynaklarının bilicine varılan kentte Adana Büyükşehir Belediyesinin, Adana Valiliğinin ve Kültür ve Turizm İl

Müdürlüğünün desteğiyle UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na yaptığı Gastronomi Şehri ön başvurusu kabul edilmiştir. Ayrıca kent meydanına gastronomi müzesi yapılacağı belirtilmiştir (<http://www.hurriyet.com.tr/2019>). Bu bilgiler ışığında bu çalışma Adana şehrinin en temel gastronomi öğesi ve servisi olan sokak lezzetlerinden başlayıp, şehirlerdeki en gelişmiş gastronomi servislerine gastronomi bölgelerinin ortaya çıkışına kadar kentsel gelişimi ve mevcut durumu incelenmiştir.

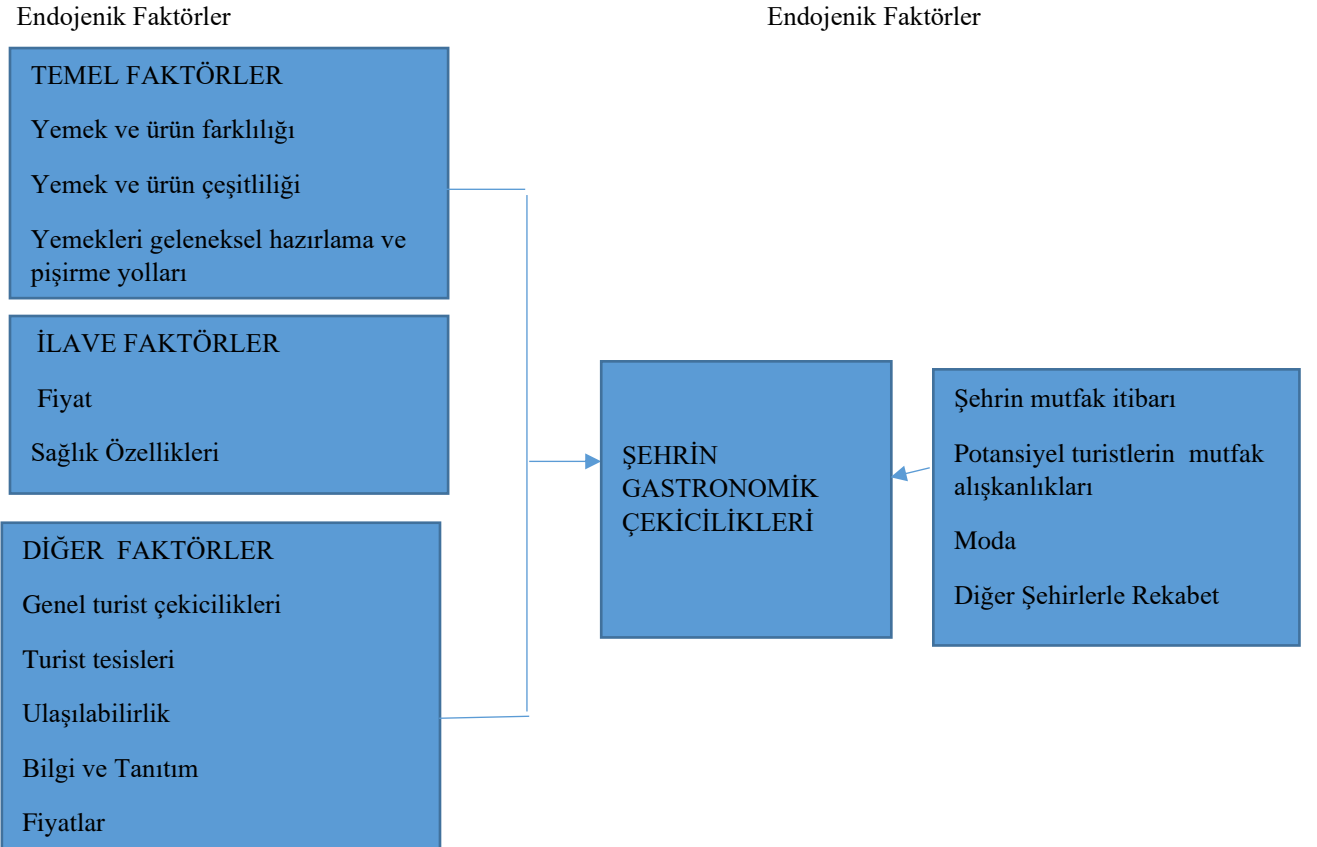
1. Kentlerin Gastronomi Çekiciliğini Etkileyen Faktörler

Mutfak turizmi bağlamında kentlerin gastronomi çekiciliğini etkileyen faktörler önemli unsurlardır. Aslında altında yatan temel unsur mutfak turizmi ve gastronomik geleneklerin coğrafi farklılaşmasıdır. Anahtar faktörler ise bir mutfağı diğer mutfaklardan olan farkı, çeşitliliği ve ayrıca geleneksel tarifleridir. Mutfak turizminde farklılık ve çeşitlilik özel bir değere sahiptir ki bu değerler şunlardır (Kowalczyk 2014):

- Yemeğin tadı,
- Yemeğin bileşenleri,
- Yemeğe eşlik edenler,
- Yemeğin hazırlanma şekli (örneğin kızartma, kaynatma, pişirme),
- Yemeğin servis şekli,
- Yemeğin tüketildiği yaygın olarak kabul edilen yoldur.

Yukarıda sıralanan farklılık ve çeşitliliğe ilave olarak bir şehrin cazibesini etkileyen faktörler şekil 1'de gösterilmektedir.

Şekil 1. Bir Şehrin Gastronomi Cazibesini Etkileyen Faktörler



Kaynak: Kowalczyk, A. (2014). From street food to food districts—gastronomy services and culinary tourism in an urban space. *Turystyka Kuturowa*, 9, 136-160.

Adana ilinin en temel gastronomi ögesi ve servisi olan sokak lezzetlerinden başlayıp, şehirlerdeki en gelişmiş gastronomi servislerine ve gastronomi bölgelerine olan gelişim ve değişimin incelenmesine başlamadan önce Adana mutfağı ve özelliklerinden bahsetmek gerekmektedir.

2. Adana Mutfağı

Adana mutfağı çeşitli mutfak kültürlerinin, iç içe yaşadığı zengin bir mutfaktır. Türk kadınının mutfak ve yemek konusunda tutucu olması binlerce yılda oluşan bir kültürün günümüze kadar gelmesini sağlamıştır. Hayvancılık yakın zamanlara kadar temel geçim kaynağı olmuştur. Tarım, buğday, hububata bağlı ekonomi, Adana mutfağının oluşmasında ikinci ana etkidir. Adana'nın Akdeniz Bölgesinde olması baklagiller, sebze ve meyveler yönünden çok zengin olması, mutfağını olumlu etkilemiştir. Adana, stratejik önemi ve bereketli toprakları yüzünden, çağlar boyunca sık sık el değiştirmiş, değişik kültürlerin beşiği olmuştur. Bu durumda çeşitli kültürlerin etkisiyle kendi yemeklerini kendi damak zevklerine uygun bir biçimde birleştirmesine neden olmuştur. Adana yörükleri binlerce yıllık Türk mutfak kültürünü gümümüze kadar saklamış ve taşımışlardır (Artun, 1994:18).

Adana mutfağına hamur işleri, etli ve sebze yemekler hâkimdir. Adana mutfağında tat vericilerin önemli bir yeri vardır. Bunlar arasında maydanoz, nane, kırmızıbiber, kırmızı pul biber, sumak, karabiber, kimyon, süs biberi, kekik, nar ekşisi soğan, sarımsak vb. sıralanabilmektedir. Yörede bulgur ve un en fazla kullanılan malzemelerin başında gelmektedir. Her mevsim kadınlar ekmeğin yanında yufka ekmeği pişirmektedirler. Bol yağlı koyun kıymasından yapılan "kıyma" adı verilen Adana kebabı ve içli köfte özel günlerin ve Kurban Bayramının vazgeçilmez yemeğidir. Şalgam ise kebabın yanında içecek olarak içilmektedir. Adana yemeklerinin en büyük özelliği bol yağlı, salçalı, baharatlı ve koyun etli olmasıdır (Artun, 1998).

Adana yemeklerinin genellikle bitkilerden, etlerden ve hamurdan olmak üzere üç kaynaktan oluştuğunu görülmektedir Adana mutfağında ana yiyecek maddesi ekmeğidir. Hamur işi yemekler, yemek çeşitlerinin başında gelmektedir. Kebab çeşitleri çok sık pişirilmektedir. Pek çok sebze yemeği çeşidi de vardır. Bunlar etli, soğanlı, domatesli, salçalı olarak pişirilmektedir. Sebzeler haşlanmış olarak et yanına konmamaktadır. Yağa çok önem verilen mutfakta, süttten elde edilen yağların yanı sıra iç ve kuyruk yağları da kullanılmaktadır (Artun, 1998). Adana mutfağına has bazı lezzetler tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1. Adana Yöre Mutfağına Ait Bazı Lezzetler

Çorbalar	Pilavlar	Hamur İşi Yemekleri	Et Yemekleri	Köfteler
<ul style="list-style-type: none"> • Hayır Çorbası • Acebekli Bulgur Çorbası, • Mahluta, • Yüzük Çorbası, • Giligili Çorbası (Hamur Çorbası) • Kara Çorba • Yarma Çorbası • Tırşık(Yılan Pancarı), • Topalak • Tıklıye Çorbası • Toga • Lepe • Tirit • Püsürük Çorbası • Analı Kızlı • Ogmaç Çorbası • Zilif Çorbası • Erişka Çorbası • Rişti • Dulavrat Çorbası • Kurdı • Tatar Çorbası • Aşır Aşı • Bulamaç Çorbası • Tarhana Çorbası • Sütlü Çorba • Düğün Çorbası • Ekşili Köfte Çorbası • Kamhi (Hayır/Namaz Çorbası) • Tutmaç • Çakıldaklı • Mırmırık • Parapara 	<ul style="list-style-type: none"> • Kısır • Kömeç Lepesi • Bulgur Pilavı • Dövme Pilavı 	<ul style="list-style-type: none"> • İlegenKütüğü • Baharatlı Ekmek • Bayram Çöregi(İftir) • Tahinli Ekmek • Koca Ogmak(Övelemeç) • Kıddes • Bavıko (Sarmısaklı Kömbe) • Bıçkaşır • Sıkma • Közleme • Çörek • Mayalı Çörek • Erişte • Yufka Ekmek • Pişirim Pide • Sac Böreği • Kıtmeri • Setikli Ekmek • Kedibatmaz 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanakebabı, • Cığırtlak Kebabı • Şiş Kebabı • Kül Bastı • Ciğer Kebabı • Beyti 	<ul style="list-style-type: none"> • Çiğ Köfte • İçli Köfte • Kıbbissini(Tepsi köfte) • Analı Kızlı Köfte • Tahinli Köfte • Fellah Köftesi • Sarmısaklı Köfte • Ekşili Köfte • Hırçıklı Köfte
Tencere Yemekleri	Salatalar–Mezeler	Tatlılar	İçecekler	
<ul style="list-style-type: none"> • Mumbar Dolması • OsmanlıMaklube si, • Vartavit • Kırras • Haşaiş (Isırgan Otu) 	<ul style="list-style-type: none"> • Muammara • Haydari • Tahinli Marul Salatası • Babagannüç • Humus • Bartavitvartabi 	<ul style="list-style-type: none"> • Bandırma, • HamurTatlısı(İmmüleytüt) • Kreykuşet • Karakuş • Künefe • Bici Bici • Adana Tatlısı • Sarıği Burma 	<ul style="list-style-type: none"> • Şalgam, • Aşlama(Meyan Kökü) • Limonata • Hoşaf • Ayran • Andız Pekmezi • Kaynar • Şerbet 	

<ul style="list-style-type: none"> • Şalgam Dolması • Pancaryemegi • Sırayısır • Isırgan-Narduz • Batırık • Kabak Çintme • Cilbir(Türlü) • Borana • Lepe • Kuskus • Kuru Fasulye • Isırgan Kavurması • Kömeç • Dilme (Patlıcan) • Pancar (Bezik) • Mercimekli İspanakbaşı • Domates Silkmesi • Bamya Dolması • Mıhşı (Dolma) • Sakatat Dolması (Şırdan, Mumbar, Kırkkat) • Şalgam Dolması (Çelem) 	<ul style="list-style-type: none"> • Sumak Salatası • Domates Ezme • Kırras Haşaiş (Isırgan) • Narduz (Isırgan Salatası) • Batırık • Sırayısır 	<ul style="list-style-type: none"> • Varak Kek • Karsambaç • Aşure • Büzdürük Tatlısı • Süt Yarması • Pestil (Belbel) • Un Helvası (Ölü Helvası) • Yağlı – Ballı(Halka Tatlısı) • Ağız • Lokma • İncir Reçeli • Kabak Reçeli • Taşkadayıf • Nemse • Pelverdi (Pekmezli Marmelat) • Palıza • Bandırma 	<ul style="list-style-type: none"> • Nar Ekşisi • Koruk Eksisi • Teleme
--	--	---	--

Kaynak: Aktaran: Oğuz, S. (2016), Gastronomi Turizminde Stratejik Gelişme: “Doğu Akdeniz Bölgesi Perspektifi”, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Mersin.

3. Adana’da Kentsel Mekânda Gastronomi Hizmetlerinin Sunulduğu Formlar

Yiyecek içecek üretimi ve gastronomi ile ilgili hizmetlerin kent ekonomisi üzerindeki etkisi giderek artmaktadır. Konuya turizm sektörü açısından bakıldığında ise turistlerin diğer giderlerine kıyasla yiyecek içecek ile ilgili harcamaları da giderek artmaktadır. Hem kent halkının hem de turistlerin faydalandıkları gastronomi hizmetlerinde bir kentin gastronomi çekiciliği kadar fiziksel mekânla ilgili tesislerde de dâhil olmak üzere oldukça çeşitlendirilmiş faktörlerce belirlenebilmektedir. Bunlar (Kowalczyk,2014): bir şehir alanı içindeki sokak yemekleri, yemek sokakları ve yemek alanları ile yiyecek bölgeleridir.

3.1.Sokak Lezzetleri

Adana yemek kültüründe yeme işlemi üç öğünden ziyade günün 24 saati boyunca devam etmektedir. Bu durum da sokak yiyeceklerinin günün her saatine yayılmasına ve günün saatlerine göre çeşitlilik göstermesine sebebiyet vermektedir. Sokak yemeklerinin bu çeşitliliği ve bölge insanı tarafından yoğun şekilde tüketilmesi bölgede sokak yiyecek kültürünün gelişmesine ve kendine has bir sokak yiyecekleri kültürünün ve alışkanlıklarının oluşmasına neden olmuştur. Her bir sokak yiyeceği kendine özgü tezgâhında veya tablasında üretilmekte ve satılmaktadır.

Bugün Adana’da bir yeme içme ‘konsepti’ haline gelen sokak yemekleri, bölgeye gelen turistlere lezzetli tatlar sunmanın ötesinde, özel bir deneyim de yaşatabilecek özelliklere sahip duruma gelmiştir. Günümüzde Adana’ya özgü sokak yiyecek ve içecekleri arasında yer alan ve son dönemlerde turistik anlamda da ön plana çıkarılabilecek bazı lezzetler şu şekilde sıralanabilmekte ve sınıflandırılabilir (Ballı, 2016):

- Yemekler: Adana kebab, ciğer, şırdan, mumbar, kırkkat, sıkma, gözleme ve kol böreği.
- Atıştırmalıklar: Taban simidi ve kazan simidi
- İçecekler: Şalgam, aşlama.
- Tatlılar: Bicibici, halka tatlı, burma tatlı, karakuş, taş kadayıf, şam tatlı, tulumba tatlısı.
- Meyveler: Hint inciri.

Ballı, E. ve Oğuz, S. (2017)’un yaptığı çalışmaya göre yerel halk gözü ile Adana sokak lezzetleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 2. Yerel Halk Gözü İle Adana Sokak Lezzetleri Frekans ve Yüzdeler

Yemekler	Tatlılar	İçecekler	Meyve ve Sebzeler	Atıştırmalıklar	Hamur İşleri
Adana Kebab	Bici Bici	Şalgam	Hint İnciri	Kazan Simidi	Sıkma
Ciğer	Halka Tatlı	Aşlama (Meyan K.)	Şeker Kamışı	Taban Simidi	Gözleme
Şırdan	Burma	Limonata	Erik	Poğaç Çeşitleri	D Börek
Mumbar	Karakuş	Ayran	Çağla		Kol böreği
Kırkkat	Taş Kadayıf	Nar Suyu	Çilek		Su böreği
Nohut-Pilav	Şam Tatlı	Sıkma Portakal	Şeker Pancarı		
Döner	Tulumba	Sıkma Mandalina	Kestane		
Tantuni	Lokma	Sıkma Greyfurt	Alıç		
Izgara köfte	Kabak Tatlısı	Atom			
Sucuk Ekmek	Künefe	Sahlep			
Kuşbaşı	Buzlu Dondurma				

Kaynak: Ballı, E. ve Oğuz, S. (2017). “Yerel Halk Gözü İle Adana Sokak Lezzetleri”, II.-Uluslararası (VI.-Ulusal) Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu, 14-15 Nisan 2017, Gaziantep Üniversitesi, ss.389-398.

Resim 1. Dikenli İncir



Kaynak: <https://www.google.com/search?q=adana+sokak+lezzeti+resim>, Erişim Tarihi: 08.01.2020.

Resim 2. Nohut Pilav



Kaynak: <https://www.google.com/search?q=adana+sokak+lezzeti+resim>, Erişim Tarihi: 08.01.2020.

Resim 3. Taş Kadayıf ve Halka Tatlı



Kaynak: <https://www.google.com/search?q=adana+sokak+lezzeti+resim>, Erişim Tarihi: 08.01.2020.

Resim 4. şalgam ve Simit



Kaynak: <https://www.google.com>, Erişim Tarihi: 08.01.2020.

Resim 5. Şırdan,Mumbar ve Kırkkat



Kaynak: <https://www.google.com>, Erişim Tarihi: 08.01.2020.

Resim 6. Bici Bici



Kaynak: <https://www.google.com>, Erişim Tarihi: 08.01.2020.

3.2.Yemek Sokakları ve Yemek Alanları

Yemek sokakları ve yemek alanları kentsel bir alanda sunulan yemeğin geleneksel sokak yemeği biçimine göre daha yüksek düzeyli sunumu olarak düşünülmelidir. Yani çevresinde en az birkaç bar veya restoranın açıldığı bir sokak veya parçası olarak düşünülmelidir. Genel olarak, yiyecek sokakları çok uzun olmadığı kabul edilmekte olup ancak bazen birkaç yüz metreden daha fazla uzanabilmektedir. Öte yandan, yemek alanları, restoranların ve barların bulunduğu kompakt bir gelişme alanı anlamına gelmektedir. Ayrıca, yemek alanları, iş merkezlerinde, büyük alışveriş merkezlerinde ve özellikle alışveriş ve eğlence merkezlerinde “yemek bölgeleri” anlamına gelebilmektedir (Kowalczyk,2014). Adana ‘da ise yiyecek sokakları olarak Turgut Özal Bulvarı, Kenan Evren Bulvarı, Adnan Menderes Bulvarı, Süleyman Demirel Caddesi, Atatürk ve Ziya Paşa caddeleri gösterilebilir. Adı geçen bulvar ve caddelerde sağlıklı soluma çok sayıda yiyecek içecek işletmesi bulunmaktadır. Yemek alanları olarak ise dört büyük avm olan 01 burada AVM Adana, M1 Adana AVM, Optimum Adana AVM ve Park Adana AVM içerisindeki yiyecek içecek işletmeleri kabul edilebilir. Adana’da faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri ve diğer turizm işletmelerine ilişkin bilgiler aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 3. Adana İlindeki Turizm İşletmeleri

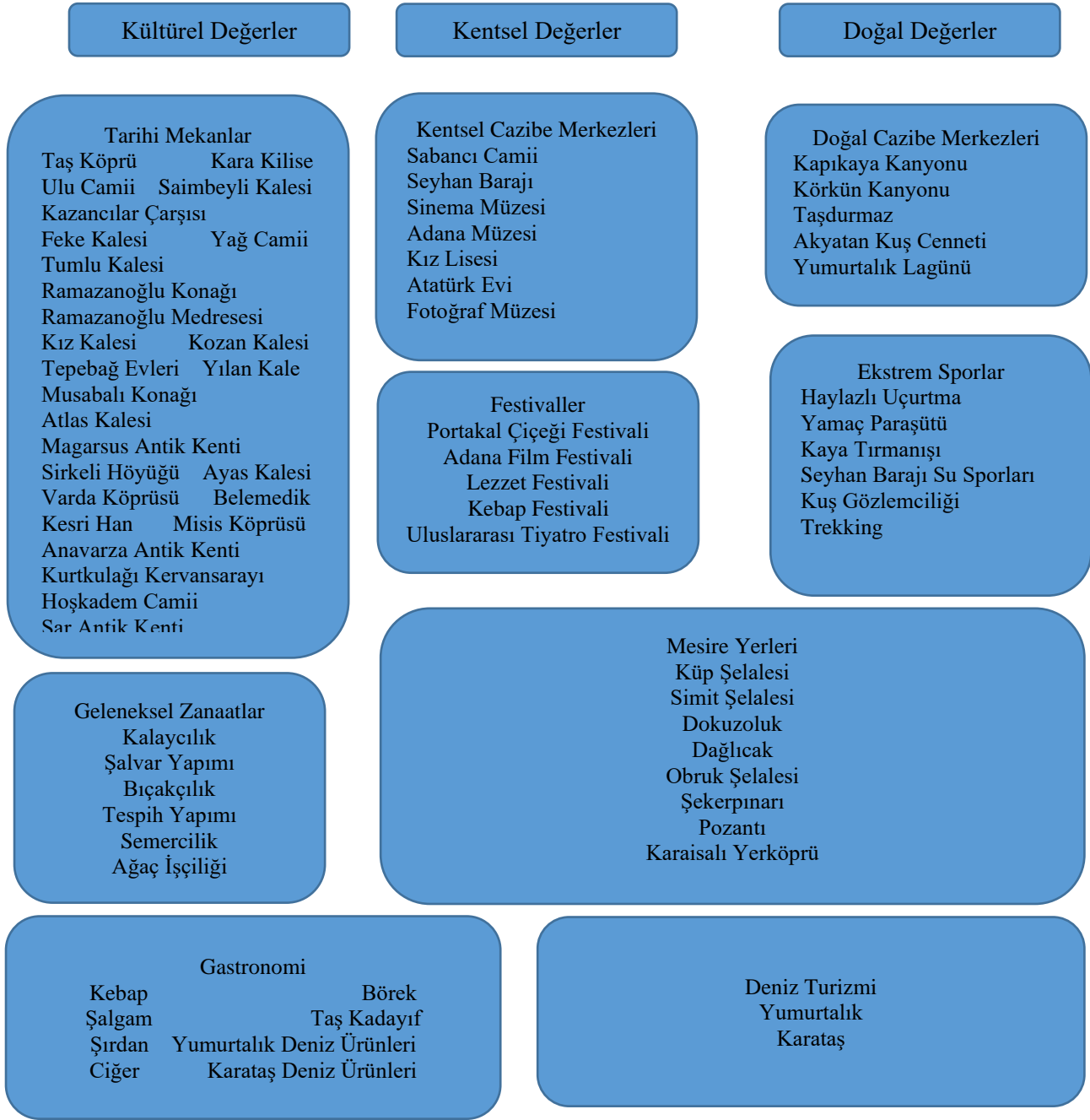
Turizm İşletme Belgeli			
OTELLER	YATAK KAPASİTESİ	RESTORANLAR	SEYAHAT ACENTALARI
5 Yıldızlı :7	2.548	Restoranlar:5	A Grubu :144
4 Yıldızlı : 17	2.667	Müst. Eğlence Tes.:1	B Grubu : 0
3 Yıldızlı : 14	1.559	Günübirlik Tes.:1	C Grubu : 6
2 Yıldızlı : 4	331	Toplam:7	Toplam: 150
Butik Otel : 1	60		
Özel Belgeli Otel: 1	24		
Motel : 1	150		REHBER SAYISI: 165
Müst Otel : 1	56		
Toplam: 46	7.395		
Yerel Yönetimlerce Belirlenen Konaklama Tesisleri			
İLÇELER	TESİS SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI
SEYHAN	35	941	1.627
CEYHAN	3	84	159
KOZAN	6	154	391
KARATAŞ	11	201	490
POZANTI	4	125	325
YUMURTALIK	14	211	578
YÜREĞİR	2	401	731
ALADAĞ	1	16	42
TUFANBEYLİ	1	20	40
TOPLAM	77	2.153	4.383

Kaynak: <https://adana.ktb.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 09.01.2020.

Adana’da 5 Yıldızlı 1adet (556 yatak kapasiteli), 4 Yıldızlı 1adet (180 yatak kapasiteli) ve 3 Yıldızlı 1adet (180 yatak kapasiteli) toplamda 3 adet 916 yatak kapasiteli yatırım belgeli konaklama tesisi bulunmaktadır. Yatak kapasitesi 1.472 olan 5. Sınıf , 734 odalı 3 adet de çevreye duyarlı tesis vardır (<https://adana.ktb.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 15.10. 01.2020). Yerel yönetimlerce belirlenen konaklama tesislerine ilişkin bilgiler ise tabloda sunulmuştur.

Adana’da mevcut gastronomik özellikler arasında ayrıca helvacılar, pazar sabahı ağırlık kazanan ciğerciler ve bilhassa Kazancılar Kebapçısı, önemli bir gastronomik güç yaratmaktadır. Tuz Hanı başta olmak üzere içerdeki dükkânlar ve Vakıflar Çarşısı, tamamen yöresel ürünlerin satıldığı bir pazar alanına çevrilebilir bir potansiyele sahiptir. Ulusal çapta üne sahip Levent Börekçilik, Kaburgacı Yaşar, Kaburgacı Cabbar, Sakallı Emmi, Kebapçı Adil, Tatlıcı Selim, Kel Mahmut gibi noktaların tamamı şehrin Yüreğir tarafında yer almaktadır. Gastronomi alanında özellikle Kozan Ciğeri ile öne çıkan ilçede tesis geliştirmeleri yapılarak gastronomi turizmine katılması gerekliliği saptanmıştır. Gastronomik anlamda Kozan ciğeri ve Kozan Bal’ı ulusal ün sağlayabilecek potansiyeli taşımaktadır (Adana Turizm Envanter Çalışması Raporu, Çukurova Kalkınma Ajansı, 2019). 01 burada AVM Adana, M1 Adana AVM, Optimum Adana AVM ve Park Adana AVM siteleri incelenmiş olup 01 burada AVM Adana’da 17 adet yiyecek içecek markalarına ait işletme, M1 Adana AVM’de 20 adet yiyecek içecek markalarına ait işletme, Optimum Adana AVM’de 27 adet yiyecek içecek markalarına ait işletme ve Park Adana AVM’de 14 adet yiyecek içecek markalarına ait işletme bulunmaktadır.

Tablo 4. Adana Turistik Değer Haritası



Kaynak: Adana Turizm Analizi Raporu, Çukurova Kalkınma Ajansı, 2019.

3.3.Yemek Bölgeleri

Bir şehrin yüksek konsantrasyonda yemek tesislerinin bulunduğu yerlerdir. Sadece bölge sakinleri tarafından değil aynı zamanda turistler tarafından da ziyaret edilen yerlerdir. Literatüre bakıldığında yemek bölgesi kavramının birçok şehre atıfta bulunduğu görülmektedir. Özellikle Paris, Los Angeles, Tokyo, New York, New Orleans, Singapur, Jakarta, Kuala Lumpur veya Hong Kong'daki gibi büyük şehirler için değil, aynı zamanda biraz daha

küçük şehirler için de geçerlidir (Kowalczyk,2014). Yemek bölgesi olarak Mersin, Adana, Hatay, Gaziantep, Osmaniye, Kahramanmaraş, Şanlıurfa hatta Mardin ili de eklendiğinde oldukça zengin bir yemek bölgesinden bahsetmek mümkündür. Oğuz (2016) Doğu Akdeniz Bölgesi'ndeki iller olan Adana, Mersin, Hatay, Gaziantep, Kahramanmaraş, Osmaniye, Şanlıurfa illerinde öne çıkan ilk beş gastronomik ürünleri belirlemiştir. Bunlar;

Tablo 5. Adana, Mersin, Hatay, Gaziantep, Kahramanmaraş, Osmaniye, Şanlıurfa İllerinde Öne Çıkan İlk Beş Gastronomik Ürünleri

Adana	Mersin	Hatay	Osmaniye
1. Adana Kebabı	1. Tantuni	1. Künefe	1. Tirşik
2. Şalgam	2.Kerebic	2. Oruk	2. İçli Köfte ve Etlü Kömbe
3. Şıradan	3. Cezerye	3. Tepsi Kebabı	3. Bulgur Pilavı ve Batırık
4. Bici Bici	4. Balık	4. Humus	4. Kısır, Ekşili Manti, Kuru Kömbe, Toğgar ve Fıstık
5. İçli Köfte	5. Meyve Suları	5. Biberli Ekmek	5. Ciccire
Kahramanmaraş	Şanlıurfa	Gaziantep	
1. Maraş Dondurma	1. Çiğ Köfte	1. Yuvalama	
2. Eşkili Aya Sulusu	2. Urfa Kebabı ve Borani	2. Patlıcan Kebabı ve Baklava	
3. Maraş Biberi	3. Lahmacun	3. Soğan Kebabı, Keme Kebabı ve Sarımsak Kebabı	
4. Maraş Tarhanası	4. Şıllık Tatlısı, Mirra ve Meyan Kökü	4. Beyran Paça ve Ekşili Ufak Köfte	
5. İçli Köfte	5. Ağzı Acık Yamuk, Sembusek ve Ciğer Kebabı	5. Dolma Sarma ve Meyan Şerbet	

4. Bir Şehirdeki Bir Yemek Bölgesi Kavramı

Adana ili gastronomi turizmi açısından Türkiye'nin en önemli noktalarındandır. Mevcuttaki gastronomi turizmi ise Adana'nın en önemli ziyaret nedenlerindedir. Adana mutfağı, Adana kebabı, ciğer, şırdan, şalgam suyu gibi ulusal çapta şöhrete sahip lezzetleriyle tanınan, önemli gastronomik değerlere sahiptir. Ulusal çapta gitgide artan bir tanınırlığa ulaşmışsa da uluslararası arenada fazla bilinmemektedir. Aynı şekilde Adana mutfağının ulusal çapta bilinirliği ise Adana kebabı, şalgam suyu, şırdan ve ciğer kebabıyla sınırlı kalmakta, bunun yanında pek çok çeşit yerel lezzet Adana il sınırları dışında yeteri kadar tanınmamaktadır (Adana Turizm Analizi Raporu, 2019). Nitekim Oğuz, Kizildemir, ve Eker (2018) Adana ilini ziyaret eden yerli ve yabancı toplam 600 turistle yaptığı çalışmasında 600 katılımcının toplam harcamalarının 1.339.202 TL olduğunu, en çok harcama yapılan alan olarak ise 582 katılımcı ile yeme-içme olduğu ve ortalama kişi başı harcama tutarı 552,44 TL olduğunu, ayrıca yiyecek içecek harcamaları toplam harcamadaki en büyük harcama kalemini oluşturduğunu tespit etmişlerdir.

Adana'ya gerçekleştirilen ulusal turizm ziyaretlerinin önemli bir miktarı festival amaçlı, kongre turizmi amaçlı veya gastronomi amaçlı organize ya da bireysel seyahatler şeklindedir. Adana'da Kültür, inanç, gastronomi ve sağlık turizmi ön plana çıkmaktadır. Adana'nın dış turizm pazarlarından ziyaretçi çekme potansiyeli yüksek olan belli başlı dış pazarlar ve bu pazarlarda değer taşıyacak turizm türü-destinasyon kombinasyonları aşağıdaki tablodaki gibi özetlenebilir (Adana Turizm Politika Dokümanı, 2019).

Tablo 6. Adana'nın Dış Turizm Pazarlarından Ziyaretçi Çekme Potansiyeli Yüksek Olan Belli Başlı Dış Pazarlar

Turizm Türü	Destinasyon/Cazibe Merkezi	Hedef Dış Pazar
Kültür Turizmi	Adana il merkezi, Kozan, Anavarza, Varda Köprüsü, Sirkeli Höyüğü, Magarsus, Belemelik	Almanya,İngiltere, İskandinavya, İtalya, İspanya, Japonya, Güney Kore, Çin
Gastronomi Turizmi	Adana il merkezi, Kozan, Yumurtalık	Ortadoğu, Kuzey Afrika, Tüm Avrupa
Doğa Turizmi	Kapıkaya Kanyonu, Deveciuşağı Lagünü, Akyatan Kuş Cenneti	Tüm Avrupa, Japonya, Çin, Güney Kore
Ekstrem Sporlar	Haylazlı Plajı, Hopka Dağı, Taşdurmaz, Aladağ, Kapıkaya Kanyonu	Tüm Avrupa, Japonya, Çin, Güney Kore
Sağlık Turizmi	Adana il merkezi	Ortadoğu, Kuzey Afrika

Kaynak: Adana Turizm Politika Dokümanı, Çukurova Kalkınma Ajansı,2019

Sokak yiyeceklerinden yiyecek bölgesine geçiş süreci dört aşamadan oluşmaktadır. Birincisi, sokak yiyecek satıcılarının yoğunluğu ve bir yiyecek sokağının oluşumu için yeterince yüksek olduğunda karar vermektir. İkincisi, bir yiyecek bölgesi olarak kabul edilebilir bir alanın sınırlarının çizilmesidir. Üçüncüsü en yakın komşu yöntemi, küme analizi v.b. yöntemleri kullanarak bir şehir alanındaki gastronomi hizmetleri yoğunluğunun olduğu alanların tespit edilmesidir. Dördüncü olarak da yiyecek bölgesinin kararlaştırılmasıdır (Kowalczyk,2014). Adana ili için birincisi adım olan, sokak yiyecek satıcılarının yoğunluğunun olduğu yerler Turgut Özal Bulvarı, Kenan Evren Bulvarı, Adnan Menderes Bulvarı, Süleyman Demirel Caddesi, Atatürk ve Ziya Paşa caddeleri olarak tespit edilebilir. İkincisi adım olan bir yiyecek bölgesi olarak kabul edilebilir bir alanın sınırlarının çizilmesidir ki Turgut Özal Bulvarı, Kenan Evren Bulvarı, Adnan Menderes Bulvarı, Süleyman Demirel Caddesi, Atatürk ve Ziya Paşa caddeleri, 01 burada AVM Adana, M1 Adana AVM, Optimum Adana AVM ve Park Adana AVM içine alan bölge çizilebilir. Üçüncüsü en yakın komşu yöntem ile Mersin, Hatay, Osmaniye, Kahramanmaraş, Gaziantep'te gastronomi hizmetlerinin yoğunluğunun olduğu alanlar tespit edilebilir ve yiyecek bölgesi oluşturulabilir.

Gastronomi turlarının rotaları, bölgeler itibariyle farklılık göstermektedir. Fakat belirlenen 46 rotanın 14'ünü Akdeniz Bölgesi'nin doğusunda yer alan Adana, Hatay ve Kahramanmaraş illeriyle birlikte Güneydoğu Anadolu Bölgesi oluşturmaktadır. Tablo 2'de görülen bu bölgeleri içeren 14 tur rotasının, 10'unun içeriğinde Gaziantep, 7'sinde Şanlıurfa ve 5'inde Antakya destinasyonları yer almaktadır. Bu destinasyonlara yapılan gastronomi turlarının içeriği incelendiğinde ise, kültür odaklı olduğu ve yerel mutfakların yeterince ön plana çıkarılmadığı görülmektedir. Havayoluna alternatif olarak demiryolunu kullanan rotaların da bulunduğu İç Anadolu Bölgesi'ndeki destinasyonları içeren gastronomi turlarının sayısı, 7 ile sınırlanmaktadır. İstanbul destinasyonu hariç Marmara Bölgesi'nde 7, Doğu Anadolu Bölgesi'nde 6, Ege Bölgesi'nde 6, Batı Karadeniz Bölgesi'nde (Bolu, Kastamonu, Safranbolu ve Sinop) 4, Orta ve Doğu Karadeniz Bölgelerini içeren rotalara sahip 2 gastronomi turu belirlenmiştir. Türkiye'de uygulandığı belirlenen 46 gastronomi tur rotasının % 30'u Doğu

Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerini kapsamaktadır. Bölgeler itibariyle farklı birçok farklı kültüre ev sahipliği yapan Türkiye’de en az gastronomi turunun yapıldığı bölge % 2 oranıyla Orta ve Doğu Karadeniz Bölgesidir. Gastronomi tur güzergâhları kapsamında, bölgeler arasındaki dengesizlik dikkat çekmektedir. Bu durum, Doğu Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinin turistik çekim unsuru olarak yerel mutfaklarını daha fazla ön plana çıkarabildiklerini göstermektedir (Kızılırmak, Ofluoğlu, ve Şişik, 2016:261).

SONUÇ

Mutfak turizmi, yiyecek turizmi ya da gastronomi turizmi sadece kültürel değil, aynı zamanda ekonomik bir olgu olarak giderek daha önemli hale gelmektedir. Yeni yemekler tatmak, yemeklerin hazırlıklarını izlemek, diğer mutfak gelenekleri hakkında bilgi sahibi olmak amacı ile birçok kişi için seyahat etmek önemli bir tema haline gelmiştir. Gastronomik ürünleri ve özellikleri açısından çekici yerler arasında hem kırsal hem de kentsel alanlar bulunmaktadır. Turistler seyahatleri esnasında gastronomisi ile ünlü daha küçük kasaba ve köyleri değil büyük kentleri de ziyaret etmek istemektedirler. Gastronomi hizmetlerinin kentsel bazda yoğunlaşması bir kentin hem kent planlamasını hem de turist çekiciliği açısından önem arz etmektedir. Dünyada birçok ülkede mutfak turizminin gelişimi sokak lezzetleri, yiyecek sokakları, yiyecek alanları ve yiyecek bölgeleri aracılığı ile olmuştur. Benzer gelişmelerin Adana şehri içinde yaşanması için gerekli çalışmalar yapılabilir.

Adana, gerek coğrafi konumunun sağladığı avantaj gerek sahip olduğu turistik çekiciler gerekse de zengin bir mutfaka sahip olmasıyla bölgede önemli bir turistik destinasyondur. Adana’nın mutfak kültürü kendine has bir yapı ve zenginlik göstermektedir. Adana mutfağının en büyük zenginliklerinden biri de sahip olduğu sokak lezzetleridir. Ancak gastronomik kaynak açısından zenginliğine rağmen, hala bu kaynakları turizm ürününe çeviremediğinden dolayı potansiyelini tam olarak değerlendiremediği görülmektedir. Adana’nın kendine özgü bu lezzetleri, gastronomi turizmi açısından ön plana çıkarılması için yiyecek sokakları ve yiyecek alanlarının bir an önce belirlenmesi gerekmektedir.

Geçmişten günümüze birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan Adana’nın sahip olduğu gastronomi kültürünü turizm amaçlı değerlendirmeye yönelik olarak yapılması gerekenler (Adana Turizm Master Planı,2016):

- Yöresel yemek bilinirliğinin artırılması,
- Yöresel yemek envanterinin oluşturulması ve tanıtıcı broşürlerin hazırlanması,
- Bölgedeki restoranlarda yöresel yemeklerin sunulmasının teşvik edilmesi,
- Yöresel yemek ve sunum hijyeninin geliştirilmesi
- Yöresel yemeklerin hazırlık, tarihçe ve öykülerinin derlenmesi, belgelenmesi ve coğrafi işaretlemelerinin ilgili paydaşlar işbirliği ile yapılması gereklidir.

Sonuç olarak Adana ili kentsel bazda gastronomik gelişimini sürdürmeye devam eden bir destinasyon olduğu söylenebilir.

KAYNAKÇA

- Adana Turizm Envanter Çalışması Raporu (2019). Çukurova Kalkınma Ajansı.
- Adana Turizm Analizi Raporu (2019). Çukurova Kalkınma Ajansı.
- Adana Turizm Politika Dokümanı (2019). Çukurova Kalkınma Ajansı.
- Adana Turizm Master Planı (2016).
- Artun, E. (1994). “Adana mutfak kültüründe ekmekler ve hamurışı yemekler”, *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar*, Geleneksel Ekmekçilik, Hamur İşi Yemekler (1994), Ankara, 1995, S.17-39.
- Artun, E. (1998). “Adana mutfak kültürü ve adana yemekleri”. ÇUKTOB Kültür Yayınları, Adana: Hece Yayınları.
- Ballı, E. (2016). Gastronomi turizmi açısından Adana sokak lezzetleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 3-17.
- Ballı, E. ve Oğuz, S. (2017). “Yerel Halk Gözü İle Adana Sokak Lezzetleri”, II.-Uluslararası (VI.-Ulusal) Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu, 14-15 Nisan 2017, Gaziantep Üniversitesi, ss.389-398.
- Boyne, S., ve Hall, D. (2004). Place promotion through food and tourism: Rural branding and the role of websites. *Place branding*, 1(1), 80-92.
- Doğdubay, M. ve Giritlioğlu, İ. (2008). Mutfak Turizmi. N. Hacıoğlu, & C. Avcıkurt içinde, *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (s. 433-456). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- Fox, R. (2007). Reinventing the gastronomic identity of croatian tourist destinations. *Hospitality Management*, 26, 546-559.
- Hjalager, A. M. ve Richards, G. (Eds) (2002). *Tourism and gastronomy*. London: Routledge.
- Kızılırmak, İ., Ofluoğlu, M., ve Şişik, L. (2016) Türkiye’de Uygulanan Gastronomi Turları Rotalarının Web Tabanlı Analizi ve Değerlendirmesi, *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies 4/Special Issue1* (2016) 258-269, Doi: 10.21325/Jotags.2016.35.
- Kivela, J. ve Crofts J. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30: 354
- Kowalczyk, A. (2014). From street food to food districts—gastronomy services and culinary tourism in an urban space. *Turystyka Kuturowa*, 9, 136-160.
- Mckercher, B., Okumuş, F., ve Okumuş, B. (2008). Food tourism as a viable market segment: it’s ali how you cook the numbers. *Journal Of Travel & Tourism Marketing*, 25, 2,137- 148.
- Oğuz, S. (2016), Gastronomi Turizminde Stratejik Gelişme: “Doğu Akdeniz Bölgesi Perspektifi”, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Mersin.
- Oğuz, S, Kizildemir, Ö , Eker, N . (2018). Adana'da Turizm Sektörünün Bölgesel Kalkınmadaki Rolü. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 5 (2) , 108-136 . DOI: 10.17336/igusbd.431644

Quan, S.and Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in Tourism. *Tourism Management*. 25, 3, 297-305.

Türsab Gastronomi Turizmi Raporu, (2015). Türkiye Seyehat Acnteleri Birliđi Yayınları.

<https://www.xsights.co.uk,2017>, Erişim Tarihi: 08.01.2020.

<http://www.hurriyet.com.tr/2019>, , Erişim Tarihi: 06.01.2020.

<https://www.google.com/search?q=adana+sokak+lezzeti+resim>, Erişim Tarihi: 08.01.2020.

<https://www.google.com>, Erişim Tarihi: 08.01.2020.

<https://adana.ktb.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 15.10.2020