



2687-5640

PREMIUM E-JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Yıl / Year : 2021
Cilt / Volume : 5
Sayı / Issue : 17
ss / pp : 634-642

<http://dx.doi.org/pejoss.2198>
Araştırma Makalesi / Research Article
Makale Geliş / Received : 25.11.2021
Yayınlama / Published : 31.12.2021

Öğr. Gör. Dr. Ömer BÜYÜKBAŞ

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO, Onikişubat/KAHRAMANMARAŞ

<https://orcid.org/0000-0002-4415-3450>

Öğr. Gör. Hamdi AYYILDIZ

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sağlık Bilimleri MYO, Onikişubat/KAHRAMANMARAŞ

<https://orcid.org/0000-0001-6280-7182>

KÜRESEL ÖNEMLİ TARIMSAL KÜLTÜREL MİRAS SİSTEMLERİ (GIAHS) KENT PAZARLAMASI İÇİN NASIL KULLANILABİLİR?

Özet

Küresel Önemli Tarımsal Kültürel Miras Sistemleri (GIAHS) kavramı, geleneksel bir miras alanından veya korunan alandan/peyzajdan farklıdır ve daha karmaşıktır. GIAHS, toprakları, kültürel veya tarımsal peyzajları veya biyofiziksel ve daha geniş sosyal çevreleri ile karmaşık bir ilişki içinde olan insan toplulukları ile yaşayan ve gelişen bir sistemdir. GIAHS alanının dayanıklılığı, gıda ve geçim güvenliğini sağlamak ve riski hafifletmek için iklimsel değişkenlik ve değişim, doğal tehlikeler, yeni teknolojiler ve değişen sosyal ve politik durumlarla başa çıkmak için geliştirilmiş ve uyarlanmıştır. Bu çalışmanın amacı, Kent pazarlaması açısından “kent tarımsal turizm portföyü” kavramını besleyecek olan GIAHS alanları ile ilgili, Kahramanmaraş özelinde pazarlanabilecek alanları ortaya çıkartmak ve GIAHS kapsamında tarımsal kültürel mirasların nasıl kent pazarlamasında kullanılabilirliğini ortaya koymaktır.

Çalışmada, hem literatür ve kaynak taraması çalışması hem de saha çalışmaları 01.02.2021 ve 12.12.2021 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada, tarımsal kültürel miraslar için Kahramanmaraş genelinde envanter çalışması yapılması gerektiği ve bu çalışmalara göre, Kahramanmaraş’ın alt bölgeler biçiminde araştırılması gerekmektedir. Bu sayede, GIAHS kapsamına girmek üzere Kahramanmaraş’ta birçok alanın bulunabileceği ancak kapsamlı araştırmalar ile sürecin yürütülmesi gerektiği ortaya çıkmıştır

Keywords: Küresel Önemli Tarımsal Kültürel Miras Sistemleri (GIAHS), Kent pazarlaması, Tarımsal turizm

Jel kodu: Q13, Q19, Q15.

HOW CAN GLOBALLY AGRICULTURAL CULTURAL HERITAGE SYSTEMS (GIAHS) BE USED FOR URBAN MARKETING?

Abstract

The concept of Agricultural Heritage Systems of Global Importance (GIAHS) differs from a traditional heritage site or protected area/landscape and is more complex. GIAHS is a system that lives

and develops with human communities whose lands, cultural or agricultural landscapes or biophysical and wider social circles have a complex relationship. The resilience of the GIAHS field has been developed and adapted to deal with climatic variability and change, natural hazards, new technologies and changing social and political situations to ensure food and livelihood safety and mitigate risk. The aim of this study is to reveal the areas that can be marketed in Kahramanmaraş and to demonstrate how it can be used in urban marketing within the scope of GIAHS related to GIAHS areas that will feed the concept of "agricultural tourism portfolio of the city" in terms of urban marketing.

In the study, both literature and resource screening studies and field studies were carried out between 01.02.2021 and 12.12.2021.

In the study, it is necessary to carry out an inventory study for agricultural cultural heritages throughout Kahramanmaraş and according to these studies, Kahramanmaraş should be investigated in the form of sub-regions. In this way, it has emerged that many areas can be found in Kahramanmaraş to be included in the scope of GIAHS, but the process needs to be carried out with comprehensive research.

Keywords: Globally Important Agricultural Heritage Systems (GIAHS), Urban Marketing, Agricultural Tourism

Jel Code: Q13, Q19, Q15

1. GİRİŞ

31 Aralık 2020 Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) sonuçlarına göre, ikametgah adresine bağlı olarak Türkiye’de yaşayan nüfus, 83 milyon 614 bin 362 kişidir. Türkiye’de 2019 yılı nüfus kayıtlarına göre, il ve ilçe merkezlerinde yaşayan nüfus oranı %92,8 iken 2020 yılında %93 olmuştur. Belde ve köylerde yaşayanların oranı %7,2 den %7’ye düşmüştür. Öte taraftan, Dünya Turizm Örgütü’nün (The World Tourism Organization (UNWTO)) istatistiklerine göre, 2020 yılı uluslararası turist ziyareti ve hareketliliği 378 milyon 800 bin kişidir(<https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>). 2019 yılında sadece Türkiye’yi ziyaret eden sayısı ise 51 milyon 200 bin kişidir. 5 Ocak 2020’de Dünya Sağlık Örgütü(WHO) ilk Covid-19 hastalık haberini yayınlamıştır(www.who.com). 10 Ocak 2020’de WHO, SARS ve MERS rahatsızlıklarına bağlı deneyimleri ile ülkeler için tavsiye kanalı açmıştır. 13 Ocak 2020’de ise, Çin dışında ilk Covid-19 vakası Tayland’da kaydedilmiştir. Dolayısı ile, 2020 yılında 15 milyon 971 bin 201 kişi Türkiye’yi ziyaret etmiştir(<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Tourism-Statistics-Quarter-IV:-October-December-and-Annual,-2020-37438>).

Turizm rakamlarına ve kent merkezlerinde yaşama oranlarına bakıldığında, Türkiye Covid-19 krizine rağmen turist çekerken, kentleşme oranları da sürekli artmaktadır. Turist sayısının dışında, 2019-2021 yılları arası Covid-19 krizi ile birlikte doğa, butik otel, karavan, doğa otelleri ve kırsal yönelimlerde dönüşümler yaşanmasına kaynaklık etmiştir (Polychroniou, C.J. 2020). Doğaya olan bu yönelim, kültürel birikimlerin tarımsal desenlerini keşfetme ve doğa ile aralarındaki ilişkiyi açıklama konularında kentin pazarlama kavramında bir yer oluşturmaktadır.

2. KENT PAZARLAMASI VE KÜRESEL ÖNEMLİ TARIMSAL KÜLTÜREL MİRAS SİSTEMLERİ (GIAHS)

Kent pazarlaması kavramı, pazarlama bilimi içerisinde nispeten yeni bir alandır. Tek (1990, s.239)’e göre pazarlama, “pazarlama kitlesine göre tüm ticaret fonksiyonları ile kitlelerin ihtiyaçlarını ve isteklerini belirledikten sonra, hedef kitleyi tatmin edecek pazarlama karmasını değer üretmiş bir biçimde sunarak işletmeye maddi ve manevi kar oluşturmaktır.” Pazarlama faaliyetleri ile, istek ve ihtiyaçlara dönük ürünler üretilirken, satış için hazırlık ve satış isteği oluşturulması ile tüketicilere değer sunma işlevleri yerine getirilmektedir (Tokat ve Şerbetçi, 2001, s.234). Buradan hareketle denilebilir ki, tanımların ortak noktasında işletmelerin maddi kazanç elde etmeleri söz konusudur. Dolayısıyla, ürün olarak “kent”, disiplinlerarası bir alan olan kent pazarlaması ile pazarlanabilir bir

üründür (Deffner, Karachalis, Psatha, Metaxas, Sirakoulis, 2020, s. 16). Ürün anlayışına ek olarak Kotler ve Keller'e göre (2009, s. 44-45), kentler, ülkeler ve düşüncelerin de pazarlanabileceği ifade edilmiştir. Kentler çekici unsurlarını artırmak amacı ile kent pazarlamasını bir rehber olarak kullanmaktadırlar (Özgüner ve Uçar, 2015: 323).

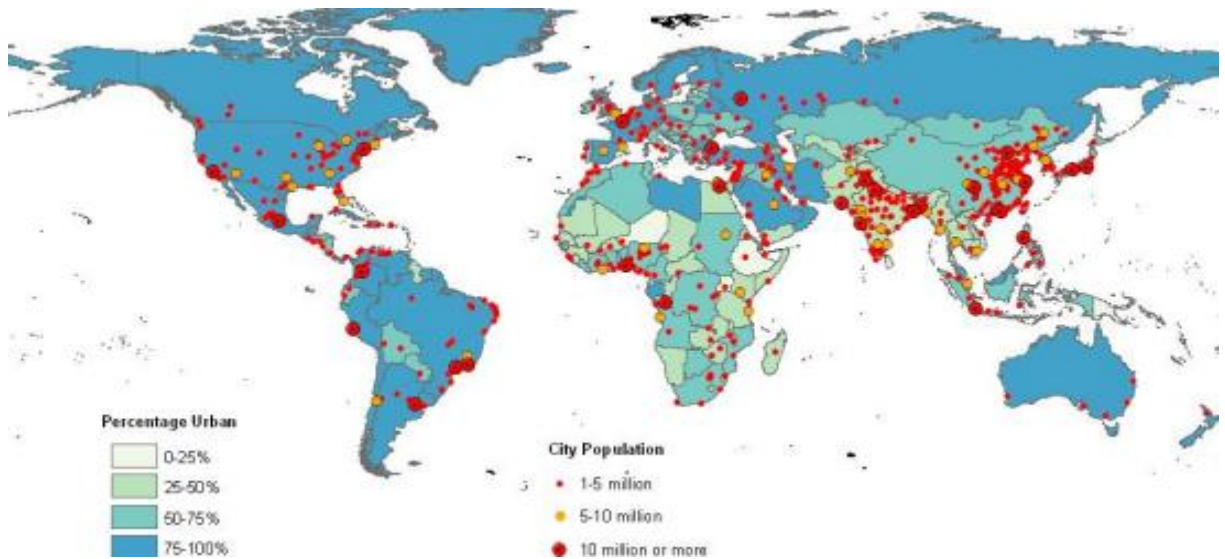
Rekabet olgusunun açıkça birçok farklı unsurda temel yaklaşım tarzı olarak benimsenmesi ile, kentler arası öne çıkma ve daha çekici olarak hem yatırımcılar, kentte yaşayanlar hem de iç ve dış turistler için bir merkez olması konuları oldukça yakından ilgilidir. Ashwort ve Voogd'a göre (1988, s.66), kentin yatırım çekebilirliğini artırmak amacı ile kentin önemli unsurlarını potansiyel yatırımcılara tanıtmak gerekmektedir. Kotler ve diğerleri (1993: 18), kent pazarlamasını "kentin sahip olduklarının değer üretmesi adına kentin tasarlanması" olarak tanımlamaktadır. Bennett ve Koudelova'ya göre (2001, s.205-220), kentler artık sadece işgücünün, toprağın ve yapıların sunulduğu bir alan değil hizmetlerden firmalara, evlerden sosyal çevreye yerleşiklere imkanlar sunan alanlar olarak tanımlanmıştır. Karmowska (2002), aşağıda bulunan dört ana nedenden dolayı kent pazarlamasının göz önüne alınmasını istemektedir.

1. İç ve dış Turist çekmek
2. Yatırımlar için çekici olmak, sanayiye geliştirirken, girişimciliği de artırmak
3. Yeni yerleşikler ve kaliteli göç almak
4. İçsel pazarlama yapmak- Yerel toplulukları ve grupları etkilemek

1950lerden bugüne, kentsel alanların aşırı ve hızlı büyümesi ile karşılaşmaktadır. Local Governments for Sustainability (ICLEI)–Sürdürülebilirlik için Yerel Karar Alıcılar- organizasyonunun genel sekreteri Jeb Brugmann'a göre, "Kentler kontrol edilemez ve efektif olmayan bir biçimde büyüyor" iddiasını ortaya atmıştır (2009). Günümüzde kentlerin kontrolsüz büyümesinin iklim değişikliği, ulusötesi suçlar, politik istikrarsızlıklar, terörizm, epidemik hastalıklar, tedarik zinciri sorunları, birçok konuda tıkanıklar gibi birbirinden çok farklı problemlere kaynak oluşturduğunu ifade etmek mümkündür. Birleşmiş Milletler (BM), 2050'de dünya nüfusunun yüzde 69'unun kentsel alanlarda yaşayacağı öngörüsünde bulunmuşlardır (BM, 2009).

Aşağıda, Şekil 1'de 2025 yılı için nüfus yığılma simülasyonu haritalaması yer almaktadır:

Şekil 1: Nüfus yığılması, source: http://esa.un.org/unpd/wup/maps_1_2025.htm / UN Department of Economic and Social Affairs, Population Division: World Urbanization Prospects, the 2009 Revision



Kentsel alanların artması insanlığın hem gıda zinciri güvenliğini hem de temelinde tarım sektörünü doğrudan ilgilendirmektedir. BM'ye göre(2001), kentleşme ve kentsel alanlara olan nüfus yığılmaları, gıda ve beslenme güvenliği üzerinde bazı negatif etkiler oluşturmaktadır:

1. Kentsel alandaki tarım arazileri ve kentsel alan arazi kullanımı arasındaki zıtlıklar
2. Gıda dağıtım ve lojistik zinciri üzerindeki baskı, bu zincirin çeşitli taşıma yollarında oluşan trafik yığılmaları ve kirlilik,
3. Gıda tüketim alışkanlıklarının değişmesi,
4. Gıdaya olan erişim problemleri (FAO, 2001).

Gıda sistemleri araştırmacıları Kevin Morgan ve Roberta Sonnino'ya göre, "new food equation-yeni gıda eşleniği" geçtiğimiz 10 yılda ortaya çıkan rahatsız edici 5 eğilimin sonucudur. Bu eğilimler geleneksel tarım sistemlerini doğrudan tehdit etmektedir, Bunlar aşağıda sıralanmıştır:

1. Yüksek ve daha oynak fiyatlar (2007-2008 fiyat dalgalanması ve krizi)
2. Gıda güvenliğinin ulusal güvenlik konusu olması
3. Tüketim desenlerinin değişmesine bağlı olarak arz ve talep konusu-özellikle et ve süt ürünlerinde
4. İklim değişikliğinin tarımsal sistemler üzerine etkileri
5. Orman, su ve toprak kullanımları konusunda küresel düzeyde yaşanan çatışmalar (Morgan ve Sonnino, 2010).

Ekosistem terimi, belirli bir alanda yaşayan tüm organizmaların oluşturduğu ve çevrenin abiyotik(yaşamayan) içerikli toprak, güneş, hava ve su gibi elemanlarını da kapsayan biyolojik çevredir. Gıda sistemi (tarımsal sistemler dahil) ise, nüfusu doyuran yetiştirme, hasat, işleme, paketleme, taşıma-ulaştırma, pazarlama, tüketim ve gıda ile ilgili fiziksel altyapıları kapsayan tüm biyolojik süreçleri içermektedir. Dolayısıyla, gıda ve tarım sistemleri sosyal, ekonomik ve çevresel kapsama alanları ile doğrudan ilişkilidir.

Küresel Önemli Tarımsal Miras Sistemleri (GIAHS) ise, tarımsal, sosyal, biyofiziksel çevrelerle karmaşık ilişkilerde olan insan topluluklarının kültürel ve tarımsal peyzaj sistemleridir. Geleneksel tarım sistemlerini baltalayan küresel eğilimlere yanıt olarak, 2002 yılında, Sürdürülebilir Kalkınma Dünya Zirvesi (WSSD, Johannesburg, Güney Afrika) sırasında, Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), "Küresel Önemli Sahip Tarımsal Miras Sistemlerinin" korunması ve uyarlanabilir yönetimi konusunda Küresel Ortaklık Girişimi başlatmıştır. Çeşitli ekstra bütçe finansal kaynakları kullanılarak, üye ülkelere GIAHS sahalarının belirlenmesinde ve korunmasında yardımcı olacak birçok projenin yanı sıra, ülkelerin kapasitesini artırmak ve GIAHS kavramını yaymak için uluslararası, bölgesel ve ulusal konferanslar, seminerler, eğitim kursları gerçekleştirilmiştir. Bu faaliyetlerin bir sonucu olarak, belirlenen GIAHS siteleri artmış ve GIAHS programı hem uluslararası hem de ulusal düzeyde önemli ölçüde tanınmaya başlamıştır. GIAHS için FAO Konseyi'nin 148. Oturumunda taslak çalışmalarına başlanmış, 2015 yılında 39. FAO Konferansı'nda GIAHS statüsünü kazanmış ve FAO'nun düzenli programları içerisine alınmıştır.

GIAHS programının 3 temel amacı bulunmaktadır. Bu amaçlar:

1. 1.Tarımsal miras sistemlerinin önemini küresel ve ulusal düzeyde tanınmasını ve bunların korunması için kurumsal desteği güçlendirmek,
2. GIAHS'yi korumak ve yönetmek, gelir elde etmek ve bu tür sistemlerin mal ve hizmetlerine sürdürülebilir bir şekilde ekonomik değer katmak için yerel çiftçi topluluklarının ve yerel ve ulusal kurumların kapasite gelişmesini sağlamak,
3. GIAHS'nin korunmasını, evrimsel adaptasyonunu ve uygulanabilirliğini desteklemek için düzenleyici politikaların ve teşvik edici ortamların etkinleştirilmesini teşvik etmek (FAO GIAHS, <https://www.fao.org/giahs/en/>).

2.1. GIAHS tespiti ve GIAHS kapsamında Yer Alnabilirlik

GIAHS içerisinde yer almak üzere, bir alanın küresel önemli tarımsal miras sistemleri içerisinde yer alması için 2017 yılında FAO tarafından ilan edilen koşullara göre 5 kriter belirlenmiştir. Bu kriterler; 1.Gıda ve geçim kaynağı güvenliği, 2.Tarımsal biyoçeşitlilik, 3.Yerel ve geleneksel bilgi sistemleri, 4.Kültür, Değer sistemleri ve sosyal organizasyonlar, 5.Karasal peyzaj ve su peyzajları özellikleri. Dolayısıyla, tarımsal kültürel miras özelliği taşıyan alanların yerellerde tespiti ve bu alanların FAO GIAHS Seçim Kurulu tarafından onaylanması için başvuru yapılması gerekmektedir.

GIAHS talep tanımlama süreci; GIAHS başvurusunun hazırlık ve gönderilmesi, ön kabul kontrol, GIAHS Alanının Bilimsel Danışma Grubu(SAG) tarafından değerlendirilmesi, Sertifikasyon ve kayıt, İzleme ve değerlendirme, iyileştirmeler sürecinden oluşmaktadır. GIAHS bünyesinde seçilen Bilimsel Danışma Kurulu üyeleri 2 yıllığına, Genel Direktör tarafından her kıtadan bir temsilci olmak üzere seçilmektedirler.

Değerlendirme kriterlerine bakıldığında, GIAHS alanı olarak bir tarımsal peyzajın tanımlanmasında;

- Gıda ve geçim güvenliği açısından sadece o yöreye özgü topluluğu riske atmayan bir gıda güvenliğine katkıda bulunma süreci bulunmalı,
- Önerilen GIAHS alanında biyoçeşitlilik ve tarımsal genetik kaynakları yoğun bir biçimde bulunmalı,
- Geleneksel bilgi, kullanım teknikleri ve diğer yerel bilgileri içermeli,
- Tarım kültürünü belirten değerler, sosyal norm belirteçleri ve herhangi bir tarımsal yapılaşmanın izlerinin yer alması,
- Pratik arazi uygulamaları, sulama ve teraslama ile mimari içerikli planlamaların gözlenmesi önceliklerine odaklanılmaktadır.

Şekil 2: Dünya'dan Tarımsal Kültürel Peyzaj Örnekleri – UNESCO Dünya Kültürel Miras Listesi'nden

1.Lavaux, Vineyard Terraces, Switzerland

2.Colonies of Benevolence, Belgium

3.Cultural Landscape of Honghe Hani Rice Terraces, China

4.Cultural Landscape of Bali Province: the Subak System as a Manifestation of the Tri Hita Karana Philosophy, Indonesia



(1)



(2)

Kaynak: whc.unesco.org/en/documents/114188

whc.unesco.org/en/documents/166097



(3)



(4)

Kaynak: whc.unesco.org/en/documents/123490

whc.unesco.org/en/documents/147203

UNESCO tarafından Dünya Mirası Listesi'nde bulunan bu örneklerin her biri kendi coğrafyalarında tarımsal ve hayvansal örüntülere sahip olup, 2007'de İsviçre Lavaux Üzüm Terasları, 2012'de Endonezya'da bulunan Tri Hita Karana Felsefesi ve Subak sistemi, 2013'te Çin'de bulunan Honghe Hani Pirinç Terasları, 2021'de ise Belçika'da bulunan Benevolence Kolonisi alanı kültürel alanlar kapsamına girmektedir.

Şekil 3: Türkiye'den Taranmış Literatüre Göre Tarımsal Ögeler Barındıran Kırsal Peyzajlar

1. Hevsel Bahçeleri, Diyarbakır (UNESCO Dünya Mirası Listesinde)
2. Selge antik kenti ve geleneksel tarım terasları, Antalya (Balta ve Atik, 2019)
3. Kültürel miras olarak Tarımsal peyzaj: Karabiga, Çanakkale (Doğan, Erduran Nemetlu, 2018)



(1)



(2)

Kaynak: www.kvmgm.ktb.gov.tr

www.kulturportali.gov.tr, Side Müzesi Müdürlüğü



Kaynak : <https://turkisharchaeonews.net/site/karabiga-priapos>

Şekil 4: Kahramanmaraş'ta küresel önemli tarımsal kültürel miras listesine(GIAHS) girmeye aday alanlar

1. Onikişubat İlçesi, Sarıgözel Mahallesi



(1)

Kaynak: <https://www.marasgundem.com.tr/>

2.2. GIAHS Kapsamında Yer Almak Üzere, Kent Pazarlamasına Tarımsal Miraslar Açısından Öneriler: Neler Yapılmalı?

Kent pazarlaması, kentin kendisini ve içindeki tüm öğeleri rekabet halindeki dünyada diğer kentlerle bir farklılaştırma aracı olarak kullanabilecektir. Türkiye, endemik tür bitkiler açısından (%31,12) oldukça zengindir (Özhatay ve diğerleri, 2011). Kahramanmaraş ise 5'te biri endemik olmak üzere 2500 kadar bitki türüne ev sahipliği yapmaktadır (Demirci ve Özhatay, 2013). Sahip olduğu bu türlere ek olarak çeşitli peyzaj alanları ve korunarak sürdürülmeye çalışılan tarımsal-bioçeşitli alanlarının bulunması ile Kahramanmaraş, GIAHS kapsamında yer alabilecek zenginliklere sahiptir.

Kentlerin spesifik çalışma konuları, kırsal ve kentsel devamlılık açısından gıda sistemlerinin içeriklerine bakıldığında şu şekilde karşımıza çıkmaktadır:

Tablo 1: Kentsel alanlarda Gıda sistemlerinin içerikleri

Ana nokta	Boyutlar	Spesifik Çalışma Konusu
Gıda ve tarım sistemleri	Tarımsal biyoçeşitlilik	Kentler yoğun bozulabilir gıdaları sağlar ve kırsal üretimleri desteklemektedir.
	Hayvancılık ve su ürünleri	Kentsel ve kırsal peyzajlara hayvancılık ve su ürünleri sektörleri temel proteinleri sağlamaktadır.
	Gıda piyasaları	Kentsel tüketim ile kırsal üretimin karşılama alanlarından biri olarak gıda piyasaları birincil alanlardandır.
	Gıda kaybı ve israf	Hasat sonrası gıda kaybı ve tüketici gıda israfı kentsel gıda güvenliği açısından ilk odak konusudur.

Kaynak: Food, Agriculture and Cities, FAO Food for the Cities multi-disciplinary initiative position paper, s.21

Kentsel sistemin tüm bağıntılarını anlamak ve algılamak başta olmak üzere, tarımsal kültür envanterleri arayışına girmek, kent pazarlama karması içerisinde tarımsal kültür öğelerinin yer almasını sağlayacaktır. Halihazırda, kültürlerin beşiği konumundaki Türkiye’de geleneksel örüntülerle çevrilmiş tarımsal alanların günümüz ile süre gelenlerinin tespiti, kent pazarlamasında tarımsal turizm alternatifinin oluşmasına ve güvenli gıda tedarikine de zemin hazırlayacaktır. Tarımsal dokunun ve tarımsal üretimlerin kent için kullanılmasına dair, öneriler Türkiye’de önemli bir üretim potansiyeline sahip olan bağcılık için de yapılmıştır (Türkben ve diğerleri, 2012).

Kent pazarlaması kentlerin sürdürülebilirliğini doğrudan etkilediğinden, artık kentsel alan içerisinde kalan tarımsal alanlar, kentlerin sürdürülebilirliğini geliştirmeye zemin hazırlamaktadır (Thomaier ve diğerleri, 2015; Pearson ve diğerleri, 2010). Kentlerin sürdürülebilir gelişimi Haughton ve Hunter (1994), Jenks ve Johnes (2009) başta olmak üzere birçok çalışmada incelenmiştir. Ancak, kentsel tarımın sürdürülebilir gelişim ile ilişkisi ve kentsel pazarlama karması içerisinde yer alırlığı disiplinlerarası ve yeni bir araştırma alanı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu bağlamda, GIAHS kapsamında yer alması düşünülen bir tarımsal kültürel mirasın bulunduğu bir kentte, GIAHS’ın değerlendirme kriterlerinden yüksek puan alabileceği avrsayımı altında kentte öncelikle:

1. Tarımsal kültürel miras öğelerinin neler olduğu ortaya konulmalı,
2. Tarımsal kültürel mirasa dair envanter ve kayıtlar oluşturulmalı
3. Sürdürülebilir kent tarımı ile yerel toplumun bağı sosyal açıdan rehberleştirilmeli,
4. Kent pazarlama karması içerisine alınarak kent yönetiminde bu pazarlama karmasını destekleyecek iş ve işlemler yapılmalıdır.

SONUÇ

UNESCO bünyesinde yürütülen “Dünya Biyosfer Rezervleri Ağı” programı ve “Dünya Mirası Listesinde Bulunan Tarımsal-Kırsal Peyzajlar” Dünya Gıda ve Tarım Örgütü’nün (FAO) GIAHS programı ile üst üste gelmektedir. FAO, tarımsal kullanım yönlerinin devam ettiği kullanılan alanları farklı boyutları (gıda ve geçim güvenliği, tarımsal değerler vd.) ile öne çıkarmaktadır. Halihazırda, UNESCO kültürel miras başlığı altında genel bir ifade ile alıyor ancak GIAHS kapsamında artık FAO bunun özel bir alan olması gerektiğini aslında iklim değişikliği ve gıda erişimi baskısı ile öne sürmektedir. Küresel boyuttaki sıcaklık artışlarının, yağış düzensizliklerinin ve hidro-meteorolojik afetlerin baskısı ile hızlanan sahiplenme ve koruma amaçları karşımıza çıkmaktadır.

Dünya Gıda ve Tarım Örgütü’nün (FAO), düzenli bir açıdan süreci ülkelerde işletmesi adına envanter çalışmalarının her ilde yapılması ve buna göre, tespitler sonucu yol haritaları, ilerleme rehberleri ve diğer kapsamlı çalışmalar kentlerin gündemine alınmalıdır. Kentlerin pazarlama karmasına tarımsal kültürel mirasların nasıl girdirilebileceği ve nasıl bir pazarlama unsuru olabileceğine dair çalışmalar yapılmalıdır.

KAYNAKÇA

Aydemir, C. (2013), “Türkiye’de İşgücü Yapısı, İşsizlik ve Kırsal Alan”, **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, S.27(1), ss.115-138.

Bekiroğlu, C. (2010), “Türkiye’de İşsizlik Sorununun Çözümlemesinde Uygulanan Ekonomi Politikalarının Analizi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Kadir Has Üniveritesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Cengiz, S. ve Baydur, C. M. (2010), “Kırdan Kente Göç ve Tarımsal Verimlilik: Türkiye Örneği”, **Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, S.19(2), ss.85-98.

DİE – Devlet İstatistik Enstitüsü (2007), **Genel Nüfus Sayımı Sonuçları**, DİE Yayını, Ankara.

Emirdağ SGK Müdürlüğü (2017), **İlçe SGK Kayıt Verileri**, SGK İlçe Müdürlüğü, Afyonkarahisar.

- Emirdağ Tarım İlçe Müdürlüğü (2017), **Tarım İlçe Müdürlüğü Kayıt Verileri**, Tarım İlçe Müdürlüğü, Afyonkarahisar.
- Gürbüz, M. ve Karabulut, M. (2008), “*Kırsal Göçler İle Sosyo-Ekonomik Özellikler Arasındaki İlişkilerin Analizi*”, **Türk Coğrafya Dergisi**, S.50, ss.37-60.
- Olhan, E. (2011), **Türkiye’de Kırsal İstihdamın Yapısı**, FAO Türkiye Temsilciliği Yayını, İstanbul.
- Öztornacı, B. ve Veziroğlu, P. (2012), “*Küreselleşme ve Türkiye’de Kırsal Yoksulluk*”, **10. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi Bildiriler Kitabı**, 5-7 Eylül, Konya.
- Savaşır, R. (1999), **Türkiye ve Avrupa Birliği Ülkelerinde KOBİ’ler Açısından İstihdam Politikaları**, Kamu-İşletmeleri İşverenleri Sendikası Yayını, Ankara.
- Soysal, A. (2013), “*Kırsal Alanda Kadın Girişimciliği: Türkiye İçin Durum Değerlendirilmesi*”, **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi**, S.8(1), ss.163-189.
- TÜİK – Türkiye İstatistik Kurumu (2017), **Nisan 2016-2017 İstihdam ve İşgücü Göstergeleri**, TÜİK Yayını, Ankara.
- TÜİK – Türkiye İstatistik Kurumu (2017), **Nisan 2016-2017 Mevsim Etkilerinden Arındırılmış Temel İşgücü Göstergeleri**, TÜİK Yayını, Ankara.
- Yakar, M. ve Yazıcı, H. (2009), “*Emirdağ İlçesinde Göçlerin Tarım Alanlarına Etkileri*”, **Coğrafi Bilimler Dergisi**, S.7(2), ss.163-176.

<http://www.mdgf-tr.org/genclik/v2/m/Kırsal%20İstihdam.pdf> (Erişim Tarihi: 25.07.2017).

http://www.nufusu.com/ilce/emirdag_afyonkarahisar-nufusu (Erişim Tarihi: 25.07.2017).