




Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research, Vol. 7, Issue 1, 2023, 95-107

Hatay İlinin Gastronomi Turizm Potansiyelinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi

Hilal ÖZ, Ümit SORMAZ, H. Ferhan NİZAMLIOĞLU, Gürkan AKDAĞ

HATAY İLİNİN GASTRONOMİ TURİZM POTANSİYELİNİN SWOT ANALİZİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Evaluation of the Gastronomy Tourism Potential of Hatay Province with SWOT Analysis

ⁱHilal ÖZ 

ⁱⁱÜmit SORMAZ 

ⁱⁱⁱH. Ferhan NİZAMLIOĞLU 

^{iv}Gürkan AKDAĞ 

Journal of Gastronomy and
Travel Research



ÖZET

Bu çalışmada, Hatay ilinin gastronomi turizmi açısından mevcut durumunun gözden geçirilmesi, bölgenin güçlü ve zayıf yönlerinin, gastronomi turizmindeki fırsatlarının ve tehditlerinin ortaya koyulması amaçlanmaktadır. Bu bağlamda, Hatay'ın yöresel yemek kültürünün korunarak gelecek nesillere aktarılması, bölgede gastronomi turizminin geliştirilmesi, yerli ve yabancı ziyaretçilere yöresel yemek kültürünün tanıtılması amaçlanmaktadır. Hatay ilinde faaliyet gösteren turizm işletmelerinin yöneticileri ve Hatay ilinde yaşayan akademisyenler araştırmanın evrenini, Hatay ilinde ikamet eden yiyecek içecek sektörünü temsil eden 10 yönetici veya işletmeci ve 5 akademisyen ise araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Katılımcılarla yapılan görüşmeler sonucunda; Hatay ilinin gastronomi turizmi potansiyeli açısından güçlü yönleri " zengin mutfak kültürü, yöresel yemek çeşitliliği, yöresel restoranların çokluğu, coğrafi konumu" zayıf yönleri " pazarlama eksiklikleri, işletmecilerin gastronomi turizmi kapsamında yeterince bilgi sahibi olmaması, yerel restoranlarda hizmet ve servis kalitesinin yeterli düzeyde olmaması, alt yapı ve üst yapı eksiklikleri, unutulmaya yüz tutan ürünlerin yeterince tanıtılmaması" şeklinde sıralanmıştır. Destinasyonun sahip olduğu fırsatlar ise; " çok kültürlü etnik yapıya sahip olması, birçok medeniyete ev sahipliği yapan tarihinin olması, gastronomi şehri olarak bilinirliğinin artması, Expo gibi uluslararası etkinliklere ev sahipliği yapması" olarak "geleneksel ürünlerin orijinalliğinin korunamaması, gastronomi şehri imajının korunamaması, işletmecilerin gastronomi turizmi kapsamında yeterince bilgi sahibi olmaması, hızlı nüfus artışı ve mülteciler" ise potansiyel tehdit unsurları olarak bulgulanmıştır..

Anahtar Kelimeler: Gastronomi turizmi, SWOT analizi, Hatay

ABSTRACT

In this study, It is aimed to review the current situation of Hatay province in terms of gastronomy tourism, to reveal the strengths and weaknesses of the region, the opportunities and threats in gastronomy tourism. Managers of tourism enterprises operating in Hatay and academicians living in Hatay constitute the universe of the research, and 10 managers or operators and 5 academicians representing the food and beverage sector residing in Hatay province constitute the sample of the research. As a result of the interviews with the participants; The strengths of Hatay in terms of gastronomic tourism potential are "rich culinary culture, local food variety, the abundance of local restaurants, geographical location" weaknesses " marketing deficiencies, the operators' lack of knowledge about gastronomy tourism, the service and service quality in local restaurants is not sufficient. lack of infrastructure and superstructure, insufficient promotion of forgotten products. The opportunities of the destination are; "Having multicultural ethnic structures, having a history that hosts many civilizations, increasing its awareness as a gastronomy city, hosting international events such as Expo" Lack of information, rapid population growth and refugees were identified as potential threats.

Keywords: Gastronomy tourism, SWOT analysis, Hatay

Received 31.10.2022

Accepted 10.03.2023



ⁱ hilal.oz@mku.edu.tr

ⁱⁱ umit.sormaz@manas.edu.kg

ⁱⁱⁱ hfnizamlioglu@erbakan.edu.tr

^{iv} gurkanakdag@mersin.edu.tr



10.32958/gastoria.1159063



GİRİŞ

Bir destinasyonda turistik ürünlerin gün yüzüne çıkarılması ve alternatif turizm çeşitlerinin verimli kullanılması, destinasyonun pazarlanması, tanıtılması, marka imajı ve gelir kaynağı olması açısından önem arz etmektedir (Zengin ve Şeyhanlıoğlu, 2019). Bu bağlamda gastronomi turizmi de bölgesel kalkınma adına işletmeler ve yerel halka gelir sağlayan önemli bir turizm çeşididir. Temel motivasyon unsuru özel bir yemek türünü tatmak veya o yemeğin üretilmesini gözlemlemek olan gastronomi turizmi, belirli bir destinasyonun turistik faaliyetlerinin artmasında da etkin bir role sahip olmaktadır. Zengin ve çok kültürlü bir yapıya sahip olan Hatay, bünyesinde farklı etnik yapılarla ait medeniyetlere ev sahipliği yapmış bir bölgedir. Bir destinasyonun sahip olduğu en önemli unsurlardan birisi gastronomik zenginliktir. Dolayısıyla bünyesinde çok kültürlü yapıları barındıran Hatay'ın, mutfağının da zengin ve çeşitli olması kaçınılmaz olmuştur. Özellikle yöresel ürün çeşitliliğine sahip olan Hatay mutfağı destinasyonu ziyaret eden turistler için çekicilik unsuru olarak nitelendirilmektedir.

Bu çalışmada, Hatay ilinin gastronomi turizmi düzeyinin tespit edilerek, destinasyonun güçlü-zayıf yönlerinin ve fırsat-tehditlerinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Ayrıca bu özellikler dikkate alınarak Hatay'da gastronomi turizminin daha iyi bir seviyeye gelebilmesi adına önerilerde bulunularak katkı sağlanması hedeflenmiştir. Bu bağlamda, Hatay'ın yöresel yemek kültürünün korunarak gelecek nesillere aktarılması, bölgede gastronomi turizminin geliştirilmesi, yerli ve yabancı ziyaretçilere yöresel yemek kültürünün tanıtılması amaçlanmaktadır. Ayrıca gastronomi turizminin gelişmesinde önem arz eden, coğrafi işarete sahip gıda ürünlerinin artırılmasına yönelik faaliyetlerin değerlendirilmesi de hedeflenmiştir.

LİTERATÜR TARAMA

Gastronomi Kavramı

Gastronomi, kökeni bakımından Yunanca “gastros” (mide), “nomos” (yasa, kural) sözcüklerinden türemiştir. İlk kez Jacques Berchoux tarafından, bir şiire başlık olarak Fransa'da kullanılmıştır (Kesici, 2012). Gastronomi kelimesinin ilk kullanımına IV. yüzyılda Antik Yunan döneminde rastlanılmaktadır. Akdeniz Bölgesi gıda ve şarap rehberini konu edinen, Sicilyalı Yunan Archehestratus tarafından kaleme alınan “Gastronomia” adlı kitapta kullanılmıştır (Santich, 2004).

Gastronomi terim olarak; “ülke ya da bölge mutfaklarını birbirinden ayıran, bir ülkenin ya da bölgenin yiyeceklerini, yeme-içme alışkanlıklarını ve yiyecek hazırlama tekniklerini” ifade etmektedir (Erdem ve Kemer, 2016). Etimolojik açıdan gastronomi kelimesi ele alındığında, “gastro” kelimesi mide ve uzantılarını kapsayan sindirim sistemini ifade ederken “nomi” kelimesi ise yönetmelik, yönerge ve düzen anlamını ifade etmektedir (Öztürk ve Güven, 2020). Bir bölgenin kendine özgü yiyecek ve içeceklerinin ön plana çıkarılması, o bölgenin diğer bölgelerden ayrılmasına olanak tanımaktadır. Dolayısıyla gastronomi, yiyecek içeceklerin bilim ve sanata dönüştürülmesi şeklinde ifade edilebilmektedir (Canbolat, Keleş ve Akbaş, 2016).

Gastronomi Turizmi

Dünyada turizm gelişmeleri incelendiğinde, gastronominin destinasyon pazarlamasındaki rolünün büyük olduğu gözlenmektedir. Ayrıca bir kentin gastronomisinin turizm açısından değerli bir nitelik taşıyabilmesi için, destinasyonların kendilerine özgü ürünleriyle öne çıkan kültürel kimliklerinin diğer destinasyonlara oranla farklılık oluşturması, iyi bir şekilde sunulması etkili olmaktadır (Çalışkan, 2013). Temel motivasyon unsuru özel bir yemek türünü tatmak veya o yemeğin üretilmesini gözlemlemek olan gastronomi turizmi yiyecek üreticilerini, yemek festivallerini, restoranları ve özel alanları ziyaret etme şeklinde ifade edilmektedir. Aynı zamanda özel bir yemeği tatmak, yemeklerin farklı üretim boyutlarını görmek veya ünlü bir şefin elinden yemek yeme yine bu kapsamda ele alınmaktadır. Herhangi bir restorana yapılan günlük olağan



Hatay İlinin Gastronomi Turizm Potansiyelinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi

Hilal ÖZ, Ümit SORMAZ, H. Ferhan NİZAMLIOĞLU, Gürkan AKDAĞ

ziyaretler, gastronomi turizmi olarak değerlendirilmemektedir (Hall vd. 2004). Bir destinasyonun yemekleri, o bölgenin seçiminde ve o bölgeye gelen turistlerin yaşadığı deneyim açısından önemli bir etkiye sahiptir (Mc Kercher, Okumuş ve Okumuş, 2008).

Gastronomi turizmine, araştırmacılar tarafından yapılan birçok tanıma yer verilmiştir. Long (2004) yapmış olduğu çalışmada gastronomi turizmini; “*bir toplumun kendi başına düşünülmemeyen ve bir sisteme uyum sağlayan mutfağına, öğün sürecine, yeme tarzına, bir gıda maddesinin tüketim, hazırlık ve sunum aşamalarını kapsayan yemek içme kültürüne bilinçli ve kişisel bir şekilde deneyimleme*” olarak tanımlamaktadır. Dünya Gıda Seyahat Derneği Genel Müdürü Wolf, (2020) “*Gastronomi turizmi, bir mekânın hissini ve tadını elde etmek için seyahat etme eylemidir*” şeklinde bir tanım yapmıştır. Durlu Özkaya ve Can (2012) ise çalışmasında; farklı toplumlara ait olan yiyecekleri, o kültürün geleneklerine uygun bir şekilde tüketmek için seyahat etme olarak bir tanımlamış ve gastronomi turizminde ziyaret destinasyonun mutfak kültürünün özümsemesine değinmiştir. Bu tanımlamaların yanı sıra gastronomi turizminin, mutfak ve kültür etkileşiminden ortaya çıkan bir unsur olduğu düşünülmektedir.

Gastronomi ile kültür arasındaki etkileşim iki şekilde değerlendirilmektedir. Birincisi temel motivasyon faktörünün gastronomi olmadığı, ancak turistik amaçlara yönelik yapılan ziyaretlerde yöresel ya da yerel tatların da deneyimlenmesidir. İkincisi ise temel motivasyon faktörünün gastronomi olduğu ve tamamen destinasyondaki lezzetlere odaklanan bir seyahati kapsamaktadır (Zengin ve Işkın, 2017). Lopez ve Martin (2006) çalışmalarında gastronomi turizmini değerlendirirken bu motivasyonlardan ikincisine dikkat çekmişlerdir. Buna göre yiyecek ve içeceklerin ana motivasyon olduğu seyahatler, gastronomi turizmi olarak ele alınmaktadır. UNWTO (2012) ise gastronomi turizmi için ana motivasyonun tamamen yiyecek ve içeceklerle ilgili olması gerektiği görüşüne ek olarak, motivasyonun bir kısmının bile yiyecek ve içeceklerle ilgili olması halinde, gastronomi turizminden söz edilebileceğini ifade etmektedir.

Hatay Destinasyonunun Gastronomi Turizmi Açısından Önemi

Hatay, Anadolu'nun en eski yerleşim merkezleri arasında yer almaktadır ve geçmişi M.Ö. yüz binli yıllara uzanan orta paleolitik döneme dayanmaktadır (Tekin ve İpek, 1996). Asi nehri ile Habibü'n Neccar dağının eteklerinde ve önemli anayolların kavşak noktasında kurulmuş olan Antakya kenti, aynı zamanda Neolitik ve Kalkolitik dönemlerde ve Tunç Çağı'nda da iskân edilen önemli bir yerleşim merkezlerinden biri olarak varlığını korumuştur (Kara, 2005).

Akdeniz'e kıyısı olan Hatay, eski dönemlerden günümüze dek birçok medeniyet tarafından tercih edilen bir bölge olmuştur. Birbirinden farklı toplumlara kapılarını açan, her medeniyetin kendine has yeme içme davranışlarını ve mutfak kültürünü bünyesinde barındıran bir şehirdir. Bu bağlamda birbirinden farklı fakat çoğunlukla birbirinden etkilenmiş geleneksel mutfak kültürleri oluşmuştur. Diğer bir etkende, iklim ve bitki örtüsüdür. Flora ve fauna çeşitliliği bakımından zengin bir şehir olan Hatay, mutfak kültürünün temel yapı taşlarını da şekillendirmiştir (KTB, 2021). Hatay mutfak kültürünün temelini Ortadoğu mutfağı oluşturmaktadır. Bundan ötürü bölgede ağırlıklı olarak Arap mutfak kültürünün öne çıktığı söylenebilmektedir (Arseven, 2013). Anadolu ile de pek çok ortak yemek çeşitliliğine ve geleneğine sahip olan Hatay mutfağı yine de kendine özgü ve farkındalık oluşturan bir mutfak kültürüne sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Şahin, 2012).

Kültür ve turizm açısından zengin ve köklü bir şehir olan Hatay, çoğu medeniyete ev sahipliği yapmış ve topraklarının üzerinde yaşayan birçok medeniyetin kültür miraslarına sahip bir kenttir. Coğrafi konumundan dolayı önemli bir ticaret merkezinde bulunmaktadır. Günümüzde de çeşitli toplumlardan bireylerin bir arada yaşadığı Hatay, çok yönlü bir kültürel zenginlik içermektedir (Türk, 2010). Aynı zamanda Hatay'ı Hatay yapan, kendine özgü kültürel faaliyetleri ve tarihidir. Birçok uygarlığa ev sahipliği yapan Hatay'da, bu uygarlıkların kalıntılarını günümüzde de görmek mümkündür (Güzelmansur, 2005). Bünyesinde birden çok uygarlığı taşıyan Hatay, lezzet



Hatay İlinin Gastronomi Turizm Potansiyelinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi

Hilal ÖZ, Ümit SORMAZ, H. Ferhan NİZAMLIOĞLU, Gürkan AKDAĞ

çeşitliliğinde de bu uygarlıkların harmanlanması gibidir. Şehirde yer alan farklı dini görüşlere sahip toplumların, destinasyonun mutfak kültürü üzerindeki dinsel etkileşimini de ortaya koymaktadır (Taş, 2011). Bir destinasyonun sahip olduğu en önemli unsurlardan birisi gastronomik zenginliktir. Dolayısıyla gastronomi, destinasyona farkındalık kazandırmak ve destinasyonun diğer destinasyonlarla rekabet edebilmesi için önemli bir etkidir (Deveci ve diğ., 2013).

Hatay'ın kendine münhasır gıda ürünleriyle fark oluşturabilmesi adına yöresel yiyecek ve içeceklerin ulusal ya da uluslararası göstergelerle tanınması gerekmektedir. Dolayısıyla, destinasyona ait gıda ürünlerinin coğrafi işaretlemeye sahip olması, o bölge için büyük bir avantaj sağlamaktadır. Çünkü coğrafi işaretleme ürünün kalitesini, geleneksel üretim metodunu ve coğrafi kaynağı arasındaki bağı simgeleyen bir güvencedir. Aynı zamanda geleneksel gıdaların üretiminde sürdürülebilirliğin sağlanması, gelecek nesillere aktarılabilmesi ve gelişmesi için de önemli bir paya sahiptir (Sahilli-Birdir, Iflazoğlu ve Birdir, 2018). Destinasyonu ziyaret eden turistlerinde özellikle gastronomi turizmi kapsamında tescilli gıda ürünlerini tatmak ve deneyimlemek istemeleri kaçınılmaz olacaktır. Bu yüzden bir bölgedeki coğrafi işaretli ürünler o destinasyonun gastronomi turizmi potansiyelini doğrudan etkileyebilmektedir.

Gastronomi turizmi kapsamında Hatay ilini ziyaret edecek turistlerin tadıp gözlemleyebilecekleri birçok lezzet bulunmaktadır. Yapılan gözlemlerde ve literatür incelemesinde, hemen hemen her evde ve çoğu restoranın menüsünde yer alan ayrıca Hatay'da üretilerek satışı gerçekleştirilen başlıca Hatay lezzetleri; Hatay Usulü Kâğıt Kebabı, Hatay Usulü Oruk (İçli Köfte), Belen Tava, Tepsi Kebabı, Katıklı Ekmek, Biberli Ekmek, Ekşi Aşı, Kaytaç Böreği, Zahter Salatası, Humus, Muhammara, Künefe, Mütebbel, Antakya Kömbesi, Kireçte Kabak olarak sıralanmaktadır. Ayrıca evlerde yapıp sunulan fakat restoranların menülerinde yer almayan birçok geleneksel yiyeceğe de rastlanılmaktadır. Mortadella Tirit, Zilk Sapı Yoğurtlaması, Taze Sürk Salatası, Sireysil, Maklube, Külçe, Şihil Mahşi, Kumbursiye, Mütebli, Kete, Haytalı, Semirsek (Sembusek), Kebbet reçeli bu yiyeceklere örnek gösterilebilmektedir (Onur, 2021).

Yapılan literatür taraması sonucunda Hatay ilini farklı açılardan inceleyen araştırmalar olduğu görülmektedir. Onur (2021), çalışmasında bölgeye gelen turistlerin tadabilecekleri yiyecek ve içecekler ve gastronomik diğer ürünler hakkında bilgi sahibi olabilmesi açısından Hatay'a özgü lezzet rotalarının oluşturulmasına ışık tutmuştur. Cömert (2014), yapmış olduğu çalışmada zengin ve köklü bir mutfak kültürüne sahip Hatay destinasyonunun yöresel yemeklerini incelemiştir. Şimşek ve Yordam (2021), gastronomi şehri olan Hatay'ı ziyaret eden yerli turistlerin yöresel yiyecekleri satın almalarını etkileyen faktörleri belirlemişlerdir. Ancak literatür incelendiğinde, Hatay ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin SWOT analiziyle değerlendirilmesine yönelik herhangi bir çalışmanın olmadığı görülmüştür. Buna bağlı olarak bu araştırmada Hatay ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi ve SWOT analizi ile belirlenmesi amaçlanmaktadır. Analiz sonucuna göre saptanan zayıf yönler ve tehditlerin giderilmesi ve belirlenen fırsat ve güçlü yönlerin daha iyi geliştirilmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması adına bir takım önerilerin sunulması da amaçlanmaktadır. Aynı zamanda bölge için gastronomi turizmi konusunda uygun stratejilerin ve politikaların geliştirilmesi hedeflenmiştir.

SWOT Analizi

SWOT terimi, İngilizce'de dört kelimenin ilk harflerinden oluşan bir kısaltmadır. Güçlü Yönler (Strengths), Zayıf Yönler (Weakness), Fırsat (Opportunities) ve Tehditler (Threats) olarak ifade edilmektedir (İnayet ve Akbulak, 2010).

SWOT analizi, işletmelerin güçlü-zayıf yönlerini ve fırsat-tehditlerini analiz ederek gelecek için stratejiler geliştirmeyi ifade etmektedir. Bu bağlamda SWOT analizinin yapılmasındaki temel amaç; destinasyonun sahip olduğu turizme bağımlı ve turizmden bağımsız arz potansiyelinin güçlü ve zayıf yönlerinin açıkça bilinmesi, analiz edilmesi, ülkenin hedefleri doğrultusunda uygun



Hatay İlinin Gastronomi Turizm Potansiyelinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi

Hilal ÖZ, Ümit SORMAZ, H. Ferhan NİZAMLIOĞLU, Gürkan AKDAĞ

stratejilerin seçilmesine yardımcı olmasıdır (Yeşiltaş, 2009). Aynı zamanda, SWOT analizi, turizm destinasyonu geliştirme hedefleri ve planlarının formülasyonu ve turizm endüstrisinin rekabet gücünün kapsamlı bir analizi ve değerlendirmesi için stratejik bir temel sağlamaktadır (Yan ve Wang, 2021). Bir sektörün, bir faaliyetin veya bir şirketin mevcut durumunu ve beklentilerini ortaya çıkarmanın en kolay yolu, konunun uzmanları tarafından SWOT analizi yapmaktır (Akça, 2005).

MATERYAL VE YÖNTEM

Araştırma Amacı ve Modeli

Araştırmada; Hatay ilinin gastronomi turizmi açısından mevcut durumunu gözden geçirilmesi, bölgenin güçlü ve zayıf yönlerini, gastronomi turizmindeki fırsatlarını ve tehditlerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırma sonucunda, bölge için gastronomi turizmi konusunda uygun stratejilerin ve politikaların geliştirilmesi hedeflenmiştir. Bu amacın bir parçası olarak, turizm sektöründeki paydaşların görüşlerinin derinlemesine araştırılması gerektiğinden, nitel araştırma desenlerinden biri olan durum çalışması kullanılmıştır. İşlenen konularla ilgili durumlar değişebileceğinden, benzer durumları anlamaya yönelik örnekler ve deneyimler, sonuçların genellemesinden ziyade durum çalışmalarının amacına yöneliktir (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evreni, Hatay ilinde faaliyet gösteren turizm işletmelerinin yöneticileri ve Hatay ilinde yaşayan akademisyenleri içermektedir. Araştırmanın örneklemi, Hatay ilinde faaliyet gösteren turizm işletmeleri ile akademisyenler oluşturmuştur. Bu bağlamda; Hatay ilinde ikamet eden yiyecek içecek sektörünü temsil eden 10 yönetici veya işletmeci ve 5 akademisyen araştırmanın örneklemi oluşturmuştur. Nitel araştırmalar için önerilen örneklem sayısı en az on beş olduğundan araştırma için görüşme sayısı yeterli görülmektedir (Mason, 2010).

Veri Toplama Aracı ve Teknikleri

Araştırmada, nitel araştırma yöntemi olan yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. İnsanların tecrübelerini ve bu tecrübeleri nasıl algıladıklarını anlamaya çalışmak, bu tekniğin genel amacını oluşturmaktadır (Seidman, 1991). Hazırlanan görüşme formu ile her katılımcıya aynı kelimelerle ve aynı şekilde sorular sorulduğundan, alınan cevaplar aha güvenilir sonuçlar ortaya koymaktadır. Bu görüşme tekniğinde, daha küçük bir örneklem seçmek problemlerin ve durumların daha eksiksiz ve bütünsel olarak ele alınmasına ve daha ayrıntılı olarak anlaşılmasına olanak tanımaktadır (Türnüklü, 2000).

Araştırma için kullanılan görüşme formu daha önce yapılan diğer araştırmalarda (Durgun, 2007; Yeşiltaş, Çeken & Öztürk, 2009; Birdir, Karakan & Çolak, 2015; Deniz & Atışman, 2017; Teyin, Sormaz, Nizamlıoğlu & Onur, 2021) kullanılan sorulardan derlenerek oluşturulmuştur. Araştırmada kullanılan görüşme formu iki farklı bölümden meydana gelmektedir. Birinci bölümde, demografik bilgileri içeren 8 soru ve işletme bilgilerini içeren 11 adet çoktan seçmeli soru bulunmaktadır. İkinci bölümde ise, Hatay ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirildiği 10 adet açık uçlu soru ve Hatay'ın gastronomi turizmi açısından güçlü yönleri, zayıf yönleri, fırsatları ve tehditlerini ölçen 4 adet açık uçlu soru yer almaktadır.

Verilerin Değerlendirilmesi

Araştırmanın verileri 30.03.2022-10.05.2022 tarihleri arasında katılımcılarla yüz yüze görüşülerek elde edilmiştir. Elde edilen veriler içerik analizine tabi tutularak değerlendirilmiştir.

Etik

Verilerin toplanabilmesi için araştırmanın etik kurul izin belgesi; Toros Üniversitesi Etik Kurulu 25.03.2022 tarihi ve 6113 karar/sayı numarası ile alınmıştır.



BULGULAR

Araştırmada, Hatay iline ait gastronomi turizm potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Buna yönelik katılımcılara görüşme formu uygulanmıştır. Araştırmanın amacına yönelik uygulanan görüşme formlarına katılan kişilere ait demografik bilgiler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

	n	%
Cinsiyet		
Kadın	7	46.7
Erkek	8	53.3
Yaş		
26-30	2	13.3
31-45	9	60.0
46-60	4	26.7
Eğitim		
İlköğretim	2	13.3
Ortaöğretim	6	40.0
Lisans	2	13.3
Lisansüstü	5	33.3
TOPLAM	15	100.0

Tablo 1 incelendiğinde; katılımcıların %3.3’ünün erkek ve %6.7’sinin kadın olduğu görülmektedir. Katılımcıların %60.0’ı 31-45 yaş aralığındadır. Eğitim durumlarına bakıldığında ise, araştırmaya katılanların %40.0’ı ortaöğretim, %33.3’ü ise lisansüstü eğitime sahiptir.

Tablo 2: Mesleki Bilgiler

	n	%
Mesleki Eğitim		
Mesleki Diploma	1	6.7
Ustalık/Kalfalık Belgesi	6	40.0
Mesleki Kurs Bitirme Belgesi	3	20.0
Herhangi Bir Belgesi Yok	5	33.3
Katılımcı Grubu		
Yönetici	10	66.7
Akademisyen	5	33.3
Görev Süresi		
5 yıldan az	1	6.7
6-10 yıl	1	6.7
11-20 yıl	6	40.0
21-30 yıl	5	33.3
31 yıl ve üstü	2	13.3



Hatay İlinin Gastronomi Turizm Potansiyelinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi

Hilal ÖZ, Ümit SORMAZ, H. Ferhan NİZAMLIOĞLU, Gürkan AKDAĞ

Şehirde İkamet Süresi		
5 yıldan az	2	13.3
6-10 yıl	1	6.7
11-20 yıl	4	26.7
21-30 yıl	2	13.3
31 yıl ve üstü	6	40.0
TOPLAM	15	100.0

Tablo 2’de katılımcılara ait mesleki bilgiler yer almaktadır. Katılımcıların %40.0’ı ustalık/kalfalık belgesine sahip olup, %33.3’ünün herhangi bir belgesi yoktur. Katılımcı gurubunun %66’sının işletme yöneticisi ve %33.3’ünü akademisyenler oluşturmaktadır.

Tablo 3: İşletmelere Ait Bilgiler

	n	%
İşletme Yapısı		
Otel	4	40.0
Restoran	6	60.0
Sahiplik Yapısı		
Ulusal Zincire Bağlı	2	20.0
Bağımsız	8	80.0
Şube Sayısı		
Yok	6	60.0
1-3 tane	3	30.0
4-9 tane	1	10.0
Hizmet Süresi		
1-4 yıl	1	10.0
5-9 yıl	2	20.0
10-14 yıl	4	40.0
15-19 yıl	1	10.0
20 yıl ve üzeri	2	20.0
Personel Sayısı		
10 kişiden az	2	20.0
10-49 kişi	6	60.0
50-99 kişi	2	20.0
Yönetim Şekli		
Patron Yönetir	6	60.0
Departman Şefi / Müdür Yönetir	4	40.0
İşletmenin Belge Türü		
İşletme Belgeli	8	80.0
Yatırım Belgeli	2	20.0
TOPLAM	10	100.0



Hatay İlinin Gastronomi Turizm Potansiyelinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi

Hilal ÖZ, Ümit SORMAZ, H. Ferhan NİZAMLIOĞLU, Gürkan AKDAĞ

Tablo 3’ de araştırmaya katılan yiyecek içecek sektörü temsilcilerinin işletmelerine ait bilgiler yer almaktadır. Tablo 3 incelendiğinde; katılımcıların 6’sının (%60.0) restoran, 4’ünün (%40.0) ise otel işletmesinde çalıştığı görülmektedir. İşletmelerin %60.0’ının şubesinin olmadığı, %40.0’ının hizmet süresinin 10-14 yıl olduğu, %60.0’ında 10-49 personel sayısının olduğu ve %80.0’inin işletme belgeli olduğu bulgulanmıştır.

Hatay ilinin gastronomi turizmi açısından güçlü yönlerine ait katılımcılardan elde edilen bilgiler tablo 5’te yer almaktadır.

Tablo 4: Hatay İlinin Gastronomi Turizmi Açısından Güçlü Yönleri

Güçlü Yönler	n	%
Zengin Mutfak Kültürü	13	86.7
Yöresel yemek çeşitliliği	12	80.0
Coğrafi konum	6	40.0
Turistlerin yöresel yiyecekleri tatma isteği	5	33.3
Tarihi otantik mekanların fazla olması	4	26.7
Yöresel restoranların çokluğu	3	20.0
Ulaşım imkanlarının yeterli olması	2	13.3
Doğal güzelliklerinin olması	2	13.3

Hatay ilinin gastronomi turizmi açısından güçlü yönleri ele alındığında daha çok zengin bir mutfak kültürüne sahip olması (%86.7), yöresel yemek çeşitliliği (%80.0) ve coğrafi konumu (%40.0) ön plana çıkmaktadır. Turistlerin Hatay iline ait yöresel yiyecekleri tatma isteği (%33.3), tarihi otantik mekanların fazla oluşu (%26.7) ve yöresel restoranların fazla oluşu (%20.0), Hatay ilinin gastronomi turizmi açısından güçlü yönlerini ortaya koyan diğer ifadelerdir. Ayrıca ulaşım imkanlarının yeterli olması (%13.3) ve doğal güzelliklerinin olması (%13.3) da güçlü yönler arasında bulgulanmıştır.

Hatay ilinin gastronomi turizmi açısından zayıf yönlerine dair ait katılımcılardan elde edilen bilgiler Tablo 5’de yer almaktadır.

Tablo 5: Hatay İlinin Gastronomi Turizmi Açısından Zayıf Yönleri

Zayıf Yönler	n	%
Pazarlama eksiklikleri	14	93.3
İşletmecilerin gastronomi turizmi kapsamında yeterince bilgi sahibi olmaması	8	53.3
Yerel restoranlarda hizmet ve servis kalitesinin yeterli düzeyde olmaması	6	40.0
Altyapı ve üstyapı yetersizliği	5	33.3
Tanıtım faaliyetlerinin yeterli olmaması	5	33.3
Unutulmaya yüz tutan ürünlerin yeterince tanıtılmaması	3	20.0
Yerel restoranlarda çalışan kalifiye personel eksikliği	3	20.0



Hatay İlinin Gastronomi Turizm Potansiyelinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi

Hilal ÖZ, Ümit SORMAZ, H. Ferhan NİZAMLIOĞLU, Gürkan AKDAĞ

Hatay ilinin gastronomi turizmi açısından zayıf yönlerine dair elde edilen bilgiler incelendiğinde; pazarlama eksiklikleri (%93.3), işletmecilerin gastronomi turizmi kapsamında yeterince bilgi sahibi olmaması (%53.3) ve yerel restoranlarda hizmet ve servis kalitesinin yeterli düzeyde olmaması (%40.0) Hatay ilinin gastronomi turizmi açısından zayıf yönlerini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, altyapı ve üstyapı yetersizliği (%33.3) ile tanıtım faaliyetlerinin yeterli olmaması (%33.3), unutulmaya yüz tutan ürünlerin yeterince tanıtılmaması (%20.0) ve yerel restoranlarda çalışan kalifiye personel eksikliği (%20.0) diğer zayıf yönler arasında tespit edilmiştir. Hatay ilinin gastronomi turizmi açısından barındırdığı fırsatlar Tablo 7’de gösterilmektedir.

Tablo 6: Hatay İlinin Gastronomi Turizmi Açısından Barındırdığı Fırsatlar

Fırsatlar	n	%
Çok kültürlü etnik yapılara sahip olması	9	60.0
Birçok medeniyete ev sahipliği yapan tarihinin olması	7	46.7
Coğrafi konumu	6	40.0
Gastronomi şehri olarak bilinirliğinin artması	6	40.0
Expo gibi uluslararası etkinliklere ev sahipliği yapmak	5	33.3
Gastronomi ve Mutfak Sanatları' na yönelik eğitim merkezlerinin açılması	4	26.7
Alternatif turizm potansiyeli	3	20.0

Görüşme formlarından elde edilen verilerin Hatay ilinin gastronomi turizmi açısından barındırdığı fırsatların içerik analizleri değerlendirildiğinde; çok kültürlü etnik yapılara sahip olması (%60.0), birçok medeniyete ev sahipliği yapan tarihinin olması (%46.7) ve coğrafi konumu (%40.0) Hatay ilinin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu fırsatlar arasında görülmektedir. Aynı zamanda yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen verilerde, Hatay’ın gastronomi şehri olarak bilinirliğinin artması (%40.0), Expo gibi uluslararası etkinliklere ev sahipliği yapması (%33.3), Gastronomi ve Mutfak Sanatları' na yönelik eğitim merkezlerinin açılması (%26.7) ve alternatif turizm potansiyeli de (%20.0) sahip olduğu fırsatlar arasında yer almaktadır.

Tablo 7’de Hatay ilinin gastronomi turizmi açısından potansiyel tehditlerine ait elde edilen bulgular yer almaktadır.



Tablo 7: Hatay İlinin Gastronomi Turizmi Açısından Potansiyel Tehditleri

Tehditler	n	%
Geleneksel ürünlerin orijinalliğinin korunamaması	13	86.7
Gastronomi şehri imajının korunamaması	6	40.0
İşletmecilerin gastronomi turizmi kapsamında yeterince bilgi sahibi olmaması	5	33.3
Çevreciliğin zayıf olması	4	26.7
Unutulmaya yüz tutmuş yemeklerin pazarlanamaması	4	26.7
Nüfus artışı ve mülteciler	3	20.0

Hatay ilinin gastronomi turizmi açısından potansiyel tehditlerine değerlendirildiğinde; geleneksel ürünlerin orijinalliğinin korunamaması (%86.7), gastronomi şehri imajının korunamaması (%40.0) ve işletmecilerin gastronomi turizmi kapsamında yeterince bilgi sahibi olmaması (%33.3) tespit edilmiştir. Çevreciliğin zayıf olması (%26.7), unutulmaya yüz tutmuş yemeklerin pazarlanamaması (%26.7), nüfus artışı ve mülteciler (%20.0) diğer potansiyel tehditler arasında yer almaktadır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Hatay ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesine yönelik yapılan görüşme formundan elde edilen verilere göre; Hatay ilinde akla gelen gastronomi unsurlarına bakıldığında ağırlıklı olarak künefe, tepsi kebabı ve mezeler (humus, muhammara, mütebbel, zahter salatası) görülmektedir. Bulduğu coğrafi konum ve doğal güzellikleriyle, tarihi zenginliklere sahip olan Hatay destinasyonu gastronomi turizm potansiyeli açısından önemli yerleşim merkezlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Zengin bir mutfak kültürü, yöresel yemek çeşitliliği, coğrafi konumu, çok kültürlü etnik yapıya sahip olması gibi birden çok güçlü yönü ve fırsatları olduğu görülmektedir. Çalışmadan elde edilen bu bulgular daha öce yapılan benzer çalışmalarla örtüşmektedir((Durgun, 2007; Ongun, Gövdere ve Çiçek, 2016; Deniz ve Atışman, 2017; Kızılaslan ve Tayfur, 2014).

Aynı zamanda Hatay'ın Expo gibi uluslararası etkinliklere ev sahipliği yapması, gastronomi turizmi açısından bölge kalkınmasında önemli bir paya sahip olduğunu göstermektedir. Ancak Hatay'da pazarlama, altyapı ve üstyapı eksiklikleri, işletmecilerin gastronomi turizmi kapsamında yeterince bilgi sahibi olmaması, geleneksel ürünlerin orijinalliğinin korunamaması, Gastronomi şehri imajının korunamaması ve işletmecilerin gastronomi turizmi kapsamında yeterince bilgi sahibi olmaması gibi zayıf yönler ve tehditler, gastronomi turizmi potansiyelinin öne çıkarılmasında engel teşkil etmektedir. Bu bağlamda araştırma kapsamında Hatay ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin gelişmesine yönelik bir takım öneriler aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır;

- Hatay'ın sahip olduğu yöresel ürünlerin daha iyi tanıtılması ve pazarlanması hususunda yerel yönetimlerle gerekli iş birliklerinin sağlanması,
- İşletmecilere gastronomi turizmi kapsamında gerekli bilgi ve eğitimin verilerek, gastronomi turizminin ekonomik kalkınma anlamında önemli bir unsur olduğu bilincinin oluşmasının sağlanması,
- Destinasyonda bulunan yerel restoranların, hizmet ve servis kalitesinin yeterli düzeye gelmesi için gerekli olan oryantasyon, hijyen ve sanitasyon eğitimlerinin verilmesi ve işletmelerin bünyesinde çalışan personellerin kalifiyeli olmasına özen gösterilmeli,



Hatay İlinin Gastronomi Turizm Potansiyelinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi

Hilal ÖZ, Ümit SORMAZ, H. Ferhan NİZAMLIOĞLU, Gürkan AKDAĞ

- Yerel yönetim ve paydaşların desteğiyle bölgenin altyapı ve üstyapı eksiklerinin giderilmesi, şehrin doğal güzelliklerinin korunarak tahribatların engellenmesi,
- Unutulmaya yüz tutmuş yöresel ürünlerin restoran menülerinde daha çok yer alması ve bu ürünlerin orijinalliğinin korunması gerekmektedir. Özellikle yöresel yemekler gelen yabancı turistlere yönelik değiştirilmeden, geleneksel yapımla sunulmalıdır.
- Coğrafi işaretli ürünlerin (künefe, sürki peyniri, kabak tatlısı vb.) daha iyi pazarlanması adına gerekli reklam ve tanıtım faaliyetlerinin artırılması, coğrafi işaretle tescillenmesi mümkün olan diğer yöresel ürünlerinde tescillenmesi için gerekli başvuruların yapılması ve tescilli ürün sayısının artırılması gerekmektedir. Özellikle destinasyonu ziyaret eden turistlerin tercihlerinde öncelikle tescillenmiş, ünü duyulmuş ürünler bulunduğundan, gastronomi turizmi için bu husus önemli bir paya sahiptir.
- Alternatif turizm etkinliklerinin gerçekleştiği ortamlarda yeme içme faaliyetlerine yönelik organizasyonlar için adımlar atılması, yerel ve geleneksel ürünlerin bu alanlarda tanıtılarak pazarlanması sağlanmalıdır.

Konuyla ilgili alan yazın incelendiğinde; Hatay ilinin gastronomi turizmi potansiyelini değerlendiren sınırlı sayıda çalışma olduğu gözlemlenmiştir. Bu bağlamda; Hatay ilinin gastronomi kapsamında yöresel ürünlerinin korunması, bölge mutfağının tanıtılması ve gelecek nesillere aktarılması açısından bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre; Hatay ilinin sahip olduğu zengin mutfak kültürü ve yöresel yiyeceklerin çeşitli olması şehrin gastronomi turizmi potansiyelinin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Bu potansiyelin hayata geçirilmesinin sağlanabilmesi için yerel paydaşlarla karar vericilerin bir arada çalışması ve bölgeye ait yöresel ürünleri daha iyi tanıtmak ve pazarlamak için farklı projelerin ve etkinliklerin düzenlenmesi gerekmektedir.

Hatay ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin geliştirilebilmesi için yapılan bu çalışma sınırlı sayıda katılımcı ve kısıtlı zaman içerisinde gerçekleştirilmiştir. İleride yapılacak çalışmalarda daha geniş zamanda Hatay ilinin gastronomi potansiyeli daha çok katılımcıya ulaşılarak farklı illerle karşılaştırmalı şekilde ortaya çıkarılabilir.

KAYNAKÇA

Arseven C. (2013). Hatay'da Kültürel Çeşitlilik, www.dogaka.gov.tr / erişim tarihi 10 Nisan 2022.

Birdir, K., Karakan, H. İ., Çolak, O. (2015). Gaziantep ilinin turizm açısından SWOT analizi ve turizmin geliştirilmesine yönelik öneriler. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 3(1), 77-92.

Canbolat, E., Keleş, Y., Akbaş, Y. Z. (2016). Gastronomi turizmi kapsamında samsun mutfağına özgü turistik bir ürün: Bafra. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(4), 75- 87.

Çalışkan, O. (2013). Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.

Deniz, T., Atışman, E. (2017). Kayseri ilinin gastronomi turizmine yönelik bir SWOT analizi çalışması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 56-65

Deveci, B. Türkmen, S., Avcıkurt, C. (2013). Kırsal Turizm ile Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences* 3 (2): 29-34.



Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research, Vol. 7, Issue 1, 2023, 95-107

Hatay İlinin Gastronomi Turizm Potansiyelinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi

Hilal ÖZ, Ümit SORMAZ, H. Ferhan NİZAMLIOĞLU, Gürkan AKDAĞ

Durgun, A. (2007). Isparta turizminin SWOT analizi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 3(5), 93-109.

Durlu Özkaya, F., Can, A. (2012). Gastronomi Turizminin Destinasyon Pazarlamasına Etkisi. Türktarım, 206, 28-33

Erdem, Ö., Kemer, A. K. (2016). Mutfaktaki Yeni Eğilimlerden Olan Moleküler Gastronomi Konusunda Ankara İlindeki 4 ve 5 Yıldızlı Otellerin Mutfak Personeli ile Aşçılık Alanında Yükseköğrenim Gören Öğrencilerin Bilgi ve Görüşlerinin Belirlenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4 (2), 3-16.

Güzelmansur İ., “Efsanelerle Antakya”, II. Antakya Edebiyat Günleri, haz.: Mehmet Karasu, Edebiyatçılar Derneği, Öztepe Matbaacılık, Ankara, 2005, 205.

Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., Cambourne, B. (Eds.). (2004). *Food tourism around the world*. Routledge.

Kara, A. (2005). Antakya ve Çevresi Hakkında Yapılan Çalışmalar. Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi, 3(6), 2.

Kesici, M. (2012). Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, (2), 33-37.

Kızılaslan, N., Tayfur, U. N. A. L. (2014). Tokat İlinin Ekoturizm/Kırsal Turizm Potansiyeli Ve Swot Analizi. *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi*, (9), 45-61.

Kültür ve Turizm Bakanlığı (KTB) (2021). Hatay. 11.10.2021 tarihinde <https://hatay.ktb.gov.tr/TR205529/dogal-kulturel-ve-tarihi-turizm-degerler.html> adresinden erişilmiştir.

Long, L. M. (2004). A folkloristic Perspective on Eating and Otherness. Lucy M. Long (Ed.), içinde *Culinary Tourism* (s. 20-51). Lexington: The University Press of Kentucky

Lopez, X. A. A., Martin, B. G. (2006). Tourism and quality agrofood products: an opportunity for the spanish countryside. *Tijdschrift Voor Economische en Sociale Geografie*, 97 (2), 166-177.

McKercher, B., Okumus, F., Okumus, B. (2008). Food tourism as a viable market segment: It's all how you cook the numbers!. *Journal of travel & tourism marketing*, 25(2), 137-148.

Okumus, B., Okumus, F., Mckercher, B. (2007). Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: the cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management*, 28,1, 253-261.

Ongun, U., Gövdere, B., Çiçek, U. (2016). Yeşilova'nın Kırsal Turizm Potansiyelinin Swot Analizi İle Değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 7(16), 75-88.

Onur, N. (2021). Gastronomi turizmi ve Hatay lezzet rotası. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 150-162.

Öztürk, B., Güven, S. (2020). “Gastronomi İle İlgili Genel Kavramlar”, *Gastronomi ve Yiyecek Tarihi*, Editör: (A. Akbaba ve N. Çetinkaya), Ankara: Detay Yayıncılık.

Sahilli Birdir, S., İflazoğlu, N., Birdir, K. (2018). Hatay yöresel mutfağının coğrafi işaret potansiyeli üzerine bir değerlendirme. VII. Ulusal III. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı. Isbn Numarası: 978605256006.

Seidman, I. E. (1991). *Interviewing as Qualitative Research: A Guide for Researchers in Education and The Social Sciences*. New York, USA: Teachers College Press

Santich, B. (2004). The Study of Gastronomy and Its Relevance to Hospitality Education and Training. *International Journal of Hospitality Management*, 23(1), 15-24.

Şahin, K. “Hatay Mutfak Kültürü ve Yemekleri”, T.C Hatay Valiliği, 2012.

Şimşek, A., Yordam, S. (2021). Gastronomi Turizmi Bağlamında Turistlerin Yöresel Yiyecek Satın Alma Davranışı: Hatay Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 1635-1651.



Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research, Vol. 7, Issue 1, 2023, 95-107

Hatay İlinin Gastronomi Turizm Potansiyelinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi

Hilal ÖZ, Ümit SORMAZ, H. Ferhan NİZAMLIOĞLU, Gürkan AKDAĞ

- Taş S. Hoşgörü Kenti Hatay "Dünya Gastronomi Şehri Olma Yolunda, 2011. <http://www.haberler.com./>, / (Erişim tarihi 10 Nisan 2022).
- Tekin, M., İpek, S.A. (1996). Altınözünden Hassa'ya Hatay Mutfağında Bir Gezinti, II. Hatay Mutfağı Sempozyumu Bildirileri, Antakya
- Teyin, G., Sormaz, Ü., Nizamlıoğlu, H. F., Onur, N. (2021). Şile İlçesinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Swot Analizi ile Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(4), 3018-3035.
- Türk, H. "Hatay'da Müslüman-Hıristiyan Etkileşimi: St. Georges Ya Da Hızır Kültürü", *Milli Folklor*, 2010, 22(85)
- UNWTO (World Tourism Organization). (2012). Global report on food tourism. Madrid. http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/food_tourism_ok.pdf, (Erişim Tarihi: 01 Nisan 2022).
- Wolf, E. (2020). What is Food Tourism? [URL: <https://worldfoodtravel.org/what-is-foodtourism-definition-food-tourism/>] (Erişim Tarihi: 01 Nisan 2022).
- Zengin, B., Işkın, M. (2017). Yerel mutfakların gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi: Sivas örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(40): 404-415.
- Yan, Z., Wang, X. (2021) Research on the tourism development and countermeasures of Nishan Town-Based on SWOT analysis. *Journal of Service Science and Management*, 14, 429-443.
- Yeşiltaş, M. (2009). Karadeniz bölgesindeki turizm olanaklarının swot analizi ile değerlendirilmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (3), 250-269.
- Yeşiltaş, M., Çeken, H., Öztürk, İ. (2009). Karadeniz bölgesindeki turizm olanaklarının SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(3), 250-269.
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara, Türkiye: Seçkin Yayıncılık.
- Mason, J. (1996). *Qualitative Researching*. London, UK: Sage Publication
- Akça, H., (2005). "Burdur İlinin Kırsal Turizm Potansiyeli ve Değerlendirilmesi", 1. Burdur Sempozyumu, Bildiriler Cilt I, 16 - 19 Kasım, Burdur, 515-517.
- İnayet, Z., Akbulak, C., (2010). "Troia Tarihi Milli Parkı'ndaki Turizm Potansiyelinin Swot Analizi İle Değerlendirilmesi, 11. Ulusal Turizm Kongresi, 2-5 Aralık Kuşadası, (Ed. Çolakoğlu, O., E.), Detay Yayıncılık, 1. Baskı, Ankara, 203-213.
- Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilir nitel bir araştırma tekniği: Görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 24(24), 543- 559.
- Zengin, B. ve Şeyhanlıoğlu, H., Ö. (2019). Destinasyon Pazarlamasının Yerel Kalkınmaya Etkileri: Şanlıurfa Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2977-2992.
- Onur, N. (2021). Gastronomi turizmi ve Hatay lezzet rotası. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 150-162.
- Cömert, M. (2014). Turizm pazarlamasında yöresel mutfakların önemi ve Hatay mutfağı örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(1), 64-70.