



Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi

www.turib.org



Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Silivri İlçesinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Swot Analizi ile Değerlendirilmesi*

Gülçin ALGAN ÖZKÖK^a, Orhan MUTU^{b**}, Ümit SORMAZ^c

^a Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Konya/TÜRKİYE, E-posta: gulcinalgan@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6487-707X

^b İstanbul Rumeli Üniversitesi, Sanat Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, İstanbul/TÜRKİYE, E-posta: orhan.mutu@rumeli.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5181-2533

^c Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Konya/TÜRKİYE, usormaz@erbakan.edu.tr ve Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Bişkek/KIRGIZİSTAN, E-posta: umit.sormaz@manas.edu.kg, ORCID: 0000-0001-7514-1500

Öz

Bu çalışmada, SWOT analizi ile İstanbul ili Silivri ilçesinin gastronomi turizmi potansiyeli değerlendirilerek bu değerlendirme ışığında öneriler sunulmaktadır. Araştırmada nitel veri toplama tekniklerinden görüşme tekniği kullanılmıştır. Çalışmanın örneklemini, Silivri'deki turizm işletme yöneticileri oluşturmaktadır. Katılımcılar ile yapılan görüşmelerde; Silivri ilçesinin gastronomi turizmi açısından güçlü yönleri "göçmenlerle gelmiş birçok yemek kültürünün bir kaynaşma noktası olması, bir liman kenti olması, kültürel çeşitliliğe sahip olması, yerel yemek festivallerinin düzenleniyor olması", zayıf yönleri "gastronomi turizmini destekleyecek işletme çeşitliliğinin yetersizliği, düzenlenen festivallere yabancı misafir katılımcı sayılarının tatmin edici olmaması, turizmin sezonluk olması" şeklinde sıralanmıştır. İlçenin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu fırsatlar arasında öne çıkanlar "uzun bir sahil boyunca sahip olması ve bu sahil boyunca değerlendirilebilecek turistik etkinlikler, verimli tarımsal alanlara ve doğal ürünler üretilen mandıralara sahip olması, yazın artan yabancı turist sayısı, gastronomi festivallerinin düzenlenmesi" şeklinde tespit edilmiştir. İlçenin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu mevcut ve potansiyel tehdit unsurları arasında öne çıkanlar ise "unutulmaya yüz tutmuş yöresel ürünlerin olması ve bununla ilgili yeterli çalışma yapılmaması, gıda üreticilerinin yeterli teşviki görememesi, yerel yönetimlerin turizmin gelişimine pay ayırmaması" olarak vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Sürdürülebilir Turizm, Gastronomi Turizmi, SWOT Analizi, Silivri.

Jel kodu: Q18, P25, R19, R51

Evaluation of the Gastronomy Tourism Potential of Silivri District Within The Scope of Sustainable Tourism By Swot Analysis

Abstract

In this study, the gastronomy tourism potential of Silivri district of Istanbul province is evaluated by SWOT analysis and suggestions are presented in the light of this evaluation. Interview technique, one of the qualitative data collection techniques, was used in the study. The sample of the study consists of tourism business managers in Silivri. In the interviews with the participants; the strengths of Silivri district in terms of gastronomy tourism are listed as "being a fusion point of many food cultures that have come with immigrants, being a port city, having cultural diversity, organising local food festivals", and the weaknesses are listed as "insufficient variety of businesses to support gastronomy tourism, the number of foreign guest participants in the festivals organised is not satisfactory, tourism is seasonal". Among the opportunities that the district has in terms of gastronomy tourism, the prominent ones are "having a long coastline and touristic activities that can be evaluated along this coast, having productive agricultural areas and dairies producing natural products, increasing number of foreign tourists, organisation of gastronomy festivals". Among the existing and potential threats that the district has in terms of gastronomy tourism, the prominent ones are emphasised as "the existence of local products that are about to be forgotten and the lack of sufficient work on this issue, the lack of sufficient incentives for food producers, and the lack of allocation of local governments to the development of tourism".

Keywords: Tourism, Sustainable tourism, Gastronomy tourism, SWOT analysis, Silivri.

Jel Code: Q18, P19, R51

Makalenin Geçmişi:

Gönderim Tarihi : 20.10.2023

Birinci Düzeltme : 10.11.2023

Kabul Tarihi : 04.01.2023

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Özkök, A.G., Mutu, O., & Sormaz, Ü. (2024). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Silivri İlçesinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Swot Analizi ile Değerlendirilmesi. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 4(1), 165-181

* Araştırmaya başlamadan önce veri toplamak ve kullanabilmek için Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi Bilimsel Etik ve Değerlendirme Kurulu'nun 20.09.2021 tarih ve 28 nolu kararı ile Etik Kurul Kararı alınmıştır.

** Sorumlu yazar Sorumlu yazar e-posta: O. Mutu (orhan.mutu@rumeli.edu.tr)

1. Giriş

Bir destinasyon için turizmini doğrudan etkileyen ürünlerinin ortaya çıkarılması ve çeşitli turizm alanlarının verimli kullanılması destinasyonun imajı, tanıtılması ve pazarlanması açısından önemlidir (Zengin & Şeyhanlıoğlu, 2019). Bu bağlamda öne çıkan bir turizm çeşidi olan gastronomi turizmi yerel ekonomiyi katkıda bulunan önemli bir turizm alternatifidir. Temel amacı özel bir gıdayı veya yemeği tatmak ya da üretim sürecine dahil olup öğrenmek olan gastronomi turizmi, turistik çekicilik olarak da ön plana çıkmaktadır (Öz vd., 2023)

Turizm faaliyetlerine olan ilgi ve talebin çoğalmasına paralel olarak destinasyonlarda bozulma ve tükeniş söz konusu olmaktadır (Akdağ, Özata, Sormaz & Çetinsöz, 2016). Yetkili kurumlar tarafından turistik kaynaklarının tükenmeye başlamasına karşı olarak bazı tedbirler alınmakta ve bu tedbirler sürdürülebilirlik olgusuyla iş birliği içerisinde girmektedir. “Günümüz ihtiyaçlarını karşılarken gelecek nesillerin ihtiyaçlarının karşılanmasını da gözetmek” tanımıyla özetlenen sürdürülebilirlik turizm açısından da önem arz etmektedir (Higgins- Desbiolles, 2018). Turizm faaliyetleri açısından düşünüldüğünde sürdürülebilirliğin amacı doğal, sosyokültürel ve tarihi açıdan önemli olan unsurların korunması ve geleceğe sağlıklı bir şekilde aktarılması olarak açıklanabilmektedir (Koçoğlu, Saraç & Batman, 2020). Sürekliliğin bozulduğu durumları incelemek ve çözüm önerileri getirmek için kullanılan yaygın yöntemlerden biri SWOT analizidir.

Güncel durumun açıklanması, önceliklerin tespit edilmesi ve iyileştirme için gerekli önlemlerin alınmasını hedefleyen SWOT analizinin kullanılmasındaki amaç; turistik bölgenin sahip olduğu potansiyelin zayıf ve güçlü taraflarının net bir şekilde belirlenmesi, analiz edilmesi ve uygun stratejilerin oluşturulmasıdır (Gökçe, 2006). Bu çalışmada; İstanbul iline bağlı Silivri ilçesinin gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilerek gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik önerilerde bulunulması amaçlanmıştır. Silivri ilçesinin gastronomi turizmüne yönelik güçlü-zayıf yönlerinin belirlenmesi ve fırsat-tehdit unsurlarının belirlenerek ortaya konulması için SWOT analizi yöntemi tercih edilmiştir.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Gastronomi Turizmi

Turizm, günümüzde önemli derecede ekonomik getiriye sahip bir sektör haline gelmiştir. Birçok alt sektörü sayesinde ülkeler, bölgeler ve destinasyonlar için önemli bir kalkınma aracı olarak görülmektedir. Turizm ulusların, toplumların ve insanların birbirleriyle kurdukları ilişkiyi doğrudan etkilemektedir. Çevresel, kültürel ve ekonomik olguları bütünleştiren turizm sektörünün doğru yönetilmesi gerekmektedir (Çağlı, 2012).

Turizm destinasyonlarının önemli bir çekicilik unsuru olan ‘gastronomi’ kültürel mirastır ve turistlerin destinasyona dair beklentileri arasında önde gelmektedir (Selwood, 2003). Rekabetin arttığı ortamda bir destinasyonu diğerlerinden ayıran unsur olarak gastronomik kimlik oldukça stratejik bir konumdadır. Taklit edilemeyen yapıda olan gastronomik kimlik ait olduğu kültür, ekoloji, coğrafya, ekonomik yapıya ve tarihsel sürece göre değişkenlik gösteren ve yaşayan bir olgudur (Kesici, 2012).

Gastronomi turizmi kavramı genel anlamıyla “özel gıdalar ve yemekler deneyimleme içerisinde olma” olarak tanımlanmaktadır. Bir gıdanın veya yemeğin özgünlüğüne dikkat çeken gastronomi turizmi temelde yöresel yemekler ve şarap turizmini kapsamaktadır (Hall & Mitchell, 2000; Çağlı, 2012). Destinasyonun pazarlanmasında, tanıtılmasında ve imajının geliştirilmesinde önemli yeri olan gastronomi turizmi yılın her ayı gerçekleştirilebilen bir turizm dalıdır. Bu durum gastronomi turizmini diğer turizm çeşitleri arasında

öne çıkarmaktadır. Gastronomi turizmi destinasyonun katma değerini arttırırken kendine has yeni bir pazar da oluşturur (Kivela & Crotts, 2005).

Gıda üreticilerini, yemek festivallerini, restoranları ve gastronomiye dair özel merkezleri ziyaret etmek ve deneyimlemek gastronomi turizminin genel kapsamıdır. Özel bir yemeği tatmak, üretim süreçlerine tanıklık etmek gastronomi turizmini çekici kılmaktadır (Hall & Sharples, 2003).

2.2. Sürdürülebilir Turizm

Turizm sektörü fiziksel, sosyal ve kültürel çevreyle yakın bir ilişki içerisindedir. Bu nedenle bu çevrelerde meydana gelen kaynak değişiklikleri turizmi yakından ilgilendirmektedir. Çünkü turizm hareketliliklerinin doğal kaynak ve çevreye olumlu- olumsuz etkilerinin olduğu gerçeği ortadadır (Demir & Çevirmen, 2006; Alkan, 2015). Turizmin bir endüstri haline gelmesi toplumsal, ekonomik vb. değişimleri meydana getirmektedir. Dünya nüfusunun ve seyahat etme imkanlarının artmasıyla doğru orantılı olarak turizm hareketliliklerine katılan insan sayısı da hızlı bir artış göstermektedir. Bu hareketliliklerin çevredeki etkileri de artış göstermiştir (Akoğlan Kozak & Acar Gürel, 2015).

Sürdürülebilirlik olgusunun gelişmesiyle turizmdeki, doğal kaynakların aşırı tüketimi, oluşan rekabet ortamında fazla kazanç sağlama eğilimi gibi olumsuz noktalar daha görünür hale gelmiş ve sürdürülebilirlik turizm sektörü için de gerekli bir kazanım olmuştur (Çelik & Bahar, 2014). Sürdürülebilir turizm kavramı doğal ve kültürel turistik kaynakların yıpranmasının önüne geçmek ve bu kaynakların gelecek nesillere sağlıklı bir şekilde aktarılmasını sağlamak için ortaya çıkmıştır (Keskin & Örgün, 2015). Dünya turizm örgütü (UNWTO, 1998) sürdürülebilir turizm kavramını, kültürel ve biyoçeşitlilik kaynaklarının bilinçsiz tüketiminin önüne geçilerek, doğal çevreye zarar vermeden mevcut turistik değerleri gelecek nesillere aktarmak olarak tanımlamaktadır.

2.3. Silivri Destinasyonunda Turizm ve Gastronomi

İstanbul ilinin Silivri ilçesinde turistik değeri olan kaynaklar olarak; Selimpaşa höyüğü, Ermeni kiliseleri ve geleneksel Silivri evleri örnek gösterilebilmektedir. Aslına bakıldığında Silivri ilçesinin turizm potansiyeli ikincil konutlar tarafından harcandığı için turistik hizmet sektörü fazla gelişim gösterememiştir. Büyükşehirde yaşayan insanlar, iş stresi, yoğun iş temposu gibi yorucu sebeplerle yakınlardaki turistik beldelerde dinlenmeyi tercih etmektedirler. İstanbul iline sayfiye olan Silivri ilçesi yerli turistler tarafından tercih edilen daha çok İstanbul merkezli bir turizm potansiyeline sahiptir (Üçoş, 2017).

Silivri destinasyonu gastronomik açıdan bakıldığında yoğurt üretiminde Türkiye çapında bir üne sahiptir. Silivri yoğurdunun tanıtılması için her yıl "Silivri Yoğurt Festivali" organize edilmektedir. Bu durum Silivri'nin turizm potansiyeli açısından avantajlıdır (Sertkaya Doğan, 2011). Bunun yanı sıra Silivri'de gastronomik değere sahip birçok festival düzenlenmektedir. Bunlar; Geleneksel Silivri Yoğurt Festivali, Kadıköy Karpuz Festivali, Değirmenköy Domates Festivali, Ortaköy Börek Festivali ve Selimpaşa Topatan Kavunu ve Bamya Festivali olarak sıralanabilmektedir (Sarısakal, 2017).

3. Yöntem

3.1. Araştırmanın amacı

Günümüzde, birçok kurum ve kuruluş stratejik planlama aşamasında SWOT analizi yaparak olumlu veya olumsuz etkileri olabilecek eğilimleri araştırarak belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu yöntem ile hem dahili hem

de harici olarak mevcut kaynakların belirlenmesi de hedeflenmektedir (Namugenyi, Nimmagadda, & Reiners, 2019). SWOT kavramı güçlü yönler (strenghts), zayıf yönler (weakness), fırsatlar (opportunities) ve tehditler (threats) kelimelerinin baş harflerinden oluşmaktadır (İnayet & Akbulak, 2010). Glaister ve Fals-haw (1999)'a göre SWOT analiz yöntemi stratejik bir planlama yapılmak istendiğinde yaygın olarak kullanılan yöntemlerden biridir. SWOT analizi kullanılarak uzun vadede ve kısa vadede karar verme mekanizmasını kurmak için bir strateji belirlenebilmektedir. Turistik bir faaliyetin veya işletmenin mevcut durumunu ve geliştirilmesi gereken yönlerini ortaya çıkarmanın en etkili yolunun SWOT analizi yönteminin kullanılması olduğu düşünülmektedir (Akça, 2005).

SWOT analizi çalışmaları, turizm endüstrisinde hizmet veren işletmelerin ve destinasyonların hedef ve planlamaları için stratejik bir temel oluşturmak veya sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla yapılmaktadır (Reihanian vd., 2012; Caldito vd., 2015; Mondal, 2017; Navarro-Martínez vd., 2020; Tambunan, 2020; Yan & Wang, 2021). Aynı şekilde, son dönemlerde turizm sektöründe popülerliği artan gastronomi ve gastronomi turizminin gelişimi için de sıklıkla yapılmakta ve bu doğrultuda stratejiler geliştirilmektedir (Imre, 2017; Thirachaya & Patipat, 2019; Çelebi & Sormaz, 2021; Sokolova vd., 2021; Indra vd., 2022; Ningsih vd., 2022). Bu çalışmada, İstanbul ili Silivri ilçesi gastronomi ve sahip olduğu gastronomi turizmi potansiyelinin SWOT analiz tekniği ile incelenerek güçlü-zayıf yönler, fırsat-tehdit özelliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, analiz sonuçları kapsamında bölgeye yönelik politika ve stratejilerin geliştirilmesi hedeflenmiştir.

3.2. Araştırmanın Örnekleme

Araştırmanın örneklemini; amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak ulaşılabilen, Silivri ilçesinde hizmet veren turizm işletmelerinden otel ve restoran işletmeleri işletmeci ya da yönetici olarak çalışan ve araştırmamıza katılmayı gönüllü olarak kabul eden 25 kaynak kişi oluşturmaktadır. Nitel çalışmalarda örneklem sayısının en az 15 olması önerildiğinden (Mason, 1996), çalışmada ulaşılan örneklem sayısı yeterli görülmüştür.

3.3. Veri Toplama Aracı, Yöntemi ve Değerlendirilmesi

Araştırmada, nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu teknik, toplumsal dünya hakkında veri elde etmek için kullanılan en temel tekniklerden biridir (Aull Davies, 1999). Özellikle, sosyal bilimler alanı ile özdeşleşen bir veri toplama tekniği olan görüşme (Dömbekci & Erişen, 2022) hem katılımcının hem de araştırmacının araştırmaya aktif olarak katıldığı anlam oluşturma süreci olarak da tanımlanabilmektedir (Holstein & Gubrium, 2004).

Amacı, katılımcı/katılımcıların iç dünyalarına girerek ilgili konu/durum hakkında bakış açılarını anlamak olarak tanımlanan görüşme (Patton, 1987), asıl amacı bilgi toplamak olan sohbetlerdir (Berg & Lune, 2015). Görüşme için hazırlanan formda yer alan sorular daha önce yapılmış çalışmalardan (Kushniruk & Rutynskyi, 2021; Kafadar & Sormaz, 2022; Akturfan vd., 2022) edinilerek hazırlanmıştır. Genel olarak görüşmeyi oluşturan sorular üç bölümden oluşur. İlk bölüm; katılımcılara ait demografik verilere yönelik, ikinci bölüm ise katılımcılara ait mesleki bilgilere yönelik çoktan seçmeli sorulardır. Son bölüm, SWOT analizi ile Silivri ilçesinin gastronomi turizminin değerlendirilmesidir. Elde edilen veriler, araştırmacıların işletmeci ya da yönetici konumunda olan personelleri ile gerçekleştirilen yüz yüze görüşmeler ile toplanmıştır.

3.4. Verilerin Değerlendirilmesi

Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler içerik analizi ile değerlendirilerek yorumlanmıştır. Araştırmalarda bu uygulamalar, genel olarak katılımcıların konu hakkında eğilimlerinin belirlenmesi ve konu hakkında gelecek çalışmalara yol göstermek amacıyla kullanılmaktadır (Ültay vd., 2021). Bu çalışmada içerik analizi; katılımcıların SWOT analiz ile bölgenin gastronomi turizmine yönelik vurguladıkları hususların ortaya çıkarılması amacıyla kullanılmıştır.

4. Bulgular

Katılımcılara ait demografik bilgiler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Demografik Bilgiler

	n	%
Cinsiyet		
Kadın	5	20.0
Erkek	20	80.0
Yaş		
18-25	1	4.0
26-30	3	12.0
31-45	9	36.0
46-60	12	48.0
Eğitim		
İlkokul		
Ortaöğretim	10	40.0
Ön lisans	3	12.0
Lisans	12	48.0
TOPLAM	25	100.0

Katılımcıların %80.0’inin erkek (n:20) ve %20.0’sinin kadın (n:5) olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların %48.0’inin 46-60 yaş aralığında(n:12) olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında %48.0’inin lisans mezunu seviyesinde (n:12) olduğu tespit edilmiştir (Tablo 1). Katılımcılara ait mesleki bilgiler Tablo 2’te verilmiştir.

Tablo 2. Mesleki Bilgiler

	n	%
Mesleki Eğitim Düzeyleri		
Mesleki diploma	15	60.0
Ustalık ya da kalfalık belgesi	8	32.0
Herhangi bir belgesi yok	2	8.0
İşletmedeki Pozisyonu		
İşletmeci	12	48.0
Yönetici	13	52.0
Sektörde Çalışma Süresi		
5 yıldan daha az	1	4.0
6-10 yıl	4	16.0
11-20 yıl	9	36.0
21-30 yıl	11	44.0
Şu an ki İşletmede Çalışma Süresi		
5 yıldan daha az	5	20.0
6-10 yıl	13	52.0
11-20 yıl	6	24.0
21-30 yıl	1	4.0
TOPLAM	25	100.0

Katılımcıların %60.0'ının turizm sektörü ile ilgili bir mesleki diplomaya sahip olduğu (n:15), %52.0'sinin işletmede yönetici olarak görev yaptığı (n:13), %44.0'ünün turizm sektöründe toplam olarak 21-30 yıldır çalışmakta olduğu (n:11) ve %52.0'sinin şu an ki işletmesinde 6-10 yıldır çalışmakta olduğu (n:13) belirlenmiştir (Tablo 2).

Katılımcılara göre, Silivri ilçesinin gastronomi turizmi bakımından güçlü yönleri Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Silivri İlçesi Gastronomi Turizmi Bakımından Güçlü Yönleri

Güçlü Yönleri	n	%
Göçmenlerle gelmiş birçok yemek kültürünün bir kaynaşma noktası	23	92.0
Bir liman kenti olması	20	80.0
Kültürel çeşitliliğe sahip olması	16	64.0
Yerel yemek festivalleri	15	60.0
Ürün çeşitliliği	13	52.0
Organik üretime yönelimler	11	44.0
Yerel halkın yerel esnafı tercih ederek desteklemesi	11	44.0
Bir çok gıda alanında yerel üreticiler	10	40.0
Yerel üreticilerinin yöresel ve organik ürünleri üretip pazara sunması	9	36.0
Gastronomi temalı festivallerinin sürekli ve uzun yıllardır devam etmesi	7	28.0
Turistik mekanlara sahip olması	6	24.0
Konumu	3	12.0

Silivri ilçesinin gastronomi turizmi bakımından güçlü yönleri incelendiğinde; katılımcıların %92.0'sinin "göçmenlerle gelmiş birçok yemek kültürünün bir kaynaşma noktası olması" olduğunu düşündükleri,

%80.0'inin "liman kenti olması" olduğunu düşündükleri, %64.0'ünün "kültürel çeşitliliğe sahip olması" olduğunu düşündükleri, %60.0'inin "yerel yemek festivallerin düzenleniyor olması" olduğunu düşündükleri ve %52.0'sinin de "**ürün çeşitliliğinin çok olması**" olduğunu bildirdikleri analiz edilmiştir (Tablo 3). Katılımcılara göre, Silivri ilçesinin gastronomi turizmi bakımından zayıf yönleri Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Silivri İlçesi Gastronomi Turizmi Bakımından Zayıf Yönleri

Zayıf Yönleri	n	%
Gastronomi turizmini destekleyecek işletme çeşitliliğinin yetersizliği	21	84.0
Gastronomik değerlerin, ürünlerin yeteri kadar reklamının yapılmaması	19	76.0
Festivallere yabancı misafir katılımcı sayılarının tatmin edici olmaması	16	64.0
Bölge mutfak kültürünü sunacak restoranların yetersizliği	15	60.0
Turizmin sezonluk olması	15	60.0
Organik ürün pazarının olmaması	13	52.0
Yörenin yiyeceklerini tanıtıcı işletmelerin azlığı	12	48.0
Yerel halkın gastronomi kavramının tam farkına varaması	12	48.0
Genel hattıyla sadece yerele hitap edebilmesi	11	44.0
Bazı tarihi değerleri koruyamaması	9	36.0
Güçlü yönlerini kullanmada güçlük çekilmesi	8	32.0
Bölge yemeklerine turizm işletmelerinde yer verilmemesi	7	28.0
Etkinliklerin nitelik ve nicelik olarak yetersizliği	4	16.0
Çalışmaların yetersiz olması	1	4.0
Turizm bakımından ilçe imajının pek iyi olmaması	1	4.0

Silivri ilçesinin gastronomi turizmi bakımından zayıf yönleri katılımcıların %84.0'ü tarafından "gastronomi turizmini destekleyecek işletme çeşitliliğinin yetersizliği", %76.0'sı tarafından "gastronomik değerlerin, ürünlerin yeteri kadar reklamının yapılmaması", %64.0'ü tarafından "düzenlenen festivallere yabancı misafir katılımcı sayılarının tatmin edici olmaması", %60.0'i tarafından "Silivri bölgesi mutfak kültürünü sunacak restoranların yetersizliği" ve %60.0'i tarafından da "turizmin sezonluk olması" olarak ifade edildiği tespit edilmiştir (Tablo 4). Katılımcılara göre, Silivri ilçesinin gastronomi turizmi bakımından sahip olduğu fırsatları Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Silivri İlçesi Gastronomi Turizmi Bakımından Sahip Olduğu Fırsatlar

Fırsatlar	n	%
Uzun bir sahil boyuna sahip olması ve bu sahil boyunca değerlendirilebilecek turistik etkinlikler	19	76.0
Verimli tarımsal alanlara ve doğal ürünler üretilen mandıralara sahip olması	18	72.0
Yazın artan yabancı turist sayısı	16	64.0
Gastronomi festivallerinin düzenlenmesi	15	60.0
Denize kıyısı olmasından dolayı deniz ürünü çeşitliliğine sahip olması	10	40.0
Eski gelenek olan mandıracılığın devam ederek taze ve organik ürünlerin hala üretiliyor olması	9	36.0
Sezonluk çok fazla turist ilçe ziyaret etmesi	7	28.0
Tarihi binaların yapısı bozulmadan restore edilip turizm çekiciliği olarak kullanılabilmesi	6	24.0
Yerel halkın üretken olması	5	20.0
Yerel halkın etkinliklere katılması ve sahip çıkması	2	8.0

Silivri ilçesinin gastronomi turizmi bakımından fırsatlarının katılımcıların %76.0'sı tarafından “uzun bir sahil boyunca sahip olması ve bu sahil boyunca değerlendirilebilecek turistik etkinlikler”, %72.0'si tarafından “verimli tarımsal alanlara ve doğal ürünler üretilen mandıralara sahip olması”, %64.0'ü tarafından “yazın artan yabancı turist sayısı”, %60.0'ı tarafından “gastronomi festivallerinin düzenlenmesi” ve %40.0'ı tarafından ise “denize kıyısı olmasından dolayı deniz ürünü çeşitliliğine sahip olması” olarak değerlendirildiği tespit edilmiştir (Tablo 5). Katılımcılara göre, Silivri ilçesinin gastronomi turizmi bakımından sahip olduğu tehditler Tablo 6'de verilmiştir.

Tablo 6. Silivri İlçesi Gastronomi Turizmi Bakımından Tehditler

Tehditler	n	%
Unutulmaya yüz tutmuş yöresel ürünlerin olması ve bununla ilgili yeterli çalışma yapılmaması	18	72.0
Reklam ve pazarlamanın yerelle sınırlı olması	15	60.0
Yerel yönetimlerin turizmin gelişimine pay ayırmaması	14	56.0
Gıda üreticilerinin yeterli teşviki görememesi	12	48.0
Çevre il ve ilçelerde daha büyük düzeyde gastronomi festivali düzenlenmesi	8	32.0
Yeterli teşvik alamayan çiftçilik ve hayvancılık yapan vatandaşların daha fazla hizmet edememesi.	7	28.0
Yeterince değer verilmemesi	5	20.0
Tarımsal alanların imara açılması	3	12.0
Ekonomik dalgalanmalar	2	8.0

Silivri ilçesinin gastronomi turizmi bakımından fırsatlarının katılımcıların %72.0'si tarafından “unutulmaya yüz tutmuş yöresel ürünlerin olması ve bununla ilgili yeterli çalışma yapılmaması”, %60.0'ı tarafından “reklam ve pazarlamanın yerelle sınırlı olması”, %56.0'ı tarafından “yerel yönetimlerin turizmin gelişimine pay ayırmaması”, %48.0'ı tarafından “gıda üreticilerinin yeterli teşviki görememesi” ve %32.0'sinin ise “çevre il ve ilçelerde daha büyük düzeyde gastronomi festivali düzenlenmesin” olarak ifade edildiği tespit edilmiştir (Tablo 6).

5. Sonuç ve Öneriler

Günümüzde, yemek kültürünü deneyimlemek için seyahat eden turist sayısında yaşanan artış gastronomi turizmi deneyimlerini ön plana çıkarmaktadır (Sio vd., 2021). Gastronomi turizminin önemi çağdaş turizm yönetimi çerçevesinde belirgin bir şekilde artmıştır. Bunun da kanıtı, “Ortak Tarım Politikası” (CAP, 2023), “Avrupa Gastronomi Bölgesi Ağı” (ERGN, 2023) ve “UNESCO Gastronomi Şehirleri” (UNESCO, 2023) gibi uluslararası programlardır (De Jong vd., 2018). Her ne kadar gastronomi ve turizm arasındaki ilişki çeşitli boyutlarda incelense de mevcut değerlendirmelerin, gastronomi turizmi araştırmalarına kapsamlı bir genel bakış sağlamaktan ziyade, başta turizm pazarlaması ve yönetimi paradigmaları olmak üzere belirli tematik veya disiplinsel ilgi alanlarına odaklanma eğiliminde olduğu görülmektedir (De Jong vd., 2018). Bu çalışma, turizm profesyonellerince bölgenin gastronomi turizmini geliştirmeye yönelik çıkarımlarda bulunduğu için önemlidir.

Araştırmada, katılımcıların Silivri ilçesinin gastronomi turizmi açısından güçlü yönleri olarak; “göçmenlerle gelmiş birçok yemek kültürünün bir kaynaşma noktası” (%92.0), “liman kenti olması” (%80.0) ve “kültürel çeşitliliğe sahip olması” (%64.0) konularını vurguladıkları belirlenmiştir. Aynı zamanda, katılımcıların Silivri ilçesinde düzenlenen yerel yemek festivalleri (%60.0) ve yetişen ürün çeşitliliği (%52.0) ile üreticilerin organik tarıma yönelimlerinin (%44.0) de Silivri ilçesinin gastronomi turizminin güçlü yönleri olarak gör-

dükleri tespit edilmiştir. Deniz & Atışman (2017), Kayseri ilinin geleneksel lezzetleri ile ön plana çıkmasını ve il genelinde güçlü gastronomik ürün çeşitliliğini ilin gastronomi turizmi açısından güçlü yönleri olarak belirlemiştir. Iakovou vd., (2009) Yunanistan'ın Orta Makedonya Bölgesi'nde gastronomi turizmine yönelik yaptığı SWOT analizinde yerel mutfağın varlığı, yemek çeşitliliğinin fazla olması ve yöresel ürünler sayesinde yöresel mutfağın markalaşma potansiyelinin olması en güçlü yönleri olarak belirlemiştir. Daha önce yapılan çalışmalar benzer sonuçlara ulaşmıştır (Derçan vd., 2017; Eryılmaz & Orhan, 2021).

Araştırmada, katılımcıların Silivri ilçesinin gastronomi turizmi açısından zayıf yönleri olarak; “gastronomi turizmini destekleyecek işletme çeşitliliğinin yetersizliği” (%84.0), “gastronomik değerlerin, ürünlerin yeteri kadar reklamının yapılmaması” (%76.0) ve “düzenlenen festivallere yabancı misafir katılımcı sayılarının tatmin edici olmaması” (%64.0) hususlarını vurguladıkları belirlenmiştir. Ayrıca, katılımcıların zayıf yönleri olarak; Silivri bölgesi mutfak kültürünü sunacak restoranların yetersizliğini (%60.0), bölgede turizmin sezonluk olmasını (%60.0) ve organik ürün pazarının olmamasını (%48.0) önemli gördükleri belirlenmiştir. Deniz & Atışman (2017), Kayseri ilinde gastronomi araştırmalarının yetersiz yapılmasını, Iakovou vd. (2009) Orta Makedonya Bölgesi'nde tesislerin hizmet oranının düşük olması ve Gastronomi turizmi konusunda devlet desteğinin yetersiz olmasını gastronomi turizminin zayıf yönleri olarak belirlemiştir. Daha önce yapılan çalışmalar benzer sonuçlara ulaşmıştır (Çelebi & Sormaz, 2021; Teyin vd., 2021).

Araştırmada, katılımcıların Silivri ilçesinin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu fırsatlardan; “uzun bir sahil boyunca sahip olması ve bu sahil boyunca değerlendirilebilecek turistik etkinlikler” (%76.0), “verimli tarımsal alanlara ve doğal ürünler üretilen mandıralara sahip olması” (%72.0) ve “yazın artan yabancı turist sayısı” (%64.0) önemli gördükleri belirlenmiştir. Benzer şekilde, düzenlenen festivalleri (%60.0) ve denize kıyısı olmasından dolayı deniz ürünü çeşitliliğine sahip olmasını (%40.0) önemli gördükleri bulgulanmıştır. Deniz & Atışman (2017), Kayseri ilinde rekabetin olmamasını ve gastronomi turizminin diğer turizm dallarına göre daha iyi bir altyapıya sahip olmasını, Iakovou vd. (2009) ise Orta Makedonya Bölgesi'nde bölgenin kültür turizminin bakımından turizm merkezi olması ve gastronomi turizmini teşvik edecek unsurların var olmasını bölgenin fırsatları olarak belirlemiştir.

Araştırmada, katılımcıların Silivri ilçesinin gastronomi turizmi açısından; “unutulmaya yüz tutmuş yöresel ürünlerin olması ve bununla ilgili yeterli çalışma yapılmaması” (%72.0), “reklam ve pazarlamanın yerelle sınırlı olması” (%60.0) ve “yerel yönetimlerin turizmin gelişimine pay ayırmaması” (%56.0) karşılaşılabileceği tehditlerden görmektedir. Yine aynı şekilde, gıda üreticilerinin yeterli teşviki görememesini (%48.0) ve çevre il ve ilçelerde daha büyük düzeyde gastronomi festivali düzenlenmesini (%32.0) tehdit olarak gördükleri bulgulanmıştır. Iakovou vd., (2009) bölgenin geri kalmışlığını, Deniz & Atışman (2017), Kayseri ilinde turizmin tam olarak oluşturulamamasını tehdit unsuru olarak görüldüğünü belirlemiştir. Daha önce yapılan çalışmalar benzer sonuçlara ulaşmıştır (Bozkurt, 2018; Çelebi & Sormaz, 2021).

Bu sonuçlar çerçevesinde; İstanbul'a yakınlığı ile bilinen ve bir sahil bölgesi olan Silivri ilçesinin gastronomi turizmi potansiyelinin olduğu, ancak yapılan etkinliklerin nitelik ve nicelik olarak arttırılması, turizm işletmelerinin niteliklerinin arttırılması ve bölge mutafına ait yemeklere menülerde yer verilerek yerli ve yabancı misafirlere tanıtılması, yürütülecek akademik çalışmalar ile unutulmuş bölge yemeklerinin gün yüzüne çıkartılması ve bölge yemeklerinin orijinal tariflerine ulaşarak kayıt altına alınması ve envanter tutulması ile bölge gastronomi turizminin arttırılması gerekmektedir. Ayrıca, bölgedeki yerel yönetim yetkilileri, faaliyet gösteren tüm turizm işletmeleri yöneticileri ve sivil toplum kuruluşları ile turizm alan uzmanı akademis-

yenlerden oluşturulacak çalışma gruplarının bölge gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik yapılacak etkinliklerin organizasyonunda aktif olarak katılması gerekmektedir. Mevsimsel de olsa bölgeye gelen yerli ve yabancı turistlerin ziyaretlerinin sürdürülebilirliği ve ağızdan ağıza reklam ile bölge tanıtım ve pazarlamasına katkılarını arttırmak için bölge turizm paydaşlarının birlikte çalışmaları önerilmektedir.

Kaynaklar

- Akça, H. (2005). Burdur ilinin kırsal turizm potansiyeli ve değerlendirilmesi, *1. Burdur Sempozyumu, Bildiriler Cilt I*, 16- 19 Kasım, Burdur, 515-517.
- Akdağ, G., Özata, E., Sormaz, Ü., & Çetinsöz, B. (2016). Sürdürülebilir gastronomi turizmi için yeni bir alternatif: Surf&Turf, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Special issue 1), 270- 281.
- Akoğlan Kozak, M., & Acar Gürel, D. (2015). Service design in hotels: A conceptual review. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 63(2), 225-240.
- Akturfan, M., Çınar, Z., & Özata, E. (2022). Karaman ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *GastroMedia Journal*, 1(1), 19-29.
- Alkan, C. (2015). Sürdürülebilir turizm: Alaçatı destinasyonuna yönelik bir uygulama. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 10(40), 6692-6710.
- Aull Davies, C. (1999). *Reflexive Ethnography A Guide to Researching Selves and Others*. London, New York: Routledge
- Berg, B. L., ve Lune, H. (2015). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. (Çev. Aydın H.). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Bozkurt, H. Ö. (2018). Tokat ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin incelenmesi ve geliştirilmesi. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 49-55.
- Caldito, L. A., Dimanche, F., Mazina, A., Fedulin, A. A., Vetitnev, A., Artal-Tur, A., & Ivanov, Y. (2015). *Business tourism in Russia: overview and SWOT analysis*. NETOUR.
- CAP (2023). Common Agricultural Policy, Council of the European Union, Erişim Tarihi: 15.05.2023, Erişim Adresi: <https://www.consilium.europa.eu/en/policies/cap-introduction/cap-future-2020-common-agricultural-policy-2023-2027/>
- Çağlı, I. B. (2012). *Türkiye’de yerel kültürün turizm odaklı kalkınmadaki rolü: Gastronomi turizmi örneği* (Doctoral dissertation, Fen Bilimleri Enstitüsü).
- Çelebi, E., & Sormaz, Ü. (2021). SWOT analysis of gastronomy tourism in Balıkesir province gulf districts within the scope of sustainable tourism. *Tourism Economics, Management and Policy Research (TEMAPOR)*, 1(1), 20-30.
- Çelik, N. & Bahar, O. (2014). Sürdürülebilir turizmin turizm talebi üzerine etkisi, İçinde: A. Kılıçlar (Ed.), 15.Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı (368-383). Nobel Yayıncılık, Ankara.
- De Jong, A., Palladino, M., Puig, R. G., Romeo, G., Fava, N., Cafiero, C., & Sjölander-Lindqvist, A. (2018). Gastronomy tourism: An interdisciplinary literature review of research areas, disciplines, and dynamics. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 3(2), 131-146. DOI: <https://doi.org/10.3727/216929718X15281329212243>.
- Demir C.(2006). *Turizm ve çevre yönetimi*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Deniz, T. & Atışman, E. (2017). Kayseri ilinin gastronomi turizmine yönelik bir swot analizi çalışması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 56-65.

- Derčan, B., Kalenjuk, B., Bubalo-Živković, M. & Lukić, T. (2017). Gastronomic and wine tourism as regional development factor: Case study- The municipality of Šid, Serbia. *World Scientific News*, 88(2), 183-198.
- Dömbekci, H. A., & Erişen, M. A. (2022). Nitel araştırmalarda görüşme tekniği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 141-160.
- ERGN (2023). European Region of Gastronomy Network, Erişim Tarihi: 15.05.2023, Erişim Adresi: <https://www.europeanregionofgastronomy.org/>
- Eryılmaz, G. ve Orhan, H. C. (2021). Elâzığ ili gastronomi turizmi potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 3(2).
- Glaister, K. W., & Falshaw, J. R. (1999). Strategic planning: still going strong? *Long range planning*, 32(1), 107-116.
- Gökçe, F. (2006). *Yerel destinasyonlarda turizm potansiyelinin belirlenmesinde SWOT (FÜTZ) analizi tekniği: Giresun örneği* (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Hall, C. M., & Mitchell, R. (2000). Wine tourism in the Mediterranean: A tool for restructuring and development. *Thunderbird International Business Review*, 42(4), 445-465.
- Hall, M. & Sharples, L. (2003). Food tourism around the world, İçinde M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis ve B. Cambourne, *The Consumption of Experiences or the Experience of Consumption? An Introduction to the Tourism of Taste* (ss. 1-25). Londra: Butterworth Heinemann.
- Higgins-Desbiolles, F. (2018). Sürdürülebilir turizm: Sürdürülebilir turizm mi, yoksa daha fazlası mı? *Turizm yönetimi perspektifleri*, 25, 157-160.
- Holstein, A. J. ve Gubrium, F. J. (2004). "The active interview." *Qualitative Research Theory, Method and Practice* (ed. David Silverman). Los Angeles, London, New Delhi: Sage Publications. <http://dx.doi.org/10.4135/9781412973588.n3> Erişim Tarihi: 20.12.2018.
- Iakovou, E., Vlachos, D. & Aidonis, D. (2009). A strategic methodological framework for the development of gastronomic tourism: A Greek region's experience. *International Journal Innovation and Regional Development*, 1(3), 301-317.
- İmre, M. H. (2017). Increasing palinka recognition with tourism and gastronomy. *APSTRACT: Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 11(1033-2018-2950), 37-44.
- Indra, F., Juliana, J., Hubner, I., & Sitorus, N. B. (2022). Development Of Gastronomic Tourism Potential In Pontianak West Kalimantan. *Journal of Information Systems and Management (JISMA)*, 1(5), 28-42.
- İnayet, Z., & Akbulak, C. (2010). Troia Tarihi Milli Parkı'ndaki turizm potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. 11. *Ulusal Turizm Kongresi*, 2(5), 203-213.
- Kafadar, A.M.H., & Sormaz, U. (2022). Determining innovative applications in restaurant businesses: The case of Istanbul. *GastroMedia Journal*, 1(2), 1-13.
- Kesici, M. (2012). Kırsal turizme olan talepte yöresel yiyecek ve içecek kültürünün rolü. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(2), 33-37.

- Keskin, E., & Örgün, E. (2015). Kelime ilişkilendirme testi aracılığıyla sürdürülebilir turizm olgusunun kavramsal analizi Ürgüp örneği.
- Kivela, J., & Crotts, J. C. (2005). Gastronomy tourism: A meaningful travel market segment. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2-3), 39-55.
- Koçoğlu, C., Saraç, Ö., Batman, O. (2020). Safranbolu'da Sürdürülebilir Turizm Gelişmesine Yönelik Yerel Halkın Tutumları. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 202- 219. 10.26677/TR1010.2020.308.
- Kushniruk, H., & Rutynskyi, M. (2022). Development of the infrastructure of Turkish restaurants in the tourist center of Eastern Europe: The case of Kyiv. *GastroMedia Journal*, 1(1), 1-18.
- Leigh, D. (2009). SWOT analysis. *Handbook of Improving Performance in the Workplace: Volumes 1-3*, 115-140.
- Mason, J. (1996). *Qualitative Researching*. London, UK: Sage Publication.
- Mondal, M. S. H. (2017). SWOT analysis and strategies to develop sustainable tourism in Bangladesh. *UTMS Journal of Economics*, 8(2), 159-167.
- Namugenyi, C., Nimmagadda, S. L., & Reiners, T. (2019). Design of a SWOT analysis model and its evaluation in diverse digital business ecosystem contexts. *Procedia Computer Science*, 159, 1145-1154. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.283>.
- Navarro-Martínez, Z. M., Crespo, C. M., Hernández-Fernández, L., Ferro-Azcona, H., González-Díaz, S. P., & McLaughlin, R. J. (2020). Using SWOT analysis to support biodiversity and sustainable tourism in Caguanes National Park, Cuba. *Ocean & Coastal Management*, 193, 105188. <https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2020.105188>.
- Ningsih, C., Turgarini, D., & Nurussahar, H. (2022). Tourism attraction of Saung Ciburial as a potential gastronomic tourist village. In *Current Issues in Tourism, Gastronomy, and Tourist Destination Research* (pp. 414-418). Routledge.
- Öz, H., Sormaz, Ü., Nizamlioğlu, H. F. & Akdağ, G. (2023). Hatay ilinin gastronomi turizm potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Gastoria: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 7 (1), 95-107. DOI: 10.32958/gastoria.1159063.
- Patton, M. Q. (1987). *How to use qualitative methods in evaluation* Newbury Park, CA: Sage.
- Reihanian, A., Mahmood, N. Z. B., Kahrom, E., & Hin, T. W. (2012). Sustainable tourism development strategy by SWOT analysis: Boujagh National Park, Iran. *Tourism management perspectives*, 4, 223-228. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2012.08.005>.
- Sarısakal, B. (2017). Silivri yoğurthaneleleri. *Tarih Vakfı Yayınları, Toplumsal Tarih Dergisi*, No:286, 14-18.
- Selwood, J. (2003). "The Lure of Food: Food as An Attraction in Destination Marketing". <http://pcag.uwinnipeg.ca/PrairiePerspectives/PP-Vol04/Selwood.pdf> (21.01.2014).
- Sertkaya Doğan, Ö. (2011). Silivri'de turizmin gelişmesi: sorunlar ve çözüm önerileri. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 16 (25), 89-102. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/ataunidcd/issue/2453/31234>.

- Sio, K. P., Fraser, B., & Fredline, L. (2021). A contemporary systematic literature review of gastronomy tourism and destination image. *Tourism Recreation Research*, 1-17. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1997491>.
- Sokolova, A. P., Seryshev, R. V., Livson, M., Baranova, E. A., & Zunde, V. V. (2021). Prospects for the development of domestic gastronomic tourism in conditions of restrictions caused by the COVID-19 pandemic. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 12(8), 2121-2128.
- Tambunan, T. S. (2020). SWOT analysis for tourism development strategy of Samosir Regency. *The International Journal of Applied Business*, 4(2), 90-105.
- Teyin, G., Sormaz, Ü., Nizamlıoğlu, H. F., & Neslihan, O. N. U. R. (2021). Şile İlçesinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Swot Analizi ile Değerlendirilmesi (Evaluation of the Gastronomy Tourism Potential of Şile District by Swot Analysis). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 9(4), 3018-3035.
- Thirachaya, C., & Patipat, T. (2019). A local cuisine tourism approach to authenticity and a sense of place for Postmodern gastronomy in I-SAN Thailand.
- UNESCO (2023). Creative Cities Network, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, Erişim Tarihi: 15.05.2023, Erişim Adresi: <https://en.unesco.org/creative-cities/home>.
- UNWTO (1998). Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism, Madrid: World Tourism Organization.
- T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı (2023, Eylül 24). İstanbul Turizm İstatistikleri, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Erişim Tarihi: 10.04.2023, Erişim Adresi: <https://istanbul.ktb.gov.tr/TR-338436/istanbul-turizm-istatistikleri-2023.html>.
- Üçoş, Z. (2017). Silivri ilçesinin fonksiyonları. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 36, 135-146.
- Ültay, E., Akyurt, H., & Ültay, N. (2021). Sosyal bilimlerde betimsel içerik analizi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (10), 188-201.
- 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(4), 429-443. DOI: 10.4236/jssm.2021.144027.
- Zengin, B., & Şeyhanlıoğlu, H. Ö. (2019). Destinasyon pazarlamasının yerel kalkınmaya etkileri: Şanlıurfa örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 7(4), 2977-2992.

Destek Bilgisi: Bu çalışmanın hazırlanması süresince herhangi bir bireyden ya da kurumdan aynı ya da nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Makalede herhangi bir çıkar çatışması ya da kazancı yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turizm ve İşletme Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

Bilgilendirilmiş Onam Formu: Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: 1. Yazar: % 33,3, 2. Yazar: % 33,3 ve 3. Yazar: 33,3' tür.

Extensive Summary

Evaluation of the Gastronomy Tourism Potential of Silivri District Within the Scope of Sustainable Tourism by Swot Analysis

Gülçin ALGAN ÖZKÖK, Orhan MUTU*, Ümit SORMAZ

Tourism has become a sector with significant economic returns. Thanks to its many sub-sectors, it is seen as an important development tool for countries, regions and destinations. 'Gastronomy', which is an important attraction element of tourism destinations, is a cultural heritage and is at the forefront of tourists' expectations about the destination. In an environment of increasing competition, gastronomic identity is in a very strategic position as an element that distinguishes a destination from others. The concept of gastronomy tourism is generally defined as "being in the experience of special foods and dishes". Tasting a special dish and witnessing the production processes make gastronomy tourism attractive.

Today, the increase in the number of tourists travelling to experience food and related culture increases gastronomy tourism experiences in the tourism industry. The importance of gastronomy tourism has increased significantly in contemporary tourism management. This is evidenced by international programmes such as "Common Agricultural Policy", "European Region of Gastronomy Network" and "UNESCO Cities of Gastronomy". Although the relationship between gastronomy and tourism has been examined in various dimensions, existing reviews tend to focus on specific thematic or disciplinary areas of interest, particularly tourism marketing and management paradigms, rather than providing a comprehensive overview of gastronomy tourism research. From a gastronomic perspective, Silivri destination has a reputation throughout Türkiye for yoghurt production. "Silivri Yogurt Festival" is organized every year to promote Silivri yoghurt. This situation is advantageous for Silivri's tourism potential. In addition, many festivals with gastronomic value are organised in Silivri. Nowadays, many institutions and organisations aim to identify trends that may have positive or negative effects by conducting SWOT analysis at the strategic planning stage. With this method, it is also aimed to identify existing resources both internally and externally. SWOT analysis studies are carried out in order to provide a strategic basis or sustainability for the goals and plans of businesses and destinations serving in the tourism industry. Likewise, it is often done for the development of gastronomy and gastronomy tourism, which has recently become popular in the tourism sector, and strategies are developed in this direction. In this study, it is aimed to reveal the gastronomy tourism potential of Silivri district of Istanbul province, to evaluate the strengths, weaknesses, opportunities and threats in terms of gastronomy tourism by using SWOT analysis method and to make suggestions for the development of gastronomy tourism in the region. The research population consists of managers or operators of tourism enterprises serving in Silivri District of Istanbul province. The sample of the research is represented by 25 resource persons who can be reached using the purposive sampling method, who work as managers or managers in hotel and restaurant businesses from tourism businesses serving in Silivri district and who voluntarily accepted to participate in our research. Interview technique, one of the qualitative data collection techniques, was used in the research. In this research, content analysis was used to reveal the issues emphasised by the participants for the gastronomy tourism of the region with SWOT analysis.

*Corresponding author at: Kütahya Dumlupınar University School of Education, E-Mail Address: cansucoskun123@gmail.com

The data obtained as a result of the interviews were evaluated and interpreted by content analysis. The gastronomy and gastronomy tourism potential of Silivri district of Istanbul province was analysed by SWOT analysis technique and strengths-weaknesses, opportunities-threats were determined. In this direction, it is aimed to develop policies and strategies for the region within the scope of the results of the analysis. It was determined that 80.0% of the volunteer participants were male and 20.0% were female. It was determined that 60.0% of the volunteer participants had a professional diploma related to the tourism sector, 52.0% of them worked as a manager in the business, 44.0% of them had been working in the tourism sector for 21-30 years in total and 52.0% of them had been working in their current business for 6-10 years. In the interviews with the participants; the strengths of Silivri district in terms of gastronomy tourism are listed as “being a fusion point of many food cultures that have come with immigrants, being a port city, having cultural diversity, local food festivals being organised”, the weaknesses are listed as “insufficient variety of businesses to support gastronomy tourism, the number of foreign guest participants in the festivals organised is not satisfactory, tourism is seasonal”. The opportunities that the district has in terms of gastronomy tourism are emphasised as “having a long coastline and touristic activities that can be evaluated along this coastline, having fertile agricultural areas and dairies producing natural products, increasing number of foreign tourists, organisation of gastronomy festivals”, and the current and potential threats that the district has in terms of gastronomy tourism are emphasised as “having local products that are about to be forgotten and not enough work on this, food producers not receiving enough incentives, local governments not allocating a share to the development of tourism”. This study is important as it has implications for the development of gastronomy tourism in the region by tourism professionals. Within the framework of these results; Silivri district, which is known for its proximity to Istanbul and is a coastal region, has the potential for gastronomy tourism, but it is necessary to increase the quality and quantity of the activities carried out, to increase the qualifications of tourism enterprises and to introduce the dishes of the regional cuisine to local and foreign guests by including them in the menus, to bring the forgotten regional dishes to the surface with academic studies to be carried out, and to increase the gastronomy tourism of the region by reaching the original recipes of the regional dishes, recording them and keeping an inventory. In addition, working groups to be formed from local administration officials, managers of all tourism enterprises operating in the region, non-governmental organisations and academicians who are experts in the field of tourism should actively participate in the organisation of activities to be carried out for the development of gastronomy tourism in the region. It is recommended that the tourism stakeholders of the region work together to increase the sustainability of the visits of domestic and foreign tourists coming to the region, albeit seasonally, and to increase their contribution to the promotion and marketing of the region through word-of-mouth advertising.