



Şile İlçesinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Swot Analizi ile Değerlendirilmesi (Evaluation of the Gastronomy Tourism Potential of Şile District by Swot Analysis)

* Görkem TEYİN^a , Ümit SORMAZ^b , Hatice Ferhan NİZAMLIOĞLU^b , Neslihan ONUR^c 

^a Doğu University, Faculty of Fine Arts and Design, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Istanbul/Turkey

^b Necmettin Erbakan University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Konya/Turkey

^c Akdeniz University, Manavgat Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Antalya/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 19.09.2021

Kabul Tarihi: 27.12.2021

Anahtar Kelimeler

Turizm

Gastronomi turizmi

SWOT analizi

Şile

Öz

Bu çalışmada; İstanbul ili Şile ilçesinin gastronomi turizmi potansiyelinin belirlenmesi, gastronomi turizmi açısından güçlü-zayıf yönleri ile fırsat-tehditlerin değerlendirilmesi ve bölgede gastronomi turizminin geliştirilmesi için önerilerde bulunulması amaçlanmıştır. İstanbul ili Şile ilçesinde faaliyet gösteren turizm işletmeleri yöneticileri/işletmecileri araştırma evrenini, İstanbul ili Şile ilçesinde faaliyet gösteren turizm işletmelerinden araştırmaya katılmaya gönüllü 22 işletmeyi temsilen 22 işletmeci/yönetici araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Araştırmada nitel veri toplama tekniklerinden görüşme tekniği kullanılmıştır. Katılımcılar ile yapılan görüşmelerde; Şile ilçesinin gastronomi turizmi açısından güçlü yönleri "İstanbul'a yakınlığı, yeterli sayıda restoran bulunması, alternatif ulaşım imkânlarının bulunması", zayıf yönleri "bölgeye ait coğrafi işaretli ürün bulunmaması ve sahip olunan yöresel yemeklerin eksikliği, restoranların menülerinde bölgeye ait yöresel yemeklere yer verilmemesi" şeklinde sıralanmıştır. İlçenin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu fırsatlar ise "İstanbul'a yakın olması, ulaşım kolaylığı, doğal güzelliği" şeklinde, "ilçenin doğal güzelliklerinin korunamaması, nüfus artışı ve kalabalıklaşma, yöresel yemeklerin unutulmuş olması, yerel yönetimlerin turizm işletmelerini desteklememesi" faktörleri ise ilçenin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu mevcut ve potansiyel tehdit unsurları olarak vurgulanmıştır.

Keywords

Tourism

Gastronomy tourism

SWOT analysis

Şile

Abstract

In this study; It is aimed to determine the gastronomic tourism potential of the Şile district of Istanbul, to evaluate the strengths-weaknesses and opportunities-threats in terms of gastronomy tourism, and to make suggestions for the development of gastronomy tourism in the region. The research population of the tourism business managers/operators operating in the Şile district of Istanbul, and 22 operators/managers representing the 22 tourism businesses operating in the Şile district of Istanbul, which volunteered to participate in the research, constituted the sample of the research. Interview technique, one of the qualitative data collection techniques, was used in the research. In the interviews with the participants; The strengths of Şile in terms of gastronomic tourism are "its proximity to Istanbul, sufficient number of restaurants, alternative transportation opportunities", weaknesses are "the absence of geographically marked products belonging to the region and the lack of local dishes, the absence of regional dishes from the region in the menus of restaurants". are listed. Opportunities of the district in terms of gastronomy tourism are in the form of "closeness to Istanbul, ease of transportation, natural beauty", "the natural beauty of the district cannot be protected, population growth and crowding, local food is forgotten, local governments do not support tourism enterprises" factors are the gastronomy of the district. It has been emphasized as the current and potential threat elements it has in terms of tourism.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: gteyin@dogus.edu.tr (G. Teyin)

DOI:10.21325/jotags.2021.932

GİRİŞ

Bir yörenin yeme-içme kültürünün bölgeye has yiyecek ve içeceklerden ileri geldiği bilinmektedir. Yemek kültürü yalnızca yiyecek ve içecekleri değil, aynı zamanda yöreye özgü kültürel alışkanlıklarla da yakından ilgilidir (Ballı, 2016, s. 4). Zaman içerisinde bireyler turizm faaliyetlerinin yalnızca deniz, kum, güneş üçlüsünden ibaret olmadığının bilincine varmış (Cömert & Durlu-Özkaya, 2014, s. 63) ve turizmden beklentilerini farklılaştırmışlardır. Bu farklılaşmanın en önemli çıkış noktası ise belirli kültürlerin bireyler tarafından merak edilmesi olarak görülmektedir. Özellikle bir bölgeye özgü kültürü yansıtmada en iyi örneklerden olan yeme-içme kültürüne duyulan ilgi günümüzde gittikçe artmakta ve böylelikle gastronomi turizmi konusu daha da ilgi çekici hale gelmektedir (Aksoy & Sezgi, 2015, s. 80). Gastronomi turizmi faaliyetleri, ortaya çıkışından bugüne dek turistik destinasyonlar için yeni ve hızla gelişen bir turizm pazarını oluşturmaktadır (Aydoğdu, Özkaya-Okay & Köse, 2016, s. 121). Öyle ki artık konukların destinasyon tercihlerinde gastronomi ve gastronomi turizmi faaliyetlerinin bir çekicilik unsuru haline geldiğinden söz etmek mümkündür (Çalışkan, 2013, s. 43).

Son zamanlarda bireylerin satın alım gücünün artmasıyla turizm faaliyetlerine olan talep doğru orantılı bir şekilde artış göstermiştir. Artan taleple beraber turizm destinasyonlarında tahribatlar yaşanmakta ve destinasyonlar bir tükeniş evresi içerisine girmektedir (Akdağ, Özata, Sormaz & Çetinsöz, 2016, s. 271). Kaynakların hızla tükenmesinin ve olası tahribatların önüne geçilmesinin adına bir dizi önlemler hayata geçirilmiş ve bu önlemler ‘Sürdürülebilirlik’ olgusu ile entegre edilmiştir. ‘Şimdiki nesillerin ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılamak’ şeklinde açıklanan sürdürülebilirlik turizm faaliyetleri için oldukça önem taşıyan bir konudur. Çünkü turizmin öznesi insandır ve sürdürülebilirlik de insan orjinli uygulamaları kapsar (Higgins-Desbiolles, 2018, s. 157). Turizm faaliyetlerinin dolayısıyla da gastronomi turizmi uygulamalarının sürdürülebilir turizm faaliyetleri ile bir bütün olarak ele alınması mümkündür. Sürdürülebilirliğin esas amacı tarihi, doğal, sosyo-kültürel vb. çekicilik unsurlarının korunması ve bu unsurların sürekliliğinin sağlanmasıdır (Koçoğlu, Saraç & Batman, 2020, s. 204).

Şile ilçesi İstanbul’a olan yakınlığı, konumu, yeşili ve maviyi bir arada barındırması gibi yönleriyle dikkat çeken bir turistik destinasyondur. Deniz turizmi, doğa turizmi başta olmak üzere yaz-kış çeşitli turizm faaliyetlerine ev sahipliği yapan Şile ilçesi, gerek Karadeniz mutfak kültürü gerekse Marmara bölgesi mutfak kültürünün bir kesişim noktasıdır. Bu özelliklerinden dolayı Şile’nin Gastronomi Turizmi potansiyelinin tespit edilmesi merak uyandırıcıdır. Şile ilçesinin sürdürülebilir turizm kapsamında gastronomi turizmi potansiyelinin tespit edilmesinin amaçlandığı bu çalışma, akademik açıdan sağlayacağı literatür desteğinin yanında gerek bölgedeki işletmelerin gerekse yerel halkın kalkınması ve refahı açısından önem teşkil etmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Gastronomi Turizmi ve Sürdürülebilir Turizm Kavramları

“Esas motivasyonu özel bir yemek türünün tadına bakmak ya da yemeğin yapılış sürecini görmek maksadıyla yiyecek üreticilerini, yemek festivallerini, yiyecek-içecek işletmelerini ve özel alanları ziyaret etmek” olarak açıklanan gastronomi turizmi, ekonomik ve toplumsal açıdan büyük önem teşkil etmektedir (Sarıışık & Özbay, 2015, s. 267). Diğer bir deyişle yeme-içme ile ilgili kültürün turistik destinasyonların pazarlanmasında kullanılması durumu

ya da yeme-içme kültürünün bireyler tarafından destinasyon tercih sebebi olması durumu da gastronomi turizmi olarak açıklanabilmektedir (Ballı, 2016, s. 7).

Scharpf (1998) sürdürülebilir turizmi; doğal, kültürel, çevresel ve sosyal kaynakların sürekli geliştirilmesi, korunması, gelecek nesillere tahrip edilmeden bırakılması ve optimum düzeyde yararlanılarak ekonomik süreçlerde kullanılması olarak açıklamıştır. Sürdürülebilir turizm sayesinde insan ve doğa arasındaki bağ kuvvetlenmekte ve bireylerin doğallık yönündeki algısı pozitif olarak değişmektedir (Akbaş & Koday, 2020, s. 1923). Turizm faaliyetleri turistik destinasyonlar için sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel faydalar sağlamasının yanında kültürel ve çevresel tahribatlara da neden olabilmektedir (Örgün, Solunoğlu & Solunoğlu, 2020, s. 623). Sürdürülebilir turizm olgusunun temel amacı gelecek nesillere çevresel, kültürel vb. faktörler neticesinde tahribata uğramamış turistik destinasyonlar bırakmak, dolayısıyla da turizm hareketlerinin sürekliliğini sağlamaktır (Keskin & Örgün, 2015, s. 31).

Sürdürülebilir turizm kavramı yönünde yaşanan olumlu değişimler sürdürülebilir gastronomi turizmi kavramının da ortaya çıkışını sağlamıştır. Sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketi yerel halkı destekleyerek bölgeye has uygulamaların geliştirilmesinin ve aynı zamanda korunmasının amaçlandığı bir hareket olarak açıklanmaktadır. Bu doğrultuda insan sağlığı için faydalı, besleyicilik yönünden zengin, yararlı ve çevreyi tahrip etmeden üretilen yerel yiyecek-içecekler sürdürülebilir gastronomi turizminin motivasyon faktörü olarak açıklanmaktadır (Durlu-Özkaya, Sünnetçioğlu & Can, 2013, s. 15).

Destinasyonlara olan talebin her geçen gün daha da artması rekabeti doğurmuş ve bu durum turistik bölgelerde birçok açıdan tahribatlar yaşanmasına sebep olmuştur. Gastronomi konusuna, dolayısıyla da gastronomi turizmine olan ilgi ve merak günden güne artış göstermektedir. Gerek gastronomi turizm faaliyetlerinin etkin bir şekilde gerçekleştirilebilmesi gerekse kültürel, doğal vb. unsurlarda meydana gelen tahribatın azaltılması ve gelecek nesillere aktarılmasının sağlanması adına diğer turizm türlerinde olduğu gibi gastronomi turizmi ile sürdürülebilir turizm uygulamaları birbirlerini tamamlar nitelikte ve destekleyici olmalıdır.

Şile Destinasyonunun Mevcut Gastronomi Turizmi Potansiyeli

Ekonomik açıdan faaliyet alanı turizm olan bölgeler destinasyon olarak tanımlanmaktadır (Çelik & Sandıkçı, 2015, s. 45). Türk Dil Kurumu ise destinasyon kelimesinin tanımını ‘varılacak olan yer’ şeklinde açıklamıştır (TDK, 2021). Bireylerin evlerinden uzaklaşarak katılmak istedikleri turizm faaliyetlerinin bütünü neticesinde şekillenmiş olan destinasyon kavramı, turizm ile ilgili üretim ve tüketim uygulamalarının gerçekleştiği büyük bir olguyu temsil etmektedir (Yüksek, 2014, s. 2; Başarangiç & Tokatlı, 2018, s. 7). Şile ilçesi de İstanbul ilçesi için önemli turizm destinasyonlarından biri olup, çekicilik unsurları yönünden özellikle de gastronomi turizmi açısından dikkat çekmektedir.

İstanbul’a yaklaşık olarak 72 km mesafede olan Şile ilçesinin büyük bir bölümü ormanlık alanlardan oluşmaktadır. İlçenin ekonomisi ise genel anlamda ormancılık, balıkçılık ve bunun gibi küçük boyutlardaki ticari faaliyetlerden ileri gelmektedir. Bölgede son zamanlarda bu faaliyetlerin yanı sıra turizm faaliyetlerinin de artış gösterdiği ve konaklama ile yeme-içme tesislerinin sayısında fark edilebilir seviyede artışlar yaşandığı görülmüştür (Kozak & Evren, 1997, s. 47). Günümüzde de turizm kaynaklı gelirlerin Şile ilçesinin ekonomisinde büyük bir yeri olduğu görülmektedir. İlçenin tam anlamıyla bir turizm destinasyonu haline gelmesi ve çekim unsurlarının öne çıkması turizmin bölge ekonomisindeki payının artmasında başlıca faktörlerdir. Şile ilçesinde 2017 yılı itibariyle belediye

işletme belgesine sahip konaklama tesisi sayısı 98, turizm işletme belgesine sahip tesis sayısı ise 3 olarak belirtilmiştir (Başarangil & Tokatlı, 2018, s. 7). 2021 yılı verilerine bakıldığında ise 6 adet turizm işletme belgeli konaklama tesisinin faaliyet gösterdiği görülmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021).

Türkiye coğrafyasını oluşturan tüm bölgelerin kendilerine has spesifik mutfak kültürleri, yöresel yiyecekleri ve hatta mutfığa dair ritüelleri bulunmaktadır. Bölgenin iklimi ve coğrafi yapısı, dini inanışları, bölgenin tarımsal florası ve yenilebilir hayvan potansiyeli gibi temel etmenler yörelere özgü mutfak kültürünün oluşumunda birinci derecede etkili faktörlerdir (Beşirli, 2010, s. 160; Üner & Güzel-Şahin, 2016, s. 82). Şile bulunduğu coğrafi konum itibarıyla Karadeniz'e kıyısı olan ve büyük bir bölümü ormanlardan oluşan bir ilçedir. Mutfak kültürü olarak bakıldığında ise gerek Marmara Bölgesi gerekse Karadeniz Bölgesinden örnekler barındırmakta ve iki kültürün kesişimi olarak nitelendirilmektedir. İstanbul'a olan yakınlığı ve yerleşik köy hayatının hâlâ devam ettiği ilçe, konuklarına sunmuş olduğu yöresel lezzetler ile gastronomi turizmi açısından önemli bir potansiyel taşımaktadır. Şile ilçesinin yerel gastronomi ürünleri ise başta balıkçılık temelli olmakla birlikte yöresel pide ve böreklerden, yenilebilir otlardan ve meşhur Şile kestane balı gibi ürünlerden oluşmaktadır. Şile kestane balının coğrafi işaret çalışmaları henüz tamamlanmış olup 2021 yılı Eylül ayı itibarıyla Menşe Adı olarak işaretlenmiştir. Bunun yanı sıra ilçede yer alan Şile Yeryüzü Pazarı'nda gastronomi turizmi potansiyeline sahip birçok yerel etkinlik de gerçekleştirilmektedir (Şile Belediyesi, 2021).

Bu araştırmada; İstanbul ili Şile ilçesinin sahip olduğu gastronomi turizmi potansiyelinin tespit edilmesi, bölgenin gastronomi turizmi açısından güçlü ve zayıf yönleri ile sahip olduğu fırsat ve tehditlerin değerlendirilmesi ve tüm bu özellikler göz önüne alınarak gastronomi turizminin geliştirilmesi için önerilerde bulunulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda; İstanbul ili Şile ilçesinin sahip olduğu yerel mutfak kültürünün korunması ve gelecek nesillere aktarılması, bölgenin gastronomi turizminin geliştirilmesi ve bölgeyi ziyaret edecek yerli ve yabancı turistlere yerel mutfak kültürünü tanıtmaları, gastronomi turizminin gelişmesinde öneme sahip coğrafi işaret almış gastronomi ürünlerinin daha aktif rol alması gibi etmenlerin değerlendirilmesi ve geliştirilmesine yönelik önerilerde bulunulması hedeflenmiştir.

Materyal ve Yöntem

Araştırmanın Amacı ve Modeli

Bir organizasyonun rakipleri ile nasıl karşılaştırıldığını değerlendirmek için bir iş stratejisi aracı olan SWOT analizi; birçok kuruluşun stratejik planlama aşamasında başvurduğu, hem iç hem de dış kaynakları belirlemeye ve incelemeye çalışan, kuruluşa olumlu ve olumsuz etkileri olabilecek eğilimleri, kalıpları araştıran bir uygulamadır (Arnott, 2008; Namugenyi, Nimmagadda & Reiners, 2019; Teoli, Sanvictores & An, 2019). 1990'lardan bu yana turizm planlaması alanında kademeli olarak uygulanmaya başlanan SWOT analizi, turizm sektöründe kapsamlı rekabet gücünün analizi ve değerlendirilmesi ile turizm destinasyonlarının kalkınma hedefleri ve planlarının formülasyonu için stratejik bir temel sağlamaktadır (Yan & Wang, 2021).

Araştırmada; İstanbul ili Şile ilçesinin gastronomi turizmi için mevcut durumunun incelenmesi, bölgenin sahip olduğu içsel (güçlü ve zayıf yönleri) ve dışsal (fırsatlar ve tehditleri) faktörlerin gastronomi turizmi açısından ortaya konması ve bölge için gastronomi turizmine uygun strateji ve politikaların oluşturulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda; turizm sektöründe paydaşların yönetici görüşlerinin derinlemesine incelenmesi gerektiğinden nitel

araştırma desenlerinden durum çalışması kullanılmıştır. Durum çalışmasında amaç; ele alınan konular ile ilgili durumların birbirlerinden farklı olabileceği gerekçesiyle ulaşılan sonuçların genellemesinden ziyade, benzer durumların anlaşılmasına yönelik örnekler ve deneyimler oluşturmaktır (Yıldırım & Şimşek, 2013, s. 81).

Son yıllarda turistik ürün çalışmaları ve turizm çeşitliliğinin arttığı İstanbul ilinde her yıl turist sayısında artış gözlenmektedir. İstanbul iline son 10 yılda ziyarete gelen turist sayısının yıllara göre dağılımı Tablo 1’de verilmiştir (İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021).

Tablo 1. İstanbul İline Son 10 Yılda Ziyarete Gelen Turist Sayısının Yıllara Göre Dağılımı

Yıl	Ziyaretçi Sayısı
2020	5.001.981
2019	14.906.663
2018	13.432.990
2017	10.840.595
2016	9.203.987
2015	12.414.677
2014	11.842.983
2013	10.474.867
2012	9.381.670
2011	8.057.879
2010	6.960.980

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırma evrenini, İstanbul il genelinde faaliyet gösteren turizm işletmeleri yöneticileri ya da işletmecileri oluşturmaktadır. Araştırmanın evrenini temsil eden işletmelerin sayısı Tablo 2’de verilmiştir (İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021).

Tablo 2. İstanbul İlinde Faaliyet Gösteren Turizm İşletmelerinin Sayısı

İşletme Belge Türü	İşletme Sayısı
Turizm İşletme Belgeli	1403
Turizm Yatırım Belgeli	112
Kısmi Turizm İşletme Belgeli	1
TOPLAM	1516

Araştırmada örneklem; amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak araştırmacıların ulaşabildiği, İstanbul ili Şile ilçesinde faaliyet gösteren turizm işletme belgesine sahip yiyecek ve içecek işletmeleri ile otel işletmelerinde araştırmaya katılmaya gönüllü olan işletmeci ya da yönetici konumunda çalışanlar oluşturmaktadır. Çalışmada amaçlı örnekleminin seçilmesinin temel amacı, çalışmanın Şile ilçesi nezdinde gerçekleştiriliyor oluşu ve bu ilçe bazında kurulanmış oluşudur. Bu kapsamda; işletmelerin işletmeci ya da yönetici konumunda çalışan personelleri ile görüşülmüş ve gönüllülük esası göz önüne alınarak 22 işletmeyi temsilen 22 işletmeci ya da yönetici araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Nitel çalışmalar için örneklem büyüklüğünün en az 15 olması tavsiye edildiğinden (Mason, 2010) araştırma için yapılan görüşme sayısı yeterli görülmüştür.

Veri Toplama Aracı, Teknikleri ve Değerlendirilmesi

Araştırma kapsamında nitel veri toplama tekniği olan yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme tekniğinin kullanımında temel amaç; bir hipotezi test etmek değil, aksine diğer insanların deneyimlerini ve bu deneyimleri nasıl anlamlandırdıklarını anlamaya çalışmak olup (Seidman, 1991, s. 3), görüşme tekniği diğer

insanların sosyal gerçekliğine ilişkin bilgilerini, görüşlerini, etkileşimlerini, deneyimlerini, anlamlandırmalarını ve duygularını kavramak için onlara ulaşmada en iyi yol olarak açıklanır (Mason, 1996, s. 39). Yapılandırılmış görüşme tekniği, her katılımcıya aynı sözcüklerle ve aynı biçimde soru sorulması nedeniyle daha güvenilir sonuçlar vermektedir (Türnüklü, 2000, s. 546). Bu görüşme tekniği; daha küçük örneklem seçilmesine imkan veren, sorun ve durumun hem daha derinlemesine ve bütünsel olarak ele alınmasına hem de daha ayrıntılı anlaşılmasına imkan tanınmasından dolayı sıkça tercih edilmektedir. Araştırma kapsamında kullanılan yapılandırılmış görüşme formu daha önceki benzer çalışmalarda (Durgun, 2007; Yeşiltaş, Çeken & Öztürk, 2009; Birdir, Karakan & Çolak, 2015; Deniz & Atışman, 2017; Özkan, Kasap & Sormaz, 2019) kullanılan sorulardan derlenerek hazırlanmıştır. İlgili görüşme formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde demografik ifadelerden oluşan 8, işletme bilgileri ve faaliyet bilgilerini kapsayan 11 adet çoktan seçmeli soru bulunmaktadır. İkinci bölümde Şile ilçesinin gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirildiği 10 adet açık uçlu soru ve ilçeye dair 4 adet açık uçlu SWOT analizi sorusu yer almaktadır.

Veriler, işletmeleri temsilen işletmeci, yönetici ya da yönetici temsilcisi konumunda olan personel ve/veya personeller ile 15.09.2021-15.10.2021 tarihleri arasında araştırmacılar tarafından yüz yüze görüşülerek toplanmıştır. Katılımcılardan edinilen yanıtlara içerik analizi uygulanmış ve içerik analizi sonucu elde edilen verilerin kodlanması ile ortaya çıkan temalar sıklık düzeyine göre sıralanarak yorumlanmıştır. Elde edilen bilgiler ve bulgular katılımcı görüşleri doğrultusunda öneriler şeklinde sunulmuştur.

Veri Güvenilirliği

Nitel çalışmalarda geçerlik-güvenirlik konusu nicel çalışmalara kıyasla daha farklı olarak düşünülür (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Güvenilirlik, ölçeğin benzer koşullar altında benzer katılımcıların üzerinde yeniden denendiğinde yine aynı sonuçların elde edilmesi olarak açıklanır (Başkale, 2016). Çalışmada görüşme sonucu elde edilen veriler olduğu gibi aktarılarak objektif olarak değerlendirilmiştir. Görüşme formunun ve ölçeğin oluşturulmasında araştırmacılar tarafından daha önce yapılmış benzer çalışmalardan (Durgun, 2007; Yeşiltaş, Çeken & Öztürk, 2009; Birdir, Karakan & Çolak, 2015; Deniz & Atışman, 2017; Özkan, Kasap & Sormaz, 2019) yararlanılmıştır. Geçerliliği ve güvenilirliği test edilerek hazırlanmış ve kullanılmış sorulardan faydalanılarak, derlenerek oluşturulan görüşme formu, araştırmaya katılmaya gönüllü işletme yöneticilerine ve işletmecilerine uygulanarak veriler elde edilmiştir.

Etik

Bu araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi; Doğuş Üniversitesi Etik Kurulu 03.09.2021 tarihi ve 2021/55 karar/sayı numarası ile alınmıştır

Bulgular

Araştırmaya gönüllü katılım sağlayan işletme yönetici ya da işletmecilerin demografik bilgileri Tablo 3'de yer almaktadır.

Tablo 3. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

	n	%
Cinsiyet		
Kadın	5	22.7
Erkek	17	77.3
Yaş		
18-30 yaş	1	4.6
31-45 yaş	7	31.8
46-60 yaş	8	36.4
61 yaş ve üstü	6	27.2
Eğitim		
İlkokul	4	18.2
Ortaöğretim	4	18.2
Önlisans	7	31.8
Lisans	7	31.8
TOPLAM	22	100.0

Araştırmaya gönüllü katılım sağlayan işletme yöneticisi ya da işletmecilerin demografik bilgileri incelendiğinde; %22.7'sinin kadın ve %77.3'ünün erkek olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların %36.4'ünün 46-60 yaş, %31.8'inin 31-45 yaş, %27.2'sinin 61 yaş ve üstü, %4.6'sının 18-30 yaş aralığında olduğu ve %31.8'inin lisans ve ön lisans, %18.2'sinin ortaöğretim ve ilkokul mezunu oldukları belirlenmiştir (Tablo 3).

Tablo 4. Mesleki Bilgiler

	n	%
Mesleki Eğitim Düzeyleri		
Mesleki diploma	10	45.5
Ustalık ya da kalfalık belgesi	4	18.2
Mesleki kurs bitirme belgesi	5	22.7
Herhangi bir belgesi yok	3	13.6
İşletmedeki Pozisyonu		
İşletme sahibi	10	45.5
İşletme yöneticisi	12	54.5
Sektörde Çalışma Süresi		
5 yıldan daha az	4	18.2
6-10 yıl	3	13.6
11-20 yıl	5	22.7
21-30 yıl	5	22.7
31 yıl ve daha fazla	4	18.2
Şu an ki İşletmede Çalışma Süresi		
5 yıldan daha az	6	27.3
6-10 yıl	5	22.7
11-20 yıl	5	22.7
21-30 yıl	6	27.3
TOPLAM	22	100.0

Araştırmaya katılanların mesleki bilgileri değerlendirildiğinde; %45.5'inin mesleki diplomaya sahip olduğu, %54.5'inin işletmelerinde işletme yöneticisi olarak çalıştığı, %22.7'sinin sektörde 21-30 yıl arası süre çalışıyor olduğu ve %27.3'ünün şu an ki işletmelerinde 21-30 yıldır çalışıyor oldukları tespit edilmiştir (Tablo 4).

Tablo 5. İşletmelere Ait Genel Bilgiler

	Otel İşletmeleri		Restoran İşletmeleri		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
İşletmenin Sahiplik Yapısı						
Ulusal zincire bağlı	3	21.4	3	37.5	6	27.3
Bağımsız	11	78.6	5	62.5	16	72.7
İşletmenin Şube Sayısı						
Şubesi yok	11	78.6	4	50.0	15	68.2
1-3 şube	3	21.4	3	37.5	6	27.3
4-9 şube	0	0.0	1	12.5	1	4.5
İşletmenin Hizmet Verdiği Yıl						
1-4 yıl	3	21.4	2	25.0	5	22.7
5-9 yıl	1	7.2	1	12.5	2	9.1
10-14 yıl	5	35.7	1	12.5	6	27.3
15 yıl ve üstü	5	35.7	4	50.0	10	45.5
TOPLAM	14	100.0	8	100.0	22	100.0

Araştırmaya, Şile ilçesinde faaliyet gösteren ve araştırmaya katılmaya gönüllü 8 restoran işletmesi (%36.4) ve 14 otel işletmesi (%63.6) olmak üzere toplam 22 turizm işletme belgeli turizm işletmesi (%100.0) katılmıştır. Araştırmaya katılan işletmelere ait bilgiler değerlendirildiğinde; işletmelerin %72.7'sinin bağımsız olduğu, %68.2'sinin herhangi bir şubeye sahip olmadıkları ve %45.5'inin turizm sektöründe 15 yıl ve daha fazla süre hizmet verdiği tespit edilmiştir (Tablo 5).

Tablo 6. İşletmelerin Yönetim ve Personel Bilgileri

	n	%
İşletmede Çalışan Personel Sayısı		
10 kişiden daha az	11	50.0
10-49 kişi	11	50.0
İşletmede Uygulanan Yönetim Şekli		
Patron/Patronlar tarafından yönetilir	10	45.5
Sorumlu departman şefleri ve işletme müdürü tarafından yönetilir	12	54.5
TOPLAM	22	100.0

Araştırmaya katılan işletmelerin yönetim ve personel bilgileri incelendiğinde; işletmelerin %50.0'sinin 10-49 kişi arasında personele sahip olduğu ve %54.5'inin sorumlu departman şefleri ve işletme müdürü tarafından yönetildiği tespit edilmiştir (Tablo 6).

Tablo 7. İstanbul İli Şile İlçesi Gastronomi Turizminin Güçlü Yönleri

	Güçlü Yönleri	n	%
1.	İstanbul'a yakın olması	20	90.9
2.	Yeterli sayıda restoran işletmesi bulunması	19	86.4
3.	Alternatif ulaşım imkanlarının bulunması	16	72.7
4.	Yabancı turistin yoğun olduğu Marmara Bölgesi'nde bulunması	15	68.2
5.	Doğal güzelliklerinin olması	12	54.6

Şile ilçesinin gastronomi turizminin güçlü yönlerine dair görüşme formu üzerinden edinilen bilgilerin içerik analizi sonuçları ele alındığında ana temaların İstanbul'a yakınlık, ulaşım, doğal güzellikler ve işletme sayısının yeterli oluşu olduğu görülmektedir. Şile ilçesinin gastronomi turizmi potansiyelinin güçlü yönleri; bölgenin İstanbul'a yakın olması (%90.9), bölgede yeterli sayıda restoran işletmesi bulunması (%86.4), bölgenin alternatif ulaşım imkanlarının bulunması (%72.7), bölgenin yabancı turistin yoğun olduğu Marmara Bölgesi'nde olması (%68.2),

bölgenin doğal güzelliklerinin olması (%54.6), her mevsim yerli ve yabancı turist çekim merkezi olması (%50.0) şeklinde sıralanmaktadır (Tablo 7). İlgili güçlü yönler tablosunda yer alan yeterli sayıda restoran işletmesi bulunması (%86,4) ifadesi çalışmaya katılan işletmeciler ve yöneticiler nezdinde özellikle otel işletmelerinin gastronomi turizmi faaliyetlerinde restoran işletmelerine kıyasla daha arka planda olduğunu ifade eder niteliktedir.

Şile ilçesinin yerli ve yabancı turist yoğunluğuna sahip İstanbul iline yakın mesafede bulunması, özellikle yerli turistlerin yakın mesafeden dolayı kısa tatillerde tercih sebebi olması, gelen turistleri ağırlayabilecek sayıda restorana sahip olması, İstanbul ilinden alternatif ulaşım araçlarının bulunması, bölgenin sahip olduğu doğal güzellikler nedeniyle yerli ve yabancı turistler tarafından tercih edilen bir destinasyon olması gibi özellikler Şile ilçesinin gastronomi turizminin gelişmesinde görülen güçlü yönler olarak tanımlanmıştır.

Katılımcılarla yapılan görüşmelerde Covid-19 salgını sürecinde tüm dünyada olduğu gibi Şile bölgesinde de turist talebinde önemli ölçüde azalma olduğu görülmüştür. Son dönemlerde salgına dair alınan önlemler, kapanmaların kalkması gibi etmenler bölgeye olan turist talebinde artışa nedne olmuştur.

Başta yerli turistler için olmak üzere bölgenin turist çekiminde en etkili faktörün bölgenin sahip olduğu doğal güzellikler olduğu bildirilmiştir. Ayrıca, bölgenin İstanbul iline yakın olması sebebiyle seyahat acentelerinin düzenledikleri turlarda bölgeyi sıklıkla tercih etme sebepleri arasındadır. Münferit turistler için İstanbul'dan bölgeye alternatif ulaşım araçlarının bulunmasının da tercih sebeplerinden olduğu vurgulanmıştır. Bölgeyi tercih eden yerli ve yabancı turistlerin bölgenin sahip olduğu gastronomi imkanlarını da kullandıkları belirtilmiştir.

Tablo 8. İstanbul İli Şile İlçesinin Gastronomi Turizminin Zayıf Yönleri

Zayıf Yönleri	n	%
1. Bölgeye ait coğrafi işaretli ürün bulunmaması	19	86.4
2. Bölgenin sahip olduğu yöresel yemeklerin az olması	14	63.6
3. Bölgede faaliyet gösteren restoranların menülerinde bölgeye ait yöresel yemeklerin yeterli sayıda ve çeşitlilikte yer almaması	13	59.1
4. Bölge halkının turizm bilinci eksikliği ve turistlere karşı önyargılı olmaları	9	40.9
5. Bölgede faaliyet gösteren restoranların yeterli kalitede olmaması	5	22.7
6. Gastronomiye yönelik yatırım eksikliği	4	18.2
7. Yöresel restoranlarda çalışan personelin mesleki bilgi ve yabancı dil bilgisi konularında yetersiz olması	2	9.1

Şile ilçesinin gastronomi turizminin zayıf yönlerine dair görüşme formu üzerinden edinilen bilgilerin içerik analizi sonuçları ele alındığında ana temaların coğrafi işaretli ürününün yeterli sayıda olmayışı, bölgeye özgü yöresel yemeklerin eksikliği, yerel halkın turistlere karşı ön yargılı oluşu gibi konu başlıklarından oluştuğu görülmektedir. Şile ilçesinin gastronomi turizmi potansiyelinin zayıf yönleri incelendiğinde; bölgeye ait coğrafi işaretli ürün bulunmaması (%86.4), bölgenin sahip olduğu yöresel yemeklerin az olması (%63.6), bölgede faaliyet gösteren restoranların menülerinde bölgeye ait yöresel yemeklerin yeterli sayıda ve çeşitlilikte yer almaması (%59.1), bölge halkının turizm bilinci eksikliği ve turistlere karşı önyargılı olmaları (%40.9), bölgede faaliyet gösteren restoranların yeterli kalitede olmaması (%22.7), gastronomiye yönelik yatırımların eksikliği (%18.2) ve yöresel restoranlarda çalışan personelin mesleki ve yabancı dil bilgisi konularında yetersiz olması (%9.1) bölgenin zayıf yönleri olarak sıralanmıştır (Tablo 8).

Katılımcılarla yapılan görüşmelerde; yerli ve yabancı turistlerin bölgeyi tercih etme oranlarının yüksek olmasına rağmen, turistlerin tercih etme nedenleri arasında gastronomi etmeninin çok düşük olduğu vurgulanmıştır. Bölgenin

coğrafi işaretli ürünlerinin olmaması ve yöresel ürünlerinin az sayıda olması başta olmak üzere, bölgede faaliyet gösteren restoranların menülerinde yöresel yemeklere yer vermemesi ve bu işletmelerde çalışan personelin nitelikli olmaması, yerel halkın bir çoğunun turizm işletmesine sahip olması ya da işletmecisi olmasına rağmen yerli ve yabancı turiste olumlu bakmaması tezadı, bölgede gastronomi turizminin gelişmesini sağlayacak herhangi bir yatırımın yapılmaması ve dolayısıyla bölgenin gastronomisinin değil de doğal güzelliklerinin ön plana çıkmasına neden olması gibi nedenlerle bölgede gastronominin ve gastronomi turizminin gelişmemesi gibi zayıf yönlerle ilişkin görüşlere yer verilmiştir.

Tablo 9. İstanbul İli Şile İlçesinin Gastronomi Turizmi Açısından Sahip Olduğu Fırsatlar

	Fırsatlar	n	%
1.	İstanbul'a yakın olması	21	95.5
2.	Ulaşım imkanları ve kolaylığı	19	86.4
3.	Doğal güzelliği	19	86.4
4.	Alternatif turizm etkinliklerinin düzenlenmesi	14	63.6
5.	Turizme yönelik eğitim kurumlarının açılması	3	13.6

Şile ilçesinin gastronomi turizminin fırsatlarına dair görüşme formu üzerinden edinilen bilgilerin içerik analizi sonuçları ele alındığında ana temaların Şile ilçesinin İstanbul'a yakın oluşu, ulaşım olanakları, bölgenin sahip olduğu doğal güzellikler gibi konu başlıklarından oluştuğu görülmektedir. Şile ilçesinin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu fırsatlar değerlendirildiğinde; bölgenin İstanbul'a yakın olması (%95.5), bölgenin ulaşım imkanları ve kolaylığı (%86.4), bölgenin sahip olduğu doğal güzellikler (%86.4), bölgede düzenlenen alternatif turizm etkinlikleri (%63.6) ve turizme yönelik eğitim kurumlarının açılması (%13.6) şeklinde sıralanmıştır (Tablo 9).

Yapılan görüşmelerde; bölgenin İstanbul'a yakın olması ve İstanbul'dan alternatif ulaşım imkanlarının bulunması ve ulaşım kolaylığı, bölgenin sahip olduğu doğal güzellikler, yerli ve yabancı turiste sunulan turistik etkinliklerin alternatiflerinin olması ve bölgede turizme yönelik eğitim kurumlarının artması ile sektörde faaliyet gösteren işletmelerde nitelikli personelin istihdamı Şile ilçesinin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu fırsatlar olarak sıralanmıştır.

Katılımcılarla yapılan görüşmelerde; bölgenin İstanbul'a yakın olma fırsatından gastronomi turizminin geliştirilmesi açısından daha fazla yararlanılması gerekliliği, bölgenin sahip olduğu doğal güzelliklerin gastronomi tema ve etkinlikleri ile birleştirilerek fırsata çevrilebileceği ve turizme yönelik eğitim veren kurumlarının sayısındaki artış ile turizm işletmelerinde istihdam edilecek personelin mesleki bilgi, yabancı dil bilgisi ve diğer özellikler bakımından daha nitelikli personel istihdamının sağlanması ile işletmelerde yaşanan misafir şikayetlerinin en aza indirilmesi fırsatları vurgulanmıştır.

Tablo 10. İstanbul İli Şile İlçesinin Gastronomi Turizmi Açısından Sahip Olduğu Mevcut ve Potansiyel Tehdit Unsurları

	Tehditler	n	%
1.	Bölgenin doğal güzelliklerinin korunamaması	17	77.3
2.	Nüfus artışı ve kalabalıklaşma	14	63.6
3.	Yöresel yemeklerin unutulmuş olması	5	22.7
4.	Yerel yönetimlerin turizm işletmelerini desteklememesi	3	13.6
5.	İşletmelerdeki yönetimin kötü olması	2	9.1
6.	Tanıtım eksikliği	2	9.1

Şile ilçesinin gastronomi turizminin tehdit unsurlarına dair görüşme formu üzerinden edinilen bilgilerin içerik

analizi sonuçları ele alındığında ana temaların nüfus artışı ve kalabalıklaşma, tanıtım eksikliği, yerel yönetimler tarafından turizm işletmelerinin desteklenmemesi gibi konu başlıklarından oluştuğu görölmektedir. Şile ilçesinin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu mevcut ve potansiyel tehdit unsurları değerlendirildiğinde; bölgenin doğal güzelliklerinin korunması (%77.3), bölgede nüfus artışı ve kalabalıklaşması (%63.6), bölgeye ait yöresel yemeklerin unutulmuş olması (%22.7), yerel yönetimlerin turizm işletmelerini desteklememesi (%13.6), işletmelerin yönetimlerinin kötü olması (%9.1) ve bölge gastronomisinin tanıtımında yetersizlik (%9.1) olarak sıralanmıştır (Tablo 10).

Katılımcılarla yapılan görüşmelerde; turizm artışı ile bağlantılı olarak bölgenin sahip olduğu doğal güzelliklerde tahribatların olması, nüfus artışı ve bölge nüfusunun kalabalıklaşması ile özellikle yabancı turistlerin olumsuz etkilendikleri, bölge halkının yöresel yemekleri uygulamamaları ve bu durumun restoran işletmelerine de yansımış olması, işletme yönetimlerinde çalışan personele ve turistlere karşı yapılan yanlış uygulamalar ve bölge gastronomisine yönelik tanıtım eksiklikleri Şile ilçesinin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu mevcut ve potansiyel tehdit unsurları olarak vurgulanmıştır.

Sonuç ve Öneriler

Gastronomi, yeme-içmeye ve gıdaya dair kapsamlı bir bilgi kaynağı, yemek pişirme sanatı, iyi yemek merakı vb. tanımlarla nitelendirilmektedir. Turizm sektörünün gelişmesi ve çeşitliliğinin artırılmasında sıklıkla kullanılan gastronomi, turizm çerçevesinden mutfak kültürü olarak nitelendirilebildiği gibi iç ve dış turizm için vazgeçilmez bir unsurdur (Aslan, 2010, s. 41). Çünkü yemek, turistlerin yeni ve egzotik yerleri tanınmasının en iyi yollarından biridir (Cömert & Özkaya, 2014, s. 63). Turizm açısından değerlendirildiğinde, yiyecek ve içecek kültürü olarak da tanımlanabilen gastronomi, hem iç hem de dış turizm için vazgeçilmez bir unsurdur (Aslan, 2010, s. 41). Dünyada turistlerin %88.2'sinin destinasyon tercihinde gastronominin çok önemli bir rolü olduğunu ifade ettiği bilinmektedir (TURSAB, 2013). Destinasyon seçiminde gastronominin bu denli önemli olması, bir turizm çeşidi olarak gastronomi turizmini ortaya çıkarmıştır (Çelik & Aksoy, 2017, s. 423; Sevimli, Tatlı & Kızıldemir, 2021).

Son dönemlerde önemi ve çeşitliliği artan ve dinamik bir turizm çeşidi olan gastronomi turizmi, insanların farklı yiyecek ve içecekleri deneyimlemek için gerçekleştirdikleri seyahatler olarak belirtilmektedir (Hastaoğlu, Erdoğan & Işkın, 2021). Turizm sektörü de hem büyümek hem de çeşitliliğini artırmak amacıyla gastronominin cazibesinden yararlanmaktadır (Aslan, 2010, s. 41). Türkiye gibi mutfağı ile uluslararası platformda önemli yere sahip ülkeler, yeme-içme kültürleri ile turizm sektörü için vazgeçilmez destinasyonlardır (Du Rand, 2006).

Katılımcılar ile yapılan görüşmelerde; Şile ilçesinin gastronomi turizmi açısından güçlü yönleri olarak "İstanbul'a yakın olması, yeterli sayıda restoran bulunması, alternatif ulaşım imkanlarının bulunması, yabancı turistlerin yoğun olduğu Marmara Bölgesi'nde bulunması ve doğal güzelliklerinin olması", zayıf yönleri olarak "bölgeye ait coğrafi işaretli ürün bulunmaması ve sahip olunan yöresel yemeklerin az olması, faaliyet gösteren restoranların menülerinde bölgeye ait yöresel yemeklere yer verilmemesi, bölge halkının turizm bilinci eksikliği ve turistlere karşı önyargının var olması, restoranların yeterli kalitede hizmet verememesi, gastronomiye yönelik yatırım eksikliği ve yöresel restoranlarda nitelikli personel çalışmaması" şeklinde sıralanmıştır.

Katılımcılar; "Şile ilçesinin İstanbul'a yakın olması, ulaşım imkanları ve kolaylığı, doğal güzelliği, alternatif turizm etkinliklerinin düzenleniyor olması ve turizme yönelik eğitim kurumlarının açılması" faktörlerini Şile

ilçesinin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu fırsatlar olarak sıralarken, “ilçenin doğal güzelliklerinin korunamaması, nüfus artışı ve kalabalıklaşma, yöresel yemeklerin unutulmuş olması, yerel yönetimlerin turizm işletmelerini desteklememesi ve tanıtım eksikliği” faktörlerinin Şile ilçesinin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu mevcut ve potansiyel tehdit unsurları olduğunu vurgulamıştır. Ayrıca sürdürülebilirlik çerçevesinde bölgenin gastronomi turizmi potansiyeli için önemli bir unsur olan Coğrafi İşaret konusunun ve bölgeye ait coğrafi işaretli ‘Şile Kestane Balı’ ürününün bölge işletmecileri tarafından bilinmiyor oluşu önemli bir konudur. Bu noktada yetkililerin coğrafi işaretli ürünler hakkındaki bilgi düzeylerinin geliştirilmesi önem arz etmektedir. Tüm bu sonuçlar çerçevesinde Şile ilçesinin gastronomi turizminin geliştirilmesi için;

- Yerel yönetimlerin bölgenin yöresel yemekleri ve yerel ürünlerinin tanıtılması, turizm işletmelerinin menülerinde yer verilmesi ve coğrafi işaret almaları için gerekli teşvik ve çalışmalarda bulunması,
- Yerel halkın turizm konusunda bilgilendirilmesi, bilinçlendirilmesi ve turizme katkı sağlamaları sağlanması. Bunu yaparken İlgili Belediye, bölgede faaliyet gösteren Sivil Toplum Kuruluşları, İlçede eğitim veren turizm temalı liseler ve üniversitelerden destek alınması,
- Bölgede faaliyet gösteren turizm işletmelerinde istihdam edilen personelin niteliklerinin artırılması için gerekli eğitim planlamalarının yapılması ve personelin bu eğitimlere katılarak niteliklerinin artırılmasının öneminin personele benimsetilmesi,
- Bölgede gastronomi etkinlikleri ve faaliyetlerine yönelik yatırımlar planlanmalı, teşvik programlarından yararlanılması için turizm işletmeleri işletmeci yada yöneticilerine gerekli eğitimler ve danışmanlıklar verilmesi,
- Bölgenin çekicilik unsuru olan deniz, orman alanları vb. doğal güzelliklerinin sürdürülebilir turizm kapsamında korunması,
- Bölgenin İstanbul’ a yakın olması, ulaşım imkan ve kolaylığını bir fırsata çevrilerek tur operatörlerinin bölgeye düzenleyecekleri turların nitelik ve niceliğinin artırılması için gerekli çalışmaların yapılması,
- Yerel yönetimlerin bölgede turizme yönelik eğitim veren halk eğitim merkezleri, turizm meslek liseleri, üniversiteler gibi özel ve kamu kurumlarının sayısının artması için gerekli çalışmaların yapılması,

Bölgede nüfus artışından kaynaklı çarpık yapılaşmanın önüne geçilmesi gibi başlıklar önerilebilir.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Bu çalışmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi; Doğuş Üniversitesi Etik Kurulu 03.09.2021 tarihi ve 2021/55 karar/sayı numarası ile alınmıştır

KAYNAKÇA

Akbaş, F., & Koday, S. (2020). Kırsal alanların sürdürülebilir turizm kapsamında değerlendirilmesinin Manisa ili özelinde analizi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(4), 1921-1940.

- Akdağ, G., Özata, E., Sormaz, Ü., & Çetinsöz, B.C. (2016). Sürdürülebilir gastronomi turizmi için yeni bir alternatif: Surf&Turf. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Special Issue 1), 270-281.
- Aksoy, M., & Sezgi, G. (2015). Gastronomi turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi gastronomik unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Arnott, D. (2008). Success Factors for Data Warehouse and Business Intelligence Systems. *19th Australasian Conference on Information Systems* bildiri kitabı içinde (ss. 55-65). Christchurch, New Zealand.
- Aslan, H. (2010). *Gastronomi Turizminin Turizm Programlarındaki Yeri ve Önemi- Bir Uygulama* (Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Türkiye.
- Aydoğdu, A., Özkaya-Okay, E., & Köse, Z.C. (2016). Destinasyon tercihinde gastronomi turizmi'nin önemi: Bozcaada örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 120-132.
- Ballı, E. (2016). Gastronomi turizmi açısından Adana sokak lezzetleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Special Issue 1), 3-17.
- Başarangil, İ., & Tokatlı, C. (2018). Yavaş yemek: Şile yeryüzü pazarı ziyaretçilerinin memnuniyet düzeylerinin değerlendirilmesi üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 3-19.
- Başkale, H. (2016). Nitel araştırmalarda geçerlik, güvenilirlik ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 23-28.
- Beşirli, H. (2010). Yemek, kültür ve kimlik. *Milli Folklor*, 22(87), 159-169.
- 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.
- Cömert, M., & Özkaya, F.D. (2014). Gastronomi turizminde Türk mutfağının önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon rekabetçiliği ve seyahat motivasyonu bakımından gastronomik kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.
- Çelik, S., & Sandıkçı, M. (2015). Türkiye'de kentler için turizm destinasyonu değer kıstaslarının belirlenmesi ve destinasyon imajı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(4), 45-57.
- Çelik, M., & Aksoy, M. (2017). Yerli turistlerin gastronomi turizmine yönelik tutumları: Şanlıurfa örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 422-434.
- Deniz, T., & Atışman, E. (2017). Kayseri ilinin gastronomi turizmine yönelik bir SWOT analizi çalışması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 56-65.
- Du Rand, G.E. (2006). *The role of local food in destination marketing, A South African situational analysis* (Degree Doctor of Philosophy). University of Pretoria, Department of Tourism Management, Pretoria, South Africa.
- Durgun, A. (2007). Isparta turizminin SWOT analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(5), 93-109.

- Durlu-Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S., & Can, A. (2013). Sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde coğrafi işaretlemenin rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), 13-20.
- Hastaoğlu, E., Erdoğan, M., & Işkın, M. (2021). Gastronomi turizmi kapsamında Türkiye peynir çeşitliliği haritası. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(3), 1084-1113.
- Higgins-Desbiolles, F. (2018). Sustainable tourism: Sustaining tourism or something more?. *Tourism Management Perspectives*, 25, 157-160.
- İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2021). *İstatistik ve Raporlar, Turizm İstatistik Raporları*. <https://istanbul.ktb.gov.tr/TR-276884/turizm-istatistik-raporlari.html> adresinden alınan. (Erişim Tarihi: 10 Haziran 2021).
- Keskin, E., & Örgün, E. (2015). Kelime ilişkilendirme testi aracılığıyla sürdürülebilir turizm olgusunun kavramsal analizi: Ürgüp örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 30-40.
- Koçoğlu, C. M., Saraç Ö., & Batman, O. (2020). Safranbolu'da sürdürülebilir turizm gelişmesine yönelik yerel halkın tutumları. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 202-219.
- Kozak, R., & Evren, N. (1997). Şile'nin turizm arz ve talebinin değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(1-2), 47-51.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2021). *Turizm tesisleri*. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9579/turizm-tesisleri.html> adresinden alınan. (Erişim Tarihi: 21 Ağustos 2021).
- Mason, J. (1996). *Qualitative Researching*. London, UK: Sage Publication.
- Namugenyi, C., Nimmagadda, S. L., & Reiners, T. (2019). Design of a SWOT Analysis Model and its Evaluation in Diverse Digital Business Ecosystem Contexts. *Digital Business Ecosystem Contexts. 23rd International Conference on Knowledge-Based and Intelligent Information & Engineering Systems* bildiri kitabı içinde (ss. 1145-1154). Budapest, Hungary.
- Örgün, E., Solunoğlu, S., & Solunoğlu, A. (2020). Yerel mutfak kültürünün sürdürülebilir turizm açısından değerlendirilmesi: Nevşehir Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2020, (Special Issue 4), 622-632.
- Özkan, M., Kasap, M., & Sormaz, Ü. (2019). Gaziantep İlinin Coğrafi İşaret Alabilecek Yemeklerinin SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi. *GANUD International Conference on Gastronomy, Nutrition and Dietetics* bildiri kitabı içinde. Gaziantep, Türkiye.
- Sarıışık, M., & Özbay, G. (2015). Gastronomi turizmi üzerine bir literatür incelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 264-278.
- Scharpf, H. (1998). Sürdürülebilirlik Açısından Bölgesel ve Yerel Yönetimlerin Turizm Politikasındaki Görevleri. *1. Uluslararası Turizm Sempozyumu* bildiri kitabı içinde. İstanbul, Türkiye.
- Seidman, I. E. (1991). *Interviewing as Qualitative Research: A Guide for Researchers in Education and The Social Sciences*. New York, USA: Teachers College Press.

- Sevimli, Y., Tatlı, M., & Kızıldemir, Ö. (2021). Göbeklitepe'nin gastronomi Turizmi bağlamında değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 263-286.
- Şile Belediyesi (2021). *Gastronomi*. <https://www.sile.bel.tr/kesfet/gastronomi> adresinden alınan. (Erişim Tarihi: 21 Ağustos 2021).
- Teoli, D., Sanvictores, T., & An, J. (2019). *SWOT Analysis*, *NCBI Internet Bookshelf*. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK537302/> adresinden alınan. (Erişim Tarihi: 22 Ekim 2021).
- TURSAB (2013). *TÜRSAB gastronomi turizmi raporu*. http://dosya.turizmguccel.com/gastronomi_rapor adresinden alınan (Erişim Tarihi: 16 Ağustos 2021).
- Türk Dil Kurumu (2021). *Türk Dil Kurumu Sözlükleri*. <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alınan (Erişim Tarihi: 21 Ağustos 2021).
- Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilir nitel bir araştırma tekniği: Görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 24(24), 543- 559.
- Üner, E. H., & Güzel-Şahin, G. (2016). Türkiye gastronomi turizmi potansiyelinin her şey dahil satış sistemi içinde değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(3), 76-100.
- 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., 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.
- Yüksek, G. (2014). *Turizm Destinasyonları*. Ankara, Türkiye: Detay Yayıncılık.

Evaluation of the Gastronomy Tourism Potential of Şile District by Swot Analysis

Görkem TEYİN

Doğuş University, Faculty of Fine Arts and Design, Istanbul /Turkey

Ümit SORMAZ

Necmettin Erbakan University, Faculty of Tourism, Konya /Turkey

Hatice Ferhan NİZAMLIOĞLU

Necmettin Erbakan University, Faculty of Tourism, Konya /Turkey

Neslihan ONUR

Akdeniz University, Manavgat Faculty of Tourism, Antalya /Turkey

Extensive Summary

The food and beverages of a country, region or region are actually one of the most important factors in creating the eating and drinking culture specific to that region. Not only food and drinks, but also some cultural habits and rituals are a great factor in creating this culture. As a result of the increase in the purchasing power of consumers, the increase in leisure time, the change in the types of tourism and the change in the expectations of individuals from tourism, the concept of holiday has now moved beyond the trio of sea, sand and sun. In particular, the curiosity of consumers about places they do not know and tastes they have not tasted has improved tourism activities. At this point, as a result of consumers' curiosity about the food and beverage culture specific to a certain region, the issue of gastronomic tourism emerged and took its place on the agenda. In today's world, the demand for gastronomic tourism activities is increasing with a high acceleration. The development and expansion of gastronomic tourism activities has revealed a new tourism market and gastronomy has now become an attractive element for tourism destinations. Unfortunately, it is a fact that these attractiveness elements, which add value to tourism, also bring some negative situations. The increase in the demand for tourism has brought some negative situations. As a result of the increasing demand, serious destructions occur in destinations and tourism destinations are almost in the depletion phase.

Sustainability is a very important issue. Tourism, which is based on people, should be considered as a whole with the subject of sustainability. Sustainability, which aims to protect natural, historical, socio-cultural elements and ensure the continuity of these elements, primarily affects tourism activities. Gastronomic tourism, whose main motivation is to visit food producers, food festivals, food and beverage businesses and special areas in order to taste a special type of food or to see the process of cooking, is of great importance both economically and culturally. The use of food and beverage culture in the marketing of touristic destinations is explained as gastronomic tourism. Sustainable tourism activity is expressed as ensuring the protection of environmental, social, cultural and natural resources, leaving them intact for future generations, and creating economic added value by making the most appropriate use of these elements. The subject of sustainable tourism or sustainable gastronomy tourism supports the local people and offers a series of actions to consumers and producers in order to protect the local consumer. In addition to the sustainable gastronomy issue, the developing sustainable cuisine issue is also discussed as a whole in the context of sustainable tourism. Nourishing and beneficial diapers, which are beneficial for human health, are considered the main motivation of this type of tourism. The increasing demand for destinations has led to competition,

and this has led to the destruction of touristic areas in many respects. The interest and curiosity in the subject of gastronomy, and therefore in gastronomy tourism, is increasing day by day. Both gastronomy tourism activities can be carried out effectively and cultural, natural etc. As in other types of tourism, gastronomy tourism and sustainable tourism practices should complement and support each other in order to reduce the damage to the elements and ensure their transfer to future generations.

Şile district, which is one of the districts of Istanbul province, is a tourist attraction center because it is the intersection of the cultures of both the Marmara and the Black Sea regions. The proximity of the district to Istanbul also makes the district attractive. Şile district, which is 72 km away from Istanbul, consists largely of forested areas. Economically, forestry, fishing and small commercial activities are important. In addition to the existing economic activities in the region, it is seen that tourism activities have increased, so tourism now provides added value to the economy of Şile. This situation, of course, had a significant impact on the number of accommodation and food and beverage facilities in the district. Considered as a culinary culture, Şile district contains examples from both the Marmara region and the Black Sea region. The intersection of the two regions provided cultural reflections, and this situation also affected the culinary culture. Looking at the local or local gastronomic products of Şile district, it is seen that fishing is in the first place. Şile cuisine generally consists of local pita and pastries, edible herbs and various vegetable dishes.

In the research; It is aimed to examine the current situation of gastronomy tourism in terms of sustainable tourism in Şile district of Istanbul, to reveal the internal (strengths and weaknesses) and external (opportunities and threats) factors of the region in terms of gastronomy tourism, and to create strategies and policies suitable for gastronomy tourism for the region. In accordance with this purpose; Case study, one of the qualitative research designs, was used because the managers' views of the stakeholders in the tourism sector should be examined in depth. The purpose of the case study; The aim is to create examples and experiences for understanding similar situations rather than generalizing the conclusions reached on the grounds that the situations related to the topics discussed may be different from each other.

The sample in the research; Employees in the position of operators or managers who volunteer to participate in the research in food and beverage businesses and hotel businesses operating in the Şile district of Istanbul, where researchers can reach by using the convenience sampling method. In this context; The personnel working in the managerial or managerial positions of the enterprises were interviewed and considering the voluntary basis to participate in the research, 22 operators or managers representing 22 businesses formed the sample of the research. Since it is recommended to have a sample size of at least 15 for qualitative studies, the number of interviews for the research was deemed sufficient.

In the interviews with the participants; The strengths of Şile district in terms of gastronomic tourism are "closeness to Istanbul, sufficient number of restaurants, alternative transportation opportunities, being in the Marmara Region where foreign tourists are dense and having natural beauties", and weak points are "the absence of geographically marked products belonging to the region". and the lack of local food, the lack of regional dishes in the menus of the restaurants operating, the lack of tourism awareness of the local people and the existence of prejudice against tourists, the lack of sufficient quality service in restaurants, the lack of investment in gastronomy and the lack of qualified personnel in local restaurants.

Participants; the factors of "the proximity of Şile to Istanbul, its transportation facilities and ease, its natural beauty, the organization of alternative tourism activities and the opening of educational institutions for tourism" are the opportunities that Şile district has in terms of gastronomic tourism, "the natural beauty of the district cannot be preserved, population growth and crowding". emphasized that the factors such as "forgotten local dishes, not supporting tourism enterprises by local governments and lack of promotion" are the current and potential threats that Şile district has in terms of gastronomy tourism.

Within the framework of all these results, for the development of the gastronomic tourism of Şile;

- Local governments should provide incentives and studies to promote the region's local dishes and local products, include them in the menus of tourism establishments, and obtain geographical indications,
- Local people should be informed about tourism and contribute to tourism,
- Necessary training plans should be made in order to increase the qualifications of the personnel employed in the tourism enterprises operating in the region, and the importance of increasing the qualifications of the personnel by participating in these trainings should be made to the personnel,
- Investments in gastronomy activities and activities in the region should be planned, necessary trainings and consultancy should be given to tourism enterprises operators or managers in order to benefit from incentive programs,
- Protecting the natural beauties of the region, which is an attractive factor, within the scope of sustainable tourism,
- Carrying out the necessary studies to increase the quality and quantity of the tours that tour operators will organize in the region by turning the region's proximity to Istanbul and the opportunity and ease of transportation into an opportunity,
- Carrying out the necessary studies to increase the number of private and public institutions providing training for tourism in the region by local governments,
- Preventing the unplanned construction caused by population growth in the region,

can be recommended.