



## Burdur İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Swot Analizi ile Değerlendirilmesi (Evaluation of the Gastronomic Tourism Potential of Burdur Province By Swot Analysis)\*\*

\* Ümit SORMAZ <sup>a</sup> , Mustafa YILMAZ <sup>b</sup> , Esat ÖZATA <sup>c</sup> , Cemile BÜYÜKYILDIRIM <sup>d</sup> 

<sup>a</sup> Necmettin Erbakan University , Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Konya/Türkiye

<sup>b</sup> Karabuk University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Karabuk/Türkiye

<sup>c</sup> Beykent University, Faculty of Fine Arts, Department of Gastronomy and Culinary Arts, İstanbul/Türkiye

<sup>d</sup> Necmettin Erbakan University , Institute of Social Sciences, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Konya/Türkiye

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:27.02.2023

Kabul Tarihi:02.05.2023

### Anahtar Kelimeler

Turizm

Gastronomi turizmi

SWOT analizi

Burdur

### Keywords

Tourism

Gastronomy tourism

SWOT analysis

Burdur

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

### Öz

Bu araştırma; Burdur ilinin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditlerinin turizm sektörü temsilcileri ve turizm akademisyenlerinin görüşleri doğrultusunda değerlendirilmesini kapsamaktadır. Burdur ilinin sahip olduğu özellikler de göz önüne alınarak bölgenin gastronomi turizminin mevcut durumunun SWOT analiz ile ortaya çıkarılması ve ortaya çıkarılan mevcut durum geliştirilmesi ve iyileştirilmesine yönelik önerilerde bulunulması amaçlanmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılan çalışmada; Burdur ilinde faaliyet gösteren turizm işletmeleri temsilcileri ve turizm akademisyenlerinden araştırmaya katılmaya gönüllü toplam 24 katılımcı araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Katılımcılar ile yapılan görüşmelerde Burdur ilinin gastronomi turizmi açısından güçlü ve zayıf yönleri incelendiğinde; “turizm şehri olan Antalya iline yakın olması” en güçlü yönü olarak tespit edilirken, “turizm ile ilgili kurumlar arasında gerek koordinasyon gerekse işbirliği eksikliğinin olması” bölgenin en zayıf yönleri arasında yer almaktadır. Bölgenin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu fırsatlar ve tehditler incelendiğinde; “İle ait coğrafi işaret alabilecek çok sayıda yöresel yemeğin olması” en iyi fırsat olanağı olarak görülürken, “Burdur ilinin turizm imajının zayıf olması” olması en büyük tehdit unsuru olarak yer almaktadır.

### Abstract

This research; It includes the evaluation of tourism students' views, including the strengths and weaknesses, opportunities and threats of Burdur province in terms of gastronomy tourism. Considering the characteristics of Burdur province, the current difficulty of gastronomy tourism in the region is expected to emerge with SWOT analysis and the existing expansion and expansion options are not expected. One of the qualitative search methods, interview technique is used; It has created a total of 24 voluntary impacts based on tourism targets and hosted by tourism enterprises operating in the province of Burdur. The gastronomy of the province of Burdur in discussions with participants strengths and weaknesses are examined in terms of tourism; tourism “in the province of Antalya, which is close to the city to be “the most powerful aspect is identified as a “tourism-related to be a lack of coordination and cooperation between institutions”, is among the weakest aspects of the region. When the opportunities and threats that the region has in terms of gastronomic tourism are examined; While “having a large number of local dishes that can receive geographical indications” is considered the best opportunity, the fact that” the tourism image of Burdur province is weak” is the biggest threat factor.

\* Sorumlu Yazar

E-posta: usormaz@erbakan.edu.tr (Ü. Sormaz)

DOI: 10.21325/jotags.2023.1243

\*\*Bu çalışma 3th International Travel and Tourism Kongresinde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

## GİRİŞ

Ülkeler için önemli bir gelir kaynağı olan turizm (Kurtuluş vd., 2018) değişen, kendini yenileyen ve sürekli gelişen bir sektör durumuna gelmiştir (Durgun, 2007). 2000’li yılların başı ile beraber bireyler tarafından merak faktörünün etkisi ile turizm bireysel istek ve ihtiyaçlar doğrultusunda şekillenmeye başlamıştır (Yeşiltaş vd.,2009: Aksoy & Sezgi, 2015). Turizm kapsamında gerçekleştirilen tatiller sanat, spor, kültür, gastronomi gibi alanlarda deneyimler üzerinde gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Bu alanlardan biri olan gastronomi de bireyler için bir seyahat motivasyonu durumuna gelmiştir. Yerel mutfak kültürü zengin ve yoğun olan bölgeler, özellikle gastronomi turizmi çekiciliği ile turistlerin seyahat seçimlerinde etkili olmaktadır (Türk, 2021).

Mevcut durumların ortaya konulması, önceliklerin belirlenmesi, ilerlemenin ve gelişimin olabilmesini hedefleyen SWOT analizi (Ülgen & Mirze, 2007) ile amaç; “bölgenin sahip olduğu turizme bağımlı ve turizmden bağımsız arz potansiyelinin güçlü ve zayıf yönlerinin açıkça bilinmesi, analiz edilmesi, ülkenin hedeflerine uygun stratejinin seçilmesine yardımcı olmasıdır.” (Gökçe, 2006).

Bu çalışmada; Burdur ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilerek bölgede gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik önerilerde bulunulması amaçlanmıştır. Burdur ilinin gastronomi turizmine yönelik güçlü-zayıf yönlerinin belirlenmesi ve fırsat-tehdit unsurlarının belirlenerek ortaya konulması için SWOT analizi yöntemi tercih edilmiştir.

## Kavramsal Çerçeve

### Turizm Kavramı

Yaşanılan en eski hareketlilik olan turizm, ilk çağlardan 21.yüzyıla (günümüze) kadar varlığını sürdürmektedir (Weaver & Lawton, 2006). Turizm sözcüğü, Latince ‘Tornus’ sözcüğünden türemiş ve ‘dönme’ anlamına gelmektedir. İngilizce ‘tour’ ve ‘touring’ sözcükleri de Latince kökenden gelip, dairesel hareket, kısa veya uzun vadeli seyahat anlamlarına gelmektedir (Olalı, 1990: s, 4). Turizm kavramını belirleme amacı ile yapılan çalışmalar XIX. Yüzyılın sonlarına kadar uzanmaktadır (Kerimbekova, 2010).

Tarihi çağlar ile birlikte zaman zaman farklılıklar gösteren (Sert & İkiz, 2012) turizm kavramı dinlenme, görme ve eğlenme gibi amaçları içermesiyle birlikte bir bölgeye veya ülkeye turist çekmek için yapılan faaliyetlerdir (Türk Dil Kurumu, 2019). Turizm kavramı Usta (2016) ‘ya göre: ‘Turizm, sürekli yaşanan yer dışında, ticari kazanç dışı nedenlerle yapılan ve yirmi dört saati aşan veya en az bir gecelemeden oluşan geçici seyahat ve konaklamaların ortaya çıkardığı ekonomik ve sosyal nitelikli tüketim olay ve ilişkilerin bütünüdür’.

Ticaret, sağlık, din, macera gibi etkenler ile gelişme gösteren turizm, günümüzdeki haline ‘Endüstri Devrimi’ ile kavuşmuştur (Kahraman & Türkay, 2014). Ulaşım olanaklarının sanayi devrimi ile birlikte gelişme göstermesi ile turizm bir rekreasyon faaliyeti haline dönüşmüştür (Özçelik, 2012). Ülkeler turistik bölgelerin mevcut potansiyelini arttırmak için belirli turistik ürünlerini veya bölgenin çeşitli kültürel özelliklerini ön plana çıkartmaktadırlar (Yazıcıoğlu vd., 2019). 21.yüzyılda, turizm dinamik bir sektördür, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde ekonomik faaliyetler ve ürünlerin önemi büyüktür (Gerami & Hosseini, 2021).

## Burdur İli ve Turizm

Burdur ili, bulunduğu coğrafi konumunun verdiği doğal güzellikleri, kültürel değerleri, antik kentleri ve Türk-İslam kültürünü yansıtan eserleriyle, ülkemizin kültür ve turizm şehirlerindedir (Burdur Valiliği, 2022). Tarihi devirler boyunca pek çok uygarlığa ev sahipliği yapan Burdur ili (Solmaz, 2014), iklimi ve doğal unsurları ile bir geçit durumunda olan Burdur Orta Anadolu, Ege ve Batı Akdeniz bölgelerini birbirine bağlamaktadır (Ongun vd., 2015). Burdur İline Antik dönemde “Pisidia”, coğrafi olarak “Göller Bölgesi” ve kültürel olarak da “Teke Bölgesi” olarak çeşitli şekillerde isimlendirilmiştir (Tanır, 2011).

Zengin bir coğrafi çeşitliliği ve tarihi bir geçmişe sahip olan Burdur, birçok turizm çeşitliliği için uygun bir ildir. Kültür turizmi başta olmak üzere, tarih turizmi, tarım ve çiftlik turizmi, mağara turizmi, kırsal turizm, kış turizmi, kuş gözlemciliği gibi pek çok turizm çeşitliliğine sahiptir (Kılınç & Kılınç, 2019).

Burdur ilinin güçlü turizm çeşitlerinden olan tarih turizmi kapsamında il içerisinde yer alan Hacılar, Kuruçay ve Höyücek höyükleri ile özellikle Sagalassos ve Kibyra antik kentleri ön plana çıkmaktadır (Tanır, 2011). Sagalassos Arkeolojik alanı 2009 yılında UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi’ne eklenerek koruma altına alınmış bir alan olmakla birlikte Burdur ilinin önemli turizm değerlerinden birisidir (UNESCO, 2022). Burdur ilinin sahip olduğu doğal değerler arasında yer alan İnsuyu mağarası 1965 yılında turizm amaçlı görsel kullanıma açılan ilk mağara olma özelliğine sahiptir (Gürdal, 2005). Bu alan Kültür ve Turizm Bakanlığı kararı (1976) ile I. derece Doğal Sit Alanı olarak tescil edilmiştir (Türkiye Kültür Portalı, 2007).

Kırsal turizm; kırsal yöreleri ziyaret ederek, bu yörelerde yer alan köylerde veya çiftliklerde geçici konaklama yaparak, yörenin doğal yapısına uygun yerleri ziyaret ederek buralarda yetiştirilen ürünleri tadıp, yöreye uygun faaliyetleri gerçekleştirmeyi hedeflemektedir (Morgül, 2006; Akça, 2004). Burdur ili kırsal turizm için tercih edilen bölgeler içerisinde yer almaktadır. Yörük yaşantısının sosyo-kültürel değerleri, yemek kültürü, hayvancılık faaliyetleri gibi farklı kırsal turizm unsurlarına sahiptir (Akça, 2005).

Turistin tatil süresince yerel ve kültürel tatları deneyimlemesi gastronomi turizmi çerçevesinde değerlendirilmektedir (Çalışkan, 2013). Turizm olayında önemli unsurlardan birisi yemek kültürüdür. Burdur iline gelen turistlere İle ait gastronomi unsurları olarak Burdur şiş köftesi ve ceviz ezmesi sunulmaktadır (İnanır vd., 2015). Burdur iline ait gastronomik unsurlardan Bucak Salebi, ceviz ezmesi, Burdur Şiş köftesi, Karamanlı cevizi, Karamanlı kişnişi, Karamanlı rezenesi, Melli inciri, Tefenni rezenesi olmak üzere 8 ürün Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından tescillenerek coğrafi işaret ile koruma altına alınmıştır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2018).

## Swot Analizi

İşletmenin bir bütün halinde bulunduğu durumun incelenmesini içeren (Dinçer,1994) stratejik planlama içinde yaygın bir araç olarak kullanılan (Phadermroda vd., 2019) SWOT analizi; basitliği ve akılda kalıcı kısaltması ile alternatifleri ve karmaşık karar durumlarını değerlendirmek için kullanılmaktadır (Helms & Nixon, 2010). Glaister ve Falshaw (1999)’a göre SWOT analizi stratejik planlamada yaygın kullanılan araçlarından birisidir. Karar vermede kısa vadeyi veya uzun vadeyi belirlemek için bir strateji seçme yöntemidir (Gerami & Hosseini, 2021).

SWOT analizi: üstünlük, zayıflık, fırsat ve tehditleri ifade etmektedir. SWOT ‘un dört harfi sırasıyla S (strengths) güçlü yönler, W (weaknesses) zayıf yönler, O (opportunities) fırsatlar ve T (threats) tehdit anlamlarına gelmektedir (Yan & Wang, 2021). SWOT Analizi, bir analiz tekniği olarak bir organizasyonun iç ve dış çevresinin analiz

edilmesine olanak sağlar (Erol, 2019). İç faktörler, bir kümenin, bir bölgenin veya öznenin zayıf yönleri (W) ve güçlü yönleri (L) ile ilgilidir ve dış faktörler, bir bölgenin veya sistemin fırsatları (O) ve tehditleri (T) ile ilgilidir (Khayyati & Nourani, 2015).

SWOT analizinin iki yararı bulunmaktadır. İlk olarak bu analiz ile mevcut durum tespit edilerek güçlü ve zayıf yönler ile birlikte karşı karşıya bulunulan fırsatlar ve tehdit unsurları belirlenmektedir. Bu yönü ile SWOT analizi “Mevcut Durum Analizi”dir. Fırsat ve tehdit unsurlarını ortaya kuduğu için geleceğe dair durum tespiti ve tahmini ile de “Gelecek Durum Analizi”dir. (Aktan, 1999).

Dış fırsatların ve tehditlerin analizinin amacı, bir işletmenin dalgalanan fiyatlar, siyasi istikrarsızlık, sosyal geçiş, hukukun üstünlüğünde değişiklik vb. gibi kontrol edilemeyen bir dış çevreyle karşı karşıya kaldığında fırsatları yakalayıp yakalayamayacağını ve tehditlerden kaçınıp kaçınamayacağını değerlendirmektir. Güçlü ve zayıf yönlerin analizinin amacı, bir işletmenin yönetim, iş verimliliği, araştırma ve geliştirme vb. gibi çalışmaların nasıl gerçekleştirdiğini değerlendirmektir (Chang & Huang, 2006).

SWOT analizi tekniği, son zamanlarda turizm araştırmalarında kullanılan bir yöntemdir. Bu çalışmalardan; ekoturizm (Hosseini vd., 2021; Swangjang & Kornpiphat, 2021; Heshmati vd., 2022), helal turizm (Dahruji vd., 2022; Napitupulu vd., 2022; Valeriani vd., 2020), gastronomi turizmi (Achmad vd., 2021; Akturfan vd., 2022; Rizkiyah vd., 2022), kırsal turizm (Krasavac vd., 2018; Mustika & Aditya, 2018; Zhao vd., 2021), sağlık turizm (Aksu & Bayar, 2019; Kılıçarslan, 2019; Büyüközkan vd., 2021), spor turizmi (Naghbi vd., 2018; Ruiqin & Jingwen, 2020; Shao & Sun, 2020), sürdürülebilir turizm (Hossain & Khanal, 2020; Navarro-Martínez vd., 2020; Wijaya vd., 2020) gibi farklı turizm alanlarında yürütülen çalışmalar örnek olarak gösterilebilir. Bu çalışmalar, bazı alanlarda turizmin fizibilitesini doğrulamaktan turizm yapılarını değerlendirmeye kadar stratejik planlamanın gelişimini araştırmaktadır (Cintra vd., 2022).

## **Yöntem**

### **Araştırmanın Amacı ve Modeli**

Araştırma; Burdur ilinde faaliyet gösteren turizm işletmeleri ve yiyecek ve içecek işletmeleri yöneticileri ile Burdur ilinde görev yapan ve uzmanlık alanı turizm olan akademisyenler açısından Burdur ili gastronomi turizminin mevcut durumunun incelenmesi, Burdur ilinin sahip olduğu güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehdit unsurlarını ortaya koyarak Burdur ilinin gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik önerilerin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında; Burdur ilinde faaliyet gösteren yiyecek ve içecek işletmeleri ile turizm işletmeleri yöneticilerinin ve Burdur ilinde görev yapan ve uzmanlık alanı turizm olan akademisyenlerin görüşlerinin incelenmesi gerektiği için nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmıştır.

### **Araştırmanın Evren ve Örneklemi**

Araştırmanın evrenini; Burdur ili genelinde faaliyet gösteren turizm işletmeleri ve yiyecek ve içecek işletmeleri yöneticileri ile Burdur ili genelinde görevli turizm alanı akademisyenleri oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise; kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak araştırmacıların ulaşabildiği Burdur il merkezinde faaliyet gösteren turizm işletmeleri ve yiyecek ve içecek işletmeleri yöneticilerinden araştırmaya katılmaya gönüllü olup yüzyüze görüşmeyi kabul eden 18 yönetici ile Burdur il merkezinde bulunan akademik birimlerde görevli turizm alanı akademisyenlerinden araştırmaya katılmaya gönüllü olup yüzyüze görüşmeyi kabul eden 6 turizm akademisyeni

olmak üzere toplam 24 katılımcıdan oluşmaktadır. Nitel çalışmalar için örneklem büyüklüğünün en az 15 olması tavsiye edildiğinden (Mason, 2010) araştırma için yapılan görüşme sayısı yeterli görülmüştür.

### Veri Toplama Aracı ve Teknikleri

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen görüşmeler; daha önceki benzer çalışmalarda (Sormaz vd., 2020; Çelebi ve Sormaz, 2021) uygulanmış sorulardan hazırlanmış yarı yapılandırılmış görüşme formu şeklinde araştırmacılar tarafından yüzyüze uygulanmıştır.

### Geçerlilik ve Güvenilirlik

Araştırma kapsamında gönüllü katılımcılara yöneltilen yarı yapılandırılmış görüşme formunda yer alan soruların güvenilirlik testi sonucuna göre Cronbach Alfa katsayı değeri Tablo 1’de verilmiştir.

**Tablo 1.** Güvenilirlik Değerleri

Bölüm	Soru Sayısı	Cronbach Alfa
İşletme bilgileri	5	0.634
Faaliyet bilgileri	4	0.837
İşletmelerin menülerinde coğrafi işaret almayan gastronomik ürünler	4	0.680

Cronbach Alfa katsayı değerinin 0,600 üzerinde olması ölçeğin güvenilir düzeyde olduğunun göstergesidir (Ural & Kılıç, 2006). Araştırmada kullanılan ölçeğin Cronbach Alfa katsayı değerlerinin >0,600 olduğu bulgulanmıştır.

### Verilerin Değerlendirilmesi

Ulaşılan verilerin değerlendirilmesinde; demografik veriler için “frequence”, SWOT analizi sorularının değerlendirilmesi için “içerik analizi” tekniği kullanılmıştır. Elde edilen veriler ve katılımcı görüşleri doğrultusunda öneriler şeklinde sunulmuştur.

### Bulgular

Katılımcılara ait demografik bilgiler tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo 2.** Demografik Bilgiler

	n	%
<b>Cinsiyet</b>		
Kadın	9	37.5
Erkek	15	62.5
<b>Yaş</b>		
18-30 yaş	7	29.2
31-45 yaş	11	45.8
46-60 yaş	5	20.8
61 yaş ve üstü	1	4.2
<b>Eğitim</b>		
İlköğretim	1	4.2
Ortaöğretim	4	16.7
Önlisans	6	25.0
Lisans	10	41.7
Lisansüstü	3	12.4
<b>TOPLAM</b>	<b>24</b>	<b>100.0</b>

Araştırmaya gönüllü olarak katılım sağlamış işletme yönetici ve turizm alanı akademisyenlerine ait demografik bilgiler incelendiğinde; katılımcıların %62.5'inin erkek ve %37.5'inin kadın, %45.8'inin 31-45 yaş aralığında oldukları ve %41.7'sinin lisans mezuniyetlerinin oldukları tespit edilmiştir (Tablo 2).

Katılımcılara ait mesleki bilgiler tablo 3'te verilmiştir.

**Tablo 3.** Mesleki Bilgiler

	N	%
<b>Mesleki Eğitim Düzeyleri</b>		
Mesleki diploma	11	45.8
Ustalık yada kalfalık belgesi	7	29.2
Mesleki kurs bitirme belgesi	4	16.7
Herhangi bir belgesi yok	2	8.3
<b>İşletmedeki Pozisyonu</b>		
İşletme sahibi	3	12.4
İşletme yöneticisi	15	62.6
Turizm akademisyeni	6	25.0
<b>Turizm Sektöründe Çalışma Süresi</b>		
5 yıldan daha az	1	4.2
6-10 yıl	2	8.3
11-20 yıl	13	54.3
21-30 yıl	5	20.8
31 yıl ve daha fazla	3	12.4
<b>TOPLAM</b>	<b>24</b>	<b>100.0</b>

Katılımcıların mesleki bilgileri değerlendirildiğinde; %45.8'inin mesleki bir diploması olduğu, %62.6'sının işletmelerde yönetici olarak görev yaptığı, %54.3'ünün turizm sektöründe 11-20 yıl arasında çalışmaktadır (Tablo 3).

Burdur ilinin gastronomi turizmi bakımından sahip olduğu güçlü yönler incelendiğinde; turizm şehri olan Antalya iline yakın olması (95.8), bozulmamış doğal kaynaklar ve doğal güzelliklere sahip olması (%83.3), ilde turizm alanında eğitim veren turizm lisesi, meslek yüksek okulu ve turizm yüksek okulunun olması (%79.2), ilin zengin tarım arazileri ve tarım ürünleri çeşitliliği (%66.7), güçlü bir tarih ve kültürel mirasa sahip olması (%54.2), yörük mutfağı, akdeniz mutfağı gibi mutfak çeşitliliğinin olması (%37.5) şeklinde sıralanmaktadır (Tablo 4).

Burdur ilinin gastronomi turizmi bakımından sahip olduğu zayıf yönleri incelendiğinde ise; turizm ile ilgili kurumlar arasında gerek koordinasyon gerekse işbirliği eksikliğinin olması (%87.5), ilin gastronomi turizmini geliştirmeye yönelik master planının olmaması (%83.3), yöresel yemeklerin coğrafi işaret almaması (%75.0), yöresel restoran sayısının eksikliği ve niteliğinin yetersizliği (%62.5), turizm alanında sivil toplum kuruluşlarının eksikliği (%58.3), gastronomi alanında yeterli nicelik ve nitelikte festival, yarışma gibi etkinliklerin düzenlenmemesi (%45.8), bölgenin gastronomi tanıtımının yeterli ve nitelikli şekilde yapılmaması (%41.7) şeklinde sıralanmaktadır (Tablo 4).

**Tablo 4.** Burdur İli Gastronomi Turizminin Güçlü ve Zayıf Yönleri

<b>Güçlü Yönleri</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>Zayıf Yönleri</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
1. Turizm şehri Antalya iline yakın olması	23	95.8	1. Turizm ile ilgili kurumlar arasında gerek koordinasyon gerekse işbirliği eksikliğinin olması	21	87.5
2. Doğal kaynaklar ve doğal güzelliklere sahip olması nedeniyle cazibe merkezi olması	20	83.3	2.İlin gastronomi turizmini geliştirmeye yönelik master planının olmaması	20	83.3
3. İl genelinde turizm lisesi, meslek yüksek okulu ve turizm yüksek okulunun bulunması	19	79.2	3. Yöresel yemeklerin coğrafi işaret almaması	18	75.0
4. Burdur ilinin zengin tarım arazileri ve tarım ürünleri çeşitliliği	16	66.7	4. Yöresel restoran sayısının eksikliği ve niteliğinin yetersizliği	15	62.5
5. Güçlü bir tarih ve kültürel mirasa sahip olması nedeniyle cazibe merkezi olması	13	54.2	5. Turizm alanında sivil toplum kuruluşlarının nicelik ve nitelik yetersizliği	14	58.3
6. Yörük mutfağı, akdeniz mutfağı gibi mutfak çeşitliliğinin olması	9	37.5	6. Gastronomi alanında yeterli nicelik ve nitelikte festival, yarışma gibi etkinliklerin düzenlenmemesi	11	45.8
			7. Bölgenin gastronomi tanıtımının yeterli ve nitelikli şekilde yapılmaması	10	41.7

Katılımcılar tarafından; Burdur ilinin Akdeniz bölgesinde bir turizm şehri olan Antalya iline yakın olması ve Antalya'dan yerli ve yabancı turistlerin Burdur ilini ziyaretlerini kolaylaştırmaktadır. Ayrıca, ilin sahip olduğu kanyonları (Serençay, Karanlıkdere gibi), yaylaları (Akdağ, Kırkpınar, Aziziye gibi), gölleri (Salda, Burdur, Gölhisar gibi), mağaraları (İnsuyu, Sefer Yitiği gibi) gibi bozulmamış doğal kaynaklarıdır. Bunlarla birlikte doğal güzelliklerini ve Sagalassos, Kibyra, Kremna gibi antik kentlerini ziyaret edebilme imkanlarının olması ili turistler için önemli bir destinasyon haline getirmektedir. Burdur ilinin söz konusu bozulmamış doğal kaynaklar ve doğal güzellikleri ile güçlü tarihi eserleri ile bu tarihi yapıdan gelen kültürel mirasa sahip olması bölgeye yerli ve yabancı turistler için cazibe merkezi haline getirmektedir.

İl genelinde turizm alanında eğitim veren kurumların müfredatlarında Burdur yöresel mutfak dersinin yer verilmesi ya da yöresel mutfak derslerinde Burdur ili yöresel yemeklerinin öğretiliyor olması ile turizm eğitimi alan öğrencilerin staj ya da işbaşında eğitim gibi uygulama eğitimi için gittikleri turizm işletmelerinde Burdur ili yöresel yemeklerini yerli ve yabancı turistlere sunarak tanıtımının yapılmasını sağlamaktadır. Ancak, il genelinde turizm alanında çalışan kurumlar arasında koordinasyon ve işbirliğinin aktif ve etkin bir şekilde olmaması ise il gastronomi turizmi açısından zayıf yön olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca, Burdur ilinin gastronomi turizmini geliştirmeye yönelik herhangi bir arge çalışmasının olmaması nedeniyle yeterli sayıda ve nitelikte gastronomi etkinliği düzenlenememiş, gerçekleştirilen gastronomi etkinlikleri plansız yürütülmüş, beklenen ilgi ve başarıyı yakalayamadığından zayıf yön olarak bildirilmiştir.

Günümüz turizm sektöründe, destinasyon tercihi yöresel yemekler önemli yer tutmaktadır. Bu yemekler söz konusu destinasyonda faaliyet gösteren restoranların menülerinde yer almakla birlikte coğrafi işaret olarak daha önemli bir hale gelebilmektedir. Ancak, Burdur ilinin coğrafi işaret almış yöresel yemek sayısının çok az olması, il genelinde yöresel yemek sunan restoran sayısının yetersiz olması bölge yöresel yemeklerinin tanıtımını olumsuz etkilediğinden zayıf yön olarak bildirilmiştir. Ayrıca, Burdur ilinde turizm ve aşçılık üzerine sivil toplum kuruluşlarının nicelik ve nitelik açısından yetersiz olması bölge gastronomi turizminin zayıf yönleri olarak bildirilmiştir.

Burdur ilinin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu fırsatlar değerlendirildiğinde; ile ait coğrafi işaret alabilecek çok sayıda yöresel yemeğin olması (%87.5), Burdur ilinin coğrafi konumu ve iklimi itibariyle gastronomi de kullanılabilir çok sayıda yenilebilen ot ve bitkiye sahip olması (%83.3), ilde turizm ve gastronomi alanında eğitim veren kurumların il gastronomisini ilerletmeye yönelik geliştirebilecekleri projeler (%70.8), Burdur ilinde alternatif turizm fırsatlarının olması (%66.7) ve bölge halkının misafirperver olması (%54.2) şeklinde sıralanmaktadır (Tablo 5).

Burdur ilinin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu tehditler değerlendirildiğinde; Burdur ilinin turizm imajının zayıf olması (%83.3), Burdur şiş (Burdur iline ait bir et yemeği) dışında ile ait yöresel yemeklerin servis edildiği bir restoranın olmaması (%79.2), havaalanı, kıyı bölgeleri gibi ulaşım araçlarına olan uzaklığı (%66.7), turizm işletmelerinin nicelik ve nitelik olarak yetersiz olması (%58.3), turizm sektörü çalışan ve yöneticilerin ile turizm paydaşlarının vizyon yetersizliği (%45.8) ve misafirlerin istek ve ihtiyaçlarında ki değişimler (%37.5) şeklinde sıralanmaktadır (Tablo 5).

**Tablo 5.** Burdur İlinin Gastronomi Turizmi Açısından Fırsatları ve Tehditleri

Fırsatlar	N	%	Tehditler	n	%
1. Coğrafi işaret alabilecek çok sayıda yöresel yemeğin olması	21	87.5	1. İlin turizm imajının zayıf olması	20	83.3
2. Burdur ilinin coğrafi konumu ve iklimi itibariyle gastronomi de kullanılabilir çok sayıda yenilebilen ot ve bitkiye sahip olması	20	83.3	2. Burdur şiş dışında ile ait yöresel yemeklerin servis edildiği restoran olmaması	19	79.2
3. İlde turizm ve gastronomi alanında eğitim veren kurumların il gastronomisini geliştirmeye yönelik geliştirebilecekleri projeler	17	70.8	3. Havaalanı, kıyı bölgeleri vb. uzaklığı	16	66.7
4. Alternatif turizm faaliyetleri	16	66.7	4. Turizm işletmelerinin nicelik ve nitelik olarak yetersiz olması	14	58.3
5. Bölge halkının misafirperver olması	13	54.2	5. Turizm sektörü çalışan ve yöneticileri ile turizm paydaşlarının vizyon eksikliği	11	45.8
			6. Misafirlerin istek ve ihtiyaçlarındaki değişim	9	37.5

Katılımcılar tarafından; Burdur ili halkının misafirperver olması ve evlerde halen hazırlanmakta olan çok sayıda yöresel yemeğe sahip olduğu ve yapılacak yerel araştırmalar ile bu yemeklerin tekrar hazırlanmaya devam edilebileceği, hatta unutulmaya yüz tutmuş olan yöresel yemeklerin kayıt altına alınmasının mümkün olabileceği vurgulanmıştır. Söz konusu bu yöresel yemekler için coğrafi işaret alınması ile yöresel yemeklerin tescili ile tanıtımı sağlanmış olacak ve gastronomi turizminin gelişiminde fırsat olabilecektir. Ayrıca, Burdur ilinde yürütülen kış turizmi, inanç turizmi, mağara turizmi, av turizmi, yayla turizmi gibi diğer alternatif turizm faaliyetleri de Burdur ilinin gastronomi turizminin gelişmesinde ki fırsatlar olarak belirtilmiştir.

## Sonuç ve Öneriler

Yerel kültürler için bir tanıtım aracı, bütünleyici parça, kalkınmada önemli bir unsur gibi bir çok etmeni bünyesinde barındıran gastronomi turizmi (Baş, 2022) ile bölgelerin sahip olduğu gastronomik ürünlerin tanıtımı sağlanmakta, bölgenin turizm açısından sürdürülebilirliği sağlanmakta, ekonomik ve sosyal gelişim açısından bir değer zincirinin oluşturulması sağlanmaktadır (Soner, 2013: s. 12). Gastronomi turizmi sayesinde, turist ve bölge halkı arasında bir iletişim sağlanmakta ve dolayısıyla bu yol ile duygusal bir bağ kurulmaktadır. Turistler deneyimledikleri yöresel lezzetler ile daha sonra o bölgeyi anımsadıklarından destinasyon imajı üzerinde de olumlu



etkilere sahiptir. Yöre halkı, gastronomi turizmi kapsamında sektörde çalışma imkanı yakalayabildiğinden gastronomi turizminin ekonomik açıdan istihdam sağlayıcı bir etki oluşturup bölgenin kalkınmasına yardımcı olabilmektedir (Çavuş vd., 2018: s. 3047).

Araştırma kapsamında; Burdur ili gastronomi turizminin SWOT analizi değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda; Burdur ili gastronomi turizminin güçlü yönleri olarak turizm şehri olan Antalya iline yakın olması, bozulmamış doğal kaynaklar ve doğal güzelliklere sahip olması, ilde turizm alanında eğitim veren turizm lisesi, meslek yüksek okulu ve turizm yüksek okulunun olması, ilin zengin tarım arazileri ve tarım ürünleri çeşitliliği, güçlü bir tarih ve kültürel mirasa sahip olması, yöruk mutfağı, akdeniz mutfağı gibi mutfak çeşitliliğinin olması vurgulanırken, zayıf yönleri incelendiğinde ise; turizm ile ilgili kurumlar arasında gerek koordinasyon gerekse işbirliği eksikliğinin olması, ilin gastronomi turizmini geliştirmeye yönelik master planının olmaması, yöresel yemeklerin coğrafi işaret almaması, yöresel restoran sayısının eksikliği ve niteliğinin yetersizliği, turizm alanında sivil toplum kuruluşlarının eksikliği, gastronomi alanında yeterli nicelik ve nitelikte festival, yarışma gibi etkinliklerin düzenlenmemesi ve bölgenin gastronomi tanıtımının yeterli ve nitelikli şekilde yapılmaması tespit edilmiştir. Salim (2014), Vladi (2014), Bozkurt ve Altundaş (2017) ve Salam vd. (2018) yürüttükleri çalışmalarında; destinasyonun sahip olduğu doğal kaynaklar ve doğal güzelliklere ile tarihi zenginlikler destinasyonu cazibe merkezi haline getirdiği, Üzülmüş ve İştin (2021), destinasyonun zengin tarım arazilerine ve tarım ürünleri çeşitliliğine sahip olması destinasyonun güçlü yönlerinden biri olarak belirtirken, destinasyonun mutfak çeşitliliğinin olmasını da destinasyonun güçlü yönlerinden biri olarak belirtilmektedir.

Burdur ilinin coğrafi konumu ve iklimi itibarıyla gastronomi de kullanılabilir çok sayıda yenilebilir ot ve bitkiye sahip olması fırsatlar arasında yer almaktadır. Burdur ilinde çok sayıda bitkinin bulunduğu ve bunların daha çok tıbbi ve aromatik amaçlı kullanıldığı belirlenmiştir (Özçelik & Balabanlı, 2005). Ayrıca, ile ait coğrafi işaret alabilecek çok sayıda yöresel yemeğin olması, ilde turizm ve gastronomi alanında eğitim veren kurumların il gastronomisini geliştirmeye yönelik geliştirebilecekleri projeler, Burdur ilinde alternatif turizm fırsatlarının olması ve bölge halkının misafirperver olması Burdur ilinin gastronomi turizminin geliştirilmesinde diğer fırsatlar olarak değerlendirilmiştir. Tehditler de ise; Burdur ilinin turizm imajının zayıf olduğu, Burdur şif dışında ile ait yöresel yemeklerin servis edildiği bir restoranın olmadığı, havaalanı, kıyı bölgeleri gibi ulaşım araçlarına uzak olması, ilde faaliyet gösteren turizm işletmelerinin nicelik ve nitelik olarak yetersiz olması, turizm sektörü çalışan ve yöneticilerin ile turizm paydaşlarının vizyon yetersizliği ve misafirlerin istek ve ihtiyaçlarında ki değişimler olarak sıralanmıştır.

Araştırma sonucunda; öncelikli olarak araştırma kapsamında elde edilen sonuçlar ve gelecekte yapılacak benzer çalışmaların sonuçları Burdur ilinde turizme yön veren tüm paydaşların ortak katılımları ile oluşturulacak komisyonlarca değerlendirilerek gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik master planı hazırlanmalıdır. Bu plan çerçevesinde; yeterli finansman sağlanarak gerekli tedbirler alınmalı ve girişimlerde bulunulmalıdır. Burdur ili gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik bilimsel ve sektörel tüm adımların oluşturulacak komisyonlarca oluşturulan master plan çerçevesinde gerçekleştirilmesi önerilmektedir.

## **Beyan**

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

**KAYNAKÇA**

- Achmad, N., Sholahuddin, M., Murwanti, S. & Nugroho, S. P. (2021). Determining swot of culinary tourism in south square of Surakarta palace. *International Journal of Business, Economics & Management*, 4(2), 427-432.
- Akça, H. (2004). Dünyada ve Türkiye’de Kırsal Turizm. *Ekonomik ve Teknik Dergi Standard*,43 (513), (61-70).
- Akça, H. (2005, Kasım). Burdur İlinin Kırsal Turizm Potansiyeli ve Değerlendirilmesi. I. Burdur Sempozyumu Bildiriler Kitabı 1, Burdur.
- Aksoy, M. & Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Aksu, A. & Bayar, K. (2019). Development of Health Tourism in Turkey: SWOT Analysis of Antalya Province. *Journal of Tourism Management Research*, 6(2), 134-154.
- Aktan, C.C. (1999). 2000’li Yıllarda Yeni Yönetim Teknikleri. İstanbul: Simge Ofis Matbaacılık.
- Akturfan, M., Çımar, Z. & Özata, E. (2022). Karaman İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi. *GastroMedia Journal*, 1(1), 19-29.
- Baş, M. (2022). Gastronomi Turizminde Moleküler Mutfak Tekniklerinin Değerlendirilmesi, (Yüksek Lisans Tezi). Gaziantep Üniversitesi.
- Bozkurt, Ö. & Altundaş, Y. (2017). Swot Analysis for Determining the Tourism Potentials of Certain Regions: Akçakoca. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 89-99.
- Burdur Valiliği (2022). Kültür ve Turizm Şehri Burdur. 27 Temmuz tarihinde <http://www.burdur.gov.tr/kultur-ve-turizm-sehri-burdur> adresinden alındı.
- Büyüközkan, G., Mukul, E. & Kongar, E. (2021). Health tourism strategy selection via SWOT analysis and integrated hesitant fuzzy linguistic AHP-MABAC approach. *Socio-Economic Planning Sciences*, 74, 100929.
- Chang, H. & Huang, W. (2006). Application of a quantification SWOT Analytical Method, *Mathematical and Computer Modelling*. 43(1-2), 158-169.
- Cintra, R. F., Cruz, M. S. Y., Kochi, T. G. & Ribeiro, I. (2022). Análise SWOT na Perspectiva do Cliente de Empresa de Serviço. *Ágora: revista de divulgação científica*, 27, 95-116.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.
- Çavuş, A., Işık, M. F. & Yalçın, C. (2018). Gastronomi Turizmi Çekiciliği Açısından Zigana Yöresi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(Özel Sayı 3), 3071-3085.
- 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*, 1(1), 20-30.
- Dahruji, D., Mashudi, M. & Arisandi, B. (2022). Swot Analysis of Bukit Jaddih for Halal Tourism Village Destination in Bangkalan Regency. *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman*, 8(1), 130-148.
- Diñer, Ö. (1994). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*. İstanbul: Beta Basım Yayım.

- Durgun, A. (2007). Isparta Turizminin SWOT Analizi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 3(5),93-109.
- Erol, Y. (2019). Stratejik Yönetimde SWOT Analizi ve Bir İşletmede Uygulanması. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gerami, F. & Hosseini, S.Z. (2021). Planning for Sustainable Tourism Development using SWOT Analysis – Case Study: Pasargad Region – Fars, Iran. Athens Journal of Tourism. 8(1), 43-54.
- Glaister, K.W. & Falshaw, J.R. (1999). Strategic Planning: Still Going Strong? Long Range Planning. American Journal of Industrial and Business Management, 32(1), 107-116.
- Gökçe, F. (2006). Yerel Destinasyonlarda Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi de SWOT( FÜTZ) Analizi Tekniği, Mustafa Kemal Üniversitesi,(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)
- Gürdal, M. (2005), “Burdur İlinin Turizm Potansiyelinin Tanıtımı ve Turizm Amaçlı Kullanımına Yönelik Sorunları ve Çözüm Önerileri (Göller Yöresinin Doğa, Tarih ve Kültür Kenti: Burdur)”, I. Burdur Sempozyumu,16-19 Kasım, Burdur, Bildiriler Cilt I, (550-557).
- Helms, M. M. & Nixon, J. (2010). Exploring SWOT analysis – where are we now? A review of academic research from the last decade. Journal of Strategy and Management, 3(3), 215-251.
- Heshmati, M., Gheitury, M. & Shadfar, S. (2022). Factors affecting possibility of ecotourism development and sustaining natural resources using SWOT approach in west Iran. International Journal of Geoheritage and Parks, 10(2), 173-183.
- Hossain, M. I. & Khanal, B. P. (2020). SWOT Analysis of Forest Protected Area Based Sustainable Tourism Development: A Case Study in the Lawachara National Park, Bangladesh. Journal of Tourism and Hospitality Education, 10, 71-89.
- Hosseini, S. M., Paydar, M. M. & Triki, C. (2021). Implementing Sustainable Ecotourism in Lafour Region, Iran: Applying a Clustering Method Based on SWOT analysis. Journal of Cleaner Production, 329, 129716.
- İnanır, A. Biçer, C. & İnel, M. (2015). Burdur ili'nin yardımcı destinasyon olarak incelenmesi ve destinasyon yönetim örgüt modelinin geliştirilmesi. I. Teke Yöresi Sempozyumu Bildiriler Kitabı. Cilt I. 04-06 Mart 2015, Burdur, 331-338.
- Kahraman, N. & Türkay, O. (2014). Turizm ve Çevre. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kerimbekova, A. (2010). Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikası ve Kazakistan Burabay Turizm Bölgesi ile İlgili Bir Uygulama (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Khayyati E. & Nourani, S. (2015) Strategic planning for tourism development using SWOT model case study: Borjlou tourist village in Ardebil. Semantic Scholar,12– 21.
- Kılıçarslan, M. (2019). Swot Analysis of Health Tourism in Turkey. Electronic Journal of Social Sciences, 18(71).
- Kılınç, U. & Kılınç, O. (2019). Turizm, Burdur İl Gelişim Planı ve Gelişim Stratejileri. Ankara: Detay yayıncılık.

- Krasavac, B. C., Radosavljević, K. & Bradić-Martinović, A. (2018). SWOT Analysis of the Rural Tourism as a Channel of Marketing for Agricultural Products in Serbia. *Економика пољопривреде*, 65(4), 1573-1584.
- Kurtuluş, S. A., Gün, İ. & Aslan, Ö. (2018). Bütünleşik Swot-Ahp Analizi: Türkiye Sağlık Turizmi Uygulaması. *International Social Sciences Journal*, 4(23), 4716-4730.
- Morgül, Ş. M. (2006). Trakya Bölgesinde Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesine İlişkin Analiz: Kırklareli Örneği. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Trakya Üniversitesi.
- Mustika, A. & Aditya, M. K. (2018, March). SWOT analysis of rural tourism development: case study of Kampung Tajur, Purwakarta. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 52, 19-28.
- Naghbi, S., Hakakzadeh, M. & Razaghi, M. E. (2018). Compilation of Iran Sport Tourism Strategy (SWOT). *International Journal of Sport Culture and Science*, 6(2), 182-190.
- Napitupulu, R. M., Lubis, D. S. & Silitonga, J. (2022). The Silima-Lima Waterfall's Potential as Halal Tourism: A SWOT Analysis. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 10(1), 99-126.
- 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.
- Olah, H. (1990). Turizm Politikası ve Planlaması. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.
- Ongun, U., Gövdere, B., & Kaygısız, A., (2015). Burdur İlinin Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi: Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(12), 99-116.
- Özçelik, H. (2012). Gelibolu-Waterloo Karşılaşması Yoluyla Türkiye'de Keder Turizmi Potansiyeli Analizi (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi.
- Özçelik, H. & Balabanlı, C. (2005). Burdur ilinin tıbbi ve aromatik bitkileri. I. Burdur Sempozyumu, 2, 1127-1136.
- Phadernroda, B., Crowder, R. M. & Wills, G.B. (2019). Importance-Performance Analysis based SWOT analysis. *International Journal of Information Management*, 44, 194-203.
- Rizkiyah, P., Iswati, R., Wijaya, S. R. & Badollahi, M. Z. (2022). Development Strategy of Local Snacks in Lombok Island as Culinary Tourism Products using Swot Analysis. *KnE Social Sciences*, 501-513.
- Ruiqin, Y. & Jingwen, L. (2020). SWOT Analysis and Countermeasure Research on the Development of Sports Tourism Resources in Qujing City. *Journal of Qujing Normal University*, 39(2), 71.
- Salam, F., Ingkadijaya, R., & Hermantoro, H. (2018). Strategies to Develop Sawahlunto Old City in West Sumatera as Tourism Destination. *TRJ Tourism Research Journal*, 2(2), 78-93.
- Salim, A. M. (2014). Winning In the Tourism Marketing: The Case of Zanzibar Tourism Destination in Tanzania. *International Journal of Innovation and Applied Studies*, 9(3), 1011.
- Sert, S. & İkiz Nalçacı, A. (2012). Turizmin Bilimsel Konumuna İlişkin Akademisyenlerin Tutumları Üzerine Bir Araştırma. 1. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, Antalya.

- Shao, Y. & Sun, Y. (2020). SWOT Analysis of Coastal Sports Tourism. *Journal of Coastal Research*, 112(SI), 103-105.
- Solmaz, C. (2014). Yerel Halkın Bölge Turizmine Bakış Açısının Belirlenmesi: Burdur’da Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(10), 91-105.
- Soner, F. (2013). *Gastronomy Tourism: A Solution For Small Cities Marketing And Regional Development*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yeditepe Üniversitesi.
- Sormaz, Ü., Madenci, A. B. & Yılmaz, M. (2020). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Konya İli Gastronomi Turizminin Swot Analizi ve Geliştirilmesine Yönelik Öneriler. *International Social Sciences Studies Journal*, 6(58), 1101-1108.
- Swangjang, K. & Kornpiphat, P. (2021). Does Ecotourism in a Mangrove Area at Klong Kone, Thailand, Conform to Sustainable Tourism? A Case Study Using SWOT and DPSIR. *Environment, Development and Sustainability*, 23(11), 15960-15985.
- Tanır, M. (2011). *Burdur İl Tanıtım Rehberi*. Ankara: Artbeşmedya.
- Türk Dil Kurumu. (2019). Turizm. 12 Temmuz tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı.
- Türk, O. (2021). Muş İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyeli ve Swot Analizi. *The Journal of International Social Research*, 14(77),1203-1213.
- Türkiye Kültür Portalı. (2007). İnsuyu Mağarası- Burdur. 25 Temmuz tarihinde <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/burdur/gezilecekyer/nsuyu-magarasi> adresinden 25.07.2022 adresinden alındı.
- UNESCO (2022). UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, Türkiye’nin UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesindeki Alanları. 25 Temmuz tarihinde <https://www.unesco.org.tr/Pages/125/122/UNESCO-D%C3%BCnya-Miras%C4%B1-Listesi> adresinden alındı.
- Ural, A. & Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Usta, Ö. (2016). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Ülgen, H. & Mirze, K. (2007). *İşletmelerde stratejik yönetim*. İstanbul: Arıkan Yayınları.
- Üzülmez, M. & İştin, A.E. (2021). Evaluation Of Osmaniye Province Gastronomy Tourism Potential By Swot Analysis, *The Journal of Academic Social Science*, 9(116), 88-110.
- Valeriani, D., Hidayati, M. Y. & Wulandari, A. (2020). Potential of Bangka Belitung Tourism Towards the World Halal Tourism Award Through Tourist Perception With SWOT Analysis. *Journal of Critical Reviews*, 7(6), 1093-1098.
- Vladi, E. (2014). Tourism Development Strategies, SWOT analysis and improvement of Albania’s image. *European Journal of Sustainable Development*, 3(1), 167-167.
- Weaver, D. & Lawton, L. (2006). *Tourism Management*. Avustralya: John WileyandSons.

- Wijaya, P., Kawiana, I., Suasih, N., Hartati, P. & Sumadi, N. (2020). SWOT and MICMAC Analysis to Determine the Development Strategy and Sustainability of the Bongkasa Pertiwi Tourism Village, Bali Province, Indonesia. *Decision Science Letters*, 9(3), 439-452.
- 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.
- Yazıcıoğlu, İ. Işın, A. & Yalçın, E. (2019). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi: Akdeniz Bölgesi Örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4),861-871.
- Yeşiltaş, M., Çeken, H. & Öztürk, İ. (2009). Karadeniz Bölgesindeki Turizm Olanaklarının Swot Analizi ile Değerlendirilmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(3), 250-270.
- Zhao, M., Zhou, J. & Mu, J. (2021). SWOT Research on the Development of Rural Tourism E-Commerce System under the Background of Big Data Era. *Mobile Information Systems*, 2021.

## **Evaluation of the Gastronomic Tourism Potential of Burdur Province By Swot Analysis**

**Ümit SORMAZ**

Necmettin Erbakan University, Faculty of Tourism, Konya/Türkiye

**Mustafa YILMAZ**

Karabuk University, Faculty of Tourism, Karabuk/Türkiye

**Esat ÖZATA**

Beykent University, Faculty of Fine Arts, İstanbul/Türkiye

**Cemile BÜYÜKYILDIRIM**

Necmettin Erbakan University , Institute of Social Sciences, Konya/Türkiye

### **Extended Summary**

This research; It includes the evaluation of tourism students' views, including the strengths and weaknesses, opportunities and threats of Burdur province in terms of gastronomy tourism. Considering the characteristics of Burdur province, the current difficulty of gastronomy tourism in the region is expected to emerge with SWOT analysis and the existing expansion and expansion options are not expected. One of the qualitative search methods, interview technique is used; It has created a total of 24 voluntary impacts based on tourism targets and hosted by tourism enterprises operating in the province of Burdur.

The gastronomy of the province of Burdur in discussions with participants strengths and weaknesses are examined in terms of tourism; tourism “in the province of Antalya, which is close to the city to be“ the most powerful aspect is identified as a “tourism-related to be a lack of coordination and cooperation between institutions”, is among the weakest aspects of the region. When the opportunities and threats that the region has in terms of gastronomic tourism are examined; While ”having a large number of local dishes that can receive geographical indications“ is considered the best opportunity, the fact that ”the tourism image of Burdur province is weak" is the biggest threat factor.

Tourism, which is an important source of income for countries (Kurtuluş et al., 2018) has become a changing, self-renewing and constantly developing sector (Durun, 2007). since the beginning of the 2000s, tourism has started to take shape in accordance with individual wishes and needs with the influence of the curiosity factor by individuals (Yeşiltaş et al.,2009: Aksoy & Sezgi, 2015).

SWOT analysis aims to identify current situations, determine priorities, and ensure progress and development (Ülgen & Mirze, 2007).

In this study; It is aimed to evaluate the gastronomic tourism potential of Burdur province by SWOT analysis and to make suggestions for the development of gastronomic tourism in the region.

Tourism, the oldest activity experienced, has been 21st since the early ages.it continues to exist until the present century (Weaver and Lawton, 2006). The word tourism is derived from the Latin word ‘Tornus’ and means ‘rotation’. English Latin words ‘tour’ and ‘touring’ also come from Latin origin and mean circular movement, short or long-term travel (Olalı, 1990:p.4).

Burdur province is one of the cultural and tourism cities of our country with its works reflecting the natural beauties, cultural values, ancient cities and Turkish-Islamic culture given by its geographical location (Burdur Governorship, 2022). Burdur Province was named as “Pisidia” in ancient times, “Lake Region” geographically and “Teke Region” culturally in various ways (Tanırrar, 2011).

The Sagalassos Archaeological site was added to the UNESCO World Heritage Tentative List in 2009 and is a protected area, but it is one of the important tourism values of Burdur province (UNESCO, 2022). The Insuyu cave, which is among the natural values of Burdur province, has the property of being the first cave opened for visual use for tourism purposes in 1965 (Gürdal, 2005). Dec.

Burdur shish meatballs and walnut paste are offered to tourists coming to Burdur province as gastronomic elements (Inanir et al., 2015). Bucak Salebi, walnut paste, Burdur Skewer meatballs, Karamanli walnut, Karamanli cilantro, Karamanli fennel, Melli fig, Tefenni fennel, which are among the gastronomic elements of Burdur province, 8 products have been registered by the Turkish Patent and Trademark Office and protected by geographical indication (Turkish Patent and Trademark Office, 2018).

It is used as a common tool in strategic planning, which involves the examination of the situation of the enterprise as a whole (Dinçer, 1994) (Phadermroda et al., 2019) SWOT analysis; with its simplicity and memorable abbreviation, it is used to evaluate alternatives and complex decision situations (Helms and Nixon, 2010). SWOT analysis: refers to superiority, weakness, opportunities and threats. The four letters of SWOT mean S (strengths) strengths, W (weaknesses) weaknesses, O (opportunities) opportunities and T (threats) threats respectively (Yan and Wang, 2021).

The research aims to examine the current state of gastronomic tourism in Burdur province from the point of view of tourism enterprises and food and beverage enterprises managers operating in Burdur province and academicians working in Burdur province whose specialty is tourism, to develop proposals for the development of gastronomic tourism in Burdur province by revealing the strengths and weaknesses of Burdur province, as well as the elements of opportunity and threat. Within the scope of the research; Since the opinions of the managers of food and beverage enterprises and tourism enterprises operating in Burdur province and academicians working in Burdur province and whose specialty is tourism should be examined, interview technique from qualitative research methods was used.

The universe of the research consists of managers of tourism enterprises and food and beverage enterprises operating throughout Burdur province, as well as academics in the field of tourism working throughout Burdur province. The sample of the research was applied to a total of 24 people using the easy sampling method.

Interviews conducted within the scope of the research; in previous similar studies (Sormaz et al., 2020; Çelebi & Sormaz, 2021) were applied face-to-face by the researchers in the form of a semi-structured interview form prepared from the applied questions.

In the evaluation of the data obtained; “frequency” technique was used for demographic data and “content analysis” technique was used for the evaluation of SWOT analysis questions. The data obtained and the opinions of the participants were presented in the form of suggestions.



When the demographic information of business managers and tourism academics who voluntarily participated in the research was examined, it was found that 62 December 5% of the participants were male and 37.5% female, 45.8% were between the ages of 31-45 and 41.7% were undergraduate graduates.

When the professional knowledge of the participants was evaluated; 45.8% of them had a professional diploma, 62.6% of them worked as managers in enterprises, 54.3% of them worked Decently in the tourism sector between 11 and 20 years.

When the strengths of Burdur province in terms of gastronomic tourism are examined; it is close to Antalya, which is a tourism city (95.8), it has pristine natural resources and natural beauties (83.3%), there is a tourism high school, vocational high school and a tourism high school in the province that provides education in the field of tourism (79.2%), the province has a rich variety of agricultural lands and agricultural products (66.7%), it has a strong historical and cultural heritage (54.2%), culinary diversity such as yöruk cuisine, mediterranean cuisine it is listed as being (37.5%).

When the weaknesses of Burdur province in terms of gastronomic tourism are examined, it is; lack of coordination and cooperation between tourism-related institutions (87.5%), lack of a master plan for developing the province's gastronomic tourism (83.3%), lack of geographical indication of local dishes (75.0%), lack of number and quality of local restaurants (62.5%), lack of non-governmental organizations in the field of tourism (58.3%), lack of organizing events such as festivals, competitions of sufficient quantity and quality in the field of gastronomy (45.8%), lack of gastronomy of the region, lack of geographical indication of local dishes (75.0%), lack of non-governmental organizations in the field of tourism (58.3%), lack of organizing events such as festivals, competitions of sufficient quantity and quality in the field of gastronomy (45.8%), lack of gastronomy of the region, lack of geographical indication of local restaurants, lack of geographical indication of local restaurants (62.5%), lack of local restaurants, lack of local restaurants, lack of local restaurants, lack of local restaurants, lack of local restaurants, lack of local restaurants, lack of local restaurants, lack of local restaurants, lack of local restaurants, lack of local restaurants Dec it is listed as not being promoted in an adequate and qualified way (41.7%).

Considering the opportunities that Burdur province has in terms of gastronomic tourism; the presence of a large number of local dishes that can receive geographical indications (87.5%), the geographical location and climate of Burdur province have a large number of edible herbs and plants that can be used in gastronomy (83.3%), tourism and gastronomy education institutions in the province can develop projects aimed at advancing provincial gastronomy (70.8%), alternative tourism opportunities in Burdur province (66.7%) and the hospitable people of the region it is listed as being (54.2%).

When the threats that Burdur province has in terms of gastronomic tourism are evaluated; Poor tourism image of Burdur province (83.3%), lack of a restaurant serving local dishes other than Burdur skewers (79.2%), distance to transportation means such as airports, coastal areas (66.7%), insufficient quantity and quality of tourism enterprises (58.3%), lack of vision of tourism sector employees and managers and tourism stakeholders (45.8%) and changes in the wishes and needs of guests (% 37.5) are listed as follows.

Within the scope of the research; SWOT analysis of gastronomic tourism in Burdur province was evaluated. As a result of the research; Burdur province is close to Antalya, which is a tourism city as the strengths of gastronomic tourism, it has pristine natural resources and natural beauties, tourism high school, vocational high school and tourism

high school providing education in the field of tourism in the province, the rich diversity of agricultural lands and agricultural products, it has a strong historical and cultural heritage, the diversity of cuisine such as yöruk cuisine, mediterranean cuisine are emphasized, while the weaknesses are examined; it was determined that there is a lack of coordination and cooperation between tourism-related institutions, the province does not have a master plan to develop gastronomic tourism, local dishes do not receive geographical indications, the lack of number and quality of local restaurants, the lack of non-governmental organizations in the field of tourism, the lack of organizing events such as festivals, competitions in sufficient quantity and quality in the field of gastronomy, and the lack of adequate and qualified promotion of gastronomy in the region. Dec.

The presence of a large number of local dishes that can receive geographical indications, the projects that institutions providing education in the field of tourism and gastronomy in the province can develop to improve provincial gastronomy, the availability of alternative tourism opportunities in Burdur province and the hospitality of the people of the region have been evaluated as other opportunities for the development of gastronomic tourism in Burdur province. And the threats are also; The tourism image of Burdur province is weak, there is no restaurant serving local dishes other than Burdur shish, it is far from transportation means such as airports, coastal areas, tourism enterprises operating in the province are insufficient in quantity and quality, tourism sector employees and managers and tourism stakeholders lack of vision and changes in the wishes and needs of guests are listed as.

As a result of the research; primarily, the results obtained within the scope of the research and the results of similar studies to be conducted in the future should be evaluated by commissions to be established with the joint participation of all stakeholders who direct tourism in Burdur province and a master plan for the development of gastronomic tourism should be prepared. Within the framework of this plan; necessary measures should be taken and initiatives should be made by providing adequate financing. It is proposed that all scientific and sectoral steps for the development of gastronomic tourism in Burdur province should be carried out within the framework of the master plan created by the commissions to be established.