



Araştırma Makalesi • Research Article

Silifke Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Swot Analizi ile Değerlendirilmesi

Assessment of Silifke Gastronomic Tourism Potential through SWOT Analysis

Hüsni Kasar*, Ayşe Büşra Madenci**, Yılmaz Seçim***

Öz: Bu çalışmada, Mersin ilinin 13 ilçesinden biri olan Silifke ilçesinin gastronomi turizm potansiyelini ortaya koymak, bu açıdan güçlü ve zayıf yönlerin, fırsat ve tehditlerin değerlendirilmesi ve turizm paydaşları ile yapılan görüşmeler beraberinde yörede gastronomi turizminin geliştirilmesi, olağan alt-üst yapı vb. problemler varsa giderilmesi noktasında önerilerde bulunulması amaçlanmıştır. Silifke mutfak kültürü, yöruk kültürü ve coğrafi işaretli ürünleri ile gastronomi turizmi açısından önemli tercih rotalarından olma potansiyeline sahiptir. Araştırmada nitel veri toplama tekniklerinden görüşme tekniği kullanılmıştır. Silifke ilçesinde araştırmaya katılmaya gönüllü olan ve yüzyüze görüşmeyi kabul eden yiyecek içecek hizmetleri öğretmeni, akademisyen, yiyecek ve içecek işletmesi yöneticisi/işletmecisi, executive chef, insan kaynakları müdürü ve genel müdürün oluşturduğu 24 kişi araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Elde edilen bulgulara göre; “Bölgede aşçılık eğitimi veren (lise, önlisans) eğitim kurumlarının olması” ilçenin en güçlü yönünü oluştururken, “reklam ve tanıtım faaliyetlerinin yetersiz olması” ilçenin zayıf yönü olmaktadır. “Alternatif turizm potansiyelinin olması” önemli bir fırsat olarak öne çıkarken, “ulaşım konusunda yetersiz olması” faktörleri ise ilçenin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu mevcut ve potansiyel tehdit unsurları olarak vurgulanmıştır. Bu çalışmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi; Muş Alparslan Üniversitesi Etik Kurulu 07.03.2024 tarihi ve 5/53 sayılı karar numarası ile alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir turizm, Gastronomi, Gastronomi turizmi, Silifke, SWOT analizi

Abstract: This study aims to reveal the gastronomy tourism potential of Silifke, one of the 13 districts of Mersin province, evaluate its strengths, weaknesses, opportunities, and threats, and provide recommendations for the development of gastronomy tourism in the region, including addressing any existing infrastructure issues. Silifke, with its culinary culture, nomadic (Yörük) culture, and geographically indicated products, holds significant potential as a preferred destination for gastronomy tourism. The research employed qualitative data collection techniques, specifically the interview method. The sample consisted of 24 volunteers who participated in the study and agreed to face-to-face interviews, including food and beverage service teachers, academicians, managers/operators of food and beverage establishments, executive chefs, human resources managers, and general

* Öğr. Gör., Muş Alparslan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Aşçılık Programı, ORCID: 0000-0002-4343-5229, h.kasar@alparslan.edu.tr (Sorumlu yazar)

** Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, ORCID: 0000-0001-9987-6771, bmadenci@erbakan.edu.tr

*** Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, ORCID: 0000-0002-9112-7650, yilmazsecim@gmail.com

Cite as/ Atıf: Kasar, H., Madenci A. B. & Seçim, Y.(2024). Silifke gastronomi turizmi potansiyelinin swot analizi ile değerlendirilmesi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2), 625-640
<http://dx.doi.org/10.18506/anemon.1478031>

Received/Geliş: 03 May/Mayıs 2024

Accepted/Kabul: 31 July/ Temmuz 2024

Published/Yayın: 30 August/Ağustos 2024

managers. According to the findings, the strongest aspect of the district is the presence of educational institutions (high school, associate degree) providing culinary education. On the other hand, the insufficient advertising and promotional activities are identified as the district's main weakness. The potential for alternative tourism is highlighted as a significant opportunity, while the inadequacy of transportation is emphasized as an existing and potential threat factor for gastronomy tourism in the district. In order to collect the data used in this research, the necessary ethical approval was obtained from the Muş Alparslan University Ethics Committee with decision number 5/53 dated 07.03.2024.

Keywords: Sustainable tourism, Gastronomy, Gastronomy tourism, Silifke, SWOT analysis

Giriş

Turizm özellikle son yıllarda ülkemizde ve dünyada hızla büyümekte, ülkeye sosyal, kültürel, politik etkiler ve ekonomik katkıların sağlandığı sektörlerin başında yer almaktadır (Emekli, 2005: 100). Ayrıca turizm 20. yy sonlarından günümüze kadar istikrarlı yükselişi, yeniliği ve gelişimi devam ettiren bir sektör olmuştur (Durgun, 2007: 94). İnsanların istek, ihtiyaç, merak içgüdüsü, rekreasyon faaliyetleri gibi etkenler sonucunda turizm alanındaki beklentiler de değişkenlik göstermiştir. Deniz, kum, güneş turizmi için yoğun olarak tatil planı gerçekleştiren insanlar farklı turizm çeşitlerini de tercih etmeye başlamıştır (Aksoy ve Sezgi, 2015: 80). Eko turizm, kumar turizm, macera turizm, kış turizm, inanç turizm, gastronomi turizmi gibi farklı turizm çeşitleri içinde insanlar seyahat planı oluşturmaya başlamıştır. Bu çeşitlilik içerisinde gastronomi turizmi yiyecek-içecek sektörüne ilgili insanlar için çekici gelebilmektedir. Ulaşım alanında yaşanan gelişmeler ile birlikte bireyler farklı yiyecekleri tatmak ve deneyimleyebilmek için ülke içerisinde ya da ülke dışına seyahatler yapmaktadır (Türk, 2021: 1204).

Gastronomi seyahat deneyimleri yemek kültürünü tanımada etkilidir. Ayrıca yöreye özgü yemek kültürünü tanıma ve destinasyon pazarlamasının gelişiminde önemlidir (Quan ve Wang, 2003: 299; Yun, Hennessey ve MacDonald, 2011: 2). Yemek kültürü sadece yiyecek ve içecekler değil, yöreyle bütünleşmiş, nesilden nesile aktarılan kültürel alışkanlıkları da kapsayan çok geniş bir kavramdır (Ballı, 2016: 4). Toplumun kültürünü yansıtmada önemli bir yeri olan yemek kültürüne ilgi ve merak günümüzde giderek artmıştır. Böylelikle gastronomi ve gastronomi turizmi ülkemizde daha önemli bir hale gelmiştir (Aksoy ve Sezgi, 2015:80). Yerel, bölgesel hatta ülke çapında önemli olan gastronomi ve turizm faaliyetlerinde gerekli tanıtımlar yapılır ise gastronomi turizminin yöre-bölge kalkınmasında, yörenin gastronomik unsurlarının bir çekim merkezi haline dönüşmesinde ve tercih edilmesinde oldukça önemli olmaktadır (Kaşlı vd. 2015: 31; Eryılmaz ve Orhan, 2021:2)

Bu çalışmada, Silifke ilçesinin gastronomi turizmi potansiyeli belirlenerek, ilçenin gastronomi turizmi açısından güçlü-zayıf yönlerinin ve fırsat-tehditlerinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu araştırma kapsamında Silifke'nin gastronomi turizmi noktasında tanıtılması ve daha iyi konuma gelebilmesi için önerilerde bulunularak katkı sağlanması hedeflenmiştir. Gastronomi turizmi kapsamında Silifke ilçesinin potansiyelinin ortaya konularak değerlendirildiği ve bu alternatif turizm çeşidinin geliştirilmesine yönelik bir alanyazın olmadığı tespit edilmiştir. Çalışmanın alanyazında belirtilen eksikliğin doldurulması ve konu ile ilgili benzer yapılacak olan çalışmalara ışık tutması açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Çalışmanın sonucunda elde edilecek verilere göre, Silifke gastronomi potansiyeli, yöresel mutfak vb. konular hakkında bilgi sahibi olmak isteyen kişi ve kurumların bu konuda çeşitli bilgiler edinecek olması, çalışmanın daha önce yapılmamış olması sebebiyle literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Gastronomi ve Gastronomi Turizmi Kavramı

Gastronomi kelime olarak; etimolojik kökeni Yunanca 'gastros' (mide) ve 'nomos' (yasa, kural) sözcüklerinden türemiştir. Ayrıca Fransızca da Gastronomie kelimesiyle ilişkili olarak damak zevki uzmanı, lokantacı gibi anlamlara gelmektedir (Genç, 2014; Gülen, 2017: 33).

Gastronomi terim olarak; ülke ya da bölge mutfaklarını birbirinden ayıran, yeme-içme alışkanlıklarını ve yiyecek hazırlama tekniklerini ifade eden bir terimdir (Kivela ve Crotts, 2006: 355;

Cömert ve Özkaya, 2014: 63). Başka bir deyişle bir bölgeye ait yiyecek ve içeceklerin tescillenmesi, tanıtılması vb. etmenler ile diğer bölgelerden farklı olmasına olanak sağlamaktadır. Böylelikle yiyecek ve içeceklerin bilim ve sanata dönüşmesinde katkı sağlayan bir bilim dalıdır (Bucak ve Aracı, 2013: 207; Canbolat, Keleş ve Akbaş, 2016: 77). Yiyecek ve içeceklere geniş perspektiften bakıldığında yaşamın devam ettirilmesi için temel ihtiyaçlar arasında yer almaktadır. Bu sebeple, yeme-içme faaliyetinin yapıldığı zamanların en yüksek fayda ile değerlendirilmesi, gastronominin ana konularından birisi olduğu kabul edilmektedir (Kesici, 2012: 35).

Terimsel ve tanımlar çerçevesinde birçok kültürel bileşene sahip olan gastronomi, fen ve sosyal bilimlerden yararlanarak zengin bir araştırma alanının yanısıra antropoloji, sosyoloji, ekonomi, kimya vb. ilişkiler kurarak disiplinler arası faaliyet göstermektedir (Shenoy, 2005: 7; Altinel, 2009: 2; Aslan, 2010: 40; Zağralı, 2014: 21) Ayrıca gastronomi, sadece iyi ve lezzetli yemek yapmak, tatmak değil gıdanın en ham halinden tüketim için hazırlanmasını, tüketilmesini hatta tüketimden sonraki süreci de kapsamaktadır. Başka bir ifadeyle ürünün tarladan sofraya gelene kadarki bütün işlemleri kapsamaktadır (Samancı, 2020: 93).

Turizm çerçevesinden bakıldığında ise gastronomi, hatırlanabilir turistik deneyimlerin meydana gelmesinde etkili, yöredeki kültürün turistlere aktarılmasında önemli paya sahip ve alternatif bir turizm tecrübesi de sunan bir kavram olarak tanımlanmaktadır (Yıldız, 2016; Yıldız ve Yılmaz, 2019: 53). Gastronomi, kültürlerin yemeklerle olan sentezini inceleyerek turizmi de yakından ilgilendirmektedir (Küçükaltan, 2009; Kızılaslan ve Ünal, 2014: 51).

Gastronomi turizmi; “destinasyonun sahip olduğu mutfak kültürünü tanımak, yöreye özgü bir lezzetin tadımını ürünün merkezinde yapmak, bölge coğrafyasına ait ürünlerin yetiştirilmesini ve toplanmasını görmek, mutfaka ait folklorik araç ve gereçleri tanımak, ünlü restoranların yemeklerini yemek amacıyla gerçekleştirilen bir turizm türü” olarak tanımlanmaktadır (Şengül ve Türkay, 2016: 89). Ayrıca mutfak turizmi, gurme turizmi gibi farklı şekillerde adlandırılabilmektedir (Bertella, 2011: 355; Küçükkömürler, Şırvan ve Sezgin, 2018: 81)

Gastronomi turizmi genellikle yöresel yiyecek ve içeceklerin tadımı, ürünlerin işlenmesi, toplanmasının yanı sıra tarım, ekonomi, kültür alanlarıyla yakından ilişkilidir. Bu kapsamda temel hedeflerin başında yöresel bir ürünü deneyimlemenin olduğu gastronomi turizmi bölgeyi ziyarete gelen turistlere fuarlar, gastronomi festivalleri ve yarışmaları, yöresel bir ürünün tarladan toplanarak işlenmesi gibi faaliyetleri de kapsamaktadır (Özdemir ve Altınar, 2019: 9-10). Gastronomi turizmi beraberinde gastro turist kavramını da getirmiş olup bu kişiler gastronomik deneyimler için buldukları bölgeden farklı bölgeye giden, yeterli zaman, maddi güç ve isteği bulunan kişilerdir (Hatipoğlu, 2010: 6).

1.2. Silifke İlçesi'nin Gastronomi Turizmi Açısından Önemi

Mersin ilinin Silifke ilçesinin 2300 yıl önce Büyük İskender'in önemli komutanlarından dönemin komutanı Selefkos tarafından kurulan farklı 9 yerleşim merkezlerinden günümüze kadar ayakta kalan tek kent olduğu bilinmektedir (Saygın, 2016: 20). Tarih boyunca Selevkia, Selefkos, İçel, İç-il, Taşeli, Karameddin-eli gibi isimler alan ilçe kalıcı ismi olan Silifke olarak bilinmektedir (Genç, 2003: 9).

Silifke, Akdeniz bölgesinde yer alan doğusunda Erdemli, batısında Gülnar, kuzeybatısında Mut, kuzeyinde ise Karaman ile sınıra sahiptir (Şekil 1). İlçe Mersin merkeze 85 km uzaklıkta yer almaktadır (Fidan, 2021: 16; Berk, Türker ve Berk, 2022: 182).

olası etkileri incelemiştir. Ancak literatür incelendiğinde, Silifke ilçesinin gastronomi turizmine yönelik çalışmanın olmadığı tespit edilmiştir. Analiz sonucuna göre tespit edilen zayıf yönler ve tehditlerin giderilmesinin yanı sıra fırsat ve güçlü yönlerin geliştirilmesi için bazı önerilerin sunulması da amaçlanmaktadır.

2. Materyal ve Yöntem

2.1. Araştırma Amacı ve Modeli

Araştırmada; Mersin/Silifke İlçesinde gastronomi turizminin mevcut durumunun incelenmesi, bölgenin sahip olduğu içsel (güçlü-zayıf yönleri) ile dışsal (fırsat-tehditleri) unsurlarının ortaya konması ve Silifke ilçesinin gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik önerilerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Araştırmada; nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmıştır.

2.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Silifke ilçesinde faaliyet gösteren yiyecek ve içecek işletmeleri ve diğer turizm sektöründe paydaşların yöneticileri ile Silifke ilçesinde görevli turizm, aşçılık alanı akademisyenleri, yiyecek içecek hizmetleri öğretmeni ve alanında uzman kişiler araştırmanın evrenin oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak Silifke ilçesinde araştırmaya katılmaya gönüllü olan ve yüzyüze görüşmeyi kabul eden 7 yiyecek içecek hizmetleri öğretmeni, 5 akademisyen, 5 yiyecek ve içecek işletmesi yöneticisi/işletmecisi, 3 executive chef, 2 insan kaynakları müdürü ve 2 genel müdür olmak üzere toplam 24 katılımcı oluşturmaktadır. Nitel çalışmalar için örneklem büyüklüğünün en az 15 olması tavsiye edildiğinden (Mason, 2010: 8) araştırma için yapılan görüşme sayısı yeterli görülmüştür.

2.3. Veri Toplama Aracı, Veri Toplama Teknikleri ve Değerlendirilmesi

Görüşmeler; daha önceki benzer çalışmalarda (Sormaz, Madenci ve Yılmaz, 2020; Teyin vd. 2021; Akturfan, Çınar ve Özata, 2022) uygulanan görüşme sorularından hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formu şeklinde 15.03.2024-01.05.2024 tarihleri arasında araştırmacılar tarafından yüzyüze gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilerin derlenmesi ve değerlendirilmesinde; demografik bilgiler, mesleki bilgileri için "frequence" ve SWOT analizi sorularının değerlendirilmesinde içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Bulgular elde edilen bilgiler ve katılımcı görüşleri doğrultusunda öneriler ile birlikte sunulmuştur.

2.4. Swot Analizi

Swot analizi, kişinin kendisinin, işletmenin vb. güçlü ve zayıf yönlerini tespit etmede, dış çevrelerden kaynaklanan fırsat ve tehditleri belirlemede kullanılan bir teknik olarak ifade edilmektedir (Ongun, Gövdere ve Çiçek, 2016: 84). Swot dört kelimenin kısaltmasıdır ve sırasıyla Güçlü Yönler (Strengths), Zayıf Yönler (Weakness), Fırsat (Opportunities) ve Tehditler (Threats) kelimelerinden meydana gelmektedir (Güngör ve Arslan, 2004: 68).

Çalışmada SWOT analizinin uygulanmasındaki genel amaç; bölgede var olan gastronomi turizmine etki eden iç ve dış kaynakların arz potansiyelinin güçlü ve zayıf yönlerinin bilinmesi ve öneriler sunarak bölgenin turizmde daha ileriye gitmesi, toplumda farkındalık sağlanması hedeflenmiştir. Ayrıca, SWOT analizi bölgenin alternatif turizm olanaklarındaki mevcut hataların tespit edilmesine ve düzeltilmesine imkân veren bir araç olmaktadır (Yeşiltaş, Çeken ve Öztürk, 2009: 252).

2.5. Etik

Bu çalışmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi; Muş Alparslan Üniversitesi Etik Kurulu 07.03.2024 tarihi ve 5/53 sayılı karar numarası ile alınmıştır.

3. Bulgular

Katılımcılara dair demografik bilgiler Tablo 1’ te, katılımcıların mesleki bilgileri Tablo 2’ te yapılan SWOT analizine ilişkin bulgular Tablo 3, Tablo 4, Tablo 5 ve Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Bilgileri

	n	%
Cinsiyet		
Kadın	8	33.3
Erkek	16	66.7
Eğitim Durumu		
İlköğretim	2	8.3
Lise	-	-
Önlisans	1	4.2
Lisans	12	50.0
Lisansüstü	9	37.5
Yaş		
18-25 yaş	-	-
26-40 yaş	9	37.5
41-60 yaş	15	62.5
61 yaş ve üstü	-	-
TOPLAM	24	100.0

Tablo 2. Katılımcıların Mesleki Bilgileri

	n	%
İşletmedeki Görevi		
Yiyecek İçecek Hizmetleri Öğretmeni	7	29.2
Akademisyen	5	20.8
Yiyecek ve içecek işletmesi yöneticisi/işletmecisi	5	20.8
Executive Chef	3	12.5
İnsan Kaynakları Müdürü	2	8.3
Genel Müdür	2	8.3
Sektörde Çalışma Yılı		
10 yıl ve daha az	6	25.0
11-20 yıl	8	33.3
21-30 yıl	7	29.2
31 yıl ve üstü	3	12.5
TOPLAM	24	100.0

Katılımcılara dair demografik bilgiler incelendiğinde; %33.3’ünün kadın ve %66.7’sinin erkek olduğu, %8.3’ünün ilköğretim, %4.2’sinin önlisans, %50.0’sinin lisans, %37.5’inin lisanüstü eğitim mezun oldukları belirlenmiştir. Katılımcıların %37.5’inin 26-40 yaş, %62.5’inin 41-60 yaş aralığında olduğu belirlenmiştir (Tablo 1).

Katılımcıların mesleki bilgileri incelendiğinde; %29.2’sinin yiyecek içecek hizmetleri öğretmeni, %20.8’sinin akademisyen ve yiyecek ve içecek işletmesi yöneticisi/işletmecisi, %22.2’sinin yiyecek ve

içecek hizmetleri öğretmeni, %12.5'inin executive chef, %8.3'ünün insan kaynakları müdürü ve genel müdür olarak görev yaptığı belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların %25.0'inin 10 yıl ve daha az, %33.3'ünün 11-20 yıl, %29.2'sinin 21-30 yıl, %12.5'inin sektörde 31 yıl ve üstü süre çalışıyor olduğu tespit edilmiştir (Tablo 2).

Tablo 3. Mersin İli Silifke İlçesi Gastronomi Turizminin Güçlü Yönleri

Güçlü Yönleri		n	%
1.	Bölgede aşçılık eğitimi veren (lise, önlisans) eğitim kurumlarının olması	8	33.3
2.	Son yıllarda yabancı nüfusun artması ve yöresel yemek tüketiminin artması (Kültürlerarası iletişim)	7	29.2
3.	Yörük mutfağı, Akdeniz mutfağı gibi yöresel mutfak çeşitliliğinin olması	7	29.2
4.	Denize kıyısı olması sebebiyle balık ve deniz ürünlerinin çeşitliliği ve bu çeşitliliğin yöre mutfağına katkı sağlaması	6	25.0
5.	Alternatif turizm seçeneklerinin olması	6	25.0
6.	Gastronomi açısından popüler illere yakın olması (Adana Antep vb.)	6	25.0
7.	Tarımsal üretim alanlarının genişliği ve organik ürünler ile çeşitli yöresel ürünlerin (Narenciye, defne yaprağı, zeytin, vb.) yetiştirilmesi	6	25.0
8.	Coğrafi işaret tesciline sahip (yoğurt, çilek vb.) ürünlerin olması ve bu alanlarda çalışan kurumların (İlçe Turizm Müdürlüğü, Ticaret Sanayi Odası vb.) hassasiyeti	6	25.0
9.	Mavi bayraklı sahil alanlarının olması	4	16.7
10.	Tarım ürünlerinin her mevsim yetiştirmeye uygun olması	3	12.5
11.	Rusların bölgede faaliyet göstermesi ve faaliyetlerin artması	1	4.2

Silifke ilçesi gastronomi turizmi potansiyelinin güçlü yönleri; bölgede aşçılık eğitimi veren (lise, önlisans) eğitim kurumlarının olması (%33.3), son yıllarda yabancı nüfusun artması ve yöresel yemek tüketiminin artması (Kültürleşme) (%29.2), yörük mutfağı, Akdeniz mutfağı gibi yöresel mutfak çeşitliliğinin olması (%29.2), denize kıyısı olması sebebiyle balık ve deniz ürünlerinin çeşitliliği ve bu çeşitliliğin yöre mutfağına katkı sağlaması (%25.0), alternatif turizm seçeneklerinin olması (%25.0), gastronomi açısından popüler illere yakın olması (Adana Antep vb.) (%25.0), tarımsal üretim alanlarının genişliği ve organik ürünler ile çeşitli yöresel ürünlerin (Narenciye, defne yaprağı, zeytin, vb.) yetiştirilmesi (%25.0), coğrafi işaret tesciline sahip (yoğurt, çilek vb.) ürünlerin olması ve bu alanlarda çalışan kurumların (İlçe turizm müdürlüğü, Ticaret sanayi odası vb.) hassasiyeti (%25.0), mavi bayraklı sahil alanlarının olması (%16.7), tarım ürünlerinin her mevsim yetiştirmeye uygun olması (%12.5) ve Rusların bölgede faaliyet göstermesi ve faaliyetlerin artması (%4.2) şeklinde sıralanmaktadır (Tablo 3).

Katılımcıları tarafından; bölgede aşçılık eğitimi veren (lise, önlisans) eğitim kurumlarının olması gastronomi turizmi için nitelikli, deneyimli personel yetiştirilmesinde önemli olduğu belirlenmiştir. Son yıllarda yabancı nüfusun artmasıyla kültürlerarası iletişim gerçekleşmektedir. Yabancıların tantuni, yoğurt, sıkma gibi yöresel yemekleri deneyimlemesi güçlü yönler olarak tanımlanmıştır. Ayrıca ilçede Akkuyu nükleer güç santralinde görev almak üzere ikamet eden Rus uyruklu nüfusun artmasıyla ilçede sushi, dünya mutfağı vb. yiyecek ve içecek hizmeti veren işletmelerin sayısı artmıştır. Alternatif turizm seçeneklerinin (yayla turizmi, doğa turizmi, akarsu turizmi, yat turizmi, kongre turizmi vb.) ilçede yapılıyor olması ve mavi bayraklı sahil alanlarının olması da güçlü yönler olarak bildirilmiştir. Ayrıca agro turizm açısından yüksek potansiyele sahip olan ilçede tarım ürünlerinin her mevsim yetiştirmeye uygun olması, coğrafi işaret tesciline sahip (yoğurt, çilek vb.) ürünlerin olması da güçlü yönler olarak tespit edilmiştir.

Tablo 4. Mersin İli Silifke İlçesi Gastronomi Turizminin Zayıf Yönleri

Zayıf Yönleri		n	%
1.	Reklam ve tanıtım faaliyetlerinin yetersiz olması	19	79.2
2.	Yerel restoranlarda profesyonel hizmet ve servis kalitesinin yetersiz olması	12	50.0
3.	Festival ve şenliklerin düzenlenmesindeki zorluklar	7	29.2
4.	Yerel halk ve işletmelerin yöresel yemek açısından gastronomi kültürünü benimseyememiş olması	5	20.8
5.	Yiyecek ve içecek işletmeciliği açısından yatırımların yetersiz olması	5	20.8
6.	Yiyecek ve içecek işletmelerinde çalışan yabancı uyruklu personel sayısının fazla olması	4	16.7
7.	İşletmelerin deneyimli eleman bulunduramaması	4	16.7
8.	Menülerde yöresel yemek yerine farklı yemeklerin sunulması	3	12.5
9.	Yörede gastronomi turizmine yönelik akademik çalışmaların sınırlı sayıda olması	2	8.3
10.	Sürdürülebilirliğin olmaması (yöresel ürünlerin sürekli yapımı)	2	8.3
11.	Havaalanlarına uzak olması	2	8.3
12.	Tarımsal alanlarının ve ürün çeşitliliğinin fazla olmasına rağmen gastro turistlerin ziyaret edebileceği işleme tesisi olmaması	2	8.3
13.	Mavi yengeç, balık çiftliğinin bulunması ancak Silifke yemek kültürü ile entegre edilmemiş olması	1	4.2

Silifke ilçesi gastronomi turizminin zayıf yönleri; reklam ve tanıtım faaliyetlerinin yetersiz olması (%79.2), yerel restoranlarda profesyonel hizmet ve servis kalitesinin yetersiz olması (%50.0), festival ve şenliklerin düzenlenmesindeki zorluklar (%29.2), yerel halk ve işletmelerin yöresel yemek açısından gastronomi kültürünü benimseyememiş olması (%20.8), yiyecek ve içecek işletmeciliği açısından yatırımların yetersiz olması (%20.8), yiyecek ve içecek işletmelerinde çalışan yabancı uyruklu personel sayısının fazla olması (%16.7), işletmelerin deneyimli eleman bulunduramaması (%16.7), menülerde yöresel yemek yerine farklı yemeklerin sunulması (%12.5), yörenin gastronomi turizmine yönelik akademik çalışmaların sınırlı sayıda olması (%8.3), sürdürülebilirliğin olmaması (yöresel ürünlerin sürekli yapımı) (%8.3), havaalanlarına uzak olması (%8.3), tarımsal alanlarının ve ürün çeşitliliğinin fazla olmasına rağmen gastro turistlerin ziyaret edebileceği işleme tesisi olmaması (%8.3), mavi yengeç, balık çiftliği var ancak Silifke yemek kültürü ile entegre edilmemiş olması (%4.2) şeklinde sıralanmaktadır (Tablo 4).

Katılımcıları tarafından; reklam ve tanıtım faaliyetlerinin yetersiz olması en önemli zayıf yönleri arasında iken yerel restoranlarda profesyonel hizmet ve servis kalitesinin yetersiz olması, gastronomi ile ilgili festival ve şenliklerin düzenlenmesinde kuruluşların koordine olmasında zorlukların olduğu belirlenmiştir. Yerel halk ve işletmelerin yöresel yemek açısından gastronomi kültürünü benimseyememiş olması standart yemeklerin servis ediliyor olması, yiyecek ve içecek işletmeciliği açısından yatırımların yetersiz olması, işletmelerin yabancı uyruklu ve deneyimli eleman bulunduramaması, yörenin gastronomi turizmine yönelik akademik çalışmaların sınırlı sayıda olması, havaalanlarına uzak olması zayıf yönler olarak bildirilmiştir. Çukurova Uluslararası Havalimanı bu yıl açılırsa yerli ve yabancı turist sayısında ilçede artış olabileceği öngörülmekle ancak ilçede bir havaalanı olması turizm açısından katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir. Tarımsal alanlarının ve ürün çeşitliliğinin fazla olmasına rağmen gastro turistlerin ziyaret edebileceği işleme tesisi olmaması ve mavi yengeç, balık çiftliği olmasına rağmen Silifke yemek kültürü ile entegre edilmemiş olması zayıf yönler olarak tespit edilmiştir.

Tablo 5. Mersin İli Silifke İlçesi Gastronomi Turizmi Açısından Sahip Olduğu Fırsatlar

	Fırsatlar	n	%
1.	Alternatif turizm potansiyelinin olması	14	58.3
2.	Bölgede turizm alanında faaliyet gösteren eğitim kurumlarının olması ve nitelikli iş gücüne sahip olması	7	29.2
3.	Coğrafi işaret tescili alabilecek ürün potansiyelinin olması	7	29.2
4.	Narenciye ve çilek başta olmak üzere tarımsal üretiminde yüksek potansiyel sahip olması	5	20.8
5.	Bölge halkının misafirperver olması	4	16.7
6.	Yörük mutfak kültürüne sahip olması	4	16.7
7.	Antep, Adana, Hatay vb. gastronomi şehirlerine yakın olması	2	8.3
8.	Yöresel ürünlerin hediyelik satılması	2	8.3
9.	Kuş cenneti gibi cazibe merkezlerinin olması	2	8.3
10.	Göç nedeniyle farklı kültürel ile etkileşimin olması	2	8.3
11.	Akdeniz sahil yolunun Silifke'den geçmesi	2	8.3
12.	Çukurova havaalanının açılması	2	8.3
13.	Taşucu-Kıbrıs gemi yolculuklarının yapılması	1	4.2

Silifke ilçesinin gastronomi turizminin sahip olduğu fırsatlar; alternatif turizm potansiyelinin olması (%58.3), bölgede turizm alanında faaliyet gösteren eğitim kurumlarının olması ve nitelikli iş gücüne sahip olması (%29.2), coğrafi işaret tescili alabilecek ürün potansiyelinin olması (%29.2), narenciye ve çilek başta olmak üzere tarımsal üretiminde yüksek potansiyel sahip olması (%20.8), bölge halkının misafirperver olması (%16.7), yörük mutfak kültürüne sahip olması (%16.7), Antep, Adana, Hatay vb. gastronomi şehirlerine yakın olması (%8.3), yöresel ürünlerin hediyelik satılması (%8.3), kuş cenneti gibi cazibe merkezlerinin olması (%8.3), göç nedeniyle farklı kültürel ile etkileşimin olması (%8.3), Akdeniz sahil yolunun Silifke'den geçmesi (%8.3), Çukurova havaalanının açılması (%8.3), Taşucu-Kıbrıs gemi yolculuklarının yapılması (%4.2) şeklinde sıralanmıştır (Tablo 5).

Katılımcıları tarafından; yörenin deniz-kum-güneş, yayla, doğa, kongre vb. alternatif turizm potansiyelinin olması, bölgede turizm alanında faaliyet gösteren eğitim kurumlarının olması ve nitelikli iş gücüne sahip olması ve coğrafi işaret tescili alabilecek ürün potansiyelinin olması fırsat olarak değerlendirilmiştir. Yöresel ürünlerin paketlenerek hediyelik olarak satılması, kuş cenneti gibi cazibe merkezlerinin olması turistlerin ilçeye geldiklerinde gastronomik unsurları da deneyimlemesini sağlamaktadır. Taşucu-Kıbrıs gemi yolculuklarının yapılmasının yanısıra 2024 yılı içerisinde Çukurova havaalanının açılmasının planlanıyor olması yerli ve yabancı turistlerin ulaşım sorunu azaltabileceği düşünülmektedir.

Tablo 6. Mersin İli Silifke İlçesi Gastronomi Turizmi Açısından Sahip Olduğu Mevcut ve Potansiyel Tehdit Unsurları

	Tehditler	n	%
1.	Ulaşım konusunda yetersiz olması	12	50.0
2.	Yöresel yiyeceklerin servis edildiği işletmelerin yetersiz olması, kaliteli ve deneyimli eleman eksikliğinin olması	9	37.5
3.	Yöre halkının gastronomi turizm hakkında yetersiz/eksik bilgiye sahip olması	8	33.3
4.	Alt ve üst yapı eksikliği (trafik sorunları vb.)	8	33.3
5.	Bölgede yapımı devam eden nükleer santralin olması	7	29.2
6.	Bölgeyi ziyarete gelecek turistlerin profesyonel olarak misafir edecek konaklama işletmelerin yetersizliği	3	12.5
7.	Reklam, tanıtım ve tutundurma faaliyetlerinin yetersiz, eksik olması	3	12.5
8.	Yöresel kültürün gelecek nesillere aktarılamaması	2	8.3
9.	Süt ve süt ürünlerinin sağlandığı küçükbaş hayvanların sayısının azalması	1	4.2

Silifke ilçesinin gastronomi turizminin sahip olduğu mevcut ve potansiyel tehdit unsurları; ulaşım konusunda yetersiz olması (%50.0), yöresel yiyeceklerin servis edildiği işletmelerin yetersiz olması, kaliteli ve deneyimli eleman eksikliğinin olması (%37.5), yöre halkının gastronomi turizm hakkında yetersiz/eksik bilgiye sahip olması (%33.3), alt ve üst yapı eksikliği (trafik sorunları vb.) (%33.3), bölgede yapımı devam eden nükleer santralin olması (%29.2), bölgeyi ziyarete gelecek turistlerin profesyonel olarak misafir edecek konaklama işletmelerin yetersizliği (%12.5), reklam, tanıtım ve tutundurma faaliyetlerinin yetersiz, eksik olması (%12.5), yöresel kültürün gelecek nesillere aktarılamaması (%8.3) ve süt ve süt ürünlerinin sağlandığı küçükbaş hayvanların sayısının azalması (%4.2) şeklinde sıralanmıştır (Tablo 6).

Katılımcıları tarafından; ulaşım konusunda yetersizliklerin olması, yöresel yiyeceklerin servis edildiği işletmelerin yetersiz olması, kaliteli ve deneyimli eleman eksikliğinin olması tehdit olarak belirlenmiştir. Bölgede yapımı devam eden nükleer santralin turistlerin destinasyon seçimini olumsuz etkileyebileceği düşünülmektedir. Süt ve süt ürünlerinin sağlandığı küçükbaş hayvanların sayısının azalması ilçenin coğrafi işaretli tescillenmiş ürünü olan yoğurt başta olmak üzere süt ve süt ürünlerinin üretimini olumsuz etkileyeceği öngörülmektedir.

Sonuç ve Öneriler

İnsanların destinasyon seçiminde yörenin mutfak kültürü, yemekleri, ürünlerin hasat zamanı vb. faktörler önem kazanmıştır. Turizm ve gastronomi arasındaki ilişki güçlenmiş ve alternatif turizm çeşitleri arasında yer alan gastronomi turizmine talep artmıştır. Şehrin sahip olduğu turizm fırsatlarının (ulaşım, coğrafi konum, deniz vb.) yanı sıra yemekleri de turistlerin ilgisini çekebilmektedir. Özellikle turistlerin tekrar ziyaret etme niyetlerinde yöresel yemekler, mutfak kültürü, gastronomi müzeleri vb. hususlar oldukça etkili olabilmektedir. Gastronomi turizmi bir destinasyonun tanınmasında, mutfak kültürünün yaygınlaşması ve tarımsal ve ekonomik gelişmelere de katkı sağlamaktadır. Bu durum gastronomi turizminin şehirlerin turizm gelirleri üzerinde olumlu etkileri olmasını sağlamaktadır. Yöresel mutfak kültürünün sürdürülebilirliği üzerinde etkili olan gastronomi turizmi, şehirlere bir rekabet üstünlüğü de sağlayabilmektedir.

Silifke, gastronomik ürünler ve değerler açısından incelendiğinde de yetişen ürünleri yerinde görmek isteyen, ürünleri dalından toplamak isteyen, yöreye özgü yemekleri tatmak ve yapmak isteyen gastro turistler için tercih edilme potansiyeli oldukça yüksektir. Yörede ürün çeşitliliğinin yanı sıra yöre ve civarında yaşayan Bozdoğan yörükleri, Boynuinceli yörükleri, Sarıkeçililer, Keşlitürkmenli, Döneli ve Tekeli yörüklerinin yemeklerini ve yemek kültürünü de deneyimleme fırsatı bulunmaktadır (Demir ve Bakar, 2014: 116). Gastro turistlerin ilgisini çekebilecek sıkıma, saç arası gibi hamur işlerinin yanı sıra kısır, batırık, kulak çorbası, keşkek, yahni, ölemeç, çökelek kavurması, topalak, börtme, kavurga,

tantuni, yoğurt, çilek vb. birçok ürüne sahiptir. Silifke Çileği (2019) ve Silifke Yoğurdu (2022) coğrafi işaret ile tescillenmiş olup ilçenin tescilli ürünlerinin olması gastronomi turizmi açısından önemlidir (Türk Patent ve Marka Kuruluşu, 2024). Gastronomi turizmi kapsamında Silifke ilçesini ziyaret edecek turistlerin tadım yapabilecekleri birçok lezzet, gezilecek tarım arazileri, gidilecek lezzetli yiyecek- içecek işletmeleri bulunmaktadır. Yöresel ürünlerin reçetelerinin standartlaşması, gerekli girişimlerin yapılarak coğrafi işaretle tescillenmesi sağlanmalıdır.

Silifke tarihi, doğası, denizi, coğrafi konumu gibi sahip olduğu zenginlikleriyle alternatif turizm potansiyeli oldukça yüksek olan önemli bir turizm merkezidir. Akdeniz mutfağı, yöruk mutfağı gibi mutfak kültürleri ve bunlara özgü yemekler ile Silifke yüksek bir gastronomi turizmi potansiyeline sahiptir. Bu çalışmada Silifke gastronomi turizminin güçlü ve zayıf yönleri ile bu faktörler dikkate alınarak oluşacak fırsat ve tehditler incelenmiştir.

Katılımcılar ile yapılan görüşmelerde; Silifke ilçesinin gastronomi turizmi açısından güçlü yönleri olarak “bölgede gastronomi ve aşçılık eğitimi veren (lise, önlisans) eğitim kurumlarının olması”; zayıf yönleri olarak ise “reklam ve tanıtım faaliyetlerinin yetersiz olması” şeklinde sıralanmıştır.

Ayrıca çalışma sonucunda Silifke ilçesinin gastronomi turizmi açısından “alternatif turizm potansiyelinin olması” mevcut ve potansiyel fırsat unsurları olduğu; “ulaşım konusunda yetersiz olması” mevcut ve potansiyel tehdit unsurları olduğu vurgulanmıştır.

Tüm bu sonuçlar çerçevesinde Silifke ilçesinin gastronomi turizminin geliştirilmesi için;

• Akademisyenler tarafından yörenin turizm ve gastronomi alanlarında kapsayıcı eğitimlerin verilmesi ve turizmin bölgesel kalkınma bakımından öneminin bu alanda hizmet veren kurumlar tarafından benimsenmesi buna yönelik çalışmaların yapılması,

• Yörenin gastronomi turizmini ön plana çıkaracak etkinliklerin planlanması ve organize edilmesi,

- Turizm alanında hizmet veren işletmelerin akademisyenlerle işbirliği içinde olması,
- Nitelikli iş gücünün dışarıya göç vermek yerine bölgede tutulması ile ilgili çalışmalar yapılması,
- Silifke'nin yöresel mutfak kültürünü korumaya yönelik çalışmalar yapılması,
- Turizm faaliyetleri profesyonelce alanında uzman kişilerce planlanması,
- Çilek, yoğurt vb. coğrafi işaret tescillenmiş ürünlerin tanıtım faaliyetlerinin artırılması,
- Menülerde daha çok yöresel ürün bulundurulması,
- Havaalanı, hızlı tren vb. ulaşım zenginliği sağlanması,
- Alt-üst yapı sorunlarının giderilmesi,
- Yoğurt, çilek vb. festivaller ve yemek yarışmalarının bölgeyi tanıtabilecek şekilde yapılması,
- Bölgedeki yaşlı insanların bilgilerinin yazıya ve gelecek nesillere aktarılması ile ilgili çalışmaların yapılması,

• Unutulmaya yüz tutmuş yemeklerin yapılması için kurslar verilmesi,

• Silifke'ye özgü destinasyon yönetim örgütü ve aşçılık derneği kurulması,

• Marka değerleri olan ürünlerin tespit edilerek tescil edilmesi şeklinde öneriler geliştirilmiştir.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Araştırmacıların katkı oranı beyanı / Contribution rate statement of researchers: Birinci yazar /First author % 40, İkinci yazar/Second author % 30, üçüncü Yazar/Third author %30.

2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).

Kaynakça

- Aksoy, M., & Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Akturfan, M., Çınar, Z., & Özata, E. (2022). Karaman İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi. *The Journal of GastroMedia*, 1(1), 19-29.
- Altınel, H. (2009). Gastronomide Menü Yönetimi. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aslan, H. (2010). Gastronomi Turizminin Turizm Eğitimi Programlarındaki Yeri ve Önemi –Bir Uygulama–. (Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Bağcı, H. R., & Topal, V. (2022). Göksu Deltası'nda (Silifke/Mersin) Tarımsal Değişiklikler. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 20(2), 407-432.
- Bali, A. (2017). Halk Oyunları Üzerine Halkbilimsel Bir Araştırma: Mersin İli Silifke İlçesi Örneği. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi* (33), 78-91.
- Ballı, E. (2016). Gastronomi Turizmi Açısından Adana Sokak Lezzetleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 3-17.
- Berk, H., Türker, M., & Berk, Ş. (2022). Nükleer Santralin Turizme Olası Etkileri: Silifke Örneği. *Journal of Tourism Economics and Business Studies*, 4(2), 175-191.
- Bertella, G. (2011). Knowledge in Food Tourism: The Case of Lofoten and Maremma Toscana. *Current Issues in Tourism*, 14(4), 355-371.
- Bucak, T., & Aracı, Ü. E. (2013). Türkiye'de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(30), 203-216.
- Canbolat, E., Keleş, Y., & Akbaş, Y. Z. (2016). Gastronomi Turizmi Kapsamında Samsun Mutfağına Özgü Turistik Bir Ürün: Bafra Pidesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(4), 75-87.
- Cömert, M., & Özkaya, F. D. (2014). Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.
- Demir, Ö., & Bakar, N. (2014). Silifke Yörüklerinde Doğum, Evlenme ve Ölüm Gelenekleri Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 1(35), 111-133.
- Durgun, A. (2007). Isparta Turizminin Swot Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(5), 93-109.
- Emekli, G. (2005). Avrupa Birliği'nde Turizm Politikaları ve Türkiye'de Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 14, 99-107.
- Eryılmaz, G., & Çömelekli, T. (2020). Silifke İlçesinin Agro Turizm Potansiyelinin Swot Analizi Kapsamında Değerlendirilmesi. *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi*, 4(1), 23-34.
- Eryılmaz, G., & Orhan, H. C. (2021). Elazığ İli Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Swot Analizi ile Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism Studies*, 3(2), 1-18.
- Fidan, D. (2021). Arkeolojik Yüzey Araştırması Tahmin Haritalarının Uzaktan Algılama ve Coğrafi Bilgi Sistemleri ile Oluşturulması: Mersin İli, Silifke İlçesi Örneği. *Türkiye Coğrafi Bilgi Sistemleri Dergisi*, 3(1), 10-23.
- Genç, M. (2003). Silifke Türkmenlerinde Dokuma ve Boyama Özellikleri. (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.
- Genç, R. (2014). *Uluslararası Otel ve Restoran Yönetimi (İlkeler, Kavramlar, Uluslararası Kaide ve Kurallar)*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Gülen, M. (2017). Gastronomi Turizm Potansiyeli ve Geliştirilmesi Kapsamında Afyonkarahisar İlinin Değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 31-42.
- Güngör, S., & Arslan, M. (2004). Turizm ve Rekreasyon Stratejileri İçin Swot Analizi, Görsel Kalite Değerlendirmesi, Turizm Tesislerinin Beğenilirliği ve Turizm Tesisleri Durum Analizi Uygulaması: Beyşehir İlçesi Örneği. *Selcuk Journal of Agriculture and Food Sciences*, 18(33), 68-72.
- Hatipoğlu, A. (2010). İnançların Gastronomi Üzerine Etkileri Bodrumdaki Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Yöneticilerinin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Kaşlı, M., Cankül, D., Köz, E. N., & Ekici, A. (2015). Gastronomik Miras ve Sürdürülebilirlik: Eskişehir Örneği. *Eko-Gastronomi Dergisi*, 1(2), 27-46.
- Kesici, M. (2012). Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 33-37.
- Kivela, J., & Crotts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence On How Tourists Experience A Destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Kızılaslan, N., & Ünal, T. (2014). Tokat İlinin Ekoturizm/Kırsal Turizm Potansiyeli ve Swot Analizi. *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi*(9), 45-61.
- Küçükaltan, G. (2009). 'Küreselleşme Sürecinde Gastronomide Yöresel Tatların Turistlerin Destinasyon Tercihlerine ve Ülke Ekonomilerine Etkileri. 3. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu*. Antalya.
- Küçükkömürler, S., Şırvan, N. B., & Sezgin, A. C. (2018). Dünyada ve Türkiye'de Gastronomi Turizmi. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 78-85.
- Mason, M. (2010). Sample Size and Saturation in PhD Studies Using Qualitative Interviews. *Forum: qualitative social research*, 11(3), 1-13.
- Ongun, U., Gövdere, B., & Çiçek, U. (2016). Yeşilova'nın Kırsal Turizm Potansiyelinin Swot Analizi İle Değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 7(16), 75-88.
- Özdemir, G., & Altın, D. D. (2019). Gastronomi Kavramları ve Gastronomi Turizmi Üzerine Bir İnceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1-14.
- Quan, S., & Wang, N. (2003). Towards a Structural Model of The Tourist Experience: An Illustration From Food Experiences in Tourism. *Tourism Management*, 25(3), 297-305.
- Saçlı, Ç. (2020). Festival Memnuniyeti ile Kültürel Etkileşim Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma: Silifke Uluslararası Müzik ve Folklor Festivali Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 505-521.
- Samancı, Ö. (2020). Gastronomi: Disiplinler Arası Bir Buluşma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 31(1), 92-95.
- Saygın, M. (2016). *Kent Stratejisi: Silifke Kent stratejisi*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Shenoy, S. S. (2005). Food Tourism and The Culinary Tourist. *A Thesis Presented to the Graduate School of Clemson University*.
- Son, L. (2018). Bazı Sofralık Kayısı Çeşitlerinin Silifke/Mersin Ekolojik Koşullarındaki Verim ve Kalite Özellikleri Üzerine Araştırmalar. *Çukurova Tarım Gıda Bil. Der.*, 33(2), 17-22.
- Sormaz, Ü., Madenci, A. B., & Yılmaz, M. (2020). Konya İli Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, 6(28), 115-129.

- Süslü, C., Eryılmaz, G., & Demir, E. (2019). Festival Turizminin Ekonomik Kalkınmaya Etkisi: Silifke Uluslararası Müzik ve Folklor Festivali. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 1074-1090.
- Şengül, S., & Türkay, O. (2016). Akdeniz Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 86-99.
- Teyin , G., Sormaz, Ü., Nizamlıoğlu, H. F., & Onur, N. (2021). Şile İlçesinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Swot Analizi ile Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(4), 3018-3035.
- Türk, O. (2021). Muş İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyeli ve Swot Analizi. *The Journal of International Social Research*, 14(77), 1203-1213.
- Türk Patent ve Marka Kuruluşu. (2024). <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisaretler/liste?il=33&tur=&urunGrubu=&adi=> adresinden alındı (Erişim Tarihi: 29.04.2023).
- Yakar, M., Yılmaz, H. M., Yıldız, F., Zeybek , M., Şentürk, H., & Çelik, H. (2009). Silifke-Mersin Bölgesinde Roma Dönemi Eserlerinin 3 Boyutlu Modelleme Çalışması ve Animasyonu. *Jeodezi, Jeoinformasyon ve Arazi Yönetimi Dergisi*(101), 1-6.
- 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.
- Yıldız, M., & Yılmaz, M. (2019). Türkiye’de Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4, 51-60.
- Yıldız, Ö. E. (2016). Turistik Ürün Olarak Gastronomi. H. Kurgun, & B. D. Özşeker içinde, *Gastronomi ve Turizm* (s. 27-44). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yun, D., Hennessey, S. M., & MacDonald, R. (2011). Understanding Culinary Tourists: Segmentations Based on Past Culinary Experiences and Attitudes Toward Food-Related Behaviour. *ICHRIE Conference*, (s. 1-13).
- Zağralı, E. (2014). Destinasyon çekicilik unsuru olarak mutfak turizmi (İzmir yarımadası örneği). (Yüksek Lisans Tezi). İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Extended Abstract

Introduction

In recent years, tourism has been rapidly growing both in our country and worldwide, standing as one of the sectors that provide social, cultural, political impacts, and economic contributions to the country (Emekli, 2005: 100). Furthermore, tourism has shown a steady rise, innovation, and development from the late 20th century to the present day (Durgun, 2007: 94). Due to factors such as people's desires, needs, curiosity, and recreational activities, expectations in the field of tourism have also varied. Individuals who traditionally engaged in holiday plans focused on sun, sea, and sand tourism have begun to opt for different types of tourism as well (Aksoy & Sezgi, 2015: 80). Various forms of tourism such as ecotourism, gambling tourism, adventure tourism, winter tourism, faith tourism, and gastronomic tourism have emerged as people started to plan their travels. Food culture is not merely about food and beverages but also encompasses a broad concept that integrates with the local culture and encompasses cultural practices passed down from generation to generation (Ballı, 2016: 4). Interest and curiosity in food culture, which holds a significant place in reflecting society's culture, have been increasing steadily in recent times. Thus, gastronomy and gastronomic tourism have become more prominent in our country (Aksoy & Sezgi, 2015: 80).

This study aims to identify the gastronomic tourism potential of Silifke district, evaluate the strengths and weaknesses, opportunities, and threats of the destination. Within the scope of this research, recommendations are provided for promoting Silifke in terms of gastronomic tourism and enhancing its positioning. It was observed that there is a lack of literature on the development of this alternative tourism type concerning the identification and evaluation of Silifke's potential in gastronomic tourism. It is believed that filling this gap in the literature and shedding light on similar future studies on the subject is essential. Based on the results of the study, it is anticipated that individuals and institutions interested in learning about Silifke's gastronomy and cuisine will gain various insights. Furthermore, since this study is novel, it is expected to contribute to the literature on the subject.

Materials and Methods

In this research, the aim was to examine the current status of gastronomic tourism in Mersin/Silifke District, identify the internal (strengths and weaknesses) and external (opportunities and threats) factors of the region, and determine recommendations for the development of gastronomic tourism in Silifke district. Qualitative research methods were employed, specifically using the interview technique.

The population of the study consisted of food and beverage establishments operating in Silifke district, stakeholders in the tourism sector, academic researchers in the field of tourism and culinary arts, and experts in the field working in Silifke district. The sample of the study was determined using convenience sampling, comprising a total of 24 participants who voluntarily agreed to participate in the research and conduct face-to-face interviews. The sample included 7 food and beverage service teachers, 5 academicians, 5 food and beverage business managers/operators, 3 executive chefs, 2 human resources managers, and 2 general managers. Since it is recommended that the sample size for qualitative studies should be at least 15 (Mason, 2010: 8), the number of interviews conducted for this research was deemed sufficient.

The interviews were conducted by the researchers in a semi-structured format using interview questions prepared based on previous similar studies (Sormaz, Madenci, & Yılmaz, 2020; Teyin et al. 2021; Akturfan, Çınar, & Özata, 2022) between March 15, 2024, and May 1, 2024. Content analysis technique was used for compiling and evaluating the data, with frequency analysis used for demographic information and SWOT analysis questions. The findings and participant opinions were presented in the form of recommendations.

Results and Recommendations

Silifke, with its rich historical background, natural beauty, coastline, and strategic geographical location, holds a high potential for alternative tourism and stands as an important tourism destination. With its Mediterranean and nomadic cuisine, Silifke possesses a significant potential for gastronomic tourism. This study examined the strengths and weaknesses of Silifke's gastronomic tourism, along with the opportunities and threats that arise from these factors.

In discussions with participants, the strengths of Silifke district in terms of gastronomic tourism were identified as the presence of educational institutions providing gastronomy and culinary education (high school, associate degree), while weaknesses were highlighted as the inadequacy of advertising and promotional activities.

Furthermore, discussions emphasized that Silifke district has both current and potential opportunities, such as having alternative tourism potential, and threats, such as inadequate transportation.

Based on these findings, the following recommendations are proposed for the development of gastronomic tourism in Silifke:

- Providing comprehensive training in tourism and gastronomy by academics and fostering an understanding of the importance of tourism for regional development among relevant institutions.
- Planning and organizing events that highlight Silifke's gastronomic tourism potential.
- Collaboration between tourism businesses and academics.
- Retaining qualified workforce within the region instead of outward migration.
- Initiating efforts to preserve Silifke's regional culinary culture.
- Professional planning of tourism activities by experts in the field.
- Increasing promotion activities for geographically indicated products such as strawberries and yogurt.
- Incorporating more regional products into menus.
- Improving transportation infrastructure, including the establishment of Silifke Airport and introducing high-speed train connections.
- Addressing infrastructure problems.
- Organizing festivals and cooking competitions focusing on local products.
- Documenting the knowledge of elderly individuals and preserving it for future generations.
- Providing courses for preparing forgotten traditional dishes.
- Establishing a destination management organization and culinary association specific to Silifke.
- Identifying and registering brand values.

These recommendations aim to enhance the gastronomic tourism potential of Silifke and contribute to its sustainable development as a tourism destination.