

Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Balıkesir İli Körfez İlçeleri Gastronomi Turizminin SWOT Analizi

*SWOT Analysis of Gastronomy Tourism in Balıkesir Province Gulf Districts Within the Scope of
Sustainable Tourism*

Eren Çelebi 

Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları ABD,
erncelebi@gmail.com

Ümit Sormaz 

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü,
usormaz@erbakan.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ

Geliş: 03.02.2021

Kabul: 14.04.2021

Anahtar Kelimeler:

Turizm, Sürdürülebilir
Turizm, Gastronomi turizmi,
Edremit Körfezi, SWOT
Analizi.

Araştırma Makalesi

ÖZ

Balıkesir ili, Edremit Körfezi ilçeleri tarıma elverişli arazileri, tarihsel değerleri ve turist çekiciliği ile öne çıkmaktadır. Edremit Körfez ilçeleri çok sayıda göç almaları sebebiyle zengin bir kültüre sahiptir. Bölgenin sahip olduğu kültürel zenginlik mutfak kültürüne de yansımış ve zengin bir mutfak kültürü meydana gelmiştir. Bölgenin mutfak kültürünün temelini zeytin ve zeytinyağı oluşturmaktadır. Bu çalışma, Balıkesir ili Edremit Körfez ilçelerinin gastronomi turizmi açısından SWOT analizi yapılarak bölgenin güçlü yönleri, zayıf yönleri, fırsatları ve tehditlerinin tespit edilmesi ve elde edilen sonuçlar doğrultusunda bölgenin gastronomi turizmi potansiyelinin artırılmasına yönelik öneriler geliştirilmesi amacıyla yürütülmüştür. Çalışmanın sonucunda bölgenin gastronomi turizminin güçlü yönleri arasında yöreye yerli ve yabancı turist talebinin olması ve yörenin yerel ürün çeşitliliği ön planda olduğu belirlenirken, zayıf yönleri arasında yörenin sahip olduğu gastronomik ürünlerin tanıtım eksikliği ve yörenin gastronomik ürünlerinin işletmelerce standart olarak üretilmemesi olduğu gözlemlenmiştir. Gastronomik ürün çeşitliliği ve sağlıklı mutfaka sahip olması gastronomi turizmi açısından Edremit Körfezi ilçelerinin sahip olduğu fırsatların başında geldiği tespit edilmiştir. Bölgenin mevsimsel turist ağırlıklı olması ise gastronomi turizminin sahip olduğu mevcut ve potansiyel tehdit unsurları arasında yer almıştır. Çalışma sonucunda, Balıkesir ili Körfez ilçeleri bölgesinin SWOT analizinde belirlenen zayıf yönlerinin güçlendirilmesi, güçlü yönlerinin daha etkili şekilde kullanılması, tehditlerinin fırsatlara çevrilmesi için öneriler geliştirilmiştir.

ARTICLE INFO

Received: 03.02.2021

Accepted: 14.04.2021

Keywords:

Tourism, Sustainable
Tourism, Gastronomy
Tourism, Edremit Gulf,
SWOT Analysis.

Research Article

ABSTRACT

Balıkesir province, Edremit Gulf districts stand out with their arable land, historical values and tourist attraction. Edremit Gulf districts have a rich culture due to their large number of immigrants. The cultural richness of the region has also been reflected in the cuisine culture and a rich cuisine culture has occurred. The basic cuisine of the region consists of olive and olive oil. This study was carried out in order to determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the region by conducting a SWOT analysis in terms of gastronomy tourism of the Gulf districts of Balıkesir province and to develop suggestions for increasing the gastronomy tourism potential of the region in line with the results obtained. As a result of the study, it was determined that the local and foreign tourist demand for the region and the local product variety were among the strengths of the region's gastronomy tourism, while the weaknesses were the lack of promotion of the gastronomic products of the region and the lack of standard production of the region's gastronomic products by the enterprises. It has been determined that the diversity of gastronomic products and having a healthy and nutritious cuisine is one of the opportunities that Edremit Gulf districts have in terms of gastronomy tourism. The fact that the region is dominated by seasonal tourists is among the current and potential threats of gastronomic tourism. As a result of the study, suggestions were developed to strengthen the weaknesses identified in the SWOT analysis of the region of Körfez districts of Balıkesir province, to use its strengths more effectively, and to turn threats into opportunities.

1. GİRİŞ

Turizmin, kavram olarak köklü bir geçmişe sahip olduğunu söylemek mümkündür (Aydın, 2012). Köken olarak incelendiğinde Latince’ de hareket etme, dönme, dönüp dolaşma anlamlarına gelmekte olan “tournus” kelimesinden türediği ifade edilen turizm (Dinçer, 1993) dünya ekonomisinde en karlı sektörlerden biri olarak gösterilmektedir (Hafsa, 2020). Turizm kavramını ilk kez 1905 senesinde Guyer-Feuler tanımlanmıştır. Bu tanıma göre; “turizm, gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren ‘modern’ çağa özgü bir olaydır” (Kozak vd., 2014). Dünya Turizm Örgütü ise turizmi, “insanların kişisel veya ticari / mesleki amaçlarla ülkelere veya olağan ortamlarının dışındaki yerlere taşınmasını gerektiren sosyal, kültürel ve ekonomik bir olgudur” şeklinde tanımlamıştır (UNWTO, 2021).

Milyonlarca insan devamlı olarak ikamet ettikleri bölgelerden geçici olarak başka bölgeleri ziyaret etmektedir. Bu ziyaret sırasında, ulaşım imkânlarından faydalanmakta ve ziyaret edilen bölgelerdeki yiyecek–içecek ve konaklama işletmelerinden faydalanmaktadır. Bu durum yaşadığımız yüzyıla ait çağdaş bir durum olarak algılanmasına karşın, bireyler yüzyıllardır çeşitli sebeplerden dolayı buldukları bölgelerden başka bir coğrafi bölgeye yolculuk yapmışlardır (Kılınç, 2020) Günümüzde bireylerin turizm sektörüne yönelik beklentileri değişmiş olup sadece deniz, plaj ve güneş turizm türünü değil, farklı turizm faaliyetlerini de deneyimlemek istemektedirler. Ek olarak, insanların geçmişlerini merak etmesiyle birlikte geçmişlerini yansıtan kültürlere olan ilgisinin de günden güne artmış olduğu da görülmektedir. Buna göre yöresel yemeklerin toplumların kültürlerini yansıtan bir unsur olduğu göz önünde bulundurulduğunda bireylerin yöresel mutfaklara ve buna paralel olarak da gastronomi ve gastronomi turizmine olan merakları artmaktadır (Küçükkömürler vd., 2018).

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Gastronomi Turizmi ve Önemi

Bireyler fizyolojik olarak yaşamlarına devam edebilmeleri için yemek yemek zorundadırlar. Bu sebeple insanlık tarihinin başlangıcı yemek tarihin de başlangıcıdır demek mümkündür. Buna göre de mutfak ve yemek kültürü toplumsal tarihle iç içe geçmiş olduğu söylenebilir (Karaca ve Altun, 2017). Ateşin bulunmasının ardından, yedikleri gıdaları pişirmeye başlayan bireyler aynı zamanda yemeklerin lezzetini artırmak için de çeşitli yöntemler geliştirmişlerdir. Bu bağlamda zamanın ilerlemesi ile paralel olarak yemek kültürü de gelişmiştir. Öncesinde hayvanların kemikleri kullanılarak yapılan mutfak gereçlerinin metal kaplara dönüşmesiyle gelişim sürmüştür (Özdemir ve Dülger Altın, 2019). Kısacası ateşin bulunması ile çığ yiyecekler pişirilirken ateşin etrafına oturan bireyler yemek yerken, sohbet etmiş ve sosyalleşmişlerdir. Yemek pişirmek ve tüketmek fizyolojik ihtiyacın dışında sosyalleşmenin ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Fernández-Armesto, 2007). Mutfak sanatının temelleri Mezopotamya’da atılmış, ilerleyen zaman ile birlikte Anadolu ve Çin mutfağı olarak bölünerek gelişmeyi sürdürmüş olup, Japon mutfağı, Çin mutfağından; Mısır mutfağı ise Anadolu mutfağından etkilenmiştir. Eski Yunan mutfağı ise Mısır mutfağından etkilenerek, Roma mutfağını şekillendirmiştir. Fransız mutfağının temelleri ise Roma mutfağından etkilenerek oluşmuştur. Buna göre uluslar birbirleri ile etkileşim içine girerek kendi kültürlerini yansıtan mutfakların oluşmasını sağlamıştır. (Ciğirim, 2001; akt.Dilsiz, 2010).

Gastronomi kelimesinin köken olarak incelenmesine bakıldığında ise, Yunan dilinde mide anlamına karşılık gelen “gaster” ile yine aynı dilde yasa anlamına gelen “nomas” sözcüğünün bir araya gelmesinden oluştuğu belirtilmektedir. Fakat bu kavramı köken olarak incelemekten ziyade kavramsal açıdan anlayabilmek daha önemli bir konudur. Buna göre gastronominin; bireylerinin refahını ve yediklerini kapsayan bilgileri içerine alan bir bütün olduğunu söylemek mümkündür (Altinel, 2009). Bir başka görüşe göre ise gastronomi: ülkelerin ve bölgelerin mutfak kültürlerinin birbirlerinden ayırt edilmesini sağlayan; belirli bir yörenin yemek hazırlama hususundaki tekniklerini, yeme ve içme kültürlerini, bölgede yetişen veya üretilen gıdaları ele alan bir kavramdır (Kivela ve Crotts, 2006). Genel olarak gastronominin tanımına bakıldığında, yemek ile kültürün arasındaki etkileşimi kapsayan, yeme-içme sanatı ve yemek bilimi şeklinde ifade edildiği görülmektedir. Bununla birlikte yapılan bazı çalışmalar turizm deneyimi ile gastronominin birbirleri ile ilişkili olduğunu da göstermektedir (Cömert ve Durlu Özkaya, 2014).

Gastronomi turizmi ise, bir yöreye ait yiyecek ve içecekleri sunarak ve yörenin kültürel benliğini ve birikimini yansıtarak bulunduğu yöreye rekabet artışı sunan, daha önce deneyimlenmemiş yiyecek içecekleri tatmak için turizm etkinliğine katılım motivasyonu oluşturan ve seyahat davranışlarının motive edilmesinde etkin rol oynayan bir turizm türüdür. (Harrington ve Ottenbacher, 2010). Bir başka görüşe göre ise gastronomi turizmi, insanların bir yöreye ait yemekleri deneyimlemesi ve o kültürü tanımasıdır. Buna göre gastronomi turizmi, turistlerin bilhassa bir yörenin veya tatil amaçlı ziyaret edilecek bölgenin mutfak kültürünü öğrenmek, yörenin yemeklerini tanıtmaya yönelik düzenlenen festivalleri

ve yörenin yemek kültürünü yansıtan yerleri görmesi şeklinde ifade edilebilir (Çavuşoğlu, 2018). Ancak her turizm faaliyeti gastronomi turizmi içerisinde yer almamaktadır. Hangi turizm faaliyetlerinin gastronomi turizmi kapsamında olduğuna dair hususlar şu şekilde söylenebilir (Hall vd., 2003):

- Kendine has özelliği olan bir yiyeceği yeme arzusu,
- Belirli bir bölgeye has bir yiyeceği yeme arzusu ve
- Belli şefin sunduğu bir yiyeceği yeme arzudur.

Turizm etkinlikleri arasında talebi günden güne artan gastronomi turizmi, eğitilmiş ve gelir düzeyi fazla olan turistlere yönelik bir turizm faaliyeti olması sebebiyle ülkelerin değer vermeye başladığı bir turizm faaliyetidir. Turistlerin destinasyon seçimlerinde ana sebebin yiyecek - içecek tercihi olmadığı ifade ediliyor olsa da bir turist açısından yiyecek - içecek hizmetlerinin niteliği, tatil kararların da önem gösteren bir unsurdur (Zengin vd., 2016). Gastronomi turizmi içerisinde düzenlenen etkinliklerin, turistlere benzersiz tecrübeler yaşatıp bireyler arasındaki kültür etkileşimi oluşturduğu, bölgelerin kalkınmasında ve destinasyonların markalaşmasında etkili olduğu söylenebilir (Bilgili vd., 2012). Boyne vd. (2013) yapmış oldukları çalışmada, turistlerin harcamalarının %40'ını yemek ve içecekler oluşturduğunu ifade etmişlerdir. Niell vd. (2000) ise Romanya'da yapmış oldukları çalışmada yemek servisinde turistlerin memnuniyetlerine etkisini araştırarak turist memnuniyetine etki gösteren en önemli etmenlerin yemeğin niteliği, yemeğe ödedikleri ücretin tatmin edici olması ve yemek deneyiminin gerçekleştirildiği ortam olduğunu tespit etmişlerdir.

2.2. Edremit Körfezi Mutfak Kültürü ve Gastronomi Turizm Potansiyeli

Balıkesir ili Edremit Körfezi sınırları arasında 4 ilçe bulunmaktadır. Bu ilçeler Ayvalık, Edremit, Burhaniye ve Gömeç'tir. 2019 yılı verilerine göre; Ayvalık'ta ikamet eden kişi sayısı 70.720, Edremit'te ikamet eden kişi sayısı 155.83, Burhaniye'de ikamet eden kişi sayısı 60.490, Gömeç'te ikamet eden kişi sayısının da 14.175 olduğu bilinmektedir. Edremit Körfezi'nin toplam nüfusu Balıkesir ili toplam nüfusunun %24.5'ini oluşturmaktadır (Nufusu.com, 2021).

Ege bölgesinin sahil kesimlerinde yer alan Ayvalık ilçesi, tarıma elverişli arazileri, tarihsel değerleri ve turist çekiciliği ile öne çıkmaktadır. Mübadele sebebiyle yaşanan göçler, Ayvalık ilçesi yemek kültürünü etkilemiştir. Girit, Midilli, Boşnak ve Bulgar gibi milletlerin kültürlerinden etkilenen Ayvalık mutfak kültürü, gelişimini bu yönde sürdürmüştür. Ayvalık, Akdeniz yemek kültürü özelliklerini barındırırken yörenin temel mutfak kültürü zeytin ve zeytinyağından meydana gelmektedir. Ayvalık yöresinde balık ve deniz mahsulleri kullanımı mevcuttur. Ek olarak deniz börülcesinin yöreye ait önemli bir gastronomik öğe olduğu söylenebilir (Gökdeniz vd., 2015). Ayvalık merkezinden köylere doğru gidildiğinde yemeklerde genel olarak kuzu eti, tavuk eti ve av hayvanlarının etlerinin kullanıldığı söylenebilir. Ayvalık yöresinde damla sakızı yemeklerde ve tatlılarda geçmişten günümüze tüketilmektedir. Ünlü Ayvalık Tostu ekmeğinin ise önceden nohut mayası kullanılarak üretildiği ve bu nedenle lezzetli olduğu bilinmektedir (Akman ve Yılmaz, 2018). Edremit ilçesi Kuzey Ege'de bulunmaktadır (Efe vd., 2013). İlçede ki ilk yerleşimin M.Ö. 50.000 yıllarında olduğu bilinmektedir. Körfezin kıyı bölgelerinde zeytinyağlı yemeklerin ve otların daha fazla tüketildiği, dağlık bölgelerde ise hamur işlerinin daha fazla tüketildiği söylenebilir. Bunlara ek olarak düğünlerde pişirilen yemeğin çoğunlukla keşkek olduğu bilinmektedir (Çekiç, 2015). Kuzey Ege'de bulunan Burhaniye'de Bizans, Roma, Selçuklu ve Osmanlı'nın eserlerine rastlanılmaktadır. İlçede ikamet eden bireylerin çoğunluğu etnik yapıdadır. Burhaniye'nin son yıllarda aldığı göçler sebebiyle farklı kültürleri bir arada barındıran bir ilçe olduğu bilinmektedir. İlçe merkezinde köylere kıyasla daha çağdaş yaşamlar olduğu söylenebilir. Yemek kültüründe ise zeytinyağlı yemekler, otlar ve deniz ürünleri olarak çeşitlilik olduğu söylenebilir (Yalın, 2020). Burhaniye ilçesinde çeşit çeşit tarım faaliyetleri yapılırken zeytin ve zeytinyağı üretimi yaygın olduğu görülmektedir. Zeytinden üretilen sabun ve kolonya gibi ürünler yörenin turistik imajını olumlu yönde etkilediği söylenebilir (Çelik Uğuz, 2011). Ayvalık ve Burhaniye ilçesinin komşusu olan Gömeç ilçesinin ise geçmişte Dikili ve Edremit bölgelerine yakın olan bir köy olduğu bilinmektedir. Gömeç ilçesinin temel geçim kaynaklarının zeytincilik, arıcılık olduğu söylenebilir. Gömeç ilçesinin yemek kültürü hem toplumsal hem ekonomik ilerlemelerle gelişmiştir. Bilhassa ramazan ayında örf ve adetlere göre yemeği servisi ve yeme biçimleri olduğu bilinmektedir (Efe vd., 2013).

Farklı turistik çekicilikleri bulduran bir destinasyon olan Edremit Körfezi'nde Cunda'nın akla ilk gelen bölge olduğu söylenebilir. Cunda Adası bilhassa son zamanlarda Ayvalık turizmi için önem taşımaktadır. İç piyasadan artan fazla talebin Cunda halkının turizme olan ilgisini fazlaştırmış olduğu, temel geçim kaynağı olan zeytincilik ve balıkçılığın yerini turizmin aldığı söylenebilir (Güngör, 2014). Bu çalışma, Balıkesir ili Körfez ilçelerinin gastronomi turizmi açısından SWOT analizi yapılarak bölgenin güçlü yönleri, zayıf yönleri, fırsatları ve tehditlerinin tespit edilmesi ve elde edilen sonuçlar doğrultusunda bölgenin gastronomi turizmi potansiyelinin artırılmasına yönelik öneriler geliştirilmesi amacıyla yürütülmüştür.

3. MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı ve Modeli

İngilizce; Strengths (avantajlar), Weaknesses (Dezavantajlar), Opportunities (Fırsatlar) ve Threats (Tehditler) sözcüklerinin ilk harflerinden meydana gelen “SWOT” kelimesi, bir durumun güçlü ve zayıf yönlerini tespit ederek fırsatları ve tehditleri analiz edip yeni stratejiler geliştirmek amacıyla uygulanan bir tekniktir (Tunç ve Uygur, 2002; Acuner, 2006; Kansız ve Acuner, 2007).

Pazarlamanın içinde bulunduğu durumun incelenmesi ve durum ile ilgili sistematik bir çerçeve ortaya konabilmesini sağlayan SWOT tekniği (Ecer ve Canitez, 2004) ile ülkenin turizm potansiyelinin içsel (güçlü ve zayıf yönleri) ve dışsal (fırsatlar ve tehditler) faktörleri ortaya çıkarıldığı gibi (Tunç ve Uygur, 2002) bölgenin alternatif turizm imkanlarının değerlendirmeye tabi tutulması, mevcut görülebilen hataların tespit edilmesi ve düzeltilmesine fırsat sunulabilmektedir (Yeşiltaş vd., 2009).

Araştırmada, Balıkesir ili Körfez ilçelerinin (Edremit, Burhaniye, Ayvalık ve Gömeç) gastronomi turizmi bakımından mevcut durumunun incelenmesi, gastronomi turizminin içsel (güçlü ve zayıf yönleri) ve dışsal (fırsatlar ve tehditleri) faktörlerinin ortaya konulması ile yörenin gastronomi turizmine uygun strateji ve politikaların oluşturulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda; turizm işletmelerinin yöneticilerinin görüşlerinin derinlemesine incelenmesi gerektiğinden nitel araştırma desenlerinden durum çalışması kullanılmıştır. Durum çalışmasında amaç, ele alınan konular ile ilgili durumların birbirlerinden farklı olabileceği gerekçesiyle ulaşılan sonuçların genellemesinden ziyade, benzer durumların anlaşılmasına yönelik örnekler ve deneyimler oluşturmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırma evrenini, Balıkesir ili Körfez ilçelerinde (Ayvalık, Edremit, Burhaniye ve Gömeç) faaliyet gösteren turizm işletmeleri yöneticileri ya da işletmecileri oluşturmaktadır. Araştırmanın evrenini temsil eden işletmelerin sayısı tablo 1’de verilmiştir (Balıkesir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021).

Tablo 1. Balıkesir İli Körfez İlçelerinde Faaliyet Gösteren Turizm İşletmeleri Sayısı

İşletme	Sayı	%
Otel işletmeleri	45	69.2
Restoran işletmeleri	20	30.8
TOPLAM	65	100.0

Araştırmanın örneklemini; kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak araştırmacıların ulaşabildiği Balıkesir ili Körfez ilçelerinde faaliyet gösteren turizm işletme belgesine sahip konaklama ve yiyecek içecek işletmelerinin yönetici konumunda çalışanlardan araştırmaya katılmaya gönüllü olanlar oluşturmaktadır. Bu kapsamda; işletmelerin yöneticileri ve işletmecileri ile görüşülmüş ve araştırmaya katılmaya gönüllü 32 kişi araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Nitel çalışmalar için örneklem büyüklüğünün en az 15 olması tavsiye edildiğinden (Mason, 2010) araştırma için yapılan görüşme sayısı yeterli kabul edilmiştir.

3.3. Veri Toplama Aracı, Teknikleri ve Değerlendirilmesi

Araştırmada; bireylerin sosyal gerçekliğine ilişkin bilgileri, kavramları, görüşleri, deneyimleri, etkileşimleri, anlamlandırmaları ve duyguları ile ilgileniliyorsa, en iyi yol görüşme tekniğiyle onlara ulaşmaktır (Mason, 1996). Görüşme tekniğinin kullanımında temel amaç; genellikle bir hipotezi test etmekten ziyade, bireylerin deneyimlerini belirlemek ve bu deneyimleri nasıl anlamlandırdıklarını anlamaya çalışmaktır (Seidman, 1991). Bu nedenle araştırmada, veri toplama tekniği olarak nitel araştırma yöntemlerinden görüşme yöntemi kullanılmıştır.

Yapılandırılmış görüşme tekniği, her katılımcıya aynı biçimde ve aynı sözcüklerle sorulması nedeniyle daha güvenilir sonuçlar vermektedir (Türnüklü, 2000). Bu nedenle araştırmada, daha küçük örneklem seçilmesine imkan vermesi, sorun ve durumun gerek daha bütünsel ve derinlemesine, gerekse daha ayrıntılı anlaşılmasına imkan tanınmasından dolayı verilerin elde edilmesinde, nitel yaklaşımlardan yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Yapılandırılmış görüşme formu, daha önceki benzer çalışmalarda (Durgun, 2007; Yeşiltaş vd., 2009; Birdir vd., 2015; Deniz ve Atışman, 2017; Özkan vd., 2019) kullanılan sorulardan derlenerek hazırlanmıştır.

Veriler, işletmeleri temsilen yönetici ya da temsilci konumunda olan personel/personeller ve işletmeciler ile 01 Kasım-31 Aralık 2020 tarihleri arasında araştırmacılar tarafından yüz yüze görüşülerek toplanmıştır. Katılımcılardan alınan

cevaplar içerik analizine tabi tutulmuş, içerik analizinde verilerin kodlanması sonucu ortaya çıkan temalar sıklık düzeyine göre yorumlama yoluna gidilmiştir. Elde edilen bilgiler ve katılımcı görüşleri öneriler şeklinde sunulmuştur.

4. BULGULAR

Katılımcıların demografik bilgileri incelendiğinde; %75.0'inin erkek, %40.6'sının 31-45 yaş aralığında olduğu ve %37.5'inin önlisans mezunu oldukları tespit edilmiştir. Elde edilen veriler istatistiksel olarak değerlendirildiğinde, katılımcıların eğitim durumlarında gruplar arasında anlamlı fark tespit edilmiştir ($p<0.05$) (Tablo 2).

Tablo 2. Demografik Bilgiler

	OTEL İŞLETMELERİ		RESTORAN İŞLETMELERİ		TOPLAM		t	p
	n	%	n	%	n	%		
Cinsiyet								
Kadın	5	27.8	3	21.4	8	25.0	0,399	0,692
Erkek	13	72.2	11	78.6	24	75.0		
Yaş								
18-30 yaş	3	16.7	2	14.3	5	15.6		
31-45 yaş	9	50.0	4	28.6	13	40.6	0,710	0,4483
46-60 yaş	4	22.2	7	50.0	11	34.4		
61 yaş ve üstü	2	11.1	1	7.1	3	9.4		
Eğitim Durumu								
Ortaöğretim	4	22.2	7	50.0	11	34.4		
Önlisans	7	38.9	5	35.7	12	37.5	2,109	0,049*
Lisans	5	27.8	2	14.3	7	21.9		
Lisansüstü	2	11.1	0	0.0	2	6.2		
TOPLAM	18	56.2	14	43.8	32	100.0		

* $p<0.05$

** $p<0.01$

*** $p<0.001$

Katılımcıların mesleki bilgi ve tecrübeleri incelendiğinde; otel işletmeleri temsilcilerinin %72.2'sinin mesleki bir diplomaya sahip iken restoran işletmeleri temsilcilerinin %50.0'sinin herhangi bir belgeye sahip olmadığı, otel işletmeleri temsilcilerinin %88.9'unun işletmede yönetici pozisyonunda görev yaptığı ve restoran işletmeleri temsilcilerinin %78.6'sının işletme sahibi olduğu, otel işletmeleri temsilcilerinin %44.4'ünün genel müdür olarak görev yaparken restoran işletmeleri temsilcilerinin %42.9'unun işletmeci olarak görev yaptığı, otel işletmeleri temsilcilerinin %44.4'ünün şu an ki işletmede 11-20 yıl ve restoran işletmeleri temsilcilerinin %64.3'ünün 5 yıldan az süreyle çalıştıkları tespit edilmiştir (Tablo 3).

Tablo 3. Mesleki Bilgi ve Tecrübeleri

	OTEL İŞLETMELERİ		RESTORAN İŞLETMELERİ		TOPLAM		t	p
	n	%	n	%	n	%		
Mesleki Eğitim								
Mesleki diploma	13	72.2	4	28.6	17	53.1		
Ustalık/kalfalık belgesi	3	16.6	2	14.3	5	15.6	3,398	0,002**
Mesleki kurs belgesi	1	5.6	1	7.1	2	6.3		
Belgesi yok	1	5.6	7	50.0	8	25.0		
İşletmedeki Pozisyonu								
İşletme yöneticisi	16	88.9	3	21.4	19	59.4	5,099	0,000***
İşletme sahibi	2	11.1	11	78.6	13	40.6		
İşletmedeki Görevi								
İşletmeci	2	11.1	6	42.9	8	25.0		

Genel müdür	8	44.4	3	21.4	11	34.3		
F&B müdürü	2	11.1	1	7.1	3	9.4	0,523	0,605
Satış müdürü	4	22.2	0	0.0	4	12.5		
Aşçıbaşı	2	11.1	4	28.6	6	18.8		
Sektörde Çalışma Süresi								
5 yıldan daha az	1	5.6	7	50.0	8	25.0		
6-10 yıl	4	44.4	4	28.6	8	25.0		
11-20 yıl	5	27.8	2	14.3	7	21.8	3,824	0,001**
21-30 yıl	5	27.8	1	7.1	6	18.8		
31 yıl ve daha fazla	3	16.7	0	0.0	3	9.4		
Şu an ki İşletmede Çalışma Süresi								
5 yıldan daha az	3	16.6	9	64.3	12	37.5		
6-10 yıl	6	33.3	2	14.3	8	25.0		
11-20 yıl	8	44.4	2	14.3	10	31.2	2,271	0,030*
21-30 yıl	1	5.6	1	7.1	2	6.3		
TOPLAM	18	56.2	14	43.8	32	100.0		

* p<0.05

** p<0.01

*** p<0.001

Elde edilen veriler istatistiksel olarak değerlendirildiğinde; katılımcıların mesleki eğitim düzeyleri (p<0.01), işletmedeki pozisyonlar (p<0.001), sektörde çalışma süresi (p<0.01) ve şu an ki işletmede çalışma sürelerinde (p<0.05) gruplar arasında anlamlı fark tespit edilmiştir (Tablo 3).

Gelişen ve değişen turizm anlayışı ile birlikte destinasyonların sahip oldukları yerel mutfak ve hizmet şekilleri turistlerin destinasyon seçim kararlarında etkili olmaya başlamış, ve destinasyonların turistik çekicilik unsuru niteliği taşıması bakımından gastronomi turizmi önemli duruma gelmiştir (Göker, 2011). Balıkesir ili Körfez ilçelerinin gastronomi turizminin güçlü yönleri; yöreye yerli ve yabancı turist talebinin olması (%84.4), yörenin yerel ürün çeşitliliği (%81.3), yöre mutfağının zenginliği (%68.8), yöre mutfağının sağlıklı ürünlerden oluşması (%50.0), yörede yeterli sayıda ve nitelikte gastronomi etkinliklerinin düzenlenmesi (%34.4), yörenin ulaşım imkanları (%21.9) şeklinde sıralanmaktadır (Tablo 4).

Tablo 4. Balıkesir İli Körfez İlçelerinin Gastronomi Turizminin Güçlü Yönleri

Güçlü Yönleri	n	%
1. Yöreye yerli ve yabancı turist talebinin yüksek olması	27	84.4
2. Yörenin yerel ürün çeşitliliği	26	81.3
3. Yöre mutfağının zenginliği	22	68.8
4. Yöre mutfağının sağlıklı ürünlerden oluşması	16	50.0
5. Yörede yeterli sayıda ve nitelikte gastronomi etkinliklerinin düzenlenmesi	11	34.4
6. Yörenin ulaşım imkanları	7	21.9

Seyahat kararını etkileyen tatmin ve tatminsizlik durumları, destinasyon hakkında önceden elde edilmiş imajlara ve destinasyonların kişileri tatminine yönelik olarak yapmış olduğu faaliyetlerin performansına bağlı olarak değişmektedir (Kılıç, 2007). İnsanların ziyaret ettikleri yerlerden memnun kalmaları ve edindikleri tecrübeler, diğer kişilere tavsiye ve aynı yere tekrar ziyaret teşviki açısından çok önemli görülmektedir (Greaves ve Skinner, 2010). Bu açıdan Balıkesir ili Körfez ilçeleri, eşsiz doğa güzellikleri, kültürel ve tarihi yapısının yanı sıra birbirinden lezzetli yemekleri ile, Türkiye'nin görülmeye değer şehirlerinden birisidir (Göker, 2011). Araştırmada, Balıkesir ili Körfez ilçelerinin yerli ve yabancı turist talebinin yüksek olması, yerel ürün çeşitliliği, yöre mutfağının zenginliği, yöre mutfağının sağlıklı ürünlerden oluşması, yeterli sayıda ve nitelikte gastronomi etkinliklerinin düzenleniyor olması ve yörenin ulaşım imkanları yörenin gastronomi turizminin gelişmesinde görülen güçlü yönler olarak tanımlanmıştır.

Balıkesir ili Körfez ilçelerinin gastronomi turizminin zayıf yönleri; yörenin sahip olduğu gastronomik ürünlerin tanıtım eksikliği (%65.6), yörenin gastronomik ürünlerinin işletmelerce standart olarak üretilmemesi (%62.5), turistlerin yöreyi mevsimsel olarak tercih etmesi (%50.0), yörenin sahip olduğu gastronomik ürünlerin turistik ürüne dönüştürülebilmesi (%46.9), konaklama işletmeleri menülerinde yöresel yemeklerin az çeşitte yer alması (%46.9), yöresel restoranlarda çalışan personelin mesleki bilgilerinin yetersiz olması (%43.8), kamu ve özel kuruluşların yörenin gastronomi

turizminin geliştirilmesi üzerine çalışmalarının yetersiz olması (%34.4) ve yöresel ürünlerin üretimini yapan üretici eksikliği (%25.0) şeklinde sıralanmaktadır (Tablo 5).

Tablo 5. *Balıkesir İli Körfez İlçelerinin Gastronomi Turizminin Zayıf Yönleri*

Zayıf Yönleri	n	%
1. Yörenin sahip olduğu gastronomik ürünlerin tanıtım eksikliği	21	65.6
2. Yörenin gastronomik ürünlerinin işletmelerce standart olarak üretilmemesi	20	62.5
3. Turistlerin yöreyi mevsimsel olarak tercih etmesi	16	50.0
4. Yörenin sahip olduğu gastronomik ürünlerin turistik ürüne dönüştürülememesi	15	46.9
5. Konaklama işletmeleri menülerinde yöresel yemeklerin az çeşitte yer alması	15	46.9
6. Yöresel restoranlarda çalışan personelin mesleki bilgilerinin yetersiz olması	14	43.8
7. Kamu ve özel kuruluşların yörenin gastronomi turizminin geliştirilmesi üzerine çalışmalarının yetersiz olması	11	34.4
8. Yöresel ürün üretici eksikliği	8	25.0

Katılımcılar ile yapılan görüşmelerde gastronomi turizminin zayıf yönleri olarak; il genelinde yerli ve yabancı turist talebinin yoğun olmasına rağmen yörenin sahip olduğu gastronomik öğelerin yeterince ön plana çıkarılmadığı, ulusal ve uluslararası platformda Balıkesir ili Körfez ilçeleri gastronomisinin yeterince tanıtılmadığı, bu durum için yetkili ve söz sahibi kamu ve özel kurum ve kuruluşların yeterince organize olamadığı, turistlerin yöreyi mevsimsel olarak tercih etmesi, yöre bölge halkının gastronomik öğelere yeterince sahip çıkmaması, turizme yönelik faaliyet gösteren turizm işletmelerinde çalışan personelin mesleki bilgilerinin yetersiz oldukları, yöresel ürün üretici eksikliği olarak belirtilmiştir. Körfez ilçelerindeki gastronomi turizminin geliştirilmesi için katılımcılarla gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda belirlenen zayıf yönlerin giderilmesinde; yörenin gastronomik ürünlerinin tanıtımının yapılması, bunun için kamu ve özel kuruluşların koordinasyonunun gerekli olduğu, restoran işletmeleri menülerinde daha fazla çeşit yöresel yemeklere yer verilmesi görüşünün hakim olduğu belirlenmiştir.

Balıkesir ili Körfez ilçelerinin gastronomi turizminin sahip olduğu fırsatlar; gastronomik ürün çeşitliliği (%75.0), sağlıklı ve besleyici mutfağa sahip olması (%71.9), bölgede gelişen kırsal turizmin etkisi ile gastronomi turizminin artması (%56.3), gastro turistlerin sağladığı ekonomik katkı (%46.9) ve bölgenin sahip olduğu kültür çeşitliliği (%31.3) şeklinde sıralanmıştır (Tablo 6).

Tablo 6. *Balıkesir İli Körfez İlçeleri Gastronomi Turizminin Sahip Olduğu Fırsatlar*

Fırsatlar	n	%
1. Gastronomik ürün çeşitliliği	24	75.0
2. Sağlıklı ve besleyici mutfağa sahip olması	23	71.9
3. Bölgede gelişen kırsal turizmin etkisi ile gastronomi turizminin artması	18	56.3
4. Gastro turistlerin sağladığı ekonomik katkı	15	46.9
5. Kültür çeşitliliği	10	31.3

Yapılan görüşmelerde; bölgede gastronomik ürün çeşitliliğinin olması, bölge mutfağının sağlıklı ve besleyici ürünlerden oluşması, bölgede gelişen kırsal turizm aktivitelerinin etkisi ile gastronomi turizminin artması, gastro turistlerin sağladığı ekonomik katkı ve bölgenin kültürel çeşitliliği Körfez ilçelerinin sahip olduğu fırsatlar olarak sıralanmıştır.

Balıkesir ili Körfez ilçelerinin gastronomi turizminin sahip olduğu mevcut ve potansiyel tehdit unsurları; bölgenin mevsimsel turist ağırlıklı olması (%71.9), yöresel yemeklerin tanıtımının yeterince yapılamaması (%62.5), talebin karşılanamaması (%50.0), bazı yöresel yemeklerin unutulmaya yüz tutuyor olması (%37.5), mevsimsel değişikliklerin yöresel tarım ürünleri üzerindeki olumsuz etkileri (%28.1) ve genç nüfusun tarımda her geçen gün daha az istihdam olması (%15.6) şeklinde sıralanmıştır (Tablo 7).

Tablo 7. Balıkesir İli Körfez İlçeleri Gastronomi Turizminin Sahip Olduğu Mevcut ve Potansiyel Tehdit Unsurları

Tehditler	n	%
1. Bölgenin mevsimsel turist ağırlıklı olması	23	71.9
2. Yöresel yemeklerin tanıtımının yeterince yapılamaması	20	62.5
3. Talebin karşılanamaması	16	50.0
4. Bazı yöresel yemeklerin unutulmaya yüz tutuyor olması	12	37.5
5. Mevsimsel değişikliklerin yöresel tarım ürünleri üzerindeki olumsuz etkisi	9	28.1
6. Genç nüfusun tarımda her geçen gün daha az istihdam olması	5	15.6

Yapılan görüşmelerde gastronomi turizminin sahip olduğu mevcut ve potansiyel tehdit unsurlar incelendiğinde; bölgenin daha çok mevsimsel turist ağırlıklı olması, buna karşın yöresel yemek talebinin karşılanamaması ve bazı yöresel yemeklerin gerek halk tarafından gerekse turistik işletmelerce uygulanmamasından unutulmaya yüz tutuyor olması en büyük tehditler olarak görülmüştür. Ayrıca, mevsimsel değişikliklerin yöresel tarım ürünleri üzerindeki olumsuz etkileri ve genç nüfusun tarımda her geçen gün daha az istihdam olması da bölgenin gastronomi turizmi açısından mevcut ve potansiyel tehditlerini oluşturmaktadır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yeme-içmenin bilim ve sanata dönüştürülmesi olarak değerlendirilen gastronomi, kültürlerin yemeklerle olan ilişkisini ele aldığı gibi turizmi de ilgilendiren bir alandır (Küçükaltan, 2009). Dünyada ve ülkemizde hızla gelişmeye devam eden sektörler arasında yer alan turizmin mevcut ve gelecekteki durumunun analizi önemli bir konu olup SWOT analizi bu amaca hizmet eden önemli bir tekniktir (Sandıkçı ve Özgen, 2013). Sürdürülebilir turizm kapsamında Balıkesir ili Körfez İlçeleri gastronomi turizminin SWOT analizinin yapıldığı çalışmada, bölgenin gastronomi turizminin güçlü yönleri olarak “yöreye yerli ve yabancı turist talebinin olması”, “yörenin yerel ürün çeşitliliği” ve “yöre mutfağının zenginliği”; zayıf yönlerinin ise “yörenin sahip olduğu gastronomik ürünlerin tanıtım eksikliği”, “yörenin gastronomik ürünlerinin standart olarak üretilmemesi” ve “turistlerin yöreyi mevsimsel olarak tercih etmesi” olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen veriler daha önceki benzer çalışmalar ile benzerlik göstermektedir (Özkan vd., 2019; Sormaz vd., 2020). Destinasyon yaşam eğrisinde destinasyonun keşfedilmesinden, talebin düştüğü gerileme dönemine kadar güçlü bir yönlendirici güce sahip olan gastronomi turizmi, tüm yıl boyunca sürdürülebilmesi, diğer alternatif turizm çeşitleri ile entegre edildiğinde gerek harcama miktarı ve gerekse kalış sürelerinin artırılması, yerel kalkınmaya katkı sağlaması, çevreye duyarlı gelişimi, yöreye özgü, otantik ve taklit edilemeyen ürün yelpazesi ile destinasyonların pazarlanmasında önemli bir güç oluşturmaktadır (Güzel Şahin ve Ünver, 2015). Bu doğrultuda, destinasyonlar uygulanacak SWOT analizi ile gastronomi turizmi açısından tespit ettikleri güçlü yönleri ön plana çıkararak, zayıf yönlerini ise yapılacak çalışmalar ile güçlü yönlere çevirerek gastronomi turizmi potansiyelini arttırmalıdır.

Dünyada hızla büyümekte olan kültür turizmi pazarının önemli bir unsuru durumunda olan gastronomi turizmi, hem toplumsal ve ekonomik kalkınmaya hem de kültürler arası iletişime önemli katkılar sağladığı gibi, geliştiği bölgelerde yerel ekonomik kalkınmaya da önemli katkılar sağlamaktadır (Güzel Şahin ve Ünver, 2015). Araştırma sonucunda, Balıkesir ili Körfez ilçelerinin gastronomi turizmi açısından; bölgenin sahip olduğu gastronomik ürün çeşitliliğinin, sağlıklı ve besleyici mutfağa sahip olmasının, bölgede gelişen kırsal turizmin etkisi ile gastronomi turizminin artmasının, gastro turistlerin sağladığı ekonomik katkı ve bölgenin sahip olduğu kültür çeşitliliğinin bölgenin sahip olduğu fırsatlar, bölgenin mevsimsel turist ağırlıklı olmasının, yöresel yemeklerin tanıtımının yeterince yapılamamasının, talebin karşılanamamasının, bazı yöresel yemeklerin unutulmaya yüz tutuyor olmasının, mevsimsel değişikliklerin yöresel tarım ürünleri üzerinde olumsuz etkisi ve genç nüfusun tarımda her geçen gün daha az istihdam olmaları ise bölgenin sahip olduğu tehditler olduğu tespit edilmiştir. Bu açıdan, destinasyonlar uygulanacak SWOT analizi ile gastronomi turizmi açısından tespit ettikleri fırsatları gastronomi turizminin sürdürülebilirliği ve destinasyona sağladığı katkıların uzun dönemleri etkilerinin devamı için optimum düzeyde kullanılmalı, tespit edilen tehditler ise alınacak önlemler ve yapılacak çalışmalar ile fırsatlara dönüştürmelidir. Bunun sağlanmasında, başta yerel yönetimler olmak üzere bölgede turizm üzerine aktif faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları ve eğitim kurumları ile sektör temsilcilerinin yer aldığı komisyonlar kurulmalı ve bu komisyonların alacakları kararlar yerel yönetimlerce uygulamaya konulmalıdır.

KAYNAKLAR

- Acuner, Ş.A. (2006). *Alternatif turizm türlerinin doğu karadeniz bölgesi turizm potansiyelinin gelişmesine etkisi*. Milli Produktivite Merkezi Yayınları, Yayın no: 689.
- Akman, S. & Yılmaz, G. (2018). Sürdürülebilir gastronomi çerçevesinde Edremit Körfezi yöresel mutfakları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 852–872. <https://doi.org/10.21325/jotags.2018.337>
- Altınel, H. (2009). *Gastronomide Menü Yönetimi*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Bölümü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Aydın, O. (2012). Türkiye ' de alternatif bir turizm; sağlık turizmi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 91–96.
- Bilgili, B., Yağmur, Ö. & Yazarkan, H. (2012). Turistik ürün olarak festivallerin etkinlik ve verimliliği üzerine bir araştırma (Erzurum-Oltu Kırdag Festivali Örneği). *International Journal of Social and Economic Sciences (IJSES)*, 2(2), 117–124. <http://dergipark.gov.tr/ijses/issue/34181/377904>
- Birdir, K., Karakan, H.İ. & Çolak, O. (2015). Gaziantep ilinin turizm açısından SWOT analizi ve turizmin geliştirilmesine yönelik öneriler. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 3(1); 77-92.
- Boyne, S., Hall, D. & Williams, F. (2013). Policy, support and promotion for food-related tourism initiatives: A marketing approach to regional development. *Wine, Food, and Tourism Marketing*, 8408, 131–154. <https://doi.org/10.4324/9781315043395>
- Çavuşoğlu, M. (2018). Gastronomi turizmi ve gökçeada lezzet rotası. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 347–359.
- Çekiç, İ. (2015). *Geçmişten günümüze törensel bir yemek: keşkek*. Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Yüksek Lisans, Gaziantep.
- Çelik Uğuz, S. (2011). Sürdürülebilir turizm kapsamında Burhaniye'nin alternatif turizm potansiyeli. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 24, 332–353.
- Cömert, M. & Durlu Özkaya, F. (2014). Gastronomi turizminde Türk mutfağının önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62–66.
- Deniz, T. & Atışman, E. (2017). Kayseri ilinin gastronomi turizmine yönelik bir SWOT analizi çalışması, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3); 56-65.
- Dilsiz, B. (2010). *Türkiye 'de Gastronomi ve Turizm (İstanbul Örneği)*. İstanbul Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Dinçer, M. Z. (1993). *Turizm ekonomisi ve Türkiye ekonomisinde turizm*. Filiz Kitabevi: İstanbul.
- Durgun, A. (2007). Isparta turizminin SWOT analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(5); 93-109.
- Ecer, H. F. & Canitez, M. (2004). *Pazarlama ilkeleri teorileri ve yaklaşımlar*. Ankara: Gazi Yayınevi.
- Efe, R., Soykan, A., Cürebal, İ. & Sönmez, S. (2013). *Edremit yöresi yağhaneleri geçmişten günümüze zeytin, zeytinyağı ve sabun sanayii*. İstanbul: Mataş Matbaacılık A.Ş.
- Fernández-Armesto, F. (2007). *Yemek için yaşamak*. İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Gökdeniz, A., Erdem, B., Dinç, Y. & Çelik Uğuz, S. (2015). *Gastronomi turizmi (Ayvalık'ta talep boyutuyla ilgili bir araştırma)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Göker, G. (2011). *Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi (Balıkesir İli Örneği)*, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.
- Greaves, Nicola & Heather Skinner (2010) The importance of destination image analysis to UK rural tourism. *Marketing Intelligence & Planning*, 28(4), 486-507.
- Güzel Şahin, G. & Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak “Gastronomi Turizmi”: İstanbul'un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.
- Güngör, E. (2014). *Ayvalık Ve Çevresi Turizm Potansiyeli Durum Değerlendirmesi Ve Gzft Analizi*. Yaşar Üniversitesi,

Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

- Hafsa, S. (2020). Economic contribution of tourism industry in Bangladesh: At a Glance. *Global Journal of Management and Business Research*, 20(1), 29–38. <https://doi.org/10.34257/gjmbfvol20is1pg29>
- Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. & Cambourne, B. (2003). *Food tourism around the world*. Butterworth Heinemann. <https://doi.org/10.4324/9780080477862>
- Harrington, R. J. & Ottenbacher, M. C. (2010). Culinary tourism-a case study of the gastronomic capital. *Journal of Culinary Science and Technology*, 8(1), 14–32. <https://doi.org/10.1080/15428052.2010.490765>
- Kansız, N. & Acuner, Ş.A. (2007). Trabzon ili turizm SWOT Analizi, *Trabzon Ticaret ve Sanayi Odası*, Trabzon.
- Karaca, E. & Altun, I. (2017). Toplumsal cinsiyetin geleneksel Türk mutfağına yansımaları. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 10(20), 25–27.
- Kivela, J. & Crofts, J. C. (2006). Gastronomy tourism: A meaningful travel market segment. *Journal of Culinary Science and Technology*, 4(2–3), 39–55. https://doi.org/10.1300/J385v04n02_03
- Kılınc, N. (2020). *Kahramanmaraş İlinin Turizm Potansiyeli*. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.
- Kılıç, Serkan (2007) *Destinasyon Pazarlamasında Marka Stratejileri ve Kütahya Örneği* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Kozak, N., Kozak, M. A. & Kozak, M. (2014). *Genel turizm: ilkeler-kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Küçükaltan, G. (2009). Küreselleşme Sürecinde Gastronomide Yöresel Tatların Turistlerin Destinasyon Tercihlerine ve Ülke Ekonomilerine Etkileri. 3. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri*, Antalya.
- Küçükkömürler, S., Şirvan, N. B. & Sezgin, A. C. (2018). Dünyada ve Türkiye’de gastronomi turizmi. *Uluslararası Turizm, İşletme, Ekonomi Dergisi*, 2(2), 78–85.
- Mason, J. (1996). *Qualitative researching*. London: Sage Publication.
- Nield, K., Kozak, M. & LeGrys, G. (2000). The role of food service in tourist satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 19(4), 375–384. [https://doi.org/10.1016/s0278-4319\(00\)00037-2](https://doi.org/10.1016/s0278-4319(00)00037-2)
- Özdemir, G. & Dülger Altın, D. (2019). Gastronomi kavramı ve gastronomi turizmi. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1–14. <http://dergipark.gov.tr/erzisosbil>
- Özkan, M., Kasap, M. & Sormaz, Ü. (2019). Gaziantep ilinin coğrafi işaret alabilecek yemeklerinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi, *GANUD International Conference on Gastronomy, Nutrition and Dietetics*, 22-24 Kasım, Gaziantep.
- Sandıkçı, M. & Özgen, Ü. (2013). Afyonkarahisar İlinin Termal Turizm Açısından SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(3), 51-79.
- Seidman, I.E. (1991). *Interviewing as qualitative research: A guide for researchers in education and the social sciences*. New York: Teachers College Press.
- 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.
- Tunç, A. & Uygur, S.M. (2002). Güney Marmara ve İç Anadolu (A) grubu seyahat acentelerinin pazarlama faaliyetleri hakkında ampirik bir çalışma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 2.
- Türnüklü, A. (2000). *Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılacak nitel bir araştırma tekniği: görüşme*. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, 543- 559.
- Nufusu.com., (2021) Erişim tarihi: 09.01.2021 Erişim Adresi: <https://www.nufusu.com/il/balikesir-nufusu>
- Balıkesir İl Kültür & Turizm Müdürlüğü (2020)., Turizm, İstatistik, Erişim Tarihi: 01.10.2020, Erişim Adresi: <https://balikesir.ktb.gov.tr/TR-271188/2020-yili-isletme-belgeli-konaklama-tesisleri-listesi.html>
- Yalın, G. (2020). Kaybolmakta olan yerel mutfak kültürünün turizme kazandırılması: Balıkesir ili Edremit Körfezi örneği. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2).
- Yeşiltaş, M., Çeken, H. & Öztürk, İ. (2009). Karadeniz bölgesindeki turizm olanaklarının SWOT analizi ile

değerlendirilmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(3); 250-269.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Zengin, B., Uyar, H. & Erkol, G. (2015). Gastronomi turizmi üzerine kavramsal bir inceleme. *15. Ulusal Turizm Kongresi*, 1: 1-16.