

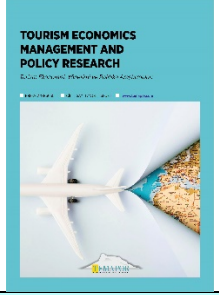
TOURISM ECONOMICS, MANAGEMENT AND POLICY RESEARCH

TURİZM EKONOMİSİ, YÖNETİMİ VE POLİTİKA ARAŞTIRMALARI

Vol: 5 Issue: 1

Cilt: 5 Sayı: 1

ISSN: 2791-6030



Siirt İli Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Swot Analizi ile Belirlenmesi

Determination of Gastronomy Tourism Potential in Siirt By Swot Analysis

Sümeyye DALAGAN

Öğr. Gör. Dr., Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel ve Lokanta Hizmetleri Bölümü, Aşçılık Programı, Siirt Üniversitesi, Siirt, Türkiye. sumeyye.dalagan@siirt.edu.tr

Ümit SORMAZ

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

Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Bişkek, Kırgızistan. umit.sormaz@manas.edu.kg

MAKALE BİLGİSİ

Geliş: 06.04.2025

Kabul: 27.04.2025

Anahtar Kelimeler: Turizm,
Gastronomi turizmi, SWOT analizi, Siirt

Araştırma Makalesi

ARTICLE INFO

Received: 06.04.2025

Accepted: 27.04.2025

Keywords: Tourism, Gastronomy
tourism, SWOT analysis, Siirt

Research Article

ÖZ

Siirt ili bölgede bulunan doğal ürünlerin fazlalığı ve birden fazla etnik kökene sahip insanların kültürel etkileşimleri sayesinde gastronomi turizm potansiyeli açısından büyük önem taşıyan bir yere sahiptir. Bu çalışmada; Siirt ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin belirlenerek gastronomi turizmi açısından güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditlerin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Nitel veri toplama yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılarak yürütülen çalışmada; Siirt ili gastronomi turizminin güçlü yönleri, Siirt ilinde birden farklı etnik kökene sahip insanların bir arada yaşıyor olması ve zengin ve köklü mutfak kültürüne sahip olması; zayıf yönleri ise yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yöresel lezzetlere sınırlı sayıda yer vermesi veya vermemesi şeklinde bulgulanmıştır. Yöresel yemeklerin çeşitliliği ve orijinalliği Siirt ilinin gastronomi turizmi açısından sunduğu fırsatları; yerli halkın gastronomi konusunda bilgisinin olmaması, Siirt ili yöresel yemeklerinin zahmetli ve diğer yemeklere göre maliyetli olması nedeniyle yerel işletmelerin menülerinde yer verilememesi ise Siirt ilinin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu mevcut ve potansiyel tehdit unsurlarını ortaya koyduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

ABSTRACT

The province of Siirt has a place of great importance in terms of gastronomy tourism potential, thanks to the abundance of natural products in the region and the cultural interactions of people of multiple ethnic origins. In this study; By determining the gastronomic tourism potential of Siirt province, it is aimed to evaluate the strengths and weaknesses, opportunities and threats in terms of gastronomy tourism. In the study carried out using the interview technique, one of the qualitative data collection methods; The strengths of gastronomic tourism in Siirt are the fact that people from different backgrounds live together in Siirt and have a rich and deep-rooted culinary culture; The weak points are that the food and beverage businesses give a limited place to local flavors in their menus or not. The diversity and originality of local dishes are the opportunities offered by Siirt in terms of gastronomic tourism; It has been concluded that the fact that the local people do not have knowledge about gastronomy, the local dishes of Siirt province are difficult and costly compared to other dishes, and the fact that they cannot be included in the menus of local businesses reveals the current and potential threat elements of Siirt province in terms of gastronomy tourism.

1. GİRİŞ

İnsanlar geçici süreliğine buldukları yerlerden farklı bölgeleri çeşitli nedenlerle ziyaret etmektedirler. Bu ziyaretlerde gittikleri yerlerde barınma ve yeme içme ihtiyaçlarını karşılamak üzere bir veya birden fazla konaklama ve yiyecek içecek işletmelerinden faydalanılmaktadır (Kılınç, 2020). Son yıllarda çağdaş bir durum olarak nitelendirilerek insanların tercih ettikleri turizm anlayışlarının giderek özel ilgi alanlarına doğru yöneldiği bilinmektedir (DİKA, 2013; Kılınç, 2020). Geçmişte bir yörenin mutfak kültürü ve yeme içme alışkanlıkları destinasyona seyahatlerde geri planda tutulurken günümüzde gastronomi turizmi, popülerite kazanarak destinasyon tercihlerinde ilk sıralarda yer alan bir turizm türü haline gelmiştir (Türk, 2021: 1204).

İnsanların ziyaret edecekleri destinasyonların tarihi ve kültürel değerlerine olan merak duygularının son yıllarda giderek arttığı bilinmektedir. Nitekim bir yörenin mutfak özellikleri, tarihten ve kültürden bağımsız düşünülmemeyeceği gibi insanların gastronomi ve gastronomi turizmine olan ilgileri de artırmaktadır (Küçükömrler vd., 2018). Gastronomi turizmi yılın her mevsimi ve her ayında gerçekleştirilebilen bir turizm çeşidi olması sebebiyle bölge ve ülke turizm gelirlerine de sürekli bir akış kazandırmaktadır. Bununla birlikte istihdamı sağlaması ve diğer birçok turizm faaliyetlerini destekleyen nitelikte olması gastronomi turizmini, kendi ağında bulunan restoran veya yiyecek içecek işletmelerinin hizmet kalitelerini arttıran bir araç haline getirmektedir (United Nations World Tourism Organization, 2016).

Günümüzde rekabet olgusu yalnızca bireyler, ürünler ve şirketler arasında değil ülkeler, şehirler ve hatta bölgeler arasında da kendini belli etmektedir. Gastronomi turizmi deniz, kum ve güneş üçlüsünden nasibini alamamış ve turizm açısından yeterince gelişmemiş destinasyonların marka ve prestij kazanmaları açısından oldukça önemlidir. Bu bakımdan destinasyonların turizm rekabet pastasının marka ve prestij payından avantaj elde edebilme yoluna gitmeleri gerekmektedir. Nitekim her bölge veya destinasyonun kendine özgü ve ayırt edici özellikleri bulunmaktadır (Aydın, 2015: 4).

Güneydoğu Torosların kenar kıvrımlarına kadar uzanan kolunda yer alan Siirt, farklı etnik kökenden insanların bir arada bulunması, il sınırları içerisinde yeteri kadar sanayi kuruluşlarının olmaması ve diğer şehirlere göre daha az kirlenmiş topraklara sahip olması sayesinde kendine has ürünlerin çeşitliliğiyle birlikte zengin bir mutfak kültürüne sahiptir (Aktuğ vd., 2015: 52; Yılmaz Çıldam, 2021: 321). Bu özelliklerinden yola çıkılarak; Siirt ilinin sürdürülebilir turizm kapsamında gastronomi potansiyelinin tespit edilmesi amaçlanmış gerek bu destinasyondaki işletmelerin gerekse yerli halkın kalkınması ve akademik açıdan literatüre katkı sağlaması bakımından önem teşkil ettiği düşünülerek çalışma gerçekleştirilmiştir.

2. LİTERATÜR

2.1. Gastronomi Kavramı

Gastronomi kavramı, yeni bir kavram olmakla birlikte kelime anlamı itibariyle Yunanca'da mide anlamına gelen gaster ve yasa anlamında kullanılan nomos sözcüklerinin bir sentezi olarak ortaya çıkmıştır. Ancak bu kavramının ilk kez 1800 yılında Fransız bir hukukçu olan Joseph de Berchoux'un "Gastronomi ya da Tarladan Sofraya İnsan" adlı eserinde güzel ve nitelikli yeme-içme sanatı olarak kullanıldığı bilinmektedir (Gürsoy, 2014; Karaca, Yıldırım ve Çakıcı, 2015). Bu kavramın ilk kez kullanımına ilişkin başka bir bilgi ise M.Ö. 4. yüzyılda Sicilyalı Yunan Arcestratus'un kaleme aldığı ilk yemek ve şarap rehberi olma özelliğini taşıyan kitabında gastronomi kavramına yer verildiği şeklindedir (Özşeker, 2016). Birçok tanıma sahip olan gastronomi kavramı, insanların tüketimi için hazırlanan gıda ürünlerinin belirli hijyen ve sanitasyon kuralları çerçevesinde hazırlanarak göz ve damak zevkine hitap edecek bir biçimde sunulması olarak da tanımlanmaktadır (Dilsiz, 2010). Başka bir tanıma göre ise; gastronomi bir bilimdir ve insanların beslenme zevklerini ön plana çıkartan, yeme içme sanatını ve lezzetini bir arada tutan tüm özellikleri bünyesinde barındırmaktadır (Gökdeniz vd., 2015). Gastronomi, birden fazla bilim dalı ile doğrudan veya dolaylı olarak ilişkisi bulunan ve tek bir tanıma olmayan bir yapıya sahiptir (Erbay ve Sabur, 2022).

2.2. Gastronomi Turizmi ve Gastronomi Turizminin Önemi

Gastronomi turizmi; kökleri tarım, kültür ve turizme dayanan yerli ve yabancı turistlerin yeme-içme deneyimleri için seyahat motivasyonuna önemli ölçüde katkılar sağlayan bir turizm çeşididir (Harrington ve Ottenbacher, 2010; Rand ve Heath, 2008). Diğer turizm alanlarından farklı olarak yılın her ayı ve mevsiminde gerçekleştirilebilen bir turizm türü olma özelliği taşıyan gastronomi turizmi (Kivela ve Crotts, 2005) bir bölgenin mutfak kültürüne ait bilgilere sahip olmak amacıyla seyahat edilerek o bölgede bulunan yiyecek ve içecek işletmelerinde yeme içme deneyimi elde etmek amacıyla gerçekleştirilen bir turizm çeşididir (Şengül ve Türkay,

2016).

Gastronomi turizmi faaliyetlerine ilişkin ilk bilgiye 1998 yılında L. Long tarafından yazılan Culinary Tourism (Mutfak Turizmi) adlı eserde rastlanılmıştır. Yeme içme faaliyetlerinin en temel gereksinimlerinden biri olması sebebiyle insanların seyahatleri sırasında bu gereksinimleri karşılamaya ihtiyaç duyması turizm aktivitelerinin en önemli parçası haline gelmektedir (Kivela ve Crotts, 2006). Gastronomi turizmi destinasyonları ekonomik, sosyal ve kültürel yönden etkilemektedir. Bu bağlamda yerel kültürün asıl kimliğini ön plana çıkararak sürekliliğinin sağlanmasına ve toplumsal birlik ve beraberliğin canlanmasına katkı sağlamaktadır (Türkay ve Genç, 2017). Ayrıca gastronomi turizminin destinasyonlarda tarihi ve sosyo-kültürel mirasın korunması açısından önemi oldukça büyüktür (Birdir ve Akgöl, 2015).

Gastronomi turizmi, turizm sektörünün rekabet pastasından payını alan ve yükselmesine katkı sağlayan fiziksel, kültürel ve sosyal özellikleri bulunan bir turizm modelidir. Yemek bir kültür ürünüdür ve gastronomi turizmi kültürden bağımsız düşünülemez. İnsan yaşamının sürekliliği beslenmenin temelinde gerçekleşmektedir. Bir sosyalleşme aracı olarak kullanılan yemek ile birlikte yeme içme deneyimleri de turistlere prestij kazandırmaktadır (Lopez Guzman ve Sanchez Canizares, 2012).

2.3. Siirt Mutfak Kültürü

Siirt, coğrafi konumu itibariyle Yukarı Mezopotamya olarak tabir edilen ülkemizin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan tarihin izlerini yüzyıllardır üzerinde taşıyan ve Urartu, Hitit, Asur, Med ve Pers gibi birçok medeniyete ev sahipliği yapmış derin tarihli ve kendine has mutfak yapısına sahip bir kültür şehridir (Özgen ve Karadoğan, 2009).

Siirt mutfak kültürü yakın illerin (Bitlis, Şanlıurfa, Gaziantep ve Hakkâri gibi) mutfak kültürlerinden oldukça etkilenmiştir. Ayrıca Siirt'in üç dilli (Türk, Kürt ve Arap) bir kültüre sahip olması mutfak kültürünün de zengin ve çeşitliliğini sağlamaktadır (Yılmaz Çildam, 2021: 321). Bölgede tarım ve hayvancılık faaliyetlerinin yoğun oluşuna bağlı olarak Siirt mutfak kültüründe buğday ve etin kullanımı oldukça yaygındır. Nitekim; büryan kebabı, perde pilavı, bumar, sarımsaklı köfte ve kitel başta olmak üzere buğday ve et ürünlerinin kullanıldığı 120 çeşit yöresel lezzet bulunmaktadır. Bu lezzetlerin yanı sıra varak kek, rayoşu meketip, imçerket ve aside gibi tatlılar da yöre mutfağında yapılan ve sıklıkla tüketilen lezzetleri arasında yer almaktadır (Kıran, 2017).

Siirt mutfak kültüründe adını Şirvan ilçesinin Zivzik (Dişlipınar) köyünden alan asit oranı düşük ve mayhoş bir tadı olan kaliteli zivzik narının kullanımı oldukça yaygındır (Eryeşil vd., 2007). Zivzik narının yanı sıra ceviz, badem, incir, elma ve Siirt iline Taif'ten geldiği rivayet edilen ve adını oradan alan tayfi üzümü yöreye has gıda ürünleri arasındadır. Ayrıca ürün saklama yöntemlerinden biri olan kurutma yöntemi özellikle sebze ve meyvelerin kış mevsiminde tüketilmesi amacıyla yaygın olarak kullanılmaktadır (Yılmaz Çildam, 2021).

Günümüzde halen katkı maddelerinin karıştırılmadığı kendine has özelliği bulunan Pervari balı ve Siirt ilinde doğal olarak yetişen bittim (menengiç) ağaçlarının aşılınması yöntemiyle elde edile Siirt fıstığı ilin mutfak kültürünün önemli ve tescil edilmiş coğrafi işaretli ürünleri arasında yer almaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022). Bununla birlikte yörede doğal olarak yetişen kenger, sirik, menengiç, selcem, dilotu, adaçayı gibi aromatik bitkiler; çorba, ana yemek, peynir ve kahve yapımında sıklıkla kullanılmaktadır (Dicle Kalkınma Ajansı [DİKA], t.y.).

2.4. SWOT Analizi Kavramı

SWOT analizi; bir sektörün, bir işletmenin veya bir firmanın stratejik konumunun analizinde kullanılan yaklaşımlardan biridir (Hill ve Westbrook, 1997). İşletmenin kurulumunda iç ve dış pazarda bulunan etkenlerin analiz edilmesi büyük önem arz etmektedir (Kahraman vd., 2007). İngilizce strengths (güçlü yönler), weakness (zayıf yönler), opportunities (fırsatlar) ve threats (tehditler) kelimelerinin baş harflerinin bir araya gelmesiyle oluşturulan bir terim niteliğinde olan SWOT kavramı (İnayet ve Akbulak, 2010) bir işletmenin güçlü ve zayıf yönlerini ortaya koymakla birlikte dış etkenlerden kaynaklanan fırsat ve tehditlerin belirlenmesi aşamasında kullanılan önemli bir yöntemdir (Ongun vd., 2016).

İşletmelerin hem kendisini hem de rakibini tanımadada önemli bir ölçek niteliği taşıyan SWOT analizi sayesinde işletmeler kendi mevcut durumlarının rakip işletmelere kıyasla hangi boyutlarda olduklarını da belirleyebilmektedir (Hill ve Westbrook, 1997). Gerçekleştirilen analizlerin sonucunda güçlü ve zayıf yönler tespit edilirken hem işletme açısından hem de işletmeye gelen konuk açısından değerlendirme yapılması gerekmektedir. Ayrıca bunu yaparken rekabet ortamı içerisinde bulunan diğer işletmelerin de mevcut durumları göz önünde

bulundurulmalıdır. Bu tespitlerin sonucunda zayıf yönlerin herhangi bir tehdit unsuru oluşturup oluşturmayacağı güçlü yönlerin ise fırsata dönüştürülüp dönüştürülemeyeceği durumlarının da belirlenmesi gerekmektedir (Awais ve Samin, 2012).

Bir bölgenin turizm çeşitliliğinin fazla olması ve turistik çekiciliğinin ön planda tutulması o bölgenin tanıtım ve pazarlanmasında, bölgeye mali gelir sağlamada, marka imajı ve değeri oluşmasında oldukça önemlidir (Zengin ve Şeyhanlıoğlu, 2019). Nitekim, bir şehrin veya bölgenin markalaşmasında gastronomi turizminin önemi oldukça büyüktür (Sormaz vd., 2020). Siirt, iklim ve toprak özellikleri, coğrafi yapısı ve geniş yelpazeli kültürel değerlerine sahip bir Güneydoğu ili olması sebebiyle köklü bir mutfak kültürüne sahiptir. Bölgede tarımsal ve hayvansal faaliyetlerin fazla olması yöresel lezzetlerin çeşitliliğine de olumlu yönde yansımaktadır (Çıldam, 2021).

3. YÖNTEM

SWOT analizi; birçok işletme veya kuruluşun stratejik planlama sürecinde kullandığı, iç ve dış kaynakları belirlemekle birlikte incelemeyi de amaçlayan ve bu süreçte ortaya çıkabilecek olumlu veya olumsuz etkileri tespit etmeye yarayan bir uygulama şeklidir (Namugenyi vd., 2019; Teoli vd., 2019). Bu doğrultuda araştırma kapsamında, "Siirt ilinin gastronomi turizmi açısından güçlü ve zayıf yönleri nelerdir, bu alandaki fırsatlar ve tehditler nasıl bir potansiyel ortaya koymaktadır?" sorusuna yanıt aranmıştır.

3.1. Araştırmanın Amacı

Turizm sektöründe yer alan işletme ve kuruluşlar da geniş kapasiteli rekabet gücünün boyutlarını belirlemek ve destinasyonların hedef ve planlamaları için stratejik bir temel sağlamak amacıyla SWOT analizini yaygın olarak kullanılmaktadır (Yan ve Wang, 2021).

Araştırma kapsamında, Siirt ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin mevcut durumunun incelenmesi ve SWOT analiz yöntemi sayesinde Siirt ilinin sahip olduğu güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehdit faktörlerinin gastronomi turizmi bakımından belirlenmesi ve bölge için uygun yeni strateji ve politikaların oluşturulması hedeflenmiştir. Bu amaçla, yiyecek içecek işletmeleri içerisinde yer alan yöneticilerin görüşlerinin detaylı incelenmesi gerekçesiyle nitel araştırma desenlerinden biri olan desen çalışması kullanılmıştır.

3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırma evrenini, Siirt il merkezinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri yöneticileri ya da işletmecileri oluşturmaktadır. Örneklemi ise; amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak ulaşılabilen, Siirt ilinde faaliyet gösteren yiyecek ve içecek işletmeleri ile otel işletmelerinden araştırmaya katılmaya gönüllü işletme sahibi veya yönetici statüsünde çalışan personelden 23 kaynak kişi oluşturmaktadır.

3.3. Veri Toplama Aracı, Yöntemi ve Değerlendirilmesi

Araştırma kapsamında nitel veri toplama tekniği olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme tekniğinin kullanımında temel amaç; bir hipotezi test etmek değil, aksine diğer insanların deneyimlerini ve bu deneyimleri nasıl anlamlandırdıklarını anlamaya çalışmak olup görüşme tekniği diğer insanların sosyal gerçekliğine ilişkin bilgilerini, görüşlerini, etkileşimlerini, deneyimlerini, anlamlandırmalarını ve duygularını kavramak için onlara ulaşmada en iyi yol olarak açıklanmaktadır (Seidman, 1991; Mason, 1996).

Görüşme formunda yer alan sorular iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm olan demografik ifadeler ve mesleki bilgileri kapsayan toplam 11 adet çoktan seçmeli soru bulunmaktadır. İkinci bölümde, Siirt ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirildiği 4 adet açık uçlu SWOT analizi sorusu yer almaktadır. Veriler, işletmeleri temsilen işletmeci, yönetici ya da yönetici temsilcisi konumunda olan personel ve/veya personeller ile araştırmacılar tarafından yüz yüze görüşülerek toplanmıştır. Bu araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Siirt Üniversitesi Rektörlüğü Etik Kurulu'ndan 21.07.2022 tarih ve 433 sayılı karar ile alınmıştır.

4. BULGULAR

Kaynak kişilere dair demografik bilgiler Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Kaynak kişilere ait genel bilgiler

Cinsiyet	n	%
Kadın	2	8.7

Erkek	21	91.3
Yaş	n	%
18-25 yaş	4	17.4
26-30 yaş	5	21.7
31-45 yaş	12	52.2
46-60 yaş	2	8.7
Eğitim	n	%
İlkokul	2	8.7
Ortaöğretim	9	39.2
Ön lisans	5	21.7
Lisans	5	21.7
Lisansüstü	2	8.7
TOPLAM	23	100.0

Kaynak kişilere ait demografik bilgiler incelendiğinde; toplamda 23 kişiden oluşan kaynak kişiden 21'inin erkek (%91.3), 12'sinin 31-45 yaş aralığında (%52.2) ve 9'unun ortaöğretim mezunu olduğu (%39.2) bulgularına ulaşılmıştır (Tablo 1).

Kaynak kişilere ait mesleki bilgiler Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Kaynak kişilere ait mesleki bilgiler

Mesleki Eğitim Düzeyleri	n	%
Mesleki diploma	3	13.0
Ustalık ya da kalfalık belgesi	10	43.5
Mesleki kurs bitirme belgesi	2	8.7
Herhangi bir belgesi yok	8	34.8
İşletmedeki Pozisyonu	n	%
İşletme sahibi	13	56.5
İşletme yöneticisi	8	34.8
Yönetici / İşletmeci	2	8.7
Sektörde Çalışma Süresi	n	%
5 yıldan daha az	5	21.7
6-10 yıl	10	43.5
11-20 yıl	7	30.4
21-30 yıl	1	4.4
Şu an ki İşletmede Çalışma Süresi	n	%
5 yıldan daha az	12	52.2
6-10 yıl	5	21.7
11-20 yıl	5	21.7
21-30 yıl	1	4.4
TOPLAM	23	100.0

Kaynak kişilere mesleki bilgiler incelendiğinde; kaynak kişilerin 10'unun ustalık/kalfalık belgesine sahip olduğu (%43.5), 13'ünün işletme sahibi (%56.5), 10'unun 6-10 yıl sektörde çalıştığı (%43.5) ve 12'sinin şu anki çalıştıkları işletmelerde 5 yıldan daha az süredir çalıştıkları (%52.2) tespit edilmiştir (Tablo 2).

Siirt ilinin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu güçlü yönleri Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Siirt ili gastronomi turizminin güçlü yönleri

Güçlü Yönleri	n	%
1. Birden farklı etkin kökene sahip insanların (Türk, Kürt, Arap gibi) bu bölgede bir arada yaşıyor olması zengin mutfağa sahip olmasını sağlamıştır.	8	34.8
2. Zengin ve köklü mutfak kültürüne sahip olması.	6	26.1
3. Yörede yapılan yemeklerde kullanılan malzemelerin yakınlığı	4	17.4
4. Kendine has mutfak kültürüne ve orijinal reçetelere sahip olması.	3	13.0
5. Kendine has pişirme yöntemlerinin ve araç gereçlerinin bulunması	3	13.0

ve yöresel lezzetlerin (Perde pilavı, kitel gibi) hazırlanmasında bu yöntemlerin kullanılması.		
6. Misafirperverliğin yüksek olması	3	13.0
7. Yöresel lezzetlerin her damak tadına uygun olması	2	8.7
8. Hayvancılık faaliyetlerinin fazla olması ve et yemeklerinde taze etin kullanılması.	2	8.7
9. Kendine has ot ve bitkilerin yetiştiği coğrafyaya sahip olması	1	4.4
10. Tescillenmiş dünyaca ünlü Siirt fıstığının burada yetişiyor olması.	1	4.4

Kaynak kişilerin Siirt ilinin gastronomi turizminin güçlü yönlerine dair düşünceleri incelendiğinde; birden farklı etkin kökene sahip insanların (Türk, Kürt, Arap gibi) bu bölgede bir arada yaşıyor olması (%34.8), zengin ve köklü mutfak kültürüne sahip olması (%26.1), yörede yapılan yemeklerde kullanılan malzemelerin yakınlığı (%17.4), kendine has mutfak kültürüne ve orijinal reçetelere sahip olması (%13.0), kendine has pişirme yöntemlerinin ve araç gereçlerinin bulunması ile yöresel lezzetlerin (perde pilavı, kitel gibi) hazırlanmasında bu yöntemlerin kullanılması (%13.0), misafirperverliğin yüksek olması (%13.0), yöresel lezzetlerin her damak tadına uygun olması (%8.7), hayvancılık faaliyetlerinin fazla olması ile et yemeklerinde taze etin kullanılması (%8.7), kendine has ot ve bitkilerin yetiştiği coğrafyaya sahip olması (n:1) ve tescillenmiş dünyaca ünlü Siirt fıstığının burada yetişiyor olması (%4.4) bilgilerine ulaşılmıştır.

Siirt ilinin gastronomi turizmi açısından zayıf olduğu yönler Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Siirt ili gastronomi turizminin zayıf yönleri

Zayıf Yönleri	n	%
1. Yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yöresel lezzetlere sınırlı sayıda yer vermesi veya vermemesi	11	47.8
2. Kendine özgü mutfağı olmasına rağmen yeterince tanıtılamaması	10	43.5
3. Ulaşım imkanlarının yetersiz olması	8	34.8
4. Bölgede bulunan yiyecek içecek işletmelerindeki hizmet kalitesinin düşük olması	5	21.7
5. Yeterli sayıda büyük ölçekli restoran ve konaklama işletmelerinin olmaması	5	21.7
6. Siirt-Bitlis-Batman illerinin yemek kültürlerinin benzerlik göstermesi ve Siirt'in bu benzerlik karşısında ön plana çıkamaması	3	13.0
7. Gastronomik değerlere yeterince sahip çıkılamaması	2	8.7
8. Gastronomi alanında yapılan teşviklerin yetersiz olması	2	8.7
9. Gastronomik unsurları ile ön plana çıkmış şehirlere yakın konumda olması	2	8.7
10. Diğer Güneydoğu illerine göre daha az gelişmiş olması	1	4.4
11. Mevcut işletmelerde çalışan personellere düşük maaş verilmesi, nitelikli iş gücünün başka şehir veya bölgelere kayması	1	4.4
12. Etlı yemekler dışında yapılan diğer yöresel yemeklerinin geri planda olması	1	4.4
13. Yerli halkın gastronomi hakkında yeterli bilgiye sahip olmaması ve yeniliğe kapalı olması	1	4.4
14. Bazı yöresel lezzetlerin ve gastronomik değerlerin unutulmaya yüz tutmuş olması. Tescillenmesi gereken onlarca has lezzetleri varken tescillenmemesi.	1	4.4

Kaynak kişilerin Siirt ilinin gastronomi turizminin zayıf yönlerine dair düşünceleri incelendiğinde; yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yöresel lezzetlere sınırlı sayıda yer vermesi veya vermemesi (%47.8), kendine özgü mutfağı olmasına rağmen yeterince tanıtılamaması (%43.5), ulaşım imkanlarının yetersiz olması (%34.8), bölgede bulunan yiyecek içecek işletmelerinde hizmet kalitesinin düşük olması (%21.7), yeterli sayıda büyük ölçekli restoran ve konaklama işletmelerinin olmaması (%21.7), Siirt-Bitlis-Batman illerinin yemek kültürlerinin benzerlik göstermesi ve Siirt'in bu benzerlik karşısında ön plana çıkamaması (%13.0), gastronomik değerlere yeterince sahip çıkılamaması (%8.7), gastronomi alanında yapılan teşviklerin yetersiz olması (%8.7), gastronomik unsurları ile ön plana çıkmış şehirlere yakın konumda olması (%8.7), diğer Güneydoğu illerine göre daha az gelişmiş olması (%4.4), mevcut işletmelerde çalışan personellere düşük maaş verilmesi ile nitelikli iş gücünün başka şehir veya bölgelere kayması (%4.4), etli yemekler dışında yapılan diğer yöresel yemeklerinin geri planda

olması (%4.4), yerli halkın gastronomi hakkında yeterli bilgiye sahip olmaması ve yeniliğe kapalı olması (%4.4), bazı yöresel lezzetlerin ve gastronomik değerlerin unutulmaya yüz tutmuş olması (%4.4) ve tescillenmesi gereken onlarca has lezzetleri varken tescillenmemesi (%4.4) bilgilerine ulaşılmıştır.

Siirt ilinin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu fırsatları Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Siirt ilinin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu fırsatlar

Fırsatlar	n	%
1. Yöresel yemeklerdeki çeşitlilik ve orijinallik	5	21.7
2. Siirt'in doğa ve inanç turizmine elverişli bir altyapıya sahip olması	4	17.4
3. Siirt'te farklı şehirlerden gelen memur sayısının fazla olması	4	17.4
4. Orijinal yöresel tariflere ilişkin bilgilere sahip kişilerin yaşıyor olması.	4	17.4
5. Coğrafi konumu itibariyle Tarih boyunca bereketli olarak nitelendirilen Mezopotamya topraklarının içerisinde olması.	3	13.0
6. Güney Ekpresinin Siirt'in ilçesi Kurtalan'a kadar gelmesi.	3	13.0
7. Coğrafi işaret almaya uygun pek çok el değilmemiş ve özelliğini hala koruyan lezzetlerin varlığı	2	8.7
8. Doğal ürünlere ulaşılabilirliğinin olması.	2	8.7
9. Diğer bölgelere oranla gıda maddelerinin fiyatlarının ucuz olması	2	8.7

Kaynak kişilerin Siirt ilinin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu fırsatlara ilişkin düşünceleri incelendiğinde; yöresel yemeklerdeki çeşitliliği ve orijinalligi (%21.7), Siirt'in doğa ve inanç turizmine elverişli bir altyapıya sahip olması (%17.4), Siirt'te farklı şehirlerden gelen memur sayısının fazla olması (%17.4), orijinal yöresel tariflere ilişkin bilgilere sahip kişilerin yaşıyor olması (%17.4), coğrafi konumu itibariyle Tarih boyunca bereketli olarak nitelendirilen Mezopotamya topraklarının içerisinde olması (%13.0), Güney Ekspresi'nin Siirt'in ilçesi Kurtalan'a kadar gelmesi (%13.0), coğrafi işaret almaya uygun pek çok el değmemiş ve özelliğini hala koruyan lezzetlerin varlığı (%8.7), doğal ürünlere ulaşılabilirliğinin olması (%8.7) ve diğer bölgelere oranla gıda maddelerinin fiyatlarının ucuz olması (%8.7) bulgularına ulaşılmıştır (Tablo 5).

Siirt ilinin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu mevcut ve potansiyel tehdit unsurları Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Siirt ili gastronomi turizminin sahip olduğu mevcut ve potansiyel tehdit unsurları

Mevcut ve Potansiyel Tehdit Unsurları	n	%
1. Tanıtımların yetersiz olması ve yerli halkın gastronomi konusunda bilgisinin olmaması	6	26.1
2. Siirt yöresel yemeklerinin zahmetli ve diğer yemeklere göre maliyetli olması nedeniyle yerel işletmelerin menülerinde yer verilememesi.	5	21.7
3. Farklı bölgelerde yaşayan insanların Siirt'in coğrafi konumu nedeniyle ön yargılı olmaları ve bu bölgeyi ziyaret etme konusunda çekingen davranmaları	3	13.0
4. Yerel halkın yeme içmede standardının dışına çıkamaması ve yeniliğe kapalı olması	3	13.0
5. İşletmelerin menülerinde yöresel lezzetlere yer vermemeleri insanların farklı yeme içme motivasyonlarına yönelmeleri	3	13.0
6. Büyükşehirlere yapılan göçler.	3	13.0
7. Etkin kökenler arasında yaşanan kültür çatışmaları	2	8.7
8. Yakın mutfak kültürüne sahip şehirlerin yiyeceklerin tescilini daha önce almış olması	2	8.7
9. Gastronomik değerlere yeterince sahip çıkılamaması	2	8.7
10. Yöresel yemeklerin hazırlanması zahmetli olduğu için tercih edilememesi	2	8.7
11. Gastronomi alanında yapılan teşviklerin yetersiz olması	2	8.7
12. Gastronomik unsurları ile ön plana çıkmış şehirlere yakın konumda olması	2	8.7

Kaynak kişilerin Siirt ilinin gastronomi turizminin sahip olduğu mevcut ve potansiyel tehdit unsurlarına ilişkin düşünceleri incelendiğinde; tanıtımların yetersiz olması ve yerli halkın gastronomi konusunda bilgisinin olmaması (%26.1), Siirt ilinin yöresel yemeklerinin zahmetli ve diğer yemeklere göre maliyetli olması nedeniyle yerel işletmelerin menülerinde yer verilememesi (%21.7), farklı bölgelerde yaşayan insanların Siirt'in coğrafi konumu

nedeniyle ön yargılı olmaları ve bu bölgeyi ziyaret etme konusunda çekingen davranması (%13.0), yerel halkın yeme içmede standardının dışına çıkamaması ve yeniliğe kapalı olması (%13.0), işletmelerin menülerinde yöresel lezzetlere yer vermemeleri insanların farklı yeme içme motivasyonlarına yönelmeleri (%13.0), büyükşehirlerde yapılan göçlerin fazla olması (%13.0), etkin kökenler arasında yaşanan kültür çatışmaları (%8.7), yakın mutfak kültürüne sahip şehirlerin yiyeceklerin tescilini daha önce almış olması (%8.7), gastronomik değerlere yeterince sahip çıkılmaması (%8.7), yöresel yemeklerin hazırlanması zahmetli olduğu için tercih edilememesi (%8.7), gastronomi alanında yapılan teşviklerin yetersiz olması (%8.7) ve gastronomik unsurları ile ön plana çıkmış şehirlere yakın konumda olması (%8.7) bulgularına ulaşılmıştır (Tablo 6).

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Son yıllarda giderek yaygınlaşan gastronomi turizmi, kültürel turizm kapsamında önemli bir pazar elde ederek ekonomik yönden kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Nitekim turizm faaliyetlerinde gastronomi turizm önemli bir yer tutmaktadır (Özdemir ve Altınır, 2019).

Araştırmada; Siirt ilinin gastronomi turizmi açısından güçlü yönleri olarak; Siirt'te birden farklı etkin kökene sahip insanların (Türk, Kürt, Arap gibi) bir arada yaşıyor olması, zengin ve köklü mutfak kültürüne sahip olması ve yörede yemeklerde kullanılan malzemeleri yakınlığı şeklinde cevap verdikleri tespit edilmiştir. Yine kaynak kişilerden bazılarının kendine has mutfak kültürüne ve orijinal reçetelere sahip olması, yöreye özgü pişirme yöntemler araç gereçlerin bulunması ve de yöresel lezzetlerin hazırlanmasında bu yöntemlerin kullanılması şeklinde verdikleri cevaplar da kayda değer niteliktedir. Eryılmaz ve Orhan (2021)'ın yaptığı benzer çalışmada Elâzığ ilinde bulunan yöresel ürünlerin çeşitliliği, zengin mutfak kültürü ve coğrafi konumunun elverişliliği güçlü yönleri olarak belirtilmektedir.

Yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yöresel lezzetlere yer vermesi destinasyonların ve işletmelerin rekabet üstünlüğü sağlamaları açısından önem arz etmektedir (Mil ve Denk, 2015). Bu araştırmada yapılan görüşmeler neticesinde Siirt ilinin gastronomi turizmi açısından zayıf yönleri; yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yöresel lezzetlere sınırlı sayıda yer vermesi veya vermemesi, kendine özgü mutfağı olmasına rağmen yeterince tanıtlanamaması, ulaşım imkanlarının yetersiz olması, bölgede bulunan yiyecek içecek işletmelerinde hizmet kalitesinin düşük olması ve yeterli sayıda büyük ölçekli restoran ve konaklama işletmelerinin olmaması şeklinde sıralanmıştır. Teyin vd. (2021) yaptıkları benzer çalışmada Şile'de faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde bölgeye has yöresel lezzetlere yer verilmemesi ve restoranların uygun ve yeterli kalite standartlarında hizmet vermemesi Şile ilçesinin gastronomi turizmi açısından zayıf yönleri olduğu bulgulanmıştır.

Araştırmada; yöresel yemeklerin çeşitliliği ve orijinalliyi, Siirt ilinin doğa ve inanç turizmine elverişli bir altyapıya sahip olması, Siirt ilinde farklı şehirlerden gelen memur sayısının fazla olması ve orijinal yöresel tariflere ilişkin bilgilere sahip kişilerin hala yaşıyor olmasını Siirt ilinin gastronomi turizmi açısından fırsatları olduğu bulgularına ulaşılmıştır. Tanıtımların yetersiz olması, yerli halkın gastronomi konusunda bilgisinin olmaması, Siirt ilinin yöresel yemeklerinin zahmetli ve diğer yemeklere göre maliyetli olması nedeniyle yerel işletmelerin menülerinde yer verilememesi, farklı bölgelerde yaşayan insanların Siirt ilinin coğrafi konumu nedeniyle ön yargılı olmaları ve bu bölgeyi ziyaret etme konusunda çekingen davranmaları ise Siirt ilinin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu mevcut ve potansiyel tehdit unsurlarını ortaya koymaktadır.

Çalışma sonucunda elde edilen bilgi ve ulaşıla sonuçlar neticesinde;

- Siirt ilinde bulunan gastronomik unsurların ön plana çıkarılması için reklam ve tanıtımların artırılması,
- Siirt ilinde bulunan yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yöresel lezzetlere yer vermeleri veya sayısı artırılması,
- Bölgede faaliyet gösteren restoran ve diğer yiyecek içecek işletmelerde nitelikli personellerin çalıştırılması,
- Yerli halkın gastronomi konusunda bilinçlendirilmesi,
- Yerel yönetim ve kuruluşlarca gerekli teşviklerin yapılması,
- Siirt ili yöresel lezzetlerinin sergilendiği fuarların düzenlenmesi,
- Yöresel yemek yarışmalarının düzenlenmesi ve diğer şehirlerde yaşayan insanların bu yarışma faaliyetlerine davet edilmesi önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Aktuğ, S. S., Birinci, Y., Çelik, M. ve Kiracı, A. (2015). Siirt ilinin sosyal ve ekonomik yapısı. *Siirt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisadi Yenilik Dergisi*, 2(2), 17-55.
- Awais, M. ve Samin, T. (2012). Advanced SWOT analysis of E-Commerce. *International Journal of Computer Science Issues (IJCSI)*, 9(2), 569.
- Aydın, E. (2015). *Gastronomi turizminin şehir markalaşmasına etkisi: Afyonkarahisar ili örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi.
- Birdir, K. ve Akgöl, Y. (2015). Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 57-68.
- Çildam, S. Y. (2021). Kültürel coğrafya denemesi olarak Siirt mutfak kültürü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(1), 305-325.
- Dicle Kalkınma Ajansı. (2013). *TRC3 bölgesi 2014-2023 bölge planı, bölgeyi anlamak* (Cilt 1). 20 Ekim 2022 tarihinde <https://www.dika.org.tr/dokumanflipbook/trc3-bolgesi-2014-2023-bolge-planı/348/0> adresinden erişildi.
- DİKA (t.y.). *Siirt*, 8 Haziran 2022 tarihinde <https://www.dika.org.tr/siirt> adresinden erişildi.
- Dilsiz, B. (2010). *Türkiye'de gastronomi ve turizm: İstanbul örneği* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi.
- Erbay, M. ve Sabur, D. G. (2022). Gastronomi turizmi kapsamında pazarlama stratejileri: Türkiye ve Avrupa örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(1), 649-670.
- Eryeşil, H., Özdemir, A., Oran, R. A. ve Güneş, A. (2007). *Beyaz kent Siirt*. Siirt Valiliği Yayınları.
- Eryılmaz, G. ve Orhan, H. C. (2021). Elâzığ ili gastronomi turizmi potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 1-18.
- Gökdeniz, A., Erdem, B., Dinç, Y. ve Çelik Uğuz, S. (2015). Gastronomi Turizmi: Ayvalık'ta yerli turistler üzerinde görgül bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 14-29.
- Gürsoy, D. (2014). *Deniz Gürsoy'un gastronomi tarihi*. İstanbul: Oğlak Yayınları.
- Harrington, R. J. ve Ottenbacher, M. C. (2010). Culinary tourism—A case study of the gastronomic capital. *Journal of Culinary Science & Technology*, 8(1), 14-32.
- Hill, T. ve Westbrook, R. (1997). SWOT analysis: It's time for a product recall. *Long range planning*, 30(1), 46-52.
- İnayet, Z. ve Akbulak, C. (2010). Troia Tarihi Milli Parkı'ndaki turizm potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. O.E. Çolakoğlu (Ed.). *11. Ulusal Turizm Kongresi Bildirileri* (203-213). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kahraman, C., Demirel, N. Ç. ve Demirel, T. (2007). Prioritization of e-government strategies using a SWOT-AHP analysis: The case of Turkey. *European Journal of Information Systems*, 16(3), 284-298.
- Karaca, O. B., Yıldırım, O. ve Çakıcı, C. (2015). Gastronomi turizminde otlar, ot yemekleri ve sağlıkla ilişkisi üzerine bir değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 27-42.
- Kılınç, N. (2020). *Kahramanmaraş ilinin turizm potansiyeli* (Doktora tezi) Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi.
- Kıran, S. (2017). *Turizm destinasyonları için sürdürülebilir turizmin önemi: Siirt ili örneği* (Yüksek lisans tezi) Atılım Üniversitesi.
- Kivela, J. ve Crotts, J. C. (2005). Gastronomy tourism a meaningful travel market segment. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2-3), 39-55.
- Kivela, J. ve 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.
- Küçükkömürler, S., Şirvan, N. B. ve Sezgin, A. C. (2018). Dünyada ve Türkiye'de gastronomi turizmi. *Uluslararası Turizm, İşletme, Ekonomi Dergisi*, 2(2), 78-85.
- López Guzmán, T. ve Sánchez Cañizares, S. (2012). Gastronomy, tourism and destination differentiation: A case study in Spain. *Review of Economics & Finance*, 1, 63-72.
- Mason, J. (1996). *Qualitative Researching*. London, UK: Sage Publication
- Mil, B. ve Denk, E. (2015). Erzurum mutfağı yöresel ürünlerin otel restoran menülerinde kullanım düzeyi: Palandöken örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 5(2), 01-07.
- Namugenyi, C., Nimmagadda, S. L. ve Reiners, T. (2019). Design of a SWOT analysis model and its evaluation in diverse digital business ecosystem contexts. *Procedia Computer Science*, 159, 1145-1154. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.283>
- Ongun, U., Gövdere, B. ve Çiçek, U. (2016). Yeşilova'nın kırsal turizm potansiyelinin SWOT analizi ile

değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 7(16), 75-88.

Özdemir, G. ve Altınar, D. D. (2019). Gastronomi kavramları ve gastronomi turizmi üzerine bir inceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1-14.

Özgen, N. ve Karadoğan, S. (2009). Siirt Şehrinin Kuruluşu ve Gelişimi, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), 61-81.

Özşeker, D. B. (2016). Gastronomi kavramı: Tanımı ve gelişimi. H. Kurgun ve D. Bağırın Özşeker (Ed.). *Gastronomi ve Turizm içinde* (s. 3-25). Ankara: Detay Yayıncılık.

Rand, G. D. ve Heath, E. (2008). Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 206-234.

Seidman, I. E. (1991). *Interviewing as qualitative research: A guide for researchers in education and the social sciences*. (3. edition). Teachers College Press.

Sormaz, Ü., Madenci, A. B. ve Yılmaz, M. (2020). Sürdürülebilir turizm kapsamında Konya ili gastronomi turizminin swot analizi ve geliştirilmesine yönelik öneriler. *International Social Sciences Studies Journal*, 6(58), 1101-1108.

Şengül, S. ve Türkay, O. (2016). Akdeniz mutfak kültürünün gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 86-99.

Teoli, D., Sanvictores, T. ve An, J. (2019). *SWOT Analysis*, NCBI internet bookshelf. 6 Mayıs 2022 tarihinde <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK537302/> adresinden erişildi.

Teyin, G., Sormaz, Ü., Nizamlıoğlu, H. F. ve Onur, N. (2021). Şile ilçesinin gastronomi turizmi potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(4), 3018-3035.

Türk Patent ve Marka Kurumu (t.y.). *Türkiye'nin coğrafi işaretleri*. 8 Haziran 2022 tarihinde <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/liste?il=56> adresinden erişildi.

Türk, O. (2021). Muş ilinin gastronomi turizmi potansiyeli ve SWOT analizi. *Journal of International Social Research*, 14(77), 1203-1213.

Türkay, O. ve Genç, K. (2017). Gastronomi turizmi. M. Saruışık (Ed.). *Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi içinde* (ss. 211-240). Ankara: Detay Yayıncılık.

United Nations World Tourism Organization. (Mayıs 2016). *Annual Report 2015* (Rapor No:1). 7 Mayıs 2022 tarihinde <https://www.unwto.org/archive/global/publication/unwto-annual-report-2015> adresinden erişildi.

Yan, Z. ve Wang, X. (2021). Research on the tourism development and countermeasures of Nishan Town-Based on SWOT analysis. *Journal of Service Science and Management*, 14, 429-443.

Yılmaz Çıldam, S. (2021). Kültürel coğrafya denemesi olarak Siirt mutfak kültürü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(1), 305-325.

Zengin, B. ve Şeyhanlıoğlu, H. Ö. (2019). Destinasyon pazarlamasının yerel kalkınmaya etkileri: Şanlıurfa örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2977-2992.