

Karaman İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi

Mustafa AKTURFAN 

Öğretim Görevlisi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Karaman, Türkiye
mustafaakturfan@kmu.edu.tr (Sorumlu Yazar/ Corresponding Author)

Zeynep ÇINAR 

Öğretim Görevlisi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Karaman, Türkiye
zeynepcinar@kmu.edu.tr

Esat ÖZATA 

Dr. Öğr. Üyesi, Beykent Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, İstanbul, Türkiye esatozata@beykent.edu.tr

Makale Bilgileri

ÖZ

Makale Geçmişi

Geliş:06.06.2022

Kabul:26.06.2022

Yayın:30.06.2022

Anahtar Kelimeler:

Turizm,
Gastronomi turizmi,
Sürdürülebilir turizm,
SWOT analizi,
Karaman.

Bu çalışmada; Karaman ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin belirlenmesi, gastronomi turizmi açısından güçlü-zayıf yönleri ile fırsat-tehditlerin tespit edilerek analiz edilmesi ve aynı zamanda bölgedeki gastronomi turizmi faaliyetlerinin geliştirilmesine yönelik önerilerde bulunulması amaçlanmıştır. Karaman ilinde faaliyet gösteren turizm işletmeleri işletmecileri ya da yöneticileri ile turizm alanı akademisyenleri araştırmanın evrenini oluştururken, araştırmaya katılmaya gönüllü turizm işletmesi işletmecileri ya da yöneticileri ile turizm alanı akademisyenlerinin oluşturduğu 19 kişi araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Araştırmada nitel veri toplama tekniklerinden görüşme tekniği kullanılmıştır. Katılımcılar ile yapılan görüşmelerde; Karaman ilinin gastronomi turizmi açısından gelişmiş bir il olup yörenin yöresel yemek çeşitliliği ile tarımsal ürün çeşitliliğinin fazla olduğu, yerel halkın yöre yemeklerini yaşatmakta olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yörede gastronomi ve aşçılık eğitimi veren lise ve üniversite düzeyinde eğitim kurumlarının olması, bölge coğrafyasında Selçuklu, Osmanlı gibi yemek kültürü gelişmiş toplumların yaşamış olması ve ilin gastronomi turizmi potansiyeli yüksek olan Konya, Mersin gibi illerle komşu olması gastronomi turizmi alanında kullanılabilecek önemli değerlerinin olduğunu ve gastronomi odaklı yapılacak çalışmalarda ön plana çıkabileceğini göstermektedir.

Evaluation of the Gastronomy Tourism Potential of Karaman Province by Swot Analysis

Article Info

ABSTRACT

Article History

Received:06.06.2022

Accepted:26.06.2022

Published:30.06.2022

Keywords:

Tourism,
Gastronomy
tourism,
Sustainable
tourism,
SWOT analysis,
Karaman.

In this study; It is aimed to determine the gastronomic tourism potential of Karaman province, to identify and analyze the strengths-weaknesses and opportunities-threats in terms of gastronomy tourism, and also to make suggestions for the development of gastronomic tourism activities in the region. While tourism business operators or managers operating in Karaman and tourism field academicians constitute the universe of the research, 19 people consisting of tourism business operators or managers and tourism academicians who volunteer to participate in the research constitute the sample of the research. Interview technique, one of the qualitative data collection techniques, was used in the research. In the interviews with the participants; It has been determined that Karaman province is a developed province in terms of gastronomic tourism, and it has been determined that the local food variety and agricultural product variety of the region are high, and the local people live the local dishes. In addition, the existence of high school and university-level educational institutions providing gastronomy and culinary education in the region, the existence of societies with advanced food culture such as Seljuk and Ottoman in the region's geography, and the province's proximity to provinces such as Konya and Mersin, which have high gastronomic tourism potential, are important values that can be used in the field of gastronomy tourism and gastronomy. shows that it can come to the fore in studies that will be focused on.

Atıf/Citation: Akturfan, M., Çınar, Z. ve Özata, E. (2022). Karaman ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin swot analizi ile değerlendirilmesi. GastroMedia Journal, 1(1), 19-29.



"This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) (CC BY-NC 4.0)"

1. GİRİŞ

Çeşitli mutfak kültürleri arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları ortaya çıkarmayı hedefleyen gastronomi bilimi, tarih, kültür ve yemeği bir arada buluşturan bir bilim dalıdır (Üner, 2014). Yemek kültürü denilince akla yalnızca yiyecek ve içecekler değil, aynı zamanda yöreye özgü kültürel alışkanlıklar da gelmelidir (Ballı, 2016). Bir toplumun kültürünü yansıtmada en iyi örneklerden olan yemek kültürüne duyulan ilgi günümüzde gittikçe artmakta ve gastronomi turizmi konusu böylelikle daha önemli bir duruma gelmektedir (Aksoy & Sezgi, 2015). Aynı zamanda gastronomi turizmine dair düzenlenen faaliyetler, turistik destinasyonlar için hızla gelişen bir turizm pazarını da meydana getirmekte (Aydoğdu, Özkaya-Okay & Köse, 2016); bu sebeple bireylerin turizm destinasyonu tercihlerinde gastronomi ve gastronomi turizmi olguları önemli bir çekicilik unsuru haline gelmektedir (Çalışkan, 2013).

Birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan Karaman ili, Hititlilerden itibaren Roma, Bizans, Karamanoğulları ve Osmanlılardan kalma birçok tarihi esere sahip, kültürel açısından zengin bir konumda yer almaktadır. Türkçe'nin başkenti olan Karaman ili inanç turizmi, doğa turizmi, mağara turizmi, gastronomi turizmi, hava sporları ve su sporlarına sahip destinasyon merkezi konumunda bulunmaktadır. Bu özelliklerinden dolayı Karaman'ın gastronomi turizmi potansiyelinin tespit edilerek analiz edilmesi önem arz etmektedir. Karaman ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin tespit edilmesinin amaçlandığı bu çalışma, akademik faydanın yanı sıra yerel yönetime, ilde faaliyet gösteren turizm işletmelerine ve turizmcilere ve aynı zamanda diğer ilgililere de ilin gastronomi turizmi potansiyeli konusunda fikir sahibi olmak adına ışık tutacaktır.

2.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1.Gastronomi Turizmi

Alternatif turizm arayışını zorunlu kılmış olan turist eğilimindeki farklılıklar ve bu bağlamda çeşitlendirilen turizm türlerinin bir sonucu olarak ortaya çıkmış olan gastronomi turizmi (Emekli, 2005, s. 6), “farklı kültürlerle özgü yiyecek ve içecekleri yine o kültüre özgü bir şekilde tüketmek için seyahat etmek” (Durlu Özkaya ve Can, 2012) biçiminde ifade edilmektedir.

Turistik destinasyonların pazarlanmasında yeme-içme kültürünün kullanılması ya da bireyler tarafından destinasyon tercih sebeplerinden birini de yeme-içme kültürünün oluşturması gastronomi turizmi olarak açıklanabilmektedir (Ballı, 2016, s. 7). Diğer bir deyişle gastronomi turizmi, ana motivasyon kaynağı bir ürünün ya da yemeğin üretim aşamalarını görmek, özel bir yemeği tatmak, restoranları, yiyecek-içecek üreticilerini, yemek festivallerini ve yeme içmeyle ilgili özel alanları ziyaret etmek olarak tanımlanabilir (Yüncü, 2010: 29). Gastronomi turizminin odağını, ismi duyulmamış bir caddede yer alan ismi duyulmamış bir mekân, yerel bir pastane ya da tarihi bir sokakta yer alan dondurmacı oluşturabilmektedir (Çağlı, 2012: 24).

2.2. Karaman Destinasyonunun Mevcut Gastronomi Turizmi Potansiyeli

Çevresindeki yerlerden bazı özellikleri itibariyle farklılaşan, turizm faaliyeti açısından cazibe merkezi olarak gösterilebilen (Çelik ve Sandıkçı, 2015: 46), ekonomik yönden turizm faaliyeti gerçekleştirilebilen (Teyin, Sormaz, Nizamlıoğlu ve Onur, 2021: 3020), turistik ziyarette varılmak istenen yer (Yaraşlı, 2007: 2), ziyaretçilerin isteklerini ve ihtiyaçlarını karşılayabilen alanlar (Cooper, Fletcher, Gilbert, Shepherd ve Wanhill, 1998: 123) destinasyon merkezi olarak tanımlanmaktadır. Turistik faaliyet gerçekleştiren bireylerin destinasyon merkezi hakkındaki bilgileri, izlenimleri ve duygusal algıları destinasyon imajı olarak tanımlanırken (Yaraşlı, 2007: 5), destinasyon merkezlerinin imajı bireylerin tatil merkezi seçiminde etkili olmakta aynı zamanda destinasyonların bazı özellikleri itibariyle birbirinden farklılaşmasını sağlamakta ve destinasyon pazarlamasında etkili olmaktadır (Yaraşlı, 2007: 7; Baloğlu ve Bringberg, 1997: 11). Karaman ili coğrafi konumu itibariyle turizm yönünden önemli bir destinasyon merkezi olup, destinasyon imajı açısından tarihi, doğası, alternatif turizm çeşitleri ve gastronomik ürünleri ile dikkat çekmektedir.

1989 yılında Türkiye'nin 70. ili olan Karaman ili, İç Anadolu bölgesinin güneyinde, Konya, Mersin ve

Antalya illerine komşu bir konumda yer almaktadır. 9590 km² yüz ölçümüne sahip kentin merkez nüfusu 106 bin, toplam nüfusu ise 220 bindir. Kent; Ermenek, Sarıveliler, Başıyayla, Kazımkarabekir ve Ayrancı ilçelerine sahip durumdadır. Karaman'da yazlar sıcak ve kurak geçerken, kışlar soğuk ve yağışlı geçmektedir. Ova görünümüne sahip olan Karaman'da son yıllarda gerçekleştirilen sulama projeleriyle ekonomik açıdan önemli tarım ürünleri yetiştirilmektedir. Birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan Karaman ili, Hititlilerden itibaren Roma, Bizans, Karamanoğulları ve Osmanlılardan kalma birçok tarihi esere sahip, kültürel açısından zengin bir konumda yer almaktadır. Türkçe'nin başkenti olan Karaman ili inanç turizmi, doğa turizmi, mağara turizmi, gastronomi turizmi, hava sporları ve su sporlarına sahip destinasyon merkezi konumunda bulunmaktadır (URL-1, 2022). Karaman il merkezinde 2022 yılı itibariyle turizm işletme belgeli 7 konaklama tesisi, belediye belgeli 5 konaklama tesisi (URL-2,2022), ve 31 restoran işletmesi (URL-3,2022) olmak üzere toplamda 43 turizm işletmesi faaliyet göstermektedir. Tarımsal ürün ağırlıklı olan Karaman mutfağı, ova ve dağ köylerindeki iklim ve tarım arazilerinin yapısına bağlı olarak farklı ürünler barındırmaktadır. Küçükbaş hayvancılığın yaygın olduğu Karaman, et ve et ürünleri ile yapılan yemekler açısından zengin bir mutfak kültürüne sahiptir (Duru, 2020:6). Karaman mutfağı içerisinde arabaşı çorbası, tarhana çorbası, toyga çorbası, tutmaç çorbası; calla, eğey dolması, erikli yahni, zülbiye, ciğer kavurma; alabalık ızgara, balık tava, balık buğulama; ilisıra dolması, kabak çullama, pırasa mıhlaması; batırma, fasulye piyazı; bulgur pilavı, şebit pilavı, erişte, keşkek; bidik, çörek, dızmana, pişi, sac böreği; guymak, heyre, kaygana, nişan helvası, öküz helvası gibi yemek grupları ve yemekler yer almaktadır (Aslan, Güldemir ve Işık, 2019: 8; Duru, 2020: 6; Toklu, 2020: 81-93). Karaman ilinde Karaman Divle Obruğu Tulum Peyniri tescilli coğrafi işaretli ürünler içerisinde yer alırken; Karaman ve Aladağ Ekşikara Üzümü, Ermenek Helvası ve Ermenek Batırması başvuru aşamasında bulunan ürünler arasında yer almaktadır (URL-4, 2022).

Bu araştırma; Karaman ilinin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu potansiyeli tespit etmek ve gastronomi turizmi yönünden şehrin güçlü ve zayıf yönlerini değerlendirerek gastronomi turizminin geliştirilmesi için yapılması gerekenler hakkında önerilerde bulunmak için gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda Karaman'da geleneksel mutfak kültürünün korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması, gelen turistlere yöresel mutfak kültürünün tanıtılması, geleneksel tarım ve hayvancılık politikalarının uygulanması ve coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmde daha etkili bir şekilde kullanılması gibi unsurların geliştirilmesine yönelik öneriler amaçlanmıştır.

2.3. SWOT Analizi

SWOT analizi; üstünlük, zayıflık, fırsat ve tehditlerdir. SWOT' un dört harfi sırasıyla şunları temsil eder: S güçlü yönler, W zayıf yönler, O fırsatlar ve T tehditlerdir. 1990'lardan bu yana SWOT analizi, turizm planlaması alanında kademeli olarak uygulanmaya başlandı ve kapsamlı rekabet gücünün analizi ve değerlendirilmesi ve turizm destinasyonlarının kalkınma hedefleri ve planlarının formülasyonu için stratejik bir temel sağladı (Yan ve Wang, 2021: 431).

Sürdürülebilir turizm gelişimi için SWOT analizinin kullanılması alanında, turizmi geliştirmek için çok sayıda çalışma yapılmış ve çeşitli stratejiler ve kılavuzlar sunulmuştur (Hossain ve Khanal, 2020; Navarro-Martínez vd., 2020; Wang vd., 2020; Gerami ve Hosseini, 2021; Swangjang ve Kornpiphat, 2021).

3. MATERYAL ve YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı ve Modeli

Araştırma kapsamında; Karaman ilinin gastronomi turizminin gerek mevcut durumunun incelenmesi, gerekse bölgenin sahip olduğugüçlü-zayıf yönleri ile fırsat-tehdit unsurlarının ortaya konması ve Karaman ili gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik önerilerin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Araştırmada; Karaman ilinde bulunan yiyecek ve içecek işletmeleri ile turizm işletmeleri görüşlerinin incelenmesi gerektiğinden nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmıştır.

3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Karaman ilinde faaliyet gösteren yiyecek ve içecek işletmeleri ve turizm işletmeleri yöneticileri ile Karaman ilinde görevli turizm alanı akademisyenleri ve turizm uzmanları araştırmanın evrenin oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise; kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak araştırmacıların ulaşabildiği Karaman ilinde faaliyet gösteren yiyecek ve içecek işletmeleri ve turizm işletmelerinin yöneticileri ile Karaman il merkezinde görevli turizm alanı akademisyenleri ve turizm uzmanlarından araştırmaya katılmaya gönüllü olan ve yüzyüze görüşmeyi kabul eden 7 otel işletmesi yöneticisi veya işletmecisi, 8 yiyecek ve içecek işletmesi yöneticisi veya işletmecisi ile 4 turizm akademisyeni olmak üzere toplam 19 katılımcı oluşturmaktadır. Nitel çalışmalar için örneklem büyüklüğünün en az 15 olması tavsiye edildiğinden (Mason, 2010) araştırma için yapılan görüşme sayısı yeterli görülmüştür.

3.3. Veri Toplama Aracı, Teknikleri ve Değerlendirilmesi

Görüşmeler; daha önceki benzer çalışmalarda ((Teyin, Sormaz, Nizamlioğlu ve Onur, 2021) uygulanan görüşme sorularından hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formu şeklinde 10.01.2022-13.02.2022 tarihleri arasında araştırmacılar tarafından yüzyüze uygulanmıştır. Elde edilen verilerin derlenmesi ve değerlendirilmesinde; demografik bilgiler için “frequence” ve SWOT analizi sorularının değerlendirilmesinde içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Elde edilen bilgiler ve katılımcı görüşleri doğrultusunda öneriler şeklinde sunulmuştur.

4. BULGULAR

Araştırmaya gönüllü katılım sağlayan işletme yöneticisi ya da işletmecileri ile turizm akademisyenlerinin demografik bilgileri incelendiğinde; katılımcıların %63.2'sinin erkek ve %36.8'inin kadın olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların %52.6'sının 31-45 yaş aralığında ve %47.4'ünün önlisans mezunu oldukları tespit edilmiştir (Tablo 1).

Tablo 1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

| | n | % |
|-----------------|-----------|--------------|
| Cinsiyet | | |
| Kadın | 7 | 36.8 |
| Erkek | 12 | 63.2 |
| Yaş | | |
| 18-30 yaş | 4 | 21.1 |
| 31-45 yaş | 10 | 52.6 |
| 46-60 yaş | 3 | 15.8 |
| 61 yaş ve üstü | 2 | 10.5 |
| Eğitim | | |
| Ortaöğretim | 4 | 21.1 |
| Önlisans | 9 | 47.4 |
| Lisans | 5 | 26.3 |
| Lisansüstü | 1 | 5.2 |
| TOPLAM | 19 | 100.0 |

Araştırmaya gönüllü olarak katılanların mesleki bilgileri değerlendirildiğinde; %31.2'sinin mesleki diplomaya sahip olduğu, %57.8'inin işletmelerinde yönetici olarak çalıştığı, %42.1'inin sektörde 21-30 yıl arası süre çalışıyor olduğu ve %63.2'sinin şu an ki işletmelerinde 11-20 yıldır çalışıyor oldukları tespit edilmiştir (Tablo 2).

Tablo 2. Mesleki Bilgiler

| | r | % |
|--|----------|-------------|
| Mesleki Eğitim Düzeyleri | | |
| Mesleki diploma | | 3 |
| | | 1.2 |
| Ustalık yada kalfalık belgesi | | 2 |
| | | 6.5 |
| Mesleki kurs bitirme belgesi | | 1 |
| | | 5.8 |
| Herhangi bir belgesi yok | | 2 |
| | | 6.5 |
| İşletmedeki Pozisyonu | | |
| İşletme sahibi | | 2 |
| | | 1.1 |
| İşletme yöneticisi | | 5 |
| | 1 | 7.8 |
| Turizm akademisyeni | | 2 |
| | | 1.1 |
| Sektörde Çalışma Süresi | | |
| 5 yıldan daha az | | 5 |
| | | .3 |
| 6-10 yıl | | 1 |
| | | 5.8 |
| 11-20 yıl | | 2 |
| | | 6.3 |
| 21-30 yıl | | 4 |
| | | 2.1 |
| 31 yıl ve daha fazla | | 1 |
| | | 0.5 |
| Şu an ki İşletmede Çalışma Süresi | | |
| 5 yıldan daha az | | 1 |
| | | 5.8 |
| 6-10 yıl | | 2 |
| | | 1.0 |
| 11-20 yıl | | 6 |
| | 2 | 3.2 |
| TOPLAM | | 1 |
| | 9 | 00.0 |

Karaman ili gastronomi turizmi potansiyelinin güçlü yönleri incelendiğinde; il genelinde yeterli sayıda ve nitelikte yöresel restoran bulunması (%63.2), yörenin sahip olduğu yöresel yemek çeşitliliği (%52.6), yörenin tarımsal ürün çeşitliliği (%42.1), yöre yemeklerinin sağlıklı olması (%26.3), yerel halkın yöre yemeklerini yaşatıyor olması (%21.0) ve çevre büyükşehirlerin bağlantı güzergahı olması (%10.5) şeklinde sıralanmaktadır (Tablo 3).

Karaman ili gastronomi turizmi potansiyelinin zayıf yönleri incelendiğinde ise; coğrafi işaret almış ürün sayısının az olması (%78.9), ilin sahip olduğu yöresel yemeklerin yeterince tanıtılmaması (%57.8), il genelinde yeterli sayı ve nitelikte konaklama tesisinin olmaması (%52.6), yiyecek ve içecek işletmeleri ile

konaklama işletmelerinde nitelikli personel çalışmaması (%47.4), yöresel yemeklerin standartlarda üretilmemesi (%36.8) ve havayolu ulaşımının olmaması (%31.2) şeklinde sıralanmaktadır (Tablo 3).

Tablo 3. Karaman İli Gastronomi Turizminin Güçlü ve Zayıf Yönleri

| Güçlü Yönleri | Zayıf Yönleri |
|--|---|
| 1.Yeterli sayıda ve nitelikte yöresel restoran bulunması 2 3.2 | 1.Coğrafi işaret almış ürün sayısının az olması 5 8.9 |
| 2.Yörenin sahip olduğu yöresel yemek çeşitliliği 0 2.6 | 2.İlin sahip olduğu gastronomik unsurların tanıtılmaması 1 7.8 |
| 3.Yörenin tarımsal ürünlerinin çeşitliliği 2.1 | 3.İl genelinde yeterli sayı ve nitelikte konaklama tesisinin olmaması 0 2.6 |
| 4.Yöre yemeklerinin sağlıklı olması 6.3 | 4.Yiyecek ve içecek işletmeleri ile konaklama işletmelerinde nitelikli personel çalışmaması 7.4 |
| 5.Yerel halkının yöre yemeklerine sahip çıkıp yaşatıyor olması 1.0 | 5.Yöresel yemeklerin standartlarda üretilmemesi 6.8 |
| 6.Çevre büyükşehirlerin bağlantı güzergahı olması 0.5 | 6.Hava yolu ulaşımının olmaması 1.2 |

Katılımcılar tarafından; Karaman ilinin İç Anadolu Bölgesi şehirlerinin Akdeniz Bölgesi'ne inen yol güzergahlarından biri üzerinde bulunması özellikle yerli turistlerin bu güzergahta yer alan yöresel restoranların tercihinde önemli bir güçlü yöndür. Bu durum, il genelinde Karaman ili yöresel yemeklerinin servis edildiği yeterli sayı ve nitelikte restoran yapılanmasına mümkün kılmıştır. Aynı zamanda, yörenin tarımsal ürün çeşitliliğine sahip olması ve yöresel yemeklerinin sağlıklı olması da yerli ve yabancı turistlerin tercihinde güçlü yönler olarak bildirilmiştir.

Günümüzde, yöresel ürün ve yemeklerin tercihinde coğrafi işaret önemlidir. Ancak, Karaman ilinin coğrafi işaret almış ürün sayısının az olması Karaman ili gastronomi turizmi potansiyelinde zayıf yönlerden biridir. Ayrıca, Karaman ilinin sahip olduğu gastronomik unsurların yeterince tanıtılmaması ilin gastronomi turizmi potansiyelinde zayıf yönlerden biridir. İl genelinde yeterli sayıda ve nitelikte yöresel restoran olmasına rağmen, bu işletmelerde çalışan mutfak ve servis elemanları ile konaklama işletmelerinde çalışan personelin yeterli niteliklere sahip olmamaları ve bu işletmelerin ile özgü yöresel yemekleri standartlarına göre üretmemeleri ilin gastronomi turizmi potansiyelinde zayıf yönlerdendir.

Karaman ilinin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu fırsatlar değerlendirildiğinde; il genelinde farklı özel ilgi turizmi aktivitelerinin düzenleniyor olması (%73.7), ilin sahip olduğu yiyecek ve içecek unsurlarının turistik ürüne dönüştürülebilme potansiyelinin olması (%57.8), yörede gastronomi ve aşçılık eğitimi veren üniversite ve lise düzeyinde eğitim kurumlarının olması (%52.6), bölge coğrafyasında Selçuklu, Osmanlı gibi yemek kültürü gelişmiş toplumların yaşamış olması (%26.3) ve çevrede gastronomi turizmi potansiyeli yüksek olan Konya, Mersin gibi illerin var olması (%21.0) şeklinde sıralanmaktadır (Tablo 4).

Karaman ilinin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu tehditler değerlendirildiğinde; yörede görevli kurumların gastronomi turizminin gelişmesi yönünde organize olamaması (%84.2), genç neslin yöresel yemeklere yeterince sahip çıkmaması (%78.9), yöreye özgü yöresel yemeklerin derlenmesine yönelik akademik çalışmanın yapılmaması (%57.8), yörede faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin menülerinde ile özgü yemeklere yeterince yer verilmemesi (%47.4) ve ile özgü bazı yöresel yemeklerin çevre illerde de olması (%31.2) şeklinde sıralanmaktadır (Tablo 4).

Tablo 4. Karaman İlinin Gastronomi Turizmi Açısından Fırsatları ve Tehditleri

| Fırsatlar | Tehditler |
|--|--|
| 1.İl genelinde özel ilgi turizm aktivitelerinin düzenleniyor olması | 1.Yörede görevli kurumların gastronomi turizminin gelişmesi yönünde organize olamaması |
| 2.İlin yiyecek ve içecek unsurlarının turistik ürüne dönüştürülebilme potansiyelinin olması | 2.Genç neslin yöresel yemeklere yeterince sahip çıkmaması |
| 3.Yörede gastronomi ve aşçılık eğitimi veren üniversite ve lise düzeyinde eğitim kurumlarının olması | 3.Yöreye özgü yöresel yemeklerin derlenmesine yönelik akademik çalışmanın yapılmaması |
| 4.Bölge coğrafyasında Selçuklu, Osmanlı gibi yemek kültürü gelişmiş toplumların yaşamış olması | 4.Konaklama işletmelerinin menülerinde ile özgü yemeklere yeterince yer verilmemesi |
| 5.Çevrede gastronomi turizm potansiyeli yüksek olan Konya, Mersin gibi illerin var olması | 5.İle özgü bazı yöresel yemeklerin çevre illerde de olması |

Katılımcılar tarafından; Karaman ilinde spor turizmi, mağara turizmi gibi çeşitli özel ilgi turizmi aktivitelerinin düzenlenmesi sebebi ile, şehre gelen yerli ve yabancı turistlerin olması, Karaman iline özgü yiyecek ve içecek öğelerinin turizmi geliştirici turistik ürüne dönüştürülebilme potansiyeline sahip olması, ilde mutfak eğitimi veren gastronomi ve mutfak sanatları bölümü ile aşçılık bölümü bulunan eğitim kurumlarının var olması, bölge coğrafyasında Selçuklu Devleti ve Osmanlı İmparatorluğu gibi yemek kültürü geniş ve gelişmiş toplumların yaşamış olması ve bölge mutfak kültürünü geliştirmeleri ile Karaman iline komşu illerin (Konya, Mersin gibi) gastronomi turizmi potansiyelinin yüksek olması Karaman ilinin sahip olduğu fırsatlar olarak bildirilmiştir.

Katılımcılar tarafından; yöredeki kurumların bölgenin gastronomi turizminin gelişiminde organize olamaması, genç neslin ilin sahip olduğu yöresel yemeklere sahip çıkmaması, yöreye ait yöresel yemeklerin derlenmesine yönelik akademik çalışma yetersizliği, yörede faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin uyguladıkları menülerinde yöresel yemeklere yeterince yer vermemesi ve Karaman ilinin sahip olduğu fırın kebabı, piliç dolması, kabak çiçeği dolması, calla gibi yöresel yemeklerin diğer İç Anadolu Bölgesi illeri yöresel restoranlarında da yaygın şekilde servis ediliyor olması Karaman ilinin sahip olduğu tehditler olarak bildirilmiştir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Toplumun ve ekonominin hızlı gelişimi ile birlikte iç turizm endüstrisi güçlü bir gelişme dönemine girmiş ve buna bağlı olarak insanların turizm tüketim anlayışı da sıradan gezi turizminden daha gelişmiş eğlence turizmi ve deneyimsel turizme dönüşmüştür (Yan ve Wang, 2021). Deneyimsel turizm çeşitlerinden biri olarak gastronomi turizmi farklı tanımlardan hareketle (Hall ve Sharples, 2003; Chaney ve Ryan, 2012) bir destinasyonun kültür ve yemek turizmi ile bilinen bir destinasyon alanı olduğu sonucuna varılabilir (Ningsih ve Nuraeni, 2018).

Araştırma kapsamında; araştırmaya katılmaya gönüllü olan ve yüzyüze görüşmeyi kabul eden 7 otel işletmesi yöneticisi veya işletmecisi (%36.8), 8 yiyecek ve içecek işletmesi yöneticisi veya işletmecisi (%42.1) ile 4 tuzim akademisyeni (%21.1) olmak üzere toplam 19 katılımcıdan (%100.0) oluşmaktadır. Katılımcıların %63.2'si erkek ve %36.8'i kadın olup %52.6'sı 31-45 yaş aralığında, %47.4'ü önlisans mezunu olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların mesleki bilgileri incelendiğinde; %31.2'sinin mesleki diplomaya sahip olduğu, %57.8'inin işletmelerde yönetici olarak görev yaptığı, %42.1'inin 21-30 yıl arası sektörde çalıştığı ve %63.2'sinin şu an ki işletmelerinde 11-20 yıldır görev yaptıkları belirlenmiştir.

Katılımcılar ile gerçekleştirilen görüşmelerde; Karaman ilinin gastronomi turizmi açısından güçlü yönleri olarak “*il genelinde yeterli sayıda ve nitelikte yöresel restoran bulunması, yörenin sahip olduğu yöresel yemek çeşitliliğinin olması, yörenin tarımsal ürün çeşitliliği ve yöre yemeklerinin sağlıklı olması*”; zayıf yönleri olarak ise “*coğrafi işaret almış ürün sayısının az olması, ilin sahip olduğu yöresel yemeklerin yeterince tanıtılmaması ve il genelinde yeterli sayı ve nitelikte konaklama tesisinin olmaması*” şeklinde sıralanmıştır.

Katılımcılar ile gerçekleştirilen görüşmelerde; Karaman ilinin gastronomi turizmi açısından “*il genelinde farklı özel ilgi turizmi aktivitelerinin düzenleniyor olması, ilin sahip olduğu yiyecek ve içecek unsurlarının turistik ürüne dönüştürülebilir potansiyelinin olması ve yörede gastronomi ve aşçılık eğitimi veren üniversite ve lise düzeyinde eğitim kurumlarının olması*” mevcut ve potansiyel fırsat unsurları olduğu; “*yörede görevli kurumların gastronomi turizminin gelişmesi yönünde organize olamaması, yeni neslin yöresel yemeklere yeterince sahip çıkmaması ve yöreye özgü yöresel yemeklerin derlenmesine yönelik akademik çalışmanın yapılmaması*” mevcut ve potansiyel tehdit unsurları olduğu vurgulanmıştır.

Tüm bu sonuçlar çerçevesinde Karaman ilinin gastronomi turizminin geliştirilmesi için;

* Karaman ilinin yerel ürünleri ile yöresel yemeklerinin coğrafi işaret alması yönünde gerekli çalışmaların yapılması,

* Karaman ilinin yerel ürünleri ile yöresel yemekleri ile coğrafi işaret almış gastronomik öğelerinin profesyonel şekilde tanıtımının yapılması,

* Karaman ili yöresel yemeklerinin standartlaştırılması yönünde akademik ve sektörel çalışmaların yapılması,

* Karaman ili genelinde faaliyet gösteren konaklama işletmeleri ile yiyecek ve içecek işletmelerinin menülerinde yöresel ürünlerin yer alması için teşvik edilmesi,

* Karaman ili genelinde faaliyet gösteren konaklama işletmeleri ile yiyecek ve içecek işletmelerinde istihdam edilen personelin nitelikli ve alanında uzman kişilerden tercih edilmesi, ve çalışan personelin niteliklerinin artırılması yönünde eğitim faaliyetleri planlanmalı,

* Karaman ili yerel yönetimlerinin ilin gastronomi turizminin geliştirilmesi yönünde organize olmaları,

* Yöreye özgü yöresel yemeklerin derlenerek kayıt altına alınması için gerekli akademik çalışmaların yapılması,

* Karaman iline özgü yöresel yiyeceklerin yerli ve yabancı turistler ile yeni nesle aktarılmasında ve öğretilmesinde yemek kursu, gastronomi festival, workshop gibi etkinliklerin düzenlenmesi şeklinde öneriler geliştirilmiştir.

KAYNAKLAR

Aksoy, M. ve Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi gastronomik unsurları, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.

Aslan, F.P., Güldemir, O. ve Işık, N. (2019). Karaman Mutfak Kültürü ve Yemekleri. Karaman Araştırmaları II. Konya: Palet Yayınları.

Aydoğdu, A., Özkaya-Okay, E., & Köse, Z.C. (2016). Destinasyon Tercihinde Gastronomi Turizmi'nin Önemi: Bozcaada Örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 120-132.

- Ballı, E. (2016). Gastronomi turizmi açısından Adana sokak lezzetleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*,4(Special Issue 1), 3-17.
- Baloglu, S. ve Bringberg, D. (1997). Affective image of tourism destinations. *Journal of Travel Research*, 35(4): 11–15.
- Chaney, S. ve Ryan, C. (2012). Analyzing the Evolution of Singapre’s World Gourmet Summit: An Example of Gastronomic Tourism, *Int. J. Hosp. Manag.*, 31 (2), 309–318.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Shepherd, R. ve Wanhill, S. (1998). *Tourism: Principles and practices*, (2nd ed.). England: Addison- Wesley, Longman.
- Çağlı, I.B. (2012). Türkiye’de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.
- Çelik, S. ve Sandıkçı, M. (2015). Türkiye’de Kentler İçin Turizm Destinasyonu Değer Kıstaslarının Belirlenmesi ve Destinasyon İmajı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 3/4 (2015) 45-57
- Durlu-Özkaya, F. ve Can, A. (2012). Gastronomi Turizminin Destinasyon Pazarlamasına Etkisi, *Türktarım Dergisi*, 206: 28-33.
- Duru, R. (2020). Gelenekten Aşeneye Karaman Mutfağı. Konya: Karaman Belediyesi Kültür Yayınları.
- Emekli, G. (2005). Avrupa Birliği’nde Turizm Politikaları ve Türkiye’de Kültürel Turizm.
- Gerami, F. ve Hosseini, S.Z. (2021). Planning for Sustainable Tourism Development using SWOT Analysis– Case Study: Pasargad Region–Fars, Iran. *Athens Journal of Tourism*, 8, 1-12.
- Hall, C. M. ve Sharples, L. (2003). The Concupmption of Experiences or the Experiences of Consumption? An Introduction to the Tourism of Taste, *Food Tour. Around World Dev. Manag. Mark.*, 1–24.
- Hossain, M. I., & Khanal, B. P. (2020). SWOT analysis of forest protected area based sustainable tourism development: A case study in the Lawachara National Park, Bangladesh. *Journal of Tourism and Hospitality Education*, 10, 71-89.
- Mason, M. (2010). Sample Size and Saturation in PhD Studies Using Qualitative Interviews, *Forum: Qualitative Social Research*, 11 (3); 1-13.
- Navarro-Martínez, Z. M., Crespo, C. M., Hernández-Fernández, L., Ferro-Azcona, H., González-Díaz, S. P., & McLaughlin, R. J. (2020). Using SWOT analysis to support biodiversity and sustainable tourism in Caguanes National Park, Cuba. *Ocean & Coastal Management*, 193, 105188.
- Ningsih, C. ve Nuraeni, R. (2018). Developing Strategy of Chinatown as a Halal Gastronomic Tourism Destination in Bandung, *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 3rd International Seminar on Tourism (ISOT 2018).
- Swangjang, K., & Kornpiphat, P. (2021). Does ecotourism in a Mangrove area at Klong Kone, Thailand, conform to sustainable tourism? A case study using SWOT and DPSIR. *Environment, Development and Sustainability*, 23(11), 15960-15985.
- Teyin, G., Sormaz, Ü., Nizamlıoğlu, H.F.ve Onur, N. (2021). Şile İlçesinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Swot Analizi ile Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2021, 9 (4), 3018-3035.
- Toklu, S. (2020). Karaman İlinin Yöresel Mutfağının Kültürel Kimlik Bağlamında İncelenmesi Ve Turizme Kazandırılması. Yüksek Lisans Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

URL-1, (2022) Erişim Tarihi: 03.06.2022 Erişim Adresi: <https://kmu.edu.tr/yos/sayfa/3509/sehirde-yasam/kultur-ve-turizm/tr>.

URL- 2 (2022). Karaman İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Erişim Tarihi: 03.06.2022, Erişim Adresi: <https://karaman.ktb.gov.tr>

URL-3 (2022). Karaman İli Restoranları, Tripadvisor, Erişim Tarihi: 03.06.2022, Erişim Adresi: https://www.tripadvisor.com.tr/Restaurants-g1999788-Karaman_Province.html

URL-4 (2022). TPE, Karaman ili coğrafi işaret durumu. Türk Patent Enstitüsü Yayın Grubu. Erişim tarihi: 03.06.2022 Erişim adresi: ci.turkpatent.gov.tr/veri-tabani

Üner, E.H. (2014). Her Şey Dahil Sistemde Türkiye Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Wang, B., Feng, Y., Wang, Y., & Yao, S. (2020). Swot Analysis On Tourist Eco-Footprint And Ecological Carrying Capacity In Poverty-Stricken Areas. *Environmental Engineering & Management Journal (EEMJ)*, 19(9)

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.

Yaraşlı, G.Y. (2007). Destinasyon İmajı ve Trabzon Yöresine Dönük Bir Çalışma. Yüksek Lisans Tezi. Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı İşletme Yönetimi Yüksek Lisans Programı.

Yüncü, H. R. (2010). Sürdürülebilir turizm açısından gastronomi turizmi ve Perşembe yaylası. 11. Aybastı-Kabataş Kurultayı, Ankara.

EXTENDED ABSTRACT

In this study; It is aimed to determine the gastronomic tourism potential of Karaman province, to identify and analyze the strengths-weaknesses and opportunities-threats in terms of gastronomy tourism, and also to make suggestions for the development of gastronomic tourism activities in the region. While tourism business operators or managers and tourism academicians operating in the province of Karaman constitute the universe of the research, 19 people formed by tourism business operators or managers and tourism academicians who volunteer to participate in the research constitute the sample of the research. Interview technique, one of the qualitative data collection techniques, was used in the research. In the interviews with the participants; While the strengths of Karaman province in terms of gastronomic tourism are determined as "the availability of local restaurants in sufficient number and quality throughout the province, the variety of local food that the region has, the diversity of agricultural products of the region, the healthy local food, the local people's local cuisine and the connection route to the surrounding metropolitan cities". The weak points are that "the number of products with geographical indications is low, the local dishes of the province are not sufficiently promoted, there are not enough number and quality accommodation facilities throughout the province, there is no qualified personnel working in food and beverage businesses and accommodation enterprises, local dishes cannot be produced in standards and there is no air transportation" sorted as. Opportunities of the province in terms of gastronomy tourism are as follows: "Different special interest tourism activities are organized throughout the province, the province's food and beverage elements have the potential to be converted into touristic products, there are high school and university-level educational institutions in the region that provide gastronomy and cookery education, Seljuk, While it is expressed as "the existence of societies with developed food culture such as the Ottoman Empire and the existence of provinces such as Konya and Mersin with high gastronomic tourism potential in the vicinity," the current and potential threat factors of the province in terms of gastronomy tourism are "the inability of the institutions in charge to develop gastronomy tourism. The young generation's lack of ownership of local dishes, the lack of academic studies on the compilation of regional dishes, the lack of sufficient place in the menus of accommodation establishments operating in the region, and the lack of some local cuisine. It is listed as "Esel dishes are also available in the surrounding provinces".