



Gastronomik Kimlik Oluşturmada Yöresel Ürünlerin Rolü: Ürünlerin Satış ve Pazarlanmasına Yönelik Bir Örnek Olay İncelemesi (The Local Products Role in Developing Gastronomic Identification: An Example of Case Study Intended to Sales and Marketing of Products)

*Hümeyra TÖRE BAŞAT^a , Mustafa SANDIKÇI^b , Sabri ÇELİK^b 

^a Afyon Kocatepe University, Afyon Vocational School, Afyonkarahisar/Turkey

^b Afyon Kocatepe University, Faculty of Tourism, Afyonkarahisar/Turkey

Anahtar Kelimeler

Gastronomi
Gastronomik kimlik
Yöresel ürün
Coğrafi işaretleme
Metro

Öz

Gastronomi turizmi genel anlamda insanların yiyecekler ve yiyecekler ile ilgili deneyimleriyle ilgilenen bir kavramdır. Bölgedeki yeme içme kültürü ile bölgede yetişen, üretilen ve bölgeye özgü yöntemlerle sunulan gastronomik ürünler gastronomik kimliği oluşturur. Gastronomik kimliğin bileşenlerinden biri olan yöresel ürünlerin, kaybolmamaları ve oldukları gibi korunmaları ve gelecek nesillere aktarılması önemlidir. Coğrafi işaretler tüketiciler için ürünün kaynağını, karakteristik özelliklerini ve ürün ile coğrafi alan arasındaki bağlantıyı gösteren belirleyici işaretlerdir. Bu çalışmada coğrafi işaretleme ile belgelenen yöresel ürünlerin gastronomik kimlik oluşturmada katkısı literatür araştırması ile ortaya konulacak; coğrafi işaretli ürünlerin satış ve pazarlamasında etkin olarak kullanılan bir kurumsal işletme incelenecektir. Model olarak Nosi ve Zanni tarafından geliştirilen “Tipik (Özgün/Karakteristik) Gıda Ürün (Typical Food Products-TFP) Pazarını Destekleyen Hizmetlerin Sınıflandırılması” modeline uygun olarak Metro İşletmesi seçilmiştir. Model, çoklu durum deseni niteliği taşımaktadır. İlk durum deseni olarak koruma fonksiyonu açısından bilimsel araştırma, üreticilere destek ve yerel kamu otoritelerine destek olmak üzere üç boyut yer almaktadır. İkinci durum deseni ise eğitim fonksiyonu olarak; olay veya etkinlik organizasyonu, tat eğitimi ve akademik eğitim olmak üzere yine üç boyuttan oluşmaktadır. Koruma ve eğitim boyutlarıyla ilgili işletmenin yaptığı uygulamalar dikkate alınarak belirtilen işletmenin durumu analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre gastronomik kimlik oluşturmada yöresel ürünlerin satış ve pazarlanmasında üreticilere yol gösterebilecek sonuçlara ulaşılmıştır.

Keywords

Gastronomy
Gastronomic identity
Local products
Geographical indications
Metro

Abstract

Gastronomy tourism is a concept that interest in food and people's experiences with food. Eating and drinking culture in a region and products that rising, breeding and presenting with a specific forms of that region composes “Gastronomic Identification”. Local products are one of the componentals of gastronomic identification. It is important that these products completely protection, to be unlost and transformed to the next generations. Geographical indications are the decisive indications that show the source of product, characteristic properties of product and the connection between the product and geographical region. In this study, the additive of local products documented with the geographical designs to the composed of gastronomic identification will put forth with a literature search and a corporate business that used efficiently with the sale and marketing of geographical indication products will analyse. As a model Metro Business had chosen befit to the model of “A taxonomy of supporting services within the TFP (Typical Food Products) Market” developed by Nosi and Zanni. This model has carried quality of multiple status design. First status design has three dimensions. Protection function with in terms of a scientific research, support to producers and support local public authorities. Second status design has also three dimensions; organization of events, taste education and academic education. The status of businesses with the dimension of protection and education. As the obtained findings in the formation of gastronomic identification; with the subject of sales and marketing of local products, we reached some results that can guide to the producers.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: humeyratore@gmail.com (H.T. Başat),