



Otel Yöneticilerinin Gastronomi Turizmi Algılarının Değerlendirilmesi (Evaluation of Gastronomy Tourism Perspectives of Hotel Managers)

*Elif DEMİRBILEK^a, Serkan ŞENGÜL^b, Aylin AKOĞLU^c

^aBolu Abant İzzet Baysal University, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Bolu/ Turkey

^bBolu Abant İzzet Baysal University, Bolu School of Tourism Management and Hospitality, Tourism Management, Bolu/Turkey

^cBolu Abant İzzet Baysal University, Bolu Health School, Department of Nutrition and Dietetics, Bolu/Turkey

Anahtar Kelimeler

Gastronomi
Gastronomi turizmi
Otel işletmeleri

Öz

Gastronomi faaliyetlerinin popüler hale gelmesi, otel işletmeleri içinde gastronomi turizmi etkinliklerinin önemli bir rekabet avantajı unsuru haline dönüşmesine neden olmuştur. Otellerde gastronomi adı altında etkinlikler düzenlenmekte ve bu kapsamda menülerde değişiklikler gerçekleştirilmektedir. Bu çalışmanın amacı otel yöneticilerinin gastronomi turizmi algılarını değerlendirmek ve gastronomi turizmi hakkında düşüncelerinin tespit etmeye çalışmaktır. Çalışmanın gastronomi turizmi ile otel işletmeciliği ilişkisini ortaya koyması bakımından yazına katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırma kapsamında uluslararası toplantılar, fuarlar, organizasyonların yanı sıra doğal, tarihi ve kültürel nedenlerle ziyaret edilen Ankara ilinde faaliyet gösteren beş yıldızlı yabancı bir zincir otel işletmesinde, otel yöneticilerinin gastronomi turizmiyle ilgili görüşleri alınmıştır. Nitel araştırma modelinin kullanıldığı çalışmada veriler görüşme tekniği ile toplanmıştır. Araştırmada otel yöneticilerinin gastronomi turizminin otel işletmeleri için pazarlamada rekabet aracı olduğu, otel departmanlarının eşgüdümü sayesinde gastronomide başarılı olunacağı ve menülerinde yöresel ürünlere yer vermenin önemli olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda gastronomi turizmi konusunda otel işletmelerine öneriler sunulmuştur.

Keywords

Gastronomy
Gastronomy tourism
Hotel management

Abstract

The popularization of gastronomic activities has led to gastronomic tourism activities in hotel establishments becoming an important competitive advantage. There are events organized under the name of gastronomy in the hotels and changes are made in the menus. The aim of this study is to evaluate hotel managers' gastronomic tourism perceptions and try to determine their thoughts about gastronomic tourism. It is thought that the work will contribute to the literature in terms of establishing the relationship between gastronomy tourism and hotel management. Within the scope of the research, opinions of hotel managers about gastronomic tourism have been taken in the operation of a five star foreign chain hotel operating in Ankara province, which is visited with international meetings, fairs, organizations as well as natural, historical and cultural reasons. In the study in which the qualitative research model was used, the data were collected by interview techniques. In the study, it was concluded that hotel managers are the competition tool for gastronomic tourism in the marketing of hotels, and that coordination of the hotel departments is important for gastronomic success and local products in menus. In the direction of the results obtained, suggestions were given to hotel management about gastronomy tourism.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: esenelif6@gmail.com (E. Demirbilek)