



Destinasyon Pazarlamasında Yerel Mutfaklar: Balıkesir İli Örneği (Local Cuisines in Destination Marketing: The Case of Balıkesir Province)

* Berre Zeynep UÇAN^a, Göksel Kemal GİRĞİN^a

^a Balıkesir University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Balıkesir/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:23.10.2020

Kabul Tarihi:28.11.2020

Anahtar Kelimeler

Gastronomi turizmi

Yerel mutfaklar

Resmi broşür

Web sitesi

Balıkesir

Öz

Türk mutfağının yerel mutfaklar sayesinde oldukça geniş bir gastronomik zenginliği içerisinde barındırdığı bilinmektedir. Yerel mutfakların pazarlanmasının ise ülke ve bölge turizmi açısından oldukça avantaj sağladığı görülmektedir. Çalışmanın amacı, Balıkesir'in turizm pazarlamasında yerel mutfak özelliklerine ne kadar yer verildiğini saptamaktır. Literatürde Balıkesir'in gastronomik unsurlarının pazarlama materyallerinde nasıl kullanıldığına yönelik sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Bundan dolayı çalışma, Balıkesir'in gastronomik unsurlarının pazarlama materyallerinde kullanımının geliştirilmesine katkı sağlaması yönüyle önem arz etmektedir. Çalışma amacına ulaşmak için nitel yöntem kullanılarak Balıkesir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün resmî broşür, kitapçık ve web sitesinden elde edilen veriler "içerik analizi" yöntemi ile değerlendirilmiştir. Değerlendirme sonuçlarına "Gözlenen Metin" ve "Gözlenen Görsel" başlıkları altında yer verilmiştir. Diğer yandan bu başlıklar "mutfak", "içecekler", "yemek", "tarım ve hayvancılık" ve "festivaller" olarak alt başlıklara ayrılmıştır. Alt başlıklar altında ise elde edilen verilerden yola çıkılarak yapılan sınıflandırmalara yer verilmiştir. Araştırma sonucunda köklü bir mutfak geçmişi olan Balıkesir'in tanıtım materyallerinde yerel mutfak özelliklerinin kullanıldığı ancak bu özelliklere yeterince yer verilmediği görülmüştür.

Keywords

Gastronomy tourism

Local cuisines

Official brochure

Website

Balıkesir

Abstract

It is seen that marketing local cuisines provides a great advantage in terms of country tourism. The aim of the study is to determine how much local cuisine features are included in the tourism marketing of Balıkesir. To achieve the purpose of work; the data obtained from the official brochure, booklet and website of Balıkesir Provincial Directorate of Culture and Tourism using the qualitative method were evaluated with the "content analysis" method. The evaluation results are included under the titles "Observed Text" and "Observed Visual". On the other hand, these headings are subdivided into "kitchen", "drinks", "food", "agriculture and livestock" and "festivals". Under the subheadings, the classifications made on the basis of the data obtained are included. As a result of the research, it was seen that Balıkesir, which has a long history of cuisine, uses local cuisine features in its promotional materials, but these features are not sufficiently included.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: berrezeynepucann@gmail.com (B.Z. Uçan)

DOI: 10.21325/jotags.2020.735