



## Eskişehir'deki Yiyecek İçecek İşletmelerinin Instagram Kullanımının İçerik Analizi Yöntemi ile İncelenmesi (The Study of Instagram Usage of Food and Beverage Enterprises in Eskişehir by Content Analysis Method)

Barış DEMİRCİ <sup>a</sup> , \* Ayşe DELİORMANLI <sup>b</sup> , Yunus ÖZHASAR <sup>c</sup> 

<sup>a</sup> Eskişehir Osmangazi University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Eskişehir/Turkey

<sup>b</sup> Beykent University, Vocational School, Program of Cabin Services, Istanbul/Turkey

<sup>c</sup> Eskişehir Osmangazi University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Eskişehir/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:18.10.2020

Kabul Tarihi:22.12.2020

### Anahtar Kelimeler

Instagram

Yiyecek içecek işletmeleri

İçerik analizi

Eskişehir

### Öz

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında dünya çapında 36 gastronomi şehri bulunmaktadır. Gastronomi şehri unvanı, yerel ekonominin gelişmesi, tanıtım faaliyetlerinin artması ve marka imajının yükselmesi gibi şehirler için önemli katkılar sunmaktadır. Bu çalışmanın amacı, Kastamonu'nun zengin mutfak kültürünü UNESCO'nun Yaratıcı Şehirler Ağı gastronomi alanında belirlenen kriterlere göre incelemektir. Araştırma kapsamında, ikincil veri kaynaklarından yararlanılmış ve bazı kriterler için yerinde incelemeler yapılmıştır. Elde edilen bulgulardan, Kastamonu'nun yemek çeşitliliği bakımından güçlü olduğu, restoranlarında yöresel yemeklere yer verildiği, pazarlarda yöresel ürün tezgâhlarının bulunduğu, çeşitli yöresel ürün ve gastronomi festivalinin düzenlendiği, eğitim kurumlarında bu alana yönelik derslerin bulunduğu tespit edilmiştir. Ancak, sürdürülebilir yerel ürünlerin tanıtımı açısından yetersiz kaldığı da çalışmanın bir diğer sonucudur.

### Keywords

Instagram

Food and beverages businesses

Content analysis

Eskişehir

### Abstract

As part of the UNESCO Creative Cities Network, there are 36 gastronomic cities worldwide. The title of gastronomy city makes important contributions to cities such as the development of the local economy, increased promotion activities and the increase of the brand image. This study aims to analyze Kastamonu's rich culinary culture according to the criteria determined in the field of UNESCO's Creative Cities Network gastronomy. Within the scope of the research, secondary data sources were used and on-site investigations were made for some criteria. From the findings, it has been determined that Kastamonu is strong in terms of food diversity, there are local dishes in its restaurants, there are local product stalls in the markets, various local products and gastronomy festivals are organized, and there are courses in this field in educational institutions. However, it is another result of the study that it is inadequate in terms of promoting sustainable local products.

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

\* Sorumlu Yazar

E-posta: aysedeliormanli@beykent.edu.tr (A. Deliormanlı)

DOI: 10.21325/jotags.2020.765