



## Destinasyon Pazarlamasında Mutfak Kültürünün Rolü: Sakarya Örneği (The Role of Cuisine Culture in Destination Marketing: Sakarya Case)

\* Züleyhan BARAN <sup>a</sup> , Orhan BATMAN <sup>b</sup> 

<sup>a</sup> Düzce University, Akçakoca Vocational School, Department of Tourism and Hotel Management, Düzce/Turkey

<sup>b</sup> Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Sakarya/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 01.02.2022

Kabul Tarihi: 24.03.2022

### Anahtar Kelimeler

Mutfak kültürü  
Gastronomi  
Yöresel Mutfak  
Destinasyon pazarlaması  
Destinasyon çekiciliği  
Sakarya

### Keywords

Cuisine culture  
Gastronomy  
Local food  
Destination marketing  
Destination attractive  
Sakarya

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

### Öz

Destinasyon çekiciliği konusunda mutfak kültürü önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Araştırmanın konusu, bir kentin mutfak kültürünün destinasyon çekiciliği ve kentin tanıtımı açısından önemini belirlenmesi üzerine kurgulanmıştır. Bu amaçla geleneksel mutfaka ait özelliklerin destinasyon pazarlamasında nasıl kullanılabileceğine dair alan araştırması yapılması ön görülmüştür. Bunun için farklı kültürleri içinde barındıran Sakarya ili tercih edilmiştir. Araştırmada detaylı bilgi edinebilmek için nitel araştırma tekniklerinden derinlemesine görüşme yöntemi tercih edilmiştir. Bu konuda tanıtımda önemli rolü olduğu düşünülen ve müşteri sirkülasyonu fazla olan birinci sınıf restoranların yöneticileriyle görüşmeler yapılmıştır. Yapılan görüşmeler sonucunda, geleneksel mutfak kültürüne has birçok yiyecek-içeceğin tercih edilme oranının oldukça yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Geleneksel mutfak kültürü ile önemli düzeyde bir destinasyon çekiciliğine sahip olduğu anlaşılan Sakarya ilinin destinasyon pazarlaması kapsamındaki potansiyelinin değerlendirilmesine dair tavsiyelerde bulunulmuştur.

### Abstract

The cuisine culture has been evaluated as an important factor in terms of the attractiveness of a destination. The subject of the research is to determine the importance of the cuisine culture of a city with regard to destination attractiveness and promotion of the city. It's prediction to conduct study field on how the features of traditional cuisine can be used in destination marketing in accordance with this purpose. For this, Sakarya province was preferred that contains different cultures. To obtain detailed information the in-depth interviews method was preferred in this research, which is one of the qualitative research techniques. In this direction, interview was held with the managers of the restaurants, which are considered to have an important role in promotion of local food and have a high customer circulation. The managers have been concluded that the rate of preference of many foods-beverages specific to traditional cuisine culture is quite high. Recommendations have been made to evaluate the potential of Sakarya province, which is understood to have a significant destination attractiveness with its traditional cuisine culture, within the scope of destination marketing.

\* Sorumlu Yazar

E-posta: zuleyhanbaran@duzce.edu.tr (Z. Baran)

DOI:10.21325/jotags.2022.999