



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2020, 4(3): 1867-1884.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.455](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.455)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Destinasyon Pazarlaması Kapsamında Gastronomi Bilgi İçeriklerinin Analizi: Web Siteleri Üzerine Bir İnceleme

Dr. Ömür ALYAKUT, Kocaeli Üniversitesi, Kartepe Turizm MYO, Kocaeli, e-posta: omalyakut@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5517-1881>

Öz

Bu çalışmada Kocaeli destinasyon yönetimi paydaşlarının web sitelerinde yer alan gastronomi bilgi içeriklerini ortaya çıkarmak, destinasyon pazarlaması ve rekabetçiliği açısından kullanımlarını değerlendirmek amaçlanmıştır. Gastronomi bilgi içeriklerine ulaşılabilirlik ve bilgi içeriklerindeki uyumu ortaya koymak da çalışmanın diğer amacını oluşturmuştur. Nitel araştırma kapsamında doküman incelemesi yapılan çalışmada, incelenecek dokümanlar amaçsal örneklem yöntemiyle seçilmiştir. Bu kapsamda Kocaeli destinasyon yönetimi paydaşlarından olan merkezi yönetimlerden Kocaeli Valiliği, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ile yerel yönetimlerden il ve ilçe belediyelerinin web siteleri çalışma kapsamına alınmıştır. Seçilen paydaşların resmi web sitelerine 01.12.2019- 31.12.2019 tarihleri arasında erişim sağlanmıştır. Toplam dokuz web sitesinden elde edilen verilere betimsel analiz uygulanmış ve sonuçlar yorumlanmıştır. Çalışma sonucunda web sitelerinde gastronomi bilgi içerikleri; Kocaeli mutfağı ve özellikleri, yöresel yemekler ve görselleri, tarım ürünleri ve görselleri, gastronomi festivalleri, restoranlar, kültürel kimlikler ve yiyecek çeşitliliği başlıklarında öne çıkmıştır. Ancak Kocaeli'nin zengin gastronomi potansiyeline rağmen paydaşların destinasyon pazarlama aracı olarak gastronomi ürünlerinin çekiciliğinden yeterli düzeyde yararlanmadığı, destinasyon rekabetini gastronomi üzerine kurmadığı ve paydaşlar arasında koordinasyon eksikliği olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Destinasyon Pazarlaması, Destinasyon Yönetimi Paydaşları, Web Siteleri, Gastronomi, Kocaeli.

Makale Gönderme Tarihi: 30.02.2020

Makale Kabul Tarihi: 02.07.2020

Önerilen Atıf:

Alyakut, Ö. (2020). Destinasyon Pazarlaması Kapsamında Gastronomi Bilgi İçeriklerinin Analizi: Web Siteleri Üzerine Bir İnceleme, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3): 1867-1884.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



RESEARCH PAPER

Analysis of Gastronomy Information Content in Scope of Destination Marketing: A Review on Websites

Dr. Ömür ALYAKUT, Kocaeli University, Kartepe Tourism Vocational School, Kocaeli, e-mail: omalyakut@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5517-1881>

Abstract

In this study, it was aimed to reveal the gastronomy information content of the websites of Kocaeli destination management stakeholders and evaluate their use in terms of destination marketing and competitiveness. The other purpose of the study was to reveal the accessibility and harmony of gastronomy information contents. In the study, where document review was conducted within the scope of qualitative research, the documents to be analyzed were selected by the purposeful sampling method. In this context, the websites of Kocaeli Governorship, Provincial Directorate of Culture and Tourism, which are the stakeholders of Kocaeli destination management, and provincial and district municipalities from local administrations were included in the study. Official websites of selected stakeholders were accessed between 01.12.2019 - 31.12.2019. Descriptive analysis was applied to the data obtained from nine websites and the results were interpreted. As a result of the study, information on gastronomy on the websites came to the fore as Kocaeli cuisine and its features, local dishes and visuals, agricultural products and visuals, gastronomic festivals, restaurants, cultural identities and food diversity. However, despite Kocaeli's rich gastronomic potential, it was concluded that stakeholders did not benefit sufficiently from the attractiveness of gastronomy products as a destination marketing tool, did not establish destination competition on gastronomy and there was a lack of coordination among stakeholders.

Keywords: Destination Marketing, Destination Management Stakeholders, Websites, Gastronomy, Kocaeli.

Received: 30.02.2020

Accepted: 02.07.2020

Suggested Citation:

Alyakut, Ö. (2020). Analysis of Gastronomy Information Content in Scope of Destination Marketing: A Review on Websites, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(3): 1867-1884.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.