



Journal of Tourism and Gastronomy Studies

Journal homepage: www.jotags.org



Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik (Gastronomic Identity in Terms of Destination Competitiveness and Travel Motivation)

*Osman ÇALIŞKAN^a

^a Akdeniz University Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, 07058 Konyaaltı / ANTALYA

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:02.04.2013

Kabul Tarihi:22.05.2013

Anahtar Kelimeler

Gastronomi
Turizm
Gastronomi turizmi
Gastronomik kimlik

Öz

Gastronomi, sadece yeme içme sanatı olmayıp, yiyecek ve içecek ile ilişkili her bileşenin bilim, sanat ve kültürle olan etkileşiminden oluşmaktadır. Bu yönüyle gastronomi geniş bir alanı kapsamaktadır. Turizm de bu alanlardan birisi olup, özellikle turizm destinasyonundaki yerel mutfağa turistlerin ilgisinin artması, restoran yönetimi ile ilgili araştırmaların çoğalması, beslenme alışkanlıklarının, gıda bilimi ve güvenliğinin turizm endüstrisinde önem kazanmasıyla gastronomi ile turizm sıkı bir ilişki içerisinde. Gastronomi ve turizm ilişkisini kültürel, sosyal, ekonomik ve ideolojik anlamda ele alan bir konu da gastronomik kimlik olmaktadır. Özgün nitelikleri taklit edilemeyen gastronomik kimliğin, destinasyonun kültürü ve çevresi ile harmanlanarak gastronomi turizmi içerisinde yer alması bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Çalışmada, gastronomi turizmi ile gastronomik kimlik ilişkisi özellikle destinasyon rekabetçiliğini arttırmaya ve turistlerin seyahat motivasyonuna etkisi bakımından literatürdeki çalışmalarla ele alınmaktadır. Çalışmada son olarak destinasyon yönetimi, gastronomi ve turizm kamuoyu ile ilgili aktörlere gastronomik kimlik ile ilgili önerilerde bulunmaktadır.

Keywords

Gastronomy
Tourism
Gastronomy tourism
Gastronomic identity

Abstract

Gastronomy is not only art of eating and drinking but also each component is associated with food and drink that consist of the interaction of science, art and culture. In this respect, it covers a large area. Tourism is one of these areas where tourism and gastronomy has a close relationship especially increasing tourist interest of local cuisine in tourism destination, rising of research in the restaurant management, getting importance of eating habits, food science and safety in the tourism industry. The gastronomic identity is an issue that addresses the relationship between gastronomy and tourism in sense of cultural, social, economic, and ideological. In this study, gastronomic identity that cannot be replicated original features takes place in gastronomic tourism blending with the culture and environment of destination. In the study, the relationship with gastronomy tourism and gastronomic identity is discussed in literature especially in terms of the effect of increasing the destinations competitiveness and tourist travel motivation. Finally, there are suggestions in regards to gastronomic identity to the actors related with destination management, gastronomy and tourism.

*Sorumlu yazar

ocaliskan@akdeniz.edu.tr (O. Çalışkan)