

YEMEK KÜLTÜRÜ ŞEHİR PAZARLAMASIDIR



Mustafa Birsen

14. Meslek Komitesi (Restaurant Hizmetleri) Meclis Üyesi

Kültür bir toplumun sahip olduğu tüm maddi ve manevi değerler bütünü olup, her toplumun kendine has bir kültürü vardır. Yemek de toplumların sahip olduğu bu değerler arasında yer almaktadır. Yemek, artık insanların fizyolojik ihtiyaçlarını gidermenin ötesine taşınmış bir kültür ögesi konumundadır. Toplumların kendilerine özgü yemek kültürleri günümüzde aynı zamanda destinasyon çekiciliğini arttıran unsurlardan olmuştur. Bir ülke, bölge ya da yöreyi ziyaret eden ziyaretçiler o bölgenin diğer kültür öğelerinin yanı sıra yemek kültürlerinin de bilincinde olarak ziyaret etmektedir. Hatta kimi zaman o kültürün bir parçası olmak için seyahate katılmaktadır. Son yıllarda yemek kültürü, özellikle şehir pazarlamasında önemli rol oynayan unsurlardan birini oluşturmaktadır, artık birçok şehir yemekleriyle tanınır hale gelmiştir. Günümüzde yemek

kültürü nedeniyle ziyaret edilen ve marka haline gelmiş ülkeler ve şehirler bulunmaktadır.

Binlerce yıldır bir çok medeniyete ev sahipliği yapan Eskişehir, gerek tarihi, gerek doğal güzellikleri anlamında önemli bir konuma sahiptir. Eskişehir, bütün kültürel öğelerinin yanında yemek kültürü ile de bugün turist çeken bir şehir konumundadır. Eskişehir'i ziyaret eden yerli ve yabancı turistler buranın yemek kültürü hakkında bir deneyim elde etmektedirler.

Sakarya Nehri'ni besleyen kollardan biri olan Porsuk Çayı'nın ikiye bölündüğü, yeni binaları, geniş yolları, parkları ile gezilmeye değer, Anadolu'nun batıya açılan, adıyla tezat modern şehri Eskişehir... Nasrettin Hoca ve Yunus Emre'nin diyarı, pek çok hastalığa şifa

olan sıcak yeraltı suları bakımından son derece zengin... Tarihi geçmişi ve 'beyaz altın' lüle taşı kadar Balkan, Kırım ve Kafkasya'dan gelen göçlerle zenginleşmiş yemekleriyle ünlü...

Eskişehir geçmişi ve üzerinde yaşayan farklı kimliklere sahip halkı ile gerçek bir Anadolu kenti olarak geniş bir alana yayılmış kültürel bir yapıya sahip. Türkiye'nin hatta Orta Asya'nın herhangi bir yerinde yaşayan biri Eskişehir'de kendi kültürü ile bağlantılı birçok şey bulabilir.

Kültür; bir toplumun sahip olduğu maddi ve manevi değerler bütünü; din, dil, müzik, dans, mimari, sanat, felsefe, ahlak, bilim, spor, ekonomi, sanayi, eğitim, hukuk,

sağlık, zanaat, mutfak, kostüm, folklor, gelenekler ve yöresel festivaller ile zenginleşen ve farklı birçok kültürel faaliyetlerin etkileşimi ile derinleşen bir kavramdır. Bu anlamda kültür topluma ait tüm değerleri kapsar.

Yiyecek ve içecek olarak ifade edilen yemek de kültürün temel maddi öğelerinden birini oluşturmaktadır, dolayısıyla yemek kültürü insanların günlük yaşamlarının vazgeçilmez bir parçasını oluşturmaktadır. İnsanlığın varoluşundan bu yana beslenme kavramı çeşitli aşamalar kaydetmiştir.

**Eskişehir,
yemek
kültürü ile de
turist çeken bir
şehirdir**



Yemek yemek, başlarda insanoğlu için karnını doyurmak ve hayatta kalmak için gerekli bir ihtiyaç iken bu durum zamanla bir bilim ve sanat halini almaya başlamıştır.

Alışkanlıkların ötesine taşınan yeme eylemi artık başlı başına bir çekicilik unsuru olabilmektedir. Bilindiği üzere insanları seyahate iten sebeplerin başında yeni ve farklı olanı keşfetme ve meraklarını giderme gelmektedir. Günümüzde pek çok turist yeni yerleri ziyaret ederken bilmedikleri ve merak ettikleri yöresel lezzetleri denemek için de seyahate katılmaktadır. Zira yemek, turistlerin tatil sürecinde en çok zevk aldıkları ve maddi olarak kısıtlamayı en son düşündükleri faaliyetlerdir. Yemek kültürü bağlamında ülkemiz mutfağı bir hayli önemlidir. "Türk mutfağı geçirdiği kültürel evreler, yaşadığı değişik coğrafyalar ve dini unsurlarla birleşmiş bir mutfaktır. Anadolu toprakları kendine özgü kültürü ve doğasıyla kuşkusuz mutfağına büyük çeşitlilik katmıştır. Bunlar bugün yöresel mutfak adı altında değerlendirilmektedir. Zengin yiyecek ve içecek kültürüyle büyük bir avantaja sahip olan Türkiye bu avantajı birçok alanda değerlendirebilecek durumdadır. Pazarlama insanoğlu sosyal yaşama geçtiğinden beri yaşamının vazgeçilmez bir parçasıdır. Toplumların gelişmesi, teknolojik gelişmeler, sosyal kültürel değerler, ekonomik, demografik ve uluslararası etkenler gibi birçok etken pazarlamayı etkilemektedir. Pazarlamanın amaca en uygun şekilde gerçekleşebilmesi, işletmelerin pazar fırsatlarını iyi değerlendirmesi-ne ve çevre elemanları ile ilişkilerine

Kurum kültürünün yerleştiği işletmeler, günümüz küresel pazarlarında diğer işletmelere göre daha başarılıdır



bağlıdır. Kurum kültürünün yerleştiği işletmeler, günümüz küresel pazarlarında diğer işletmelere göre daha başarılıdır. Kurum kültürünün yerleşmesinde eğitimin payı çok büyüktür. İşletmelerde pazarlama eğitimi almış kişiler işletmenin pazar hedeflerinin gerçekleştirmesi açısından büyük öneme sahiptir.

Yiyecek-İçecek işletmelerinin mevcut yemek kültürünü pazarlayabilmesinin sadece o yörenin yemeklerinin özgünlüğüyle ilgili olmadığı; işletmelerin nitelikli hizmet ve kusursuz planlama anlayışının da büyük rol oynadığını düşünmektedirler. Hizmet kalitesi ise pazarlama stratejileri ve çabaları ile mümkün olabilecek ve beraberinde işletmenin hizmetinden memnuniyet duyan, tekrar gelmek isteyen ve yakınlarına övgüyle bahseden bir müşteri kitlesini getirecektir. Tekrar satın alma isteğinin en hassas olduğu sektörlerden biri olan turizmde ait olma duygusu oldukça önem taşımaktadır. Bu bağlamda İşletmelerin mevcut farkındalığının olması önem arz etmektedir. İşletmelerin destinasyon özelliklerine uygun nitelikte ve yerel değerlere bağlı olarak hizmet vermesi, yöre mutfağının bölge imajına olan etkisini arttırabilmektedir. Dünyanın neresinde olursa olsun insanlar rahat edebilecekleri güzel bir atmosferi ve güler yüzlü iş görenleri, lezzetli yiyecek-İçecekleri arzulamaktadırlar

Bireylerin yeme-içme faaliyetleri günümüze değin bir ihtiyaçtan ziyade keyif, mutluluk; güzel zamanları paylaşma gibi daha soyut manalar

yüklenen kapsamlı bir olgu haline gelmiş; bu durum ise yiyecek-İçecek endüstrisine dâhil olan tüketicilerin ihtiyaç, istek ve beklentilerini çözümleme; tedarikçilerin sorunları, mevcut konuları ve gelecek vizyonları gibi konuları analiz etme ihtiyacını doğurmuştur. İşletmelerin var olma amaçlarının zirve noktasında yer alan Pazar paylarını arttırmak ve daha nitelikli müşteri kitlesine sahip olmak; pazarlama faaliyetlerine ilişkin bütünün parçalarını bilmesi ve buna ilişkin gerekli önlem ve planlamaları gerçekleştirmesi ile mümkündür. Bölgeye gelir bırakan yerli turisttir. Bu sebeple ortaya çıkan sonucu iyi analiz etmek; İki yönlü bir pazarlama stratejisi geliştirmek gerekmektedir. Müşteri kanalının yoğunluklu olarak tanıdık tavsiyesi olması Ağızdan-ağıza gelişen tanıtım faaliyetlerinin etkinliğini göstermektedir. İşletmelerin fiyat belirleme unsurları yoğunlukla hedef kitlenin ekonomik gücüdür. İşletmelerin bu noktada daha somut gerçekliklere dayalı tespitler yapabilmesi için bilimsel verilere dayalı araştırmalara başvurması anlamlı sonuçlar oluşturabilir. Hedefledikleri pazar dilimi Yöresel Yemek kültüründen vazgeçemeyen yerli turisttir. Bu turistlerin kitlesinin beklenti ve isteklerini tespit etmek ve buna uygun pazarlama stratejileri geliştirmek önemli bir farklılık oluşturabilir. Konuya ilişkin yapılacak bilimsel araştırmalar yiyecek-İçecek işletmelerine yönelik yapılacak çalışmaları güçlendirecektir, konunun kapsamlı olarak gelecek çalışmalarda ele alınmasının büyük faydalar sağlayacağına inanılmaktadır.