



Journal of Recreation and Tourism Research

Journal home page: www.jrtr.org

ISSN:2148-5321

TURİZM DESTİNASYON ÇEKİCİLİĞİ UNSURU OLARAK YİYECEK İÇECEK HİZMETLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME, ÇANKIRI ÖRNEĞİ

Ercan KARAÇAR^a

Gönül GÖKER^b

^aÇankırı Karatekin Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Öğr. Gör. Dr. (ercan_karacar@karatekin.edu.tr)

^bÇankırı Karatekin Üniversitesi, Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, Öğr. Gör. (gonulgoker@karatekin.edu.tr)

ÖZET

Dünya'daki turizm faaliyetleri incelendiğinde yiyecek içecek hizmetleri son yıllarda önemli bir konuma sahiptir. Özellikle farklı ülkelerdeki yemek kültürü, turistleri destinasyon seçiminde etkilemektedir. Araştırmanın konusu Çankırı'da ki yiyecek içecek hizmetlerinin destinasyon çekiciliği unsuru olarak hangi boyutta olduğunu ortaya koymak ve bu konularda önerilerde bulunmaktadır. Çankırı, Ilgaz Dağı Milli parkı gibi önemli bir destinasyona sahip olmasına rağmen yiyecek içecek hizmetleri konusunda yeterince başarıya ulaşamamıştır. Bu başarısızlığın sebeplerine bakıldığında yetersiz tanıtım faaliyetleri ve bilinçsizce yapılan bilgilendirmeler olduğu görülmüştür. Doğru bir şekilde yapılacak tanıtım ve reklam ile sorunun çözülebileceği düşünülmektedir. Ayrıca kamu kurum ve kuruluşlarının da bu konuda gerekli çalışmaları yapması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Çankırı, yiyecek içecek, destinasyon

ABSTRACT

A STUDY ON THE ATTRACTIVENESS OF TOURISM DESTINATIONS AS AN ELEMENT OF FOOD AND BEVERAGE SERVICES, ÇANKIRI EXAMPLE

Considering tourism activities in the world of food and beverage services have an important position in recent years. Especially food culture in different countries, tourists affect the choice of destination. The subject of Çankırı in the food and beverage services as destination attractiveness factors research reveals that what size and make recommendations on these issues. Çankırı, Ilgaz Mountain National park, although with an important destination as it failed adequately dealing with food and beverage services. When the reason for this failure was found to be insufficient promotion activities and notifications made unconsciously. Presentation to be made and they can be correctly solved the problem with advertising. In addition to public institutions and it is also recommended to do the work required in this regard.

Keywords: Çankırı, food drink, destination
