



## Yiyecek İçecek İşletmelerinin Menü Planlamasında Kütahya'nın Yöresel Yemeklerinin Yeri Üzerine Bir Araştırma (A Research on the Place of Kütahya's Local Foods in the Menu Planning of Food and Beverage Businesses)

\*Uğur CEYLAN<sup>a</sup> , Ömer Zafer GÜVEN<sup>a</sup> 

<sup>a</sup> Dumlupınar University, Tavşanlı School of Tourism and Hotel Management, Kütahya/Turkey

### Anahtar Kelimeler

Yiyecek-içecek  
Menü planlama  
Yöresel yemekler  
Kütahya

### Öz

Bu araştırmada Kütahya iline özgü yöresel yemeklerin Kütahya ilinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yer alıp almadığı, işletme sahipleri ve aşçıları tarafından yöresel yemeklerin bilinirliği ve il açısından önem dereceleri incelenmiştir. Araştırmada 53 adet yerel yiyecek içecek işletmesine anket uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre yiyecek içecek işletmeleri yöresel yemeklerin büyük bölümünü bilmekte ancak menülerinde bu yemeklere sürekli yer vermemektedir. Yöresel yemeklerden en çok bilinirliği olanlar göveç, cimcik ve kıızılıcık tarhanasıdır. Yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde en çok yer alan yemekler ise göveç, cimcik ve sıkıcık çorbasıdır. Yöresel yemeklerden menülerde en çok yer alan ve en çok bilinirliği olan ürünlerin büyük bölümünün çorbalar olması araştırmanın bir diğer önemli sonucudur.

### Keywords

Food and beverage  
Menu planning  
Local foods  
Kütahya

### Abstract

In this research, local foods specific to Kütahya province were examined in the menus of food and beverage businesses operating in Kütahya province, and the importance of recognition of local foods and importance of provinces by business owners and cooks were examined. Survey application and interview method were used in the study to operate 53 local food and beverages businesses. According to the results of the research, food and beverages businesses know a great deal of local food, but they do not always include these foods in their menus. The most popular of the regional dishes are stew, cimcik and cranberry tarhanas. The most popular foods in the menus of food and beverage businesses are stew, cimcik and sıkıcık soup. It is another important result of research that most of the products which have the most place in the menus and the most awareness from the local foods are soups.

\* Sorumlu Yazar.

E-posta: [ugur.ceylan@dpu.edu.tr](mailto:ugur.ceylan@dpu.edu.tr) (U. Ceylan)

## **GİRİŞ**

Bir destinasyonun markalaşmasında ve diğer mutfak kültürlerinden farklılaşmasında etkili bir unsur olan mutfak kültürü, o destinasyonun yaşam biçimini ve kendine has kültürünü yansıtmaktadır. Bir bölgenin kendine özgü mutfağı, diğer bölgelere açılan bir kapı gibidir ve kültürlerin aktarılmasında ve kaynaşmasında önemli bir rol oynamaktadır. Turistler için yemek yemek bir ihtiyaçtan öte, kültürel bir tercih anlamına gelmektedir. Bir destinasyonda birçok çekicilik unsuru olmasına rağmen bunlardan sadece birkaçı turistik birer ürün olarak tüketicilerin karşısına çıkmaktadır. Sanatsal etkinlikler, kültür, tarih, inançsal değerler, eğlence ve alışveriş imkânları ve mutfak bir bölgenin çekicilik unsuru olabilirler. Destinasyonlarda sunulan yöresel yemekler ve yörenin kültürü turistlerin seyahatlerinde çok önemli çekicilik unsurudur (Tekbalkan, 2017:157).

Yiyecek içecek işletmeleri turizm sektörünün önemli bir kolunu oluşturmaktadır. Yöresel yemekleri tatmak ve nasıl üretildiğini görmek amacıyla birçok insan kültürel turizm kapsamında seyahat etmektedir. Buna bağlı olarak da yiyecek içecek işletmeleri özgün mutfak yapılarını, yerel özelliklerini korumayla birlikte ticarileşmenin içerisinde farklılaşmaya da başlamışlardır (Serçeoğlu,2014:37).

Yöresel yemekler, şefler, yerel üreticiler ve turistler gibi yerel mutfak paydaşları arasında bağlantı sağlayarak gıda turizminin korunmasında önemli bir rol oynamaktadır. Yöresel yemekler, sürdürülebilir turizm gündemindeki ihtiyaçları teşvik etme potansiyeline sahiptir. Aynı zamanda sürdürülebilir tarımsal uygulamalarını teşvik eder ve kırsal çevre üzerindeki tarımsal etkileri "daha otantik" turist deneyimlerine dönüştürerek hem turizmin hem de yörede yaşamakta olan toplumun ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliğini geliştirir (Eren, 2017:56).

## **YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE MENÜ PLANLAMASI**

Yiyecek içecek işletmelerinde menü planlaması işletmelerin ürünlerini geniş kitlelere ulaştırması noktasında önemli bir rol oynamaktadır. İşletmeler için menüler pazarlamanın, finansmanın ve politikaların hem belirleyicisi hem de tamamlayıcısıdır. Yiyecek içecek işletmeleri müşterilerin zaman zaman yiyecek tercihlerini tam olarak bilemedikleri için menülerinde genellikle en çok tercih edilen yemeklere yer vermeye ve hiç tercih edilmeyen yemekleri de menülerden çıkarmaya gayret gösterirler (Sökmen, 2011: 119). Menü planlama; yiyecek içecek işletmelerinde menüde hangi yiyeceklerin yer alıp almayacağını planlama işidir. İyi bir menü planlamasında, menü hem yönetici hem de müşteri için uygun yiyecek ve içecekleri içermelidir (Gordon-Davis, 2004, 237). Bir başka tanıma göre menü planlama, makul bir gelir sağlayacak kadar bir maliyetle müşterileri memnun edecek yiyecek-içeceklerin belirlenme süreci ve sonrasında menüde yer alacak yiyecek-içeceklerin seçilmesidir (Rızaoğlu ve Hançer, 2005:18).

## **KÜTAHYA İLİNİN YÖRESEL YEMEKLERİ**

Kütahya ilinde yöresel yemekler ve beslenme kültürü büyük ölçüde buğday ürünleri, hamur işleri ve süt ürünleri temeline dayanmaktadır. Ev makarnası olarak adlandırılan erişte, bulgur ve tarhana Kütahya'da en çok tüketilen yiyeceklerin başında gelmektedir. Cimcik denilen hamur yemeği ve Kızılıcak tarhanası Kütahya iline özgü yemeklerin başında gelmektedir (Kütahya Mutfak Kültürü, Kütahya Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü,2015).

Kütahya Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından 2015 yılında basılan Kütahya Mutfak Kültürü adlı kitapta, Kütahya'nın yöresel yemekleri Çorbalar, Dolmalar ve sarmalar, et yemekleri, pilavlar, hamur işleri ve tatlılar olmak üzere 6 gruptan oluşmaktadır.

Çorbalar bölümünde miyane çorbası, oğmaç çorbası, kızılıçık çorbası, tarhana çorbası, tekke çorbası, yoğurtlu çevirme çorbası, sıkıcık çorbası, tutmaç çorbası ve yeşil mercimek çorbası yer almaktadır. Dolmalar ve sarmalar bölümünde etli yaprak sarması, zeytinyağlı soğan dolması, ılıbada dolması, lahana sarması ve kuru biber dolması yer almaktadır. Et yemekleri bölümünde küp eti, Kütahya usulü kavurma, papaz yahnisi, göveç, kuru köfte, kalbur köftesi ve kaz tiridi yer almaktadır. Pilavlar bölümünde zerdeli pilav, mercimekli pilav, ve buhara pilavı yer almaktadır. Hamur işleri bölümünde şibitli tavuk tiridi, kıymalı su böreği, kıymalı sini mantısı, sarma hamur dolması, gökçümen hamursuzu, cimcik, ıspanaklı şibit, tosunum, dolamber böreği, gözleme, mayalı sucuklu börek, haşhaşlı lokum, tahinli cevizli çörek, haşhaşlı pide ve hamur aşısı yer almaktadır. Tatlılar bölümünde doldurma kabak tatlısı, güllaç, cendere, ev baklavası, kaymaklı baklava, yufka tatlısı, kaymaklı hamur tatlısı, su muhallebisi, sütlü incir tatlısı, un helvası, ırmik helvası, ırmikli gül tatlısı, namaz lokması ve gül baklavası yer almaktadır (Kütahya Mutfak Kültürü, Kütahya Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü,2015).

Bezirgan ve Koç (2014:926), Cunda Adası'nda yerel yiyeceklerin değerlendirilmesi üzerine yapmış oldukları çalışmada yerel yiyeceklerin, turistlerin destinasyon tercihlerine olumlu katkı sağladığını ortaya koymuşlardır. Dirik ve Armağan (2011:255) Nevşehir ilinde yapmış oldukları çalışmada yöresel yemeklerin birer turistik ürün olarak sunulmasında diğer faktörlere göre (tarihi, sosyal, ekonomik vb. unsurlar) daha geride olduğunu ortaya koymuşlardır. Hatipoğlu vd. (2013:9) Aksaray ilinde yiyecek içecek hizmeti sunan yerel konaklarda yapmış oldukları çalışmada işletmelerin yöresel yemeklere menülerinde çok fazla yer vermediğini ve alışverişlerini de buldukları destinasyondan değil de büyük marketlerden yaptıklarını bulmuşlardır. Serçeoğlu (2014:44) Erzurum ilinde yöre halkının mutfak tanıma kültürüne yönelik olarak yapmış olduğu çalışmada yöresel yemeklerin genellikle evlerde yapıldığını, Erzurum'un yöresel yemeklerinin yöre halkı tarafından bilindiğini ancak Türkiye genelinde tanınırlığının olmadığını ortaya koymuştur. Arıkan (2017:2061) Eskişehir ilinde yöresel yemeklerin yiyecek içecek işletmelerinde yer alıp almamasına yönelik olarak yapmış olduğu çalışmada 53 yiyecek içecek işletmesine içerik analizi uygulamıştır. Araştırma sonuçlarına göre Eskişehir ilinde yiyecek içecek işletmelerinde yöresel yemekler bir turistik ürün olarak yer almadığı ortaya çıkmıştır.

Aydın (2012) çalışmasında yöresel yemeklerin menü kartlarında yer alması ve menülerde yaratıcılık üzerine Eskişehir ilinde yapmış olduğu çalışmada menüde yöresel yemeklerin bulundurulması ve organik ürünlere yer verilmesi gibi konularda işletmelerin başarısız olduklarını saptamıştır. Aslan vd. (2014:3) çalışmalarında Nevşehir ilinde yöresel mutfağın destinasyon markalaşması üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre birçok yöresel yemeğin menülerde yer almasına rağmen, bu yemeklerin saklanması ve mevsimsel olarak hammadde fiyatlarının yüksek olması dolayısıyla fiyatları yüksek çıktığı vurgulanmıştır. Bucak ve Ateş (2014:325) Çanakkale ilinde gastronomi turizminin il turizmine etkisini incelemişler ve araştırma sonucunda yöresel yemeklerin tanıtımı için yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde mutlaka yer alması sonucuna ulaşmışlardır. Aydemir ve Özdemir (2014) çalışmalarında Aydın ilinde yerel yiyecek içecek işletmelerinin yavaş yemek kapsamında yöresel yemeklere yer vermelerini incelemiş ve araştırma sonucunda işletmelerin yöresel yemekleri menülerinde

bulundurmaya ve hammaddeyi de yöreden temin etmeye önem verdiklerini ortaya koymuşlardır. Bayrakçı ve Akdağ (2016:96) çalışmalarında Gaziantep ilinde yerel yemek tüketim motivasyonunun turistlerin tekrar ziyaretleri üzerindeki etkisini incelemiş ve bu etkiyi pozitif yönde bulmuşlardır.

## YÖNTEM

Araştırmada Kütahya ilinde faaliyet gösteren ve yöresel yemeklere menülerinde yer veren yiyecek içecek işletmelerine yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır.. Anket formunda yer alan yöresel yemeklerin belirlenmesinde Kütahya Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından 2015 yılında basılan Kütahya Mutfak Kültürü kitabından faydalanılmış ve anket formu uzman görüşleri alınarak araştırmacılar tarafından geliştirilmiştir. Ankette 6 adet demografik bilgilere yönelik sorular ve 20 adet yöresel yemeğin değerlendirilmesine yönelik sorular yer almıştır. Her bir yemek için “Yemeği biliyorum-bilmiyorum” , “Menümüzde hiç yer almaz, nadiren yer alır, sürekli yer alır” ve “Yemeğin önem derecesine göre hiç önemli değil....çok önemli” şeklinde 3 değerlendirme seçeneği verilmiştir. Araştırma Kütahya ili merkezinde yer alan ve menülerinde yöresel yemeklere yer veren işletmelerle sınırlı tutulmuştur. Araştırma kapsamında pizza, pide, hamburger gibi ürünler sunmakta olan işletmeler değerlendirmeye alınmamıştır.

## BULGULAR

Araştırmaya katılan yiyecek içecek işletmesi yöneticilerinin demografik bulguları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

**Tablo 1.** Çalışanlara Ait Demografik Bulgular

		Frekans	Yüzde
<b>Cinsiyet</b>	Erkek	33	62,26
	Kadın	20	37,74
<b>Yaş</b>	20 yaş ve altı	3	5,66
	21-30 yaş	8	15,09
	31-40 yaş	12	22,64
	41-50 yaş	17	32,08
	51 yaş ve üzeri	13	24,53
<b>Eğitim</b>	İlköğretim	7	13,21
	Lise	21	39,62
	Lisans	19	35,85
	Lisansüstü	6	11,32

Araştırmaya katılanların %62,26'sını erkekler, %32,08'ini 41-50 yaş grubu işletmeciler, %39,62'sini lise mezunları tarafından oluşturduğu Tablo 1'de belirtilmektedir.

**Tablo 2.** İşletmeye Ait Demografik Bulgular

		Frekans	Yüzde
<b>Çalışan Sayısı</b>	1-5 kişi	22	41,51
	6-10 kişi	16	30,19
	11-15 kişi	7	13,21
	16-20 kişi	6	11,32
	21 ve üzeri kişi	2	3,77
<b>Hizmet Yılı</b>	1-4 yıl	21	39,62
	5-9 yıl	12	22,64
	10-14 yıl	10	18,87
	15-19 yıl	7	13,21
	20 yıl ve üzeri	3	5,66
<b>İşletmenin açılma şekli</b>	Kendi imkânıyla	36	67,92
	KOSGEB desteğiyle	17	32,08

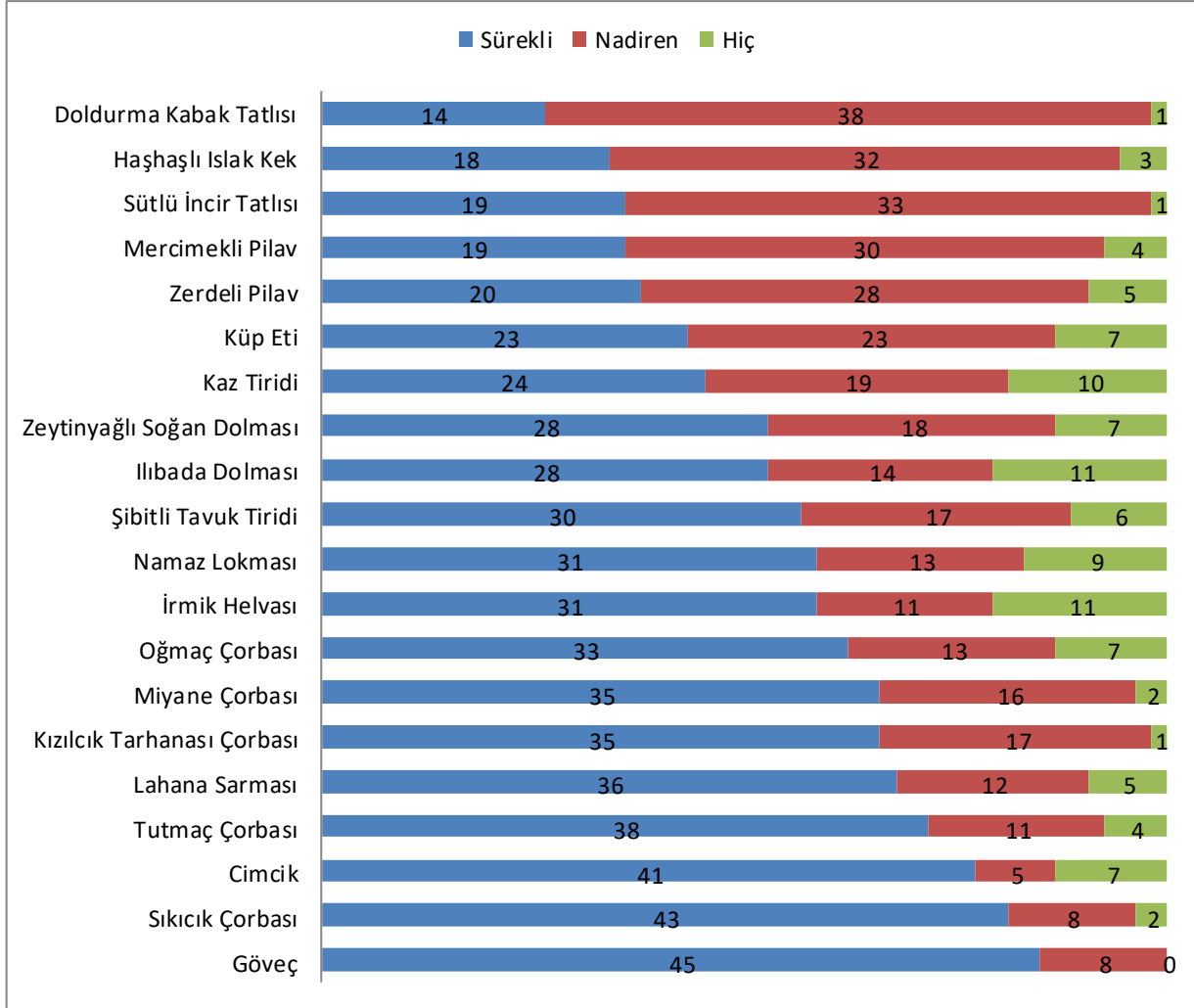
Tablo 2 incelendiği zaman araştırmaya katılanların %41,51'ini 1-5 kişi arası çalışanların oluşturduğu işletmeler, %39,62'sini 1-4 yıl arası hizmet veren işletmelerden ve %67,92'sini de işletmesini kendi imkânlarıyla açmış olanlardan oluşmaktadır.

**Tablo 3.** Yöresel Yemeklerin İşletmeler Tarafından Bilinirliği

Yöresel Yemek	Biliyorum	Bilmiyorum	Yüzde	Yöresel Yemek	Biliyorum	Bilmiyorum	Yüzde
Göveç	53	0	%100	Kaz Tiridi	45	8	%84,9
Miyane Çorbası	53	0	%100	Zerdeli Pilav	47	6	%88,6
Oğmaç Çorbası	53	0	%100	Mercimekli Pilav	53	0	%100
Kızılçık Tarhanası Çorbası	53	0	%100	Şibitli Tavuk Tiridi	44	9	%83,0
Sıkıcık Çorbası	53	0	%100	Cimcik	53	0	%100
Tutmaç Çorbası	53	0	%100	Sütlü İncir Tatlısı	49	4	%92,4
İlibada Dolması	52	1	%98,1	İrmik Helvası	53	0	%100
Zeytinyağlı Soğan Dolması	51	2	%96,2	Haşhaş Islak Kek	49	4	%92,4
Lahana Sarması	53	0	%100	Namaz Lokması	53	0	%100
Küp Eti	48	5	%90,5	Doldurma Kabak Tatlısı	46	7	%86,7

Tablo 3 incelendiği zaman Göveç, Miyane çorbası, Oğmaç çorbası, Kızılıçık tarhana çorbası, Sıkıcık çorbası, tutmaç çorbası, Lahana sarması, mercimekli pilav, cimcik, irmik helvası ve namaz lokmasının tüm işletme sahipleri tarafından bilindiği görülmektedir. Burada dikkat çeken unsur özellikle çorbaların tamamının işletmeciler tarafından bilinmesidir. Ayrıca Şibitli Tavuk Tiridi, Kaz Tiridi ve Doldurma Kabak Tatlısı bilinirliği en az olan yöresel yemekler olduğu Tablo 3'te belirtilmiştir.

**Tablo 4.** Yöresel Yemeklerin Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Menülerinde Yer Alma Durumu



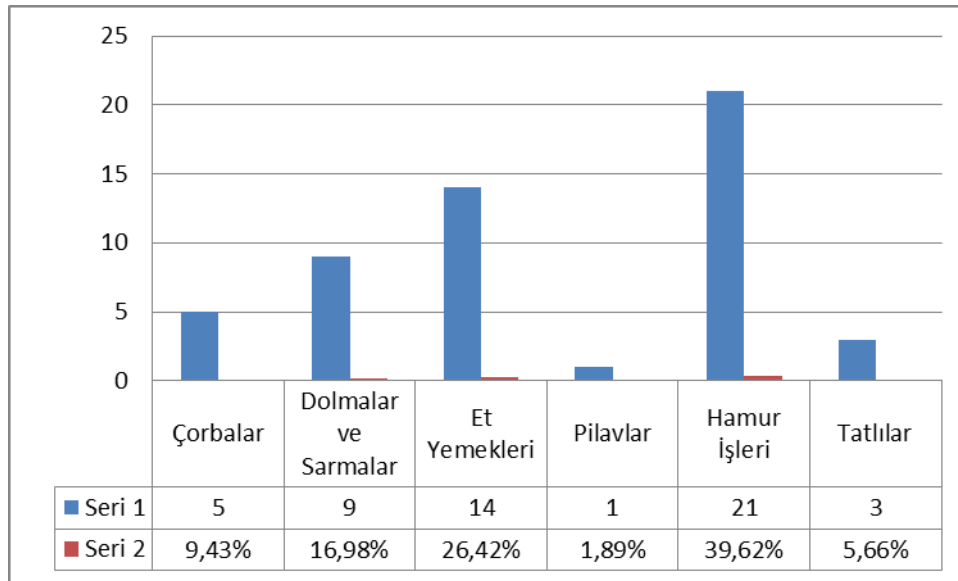
Göveç yemeğinin işletmelerin tamamının menülerinde yer aldığı görülmektedir. Bunu sıkıcık çorbası, cimcik, tutmaç çorbası, lahana sarması ve kızılıçık tarhanasının izlediği Tablo 4'te belirtilmektedir.

**Tablo 5.** Yöresel Yemeklerin İşletmeler Tarafından Bölgeye Özgü Önem Derecelerini

Yöresel Yemek	Ortalama	Yöresel Yemek	Ortalama
Göveç	4,95	İlibada Dolması	3,96
Cimcik	4,95	Namaz Lokması	3,85
Kızılıcık Tarhanası Çorbası	4,87	Mercimekli Pilav	3,85
Lahana Sarması	4,76	Küp Eti	3,76
Kaz Tiridi	4,76	Zeytinyağlı Soğan Dolması	3,64
Şibitli Tavuk Tiridi	4,63	Zerdeli Pilav	3,52
Miyane Çorbası	4,48	Haşhaşlı Islak Kek	3,45
Oğmaç Çorbası	4,32	Sütlü İncir Tatlısı	3,45
Sıkıcık Çorbası	4,08	İrmik Helvası	3,38
Tutmaç Çorbası	4,08	Doldurma Kabak Tatlısı	3,21

Tablo 5’de görüldüğü üzere yiyecek içecek işletmeleri tarafından Kütahya iline özgü olarak görülen yöresel yemekler sırasıyla göveç, cimcik, kızılıcık tarhana çorbası ve lahana sarmasıdır.

**Tablo 6.** Yöresel Yemek Gruplarının Kütahya İline Özgünlüğüne Yönelik İşletmelerin Değerlendirmesi



Tablo 6 incelendiği zaman görülmektedir ki yiyecek içecek işletmeleri Hamur İşleri yemeklerin (%39,62) Kütahya iline özgü olduğunu düşünmektedirler. Bunu Et yemekleri (%26,42) ve Dolmalar ve Sarmalar (%16,98) takip etmektedir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm sektörü kültürlerarası etkileşimde ve kültürlerin yöresel yemeklerinin tanıtılmasında önemli bir unsurdur. Türk mutfağı, zenginliği ve çeşitliliği ile turizm sektörü içerisinde önemli bir yer tutmaktadır. Hemen hemen her ilin kendine özgü yemekleri ve lezzetleri turizmin bölgesel tanıtımında birer turistik ürün olarak kullanılmaktadır. Türk mutfağının zenginliği tarih içerisinde Kütahya ilinin mutfağına da yansımıştır. Kütahya ilinin yöresel mutfağı hamur işleri, buğday ve süt ürünleri üzerine kurulmuştur. Yöresel yemek zenginliklerini bir

turistik ürün olarak kullanmak isteyen Kütahya için, bu yemeklerin tanıtılması ve sunulması oldukça önemlidir. Kütahya hem sahip olduğu tarihi ve turistik yerleriyle hem de zengin mutfağıyla turistler için önemli bir cazibe merkezi olma potansiyelini taşımaktadır. Bu bakımdan Kütahya ili yöresel mutfağının yiyecek içecek işletmelerinde daha fazla yer alması ve daha geniş kapsamlı tanıtımının yapılması gerekmektedir.

Kütahya'nın yöresel mutfağını temsil eden çorbalar (Miyane, Oğmaç, Kızılcık Tarhanası, Sıkıcık, Tutmaç) tüm işletmeler tarafından bilinmesine rağmen menülerinde sürekli yer almamaktadır. Kütahya iline ait bu yöresel çorbaların işletmelerin menülerine sürekli olarak yer verilmesi gerekliliği önemlidir. Dündar Arıkan (2017) Eskişehir ilinde yapmış olduğu araştırmayla benzer olarak, Kütahya ilinin de çorbaları yöresel mutfağının en güçlü yönlerinden birisidir ve gerek ismi gerekse lezzeti ile farklılık ve çekicilik yaratacak olanların birer turistik ürün olarak belirlenerek işletmelerin menülerinde yer alabilecek şekilde standartlaştırılması gerekmektedir.

Dirik ve Armağan (2011) Nevşehir ilinde yapmış oldukları çalışmayla benzer şekilde yöresel yemeklerin bilinmesine rağmen birer turistik ürün olarak Kütahya ilinde de değerlendirilmemesi araştırmada öne çıkan sonuçlardan birisidir. İşletmelerin yöresel yemeklere sürekli olarak yer vermemesi, sipariş ya da özel günlerde yapılması sütlü incir tatlısı, doldurma kabak tatlısı, haşhaşlı ıslak kek, mercimekli ve zerdeli pilavlar gibi yöresel tatların unutulmasına yol açacaktır. Kütahya iline özgü bu lezzetlerin yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde sıklıkla yer alması hem il genelinde hem de ili ziyaret eden turistler tarafından bu tatların unutulmamasını sağlayacaktır. Ayrıca bu gibi yöresel yemeklerin ve tatlıların çeşitli gastronomi fuarlarında da tanıtılması ürünlerin tanıtımında ve pazarlanmasında etkili olacaktır.

Yöresel yemeklere menülerde çok fazla yer verilmemesine bir başka bakış açısıyla değerlendiren Hatipoğlu vd. (2013), işletmelerin hammadde temininde büyük marketlerden alışveriş yaptıklarını ortaya koymuşlardır. Kütahya ilinde faaliyet gösteren işletmelerin de benzer şekilde hem menülerinde yöresel yemeklere yer vermesi ve buna ilave olarak da hammadde teminini yöresel işletmelerden alması ekonomik olarak da bir hareketlilik ortaya çıkaracaktır. Turizm sektörünün diğer sektörleri desteklemesi noktasında bu yönde yapılacak olan bir hareket, yerel tedarikçileri de ekonomik olarak hareketlendirecektir. İleriki yıllarda Kütahya ilinde yiyecek içecek işletmeleri ile tedarikçiler arasındaki ilişkiyi inceleyecek çalışmalarında yapılması önerilmektedir.

Bu araştırmada Kütahya ilinin yöresel yemekleri işletmelerin menülerinde yer alması ve bilinirliği açısından incelenmiştir. İleriki yıllarda yapılacak çalışmalar yöresel yemekleri yerel halk (Serçeoğlu,2014) ve turistler (Bezirgan ve Koç,2014; Bayrakçı ve Akdağ,2016) tarafından da benzer araştırmalarda olduğu şekilde incelenmesi önerilmektedir.

## **KAYNAKÇA**

Aslan, Zeynep, Güneren, Ebru, ve Çoban, Gamze (2014). Destinasyon Markalaşma Sürecinde Yöresel Mutfanın Rolü: Nevşehir Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4), 3-13.

Aydemir, Burhan ve Özdemir, Sami Sonat (2014). Yerel Yiyecek-İçecek Girişimcilerinin Yavaş Yemek Hareketi Açısından Değerlendirilmesi: Aydın Yenipazar Örneği, *JED / GKD* 9:2. [http://acikerisim.lib.comu.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/COMU/1319/Burhan\\_Aydemir\\_Makale.pdf?sequence=1](http://acikerisim.lib.comu.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/COMU/1319/Burhan_Aydemir_Makale.pdf?sequence=1)



- Aydın, Bülent. (2012). Menü Planlamasında Yaratıcılık: Eskişehir'deki Menü Kartları Üzerinde Bir Uygulama. İçinde (Ed. Kozak, N. ve Yeşiltaş, M.) VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi Bildiri Kitabı. Ankara. 63-77.
- Bayrakçı, Selman ve Akdağ, Gürkan (2016). Yerel Yemek Tüketim Motivasyonlarının Turistlerin Tekrar Ziyaret Eğilimlerine Etkisi: Gaziantep'i Ziyaret Eden Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 27, Sayı 1, Bahar: 96 - 110, 2016.
- Bezirgan, Muammer ve Koç, Fatih (2014). Yerel Mutfakların Destinasyona Yönelik Aidiyet Oluşumuna Etkisi: Cunda Adası Örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(34), 917-928.
- Bucak, Turgay ve Ateş, Ufuk (2014). Gastronomi Turizminin İl Turizmine Etkisi: Çanakkale Örneği, *International Journal of Social Science*, Number: 28 , p. 315-328, Autumn II 2014.
- Dirik, Çiğdem ve Armağan, Ahsen (2011). Nevşehir'in Basına Yansıyan İmajı ve Markalaşma Sürecinde Nevşehir, 1. Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu, Cilt-2, 237-260.
- Dündar Arıkan, Alev (2017). Eskişehir'deki yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde Eskişehir mutfağının yeri. *Journal of Human Sciences*, 14(2), 2061-2077.
- Eren, Serdar (2017). The Consumption of Local Food In Restaurants: A Study In Kaş. *International Journal of Contemporary Tourism Research* 2 (2017) 55 – 64.
- Gordon-Davis, Lisa (2004). *Hospitality Industry Handbook On Nutrition and Menu Planning*, Juta And Company Ltd, Usa.
- Hatipoğlu, Aysu, Zengin, Burhanettin, Batman, Orhan, ve Şengül, Serkan (2013). Yöresel Yemeklerin, Kırsal Turizm İşletmeleri Menülerinde Kullanım Düzeyleri: Gelveri Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(1), 6-11.
- Rızaoğlu, Bahattin ve Hançer, Murat (2005). *Menü ve Yönetim*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Serçeoğlu, Neslihan (2014). Yöre Halkının Mutfak Kültürünü Tanıma Durumunun Tespit Edilmesi: Erzurum İli Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 2/4 (2014) 36-46.
- Sökmen, Alptekin (2011). *Yiyecek-İçecek Hizmetleri Yönetimi ve İşletmeciliği*, 6. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Tekbalkan, Murat (2017). Yöresel Yemeklerin Bölge Turizmine Katkısı: Samsun Kaz Tiridi Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 5/4 (2017) 155-169.
- Kütahya Mutfak Kültürü (2015). Kütahya Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. [https://www.google.com.tr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj73Kjv9DYAhVLbVAKHWhXBIYQFgguMAE&url=https%3A%2F%2Fwww.kulturportali.gov.tr%2FCommon%2FDownloadFile.aspx%3Ff%3DKutahyaYemekKitabi2015.compressed\\_20160411162300900.pdf&usq=AOvVaw1FnR4ZTmA6HOkkrYiL\\_OZ2](https://www.google.com.tr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj73Kjv9DYAhVLbVAKHWhXBIYQFgguMAE&url=https%3A%2F%2Fwww.kulturportali.gov.tr%2FCommon%2FDownloadFile.aspx%3Ff%3DKutahyaYemekKitabi2015.compressed_20160411162300900.pdf&usq=AOvVaw1FnR4ZTmA6HOkkrYiL_OZ2)