

ULUSLARARASI SOSYAL ARAŐTIRMALAR DERGİSİ THE JOURNAL OF INTERNATIONAL SOCIAL RESEARCH

Cilt: 13 Sayı: 69 Mart 2020 & Volume: 13 Issue: 69 March 2020
www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581
http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2020.4033

YÖRESEL YEMEKLERE KONAKLAMA VE YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNİN MENÜLERİNDE YER VERME DURUMU: KONYA İLİNDE BİR ARAŞTIRMA

ACCOMMODATION OF LOCAL FOOD AND FOOD BEVERAGE FACILITIES IN THE MENUS: A RESEARCH IN KONYA

Aziz Mahmut Hüdaiy KAFADAR*
Ayőe Büőra MADENCİ**
Ümit SORMAZ***

Öz

Gastronomi turizmi faaliyetleri açısından yöresel yemekler büyük önem arz etmektedir. Hazırlanış aşamasından sunumuna kadar özen gösterilerek belirli bir kalite ve standart ile hazırlanması ve sunulması gereken yöresel yemeklerin tanıtımı için en önemli husus konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleridir. Bu işletmelere gelen misafirlere yöresel ürünleri tanıtmaya olanağı bulunduğundan işletmelerin menülerinde yöresel yemeklere yer vermesi ve orijinal reçetelerine uygun hazırlanması tanıtımı kolaylaştıracaktır. Ancak, bir çok konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleri yapım zorluğu, maliyet yükü, personel azlığı gibi nedenlerle menülerinde yöresel yemeklerden çok uluslararası bilinirliği yüksek yemekleri tercih etmelerinden dolayı yöresel yemeklere yer vermediği görülmektedir. Menülerinde yöresel yemeklere yer veren işletmelerin bir çoğu ise, o yörenin veya bölgenin en bilindik sadece birkaç çeşit yemeğine menüsünde yer verdiği gözlemlenmektedir. Bu durumdan dolayı yöresel yemeklerin tanıtımı yeteri kadar yapılamamaktadır.

Bu araştırma; Konya il merkezinde faaliyet gösteren konaklama ve yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde Konya iline ait yöresel yemeklere yer verilme durumları ile işletmelerin menü planlamada izledikleri yöntemlerin tespit edilmesi amacıyla yürütülmüştür. Araştırmada nicel veri toplama tekniklerinden anket yöntemi uygulanmıştır. Yapılan araştırma kapsamında işletmelerin yöresel yemeklerden bir kaçına yer verdiği, menülerini 6 ayda bir güncellediği ve işletme yöneticilerinin isteklerine göre menülerin belirlendiği tespit edilmiştir. Ayrıca işletmelerin yöresel yemek gelirlerinin yüksek oranda olduğu ve şehir dışından gelen misafirlerin sıklıkla yöresel yemekleri tercih ettiği tespit edilmiştir. Bu kapsamda işletmelerin menülerine yöresel yemeklere daha sık yer vermesi ve yöresel yemeklerin hazırlanışı, servisi ve standartları ile ilgili yörede yer alan ilgili kurumlar ile çalışma yapılması önerilmektedir. Bu önermeler doğrultusunda; yöresel yemek tanıtımına ve yöresel yemek gelirlerinin artması, konaklama ve yiyecek-içecek işletmelerinin de destekleyeceği yöresel yemek festivalleri, seminerleri ve eğitimleri ile yöresel yemeklerin kültürel önemini ortaya çıkarılabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Gastronomi, Yöresel Yemek, Kültür, Gastronomi Turizmi.

Abstract

Regional dishes are very important for gastronomic tourism activities. The most important issue for the promotion of the regional dishes that should be prepared and presented with a certain quality and standard by taking care from preparation to presentation is accommodation and food and beverage establishments. Since it is possible to introduce the regional products to the guests coming to these establishments, the fact that the enterprises include regional dishes in their menus and preparing them in accordance with their original recipes will facilitate the promotion. However, it is seen that many accommodation and food and beverage establishments do not include regional dishes in their menus because they prefer international dishes rather than regional dishes due to reasons such as construction difficulties, cost burden and lack of personnel. Most of the establishments that include

* Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü Yüksek Lisans Öğrencisi, kafadar.mahmud@hotmail.com

** Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, abmadenci@gmail.com

***Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, usormaz@erbakan.edu.tr



regional dishes in their menus show that only a few of the most known dishes of that district or region are included in the menu. Due to this situation, the presentation of the regional dishes cannot be done sufficiently.

This research; The purpose of this study was to determine the status of the regional dishes in the menus of the accommodation and food and beverage establishments operating in the city center of Konya and to determine the methods that the enterprises follow in the menu planning. Questionnaire method, one of the quantitative data collection techniques, was applied in the study. Within the scope of the research, it was found that the enterprises included some of the regional dishes, updated their menus every 6 months and the menus were determined according to the requests of the business managers. In addition, it was found that the local food income of the enterprises was high and that the guests coming from outside the city preferred the local food frequently. In this context, it is recommended that businesses should include local dishes more frequently in their menus and work with related institutions in the region regarding the preparation, service and standards of regional dishes. In line with these propositions; regional food promotion and increase in regional food revenues, regional food festivals, seminars and trainings supported by accommodation and food businesses will reveal the cultural importance of regional food.

Keywords: Tourism, Gastronomy, Regional Food, Culture, Gastronomy Tourism.

1. GİRİŞ

Turizm sektörünün bir alt başlığı haline gelen gastronomi turizmi son yıllarda oldukça dikkat çekmekte olup günümüzde bu amaçla seyahat eden turist sayısının hızla arttığı belirtilmektedir (Okumuş, Okumuş & McKercher, 2007, 253). Turizm açısından bilinirliklerini ve turizm gelirlerinin artırmak isteyen bölgeler gastronomik zenginliklerini de ön plana çıkarmaya başlamıştır. Gastronomi turizminin gelişmesinde en önemli faktörlerden biri bölgenin yöresel yemeklerinin korunuyor olmasıdır (Sormaz, Akmeşe, Güneş & Aras, 2016, 727). Soyut kültür varlıklarından biri olarak kabul edilen yöresel mutfak (Toksöz & Aras, 2016:175), bir bölgenin kimliğinin oluşmasında katkısı bulunan ve o bölgenin kültürünü yansıtan önemli unsurlardan biri olarak kabul edilmektedir (Long, 2004).

Coğrafi konumu nedeniyle pek çok medeniyete ev sahipliği yapmış olan Anadolu'da Dünyanın sayılı mutfakları arasında yer alan bir yemek kültürü oluşmuştur (Kan & Kaynakçı, 2009, 268). Selçuklu ve Osmanlı Devletlerine ev sahipliği yapmış olan bu bölgenin mutfağının, yemek çeşitleri ve bunların hazırlama teknikleri ile Çin ve Fransız Mutfaklarının ardından dünya genelinde üçüncü sırada yer aldığı belirtilmektedir (Heper ve Karaca, 2013, 61). Saray mutfağının etkilerinin görüldüğü Türk mutfağında bir diğer önemli bölümün "Yöresel Türk Mutfağı" olduğu belirtilmektedir (Giritlioğlu, İpar & Karakan, 2016, 73). Yöresel Türk Mutfakları arasında Konya mutfağı hem Selçuklu Devleti'ne ev sahipliği yapmış olması hem de yemek kültürünün büyük bir kısmını koruyarak günümüze kadar taşınması ile oldukça dikkat çekicidir.

Bu çalışma ile Konya'ya ait olan yöresel yemeklerin konaklama ve yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yer alma durumlarının incelenmesi amaçlanmıştır. Ayrıca özellikle Mevlana ve Mevlevilik açısından önemli bir turizm potansiyeline sahip olan Konya'nın yöresel yemeklerinin gastronomi turizmi açısından önemini vurgulanması çalışmanın ana hedeflerindedir.

2. LİTERATÜR TARAMA

2.1. Türk Mutfak Kültürü ve Yöresel Yemek Kavramı

Türk mutfak kültürünün gelişiminde ve çeşitlenmesinde etkili olan ana etmen bölgenin coğrafi konumu olup zaman içerisinde çeşitli toplumlardan etkilenme, tarımsal ürün çeşitliliği, sosyo-ekonomik farklılıklar gibi faktörler de Türk Mutfağının zenginleşmesinde ve yörelere göre yemek çeşitliliğinin oluşmasında etkili olmaktadır (Güler, 2010, 26-29). Yöresel yemek kavramının çeşitli tanımlamaları yapılmış olmakla birlikte (Çulha & Kalkan, 2015; Inwood, Sharp, Moore & Stinner, 2009; Lang, Stanton & Qu, 2014) genel olan bu tanımların ortak noktasını yöresel yemeklerin başta köken ve kalite olmak üzere çeşitli özellikleri ile belirli bir coğrafi bölgeye ait olma durumları oluşturmaktadır (Giovannucci, Barham & Pirog, 2014). Bir yöreye gelen turistlerin harcamalarının yarısına yakınının yemekler ile alakalı olduğu tespit edilmiştir (Tsai & Wang, 2017). Ayrıca turistlerin tekrar gelme niyetlerinin yörenin yemek kültüründen etkilendiği (Lee, Scott & Packer, 2014) ve turistlerin tükettikleri yöresel ürünlerden memnun kalma durumlarının tekrar tercih etme eğilimlerinin artırdığı görülmüştür (Kim & Eves, 2012). Bu açıdan bakıldığında yöresel gıdalar yer aldıkları yörenin ekonomik canlılığının yanı sıra konaklama ve yiyecek



içecek işletmelerinin sürdürülebilir rekabeti üzerinde de önemli etkilere sahip olmaktadır (Mak, Lumbers & Eves, 2012).

Literatürde yöresel yemek kültürünü inceleyen çeşitli çalışmalar yer almaktadır. Özleyen & Tepeci (2017) yöresel yemeklerin turizmin gelişimine katkılarını incelemek üzere Manisa'da gerçekleştirdikleri çalışmalarında katılımcıların büyük bir kısmının yöresel yemeklerin il turizminde bir çekicilik unsuru olmadığını düşündüklerini bildirmişlerdir. Aynı çalışmada konaklama ve yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yöresel yemeklere yer verme durumunun oldukça sınırlı olduğu tespit edilmiştir. Nevşehir'de yürütülen bir diğer çalışmada yöresel mutfağın şehrin markalaşma sürecindeki etkisi incelenmiştir. Çalışma sonucunda tanıtım faaliyetlerinin yetersiz olması nedeniyle yöresel mutfağın geri planda kaldığı belirtilmiş olup, işletme sahiplerinin yöresel yemeklere menülerde yer vermeyi riskli buldukları bildirilmiştir (Aslan, Güneren & Çoban, 2014). Zağralı & Akbaba (2015) tarafından yürütülen bir diğer çalışmada ise yöresel yemeklerin destinasyon seçiminde etkileri incelenmiş olup çalışma sonucunda yöresel yemeklerin katılımcılara sunulan 11 tercih sebebi arasında 4. sırada yer aldığı tespit edilmiştir.

Yöresel yemeklerin menülerde yer alma durumu üzerine de çeşitli çalışmalar gerçekleştirilmiş olup genel olarak bu çalışmalarda bir yörede yer alana konaklama ve/veya yiyecek içecek işletmelerinde yöresel yemeklerin kullanım durumları ortaya konulmuştur. Giritlioğlu vd. (2016) Gaziantep'te faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yöresel yemeklerin bulunma oranları ile ilgili bir çalışma yürütmüşlerdir. Çalışma sonucunda yöresel yemeklerin işletme menülerinde ağırlıklı olarak yer aldığını belirlemişler ve bu durumun gastronomi turizmi açısından önemli olduğunu vurgulamışlardır. Adıyaman'da gerçekleştirilen bir başka çalışmada konaklama işletmelerinin menüleri yöresel yemekler açısından değerlendirilmiş ve sonuçta yöresel yemeklerin sözel olarak müşterilere aktarılıyor olmasına rağmen menülerde çok da yer almadığı gözlenmiştir (Yeşilyurt, Yeşilyurt, Güler & Özer, 2017). Erdem, Mızrak & Kemer (2018) Mengen bölgesinde yöresel yemeklerin restoran menülerinde kullanılma düzeyini ve bu yemeklerin unutulma durumunu inceledikleri çalışmalarında katılımcıların yaklaşık %63'ünün menülerinde yöresel yemeklere yer verdikleri belirlenirken yemek çeşitliliğinde bir sınırlılık olduğu aktarılmıştır. Adana ve Mersin Bölgesinde gerçekleştirilen bir diğer araştırmada ise araştırmaya katılma 212 işletmenin yaklaşık % 85'inin menülerinde yöresel yemeklere yer verdikleri belirlenmiş olup bu yöresel yemeklerin genellikle et yemekleri olduğu, yöresel tatlıların ise neredeyse menülerde hiç yer almadığı gözlenmiştir (Yıldırım, Karaca & Çakıcı, 2018). Kılıncı & Kılıncı (2018) Antalya'da yer alan restoran menülerini inceledikleri çalışmalarında hem Türk Mutfağı hem de yöresel mutfak açısından gastronomik çekiciliklerin yabancı gastronomik çekiciliklere kıyasla menülerde çok daha az yer bulduğu kanısına varmışlardır. Aynı çalışmada özellikle Batı Akdeniz bölgesine ait olan yöresel çorbaların menülerde hiç yer almadığı tespit edilmiştir. Şen & Silahşör (2018) Erzincan'da faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinde yer alan yöresel yemeklerin gastronomi turizmi açısından önemini inceledikleri bir çalışma yürütmüşler ve çalışma sonucunda Erzincan yöresel yemeklerinin evlerde yapılmaya devam ettiği ve bu sebeple işletme menülerinde yaygın şekilde yer almadığı belirlenmiştir. Yapılan bir diğer araştırmada ise Erzurum ili Palandöken bölgesinde yöresel yemeklerinin menülerde yer alma durumu incelenmiş olup, çalışma ile turizm işletmelerinin yöresel yemeklere yer verdiği, fakat menülerdeki ulusal yemeklerin sayılarının yöresel olanlara kıyasla çok daha fazla olduğu görülmüştür (Mil & Denk, 2015). Yöresel yemeklerin kırsal turizm işletmelerinde uygulanma durumunu belirlemek üzere Uzungöl'de gerçekleştirilen bir çalışmada ise yöresel yemeklerin pek çoğunun menülerde yer almadığı, konaklama işletmelerinin yiyecek içecek işletmelerine kıyasla menülerinde yöresel yemeklere daha çok yer verdikleri tespit edilmiştir (Kızılırmak, Albayrak & Küçükali, 2014).

2.2. Konya ve Konya Yöresel Yemekleri

Roma-Bizans döneminde de var olduğu bilinen Konya, Selçuklu Devleti'ne başkentlik yapmış, Osmanlı Devleti döneminde önemini korumuş ve gelişimini günümüze kadar sürdürmüştür (Öcal, 2005:241). UNESCO Dünya Mirası Listesinde yer alan ve tarımın başladığı yer olarak kabul edilen Çatalhöyük'ü sınırları içerisinde bulunduran Konya (KTB, 2019), Türk Mutfağını oluşturan yerel mutfaklar arasında en bilinenlerinden biridir (Odabaşı, 2001). Halen Konya'da yaşatılmaya çalışılan Mevlevi mutfağı Selçuklu mutfak kültürünü etkilemiş (Batu, 2015) ve dolayısıyla Konya yöresel yemek kültürünün oluşumunda oldukça etkili olmuştur.

Konya coğrafi olarak oldukça geniş bir alana yayılmış olup hem ova hem de dağ köylerine sahiptir. Bu durumun yöresel yemeklerin çeşitliliğinde etkili olduğu düşünülmektedir. Konya yöresel yemeklerinin temelini et ve tahıl oluşturmaktadır. Fırın kebabı, etliekmek, çebic, ekme salması ve tirit en bilinen etli yöresel yemeklerden olup su böreği, tandır böreği ve sac böreği önemli hamur işleri arasında sayılmaktadır. Pek çok yöresel çorbaya da sahip olan Konya Mutfağında günümüzde halen sıklıkla tüketilen bamya çorbası



oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Konya mutfağı pek çok yöresel tatlıyı da bünyesinde barındırmakta olup en bilinenlerinden bazıları sac arası, hoşmerim, zerde, vişneli tirit, paluze, gelin önü, kaygana ve sütlü selemendir. Hoşaf, şerbet ve şuruplar da yöresel Konya mutfağında önemli ürünlerdendir (Yardımcı, 2012). Zenginliği ile dikkat çeken Konya mutfağı, yöresel yemekleri ve mutfak kültürü ile pek çok akademik çalışmaya konu olmuştur (Çölbay & Sormaz, 2015; Ertaş, Bulut-Solak & Kılınç, 2017; Batu, 2018; Sormaz, 2017).

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı

Araştırma, Konya il merkezinde faaliyet gösteren konaklama ve yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde Konya iline ait yöresel yemeklere yer verilme durumları ile işletmelerin menü planlamada izledikleri yöntemlerin tespit edilmesi amacıyla yürütülmüştür.

3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırma evrenini; Konya il merkezinde faaliyet gösteren konaklama ve yiyecek içecek işletmeleri oluşturmaktadır (Tablo 1).

Tablo 1. Konya'da Faaliyet Gösteren Turizm İşletme Belgeli Konaklama ve Yiyecek İçecek İşletmeleri (URL-1; 2019)

| | Turizm İşletme Belgeli | |
|-----------------|------------------------|--------------|
| | n | % |
| 5 Yıldızlı Otel | 6 | 12.0 |
| 4 Yıldızlı Otel | 10 | 20.0 |
| 3 Yıldızlı Otel | 17 | 34.0 |
| Özel Belgeli | 3 | 6.0 |
| Restoran | 14 | 28.0 |
| TOPLAM | 50 | 100.0 |

Konya il merkezinde faaliyet gösteren konaklama ve yiyecek içecek işletmelerinden araştırmaya katılmaya gönüllü işletmeler araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır.

3.3. Veri Toplama Aracı ve Teknikleri

Araştırmada nicel veri toplama tekniklerinden anket yöntemi uygulanmıştır. Ölçeğin hazırlanmasında daha önce yapılan çalışmalardan yararlanılmıştır (Mil & Denk, 2015; Erdem, Mızrak & Kemer, 2018; Yıldırım, Karaca & Çakıcı, 2018; Şen, & Silahşör, 2018). Uygulanan anket formu; katılımcıların demografik bilgileri, işletmeye ait bilgiler, işletmelerin menülerine dair bilgiler ve menülerinde yer alan yöresel yemeklerin tespitine yönelik olmak üzere dört bölümden oluşmaktadır.

3.4. Verilerin Değerlendirilmesi

Araştırma sürecinde elde edilen verilerin değerlendirilmesinde istatistik paket programı kullanılmıştır. Verilerin yorumlanmasında; değişkenlerin sıklığının değerlendirilmesinde "Frequence" ve gruplar arasındaki farkın tespitinde ise "Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)" kullanılmıştır.

4. BULGULAR

Katılımcıların demografik bilgileri incelendiğinde, %63.3'ünün erkek, %43.3'ünün 31-45 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında; %26.7'sinin lise mezunu ve %26.7'sinin Yüksekokul mezunu olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların sektörde çalışma sürelerine bakıldığında; %36.7'sinin 21-30 yıl sektörde çalıştığı, %46,7'sinin buldukları işletmede 1-10 yıldır çalıştığı tespit edilmiştir. Katılımcıların %40'nın pozisyonu çalışandır (Tablo 2).

Elde edilen veriler istatistiki olarak değerlendirildiğinde, katılımcıların cinsiyet durumlarında ($p=0.305$), yaş durumlarında ($p=0.338$), eğitim durumlarında ve işletmede ki pozisyonlarında ($p=0.095$) gruplar arasında anlamlı fark bulunmadığı ($p=0.574$), sektörde çalışma süresi durumlarında ($p<0.01$), işletme de çalışma süresinde ($p<0.001$) bakıldığında gruplar arasında anlamlı fark bulunduğu tespit edilmiştir (Tablo 2).



Tablo 2. Demografik Bilgiler

| | 5 YILDIZLI OTEL | | 4 YILDIZLI OTEL | | 3 YILDIZLI OTEL | | RESTORAN | | TOPLAM | | F | p |
|---------------------------------|--------------------|-------------|--------------------|-------------|-----------------------|-------------|-----------|-------------|-----------|--------------|--------|----------|
| | n | % | n | % | n | % | n | % | n | % | | |
| Cinsiyet | | | | | | | | | | | | |
| Kadın | 2 | 6.7 | 0 | 0.0 | 3 | 10.0 | 6 | 20.0 | 11 | 36.7 | 1.272 | 0.305 |
| Erkek | 3 | 10.0 | 5 | 16.7 | 5 | 16.7 | 6 | 20.0 | 19 | 63.3 | | |
| Yaş | | | | | | | | | | | | |
| 18-30 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 3.3 | 1 | 3.3 | | |
| 31-45 | 3 | 10.0 | 1 | 3.3 | 3 | 10.0 | 6 | 20.0 | 13 | 43.3 | 1.176 | 0.338 |
| 46-60 | 2 | 6.7 | 4 | 13.3 | 1 | 3.3 | 3 | 10.0 | 10 | 33.3 | | |
| 60 ve üstü | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 13.3 | 2 | 6.7 | 6 | 20.0 | | |
| Eğitim Durumu | | | | | | | | | | | | |
| İlköğretim | 2 | 6.7 | 2 | 6.7 | 2 | 6.7 | 1 | 3.3 | 7 | 23.3 | | |
| Lise | 1 | 3.3 | 1 | 3.3 | 2 | 6.7 | 4 | 13.3 | 8 | 26.7 | 0.678 | 0.574 |
| Yüksekokul | 1 | 3.3 | 2 | 6.7 | 1 | 3.3 | 4 | 13.3 | 8 | 26.7 | | |
| Lisans | 1 | 3.3 | 0 | 0.0 | 3 | 10.0 | 3 | 10.0 | 7 | 23.3 | | |
| Lisans Üstü | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | | |
| Sektörde Çalışma Süresi | | | | | | | | | | | | |
| 1-10 yıl | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 2 | 6.7 | 6 | 20.0 | 8 | 26.7 | | |
| 11-20 yıl | 1 | 3.3 | 0 | 0.0 | 4 | 13.3 | 2 | 6.7 | 7 | 23.3 | 3.213 | 0.039* |
| 21-30 yıl | 3 | 10.0 | 4 | 13.3 | 1 | 3.3 | 3 | 10.0 | 11 | 36.7 | | |
| 30+ yıl | 1 | 3.3 | 1 | 3.3 | 1 | 3.3 | 1 | 3.3 | 4 | 13.3 | | |
| İşletmede Çalışma Süresi | | | | | | | | | | | | |
| 1-10 yıl | 4 | 13.3 | 2 | 6.7 | 0 | 0.0 | 8 | 26.7 | 14 | 46.7 | | |
| 11-20 yıl | 1 | 3.3 | 2 | 6.7 | 0 | 0.0 | 3 | 10.0 | 6 | 20.0 | 11.597 | 0.000*** |
| 21-30 yıl | 0 | 0.0 | 1 | 3.3 | 6 | 20.0 | 0 | 0.0 | 7 | 23.3 | | |
| 30+ yıl | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 2 | 6.7 | 1 | 3.3 | 3 | 10.0 | | |
| Pozisyon | | | | | | | | | | | | |
| İşletmecisi | 1 | 3.3 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 2 | 6.7 | 3 | 10.0 | | |
| Yöneticisi | 3 | 10.0 | 2 | 6.7 | 0 | 0.0 | 2 | 6.7 | 7 | 23.3 | 2.359 | 0.095 |
| Sahibi | 0 | 0.0 | 1 | 3.3 | 3 | 10.0 | 4 | 13.3 | 8 | 26.7 | | |
| Çalışan | 1 | 3.3 | 2 | 6.7 | 5 | 16.7 | 4 | 13.3 | 12 | 40.0 | | |
| TOPLAM | 5 | 16.7 | 5 | 16.7 | 8 | 26.7 | 12 | 40.0 | 30 | 100.0 | | |

* p<0.05

** p<0.01

*** p<0.001

İşletmelere dair bilgiler incelendiğinde; %30.0'unun 11-15 yıl arasında hizmet verdiği, %60.0'unun konaklama işletmesi olduğu, %60.0'unun misafirlerin şehir dışından yemek tercihi için geldikleri, %36.7'sinin tercih eden misafirler profilinin yerli ve yabancı olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen veriler istatistik olarak değerlendirildiğinde, işletmelerin türünde (p<0.001) ve misafirlerin yemek için işletmeleri şehir dışından tercih etme durumlarında (p<0.05) gruplar arasında anlamlı fark olduğu bulgulanmıştır (Tablo 3).

Tablo 3. İşletmelere Dair Bilgiler

| | 5 YILDIZLI OTEL | | 4 YILDIZLI OTEL | | 3 YILDIZLI OTEL | | RESTORAN | | TOPLAM | | F | p |
|---|-----------------------|-------------|-----------------------|-------------|-----------------------|-------------|-----------|-------------|-----------|--------------|--------|----------|
| | n | % | n | % | n | % | n | % | n | % | | |
| İşletmenin Hizmet Yılı | | | | | | | | | | | | |
| 1- 5 yıl | 4 | 13.3 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 3 | 10.0 | 7 | 23.3 | | |
| 6-10 yıl | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 3 | 10.0 | 4 | 13.3 | 7 | 23.3 | 2.119 | 0.122 |
| 11-15 yıl | 0 | 0.0 | 4 | 13.3 | 4 | 13.3 | 1 | 3.3 | 9 | 30.0 | | |
| 16.20 yıl | 1 | 3.3 | 1 | 3.3 | 1 | 3.3 | 4 | 13.3 | 7 | 23.3 | | |
| İşletme Türü | | | | | | | | | | | | |
| Konaklama | 5 | 16.7 | 5 | 16.7 | 8 | 26.7 | 0 | 0.0 | 18 | 60.0 | 16.972 | 0.000*** |
| Yiyecek- İçecek | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 12 | 40.0 | 12 | 40.0 | | |
| Şehir Dışından Yemek Tercihi İçin Gelen Misafir Durumu | | | | | | | | | | | | |
| Evet | 4 | 13.3 | 5 | 16.7 | 2 | 6.7 | 7 | 23.3 | 18 | 60.0 | 3.295 | 0.036* |
| Hayır | 1 | 3.3 | 0 | 0.0 | 6 | 20.0 | 5 | 16.7 | 12 | 40.0 | | |
| Gelenlerin Milliyeti | | | | | | | | | | | | |
| Çoğunluğu yerli | 1 | 3.3 | 2 | 6.7 | 3 | 10.0 | 4 | 13.3 | 10 | 33.3 | | |
| Neredeyse eşit | 2 | 6.7 | 3 | 10.0 | 0 | 0.0 | 6 | 20.0 | 11 | 36.7 | 3.863 | 0.321 |
| Çoğunluk yabancı | 2 | 6.7 | 0 | 0.0 | 5 | 16.7 | 2 | 6.7 | 9 | 30.0 | | |
| TOPLAM | 5 | 16.7 | 5 | 16.7 | 8 | 26.7 | 12 | 40.0 | 30 | 100.0 | | |

* p<0.05

** p<0.01

*** p<0.001



İşletmelerin menü planlama yöntemleri ve menü güncelleme sıklıkları incelendiğinde; işletmelerin %33.3'ünün menü içeriklerinin işletmeciler tarafından belirlendiği, %30.0'unun menülerini 6 ayda bir güncellediği tespit edilmiştir. Elde edilen veriler istatistiki olarak değerlendirildiğinde; işletmelerin menü güncelleme sıklıklarında gruplar arasında anlamlı fark bulunduğu ($p<0.01$) bulgulanmıştır (Tablo 4).

Tablo 4. İşletmelerin Menü Planlama Yöntemleri ve Menü Güncelleme Sıklığı

| | 5 YILDIZLI OTEL | | 4 YILDIZLI OTEL | | 3 YILDIZLI OTEL | | RESTORAN | | TOPLAM | | F | p |
|----------------------------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|-----------|-------------|-----------|--------------|-------|---------|
| | n | % | n | % | n | % | n | % | n | % | | |
| Menü Planlama Yöntemleri | | | | | | | | | | | | |
| Merkez belirler | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 2 | 6.7 | 0 | 0.0 | 2 | 6.7 | 0.379 | 0.769 |
| İşletmeci belirler | 3 | 10.0 | 0 | 0.0 | 1 | 3.3 | 6 | 20.0 | 10 | 33.3 | | |
| Misafir profili dikkate alınır | 1 | 3.3 | 0 | 0.0 | 4 | 13.3 | 4 | 13.3 | 9 | 30.0 | | |
| Misafir talepleri dikkate alınır | 1 | 3.3 | 3 | 10.0 | 3 | 10.0 | 2 | 6.7 | 9 | 30.0 | | |
| Menü Güncelleme Sıklığı | | | | | | | | | | | | |
| Güncelleme Yapılmıyor | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 1 | 3.3 | 6 | 20.0 | 7 | 23.3 | 5.020 | 0.007** |
| 6 ayda bir | 3 | 10.0 | 5 | 16.7 | 0 | 0.0 | 1 | 3.3 | 9 | 30.0 | | |
| Yılda 1 kez | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 2 | 6.7 | 5 | 16.7 | 7 | 23.3 | | |
| Yılda birkaç kez | 1 | 3.3 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 1 | 3.3 | | |
| Rakiplere göre | 1 | 3.3 | 0 | 0.0 | 3 | 10.0 | 0 | 0.0 | 4 | 13.3 | | |
| TOPLAM | 5 | 16.7 | 5 | 16.7 | 8 | 26.7 | 12 | 40.0 | 30 | 100.0 | | |

* $p<0.05$

** $p<0.01$

*** $p<0.001$

İşletmelerin yöresel yemek satış ve gelir bilgileri incelendiğinde; işletmelerin %80.0'inin menüsünde yöresel yemeklerin olduğu, %26.7'sinin menüsünün %51-70 arasında yöresel yemek olduğu, %30.0'unun yöresel yemek gelirinin toplam gelire oranının %1-30 arasında olduğu tespit edilmiştir. İşletmelerin misafir portföyüne bakıldığında şehir dışından gelen misafirlerin %33.3 oranında sıkça yöresel yemekleri tercih ettiği belirlenmiştir. Elde edilen veriler istatistiki olarak değerlendirildiğinde; işletmelerin menülerinde yöresel yemeklere yer verme durumunda ($p<0.001$), yöresel yemeklerin toplam gelire oranında ($p<0.001$) ve işletmelere şehir dışından gelen misafirlerin yöresel yemekleri tercih etme durumlarında ($p<0.001$) gruplar arasında anlam farkı bulunduğu bulgulanmıştır (Tablo 5).

Tablo 5. Yöresel Yemeklerin Menülerdeki ve Toplam Gelir İçinde ki Oranı

| | 5 YILDIZLI OTEL | | 4 YILDIZLI OTEL | | 3 YILDIZLI OTEL | | RESTORAN | | TOPLAM | | F | p |
|--|-----------------|-------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|-----------|-------------|-----------|--------------|--------|----------|
| | n | % | n | % | n | % | n | % | n | % | | |
| Menüdeki Yöresel Yemek Oranı | | | | | | | | | | | | |
| Yöresel yemek bulunmamaktadır | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 6 | 20.0 | 0 | 0.0 | 6 | 20.0 | 13.391 | 0.000*** |
| %1-30 arası | 1 | 3.3 | 2 | 6.7 | 1 | 3.3 | 0 | 0.0 | 4 | 13.3 | | |
| %31-50 arası | 4 | 13.3 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 3 | 10.0 | 7 | 23.3 | | |
| %51-70 arası | 0 | 0.0 | 3 | 10.0 | 1 | 3.3 | 4 | 13.3 | 8 | 26.7 | | |
| %71-90 arası | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 4 | 13.3 | 4 | 13.3 | | |
| %91 ve fazlası | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 1 | 3.3 | 1 | 3.3 | | |
| Yöresel Yemek Gelirlerinin Toplam Gelire Oranı | | | | | | | | | | | | |
| Yöresel yemek bulunmamaktadır | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 6 | 20.0 | 0 | 0.0 | 6 | 20.0 | 23.447 | 0.000*** |
| %1-30 arası | 5 | 16.7 | 2 | 6.7 | 2 | 6.7 | 0 | 0.0 | 9 | 30.0 | | |
| %31-50 arası | 0 | 0.0 | 3 | 10.0 | 0 | 0.0 | 5 | 16.7 | 8 | 26.7 | | |
| %51-70 arası | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 5 | 16.7 | 2 | 6.7 | | |
| %71-90 arası | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 4 | 13.3 | 4 | 13.3 | | |
| %91 ve fazlası | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 1 | 3.3 | 1 | 3.3 | | |
| Şehir Dışından Gelenlerin Yöresel Yemek Tercih Etme Sıklığı | | | | | | | | | | | | |
| Hiçbir Zaman | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 7 | 23.3 | 0 | 0.0 | 7 | 23.0 | 31.156 | 0.000*** |
| Nadiren | 1 | 3.3 | 0 | 0.0 | 1 | 3.3 | 0 | 0.0 | 2 | 6.7 | | |
| Bazen | 1 | 3.3 | 2 | 6.7 | 0 | 0.0 | 3 | 10.0 | 6 | 20.0 | | |
| Sıkça | 3 | 10.0 | 3 | 10.0 | 0 | 0.0 | 4 | 13.3 | 10 | 33.3 | | |
| Çok Sık | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 5 | 16.7 | 5 | 16.7 | | |
| TOPLAM | 5 | 16.7 | 5 | 16.7 | 8 | 26.7 | 12 | 40.0 | 30 | 100.0 | | |

* $p<0.05$

** $p<0.01$

*** $p<0.001$



İşletmelerin menülerinde yer alan yöresel yemekler incelendiğinde: yöresel ana yemek olarak işletmelerin %63.3'ünde tirit, %73.3'ünde etli ekme ve %50.0'sinde fırın kebabı; yöresel çorba olarak işletmelerin %50.0'sinde arabaşı ve %70.0'inde bamya çorbası; yöresel tatlı olarak işletmelerin %66.7'sinde hoşmerimin yer aldığı tespit edilmiştir (Tablo 6).

Elde edilen veriler istatistiki olarak değerlendirildiğinde: menülerde yöresel yemeklere yer verilmesinde ana yemeklerden tirit ($p<0.01$), ekme salması ($p<0.01$), etli ekme ($p<0.001$), fırın kebabı ($p<0.01$) ve su böreğinin ($p<0.001$); çorbalarından bamya ($p<0.001$) ve yoğurt çorbasının ($p<0.001$); tatlılardan hoşmerim ($p<0.001$) ve sacarası ($p<0.01$) tatlılarının menüde yer alma durumlarında gruplar arasında anlamlı fark olduğu bulunmuştur (Tablo 6).

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yaşanılan koşullar, büyük değişimler gibi nedenler kültürümüzün kalıcı olma şansını her geçen gün biraz daha azaltmaktadır (Şanlıer, Cömert & Durlu Özkaya, 2008, 1123). Yaşam koşullarındaki değişimler nedeni ile hızlı sanayileşme ve kentleşme, eğitim düzeyindeki artış, kadının çalışma hayatına atılması ve batı kültürüne açılma gibi nedenlerle yemek ve lezzet alışkanlıklarında değişimlere neden olmaktadır (Şanlıer vd., 2010). Oysa yöresel yemek kültürü, ziyaretçilerin deneyimleyerek otantik bir deneyim yaşadığı somut olmayan kültürel mirasın bir parçasıdır (Okumuş, Okumuş & McKercher, 2007).

Turistlerin gastronomi turizmi etkinliklerine katılımlarında gelir düzeyinin önemli bir değişken olduğu, gelir seviyesi yüksek olan turistlerin yöresel ürünlere daha fazla ilgi duydukları ve yöresel restoranları daha çok tercih ettikleri göz önüne alındığında (Bekar & Kılıç, 2014, 19) turizm endüstrisinin kalkınması bakımından, yöresel yemeklerin bölgeye gelen turist kitlesinin profilinin belirlenmesinde önemli bir etken olduğu (Yıldırım, Karaca & Çakıcı, 2018, 388) ve bölgeye gelen turistlerin memnuniyetini sağlayarak bölgeyi tekrar ziyaret etmeleri ya da bölgede kalış sürelerinin uzatılmasında sağlayabilmektedir (Şengül & Türkay, 2016). Bölgedeki turist sayısında artışın sağlanması ve gastronomi turizminin ülke genelinde hız kazanabilmesinin başlıca rolü bölgedeki konaklama ve yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yöresel yiyeceklerin yer alması ve bölge mutfaklarının tanıtılmasının sağlanması ile mümkündür. İşletmelerin menülerinde yöresel yemeklere yer verme oranının artması ile hem bölge gastronomi turizmine katkı sağlanacak hem de bölgeye ait yöresel yemeklerin unutulması engellenerek özünü bozmadan yaşatılması ve gelecek kuşaklara aktarılmasına imkan sağlanacaktır (Yıldırım, Karaca & Çakıcı, 2018, 387).

Bu çalışma sonucunda; bu kapsamda işletmelerin menülerine yöresel yemeklere daha sık yer vermesi ve yöresel yemeklerin hazırlanışı, servisi ve standartları ile ilgili yörede yer alan ilgili kurumlar ile çalışma yapılması önerilmektedir. Bu önermeler doğrultusunda; yöresel yemek tanıtımına ve yöresel yemek gelirlerinin artması, konaklama ve yiyecek-içecek işletmelerinin de destekleyeceği yöresel yemek festivalleri, seminerleri ve eğitimleri ile yöresel yemeklerin kültürel önemini ortaya çıkarılabilecektir.

Tablo 6. Yöresel Yemeklerin Menüde Yer Alma Durumu

| | | 5 | | 4 | | 3 | | RESTORAN | | TOPLAM | | F | p |
|------------------|-------|----------|------|----------|------|----------|------|----------|------|--------|------|--------|----------|
| | | YILDIZLI | OTEL | YILDIZLI | OTEL | YILDIZLI | OTEL | n | % | n | % | | |
| ANA YEMEK | | | | | | | | | | | | | |
| Tirit | Evet | 2 | 6.7 | 4 | 13.3 | 2 | 6.7 | 11 | 36.7 | 19 | 63.3 | 5.004 | 0.007** |
| | Hayır | 3 | 10.0 | 1 | 3.3 | 6 | 20.0 | 1 | 3.0 | 11 | 36.7 | | |
| Ekme ve Salması | Evet | 1 | 3.3 | 0 | 0.0 | 1 | 3.3 | 8 | 26.7 | 10 | 33.3 | 4.641 | 0.010* |
| | Hayır | 4 | 13.3 | 5 | 16.7 | 7 | 23.3 | 4 | 13.3 | 20 | 66.7 | | |
| Etli Ekme | Evet | 4 | 13.3 | 5 | 16.7 | 1 | 3.3 | 12 | 40.0 | 22 | 73.3 | 21.688 | 0.000*** |
| | Hayır | 1 | 3.3 | 0 | 0.0 | 7 | 23.3 | 0 | 0.0 | 8 | 26.7 | | |
| Fırın Kebabı | Evet | 2 | 6.7 | 3 | 10.0 | 0 | 0.0 | 10 | 33.3 | 15 | 50.0 | 7.317 | 0.001** |
| | Hayır | 3 | 10.0 | 8 | 26.7 | 2 | 6.7 | 2 | 6.7 | 15 | 50.0 | | |
| Ekme ve Oğması | Evet | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 1 | 3.3 | 1 | 3.3 | 0.473 | 0.704 |
| | Hayır | 5 | 16.7 | 5 | 16.7 | 8 | 26.7 | 11 | 36.7 | 29 | 96.7 | | |
| Çebiş | Evet | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 3 | 10.0 | 3 | 10.0 | 1.733 | 0.185 |
| | Hayır | 5 | 16.7 | 5 | 16.7 | 8 | 26.7 | 9 | 30.0 | 27 | 90.0 | | |
| Su Böreği | Evet | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 8 | 26.7 | 8 | 26.7 | 10.400 | 0.000*** |
| | Hayır | 5 | 16.7 | 5 | 16.7 | 8 | 26.7 | 4 | 13.3 | 22 | 73.3 | | |
| ÇORBALAR | | | | | | | | | | | | | |
| Arabaşı | Evet | 1 | 3.3 | 4 | 13.3 | 2 | 6.7 | 8 | 26.7 | 15 | 50.0 | 2.605 | 0.073 |
| | Hayır | 4 | 13.3 | 1 | 3.3 | 6 | 20.0 | 4 | 13.3 | 15 | 50.0 | | |
| Bamya | Evet | 5 | 16.7 | 5 | 16.7 | 0 | 0.0 | 11 | 36.7 | 21 | 70.0 | 50.897 | 0.000*** |



| | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------|-------|----------|-------------|-----------|-------------|-------------|-------------|-----------|-------------|-----------|--------------|--------|----------|
| | Hayır | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 8 | 26.7 | 1 | 3.3 | 9 | 30.0 | | |
| Tandır | Evet | 1 | 3.3 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 1 | 3.3 | 1.806 | 0.171 |
| | Hayır | 4 | 13.3 | 5 | 16.7 | 8 | 26.7 | 12 | 40 | 29 | 96.7 | | |
| Terhun | Evet | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 2 | 6.7 | 2 | 6.7 | 1.040 | 0.391 |
| | Hayır | 5 | 16.7 | 5 | 16.7 | 8 | 26.7 | 10 | 33.3 | 28 | 93.3 | | |
| Tutmaç | Evet | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 2 | 6.7 | 2 | 6.7 | 1.040 | 0.391 |
| | Hayır | 5 | 16.7 | 5 | 16.7 | 8 | 26.7 | 10 | 33.3 | 28 | 93.3 | | |
| Yoğurt | Evet | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 11 | 36.7 | 11 | 36.7 | 57.200 | 0.000*** |
| | Hayır | 5 | 16.7 | 5 | 16.7 | 8 | 26.7 | 1 | 3.3 | 19 | 63.3 | | |
| TATLILAR | | | | | | | | | | | | | |
| Höşmerim | Evet | 4 | 13.3 | 5 | 16.7 | 1 | 3.3 | 10 | 33.3 | 20 | 66.7 | 8.623 | 0.000*** |
| | Hayır | 1 | 3.3 | 0 | 0.0 | 7 | 23.3 | 2 | 6.7 | 10 | 33.3 | | |
| Sacarası | Evet | 2 | 6.7 | 3 | 10.0 | 0 | 0.0 | 9 | 30.0 | 14 | 46.7 | 5.250 | 0.006** |
| | Hayır | 3 | 10.0 | 2 | 6.7 | 8 | 26.7 | 3 | 10.0 | 16 | 53.3 | | |
| Dilber | Evet | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 2 | 6.7 | 2 | 6.7 | 1.040 | 0.391 |
| | Hayır | 5 | 16.7 | 5 | 16.7 | 8 | 26.7 | 10 | 33.3 | 28 | 93.3 | | |
| Pekmez | Evet | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 3 | 10.0 | 3 | 10.0 | 1.733 | 0.185 |
| Helvası | Hayır | 5 | 16.7 | 5 | 16.7 | 8 | 26.7 | 9 | 30.0 | 27 | 90.0 | | |
| TOPLAM | | 5 | 16.7 | 5 | 16.7 | 8 | 26.7 | 12 | 40.0 | 30 | 100.0 | | |
| | | * p<0.05 | | ** p<0.01 | | *** p<0.001 | | | | | | | |

KAYNAKÇA

- Aslan, Zeynep, Güntekin, Ebru & Çoban, Gamze (2014). Destinasyon Markalaşma Sürecinde Yöresel Mutfağın Rolü: Nevşehir Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(3), 3-13.
- Batu, Ali (2015). Türk-İslam Kültüründe ve Günümüz Dengeli, Sağlıklı ve Helal Beslenmede Hz. Muhammed Öğretisi. *International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 10(2), 69-100.
- Batu, Ali (2018). Konya (Turkey) Gastronomy Culture Extending to Seljuk Empire. *Journal of Ethnic Foods*, 5(3), 184-193.
- Bekar, Aydan & Kılıç, Burhan (2014). Turistlerin Gelir Düzeylerine Göre Destinasyondaki Gastronomi Turizmi Etkinliklerine Katılımları. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 4 (1), 19-26.
- Çölbay, Şule & Sormaz, Ümit (2015). Konya'da Geçiş Dönemlerinde Yapılan Yöresel Mutfak Uygulamaları. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim (TEKE) Dergisi*, 4(4).
- Çulha, Osman & Kalkan, Aytakin (2015). Tanıtım Broşürleri Gözüyle Anadolu Yöresel Mutfakları, I. *Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, And Indicators (Eitoc-2015)*, 28-30 Mayıs 2015, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Erdem, Özkan, Mızrak, Metin & Kemer, Ali Kemal (2017). Yöresel Yemeklerin Bölge Restoranlarında Kullanılma Durumu: Mengen Örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 44-61.
- Ertaş, Mehmet, Bulut Solak, Birsen & Kılınç, Ceyhan Çağlar (2017). Konya'da Mevlevi Mutfağı Yiyeceklerinin Gastronomi Turizminde Canlandırılması. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 1, 52-70.
- Giritlioğlu, İbrahim., İpar, Mehmet Sedat & Karakan, Halil İbrahim (2016). Gastronomi Alanında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Üyelığının Gaziantep Şehrine Olası Avantajları Üzerine Bir Araştırma. 3rd International Congress on Social Sciences, China to Adriatic, *In Congress Book* (p. 69-80).
- Giovannucci, Daniele, Barham, Elizabeth. & Pirog, Richard. (2014). Defining and Marketing "Local" Foods: Geographical Indications for Us Products. *The Journal of World Intellectual Property*, 13(2), 94-120.
- Güler, Sibel (2010). Türk Mutfak Kültürü ve Yeme İçme Alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 26, 24-30.
- Özçelik Heper, Fatma & Karaca, Evrim. (2013). *Türk Mutfağı*, (İçinde: Uluslararası Gastronomi, Ed. Mehmet Sarıışık), 53-84, Detay: Ankara.
- Inwood, Shoshannah, Sharp, Jeff, Moore, Richard & Stinner, Deborah (2009). Restaurants, Chefs and Local Foods: Insights Drawn from Application of A Diffusion of Innovation Framework. *Agriculture and Human Values*, 26 (3), 177-191.
- Kan, M. H. & Kaynakçı, E. Cengiz (2009). Antik Çağdan Bugüne Anadolu Yemekleri. II. *Geleneksel Gıdalar Sempozyumu* (s. 268). Van.
- Kılınç, Olcay & Kılınç, Uğur (2018). Yöresel Gastronomik Değerlerin Ürüne Dönüşme Düzeyi: Antalya İl Merkezi Restoran Menüleri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 394-410.
- Kızılırmak, İsmail, Albayrak, Aslı & Küçükali, Sema (2014). Yöresel Mutfağın Kırsal Turizm İşletmelerinde Uygulanması: Uzungöl Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 4(1), 75-83.
- Kim, Yeong Gug & Eves, Anita (2012). Construction and Validation of a Scale to Measure Tourist Motivation to Consume Local Food. *Tourism Management*, 33(6), 1458-1467.
- KTB. (2019). *Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, Çatalhöyük Neolitik Kenti (Konya)*. <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-46251/catalhoyuk-neolitik-kenti-konya.html>. Son Erişim Tarihi: 11.10.2019.
- Lang, Mark, Stanton, John & Qu, Yingdao (2014). Consumers' Evolving Definition and Expectations for Local Foods. *British Food Journal*, 116 (11), 1808-1820.
- Lee, Kuan-Huei, Scott, Noel & Packer, Jan (2014). Habitus and Food Lifestyle: In-Destination Activity Participation of Slow Food Members. *Annals of Tourism Research*, 48, 207-220
- Long, M. Luncy. (2004). *Culinary Tourism* (2. Baskı). Usa: The University Press Of Kentucky.
- Mak, Athena, Lumbers, Margaret & Eves, Anita (2012). Globalisation and Food Consumption in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 39 (1), 171-196.
- Mil, Burak & Denk, Erkan. (2015). Erzurum Mutfağı Yöresel Ürünlerin Otel Restoran Menülerinde Kullanım Düzeyi: Palandöken Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 5(2), 1-7.
- Odabaşı, A. Sefa. (2001). *Konya Mutfak Kültürü*. Konya Ticaret Odası Kültür ve Eğitim Yayınları No: 26.
- Okumus, Bendegül., Okumus, Fevzi & McKercher, Bob (2007). Incorporating Local and International Cuisines in the Marketing of Tourism Destinations: The Cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management*, 28 (1), 253-261.



- Öcal, Tülay (2005). Konya Şehir Yerleşmesinin Selçuklulardan Günümüze Tarihi Araştırması. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 13(1): 241-254.
- Özleyen, Eda & Tepeci, Mustafa (2017). Manisa'da Yöresel Yemeklerin ve Lezzetlerin Turizmin Gelişimine Katkısının. *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 139-152.
- Sormaz, Ümit, Akmeşe, Halil, Güneş, Eda & Aras, Sercan (2016). Gastronomy in Tourism. *Procedia Economics and Finance*, 39, 725-730.
- Sormaz, Ümit (2017). Yöresel Mutfak Tanıtımında Yerel Restoranların Etkisi: Konya Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5 (2), 160-173.
- Şanlıer, Nevin., Cömert, Menekşe. & Durlu Özkaya, Fügen. (2008). *Türk Mutfağındaki Geleneksel Tatlı ve Helvaları Gençlerin Tanıma Durumu*, Türkiye 10. Gıda Kongresi bildiri kitabı içinde ss.1123-1127), Erzurum.
- Şanlıer, Nevin, Hassan, Azize Tunç, Durlu Özkaya, Fügen. Pelit, Elbeyi, Güçer, Evren, Cömert, Menekşe & Konaklıoğlu, Ece (2010). Çorba ve Zeytinyağlı Yemeklerin Türk Mutfağındaki Yeri ve Gençler Tarafından Bilinme Durumu. *The 1st International Symposium on Traditional Foods from Adriatic to Caucasus*, Bildiri Kitabı İçinde (ss. 925-927), Tekirdağ.
- Şen, Necibe & Silahşör, Yener. (2018). Gastronomi Turizmi Kapsamında Erzincan İli Yiyecek İçecek İşletmelerinde Sunulan Yöresel Yemekler Üzerine Bir Araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 414-429.
- Şengül, Serkan & Türkay, Oğuz (2016). Akdeniz Mutfak Kültürünün Turizm Bağlamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4 (1), 86-99.
- Toksöz, Derya & Aras, Sercan (2016). Turistlerin Seyahat Motivasyonlarında Yöresel Mutfakın Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4 (Special Issue 1), 174-189.
- Tsai, Chen-Tsang & Wang, Yao-Chin (2017). Experiential Value in Branding Food Tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6, 56-65.
- URL-1 (2019). *Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Turizm, Turizm İstatistiği*. Erişim Adresi: https://konyakultur.gov.tr/index.php?route=pages/pages&page_id=24, Erişim Tarihi: 10.07.2019.
- Yardımcı, Saim. (2012). *Konya Mutfağı Bağ Evinin Asırlık Sırları*. Konya. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Yeşilyurt, Hülya, Yeşilyurt, Cem, Güler, Ozan & Özer, Songül (2017). Otel İşletmelerinin Menülerinde Yöresel Yemek Kültürünü Yaşatmak: Adıyaman Örneği. *The Congress Book of Full Texts-Iwact*, ISBN-978-605-67761-8-2.
- Yıldırım, Oya, Karaca, Oya Berkay & Çakıcı, A. Celil (2018). Yöresel Yemeklere Konaklama ve Yiyecek İçecek İşletmelerinin Menülerinde Yer Verilme Durumu: Adana ve Mersin Bölgesinde Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 376, 398.
- Zağralı, Esra & Akbaba, Atilla (2015). Turistlerin Destinasyon Seçiminde Yöresel Yemeklerin Rolü: İzmir Yarımadası'nı Ziyaret Eden Turistlerin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 10(40), 6633-6644.