

## **TURİST REHBERLERİNİN TUR ESNASINDA DESTİNASYONUN GASTRONOMİK UNSURLARI HAKKINDA BİLGİ VERME DÜZEYLERİ: KAPADOKYA BÖLGESİ ÖRNEĞİ**

Doç. Dr. Ömer ÇOBAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü  
omercoban@nevsehir.edu.tr

### **ÖZET**

*Turist rehberleri eşlik ettikleri turistlere destinasyonun doğal, tarihi ve kültürel çekiciliklerinin yanı sıra, gastronomik unsurlar hakkında da bilgi vermektedirler. Çalışmada, turist rehberlerinin tur esnasında destinasyonun gastronomik unsurları hakkında bilgi verme düzeyleri araştırılmıştır. Bu amaçla araştırmacı, 6-28 Temmuz 2019 tarihleri arasında yedi farklı tura katılım göstererek katılımcı gözlem tekniği ile verileri toplamıştır. Gözlem sırasında önemli görülen noktalar kısa bir şekilde not alınmış, gün bitiminde notlar tasnif edilmiş ve detaylandırılmıştır. Araştırma verilerinin analizi sırasında araştırmacının yanı sıra gastronomi alanında çalışan iki uzman görev almıştır. Araştırma bulguları, gastronomik unsurlar hakkında verilen bilgileri bilgi kategorisine, turun türüne, turist grubunun yerli ve yabancı olmasına göre farklılaştığını göstermektedir. Diğer taraftan, rehberin deneyim süresi ve destinasyondaki deneyim süresinin verilen bilgi düzeyi üzerinde etkili olmadığı belirlenmiştir.*

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberi, Bilgi, Gastronomi, Kapadokya.

## **GIVING INFORMATION LEVELS OF TOURIST GUIDES ABOUT GASTRONOMIC COMPONENTS OF DESTINATION DURING THE TOUR: CASE OF CAPPADOCIA**

### **ABSTRACT**

*Tourist guides give information to the tourists about the natural, historical and cultural attractions of the destination, as well as the gastronomic components. In this study, the level of information provided by tourist guides about the gastronomic components of the destination during the tour was investigated. For this purpose, the researcher participated in seven different tours between 6-28 July 2019 and collected the data with participant observation technique. During the observation, the important subjects were noted, the notes were classified and detailed at the end of the day. During the analysis of the research data, two experts working in the field of gastronomy took part in addition to the researcher. The findings of the research show that the information given about the gastronomic components differ according to the information category, the type of tour, and whether the tourist group is local or foreign. On the other hand, it was determined that the duration of the guide experience and the duration of the experience in the destination did not affect the given level of knowledge.*

**Key Words:** Tourist Guide, Information, Gastronomy, Cappadocia.

## **GİRİŞ**

Turist rehberleri, bir destinasyonun ilgi çekici yerleri ve kültürü hakkındaki sahip oldukları bilgi, yorumlama, iletişim ve hizmet becerilerini turistlerin ziyaretlerini klasik bir turdan deneyime dönüştürme çabası harcayan turizm endüstrisinin en önemli oyuncularından birisidir (Ap ve Wong, 2001: 551). Sahip olduğu arabuluculuk, aracı, liderlik, danışmanlık, temsil, yürütme, yönlendirme, kültür temsilcisi ve tanıtma rolleri (Öter ve Sarıbaş, 2018: 101) ile turist rehberleri, turizm endüstrisi paydaşları ile turist arasındaki ilişkiyi sağlıklı bir şekilde sürdürme sorumluluğuna sahiptirler. Sahip oldukları bu roller turist rehberlerinin turistler üzerindeki etkisine işaret etmektedir. Sayılan bu roller, tur katılımcıları ile turist rehberleri arasında oluşan bağın, seyahat acentası ve diğer ile oluşan bağdan daha güçlü olmasını sağlamaktadır (Geva ve Goldman, 1991).

Turistler, gittikleri destinasyonlarda ister fizyolojik nedenlerle isterse de haz duymak amacıyla yeme içme faaliyetine katılmak zorundadırlar (Akay ve Özöğütçü, 2018). Turist rehberinin eşlik ettiği turlarda, gidilen destinasyonun gastronomisine rehber tarafından dair verilen bilgi ve tavsiyeler turistlerin yiyecek-içecek tercihleri üzerinde etkili olabilmektedir (Akay ve Özöğütçü, 2018; Akay ve Özöğütçü, 2019). Aynı zamanda turist rehberlerinin sundukları hizmet, turistlerin memnuniyet, tekrar ziyaretleri ve sadakatleri üzerinde de etkili olmaktadır (Geva ve Goldman, 1991; Hughes, 1991; İrigüler ve Güler, 2017). Bu nedenle, rehberler hizmet verdikleri bölgenin gastronomisine dair bilgi sahibi olmalı ve turlarda diğer konularla birlikte destinasyonun gastronomik değerlerine (bölgeye has yiyecek-içecekler, flora ve fauna, tarımsal ve hayvansal ürünler, bölgede düzenlenen gastronomi temelli etkinlikler, temel yiyecek-içecek üreticileri ve hediyelik yiyecek-içecek vb.) ilişkin de bilgi vermelidir.

Çalışmada, Çekirdek Kapadokya bölgesinde düzenlenen rehberli turlarda turist rehberlerinin destinasyonun gastronomisine ilişkin bilgi verme düzeyleri araştırılmıştır. Bu amaçla araştırmacı tarafından bölgede gerçekleşen turlara katılım gösterilerek katılımcı gözlem tekniği ile veri toplanmıştır. Araştırma sonucunda rehberlerin destinasyonun gastronomik değerlerine ilişkin genel olarak düşük düzeyde bilgi verdikleri tespit edilmiştir.

## ALANYAZIN TARAMASI

Dünya Turist Rehberleri Birlikleri Federasyonu (WFTGA) turist rehberini, “ziyaretçileri tercih ettikleri dilde yönlendiren ve genellikle bir otorite tarafından belirlenen bir bölgenin kültürel ve doğal mirasını yorumlayan kişi” olarak tanımlanmaktadır (WFTGA, 2019). 29217 sayılı Resmî Gazete’de yayınlanan Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’nde turist rehberliği hizmeti ise “seyahat acentacılığı faaliyeti niteliğinde olmamak kaydıyla kişi veya grup hâlindeki yerli veya yabancı turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil kullanılarak ülkenin kültür, turizm, tarih, çevre, doğa, sosyal veya benzeri değerleri ile varlıklarının kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılarak gezdirilmesini veya seyahat acentaları tarafından düzenlenen turların gezi programının seyahat acentasının yazılı belgelerinde tanımladığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülüp acenta adına yönetilmesi” şeklinde tanımlanmıştır.

Alanyazında turist rehberlerinin rollerini konu alan birçok çalışma bulunmaktadır (Holloway, 1981; Cohen, 1985; Pond, 1993; Howard, 1997). Cohen (1985) turist rehberliği ile ilgili öncül kabul edilebilecek çalışmasında turist rehberlerinin yol gösterici (ziyaretçilere öncülük etmek) ve mentor (ziyaretçilere bilgi sağlamak) olmak üzere iki temel rolü olduğunu ifade etmektedir. Bunun yanı sıra turist rehberlerinin rolleri ile ilgili yapılan diğer çalışmalarda da rehberlerin bilgi aktarımı rolünün ön plana çıktığı görülmektedir (Holloway, 1981; Pond, 1993; Knudson, 1995). Turist rehberlerinin ziyaretçilere bilgi verdiği/vermekle yükümlü olduğu konular arasında yer alan ve hem WFTGA ve hem de Turist Rehberleri Meslek Yönetmeliği’nde vurgulanan “kültürel miras veya kültürel varlık” ise önemli bir yer tutmaktadır. Kültürel miras veya kültürel varlık kavramları; dil, din, tarih, örf ve adetler, aile ve akrabalık ilişkileri, giyim kuşam, sanat, spor, vatan ve evrensel değerler gibi öğelerin yanı sıra yiyecek, içecek ve beslenmeyi de bünyesinde barındırmaktadır (Güftâ ve Kan, 2011). Bir bölgeye ait yiyecek ve içeceklerin, mutfağın, beslenme alışkanlıklarının daha geniş bir ifadeyle gastronomisinin, kültürün önemli bileşenlerinden biri olduğu söylenebilir (van Westering, 1999; Yurdigül, 2010; Kanık, 2016; Gálvez vd., 2017; Giovanelli, 2017).

Alanyazında turist rehberleri ve gastronomi alanı arasında ilişki kurulan sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalarda turist rehberlerinin, (1) bölgeye ait diğer çekiciliklere ilişkin bilgi verirken bölgenin gastronomisinden bahseden ve (2) gastronomi turlarında görev alan ve bu konuda uzmanlaşmış turist rehberleri olmak üzere farklı iki şekilde ele alındığı görülmektedir (İrigüler ve Güler, 2017; Başoda vd., 2018). Gastronomi turları, rehberliği ve uzmanlığı kavramları alanyazında yeni yer almaya başladığı için Başoda vd. (2018) çalışmalarında bu kavramlara yönelik bir çerçeve çizmeye çalışmıştır. İrigüler ve Güler (2017) ise çalışmalarında rehberlerin turist gruplarına ziyaret ettikleri bölgenin yemek kültürü hakkında bilgi verdiklerini, ancak gastronomik rehberlik yapmak için yeterli bilgi düzeyine sahip olmadıklarını ifade ettiklerini belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra yapılan çalışmalarda turist rehberlerinin gastronomi bilgi düzeylerinin ve gastronomi turizm algılarının tavsiye etme niyeti üzerinde etkisi bulunduğu saptanmıştır (Akay ve Özöğütçü, 2018; Akay ve Özöğütçü, 2019). Alanyazında sınırlı sayıda çalışma bulunmasından dolayı turist rehberlerinin turlarda gastronomik unsurlar hakkında bilgi verme düzeyleri örtük ölçümleme tekniği olarak değerlendirilebilecek (Webb vd., 2000) katılımcı gözlem tekniği ile incelenmiştir.

## YÖNTEM

Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın 2018 yılı verilerine göre araştırma alanı olarak belirlenen Kapadokya bölgesindeki mahalli idarelerce belgelendirilen ve turizm işletme belgeli konaklama tesislerinde konaklayan turist sayısı toplam 1.776.183’tür (KTB, 2019). Bölgeye gelen turistlerin bir kısmı grup ile bölgeyi seyahat ederken bir kısmı ise münferit olarak gelmektedir. Bölgeye münferit olarak gelen turistler bölgedeki seyahat acentaları tarafından hazırlanan “Yeşil” (Kaymaklı ya da Derinkuyu Yeraltı Şehri ve Ihlara Vadisi), “Kırmızı” (Uçhisar Kalesi, Göreme Açık Hava Müzesi, Aşk Vadisi, Paşabağ, Avanos, Devrent Vadisi) turlara katılmak suretiyle bölgeyi turist rehberi eşliğinde gezmektedirler. Bunun yanı sıra, Türkiye’nin farklı şehirlerindeki seyahat acentaları tarafından bölgeye yönelik organize edilen turlar ise hareket noktasının bölgeye uzaklığına göre gününbirlik ya da bir gece konaklamalı olarak gerçekleşmektedir. Bu turlarda, Ihlara Vadisi, Narlıgöl, Kaymaklı ya da Derinkuyu Yeraltı Şehri, Üç Güzeller, Göreme Açık Hava Müzesi, Paşabağ, Devrent Vadisi, Avanos, Uçhisar Kalesi, Güvercinlik Vadisi, Hacı Bektaş Veli Müzesi ziyaret edilmektedir.

Araştırmacı, yabancı turistlerin ağırlıklı olarak yer aldığı üç adet yeşil tura, üç adet kırmızı tura ve bir gece konaklamalı (2 gün) yerli turistlerden oluşan tura katılımcı gözlem tekniği ile veri toplamak amacıyla katılmıştır. Turlara katılım gösterilirken farklı seyahat acentaları tarafından düzenlenmiş olmasına ve farklı rehberlerin eşlik etmesine özen

gösterilmiştir. Turlara 6-7 Temmuz, 13-14 Temmuz, 20-21 Temmuz, 27-28 Temmuz 2019 tarihlerinde katılım gösterilmiştir.

Gözlem sırasında önemli görülen noktalar kısa bir şekilde not alınmış (Lofland ve Lofland, 1995), gün bitiminde notlar tasnif edilmiş ve detaylandırılmıştır. Verilerin analiz edilmesinden önce gastronomi alanında çalışmaları bulunan iki uzmana araştırma amacı anlatılmış ve bir destinasyonu ziyaret eden turistlere rehberlerin gastronomik açıdan hangi başlıklar altında bilgi verebileceği/vermesi gerektiğine yönelik sorular yöneltilmiştir. Uzmanlar tarafından dile getirilen başlıklar birer kategori olarak not edilmiştir. Ardından uzmanlardan araştırma verilerini gözden geçirmeleri istenmiştir. Araştırma verilerini inceleyen uzmanların kategorileri yeniden belirlemeleri rica edilmiştir. Böylece kategoriler belirlenmiştir ve ardından verilerin kodlanması işlemine geçilmiştir. Bir rehberin belirlenen her bir kategori için ne kadar bilgi verdiğinin ölçülmesi amacıyla “hiç, düşük, orta, yüksek” olmak üzere düzeyler belirlenmiştir. Düzeyler belirlenirken katılım gösterilen tüm turlarda her bir kategori için verilen bilgi sayısı hesaplanmış ve aralıklar belirlenmiştir. Buna göre turlarda her bir kategori için en az “0” en fazla “6” kez bilgi verildiği saptanmıştır. Düzeyler, rehber bir kategoride hiç bilgi vermediyse “hiç”, arka arkaya ya da turun farklı zamanlarında en az bir en fazla iki kez bahsettiyse “düşük”, en az üç en fazla dört kez bahsettiyse “orta”, en az beş en fazla altı kez bahsettiyse “yüksek” olarak belirlenmiştir. Bilgilerin hangi kategoriye dâhil olduğu, iki uzman ve araştırmacı tarafından değerlendirilerek “görüş birliği” ve “görüş ayrılığı” olan etkinlik sayıları gözden geçirilerek etkinlik kategorileri üzerinde gerekli düzenlemeler yapılmıştır.

## BULGULAR

Katılım gösterilen turlardaki turist rehberlerinin demografik bilgilerine Tablo 1’de yer verilmiştir. Buna göre rehberlerin yalnızca biri kadinken, diğerleri erkektir. Rehberlerin yaşı 24 ile 52 arasında, mesleki deneyimleri 1 ile 15 yıl arasında değişim göstermektedir.

*Tablo 1. Turist Rehberlerine İlişkin Demografik Bilgiler*

No	Kod	Cinsiyet	Yaş	Deneyim Süresi (Yıl)	Destinasyondaki Deneyim (Yıl)	Tur Türü
1	A	Kadın	24	1	1	Yeşil
2	B	Erkek	37	8	4	Kırmızı
3	C	Erkek	52	15	15	Yeşil
4	D	Erkek	28	4	4	Kırmızı
5	E	Erkek	45	2	2	Tüm Bölge Yerli (2 gün)
6	F	Erkek	34	10	5	Yeşil
7	G	Erkek	32	6	2	Kırmızı

Turist rehberlerinin tur esnasında destinasyonun gastronomik unsurları hakkında bilgi verme düzeylerine ilişkin bulgular Tablo 2’de sunulmuştur. Araştırmada kategoriler arası farklılıkların net bir şekilde ortaya koyulması amacıyla bilgi düzeylerine puan verilmiştir. Buna göre; hiç=0, düşük=1, orta=2, yüksek=3 olarak puanlanmış ve her bir kategorinin ve rehberlerin gastronomik unsurlara ilişkin düzeyleri puan olarak hesaplanmıştır. Tablo 2 incelendiğinde; gastronomik unsurlar hakkında verilen bilgilerin bilgi kategorisine, turun türüne, turist grubunun yerli ve yabancı olmasına göre farklılaştığı tespit edilmiştir. Ancak rehberin deneyim süresi ve destinasyondaki deneyim süresinin verilen bilgi düzeyi üzerinde etkili olmadığı görülmektedir.

*Tablo 2. Turist Rehberlerinin Tur Esnasında Destinasyonun Gastronomik Unsurları Hakkında Bilgi Verme Düzeyleri*

Rehber	Yiyecek-İçecek	Flora&Fauna	Tarımsal ve Hayvansal Ürünler	Gastronomi Temelli Etkinlikler	Önemli Üreticiler	Hediyelik Yiyecek-İçecek	Toplam Puan
A	Orta	Orta	Orta	Düşük	Düşük	Düşük	9
B	Orta	Düşük	Düşük	Hiç	Düşük	Düşük	6
C	Düşük	Yüksek	Yüksek	Hiç	Düşük	Hiç	8
D	Orta	Düşük	Düşük	Hiç	Düşük	Düşük	6
E	Orta	Orta	Orta	Düşük	Orta	Yüksek	12
F	Yüksek	Orta	Orta	Hiç	Düşük	Düşük	9
G	Düşük	Düşük	Düşük	Hiç	Düşük	Orta	6
Toplam Puan	13	12	12	2	8	9	

Buna göre, bilgi kategorisi açısından değerlendirildiğinde en fazla bilginin yiyecek-içecek, flora&fauna ve tarımsal ve hayvansal ürünler kategorilerinde verildiği saptanmıştır. Turun türüne göre, iki gün boyunca tüm bölgenin gezildiği turda en fazla bilginin verildiği, ardından kırmızı tura göre daha fazla alanın gezildiği yeşil turda verilen bilginin fazla olduğu, destinasyonun gastronomik unsurlarına ilişkin en az bilgi verilen tur türünün ise kırmızı tur olduğu belirlenmiştir. Son olarak, yerli grupla yapılan turun süresinin ve gezilen alanın fazla olması nedeniyle bu turlarda daha fazla bilgi verildiği, yabancı turistlerin ağırlıklı olduğu turlarda ise gastronomik unsurlara ilişkin verilen bilginin daha düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

## SONUÇ

Turist rehberleri turistlerle sürekli ve sıkı temas halinde olmaları nedeniyle hizmet verdikleri destinasyon açısından kritik öneme sahiptirler. Rehberler, sahip oldukları önemli rollerinden biri olan bilgilendirme rolü gereği turistlere bölgenin doğal, tarihi ve kültürel çekicilikleri hakkında anlatımlar yapmaktadırlar. Bir bölgenin kültürel çekicilikleri arasında değerlendirilebilecek gastronomik unsurlar hakkında verilecek bilgiler, turistlerin ihtiyaç duyduğu bilgileri edinmesinin yanı sıra, zevk amacıyla veya fizyolojik gereksinimlerini karşılamak amacıyla yemek ihtiyacını karşılamak istediğinde tercihini yönlendirmeye yardımcı olacaktır. Aynı zamanda, yemek ile mutluluk arasındaki ilişkinin turistler nezdinde ortaya çıkarılması suretiyle memnun olmaları sağlanacak, tekrar ziyaret etmeleri ve tavsiye etmelerine katkı sunulabilecektir.

Çalışmada Kapadokya bölgesinde faaliyet gösteren turist rehberlerinin tur esnasında bölgenin gastronomik unsurlarına yer verme düzeyleri katılımcı gözlem tekniği ile araştırılmıştır. Araştırma sonucunda rehberlerin gastronomik unsurlar arasında en fazla bilgiyi yiyecek-içecek, flora&fauna ve tarımsal ve hayvansal ürünler kategorilerinde verdiği tespit edilmiştir. Turun türüne göre iki gün süren turda tur süresinin diğerlerine kıyasla uzun olması nedeniyle en fazla bilginin verildiği, bunu sırasıyla daha fazla alanın gezildiği yeşil turun izlediği ve en az bilginin ise kırmızı turda aktarıldığı belirlenmiştir. Son olarak yerli turistlerin ağırlıklı olduğu turlarda bilgi verilmeye düzeyinin yabancı turistlerin ağırlıklı olduğu turlara kıyasla daha fazla olduğu saptanmıştır.

Araştırma bulguları alanyazında konuya ilişkin sınırlı çalışmalardan biri olan İrigüler ve Güler (2017)'in bulgularıyla örtüşmektedir. Katılım gösterilen turların klasik turlar olduğu göz önünde bulundurulduğunda rehberlerin turist gruplarına bölgenin gastronomik unsurlarına ilişkin bilgi vermeye çalıştıkları ancak bu bilginin çeşitli kriterlere göre farklılaştığı görülmektedir. Ayrıca her bir rehber için altı kategori üzerinden gastronomik unsurlar hakkında bilgi verme düzeylerinin ölçüldüğü ve toplam yedi rehberle tura çıkıldığı düşünüldüğünde (kırk iki ölçüm), sadece dört kez "yüksek" düzeyde bilgi verilmesi verilen bilginin sınırlı düzeyde kaldığı anlamına gelmektedir.

Araştırma sonuçlarından hareketle rehberlerin bölgenin doğal ve kültürel mimari çekicilikleri kadar gastronomik unsurlarına yönelik bilgi verebilmeleri için bir takım öneriler geliştirmek mümkündür. Rehberlerin bölge gastronomisine yönelik bilgi dağarcıklarını geliştirmek için Nevşehir Rehberler Odası (NERO) tarafından bilgilendirme toplantıları yapılabilir. Rehberlikte uzmanlaşma kapsamında gastronomi rehberliği alanının bakir bir alan olduğu ve rehberlerin bu alanda uzmanlaşmaları takdirde daha az zahmetle, daha çok zevk alarak, daha yüksek ücretleri kazanabilecekleri vurgulanabilir. Bu konuda NERO ve Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü ortak çalışmalar yürütülebilir. Araştırmada verilerin sadece katılımcı gözlem tekniği ile toplanmış olmasının araştırmanın en büyük sınırlılığı olduğunu söylemek mümkündür. Bu nedenle gelecekte yapılacak araştırmalarda turist rehberleri ve turistlerle yapılacak görüşmelerle ve uygulanacak anket formlarıyla veri çeşitlenmesine gidilebilir.

## KAYNAKÇA

- Akay, B. ve Özöğütçü, B. (2018). Turist rehberlerinin turlarda gastronomiyi kullanmaları üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(Special issue3), 143-153.
- Akay, B. ve Özöğütçü, B. (2019). Turist rehberlerinin gastronomi bilgisi ve algısının tavsiye niyetine etkisi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 1412-1424.
- Ap, J. ve Wong, K. K. F. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22, 551-563.
- Başoda, A., Aylan, S., Kılıçhan, R. ve Acar, Y. (2018). Gastronomi uzmanlığı, turları ve rehberliği: Kavramsal bir çerçeve. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(3), 1809-1926.

- Cohen, E. (1985). The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29.
- Gálvez, J. C. P., Granda, M. J., Lopez-Guzman, T. ve Coronel, J. R. (2017). Local gastronomy, culture and tourism sustainable cities: The behavior of the American tourist. *Sustainable Cities and Society*, 32, 604-612.
- Geva, A. ve Goldman, A. (1991). Satisfaction measurement in guided tours. *Annals of Tourism Research*, 18(2), 177-185.
- Giovanelli, S. E. (2017). Culinary heritage in Turkey cultural policy, official practice and online representation of food culture (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Bilgi Üniversitesi, İstanbul.
- Güftâ, H. ve Kan, M. (2011). İlköğretim 7. Sınıf Türkçe ders kitabının dil ile ilgili kültür öğeleri açısından incelenmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 239-256.
- Holloway, J. C. (1981). The guided tour a sociological approach. *Annals of Tourism Research*, 8(3), 377-402.
- Hughes, K. (1991). Tourist satisfaction: A guided "cultural" tour in North Queensland. *Australian Psychologist*, 26(3), 166-171.
- İrigüler, F. ve Güler, M. E. (2017). Tourist guides' perceptions on gastronomic tourism in Turkey. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(1), 3-19.
- Kanık, İ. (2016). Gastro medya ve gastro kültürün kavramsal incelemesi. *Folklor/Edebiyat*, 22(88), 83-98.
- Knudson, D. M., Cable, T. T. ve Beck, L. (1995). Interpretation of cultural and natural resources. State College, PA: Venture Publishing.
- KTB. (2019). Konaklama istatistikleri. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201120/konaklama-istatistikleri.html> sayfasından erişildi.
- Lofland, J. ve Lofland, L. H. (1995). Analyzing social settings: A guide to qualitative observation and analysis. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.
- Öter, Z. ve Sarıbaş, Ö. (2018). Turist rehberlerinin görevleri ve rolleri. S. Eser, S. Şahin ve A. C. Çakıcı (Ed.), *Turist rehberliği* (s. 101-118) içinde. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Pond, K. L. (1993) *The professional guide: Dynamics of tour guiding*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- van Westering, J. (1999). Heritage and gastronomy: The pursuits of the "new tourist". *International Journal of Heritage Studies*, 5(2), 75-81.
- Webb, E. J., Campbell, D. T., Schwartz, R. D. ve Sechrest, L. (2000). *Unobtrusive research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- WFTGA. (2019). Turist rehberi tanımı. <http://www.wftga.org/tourist-guiding/what-tourist-guide> sayfasından erişildi.
- Yurdigül, A. (2010). *Kültür endüstrisi bağlamında yemek kültürü eleştirisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Atatürk Üniversitesi, Erzurum.