



Tokat İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin İncelenmesi ve Geliştirilmesi

Investigation and Development of Gastronomy Tourism Potential of Tokat Province

Handan ÖZÇELİK BOZKURT

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Zile Dinçerler Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, handan.ozcelik@gop.edu.tr

Öz

Tokat ili tarihi, kültürü ve doğası ile artan bir turizm potansiyeline sahiptir. Zengin tarihi mirası ve kültürü ile farklı turizm türlerine yönelik ev sahipliği yapmaktadır. Bu turizm türlerinden biri olan gastronomi turizmi; son yılların pek çok turizm destinasyonunu güçlendiren önemli bir turizm çeşididir. Tokat için de gelir getiren ve gelecek yıllarda çok daha yüksek oranda talep edilecek olan bir alternatif turizm türüdür. Bu araştırmanın amacı; Tokat ilinde gastronomi turizminin mevcut durumunu tespit etmek ve gastronomi turizmi açısından potansiyelini ortaya çıkarmaktır. Çalışma kapsamında; gastronomi turizmine yönelik literatür incelemesi gerçekleştirilerek; gastronomi turizminin tarihsel gelişimi, gastronomi turizmi kavramı ve destinasyonlar için önemine değinilmiştir. Tokat ilinin gastronomi turizm potansiyeli ele alınarak; Tokat ilinde gastronomi turizminin önündeki fırsatlar, tehditler, güçlü ve zayıf yönler değerlendirilmiştir. Genel bir değerlendirmeye özel sektör, kamu kurumları ve araştırmacılara bazı önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Turizm, Swot Analizi, Tokat turizmi, turizm.

Abstract

Tokat province has an increasing tourism potential with its history, culture and nature. It is hosted to rich historical heritage and culture and different kinds of tourism. One of these tourism types, gastronomic tourism; is an important type of tourism that has strengthened many tourism destinations in recent years. It is an alternative type of tourism that brings income for Tokat and will be demanded much higher in the years to come. The purpose of this research; To determine the current situation of gastronomic tourism in Tokat province and to reveal its potential in terms of gastronomic tourism. Scope of work; by conducting a literature review on gastronomy tourism; the historical development of gastronomic tourism, the concept of gastronomic tourism and the importance of destinations. Considering the gastronomy of Tokat province with the potential of tourism; The opportunities, threats, strengths and weaknesses of gastronomic tourism in Tokat province are evaluated. Some suggestions have been made to the private sector, public institutions and researchers with a general evaluation.

Keywords: Gastronomy tourism, Swot analysis, Tokat tourism, tourism.

Giriş

Turizmin yapısı gereği sunduğu hizmetler, sahip olduğu çekicilikler, nitelikli iş gücü ve özgün bir pazarlama yönetimi ile rakipleri ile aynı platformda yer aldığı bilinmektedir. Pazarda kalmak ve rakiplerine nazaran daha büyük bir pay alabilmek adına sadece ürünlerin niteliği ve özgünlüğü değil aynı zamanda o ürünler ile marka bir destinasyon olması da önemlidir. Özellikle turizmin hızlı güncellenen yapısı bilginin kısa sürede değişimini ve yenilenmesini gerekli kılmakta; marka imajı yüksek destinasyonlar ise en karlı biçimde bu pazarda kalmaktadır. Hemen hemen her destinasyonun karakteristik yapısı ve kendine özgün kimliği olsa da; bazı pazarlama çabaları bu imajın oluşmasında önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle son dönemlerde pek çok destinasyonun kullandığı bir turizm çeşidi olan gastronomi turizmi destinasyon markalaşmasında ve rekabet edilebilirliğinde kayda değer bir unsur olarak görülmektedir (Göynüşen, 2011; Aydın, 2015).

Toplumun oluşmasında bazı önemli değerler vardır. Bunlardan biri olan kültür ve kültürel birikim o toplumun faaliyetlerini, gelişimini, ekonomisini etkilemektedir. Kültürel değerlerin etkilediği yaşam biçimi yemeklerin oluşturulması sürecinin ilk aşaması olan besinlerin temin edilmesi ve hazırlanmasından, pişirilmesine, servis edilmesine kadar yeme-içmenin hemen hemen her sürecini etkilemektedir. Turistlerin istek ve beklentilerindeki farklılaşan ihtiyaçların kültür odaklı değişimi; yeme içme kültürüne duyulan merakı ortaya çıkarmış, gastronomi turizmi olarak tanımlanan bir turizm türünün ortaya çıkışına sebep olmuştur (Gezmen Karadağ, vd., 2014; Gökdeniz, vd., 2015).

Kivela ve Crotts (2008)'a göre gastronomi turizmi; ziyaret edilen destinasyonların yiyecek-içecek açısından turistler tarafından bulunması ve tercih edilmesini, o bölgedeki yöresel ürünlerin tadılması ve deneyimlenmesini kapsayan seyahatlerdir. Zengin ve arkadaşlarına (2015:3) göre gastronomi turizmi temel seyahat motivasyonu özel bir yemeği denemek ya da o yemeğin nasıl üretildiğini öğrenmek amacıyla üreticileri, festivalleri, restoranları ve özen anları deneyimlemek, orada bulunmaktır. Gastro-turistler ise genel kültür düzeyi yüksek, kitle turizmi yerine alternatif turizm türlerini tercih eden, farklı mutfakları deneyimlemeyi tercih eden turist gruplarıdır. Gastronomi turizmi genellikle bu kitlenin ilgisini çeken ancak farklı turist gruplarının da deneyimlemesine imkan tanıyan, paylaşmayı seven, yıl boyunca gerçekleştirilmeye müsait, yerel ekonominin değerini ve önemini arttıran ve destinasyonun pazarlanmasında ve rekabet edebilirliğinde katkı sunan bir turizm türü olarak karşımıza çıkmaktadır (Deniz ve Atışman, 2017).

Bu araştırmada; gastronomi ve gastronomi turizmi kavramsal açıdan incelenerek; Tokat ilinin mevcut kültürel değerlerinden biri olan yeme-içme kültürü değerlendirilerek; gastronomi turizmüne yönelik swot analizi ile Tokat ilinin gastronomi turizmüne yönelik mevcut durumu ve geliştirilmesine dair öneriler belirtilecektir.

Gastronomi Kavramı

Canlıların vücutlarına besin alımı, vazgeçilemez fizyolojik bir ihtiyaç olmasına rağmen yemek yeme, temel fizyolojik ihtiyaçların ötesinde bir eylemdir. Yemek yeme eylemi çeşitli fizyolojik, psikolojik, ekonomik, ekolojik, siyasi, toplumsal ve kültürel süreçlerin kesiştiği noktada yer almaktadır. Söz konusu kesişme noktaları insanlara ve sosyal bilimlere son derece ilgi çekici amaç ve uğraşlar sunmaktadır (Beardsworth ve Keil, 2011). Yemek yeme eyleminin çeşitli bilim dallarıyla yakın ilişkisi gastronomi kavramını ortaya çıkarmıştır. Gastronomi kelimesinin etimolojik kökenleri incelendiğinde, kelimenin Yunanca 'gastros' (mide) ve 'nomos' (yasa, kural) sözcüklerinden meydana geldiği görülmektedir (Mark, 1997). Söz konusu kelimelerden yola çıkılarak yapılan tanımlarda gastronomi; iyi yemek yeme merakı, sağlığa uygun, iyi



hazırlanmış, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi şeklinde çeşitli açıklamalarla literatürdeki yerini almıştır (Belge, 2008). Gastronominin amacı, yemek yemekten zevk alınmasının yanında, yiyecek ve içeceklerin hijyenik bir ortamda hazırlanması, damak ve göz zevkine hitap etmesini sağlamaktır (Hatipoğlu vd., 2009).

Gastronomi Turizmi

Gastronomi turizmi literatürde, “gastronomy tourism”, “food tourism”, “culinary tourism”, “gastro-tourism”, “gourmet tourism” “wine tourism”, gibi farklı terimlerle ifade edilse de geniş kapsamda kullanılan “gastronomi turizmi” terimi, “farklı yiyecek ve içecek deneyimleri peşinde olmak” şeklinde tanımlanmaktadır. Genel itibarıyla bir yemeğin benzersiz olması, herhangi bir ülke, bölge veya yöreye ait olması olarak ifade edilen gastronomi turizminin temel ilgi alanı özgün yemek ve şaraplardır (Hall ve Mitchell 2000, Groves 2001; Çağlı 2012).

Bölge halkının yerel yiyecek ve içecek ürünlerini sahiplenmesi ve nesilden nesile aktarması gastronomi turizminin geliştirilmesinde önemli rol oynamaktadır. Gastronomi turizmine katkı sunma potansiyeli olan paydaşlardan bazıları; bölge halkı, restoranlar, oteller, tur operatörleri, bireysel bağçılar, paket kullanan veya münferit turistler ve yerel ticari işletmelerdir (Alonso ve Liu 2011).

Gastronomi turizmi bir özel ilgi turizmi olmasıyla birlikte yemeklerin tadıldığı bölgelerde kültürel özelliklerin tanıtılmasıyla gastronomi- kültür turizmi sentezi oluşmaktadır (Akgöl, 2012). Dünyada turistlerin %88.2’si gidecekleri destinasyonun yemeklerini tercih sebebi olarak görmektedirler. Türkiye turizminden elde edilen gelirin en büyüğü yiyecek ve içecek sektörüne aittir. Turistlerin Türkiye’de yaptıkları toplam harcama içerisinde yiyecek ve içeceğin payı %19 ile %20 civarındadır (<https://www.tursab.org.tr>). Yapılan bir başka çalışmaya göre ise yabancı turistlerin Türkiye’yi tercih etme nedenleri arasında Türk yemeklerini tatma isteği beşinci sırada yer almaktadır (Akman 1998, Arslan 2010).

İtalya; makarna ve pizza, İspanya; tapas usulü atıştırmalıklar, gazpacho çorbası veya paella pilavı, İsviçre; çikolata ve viski, Uzak Doğu; sushi ve benzeri özgün deniz ürünü yemekleri ile ünlüdür ve bu örnekler çoğaltılabilir. Türkiye ise genellikle döner ve kebab çeşitleri ön plana çıkmaktadır. Ankara Ticaret Odası ve Türk Patent Enstitüsü’nün gerçekleştirdiği 81 ili kapsayan ortak çalışmada “Türkiye’nin Lezzet Haritası” belirlenmiştir. Araştırma sonuçları Türkiye’de 2205 çeşit yöresel yiyecek içecek olduğunu ortaya koymuştur (Deniz ve Atışman, 2017).

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın amacı; turistik potansiyelinin hızlı bir artış gösterdiği Tokat’ta gastronomi turizminin varlığı ve mevcut durumu tespit edilmesi ve geliştirilmesine dair öneriler sunulmasıdır. İlin eksiklikleri, fırsatları ve zayıf, güçlü yanları belirlenmesi çalışmanın alt amacıdır. Bu amaca istinaden Swot analizi gerçekleştirilmiş ve Tokat ilinin gastronomi potansiyeli ortaya konulmaya çalışılmıştır. Swot analizi; makro yada mikro düzeyde bir kurumun ya da işletmenin, destinasyonun birkaç konuya dair “Üstünlükler” (Strengths) ve “Zayıflıklar” (Weaknesses) “Fırsatlar” (Opportunities) ve “Tehditler” (Threats) başlıkları çerçevesince durumunun tespit edilmesidir (Dinçer ve Dinçer, 2006: 178). Tokat ilinin gastronomi turizmi SWOT analizi aracılığıyla incelenen bu çalışmada elde edilen bulgular; Tokat ili gastronomi turizminin güçlü yanları, zayıf yanları, fırsatları ve tehditleri olmak üzere dört bölümden incelenmeye çalışılmıştır.



Araştırmanın Bulguları

Tokat ilinin büyük kısmı Orta Karadeniz bölümünün iç kesiminde kalmaktadır. Tokat; 9,958 km² yüzölçümüne ve 602.086 nüfusa sahiptir (<http://www.tuik.gov.tr>). Kentte; merkez dışında 11 ilçe, 64 belde ve 579 köy bulunmaktadır (<http://tokat.bel.tr>). Deveci dağlarının orta kesiminin kuzey yamaçlarından doğarak soldan Yeşilirmak'a kavuşan bir akarsu vadisinde kurulmuş olan kent, engebeli bir bölgede yer almaktadır (Büyük Larousse, 1986).

Tokat yöresi yemek kültürü ve özelliklerine yönelik inceleme ve gözlemlerin ardından gastronomi turizmi ürünü olma potansiyeline sahip yiyecek ve içecekler şu şekilde sıralanabilir:

- ✓ Tokat kebabı özellikle yaz mevsiminde kuzu eti, patates, Tokat patlıcanı ve biberi ile şişlere dizilerek özel soba veya fırınlarda pişirilen en bilinen yemeklerindedir.
- ✓ Tokat ili, üzüm bağları ile ünlüdür ve Türkiye'deki birçok bölgeye üzüm yapraklarının satışı gerçekleştirilir. Yöre halkı bu yapraklar ile etli, patatesli ve baklalı sarmalar yapmaktadırlar.
- ✓ Tokat'ın Zile ilçesine özgü beyaz pekmez; üzüm şırası, yumurta akı ve pekmez toprağının uzun süre karıştırılarak kaynatılması sonucu elde edilir. Sade veya cevizli olarak üretilen beyaz pekmez genellikle kahvaltılarda tüketilir.
- ✓ Tokat ilinin bir diğer simgesi ise "Tokat kömesi"dir. Üzümünden elde edilen şıra ve ceviz ile yapılır. Yöre üzümünün ince damarlı yapısı köme yapmaya oldukça elverişlidir.
- ✓ Tokat'ta yetişen üzümlerin ve mahlebin sentezlenmesiyle elde edilen "mahlep şarabı" şaraba farklı bir yaklaşımın ürünüdür.
- ✓ Biber salçası, çemen otu, ceviz, sarımsak, nane, zeytinyağı ve tuz eklenerek yapılan "Tokat çemeni" kahvaltılık veya sos olarak tüketilebilen yöreye özgü bir besin kaynağıdır.
- ✓ Yöre kasapları tarafından yapılan "bez sucuk" mermerşahi türü bezlerin ambalaj malzemesi olarak kullanılmasıyla elde edilir. Isıl işlem görmeden üretilen bez sucuklar; kendine özgü tadı ve doğal fermente gıda olmaları nedeniyle Tokat halkı tarafından sıklıkla tüketilir.
- ✓ Birçok farklı yemek çeşidine ev sahipliği yapan Tokat; bat, keşkek, siyah haşhaşlı çörek ve katmerleri, madımak, fasulye ve patlıcan tava, kuşburnu marmelatı, tavuklu kurutulmuş bamyaya, düğü (ince bulgur) pilavı, cevizli yağlı çörek, yoğurtmaç, patlıcan turşusu kavurması gibi birçok yöresel mutfak ürünlerini bünyesinde barındırmaktadır.

Tokat ilinin gastronomi alanında markalaşabilmesi ve gastronomi turizminden elde edilen gelirinin artırılabilmesi için markalaşma sağlayabilecek gastronomi unsurları ve kent olanaklarının ortaya konulması yoluyla bir stratejik analiz geliştirilmelidir. Bu düşünceden hareketle araştırma kapsamında SWOT analizi yöntemi kullanılması uygun görülmüştür. Tokat ilinin güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditlerine yönelik SWOT analizi Tablo 1.'de yer almaktadır.



Tablo 1. Tokat İlinin Gastronomi Turizmine Yönelik Swot Analizi

Güçlü Yönler (S)	Zayıf Yönler (W)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tarihi ve doğal zenginliklerin varlığı (Anadolu'da kurulan ilk medrese, tarihi camiler ve evler, Balıca Mağarası vb.), ✓ Karayolu ulaşımına elverişli olması, ✓ Gastronomi turizmüne uygun olması, ✓ Gastronomi ürün çeşitliliğinin olması, ✓ Eski yerleşim bölgelerinde geleneksel yaşam tarzının sürdürülüyor olması, ✓ El sanatlarını yaşatmaya yönelik çalışmaların varlığı, ✓ Turizm sektöründe çalışacak işgücü potansiyelinin varlığı. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gastronomi turizmi kavramının yeterince bilinmiyor olması, ✓ Gastronomi ürün çeşitliliği ve gastronomi turizmüne elverişliliği konusundaki çalışmaların azlığı, ✓ Gastronomi turizmüne elverişli ürünlerin tanıtım ve pazarlanmasına yönelik yetersizlikler, ✓ Tarihi ve doğal zenginliklerin yeterince tanıtılmaması, ✓ Alternatif turizm çeşitlerinin olmaması, ✓ Büyük ve çok nüfuslu illere uzak olması, ✓ Konaklama imkanlarının yetersiz olması, ✓ Mevcut havaalanının faaliyette olmaması.
Fırsatlar (O)	Tehditler (T)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Halkın kent turizmini geliştirme konusunda istekli olması, ✓ Çeşitli gastronomi ürünlerinin tanıtım ve pazarlanması konusunda mevcut alt yapının olması, ✓ Bölge üzümlerinden elde edilen şarapların çeşitlendirilmesiyle birlikte etkin tanıtım ve pazarlama yöntemlerinin kullanılması, ✓ Tarihi ve doğal zenginliklerin etkin tanıtımı yoluyla kentin alternatif turizm çeşitlerine uygun hale getirilmesi, ✓ Yerel yönetimin turizmi geliştirme konusunda destek vermesi. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Halkın turizm bilincinin yeterli olmaması, ✓ Genç nüfusun geleneksel gastronomi ürünlerini kullanmama ve unutma olasılığı, ✓ Alt yapı veya ulaşım imkanlarının yetersizliği nedeniyle kentin çevre iller ile rekabet gücünün giderek zayıflaması.

Sonuç ve Öneriler

Gastronomi turizmi bir ülke, bölge veya kentin turizm imajını güçlendirmek için önemli fırsatlar sunmaktadır. Destinasyon seçiminde özellikle yiyecek ve içeceklerin özgünlüğü veya çeşitliliğine dikkat eden turist sayısındaki artış istatistikî veriler ile de ispatlanmıştır (<https://www.tursab.org.tr>). Bir destinasyonun sadece yemekleri için özel ilgi turizmi hareketine katılan turistlerin yanı sıra; yeme ve içmeyi tatil deneyiminin önemli bir parçası olarak gören ziyaretçi sayısı oldukça fazladır. Türkiye genellikle kitle turizmi destinasyonu olarak değerlendirilmekte ve alternatif turizm çeşitliliği bakımından potansiyelini tam olarak



kullanamamaktadır. Türkiye’de uzun vadeli turizm stratejilerini gerçekleştirmek, turizm geliri ve turist sayısını artırmak veya gastronomi-kültür sentezini turistlere tanıtmak bakımından gastronomi turizmine yönelik akademik çalışmaların yapılması bir gereklilik haline gelmiştir.

Bir şehrin mutfak geleneği ve kültürel kimliği o şehrin turistik imajını ortaya koymada büyük paya sahiptir. Şehre özgü mutfak ürünlerini turistik ürün olarak değerlendirmek ve söz konusu farklılığı rekabet avantajına dönüştürmek şehrin işgücü talebinin doğmasına, alt yapı hizmetlerinin iyileşmesine ve olumlu bir kent imajı elde etmesine olanak tanımaktadır. Bu bakımdan bir destinasyonun cazibe merkezi haline getirilmesinde gastronomi unsurlarının ön plana çıkarılması önem arz etmektedir.

Gastronomi turizmi açısından Tokat kebabı, Zile pekmezi, mahlep şarabı, bez sucuk, cevizli köme, yöreye özgü üzüm yapraklarıyla elde edilen (etli, patatesli ve baklalı) sarmalar, çemen, bat, keşkek, siyah haşhaşlı çörek ve katmerler, madımak, fasulye ve patlıcan tava, kuşburnu marmelatı, tavuklu kurutulmuş bamyaya, düğü (ince bulgur) pilavı, cevizli yağlı çörek, yoğurtmaç, patlıcan turşusu kavurması gibi birçok mutfak ürününün Tokat ilinin coğrafi simgeleri haline gelmesi ve markalaşması mümkündür.

Sonuç olarak Tokat ilinin gastronomi turizmi potansiyelini ortaya koymak ve mevcut gelirden daha fazla pay elde edilebilmek için aşağıda yer alan önerilerin dikkate alınması faydalı olacaktır:

- Şehre özgü ve unutulmaya yüz tutmuş lezzetlerin tam olarak belirlenmesi,
- Turistler tarafından en çok ziyaret edilen şehir merkezi, tarihi veya doğal güzelliklerin olduğu bölgelerde kültürel lezzetlerin sunulduğu işletmelerin hizmet vermesi ve bu konuda yerel yöneticilerin teşvik edici olması,
- Yerel halkın gastronomi turizmi konusunda bilinçlendirilmesi,
- Gastronomi turizmi konusunda bilirkişilere danışılarak gastronomik ürün tanıtım ve pazarlanmasına önem verilmesi,
- Özellikle mahlep şarabı ve diğer şarap türlerinin tanıtım ve ulaştırma ağına önem verilmesi,
- Yöresel yemek festivalleri düzenlenmesi,
- Şehirde var olan tarihi, kültürel ve doğal zenginliklerin tanıtılması ve destinasyonun ziyaret için daha cazip hale getirilmesi,
- Şehrin alternatif turizm çeşidi potansiyeli konusunda incelemeler yapılması,
- Şehrin konaklama ve hava ulaşımı imkanları bakımından yeterli hale getirilmesi,
- Gastronomi turizminde hizmet verecek aşçı ve diğer personellerin alanında eğitim almış olmasına özen gösterilmesi,
- Valilik, kaymakamlık, belediyeler, kültür ve turizm müdürlükleri, resmi ve sivil kurum ve kuruluşların web sitelerinde yöresel yiyecek ve içeceklerin tanıtımına yer vermeleri

Kaynakça

Akgöl, Y. (2012). Gastronomi Turizmi ve Türkiye’yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi, *Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Mersin.*

Akman, M. (1998). Yabancı Turistlerin Türk Mutfağından Beklentileri, Yararlanma Durumları Ve Türk Mutfağına Turizme Katkısı Üzerine Bir Araştırma, *Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ev Ekonomisi Ana Bilim Dalı, Ankara.*



Alonso, A.D., Liu, Y. (2011). The Potential For Marrying Local Gastronomy And Wine; The Case Of The Fortunate Islands, *International Journal Of Hospitality Management*, 30, 974-981.

Arslan, Ö. (2010). Yabancı Turistlerin Yiyecek İçecek İşletmeleri, Personeli ve Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi: Alanya Örneği, *Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Ana Bilim Dalı, Ankara*

Aydın, E. (2015). Gastronomi Turizminin Şehir Markalaşmasına Etkisi: Afyonkarahisar İli Örneği. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.*

Beardsworth, A., Keil T., (2011). *Yemek Sosyolojisi*. Ekinoks Yayınevi, Ankara.

Belge, M. (2008). *Tarih Boyunca Yemek Kültürü*. İletişim Yayınları, İstanbul.

Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi (1986) 22. Cilt.

Çağlı, I. B. (2012). Türkiye'de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü:

Gastronomi Turizmi Örneği, *Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı, Bölge Planlama Bilim Dalı, İstanbul.*

Deniz, T., Atışman, E., (2017). Kayseri İlinin Gastronomi Turizmine Yönelik Bir SWOT Analizi Çalışması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3); 56-65.

Dinçer İ., ve Dinçer, F., (2006), Kütahya İlinin Ekonomik Gelişmesi, Kütahya İlinin Gelişmesinde Turizm Sektörünün Yeri ve Önemi, *İktisadi Araştırmalar Vakfı*, s.178.

Gezmen Karadağ, M., Çelebi, F., Ertaş, Y. ve Şanlıer, N. (2014). *Geleneksel Türk Mutfağından Seçmeler: Besin Öğeleri Açısından Değerlendirilmesi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Gökdeniz, A., Erdem, B., Dinç, Y. ve Çelik Uğuz, S. (2015). Gastronomi Turizmi: Ayvalık'ta Yerli Turistler Üzerinde Görgül Bir Araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 14-29.

Göynüşen, S. E. (2011). Edirne'deki Gastronomik Kültürün Kentin Pazarlama ve Markalaşmasına Etkileri. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.*

Groves, A. M. (2001). Authentic British Foodproducts: A Review Of Consumer Perceptions. *International Journal of Consumer Studies*, 25 (3); 246-254.

Hall, M., Mitchell, R. (2005). Gastronomic Tourism: Comparing Food and Wine Tourism Experiences (89-100), M. Novelli (Editör), *Nichetourism, Contemporary Issues, Trends and Cases*.

Hatipoğlu, A., Batman, O., Sarıışık, M. (2009). Gastronomi ve Din, *3.Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirisi*, Alanya.

Mark, J. (1997). Aspects of Male Circumcision in Sub-Equatorial African Culture History. *Health Transition Review*, 7: 337-359.

Zengin, B., Uyar, H., Erkol, G. (2015), Gastronomi Turizmi Üzerine Kavramsal Bir İnceleme, 15. Ulusal Turizm Kongresi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

İnternet Kaynakları:

<http://tokat.bel.tr/sayfa/detay/51>

<http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>

https://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu_12302_3531549.pdf