



## Yöresel Yemeklerin Bölge Turizmine Katkısı: Samsun Kaz Tiridi Örneği (The Role of Local and Regional Food in Local Tourism: Sample of Samsun Kaz Tiridi)

\*Murat **TEKBALKAN**<sup>a</sup> 

<sup>a</sup> On Dokuz Mayıs University, Havza Vocational School, Department of Tourism and Hotel Management, Samsun/Turkey

### Makale Geçmişi

*Gönderim*

*Tarihi:10.11.2017*

*Kabul Tarihi:06.12.2017*

### Anahtar Kelimeler

Kaz tiridi

Yemek kültürü

Samsun

### Keywords

Goose sliver

Food culture

Samsun

### Öz

Yeme-içme ihtiyacı, insanların en temel biyolojik gereksinimlerinin başında gelmektedir. Aynı zamanda bir milletin kültürel özelliklerini ve zenginliklerini yansıtmaktadır. Dünyada birçok yönden farklılığı bulunan, fakat toplum olarak yaşayabilen insanların en temel özelliklerinden biri ortak bir kültüre sahip olmasıdır. Kültürün bir parçası olan yemek, her ne kadar tarih boyunca değişikliklere uğramışsa da günümüzde birlikteliklerin önemli bir ayağını oluşturmaktadır. Orijinalliğini kaybetmemiş yemekler, hem kültürel zenginliğin hem de turizm faaliyetlerinin önemli bir tamamlayıcısıdır. Çalışmanın amacı; Samsun yöresine ait kaz tiridinin bölge turizmine olan katkısını belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda; Havza, Kavak, Vezirköprü, Asarcık ve Ladik ilçelerinde bulunan ve kaz tiridi pişiren işletmeleri tercih eden misafirlerin Samsun mutfağı ve Samsun Kaz Tiridi ile ilgili algıları incelenmiştir. Ayrıca bu işletmelere gelen misafirlerin tercih nedenlerini ve memnuniyet düzeylerini belirlemeye yönelik anket uygulaması yapılmıştır. Anket sonuçlarına göre; kaz tiridi pişiren işletmeleri tercih edenlerin % 71,4'si Samsun ve çevre ilçelerden gelmekte ve memnuniyet düzeyleri de % 51,5'dir. Kaz tiridi yemeği, bölgenin en önemli lezzetleri arasında yer almasına rağmen yeterince tanınmamaktadır. Bu nedenle de festival, kutlama gibi özel günlerin vazgeçilmez yemekleri arasında daha fazla yer bulmalıdır.

### Abstract

Eating-beverage is one of the most basic biological requirements. At the same time it reflects the cultural property and diversity of a nation. One of the most basic characteristics of people who are different in many ways in the world but who can live as a society is that they have a common culture. The food, which is a part of the culture, is an important pillar today, although it has undergone changes throughout history. Food that has not lost its originality is an important complement to both its cultural diversity and its tourism activities. The purpose of this study; determine the effect of dried thin bread boiled with goose tirit on the tourism of the region. In accordance with this purpose; The sales quantities and guest profiles of the companies that are located in the districts of Havza, Kavak, Vezirköprü, Asarcık and Ladik are examined. In addition, a survey was conducted to determine the reasons and satisfaction levels of the guests. According to the survey results; 71,4% of those who come from Samsun and the surrounding provinces and their satisfaction level is 51,5%. Dried thin bread boiled with goose tirit is one of the most important flavors of the region. Even though the meals of goose tirit is among the most important flavors of the region, they are not well known. For this reason, the festival should find more places among the indispensable dishes of special occasions such as celebrations.

\* Sorumlu Yazar.

E-posta: [murat.tekbalkan@omu.edu.tr](mailto:murat.tekbalkan@omu.edu.tr) (M. Tekbalkan),

## **GİRİŞ**

Dünya kültür mirasının en önemli parçalarından birini oluşturan mutfak kültürü, tarih boyunca hayat bulduğu coğrafyaların özelliklerini ve birikimini yansıtan çok katmanlı kültürel bir zenginlik olmuştur. Mutfak kültürünün en temel unsuru olan ‘yemeğin’ en belirgin özelliği hem zorunluluk hem de zevk olmasıdır. Geçmişte sadece doyma amaçlı ve biyolojik ihtiyaç olan ‘yemek’ kavramı zaman içinde birikimle birlikte bir kültür haline gelmiştir (Hamilton, 2011). Yemek kültürü toplumların yaşam şekilleri ve coğrafi koşulları ile doğrudan ilgilidir. Dünya mutfaklarının ortak özellikleri bulunmakla beraber, hemen hemen her mutfağın kendine özgü özellikleri de vardır. Çoğu zaman bunlar din ve inanışların yasak ve emirleri, bölgeye özgü hayvan ve bitki popülasyonu ile sınırlıdır (Şavkay, 2000, s.11). Binlerce yıllık medeniyetin birleştiği ve bölgesel farklılıkların zenginleştirdiği Osmanlı kültürü yemeklere de yansımış ve günümüz Türk mutfağını oluşturmuştur. Türkiye’de yaşamış çeşitli uygarlıkların etkisiyle gelişen ve zenginleşen Türk mutfağı, dünyanın en zengin üç mutfağı arasında olup, aynı zamanda dünyanın en besleyici mutfağı olma özelliğine de sahiptir (Arlı, 1982, s.19).

Türkiye sahip olduğu tarihi, kültürel ve doğal güzellikleri ile dünyada önemli potansiyele sahip ülkeler arasındadır. Ancak süre gelen alışkanlıklardan dolayı 3S (deniz, kum ve güneş) turizminden başka diğer turizm türleri hak ettiği ilgiyi görememektedir. Bu nedenle de Türkiye’nin sahip olduğu çekiciliklerin turizme kazandırılması, turizm faaliyetlerinin her bölge/şehir ve mevsime yayılması, niş pazarların keşfedilip etkinleştirilmesi (Bucak ve Aracı, 2013, s.204) ve gastronomi turizmi gibi uzun yıllar ulusal ve uluslararası boyutta turizm etkinliklerinin ayrılmaz parçası haline getirilmesi için planlar hazırlanmalı ve bu planlar ülke politikaları haline getirilmesi gerekmektedir.

İnsanların seyahat nedenleri arasına giren, farklı lezzet ve tatları yerinde yaşama bir kültür haline gelmiş ve neticesinde de birçok destinasyon sahip oldukları mutfağı bir çekim gücü olarak kullanmaya başlamıştır (Horng ve Tsai, 2010). Gastronomi turizminde yapılan etkinlikler, bölgesel olarak değerlendirildiğinde ilgili destinasyona (Bucak vd., 2013, s.205) ve ulusal olarak da ülke imajına kattığı avantajlar yadsınamayacak ölçüde yüksek ve değerlidir. Bu nedenle gastronomi turizmi her geçen gün önemini artırarak turizm sektörünün mihenk taşı olma yolunda hızla yol almaktadır.

Türkiye coğrafi konumu ve zengin tarihinden dolayı gastronomi turizm potansiyeli çok yüksektir. Ancak bu zengin değerlere sahip olmasına rağmen Türkiye’de gastronomi turizmi halen istenilen düzeyde değildir (Bilgili, Yağmur ve Yazarkan, 2012). Bunun en önemli nedenlerinden birinin, henüz turizme kazandırılmamış lezzet ve tatların keşfedilmeyi beklemesidir. Özellikle Anadolu’nun birçok yerleşim yerinde özünü kaybetmemiş tat ve lezzetler keşfedilmeyi beklemektedir. Onlardan biri de Samsun bölgesinde özellikle kış aylarında çok fazla tüketilen ve geleneksel yöntemlerle hazırlanan kaz tirididir. Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından Samsun İç Bölge Belediyeler Birliği (Havza, Ladik Kavak, Asarcık ve Vezirköprü) adına 27.12.2011 koruma tarihi ve 174 tescil numarası ile “Samsun Kaz Tiridi” olarak coğrafi işaret verilmiştir.

Türkiye’nin “Coğrafi İşaret”e sahip onlarca lezzeti bulunmaktadır. Bunlardan bazıları; Adana Kebabı, Afyon kaymağı, Akçaabat köftesi, Antep baklavası, Bafra pidesi, Edirne tava ciğeri, Erzurum çivil peyniri, Erzincan tulum peyniri, Ezine peyniri, Gümüşhane kömesi, Kayseri pastırması, Konya etliekmek, Maraş tarhanası, Merzifon

keşkeği, Safranbolu lokumu, Samsun kaz tiridi, Samsun simidi, Siirt büryan kebabı, Sivas köftesi, Terme pidesi, Tokat kebabı, Yozgat arabaşısı, İnegöl köfte, İskilip dolması, İzmit pişmaniyesi, Şanlıurfa çiğköftedir. (<http://www.turkpatent.gov.tr>).

### **Gastronomi Turizminde Yöresel Yemeklerin Rolü ve Önemi**

Dünyada turist sayısı 1 milyar kişiyi aşarken, bu turistlerin % 88,2'si 'destinasyon tercih etmede yemek çok önemli' olduğunu ifade etmektedirler. 2014 yılında Türkiye'ye gelen 41 milyon 415 bin turistin yaptığı toplam harcama 34.3 milyar dolardır. Turistler bu harcamanın 6 milyar 523 milyon dolarını yeme - içmeye harcamıştır. Bu durum toplam harcamalar içerisindeki payın yaklaşık % 19 olduğunu göstermektedir. Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin kişi başı harcama miktarı yaklaşık 828 dolardır. Turistler bu harcamalarının 1/5'ini yeme-içmeye ayırmaktadır ([www.tursab.gov.tr](http://www.tursab.gov.tr)). Durum böyle olunca gastronomi turizmi her bölge için vaz geçilmez turizm türleri arasına girmektedir. Bir yöreye özgü yemekler, özellikle düzenli yapılan etkinliklerle tanıtıldığında binlerce kişiyi o bölgeye çekebilmektedir. Osmanlı/Türk mutfağı zengin olmasına rağmen dünyada çok az bilinmektedir. Bunun nedenlerinden biri tanıtım eksikliğidir (Özdemir ve Güngör, 2016, s.192). Özellikle destinasyonlarda bulunan turizm işletmelerinin Osmanlı mutfağına yeterince ilgi göstermemesi, gelen yabancı misafirlerin bu zenginlikten yoksun olmalarına neden olmaktadır. Değişen hayat şartları, bayanların iş hayatına katılması gibi gelişmeler zamanı daha değerli hale getirirse de insanlar birçok değer ve kültürden vazgeçmiş hatta unutmuş durumdadır. İnsanlar zamanlarının çoğunu çalışmaya ayırdıklarından el becerisi ve zaman gerektiren yemekler yapılmaz duruma gelmiş (Güler, 2007, s.25) veya özünden uzaklaşarak teknolojiye yenik düşmüştür.

Kültürün ve yaşam biçiminin bir parçası olan mutfak kültürü, destinasyonun farklılaşmasında ve marka haline gelmesinde etkili bir faktör olabilmektedir. Bir bölgenin/ülkenin mutfağı, diğer bölge/ülkelere açılan bir kapı gibidir. Kültürlerin kaynaşmasında ve aktarılmasında mutfak kültürü önemli rol oynamaktadır. Bu nedenle de günümüzde turistler için yemek yemek bir ihtiyaçtan öte kültür tercihi haline gelmektedir (Selwood, 2003, s.147). Her destinasyonun kendine göre birden fazla çekici özellikleri bulunabilir. Ancak bu çekiciliklerin hepsini aynı düzeyde ön plana çıkarmak pek mümkün değildir. Bir bölgeyi diğer bölgelerden ayıran çekicilik unsurları olarak; kültür, tarih ve inançla ilgili değerler, sanatsal etkinlikler, eğlence - alışveriş imkanları ve mutfağı (Cömert, 2014) sayılabilir. Destinasyonlarda sunulan yöresel yemekler ve yörenin kültürü turistlerin seyahatlerinde çok önemli çekicilik unsurudur (Hacıoğlu, Girgin ve Giritlioğlu, 2009). İnsanları seyahat etmeye özendiren etkenler içinde, bir bölgenin/ülkenin mutfak kültürü de yer almakta; insanlar bir ülkenin/bölgenin/yörenin yemeklerini yerinde tadabilmek için kilometrelerce yolu göze alabilmektedirler (Denizer, 2014). Nitekim Türkiye'ye tatile gelen yabancı turistler için birçok tur operatörü gurme turlar düzenlenmektedir. Yapılan araştırma sonuçlarına göre turistlerin tercih ve ilgilerinin artmasında destinasyonun sahip olduğu yemek kültürü ve çeşitliliği etkili olmaktadır (Cohen ve Avieli, 2004; Long, 2004, Karim ve Chi, 2010; Çelik Uğuz, 2015). Sanchez,-Canizares ve Lopez-Guzman (2012) araştırmacılar tarafından Cordoba'daki işletmelerde yaptıkları araştırma sonucunda, turistlerin % 10'unun o bölgeye seyahatlerindeki temel motivasyonlarının mutfak olduğunu belirtmişlerdir. Kleidas ve Jolliffe (2010), turizm işletmelerinde sunulan yiyecek içecek turizm talebini arttırdığını ve konaklama sürelerini uzattığını belirtmektedirler. Remington ve Yüksel (1998) tarafından yapılan bir araştırma sonucunda; yiyecek içecek hizmetlerinin turistlerin memnuniyetini etkilemede dördüncü sırada geldiği ve ülkeyi tekrar ziyaret etmede

çok önemli rol oynadığı belirtilmiştir. Gastronomi turizmi; turist deneyimini artırmada, bir destinasyonun markalaşarak pazarlanmasında (Rand, Heath ve Alberts, 2003, s.9), destinasyonların tekrar tekrar ziyaret edilmesine katkı sağlama potansiyeli yüksektir. Nitekim Budak ve Çiçek (2002) tarafından yapılan bir araştırmada, yabancı turistlerin %46,1'nin Türkiye'yi tekrar ziyaret etmelerinde yemeklerin etkili olduğu sonucunu ortaya koymuşlardır.

### Samsun Mutfağı ve Samsun Kaz Tiridi

Anadolu'nun Orta ve Batı Karadeniz'e açılan en önemli kapısı konumunda olan Samsun; Avrupa-Asya transit yolu üzerinde bir kavşak noktası, Türkiye'nin verimli ovaları (Çarşamba ve Bafra) sahip tarım şehri, uluslararası havaalanı ve limanları ile kültür ve ticaret şehridir. İkliminin ve bitki örtüsünün elverişli olması, Türkiye'nin en büyük akarsuları Kızılırmak ve Yeşilirmak deltaları arasında bulunması (STSO, 2013), Atatürk ve Cumhuriyet şehri olması Samsun'un turizm değerini artırmaktadır. Samsun Karadeniz Bölgesinin eğitim, sağlık, sanayi, ticaret, kültür, ulaşım ve ekonomi açısından en gelişmiş şehri olarak nitelendirilmektedir (Canbolat, Keleş ve Akbaş, 2016, s.79).

### Harita 1. Samsun İlinin Türkiye Haritasındaki Yeri



Samsun mutfağı, ilin coğrafi konumu ve iklimi nedeni ile farklı özellikler barındırsa da Türk mutfağının zenginliklerini her bölgesinde görmek mümkündür. Mübadele sonrasında Samsun'un birçok köy ve kasabasına yerleşen Balkan ve Kafkas Türkleri, kültürlerini koruyarak günümüze kadar yaşatabilmişlerdir. Samsun mutfağı, farklı kültür ve inançlardan etkilenmiş ve bu durumu mutfağına zenginlik olarak yansıtmıştır. Samsun mutfağında mısır, karalahana, fasulye, sığır eti, pirinç ve hamurlu yiyecekler ağırlıkta olup yörenin geleneksel beslenmelerinde önemli bir yeri olan kaz, ördek, tavuk gibi kümes hayvanlarından hazırlanan tirit, lepsi, herse, kaz asma ve çevirme gibi yöresel yemekler yapılmaktadır (Canbolat ve Çakıroğlu, 2015, s.529). Tarhana çorbası, helle çorbası, erişte, haluşka, efelik dolması, keşkek, kaypak çorba, mısır çorbası gibi geleneksel lezzetler de yörenin mutfağını süslemektedir. Ayrıca adı ve tadı Türkiye'nin dört bir yanında bilinen Bafra pidesi ve Samsun simidi şehrin marka lezzetlerindedir.

Türkiye'nin birçok bölgesinde tirit yemeği yapılmaktadır. Tiridin kelime anlamı; et suyuna kızartılmış veya bayat ekmeğ konularak yapılan yemektir ([www.tdk.gov.tr](http://www.tdk.gov.tr)). Yörelere göre farklı et çeşitleri ile hazırlanabilmektedir. Kaz, ördek, tavuk, inek, koyun eti ile yapılan çeşitleri yaygındır. Hepsinin ortak yönü, et suyu ile ıslatılmış pide/bayat ekmeğ/ yufka içermesidir. Samsun Kaz Tiridi yapılış ve servis aşamalarındaki farklılıklarından dolayı coğrafi işaret olarak tescillenmiştir. Kaz temizlenip yıkandıktan sonra herhangi bir işlem yapmadan asılması ve odun ateşinde 3-3,5 saat çevrilerek pişirilmesi diğer tiritlerden ayıran en önemli özelliklerinden bir kaçıdır. Samsun Kaz Tiridinin tarihçesi hakkında kesin bilgiler bulunmamaktadır. Ancak Samsun Kaz Tiridi'nin özelliğinden dolayı, uzun kış gecelerinin ve dost meclislerinin önemli yemekleri arasında olduğu çeşitli tarihi kaynaklarda ifade edilmektedir (Özdemir, 2009, s.198).

Samsun Kaz Tiridi yılın her mevsiminde yenilse de daha çok Ekim- Şubat ayları arasında tüketilir. Kış yemeği olarak bilir. Kazlar yaz mevsiminde özel olarak büyütülür ve çokça yağlanması sağlanır. Her kaz tirit yemeğinde kullanılmaz. Özellikle kış aylarının sonlarına doğru yumurtlamaya başlayan dişi kazlar kesilmez.

### **Üretim Metodu ve Kazın Hazırlık Malzemeleri**

- 1 adet kaz,
- 1,5 kg kepek,
- Yarım kg tuz,
- Orta boy kase ile 30 kase un (Terbiyelemek için bir yemek kaşığı tuz ve 1 lt su)

Bulgur pilavı hazırlık malzemeleri;

- 2 yemek tabağı bulgur (hazırlarken 1 lt su, 1 yemek kaşığı tuz, 1 su bardağı sıvı yağ)
- 30 adet yufka ekmeğ,

### **Tirit İçin Kaz Üretimi**

10-12 yumurtadan sonra kaz kuluçkaya yatmaktadır. Kuluçka dönemi Şubat-Nisan ayları arasındadır. Kaz yavrusunun yumurtadan çıkış süresi 28-32 gündür. Kaz yavrularının çabuk toparlanabilmesi için badik otu toplanarak yumurta ile karıştırılıp lapa yapılır ve kaz yavrularına verilir. 15 gün sürede kaz yavruları yem yeme durumuna gelerek arpa kırığı, buğday ve yeşil alana salınarak doğal beslenmeye döner. Bu döneme Kaz Palazlanma dönemi denir ([www.turkpatent.gov.tr](http://www.turkpatent.gov.tr)).

Kaz etinin lezzetli olabilmesi için kazın özel bakıma ihtiyacı vardır. Kazlar; 2 veya 5'erli gruplar halinde bölünmüş yerlere konarak arpa, buğday ve mısır karışımı ile beslenir. Kazların hareket alanları daraltılarak besi alması sağlanır ve bu yaklaşık bir ay sürer. Kazın temizlenmesinin iki yöntemi vardır. Bunlar kuru yolma ve sıcak suya atılarak tüyleri temizlenmesidir. Kuru yolma, kazın derisine daha az zarar vermesinden ve yağının dışarıya akmasını engellemesinden dolayı tavsiye edilir. Daha sonra ütöleme adı verilen kazın alınmayan çok ince tüylerinin yakılması ile tüy yolma işi biter. Kaz tüyleri yolunduktan sonra içi bol su ve saf sabunla güzelce yıkanır ve durulanır. Durulama bittikten sonra kazın iç organları alınır. Kazın iç kısmından çıkan yağlar karın boşluğuna tekrar konur. Bu yağların erimemesi için kaz bir gün derin dondurucuda bekletilir. Donan kaz gevrekleşmesi için 1,5 kg kepek ile sıvanır. Daha sonra içi çıkartılarak su ile yıkanır. İçi dışı yarım kg tuz ile tuzlanarak suyunun akması

için bir yerde asılı bekletilir. Kaz etindeki suyun tamamen kuruması gerekir. Kuruduktan sonra üzerine un serpilerek terbiye edilir. Bu şekilde kaz pişirmeye hazır hale gelmiş olur ([www.turkpatent.gov.tr](http://www.turkpatent.gov.tr)).

Şömineye benzer ocaklarda çengeller vardır. Bu çengellere kaz boynundan asılır. Ocak çaprazlama odunların çatılması ile tutuşturulur. Her tarafın aynı düzeyde pişmesi için belli periyotlarla çevrilir. Akan yağların toplanması için asılı duran kazın altına tava veya tepsi yerleştirilir. Kor haline gelen ateşin etkisiyle kaz iyice pişer, rengi kırmızılaşır ve derisi çıtır çıtır olur. Bu durum kazın piştiğini gösterir.

Kaz asılıp pişerken akan yağa tirit denir. Akan yağlar bir tepside toplanır ve ateş üzerinde yakılır. Daha sonra yanan yağ kazın üzerine sürülür. Başka bir ocakta hazırlanan bulgur pilavının üzerine kazın yağı serpilir. Kaz eti parçalanarak pilav tepsi üzerine dağıtılır. En ince şekilde yufka yapılır. kas asılıp pişerken akan yağa yufkalar bandırılır ve yufka yağlı olur. Tiride bandırılan yufkalar daha önce hazırlanan bulgur pilavı ve kaz etinin yanına konularak yufkayla birlikte elle pilav ve kaz eti yenir ([www.turkpatent.gov.tr](http://www.turkpatent.gov.tr)).

Besleyici ve doyurucu özelliği yüksek olan Samsun Kaz Tiridi genellikle tek başına yenilen yemektir. Ancak yemeğin yanında Osmanlı şerbetleri ve hoşafı, turşu, yayık ayranı gibi geleneksel tatlar da servis edilebilir.



Resim 1. Kazın Asılması



Resim 2. Samsun Kaz Tiridinin Servisi

## YÖNTEM

### Evren ve Örneklem

Türkiye'nin hemen hemen her bölgesinde tirit yemeği bulunmaktadır. Ancak Samsun yöresine ait olan kaz tiridi, hazırlanış ve sunuş bakımından diğer bölgelerden farklılık göstermektedir. Ayrıca Türkiye'de marka olarak tescillenen ve patenti alınan tek tirit olma özelliği taşımaktadır. Bu nedenle de çalışmanın konusunu Samsun Kaz Tiridi oluşturmaktadır. Samsun İç Bölge Belediyeler Birliği adına patenti alınan "Samsun Kaz Tiridi"nin bölge turizmine katkısını belirlemek amacıyla yapılan bu çalışmanın evrenini; Samsun iline bağlı Havza, Ladik, Kavak, Asarcık ve Vezirköprü ilçelerinde bulunan ve geleneksel usullerle kaz tiridi hazırlayan yiyecek içecek işletmeleri oluşturmaktadır. Çalışma kapsamına, bahsi geçen ilçelerde faaliyet gösteren toplam 12 adet yiyecek içecek işletmesi alınmıştır. Çalışma sonucunda elde edilecek verilerin evreni temsil edebilmesi ve sonuçların

genellenebilmesi için örneklem büyüklüğünün yeterli düzeyde olması gerekmektedir. Ancak söz konusu işletmelere belirli bir zaman diliminde gelen müşterilerin sayısı tam olarak bilinmediğinden örneklem büyüklüğü, belli evrenler için kabul edilebilir örneklem büyüklükleri tablosundan (Ural ve Kılıç, 2006, s.49) yararlanılarak ( $\alpha=0,05$ ,  $p=0,05$ ,  $q=0,05$ ) 384 olarak belirlenmiştir.

### **Veri Toplama Aracı ve Analizler**

Çalışmada kullanılan veriler anket yöntemi ile elde edilmiştir. Anket formunun oluşturulmasında Çelik Uğuz (2015) tarafından konu ile ilgili daha önce yapmış olduğu çalışmadan ve literatür çalışmalarından yararlanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular içermektedir. Bu bölümde ayrıca ikamet yerleri, kaz tiridi ile ilgili bilgi düzeyleri ve ne sıklıkla kaz tiridi hazırlanan yiyecek içecek işletmelerini tercih ettikleri ile ilgili sorular bulunmaktadır. İkinci bölümde ise Samsun mutfağı ile ilgili olarak 11 önermeden oluşan bir ölçek yer almaktadır. Hazırlanan ölçeğin güvenilirlik ve geçerliliğini belirlemek öncelikle pilot çalışma yapılmıştır. Ölçeğin güvenilirlik testi sonucunda Cronbach Alpha değeri ,711 olarak saptanmıştır. Bu sonuç ölçeğin kabul edilebilir düzeyin (.70) üzerinde ve “oldukça güvenilir” ( $0.60 \leq \alpha < 0.80$ ) olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2006, s.405). Bu pilot çalışma sonucunda ölçekten bir soru çıkarılmış ve anket tekrar düzenlenerek on iki işletmede, kaz tiridi yemeğinin yoğun olarak tüketildiği Kasım 2016- Mart 2017 tarihleri arasında araştırmacı tarafından müşterilerle yüz yüze görüşmeler şeklinde uygulanmıştır.

Araştırma verileri SPSS 15.0 for Windows istatistik paket programı yardımıyla analiz edilmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek için frekans ve yüzde dağılımlarından yararlanılmıştır. Katılımcıların Samsun mutfağı ile ilgili önermelere katılım düzeylerini belirlemek için betimleyici istatistiklerden yararlanılmıştır. Katılımcılara ait bazı demografik değişkenlerin, Samsun mutfağı ölçeğinde bir farklılık olup olmadığını belirlemek için Tek Yönlü Varyans Analizi ve T-testi yapılmıştır.

## **BULGULAR VE TARTIŞMA**

### **Demografik Bulgular**

Araştırmaya katılanların demografik ve diğer özellikleri Tablo 1’de verilmiştir. Tablo 1’de de görüldüğü gibi, araştırmaya katılanların 3/4’ü (% 75,0) erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde; % 13,8’inin ilköğretim, % 51’inin ortaöğretim ve % 35,2’sinin de üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanların yaşları incelendiğinde; ‘30 - 39’ (% 41,3) ve ‘40 - 49’ (% 26,0) yaş arası grupların ağırlığı dikkat çekmektedir. ‘14 - 20’, ‘21 - 30’ ve ‘60 yaş ve üstü’ katılımcı sayılarının oranı düşüktür. Bu durumun nedenlerinden biri, kaz tiridi yemeğinin yağlı olmasından dolayı genç ve yaşlı kişiler tarafından pek fazla tercih edilmemesi olabilir. Genel olarak katılımcıların yaş durumları değerlendirildiğinde, kaz tiridi yemeğini ‘30 - 60’ yaş arasındaki kişilerin (% 81,1) daha fazla tercih ettiğini söyleyebiliriz. Araştırmaya katılanların; % 29,1’i kamu çalışanı, % 20,9’u serbest meslek sahibi, % 19,4’ü özel bir şirket sahibi/çalışanı, % 8,2’si emekli ve % 7,7’si ev hanımıdır. Araştırmaya katılanların ortalama aylık gelirlerine bakıldığında; çoğunluğunun (% 78,1) 1000 TL ile 4000 TL arasında olduğu görülmektedir. Hiçbir geliri olmadığını belirtenlerin oranı ise % 11,7’dir.

**Tablo 1.** Katılımcıların Demografik Özellikleri ve Diğer Bilgiler (n:392)

Sabit Değişkenler		f	%	Sabit Değişkenler		f	%	
Cinsiyet	Erkek	294	75,0	Yaş	14-20	26	6,6	
	Kadın	98	25,0		21-29	34	8,7	
Eğitim	İlköğretim	54	13,8		30-39	162	41,3	
	Ortaöğretim	200	51,0		40-49	102	26,0	
	Üniversite	138	35,2		50-59	54	13,8	
Meslek	Kamu çalışanı	114	29,1		60+	14	3,6	
	Serbest meslek	82	20,9		Gelir	1000 TL ve altı	30	7,7
	Özel şirket sahibi/çalışanı	76	19,4			1001TL-2000TL	94	24,0
	Ev hanımı	30	7,7			2001TL-3000TL	110	28,1
	Emekli	32	8,2			3001TL-4000TL	102	26,0
	İşsiz	16	4,1	4001TL+		10	2,6	
	Diğer	42	10,7	Yok		46	11,7	
	İkamet	İşletmenin bulunduğu yerleşim yeri	116	29,6		Bilgi kaynağı	Hiçbir bilgim yok	82
Samsun merkez ve ilçeleri		164	41,8	Yazılı ve görsel medya			86	21,9
Diğer yerleşim yerleri		112	28,6	Çevre	156		39,8	
Tercih sıklığı	İlk defa	114	29,1	Sosyal medya	20		5,1	
	Ayda bir	130	33,2	Diğer	48		12,2	
	Ayda iki	124	31,6					
	Ayda üç ve daha fazla	24	6,1					

Araştırmaya katılanların ikamet yeri sorulduğunda; % 29,6'sının işletmenin bulunduğu yerleşim yerinde, % 41,8'sinin işletmenin bulunduğu yerleşim yeri dışında ancak Samsun il sınırları içerisinde ve % 28,6'sının da Samsun dışındaki illerde ikamet ettiğini belirtmişlerdir. Bu sonuçlar neticesine göre; Samsun Kaz Tiridi yemeğini tercih edenlerin büyük bir oranını (% 71,4) Samsun il sınırları içerisinde ikamet edenler oluşturmaktadır.

Araştırma sonucunda elde edilen verilere göre; Samsun Kaz Tiridinin pek fazla bilinmediğini ve/veya tercih edilmediğini söylemek mümkündür. Araştırmaya katılanların Samsun Kaz Tiridini tercih etme sıklıklarına bakıldığında; ilk defa tercih edenlerin oranı % 29,1, ayda bir defa tercih edenlerin oranı % 33,2, ayda iki defa tercih edenlerin oranı % 31,6 ve ayda üç ve daha fazla tercih edenlerin oranı ise % 6,1'dir. Bu sonuçlara göre; Samsun Kaz Tiridini tercih edenlerin tekrar tekrar tercih ettiklerini söyleyebiliriz. Araştırmaya katılanlara Samsun Kaz Tiridi ile ilgili bilgi kaynağı sorulduğunda; hiçbir bilgisi olmadığını belirtenlerin oranı % 20,9'dur. Bilgi kaynağının yazılı ve görsel medya olduğunu belirtenlerin oranı % 21,9, çevre olduğunu belirtenlerin oranı %39,8 ve sosyal medya olduğunu belirtenlerin oranı ise % 5,4'tür.



**Katılımcıların Samsun Mutfağı ve Kaz Tiridi İle İlgili Algıları**

Araştırmanın bu bölümünde katılımcıların Samsun mutfağı ve Kaz Tiridi ile ilgili algıları yorumlanmaya çalışılmıştır. Bunun için önermelere verilen yanıtların yüzde dağılımları, aritmetik ortalamaları ve standart sapma değerleri incelenmiştir (Tablo 2).

**Tablo 2.** Samsun Mutfağı ve Kaz Tiridi İle İlgili Ölçek Bilgileri (n:392)

Ölçek Maddeleri	1	2	3	4	5	$\bar{X}$	S.S
	%	%	%	%	%		
Samsun Kaz Tiridi kültürel bir değerdir ve korunması gerekir.	12,2	59,2	17,3	7,7	3,6	2,31	,910
İşletmeyi tercih etmemde Samsun Kaz Tiridi yemeği etkili olmuştur.	14,8	48,0	22,4	12,2	2,6	2,39	,967
Bölgede halka açık bir "mutfak atölyesi" kurularak Samsun mutfağı yaşatılmalıdır.	18,9	50,0	18,4	10,2	2,6	2,27	,967
Samsun mutfağı kültürü ile özdeşleşmelidir.	20,4	63,8	12,2	2,6	1,0	2,00	,722
Samsun mutfağı diğer mutfaklardan etkilenmiştir.	14,3	40,3	28,6	13,8	3,1	2,51	,998
Samsun mutfağının Türkiye'de yeterince tanındığını düşünüyorum.	18,9	41,8	17,3	14,3	7,7	2,50	1,173
Samsun Kaz Tiridi'nin Türkiye'de yeterince tanındığını düşünüyorum.	13,8	39,8	18,4	16,8	11,2	2,71	1,221
Samsun mutfağı ile ilgili "geleneksel ot ve yemek festivali" düzenlenmelidir.	11,7	51,5	24,5	11,2	1,0	2,38	,876
Bölgenin pazarlanmasında "Samsun mutfağı ve Kaz Tiridi" daha çok kullanılmalıdır.	8,7	47,4	37,8	6,1	-	2,41	,734
Seyahat acenteleri bölgeye "gurme turları" düzenleyerek Samsun mutfağının gelişmesine katkı sağlayabilirler.	8,2	36,7	27,0	15,3	12,8	2,87	1,159
Bölgedeki yiyecek-içecek işletmelerinde hizmet kalitesinin yeterli olduğunu düşünüyorum.	12,2	39,3	31,6	11,2	5,6	2,58	1,025

1- Kesinlikle katılıyorum, 2- Katılıyorum, 3- Kararsızım, 4- Katılmıyorum, 5- Kesinlikle katılmıyorum, -X:ortalama, S.S.: Standart Sapma

Tablo 2 incelendiğinde, araştırmaya katılanların yaklaşık % 72'si (kesinlikle katılıyorum % 12,2, katılıyorum % 59,2) Samsun Kaz Tiridi'nin kültürel bir değer olduğunu ve korunması gerektiğini düşünmektedir. Aksini düşünenlerin oranı ise yaklaşık %11'dir (katılmıyorum % 7,7, kesinlikle katılmıyorum % 3,6). Katılımcıların araştırmanın yapıldığı işletmeleri tercih etmelerinde Samsun Kaz Tiridi yemeğinin etkili olduğunu söylemek mümkündür. Nitekim katılımcıların yaklaşık % 63'ünün (kesinlikle katılıyorum % 14,8, katılıyorum % 48,0) tercihini etkilemiştir. Mutfak atölyesi kurularak Samsun mutfağının yaşatılması gerektiğini düşünenlerin yaklaşık oranı % 70'dir (kesinlikle katılıyorum % 18,9, katılıyorum % 50,0). Samsun mutfağının kültürü ile özdeşleşmesi gerektiğini düşünenlerin yaklaşık oranı % 84'dür (kesinlikle katılıyorum % 20,4, katılıyorum % 63,8). Samsun mutfağının diğer mutfaklardan etkilendiğini düşünenlerin yaklaşık oranı % 55'dir (kesinlikle katılıyorum % 14,3, katılıyorum % 40,3).

Samsun mutfağının Türkiye’de yeterince tanındığını düşünenlerin yaklaşık oranı % 61’dir (kesinlikle katılıyorum % 18,9, katılıyorum % 41,8). Aksini düşünenlerin oranı ise % 22’dir (katılmıyorum % 14,3, kesinlikle katılmıyorum % 7,7) Samsun Kaz Tiridi’nin Türkiye’de yeterince tanındığını düşünenlerin yaklaşık oranı ise % 54’dir (kesinlikle katılıyorum % 13,8, katılıyorum % 39,8). Aksini düşünenlerin oranı ise % 28’dir (katılmıyorum % 16,8, kesinlikle katılmıyorum % 11,2). Her iki sonuca bakıldığında araştırmaya katılanların % 20’sinden fazlası (% 22 ve % 28) Samsun mutfağının ve kaz tiridinin Türkiye’de yeterince tanınmadığını düşünmektedir.

Araştırmaya katılanların yaklaşık % 64’ü (kesinlikle katılıyorum % 11,7, katılıyorum % 51,5) Samsun mutfağı ile ilgili ‘geleneksel ot ve yemek festivali’ düzenlenmesi gerektiğini belirtmiştir. Ayrıca bölgenin pazarlanmasında Samsun mutfağı ve kaz tiridinin daha çok kullanılması gerektiğini düşünenlerin oranı yaklaşık % 56’dır (kesinlikle katılıyorum % 8,7, katılıyorum % 47,4). Burada asıl dikkat çeken kararsız olduğunu belirtenlerin oranının çok yüksek olmasıdır (% 37,8). Seyahat acentelerinin bölgeye gurme turlar düzenleyerek Samsun mutfağının gelişmesine katkı sağlayacağını düşünenlerin yaklaşık oranı % 45’tir (kesinlikle katılıyorum % 8,2, katılıyorum % 36,7). Aksini düşünenlerin oranı ise yaklaşık % 28’dir (katılmıyorum % 15,3, kesinlikle katılmıyorum % 12,8). Son olarak bölgede faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin hizmet kalitelerinin yeterli olduğunu düşünenlerin yaklaşık oranı ise % 52’dir (kesinlikle katılıyorum % 12,2, katılıyorum % 39,3).

Araştırmada son olarak Samsun mutfağı ve kaz tiridi önermelerine ilişkin algıların katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla bağımsız örneklem T-testi ve tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Bu analizler sonucuna göre;

- 14 – 20 ile 30 – 39 yaş grupları arasında 0,05 düzeyinde anlamlı bir farkın olduğu,
- İşletmenin bulunduğu yerleşim yerinde ikamet edenler ile bu yerleşim yerinin dışında ikamet edenler arasında 0,05 düzeyinde anlamlı bir farkın olduğu,
- Samsun Kaz Tiridi’ni ilk defa tercih edenler ile ayda 3 ve daha fazla tercih edenler arasında 0,05 düzeyinde anlamlı bir farkın olduğu,
- Samsun Kaz Tiridi ile ilgili sosyal medyadan bilgi sahibi olanlar ile diğer kaynaklardan bilgi sahibi olanlar arasında 0,05 düzeyinde anlamlı bir farkın olduğu,

Diğer demografik özellikler arasında istatistiki olarak anlamlı bir farkın olmadığı belirlenmiştir.

## **SONUÇ VE ÖNERİLER**

İnsanların sosyal ve ekonomik hayatlarındaki iyileşmeler birçok alana yansıdığı gibi turizm tercihlerine de yansımaktadır. Kitle turizm türlerine artan ilgilinin özel ilgi turizm türlerine de yansıdığını görmekteyiz. Özellikle alternatif turizm türlerinin gelişmesi ile insanlar; tatillerini sadece bir destinasyona ve/veya turizm aktivitesine bağlı kalarak geçirmemekte, sınırlı tatil süresini dolu dolu yaşayarak unutulmaz bir heyecan yaşamak istemektedir. Bu heyecanlardan biri de farklı kültürlere ait mutfakları yerinde tatmaktır. Turistlerin tatil yeri ve türü seçiminde yöresel mutfak kültürünün önemli olduğu birçok araştırma ile belirlenmiştir. Bu durum gastronomi turizm türünün gelişmesine katkı sağlamış ve turizm işletmeleri pazarlama faaliyetlerinde mutfak kültürünü fazlasıyla kullanmaya başlamıştır. Türkiye, mutfak kültürü ve zenginliği açısından dünyanın sayılı ülkeleri arasındadır. Ancak bu zenginlik belli destinasyonlarda değerlendirilmiş, ülke geneline yayılamamıştır. Turizmin yıl boyunca ve her

bölgeye eşit düzeyde yayılması alternatif turizm türlerinin yaygınlaştırılması ve geliştirilmesi ile mümkündür. Alternatif turizm türleri içerisinde yer alan gastronomi turizmi, her bölgede ve yıl boyunca yapılabilecek turizm türlerinden biridir. Samsun gibi turizmi gelişmekte olan il/bölgeler için gastronomi turizmi önemli bir potansiyel araçtır. Özellikle yerel ve ulusal etkinlikler kapsamında yöre mutfağının ön plana çıkarılması, hem bölgenin hem de mutfak kültürünün tanıtımına önemli katkı sağlayacaktır.

Samsun ilinin alternatif turizm potansiyeli yüksektir. Bunlar; gelişmiş sanayisi ve uluslararası limanı ile ticaret ve kongre turizmi, ulusal ve uluslararası üne sahip tam teşekküllü hastaneleri ile sağlık turizmi ve yine bölgenin önemli termal kaynakları ile termal turizmi, Karadeniz bölgesinin coğrafi ve iklim özelliğinden kaynaklı eşsiz doğa güzelliklerine sahip yaylaları ve mesire alanları ile ekoturizm, son yıllarda kurulan veya geliştirilen uluslararası müsabakalara ev sahipliği yapabilecek özelliklere sahip spor tesisleri ile spor turizmi değerlendirilebilecek turizm türlerinden bazılarıdır. Bütün turizm türlerinin doğal parçası olan gastronomi turizmi, diğer turizm türlerinin yaygınlaşması ve gelişmesi ile daha da önemli hale gelecektir.

Yapılan araştırma ile genelde gastronominin özelde Samsun Kaz Tiridi'nin bölge turizmine katkısı belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucuna göre;

- Samsun Kaz Tiridi daha çok kış aylarında tüketilen ve kendine has pişirme ve servisi olan yöresel bir yemek,
- Araştırmaya katılanların yaklaşık % 63'ü araştırmanın yapıldığı işletmeleri sadece Samsun Kaz Tiridi'ni yemek için tercih ediyor. Bu sonuç daha önce yapılan araştırma sonuçları ile benzerlik göstermektedir.
- Genellikle kaz tiridi yemeğini '30 – 60' yaş aralığındaki kişilerin tercih etmektedir (% 81,1).
- Erkekler kadınlara oranla daha fazla Samsun Kaz Tiridi yemeğini tercih etmektedir.
- Ayda bir ve daha fazla 'Samsun Kaz Tiridini' tercih edenlerin oranının çok yüksek olduğunu (yaklaşık % 70) söyleyebiliriz. Bu sonuç kaz tiridi yemeğinden ve/veya işletmeden memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğunu da göstermektedir.
- Samsun Kaz Tiridi'nin kültürel bir değer olduğunu ve korunması gerektiğini düşünenlerin oranı yüksektir (yaklaşık % 72). Aynı şekilde Samsun mutfağı ile özdeşleşmesi gerektiğini düşünenlerin oranı da yüksektir (yaklaşık % 84).
- Genelde Samsun mutfağının özelde de Samsun Kaz Tiridi'nin Türkiye'de yeterince tanınmadığını düşünenlerin oranı % 20'den fazladır.

Gerek araştırma sonucundan, gerekse literatür çalışmalardan elde edilen bilgiler doğrultusunda gastronomi turizmi ile ilgili yapılabilecek genel öneriler şunlardır;

- Gastronomi faaliyetleri bütün turizm türlerinin ayrılmaz bir parçası haline getirilmeli,
- Ulusal ve uluslararası etkinliklerde ülke/yöre mutfağı ön plana çıkarılmalı,
- Turizm işletmeleri popüler mutfaklardan ziyade, turistlerin her yerde tadamayacağı yöresel yemeklere menülerinde ağırlık vermeli,
- Turizm işletmeleri pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinde mutfak kültürünü işlemeli,
- Kültürel miras niteliği taşıyan yemeklerin teknolojiden fazla etkilenmesine izin verilmemeli, hazırlama ve sunumunda özüne bağlı kalınmalı,

- Henüz keşfedilmemiş veya yeterince ilgi görmemiş kültürel değerlerin pazarlanmasına ağırlık verilmeli, turizm faaliyetlerinde yer bulmalı,
- Gastronomi turizmi bir yaşam biçimi haline getirilmeli.

## **KAYNAKÇA**

- Bilgili, B., Yağmur, H. ve Yazarkan, H. (2012). Turistik Ürün Olarak Festivallerin Etkinlik ve Verimliliği Üzerine Bir Araştırma (Erzurum-Oltu Kırdag Festivali Örneği), *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 117-124.
- Budak, N. ve Çiçek, B. (2002). Yabancı Turistlerin Ülkemizde Yemek Kültürüne İlgileri ve Yemekler ile Servis Ortamlarına Bakışları, *Turizmde Sağlık ve Beslenme; Sorunlar ve Çözümler Sempozyumu*, 03-04 Mayıs 2002, Alanya: Başkent Üniversitesi, 133-139
- Canbolat, E. ve Çakıroğlu, F.P. (2015). Tarihi Çarşamba Kıvratması. *III. Uluslararası Halk Kültürü Sempozyumu*, 8-10 Ekim 2015, Ankara
- Canbolat, E., Keleş, Y. ve Akbaş, Y.Z., (2016). Gastronomi Turizmi Kapsamında Samsun Mutfağına Özgü Turistik Bir Ürün: Bafra Pidesi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4/4, 75-87
- Cohen, E. ve Avieli, N. (2004). Food in Tourism: Attraction and Impediment, *Annals of Tourism Research*, Vol.31, Num:4, 755-778
- Cömert, M. (2014). Turizm Pazarlamasında Yöresel Mutfakların Önemi ve Hatay Mutfağı Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, Vol:2, Num:1, 67-70
- Çelik Uğuz, S. (2015) Gastronomi Turizmi: Ayvalık'ta Yerli Turistler Üzerinde Görgül Bir Araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2015 VOL 3, ISSUE 1, 14-29.
- Denizer, D. (2014). Türk Mutfağı Nereye Gidiyor?, Türk Mutfağı Araştırma ve Uygulama Birimi, [http://www.maxihaber.net/yazarlar/konukyazar/2008/ky\\_dundar\\_denizer\\_haziran2008.htm](http://www.maxihaber.net/yazarlar/konukyazar/2008/ky_dundar_denizer_haziran2008.htm) (E.T: 22.06.2017)
- Güler, S. (2007). Türk Mutfağının Değişim Nedenleri Üzerine Genel Bir Değerlendirme, *I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler*, [http://www.kompedan.info/TC\\_AKADEMI/index.php](http://www.kompedan.info/TC_AKADEMI/index.php) (E. T: 10.05.2017)
- Hacıoğlu, N., Girgin, G. K. ve Giritlioğlu, İ. (2009). Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Pazarlama Faaliyetlerinde Yöresel Mutfakların Kullanımı: Balıkesir Örneği. 3. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri*, 17-18 Nisan 2009, Antalya: Akdeniz Üniversitesi Alanya İşletme Fakültesi Okulu, <http://www.tgyd.net/Syf=5&Id=78129> (E.T: 08.04.2017)
- Hamilton, N. (2011). *Food and Culture*. Massachusetts National Committee
- Horng, J.S. & Tsai, C.T. (2010) Government Websites for Promoting East Asian Culinary Tourism: A Cross-National Analysis. *Tourism Management*, 31 (1):74-85
- Kalaycı, Ş. (2006). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil Yayın Dağıtım

- Karim, S.A. ve Chi, C.G.(2010). Culinary Tourism as a Destination Attraction: An Empirical Examination of Destinations' Food Image. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, Num:19, 531–555.
- Kleidas, M. ve Jolliffe, L. (2010). Coffee Attraction Experiences: A Narrative Study. *Tourism*, Vol:58, Num: 1, 61-73.
- Long, L. M. (2004). *Culinary Tourism*. Kentucky: The University Press of Kentucky.
- Özdemir, C. (2009) Havza İlçesinin Genel Folklorik Yapısı, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Volume 2/7, Spring 2009
- Özdemir, F. ve Güngör, B.(2016). Kültürel Bir Değer Olarak Unutulmaya Yüz Tutmuş Geleneksel Hatay Yemekleri ve Bu Kültürel Değerin Korunması Önerileri, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4/Special İssue, 190-199
- Rand G.E.,Heath E. va Alberts N. (2003). The Role of Local and Regional Food in Destination Marketing: A South African Situation. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, Vol: 14, Num: 3/4, 97 – 112.
- Remington, M., ve Yuksel, A. (1998) Tourist Satisfaction And Food Service Experience: Results And Implications of An Empirical Investigation. *Anatolia*, Vol: 9, Num:1, 37–57.
- Samsun Kaz Tiridi Tescil Belgesi, <http://www.turkpatent.gov.tr/TurkPatent/resources/temp/4E23A45B-AF5C-4D93-962D-709ACD595FC9.pdf> (E.T: 10.05.2017).
- Samsun Ticaret ve sanayi Odası (STSO) (2013), İktisadi Rapor 2013, Samsun: Yayın No:2013/1
- Sanchez-Canizares, S. ve Lopez-Guzma, T. (2012). Gastronomy As a Tourism Resource: Profile of The Culinary Tourist, *Current Issues in Tourism*, Vol: 15, Num:3, 229-245.
- Selwood, J. (2003). The Lure of Food: Food as An Attraction in Destination Marketing, <http://pcag.uwinnipeg.ca/Prairie-Perspectives/PP-Vol04/Selwood.pdf> (E.T: 10.04.2017)
- Türk Dil Kurumu [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&kelime=T%C4%B0R%C4%B0T](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=T%C4%B0R%C4%B0T) (E.T: 08.08.2017).
- Türk Patent Enstitüsü, <http://www.turkpatent.gov.tr/TurkPatent/geographicalRegisteredList/> (E.T: 08.08.2017).
- TÜRSAB Gastronomi Turizm Raporu (2013), [https://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu\\_12302\\_3531549.pdf](https://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu_12302_3531549.pdf) (E.T: 08.08.2017)
- Ural, A., ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi*, Ankara: Detay Yayıncılık

## **The Role of Local and Regional Food in Local Tourism: Sample of Samsun Kaz Tiridi**

**Murat TEKBALKAN**

On Dokuz Mayıs University, Havza Vocational School, Department of Tourism and Hotel Management

### **Extensive Summary**

Gastronomic tourism potential is very high due to Turkey's geographical location and rich history. Gastronomy tourism in Turkey is still not at the desired level however although it has these rich values (Bilgili, Yağmur and Yazarkan, 2012). One of the most important reasons for this is the expectation that untouched flavors and tastes will not be discovered. Especially in many settlements of Anatolia, the taste and flavors that have not lost their originality are expected to be discovered. One of them is the Kaz Tiridi which is consumed too much in the winter months especially in Samsun region and prepared by traditional methods. The Turkish Patent and Trademark Office has given the geographical indication as "Samsun Kaz Tiridi" with the protection date of December 27, 2011 and the registration number of 174 on behalf of Samsun Inner District Municipal Union (Havza, Ladik Kavak, Asarcık and Vezirköprü).

In many regions of Turkey tirit food is being made. The meaning of Tirit; the food is made by putting fried or dry bread into the fund/stock or bullion ([www.tdk.gov.tr](http://www.tdk.gov.tr)). It can be prepared with different kinds of meat according to the region. Varieties made with goose, duck, chicken, cow, mutton are common. Samsun Kaz Tiridi has been registered as a geographical indication due to differences in construction and service stages. It is one of the most important features that separates the oyster from the other tillers after it has been cleaned and washed and then hanged without any action and turned by wood fire for 3-3.5 hours. There is no definite information about the history of Samsun Kaz Tiridi. However, due to the nature of Samsun Kaz Tiridi, it is expressed in various historical sources that it is among the important dinners of long winter nights and friendly assemblies (Özdemir, 2009, p.198).

In almost every region of Turkey, there is tirit food. However, the goose circulation belonging to the Samsun region differs from other regions in terms of preparation and presentation. In addition, it is the only trademark registered as a trademark in Turkey and being the only one to be tested. For this reason, Samsun Kaz Tiridi is the subject of your work. The universe of this work, which was organized in order to determine the contribution of the "Samsun Kaz Tiridi", which was taken on behalf of Samsun Inner District Municipal Union, to tourism in the region; Samsun province's Havza, Ladik, Kavak, Asarcık and Vezirköprü districts and traditionally prepares tirit for food and beverage businesses. Within the scope of the study, a total of 12 food and beverage enterprises operating in the province of the province were taken to be able to represent the universe as a result of the study and to generalize the results, the sample size should be sufficient. However, since the number of customers in a given time period is not fully known and the sample size can be obtained from the acceptable sample size table for certain universes (Ural and Kilic, 2006, p.49) ( $\alpha=0,05$ ,  $p=0,05$ ,  $q=0,05$ ) was determined as 384.

In this research, tried to determine the contribution of the gastronomy in general to the regional tourism of Samsun Kaz Tiridi in particular. According to the research result;

- Samsun Goose Tiridi is a local dish which is consumed mostly in winter and has its own cooking and service,
  - Approximately 63% of those surveyed prefer Samsun Kaz Tiridi for food only. This result is similar to previous research results.
    - Generally, people who eat goose-throat prefer to eat at '30 - 60 'age group (81.1%).
    - Men prefer Samsun Kaz Tiridi more than women.
    - We can say that the ratio of those who prefer 'Samsun Kaz Tiridi' once or more per month is very high (about 70%). This result also shows that the level of satisfaction with eating and / or eating goats is high.
      - The proportion of those who think that Samsun Goose Tiridi is a cultural value and should be protected is high (about 72%). Likewise, the percentage of people who think they should identify with Samsun cuisine is also high (about 84%).
      - In general, the proportion of those who think Samsun cuisine and Samsun Kaz Tiridi are not sufficiently recognized in Turkey is more than 20%.

General recommendations that can be made about gastronomy tourism, either as a result of research or in accordance with the information obtained from literature studies, are as follows;

- Gastronomic activities should be made an integral part of all tourism types,
- The national / regional cuisine must be prepared for national and international events,
- Tourism operators should focus more on popular menus, on local menus, where tourists can not taste everywhere,
  - Culinary culture in tourism business marketing and promotion activities,
  - Foods with cultural heritage should not be allowed to be over-influenced by technology, should be adhered to in preparation and presentation,
    - We must focus on marketing cultural values that have not yet been discovered or attracted enough attention, should take place in tourism activities,
    - Gastronomic tourism should be made a way of life,