

## Gastronomik ve Ekonomik Bir Değer Olarak Kaz Etinin Beğenilirliği: Duyusal Kriterler Üzerinden Bir Araştırma

### The Enjoyment of Goose Meat as Gastronomic and Economic Value: A Study on Sensory Criteria

Binali KILIÇ, T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı, Türkiye, kilicbinali@gmail.com

Orcid No: 0000-0001-8345-6617

*Öz: Kars ve Ardahan kentinin özgün ve zengin florası sayesinde altın sarısı renkleri ile ünlenen ekonomik ve gastronomik ürünlerinden en önemlileri çiçek balı, kaşar peyniri ve kaz etidir. Söz konusu ürünler ile ilgili büyükşehirlerde festivaller düzenlenerek tanıtımı yapılmaktadır. Ayrıca, sağlıklı olmasından dolayı TV programlarına ve Türkiye'deki siyasi partilerin birbirlerini ziyaretlerinde diplomasi aracı olabilmektedir. Bunun sonucu olarak, Kars ve Ardahan destinasyonlarını ziyaret eden turistler ve gurbetçilerin kaz eti tüketimine yöneldikleri görülmektedir. Bu nedenle, Kars ve Ardahan'ın en önemli ekonomik ve gastronomik ürünlerden birisi olan kaz etinin duyusal değerlendirme kriterleri tüketici beğeni testi analizi yapılmıştır. Ölçekte kaz etinin görünümü, kokusu, dokusu, tadı ve genel olarak kabul edilebilirliği 1 ile 4 puan (1: kötü, 4: çok iyi) arasında puanlandırılmıştır. Kaz eti ölçeğine ait en yüksek düzeyde maddenin 3.71 ortalama ile "Kaz eti tadı" olduğu görülmüştür. Ölçekte kaz etinin tavuk, kırmızı et ve hindi etine göre lezzeti 5'li Likert tipi derecelendirme ile puanlandırılmıştır. Kaz etinin sırasıyla tavuk (4,61), hindi (4,54) ve kırmızı et (4,06)'den daha lezzetli olduğu görülmüştür. Ölçekte kaz etinin tavuk, kırmızı et ve hindi etine göre yağlı oluşu 5'li Likert tipi derecelendirme ile puanlandırılmıştır. Kaz etinin sırasıyla tavuk (3,87), hindi (3,49) ve kırmızı et (3,32)'den daha yağlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ölçekte kaz etinin tavuk, kırmızı et ve hindi etine göre yumuşaklığı 5'li Likert tipi derecelendirme ile puanlandırılmıştır. Kaz etinin sırasıyla tavuk (2,81), hindi (3,30) ve kırmızı et (3,31)'den daha yumuşak olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmanın sonuç bölümünde ise kaz etinin bölgenin ekonomik kalkınma aracı olabilmesi için; kaz veriminin artırılması, ihracat kanallarının oluşturulması, kooperatifleşme, markalaşma ve coğrafi işaretin alınarak lobi faaliyetlerinin yapılması gibi önerilere yer verilmiştir.*

*Anahtar Sözcükler: Gastronomi, Turizm, Duyusal Değerlendirme Kriteri, Kaz, Kaz Eti*

*JEL Sınıflandırması: C12, I12, L66, Q18, L83*

*Abstract: Flower honey, kashar cheese and goose meat are some of the most important economic and gastronomic products of Kars and Ardahan cities holding a reputation with their unique and rich flora covered by golden yellow grasslands. These products are advertised in festivals held in metropolises. Moreover, on the ground of its healthiness, they are turning out to be a diplomacy tool for TV programs and political parties in Turkey in their visits to each other. Therewith, it is observed that tourists and expats tend to have goose meat in their meals in their visits to Kars and Ardahan destinations. Thus, a sensory analysis has been made on goose meat, one of the most important economic and gastronomic products in Kars and Ardahan. In the scale, goose meat's arrangement, smell, texture, taste, and general acceptability are measured from 1 to 4 (1: Bad, 4: Very Good). The results showed that the highest rated item in the scale is the "taste of goose meat" with 3.71 average point. The taste of goose meat is measured with 5-point Likert scale and compared with chicken, red meat, and turkey. It demonstrated that goose meat is respectively more delicious than chicken (4,61), turkey (4,54) and red meat (4,06). Fatness level of goose meat is measured with 5-point Likert scale and compared with chicken, red meat and turkey. The results showed that goose meat is respectively fatter than chicken (3,87), turkey (3,49) and red meat (3,32). Tenderness of goose meat is measured with 5-point Likert scale and when compared with chicken, red meat and turkey, it showed that goose meat is respectively more tender than chicken (2,81), turkey (3,30) and red meat (3,31). The study includes final recommendations as in productivity of goose, establishing export channels, becoming a cooperative, branding and lobbying activities by grounding on the geographical indications in the aim of handling the goose meat as a tool for economic development in the region.*

*Keywords: Gastronomy, Tourism, Sensory Analysis, Goose, Goose Meat*

*JEL Classification: C12, I12, L66, Q18, L83*

#### **Makale Geçmişi / Article History**

Başvuru Tarihi / Date of Application : 10 Eylül / September 2020

Kabul Tarihi / Acceptance Date : 18 Şubat / February 2021

## 1. Giriş

Son yıllarda tüketiciler yeme-içme deneyimlerini arttırmak ve değişik yörelere ait yemekleri deneyimlemek istemeleri nedeniyle gastronomik değeri olan etnik mutfakların öneminin gittikçe arttığı görülmektedir. Kars ve Ardahan'ın en önemli ekonomik ve gastronomik ürünlerden birisi kaz etidir.

Tarihsel süreç içerisinde dünyada kaz yetiştiriciliği incelendiğinde, 3000 yıl önce Mısırdan evcilleştirilen ilk kanatlı hayvanın kaz olduğu görülmektedir. Kaz; Roma, Mısır ve Hindu Mitolojilerinde kutsal sayılan bir hayvan olarak yer aldığı görülmektedir (Cilavdaroğlu, Yamak ve Boz 2020, 66). Kaz, Türk mitolojisinde çok akıllı ve bilge bir kuş olarak görülür. Kaz, güneşin doğacağını bildiren elçi ve tan kuşudur. Kozmolojide ise bir yıldızdır (Sever 1999, 85). Eski Türk öykülerinde ise, kadınlar sık sık kuğu veya kazlara benzetilmiştir (Roux 2011, 84). Radloffun tespit ettiği Yaradılış Efsanesinde, Divan-ü Lügati Türk'te, Dede Korkut'ta, Noksanî, Kaygusuz Abdal, Viranî ve Pir Sultan Abdal gibi şairlerde de tespit edilen bir motif ve efsane olduğu görülmektedir. Ayrıca Şamanizm'den bugüne kadar çeşitli Türk topluluklarında totem ve sembol olarak da kullanıldığı görülmektedir. (Diker ve Deniz 2017, 195-196).

Kültürel ve sosyolojik açıdan kaz ile ilgili en güncel açıklamayı Gazeteci Deniz Zeyrek yapmıştır. Gazeteci Deniz Zeyrek'in aktarımına göre; kaz yemeği, Kars ve Ardahan ilinde yaşayanlar ve göç edenler açısından önemi büyüktür. Çünkü Ardahan ve Kars illerinde çocuklara ilk dayanışma, sorumluluk, iş bölümü, sevk ve idare bilinci kaz çobanlığı yaptırılarak kazandırılır. Bu açıdan bakıldığında çok küçük yaşlarda kaz çobanlığı ile sorumluluk duygusu kazanılır. Sorumsuzca davrananlara söylenen *iki kaz güdemez* sözü de bu anlayıştan gelmektedir. Ayrıca kazın Ardahan ve Kars illerindeki yeri ve konumu Hindistan'da ineklere verilen önem kadardır. Ardahan ve Kars illerinde kazın yetiştirilmesi, üretilmesi, beslenmesi ve satışında kadınlar sorumludur. Ayrıca aileye ayrılacak kaz, akraba ve komşuya verilecek kaz ile satılacak kaz sayısına kadınlar karar verir. Kaz eti, israf edilemeyecek kadar kıymetlidir. Bir parçası ve tikesi bile çöpe gitmez. Kaz yemeği, ünlü restoranlarda yenen yemekler gibi şatafatlı olmamasına rağmen oldukça dostane, duygu yüklü, dostlarla hasret giderecek şekilde olmakla beraber oldukça görkemlidir. Yemekte kaz varsa masada yalan yoktur, riya yoktur (*Sözcü*, 4 Aralık 2019).

Birçok destinasyonda yerel kültürün sembolü olan yiyecekler ulusal yiyeceklere tercih edildiği zaman destinasyonun çekiciliğine katkı sağlamaktadır. Yöresel kimliği yansıtan yiyecekler destinasyona prestij kazandırmaktadır. Gastronomik ürünlerin bulunması ve turistlerin bunları tercih etmesi turistik harcamanın artmasına neden olmaktadır. Bu açıdan

değerlendirildiğinde sürdürülebilir turizm ve yarattığı çarpan etkisi nedeniyle olumlu sonuçlar elde edilmektedir (Çanakçı 2019, 887). Kars-Ardahan kazının; gastronomik değeri, lezzeti, sağlıklı oluşu, organik üretimi, kesim ve saklama koşullarının coğrafik özelliklerinden dolayı tüketicilerin dikkatini üzerine çekmektedir. Dünyada her iklimde kaz yetiştirilebilmektedir. Ancak, Kars-Ardahan kazını önemli kılan ve popüleritesini arttıran birçok etken vardır. Bunlar; kaz etinin bölgede hediyeleşme aracı olarak kullanılması, kar yağmadan ve kaz kar yemeden kesimin yapılmaması, Kars-Ardahan coğrafyasında bulunan endemik bitki türünün çeşitliliği ve florası, geleneksel kesim ve saklama yöntemleri, sağlıklı olması ve kaz etinden yapılan leziz yemekleridir.

Görüleceği üzere kaz etinin Kars ve Ardahan açısından sosyolojik, kültürel, gastronomik ve ekonomik bir değeri vardır. Ancak kaz etinin tüketiciler tarafından nasıl değerlendirildiği ile ilgili çalışmaların çok az olduğu görülmüştür. Bu nedenle kaz etini ilk defa tüketenler başta olmak üzere tüketicilerin demografik özelliklerine göre beğenisi duyuşal değerlendirme kriterlerine göre analiz edilmiştir.

## 2. Alanyazın Taraması

Yapılan alanyazın taramasında kaz eti ile ilgili araştırmalar ve elde edilen sonuçlar tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Kaz Eti İle İlgili Literatür Araştırması

Yazar	Konu	Sonuçlar
Gündüz, Dölekoğlu ve Say, (2019)	Kaz Eti Tüketim Tercihleri ve İkame Ürünlerle Duyusal Analiz	Ankete katılan tüketiciler kaz etini; görünüş, koku ve doku olarak orta düzeyde; tat açısından ise iyi düzeyde değerlendirmiştir. Genel kabul edilebilirlik olarak bakıldığında ise orta ve iyi düzeyde değerlendirilmiştir.
Akın ve Çelen, (2020)	Ege Bölgesinde Kaz Yetiştiriciliği ve Bölge Mutfak Kültüründe Kazların Önemi	Ege Bölgesi’nde kaz yetiştiriciliğinin durumu ve bölgenin mutfak kültüründe kaz etinin yeri ve önemi hakkında bilgi verilmiştir. Devlet teşviklerinin Kars ve çevre iller ile sınırlı olması kaz yetiştiriciliği önünde engel olarak görülmüştür. Üretim, kesim, saklama ve lojistik ile ilgili öneriler sunulmuştur.
Hanoğlu ve Ak, (2020)	Doğu Anadolu Bölgesinde Kaz Eti Üretiminde Organik Üretim Olanaklarının Değerlendirilmesi	Organik kaz yetiştiriciliği ile ilgili çalışma yapılmış olup üretimin arttırılması ile ilgili öneriler sunulmuştur.
Boz, Sarıca ve Yamak, (2014)	Yozgat İlinde Kaz Yetiştiriciliği	Çalışmada, damızlık kaz sayısı hakkında bilgi verilmiştir. Üretimin geleneksel olduğu, kırsal alanda üretimin olduğu kaz etinin sadece yöresel ev yemeklerinde kullanılmasından dolayı Türkiye genelinde yeterince tanınmadığı sonucuna varılmıştır.
Şengül ve Yeter, (2020)	Muş İlindeki Kaz Yetiştiriciliğinin Genel Yapısı ve Sorunları	Muş ilinde yapılan kaz yetiştiriciliğinin ailenin et ihtiyacını karşılamak amacıyla yapıldığı görülmüştür. Üreticilerin sorunlarının; eğitim yetersizliği, hastalıklar, kullanılan düşük verimli ırklar, bakım-besleme konusundaki yetersizlikler ve pazarlamada karşılaşılan başlıca sorunlardır.

Tablo 1’de görüleceği üzere kaz eti ile ilgili olarak genellikle üretim ile ilgili sorunlar ve çözüm önerileri üzerinde durulmuştur. Ancak alanyazın taramasında görüleceği üzere tüketicilerin kaz etinin beğenisi ve duyuşal değerlendirme kriterlerine göre değerlendiren araştırmaların az olduğu görülmüştür. Bu nedenle çalışmamızda tablo 1’de yer alan çalışmalardan yola çıkarak hipotezler oluşturulmuştur. Bu hipotezler;

H<sub>1</sub>: Ankete katılanların, kaz etinin görünüşü ile ilgili algıları olumludur.

H<sub>2</sub>: Ankete katılanların, kaz etinin kokusu ile ilgili algıları olumludur.

H<sub>3</sub>: Ankete katılanların, kaz etinin dokusu ile ilgili algıları olumludur.

H<sub>4</sub>: Ankete katılanların, kaz etinin tadı ile ilgili algıları olumludur.

H<sub>5</sub>: Ankete katılanların, kaz etinin genel olarak kabul edilebilirliği ile ilgili algıları olumludur.

H<sub>6</sub>: Ankete katılanların, kaz etini tavuk etine göre lezzetli bulduklarına dair algıları yüksektir.

H<sub>7</sub>: Ankete katılanların, kaz etini hindi etine göre lezzetli bulduklarına dair algıları yüksektir.

H<sub>8</sub>: Ankete katılanların, kaz etini kırmızı ete göre lezzetli bulduklarına dair algıları yüksektir.

H<sub>9</sub>: Ankete katılanların, kaz etini tavuk etine göre yağlı bulduklarına dair algıları yüksektir.

H<sub>10</sub>: Ankete katılanların, kaz etini hindi etine göre yağlı bulduklarına dair algıları yüksektir.

H<sub>11</sub>: Ankete katılanların, kaz etini kırmızı ete göre yağlı bulduklarına dair algıları yüksektir.

H<sub>12</sub>: Ankete katılanların, kaz etini tavuk etine göre yumuşak bulduklarına dair algıları yüksektir.

H<sub>13</sub>: Ankete katılanların, kaz etini hindi etine göre yumuşak bulduklarına dair algıları yüksektir.

H<sub>14</sub>: Ankete katılanların, kaz etini kırmızı ete göre yumuşak bulduklarına dair algıları yüksektir.

Yukardaki hipotezlere ilaveten araştırmaya katılanların; ilk defa kaz eti tüketmelerine, kaz etini temin ettiği yere, kaz etini duyduğu yere, kaz etinin tüketildiği özel gün durumuna, lokantadaki fiyat ve kaz etinin tüm (kemikli ve çiğ) olarak satılmasına göre demografik değişkenlere göre duyuşal değerlendirme kriterleri farklılık analizleri yapılacaktır.

### **3. Dünyada ve Türkiye’de Kaz Yetiştiriciliği ve Tüketimi**

Kazlar, özellikle nemli ve karasal iklime iyi adapte olabilen bir özelliğe sahiptir. Kazlar, merada doğal otlanma ile yetiştirilebilmektedir. Diğer kanatlı türlerine göre hastalıklara karşı daha dirençli olduğu görülmektedir. Kaz, Mısır’da M.Ö. 3000’e dayanan uzun geçmişine, birçok kitaba, hikâyeye, mitolojiye ilham vermesine karşın tüketimde tavuk ve ördek kadar popüler olamamıştır (Gündüz, Dölekoğlu ve Say 2019, 33). Kaz eti iyi bir protein kaynağına

ve yüksek oranda doymamış yağ asitlerini içermektedir (Gündüz, Dölekoğlu ve Say 2019, 34). Görüleceği üzere kaz insan beslenmesinde önemli bir yere ve öneme sahiptir.

Kaz yetiştiriciliği köy koşullarında ailelerin et ihtiyacını karşılamaya yönelik üretim olduğu görülmektedir. Bu yüzden kaz eti satarak bundan ticari bir kazanç sağlamak söz konusu değildir (www.tarimorman.gov.tr). Kaz eti üretiminin yaklaşık % 96'sını Asya kıtası ülkeleri karşılamaktadır. Asya'daki üretimin % 99'u ise Çin'e aittir. Avrupa ülkeleri ise kaz eti üretiminde dünya üretiminin yaklaşık % 5'ine sahiptir. Türkiye'nin Avrupa kaz eti üretimi içerisindeki payı ise yaklaşık % 1'dir (Alkan ve Eren 2019, 252). Türkiye'de 2017 yılının verilerine göre kazların yarısından fazlası Kuzeydoğu Anadolu Bölgesinde yetiştirilmektedir (Kanatlı Hayvancılık Sektör Politika Belgesi 2018-2022). Halkın kaz eti damak alışkanlığı nedeniyle üretimine önem verilmektedir (Demir, Kırmızıbayrak ve Yazıcı 2013, 129).

#### **4. Kars ve Ardahan Kazı**

Kars - Ardahan ilinde kaz üretimi, besiciliği ve yetiştiriciliği özellikle kırsal alanlarda yapılmakta olup, küçük ölçekli aile veya aile işletmelerinin açıkta otlatma şeklinde sürdürdüğü bu geleneksel üretim yapısı nedeniyle oldukça lezzetli olan kaz eti bölgesel veya yöresel ev yemeklerinde kullanımı için tercih edilmektedir. Kars-Ardahan ilinde kazların merada beslenmesi, bu yöreye ait bitki örtüsünden otlayarak beslenmesi anlamına gelmektedir. Geleneksel bir öğreti ile kazlar ilk kar yağması ile kesilmektedir. Kars-Ardahan ilinde kaz üreticileri Kasım ayında yağın karı görmeden kaz kesimine başlamaz. Çünkü kaz etinin istenen aromaya sahip olması için etin kar veya ayaza maruz kalması gerekmektedir. Kar yağışı bölgenin coğrafi yapısına ve mevsim istatistiklerine göre genellikle Kasım ayının 15'inden sonra başlar (Ardahan Ticaret Odası 2019). Kars ve Ardahan kazı yerli ırk olarak bilinmektedir. Kars ve Ardahan kazı çevre illerde yetiştirilen kaz türleriyle yakın özellik göstermektedir (Ardahan İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2019). Karkas et iki şekilde işlem görür. Birinci yöntem; Tuzlama yöntemidir. Karkas kazın ağırlığına göre genellikle kaz başına 50-60 gr tuz ile tuzlanarak serin bir yerde tuzu çekebilmesi için muhafaza edilir. Serin yerde iki gün bekletilen tuzlanmış kaz parçalanarak ya da karkas halde poşetlere konularak soğuk bir yerde depolanır. İkinci yöntem ise; Kurutma yöntemidir. Bu yöntemde karkas kaz eti, sağlığa uygun koşullarda uygun ev ya da işletmenin dış faktörlerden korunaklı yerinde (genellikle dış mekânda muhafazalı yerlerde), kış güneşini göreceğ şekilde ve soğuk ile temas edeceği açık bir alanda iki ya da üç gün bekletilmek suretiyle kurutulmasıdır. Bu zaman zarfında kaz eti soğuk ve kış güneşine maruz kaldığı için değişik bir tat ve kokuya sahip olmaktadır (Ardahan Ticaret Odası, 2019). Kaz, yetiştirilen yöreye ilk karın yağmasından

sonra ve özellikle kazların yağın karı yemesinden sonra kesilmektedir. Daha sonra karkasları tuzlayıp, güneşte kurutarak tüketilinceye kadar muhafaza edilmektedir (Demir, Kırmızıbayrak ve Yazıcı 2013, 131).

Aileler kaz satışından ticari bir kazanç sağlamamakla birlikte, fazla üretilen kazlar Ardahan ve Kars ilinden göç etmiş akrabalara hediye olarak gönderilir. Bununla birlikte bazen kazların satışı olabilmektedir. Kaz satışını tümüyle ev kadınları tarafından gerçekleştirilir ve elde edilen gelir ev kadını tarafından evin ihtiyaçları için harcanır. Zaman zaman okuyan çocuklara el harçlığı şeklinde değerlendirildiği görülmektedir. Kaz eti, sadece toplumun belirli kesimleri tarafından lezzetli bulunmaktadır. Yöresel ev yemeklerinde kullanılması nedeniyle ülke genelinde yeterince tanınmamakta ve tüketilmemektedir (Taşkın, Karadavut ve Camcı 2017, 139).

Kaz üreticileri, kazın sadece etinden değil, karaciğer, yumurta, yağ ve tüyünden de yararlanmaktadır. Kaz Eti: Son yıllarda kaz eti ile ilgili basında çıkan haberler, sağlık uzmanlarının görüşleri, kaz etinin besleyici değeri, yüksek protein seviyesi, düşük kolesterol içeriği, kaz yetiştiriciliğinin önemini arttırmıştır (Diker ve Deniz 2017, 197). Kaz Karaciğeri: Fransa’da ve birçok ülkede kaz üretimi kaz ciğeri için yapıldığı bilinmektedir. Kaz karaciğeri oldukça yüksek fiyatlar ile pazarlandıkları bilinmektedir (www.tarimsalistatistik.com). Kaz Yağı: Kaz yağının, köy üreticilerinin kışlık yemeklik yağ ihtiyacını karşıladığı bilinmektedir (www.tarimorman.gov.tr). Kaz Tüyü: Kaz tüyü 6. yüzyıldan 16. yüzyıla kadar yazma aracı olarak kullanılmıştır. 1810 yılında metal dolma kalemler patent alınca kadar kaz tüyünün yazma aracı olarak kullanılmasına devam edilmiştir (Oral ve Dirgar 2017, 11). Kazlardan elde edilen ve kullanım alanı açısından en önemli ürünlerden birisi tüydür. Ardahan ve çevre illerinde tüyleri yastık ve yorgan yapımında kullanılmaktadır (Demir, Kırmızıbayrak ve Yazıcı 2013, 129). Kaz Yumurtası: Irklara göre değişmekle birlikte kazlar bir yıllık yumurta sezonunda ağırlıkları 150-200 grama kadar olan 15-60 adet yumurta verebilmektedirler. Ardahan ve çevre illerinde kaz yumurtası yiyecek için kullanılmamaktadır. Kaz yumurtaları kaz üretimi için ayrılmaktadır (Alkan ve Eren 2019, 252). Kaz ve Sağlık: Kaz eti yüksek protein ve besleyici değeri, düşük yağ ve kolesterol içeriği sebebi ile sağlıklı bir et türüdür (Diker ve Deniz 2017, 197).

## **5. Araştırmanın Amacı, Materyal ve Metot**

Bu çalışmada, kaz etinin tüketimi ile ilgili duyuşal değerlendirme kriterlerine göre analizi ve tüketicilerin geleceğe yönelik tüketim tercihlerinin araştırılması amaçlanmıştır. Bu çalışma, 19 Aralık 2019 – 16 Ocak 2020 tarihleri arasında kaz eti deneyimi yaşayan kişilere sosyal

medya aracılığı ile anket gönderilmiştir. Kaz eti yiyen tüketicilerin cevaplandırması istenmiştir. Çalışmada, tesadüfi olmayan örneklem yöntemlerinden kolayda örneklem yöntemi tercih edilmiştir. Söz konusu çalışmamız, cevaplanan anket sorularından elde edilen verilerin analizinden oluşmaktadır. Ankette kaz etinin; tavuk eti, kırmızı et ve hindi etine göre; koku, görünüş, tat, doku, genel tercih ve kabul edilebilirlik kriterlerinin karşılaştırılarak duysal değerlendirme kriterleri açısından potansiyel tüketicilerin tercihlerinin belirlenmesi ve bunun sonucunda da ikame ürünlere göre tüketicilerin kaz eti tercih edilebilirliğinin ölçülebilmesi amaçlanmıştır.

Çalışma için hazırlanan anket katılımcıların; cinsiyeti, çalışma durumu, mesleği, yaşı, eğitim durumu, ilk defa kaz eti yedi ise nereden duyduğu, kaz etini nereden temin ettiği, kaz etinin görünüşü, kokusu, dokusu, tadı, genel olarak kabul edilebilirliği, kazı etinin tavuk, kırmızı et ve hindi etine göre lezzeti, kaz etinin tavuk, kırmızı et ve hindi etine göre yağlı olma durumu, kaz etinin tavuk, kırmızı et ve hindi etine göre yumuşaklığı, kaz etinin tercih edilen zaman dilimi veya önemli günü, kaz etini hangi ilde ve lokantada yediği, kaz etinin lokantadaki fiyatı veya bütün çiğ fiyatını nasıl bulduklarını içeren demografik ve duysal değerlendirme kriterlerine ilişkin sorular sorulmuştur. Anket, katılımcılara sosyal medya aracılığı ile paylaşılmış olup, kaz eti yiyenlerin bu çalışmaya destek olmaları istenmiştir. Duysal değerlendirme kriterleri ile ilgili soruların hazırlanmasında Gündüz, Dölekoğlu ve Say (2019)'ın "*Kaz Eti Tüketim Tercihleri ve İkame Ürünlerle Duysal Analiz*" adlı makalesinden yararlanılmıştır. Çalışmamızda tüketicilerin duysal değerlendirme kriterleri analizi Likert derecelendirme ile değerlendirilerek yapılmıştır. Duysal değerlendirme kriteri analiz testi; gıdanın görünüşü, kokusu, dokusu, tadı ve genel olarak kabul edilebilirliği ile ilgili tüketicilerin tepkilerini ölçen, analiz eden ve açıklayan bir ölçektir (Gündüz, Dölekoğlu ve Say 2019, 35). Duysal analiz: "*Gıdaların işitme, dokunma, tatma, koklama ve görme duyuları ile algılanan karakteristiklerini algılamak, ölçmek, analizlemek ve yorumlamak için kullanılan bilimsel bir disiplindir*".(<https://www.sbs-turkey.com/tr>, 2021).

Araştırmanın sınırlılıkları ise, duysal değerlendirme kriteri analizi genel olarak katılımcıların doğrudan tadım sonrası deneyimlerini ve beğenilerini paylaştığı bir analizdir. Araştırmada ankete katılanlara kaz eti tadım anında duysal kriterlere göre analizi yapılmamıştır. Ankete katılan katılımcıların kaz etini temin ettiği yer şu şekildedir: 212 katılımcıya memleketten gönderilmiştir, 74 katılımcıya komşuları ikram etmiştir, 30 katılımcı lokantada tadına bakmıştır, 13 katılımcı festivalde tatmıştır ve 147 katılımcı ise satın almıştır. Böylece kaz etinin duysal kriterlere göre analizi kaz etinin temin edildiği yer

dikkate alınarak yapılmıştır. Duyusal değerlendirme kriteri analizi anketi, zaman ve maddi kısıtlar nedeniyle tadım ve anket eşzamanlı uygulanamamıştır.

Çalışmamızda; betimsel istatistik, bağımsız gruplar t-testinin varsayımları karşılanamadığı için parametrik olmayan test karşılığı olan Mann-Whitney U testi, tek yönlü Anova varsayımları karşılanamadığı için parametrik olmayan test karşılığı Kruskal-Wallis testi uygulanmıştır.

## 6. Bulgular

Kaz etinin duyusal analizi anketine 545 kişi katılmış olup, anket 19 Aralık 2019 ile 16 Ocak 2020 tarihleri arasında yapılmıştır. 476 adet katılımcının cevapları dikkate alınmıştır.

Tablo 2. Verilerin Dağılımına Ait Normallik Testleri Sonucu

Değişkenler	İstatistik	d	p	$\bar{x}$ Medyan	Çarpıklık	Basıklık	
Kaz Eti Ölçeği	0,184	76	0,000	17,32	18	-1,197	1,132
Kaz Eti Lezzet Ölçeği	0,251	476	0,000	13,21	14	-1,704	2,679
Kaz Eti Yağlı Ölçeği	0,096	476	0,000	10,68	11	-0,306	-0,642
Kaz Eti Yumuşak Ölçeği	0,089	476	0,000	9,41	9	0,109	-0,532

Normal dağılım analizi sonucunda ortalama-medyanın birbirine yakın olmasına rağmen  $p=0,000<0,05$  ve basıklık ile çarpıklığın  $\pm 2$  arasında olması gerekliliği incelendiğinde; değişkenlere göre bu değerlerin normal dağılıma uymadığı belirlenmiştir. Bu nedenle, çalışma için parametrik olmayan analizlerinin uygulanmasına karar verilmiştir

Tablo 3. Araştırmaya Katılan Kişilerin Demografik Özellikleri

Yaş	Sayı	Yüzde(%)
20-30	184	38,7
31-40	124	26,1
41-50	112	23,5
51-60	50	10,5
61-70	6	1,3
Cinsiyet	Sayı	Yüzde(%)
Erkek	234	49,2
Kadın	242	50,8
Çalışma Durumu	Sayı	Yüzde(%)
Çalışıyor	284	59,7
Çalışmıyor	39	8,2



Emekli	27	5,7
Ev Hanımı	36	7,6
Gönüllü	3	0,6
Öğrenci	87	18,3
Eğitim Düzeyi	Sayı	Yüzde(%)
İlkokul	30	6,3
Lise	123	25,8
Ön Lisans	80	16,8
Lisans	175	36,8
Yüksek Lisans	53	11,1
Doktora	15	3,2
Total	476	100,0

Araştırma kapsamındaki kişilerin demografik özelliklerinin dağılımı incelendiğinde, katılımcıların %49,2 sinin erkek, %50,8 inin kadın olduğu, %59,7 sinin çalışıyor olduğunu, katılımcıların yaşlarının %38,7 sinin 20-30 yaş aralığında %26,1 inin 31-40 yaş aralığında olduğu, katılımcıların eğitim düzeylerinin en fazla %36,8 'inin lisans olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4. Katılımcıların Kaz Eti Ölçeğine Ait Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik Analizi	
Cronbach's Alpha	N of Items
,750	14

Ölçeğin Cronbach alfa katsayısı, 0,75 olarak bulunmuştur. 14 maddeden oluşan kaz eti ölçeğine ait güvenilirlik düzeyinin geçerli seviyede olduğu belirlenmiştir. 5 maddeden oluşan (kaz eti görünümü, kokusu, dokusu, tadı ve genel kabul edilebilirliği) ölçek dördümlü Likert tipindedir. Ölçekte yer alan her madde 1 ile 4 puan (1: kötü, 4: çok iyi) arasında puanlandırılmaktadır. Katılımcıların aldıkları puanlar 5-20 arasında değişmektedir. Ölçekten alınan puan arttıkça kaz etinin görünüşü / kokusu / dokusu / tadı ve genel olarak kabul edilebilirliği ile ilgili algıları pozitif olarak değerlendirme yapılmaktadır. 3 maddeden oluşan (kaz etinin, tavuk, kırmızı ve hindi etine göre lezzeti) ölçek beşli Likert tipindedir. Ölçekte yer alan her madde 1 ile 5 puan (1: kesinlikle katılmıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum) arasında puanlandırılmaktadır. Katılımcıların aldıkları puanlar 3-15 arasında değişmektedir. Ölçekten alınan puan arttıkça kaz etinin lezzetinin tavuk /kırmızı et/hindi etine göre algılarını pozitif olarak değerlendirme yapılmaktadır. 3 maddeden oluşan (kaz etinin, tavuk, kırmızı ve hindi etine göre yağlı oluşu) ölçek beşli Likert tipindedir. Ölçekte yer alan her madde 1 ile 5 puan (1: kesinlikle katılmıyorum, 5:kesinlikle katılıyorum) arasında puanlandırılmaktadır.

Katılımcıların aldıkları puanlar 3-15 arasında değişmektedir. Ölçekten alınan puan arttıkça kaz etinin yağlılığının tavuk /kırmızı et/hindi etine göre algılarını pozitif olarak değerlendirme yapılmaktadır. 3 maddeden oluşan (kaz etinin, tavuk, kırmızı ve hindi etine göre yumuşaklığı) ölçek beşli Likert tipindedir. Ölçekte yer alan her madde 1 ile 5 puan (1: kesinlikle katılmıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum) arasında puanlandırılmaktadır. Katılımcıların aldıkları puanlar 3-15 arasında değişmektedir. Ölçekten alınan puan arttıkça kaz etinin yumuşaklığının tavuk /kırmızı et/hindi etine göre algılarını pozitif olarak değerlendirme yapılmaktadır.

Tablo 5. Araştırmaya Katılan Kişilerin Kaz Eti İle İlgili Algılara Ait Betimsel İstatistikleri

	N	$\bar{x}$	s.s
Kaz eti görünümü	476	3,49	0,698
Kaz eti kokusu	476	3,23	0,866
Kaz eti dokusu	476	3,37	0,739
Kaz eti tadı	476	3,71	0,580
Kaz eti kabul edilebilirliği	476	3,51	0,722

Tablo 5’deki kaz eti ile ilgili algı ölçeğine ait betimsel istatistikler incelendiğinde, kaz eti ile ilgili algı düzeylerinin yüksek seviyede olduğu belirlenmiştir. ( $\bar{x}= 17,31$ ). Kaz eti ölçeğine ait en yüksek düzeye sahip maddenin 3,71 ortalama ile “Kaz eti tadı ” maddesi olduğu, en düşük düzeye sahip maddenin ise 3,23 ortalama ile “kaz eti kokusu ” maddesi olduğu belirlenmiştir. Bu çerçevede, H<sub>1</sub>: “Ankete katılanların, kaz etinin görünüşü ile ilgili algıları olumludur” hipotezi desteklenmiştir. H<sub>2</sub>: “Ankete katılanların, kaz etinin kokusu ile ilgili algıları olumludur” hipotezi desteklenmiştir. H<sub>3</sub>: “Ankete katılanların, kaz etinin dokusu ile ilgili algıları olumludur” hipotezi desteklenmiştir. H<sub>4</sub>: “Ankete katılanların, kaz etinin tadı ile ilgili algıları olumludur” hipotezi desteklenmiştir. H<sub>5</sub>: “Ankete katılanların, kaz etinin genel olarak kabul edilebilirliği ile ilgili algıları olumludur” hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 6. Araştırmaya Katılan Kişilerin Kaz Eti Lezzetine Ait Betimsel İstatistikleri

	N	$\bar{x}$	s.s
Kaz eti tavuk etine göre daha lezzetlidir	476	4,61	0,829
Kaz eti kırmızı ete göre daha lezzetlidir	476	4,06	1,218
Kaz eti hindi etine göre daha lezzetlidir	476	4,54	0,883

Tablo 6’daki kaz etinin lezzeti ile ilgili algı ölçeğine ait betimsel istatistikler incelendiğinde, lezzet düzeylerinin yüksek seviyede olduğu belirlenmiştir. ( $\bar{x}= 13,21$ ). Kaz eti ölçeğine ait en yüksek düzeye sahip maddenin 4,61 ortalama ile “Kaz eti tavuk etine göre daha lezzetlidir” maddesi olduğu, en düşük düzeye sahip maddenin ise 4,06 ortalama ile “Kaz

eti hindi etine göre daha lezzetlidir ” maddesi olduğu belirlenmiştir. H<sub>6</sub>: “Ankete katılanların, kaz etini tavuk etine göre lezzetli bulduklarına dair algıları yüksektir.” hipotezi desteklenmiştir. H<sub>7</sub>: “Ankete katılanların, kaz etini hindi etine göre lezzetli bulduklarına dair algıları yüksektir.” hipotezi desteklenmiştir. H<sub>8</sub>: “Ankete katılanların, kaz etini kırmızı ete göre lezzetli bulduklarına dair algıları yüksektir.” hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 7. Araştırmaya Katılan Kişilerin Kaz Etinin Yağlılığına Ait Betimsel İstatistikleri

	N	$\bar{x}$	s.s
Kaz eti, tavuk etine göre daha yağlıdır	476	,87	1,173
Kaz eti, kırmızı ete göre daha yağlıdır	476	3,32	1,198
Kaz eti, hindi etine göre daha yağlıdır	476	3,49	1,205

Tablo 7’deki kaz etinin tavuk/kırmızı/hindi etine göre daha yağlıdır algı ölçeğine ait betimsel istatistikler incelendiğinde, yağ düzeylerinin orta seviyede olduğu belirlenmiştir. ( $\bar{x}$ = 10,68). Kaz eti yağ ölçeğine ait en yüksek düzeye sahip maddenin 3,87 ortalama ile “Kaz eti tavuk etine göre daha yağlıdır” maddesi olduğu, en düşük düzeye sahip maddenin ise 3,32 ortalama ile “Kaz eti kırmızı ete göre daha yağlıdır ” maddesi olduğu belirlenmiştir. H<sub>9</sub>: “Ankete katılanların, kaz etini tavuk etine göre yağlı bulduklarına dair algıları yüksektir.” hipotezi desteklenmiştir. H<sub>10</sub>: “Ankete katılanların, kaz etini hindi etine göre yağlı bulduklarına dair algıları yüksektir.” hipotezi desteklenmiştir. H<sub>11</sub>: “Ankete katılanların, kaz etini kırmızı ete göre yağlı bulduklarına dair algıları yüksektir.” hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 8. Araştırmaya Katılan Kişilerin Kaz Etinin Yumuşaklığına Ait Betimsel İstatistikleri

	N	$\bar{x}$	s.s
Kaz eti, tavuk etine göre daha yumuşaktır	476	2,81	1,220
Kaz eti, kırmızı ete göre daha yumuşaktır	476	3,31	1,189
Kaz eti, hindi etine göre daha yumuşaktır	476	3,30	1,186

Tablo 8’deki kaz etinin tavuk/kırmızı/hindi etine göre daha yumuşaktır algı ölçeğine ait betimsel istatistikler incelendiğinde, yumuşaklık düzeylerinin orta seviyede olduğu belirlenmiştir. ( $\bar{x}$ = 9,42). Kaz eti yumuşaklığı ölçeğine ait en yüksek düzeye sahip maddenin 3,31 ortalama ile “Kaz eti kırmızı ete göre daha yumuşaktır ” maddesi olduğu, en düşük düzeye sahip maddenin ise 2,81 ortalama ile “Kaz eti tavuk etine göre daha yumuşaktır ” maddesi olduğu belirlenmiştir. H<sub>12</sub>: “Ankete katılanların, kaz etini tavuk etine göre yumuşak bulduklarına dair algıları yüksektir.” hipotezi desteklenmiştir. H<sub>13</sub>: “Ankete katılanların, kaz etini hindi etine göre yumuşak bulduklarına dair algıları yüksektir.” hipotezi desteklenmiştir.

H<sub>14</sub>: “Ankete katılanların, kaz etini kırmızı ete göre yumuşak bulduklarına dair algıları yüksektir.” hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 9. Araştırmaya Katılan Kişilerin Demografik Değişkenlere Göre Kaz Etinin Görünüşü / Kokusu / Dokusu / Tadı Ve Genel Olarak Kabul Edilebilirliği İle İlgili Algılarının Farklılıklarına Ait Analiz Sonuçları

Cinsiyet	N	Sıralar ortalaması	U	p
Kadın	242	240,64	277796,5	0,724
Erkek	234	236,29		
Çalışma Durumu	N	Sıralar ortalaması	Kruskal	p
Çalışıyor	284	219,68	13,44	0,02
Çalışmıyor	39	270,76		
Emekli	23	234,63		
Ev Hanımı	36	261,97		
Gönüllü	3	335,67		
Öğrenci	87	262,57		
Yaş	N	Sıralar ortalaması	Kruskal	p
20-30	184	257,83	18,577	0,01
31-40	102	214,97		
41-50	112	201,54		
51-60	50	207,17		
61-70	6	164,42		
Eğitim Düzeyi	N	Sıralar ortalaması	Kruskal	p
İlkokul	30	268,10	14,252	0,014
Lise	119	252,46		
Ön Lisans	80	265,38		
Lisans	175	220,14		
Yüksek Lisans	53	200,19		
Doktora	15	211,90		

Bağımsız gruplar t-testinin varsayımları karşılanmadığı için parametrik olmayan test karşılığı Mann-Whitney U testi uygulanmıştır. Burada incelenen bağımsız değişken (cinsiyet) iki kategoriden oluşmaktadır. Mann-Whitney U testi sonucuna göre p anlamlılık düzeyleri incelendiğinde; kaz etinin görünüşü / kokusu / dokusu / tadı ve genel olarak kabul edilebilirliği ile ilgili algılarının ( $U = 277796,5$ ,  $p = 0,724 > 0,05$ ) cinsiyete göre farklılık göstermediğini söyleyebiliriz. İncelenen diğer değişkenler (yaş, çalışma durumu, eğitim düzeyi ) üç ve daha fazla kategoriden oluşmaktadır. Tek yönlü Anova varsayımları

karşılanamadığı için parametrik olmayan test karşılığı Kruskal-Wallis testi uygulanmıştır. Kruskal-Wallis testi sonucuna göre p anlamlılık düzeyleri incelendiğinde; kaz etinin görünüşü / kokusu / dokusu / tadı ve genel olarak kabul edilebilirliği ile ilgili algılarının yaşına (18,577,  $p = 0,01 < 0,05$ ), çalışma durumuna ( 13,44,  $p = 0,02 < 0,05$ ) ve eğitim düzeyine (14,252,  $p = 0,014 < 0,05$ ) göre farklılık gösterdiğini %95 güvenle söyleyebiliriz.

Tablo 10. Araştırmaya Katılan Kişilerin Kaz Etini İlk Tüketimi/Duyduğu /Temin Ettiği Yer Değişkenlerine Göre Kaz Etinin Görünüşü / Kokusu / Dokusu / Tadı Ve Genel Olarak Kabul Edilebilirliği İle İlgili Algılarının Farklılıklarına Ait Analiz Sonuçları

İlk Defa Kaz Eti Tüketenler	N	Sıralar Ortalaması	Kruskal
Hiç Yemedim	4	203,50	107,962 ,000
İlk Defa Yedim	47	101,44	
1-2	138	191,58	
3-4	127	257,87	
5-6	54	299,58	
7-8	36	302,15	
9-10	70	310,03	
Katılımcıların Kaz Etini Duyduğu Yer	N	Sıralar Ortalaması	Kruskal
Tv	13	120,50	76,371 ,000
Tavsiye	35	127,01	
Ailem	381	265,08	
Davet	35	141,06	
Sosyal Medya	5	182,00	
Diğer	7	95,93	
Katılımcıların Kaz Etini Temin Ettiği Yer	N	Sıralar Ortalaması	Kruskal
Memleketten Gönderildi	212	269,69	58,795 ,000
Komşum Verdi	74	178,86	
Lokanta	30	130,28	
Festival	13	117,12	
Satın Aldım	147	256,36	

Kruskal-Wallis testi sonucuna göre p anlamlılık düzeyleri incelendiğinde; kaz etinin görünüşü / kokusu / dokusu / tadı ve genel olarak kabul edilebilirliği ile ilgili algılarının ilk defa kaz etini tüketenlere göre (107,962,  $p = 0,00 < 0,05$ ), daha önce kaz eti yedi ise temin etme durumuna göre (58,795,  $p = 0,00 < 0,05$ ) ve ilk defa kaz eti yemesine göre nereden duyduğu değişkenlerine göre (76,371,  $p = 0,014 < 0,05$ ) farklılık gösterdiğini % 95 güvenle söyleyebiliriz.

Tablo 11. Araştırmaya Katılan Kişilerin Demografik Değişkenlere Göre Kaz Etinin Lezzeti İle İlgili Algılarının Tavuk / Kırmızı Et / Hindi Etine Göre Farklılıklarına Ait Analiz

## Sonuçları

Cinsiyet	N	Sıralar Ortalaması	U
Kadın	242	246,89	26284,5 ,148
Erkek	234	229,83	
Çalışma Durumu	N	Sıralar Ortalaması	Kruskal
Çalışıyor	284	228,33	4,522 ,477
Çalışmıyor	39	258,19	
Emekli	23	251,57	
Ev Hanımı	36	256,68	
Gönüllü	3	243,33	
Öğrenci	87	251,13	
Yaş	N	Sıralar Ortalaması	Kruskal
20-30	184	250,00	4,733 ,316
31-40	102	244,03	
41-50	112	218,67	
51-60	50	228,85	
61-70	6	222,17	
Eğitim Düzeyi	N	Sıralar Ortalaması	Kruskal
İlkokul	30	243,03	9,457 ,092
Lise	119	250,19	
Ön Lisans	80	267,73	
Lisans	175	225,19	
Yüksek Lisans	53	211,59	
Doktora	15	228,10	

Mann-Whitney U testi sonucuna göre p anlamlılık düzeyleri incelendiğinde; kaz etinin lezzeti ile ilgili algılarının (U = 26284,5, p =0,148 > 0,05) cinsiyete göre farklılık göstermediğini söyleyebiliriz. Kruskal-Wallis testi sonucuna göre p anlamlılık düzeyleri incelendiğinde; kaz etinin lezzeti ile ilgili algılarının yaşına (4,733, p =0,316 > 0,05), çalışma durumuna (4,522, p =0,477>0,05) ve eğitim düzeyine (9,457, p=0,092 >0,05) göre farklılık göstermediğini %95 güvenle söyleyebiliriz

Tablo 12. Araştırmaya Katılan Kişilerin İlk Defa Kaz Eti Tüketenler Katılımcıların Kaz Etini Duyduğu Yer, Katılımcıların Kaz Etini Temin Ettiği Yere Göre Farklılıklarına Ait Analiz Sonuçları

İlk Defa Kaz Eti Tüketenler	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
Hiç Yemedim	4	175,50	79,351 ,000
İlk Defa Yedim	47	113,24	
1-2	138	210,30	
3-4	127	253,25	
5-6	54	290,83	
7-8	36	301,43	
9-10	70	282,31	
Katılımcıların Kaz Etini Duyduğu Yer	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
Tv	13	128,73	85,05 ,000
Tavsiye	35	114,27	
Ailem	381	264,94	
Davet	35	144,66	
Sosyal Medya	5	232,30	
Diğer	7	97,93	
Katılımcıların Kaz Etini Temin Ettiği Yer	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
Memleketten Gönderildi	212	267,52	50,397 ,000
Komşum Verdi	74	180,45	
Lokanta	30	139,33	
Festival	13	159,46	
Satın Aldım	147	253,09	

Kruskal-Wallis testi sonucuna göre p anlamlılık düzeyleri incelendiğinde; kaz etinin lezzeti ile ilgili algılarının ilk defa kaz etini tüketenlerin (79,351,  $p=0,00 < 0,05$ ), daha önce kaz eti yedi ise temin etme durumuna göre (50,397,  $p=0,00 < 0,05$ ) ve ilk defa kaz eti yemesine göre nereden duyduğu değişkenlerine göre (85,05,  $p=0,000 < 0,05$ ) farklılık gösterdiğini %95 güvenle söyleyebiliriz.

Tablo 13. Araştırmaya Katılan Kişilerin Demografik Değişkenlere Göre Kaz Etinin Yağlılığı İle İlgili Algılarının Tavuk / Kırmızı Et / Hindi Etine Göre Farklılıklarına Ait Analiz

## Sonuçları

Cinsiyet	N	Sıralar ortalaması	U
Kadın	242	252,08	25028,500 ,027
Erkek	234	224,46	
Çalışma Durumu	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
Çalışıyor	284	225,95	17,362 ,004
Çalışmıyor	39	248,92	
Emekli	23	216,94	
Ev Hanımı	36	322,97	
Gönüllü	3	241,17	
Öğrenci	87	246,43	
Yaş	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
20-30	184	244,66	7,619 ,107
31-40	102	250,29	
41-50	112	233,60	
51-60	50	192,64	
61-70	6	279,42	
Eğitim Düzeyi	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
İlkokul	30	231,03	2,618 ,759
Lise	119	243,09	
Ön lisans	80	256,94	
Lisans	175	231,81	
Yüksek lisans	53	225,25	
Doktora	15	242,33	

Mann-Whitney U testi sonucuna göre p anlamlılık düzeyleri incelendiğinde; kaz etinin yağlılığı ile ilgili algılarının (U = 25028,5, p =0,027 < 0,05) cinsiyete göre farklılık gösterdiğini söyleyebiliriz. Kruskal-Wallis testi sonucuna göre p anlamlılık düzeyleri incelendiğinde; kaz etinin yağlılığı ile ilgili algılarının yaşına (7,619, p =0,107 > 0,05) ve eğitim düzeyine (2,618, p=0,759 >0,05) göre farklılık göstermediğini, çalışma durumuna göre (17,362, p =0,04 < 0,05) farklılık gösterdiğini % 95 güvenle söyleyebiliriz.



Tablo 14. Araştırmaya Katılan Kişilerin İlk Defa Kaz Eti Tüketenler Katılımcıların Kaz Etini Duyduğu Yer, Katılımcıların Kaz Etini Temin Ettiği Yere Göre Kaz Etinin Yağlılığı İle İlgili Farklılıklarına Ait Analiz Sonuçları

İlk Defa Kaz Eti Tüketenler	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
Hiç Yemedim	4	221,50	20,936 ,002
İlk Defa Yedim	47	176,33	
1-2	138	219,76	
3-4	127	250,90	
5-6	54	274,60	
7-8	36	281,18	
9-10	70	245,86	
Katılımcıların Kaz Etini Duyduğu Yer	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
Tv	13	139,88	22,475 ,000
Tavsiye	35	206,19	
Ailem	381	251,91	
Davet	35	196,17	
Sosyal Medya	5	122,30	
Diğer	7	147,86	
Katılımcıların Kaz Etini Temin Ettiği Yer	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
Memleketten Gönderildi	212	252,79	28,256 ,000
Komşum Verdi	74	181,48	
Lokanta	30	173,97	
Festival	13	194,46	
Satın Aldım	147	263,66	

Kruskal-Wallis testi sonucuna göre p anlamlılık düzeyleri incelendiğinde; kaz etinin yağlılığı ile ilgili algılarının ilk defa kaz etini tüketenlerin (20,936,  $p = 0,002 < 0,05$ ), daha önce kaz eti yedi ise temin etme durumuna göre (28,256,  $p = 0,00 < 0,05$ ) ve ilk defa kaz eti yemesine göre nereden duyduğu değişkenlerine göre (22,475,  $p = 0,000 < 0,05$ ) farklılık gösterdiğini %95 güvenle söyleyebiliriz.

Tablo 15. Araştırmaya Katılan Kişilerin Demografik Değişkenlere Göre Kaz Etinin Yumuşaklığı İle İlgili Algılarının Tavuk / Kırmızı Et / Hindi Etine Göre Farklılıklarına Ait Analiz Sonuçları

Cinsiyet	N	Sıralar ortalaması	U
Kadın	242	239,08	28174,500 ,926
Erkek	234	237,90	
Çalışma Durumu	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
Çalışıyor	284	240,95	6,211 ,286
Çalışmıyor	39	259,49	
Emekli	23	243,76	
Ev Hanımı	36	187,00	
Gönüllü	3	225,50	
Öğrenci	87	241,24	
Yaş	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
20-30	184	254,95	13,621 ,009
31-40	102	215,90	
41-50	112	224,10	
51-60	50	276,72	
61-70	6	151,42	
Eğitim Düzeyi	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
İlkokul	30	200,65	4,503 ,479
Lise	119	247,35	
Ön Lisans	80	248,56	
Lisans	175	234,99	
Yüksek Lisans	53	227,00	
Doktora	15	269,50	

Mann-Whitney U testi sonucuna göre p anlamlılık düzeyleri incelendiğinde; kaz etinin yumuşaklığı ile ilgili algılarının (U = 28174,5 , p =0,926 > 0,05 ) cinsiyete göre farklılık göstermediğini söyleyebiliriz. Kruskal-Wallis testi sonucuna göre p anlamlılık düzeyleri incelendiğinde; kaz etinin yumuşaklığı ile ilgili algılarının çalışma durumuna göre (6,211, p =0,286 > 0,05) ve eğitim düzeyine (4,503, p=0,479 > 0,05) göre farklılık göstermediğini, yaşına göre (13,621, p =0,009 < 0,05) farklılık gösterdiğini % 95 güvenle söyleyebiliriz.

Tablo 16. Araştırmaya Katılan Kişilerin İlk Defa Kaz Eti Tüketenler Katılımcıların Kaz Etini Duyduğu Yer, Katılımcıların Kaz Etini Temin Ettiği Yere Göre Kaz Etinin Yumuşaklığı İle İlgili Farklılıklarına Ait Analiz Sonuçları

İlk Defa Kaz Eti Tüketenler	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
Hiç Yemedim	4	221,00	5,127 ,401
İlk Defa Yedim	47	209,67	
1-2	138	195,61	
3-4	127	194,15	
5-6	54	217,96	
7-8	36	235,04	
9-10	70	245,86	
Katılımcıların Kaz Etini Duyduğu Yer	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
Tv	13	338,69	8,883 ,114
Tavsiye	35	251,33	
Ailem	381	232,26	
Davet	35	251,70	
Sosyal Medya	5	280,40	
Diğer	7	232,21	
Katılımcıların Kaz Etini Temin Ettiği Yer	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
Memleketten Gönderildi	212	220,65	7,797 ,099
Komşum Verdi	74	258,78	
Lokanta	30	255,50	
Festival	13	212,38	
Satın Aldım	147	252,88	

Kruskal-Wallis testi sonucuna göre p anlamlılık düzeyleri incelendiğinde; kaz etinin yumuşaklığı ile ilgili algılarının ilk defa kaz etini tüketenlerin (5,127,  $p = 0,401 > 0,05$ ), daha önce kaz eti yedi ise temin etme durumuna göre (7,797,  $p = 0,099 > 0,05$ ) ve ilk defa kaz eti yemesine göre nereden duyduğu değişkenlerine göre (8,883,  $p = 0,114 > 0,05$ ) farklılık göstermediğini %95 güvenle söyleyebiliriz.

Tablo 17. Kaz Etini Tüketildiği Özel Gün (Misafir Ağrlamada, Yılbaşı, Sevgililer Günü, Doğum Günü, Evlilik Yıl Dönümü Her Zaman, Diğer Kutlamalarda, Hiçbiri) Demografik Değişkenlere Göre Farklılıklarına Ait Analiz Sonuçları

Cinsiyet	N	Sıralar ortalaması	U
Kadın	242	234,25	27285,000 ,470
Erkek	234	242,90	
Çalışma Durumu	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
Çalışıyor	284	242,63	11,407 ,044
Çalışmıyor	39	183,63	
Emekli	23	280,28	
Ev Hanımı	36	219,49	
Gönüllü	3	298,50	
Öğrenci	87	242,45	
Yaş	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
20-30	184	225,04	6,432 ,169
31-40	102	247,75	
41-50	112	252,63	
51-60	50	224,50	
61-70	6	313,33	
Eğitim Düzeyi	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
İlkokul	30	218,70	9,500 ,091
Lise	119	246,97	
Ön Lisans	80	225,72	
Lisans	175	233,54	
Yüksek Lisans	53	279,44	
Doktora	15	190,03	

Mann-Whitney U testi sonucuna göre p anlamlılık düzeyleri incelendiğinde; kaz etinin tercih edildiği zaman ile ilgili algılarının (U = 27285, p =0,470 > 0,05) cinsiyete göre farklılık göstermediğini söyleyebiliriz. Kruskal-Wallis testi sonucuna göre p anlamlılık düzeyleri incelendiğinde; kaz etinin tercih edildiği zaman ile ilgili algılarının yaşına (6,432, p =0,169 > 0,05) ,eğitim düzeyine (4,503 , p=0,479 >0,05) göre farklılık göstermediğini, çalışma durumuna göre (11,407 , p =0,04 < 0,05) farklılık gösterdiğini %95 güvenle söyleyebiliriz.

Tablo 18. Kaz Etini Tüketildiği Özel Gün (Misafir Ağrlamada, Yılbaşı, Sevgililer Günü, Doğum Günü, Evlilik Yıl Dönümü Her Zaman, Diğer Kutlamalarda, Hiçbiri) Duyduğu Yer, Katılımcıların Kaz Etini Temin Ettiği Yere ve İlk Defa Kaz Eti Tüketenlere Göre Farklılıklarına Ait Analiz Sonuçları

İlk Defa Kaz Eti Tüketenler	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
Hiç Yemedim	4	246,50	3,352 ,764
İlk Defa Yedim	47	247,02	
1-2	138	246,68	
3-4	127	226,04	
5-6	54	221,36	
7-8	36	245,44	
9-10	70	248,45	
Katılımcıların Kaz Etini Duyduğu Yer	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
Tv	13	185,19	10,887 ,057
Tavsiye	35	261,60	
Ailem	381	239,51	
Davet	35	218,20	
Sosyal Medya	5	142,10	
Diğer	7	337,64	
Katılımcıların Kaz Etini Temin Ettiği Yer	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
Memleketten Gönderildi	212	253,21	6,527 ,163
Komşum Verdi	74	223,90	
Lokanta	30	246,47	
Festival	13	257,19	
Satın Aldım	147	221,35	

Kruskal-Wallis testi sonucuna göre p anlamlılık düzeyleri incelendiğinde; kaz etinin tercih edildiği zaman ile ilgili algılarının ilk defa kaz etini tüketenlerin (3,352,  $p = 0,764 > 0,05$ ), daha önce kaz eti yedi ise temin etme durumuna göre (6,527,  $p = 0,163 > 0,05$ ) ve ilk defa kaz eti yemesine göre nereden duyduğu değişkenlerine göre (10,887,  $p = 0,057 > 0,05$ ) farklılık göstermediğini % 95 güvenle söyleyebiliriz.

Tablo 19. Lokantadaki Kaz Fiyatı Yaş / Cinsiyet / İlk Defa Tüketenler / İlk Defa Duyduğu Yer Değişkenine Göre Farklılıklarına Ait Analiz Sonuçları

Cinsiyet	N	Sıralar ortalaması	U
Kadın	242	241,08	27689,500 ,668
Erkek	234	235,83	
Yaş	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
20-30	184	256,93	14,939 ,005
31-40	102	249,53	
41-50	112	199,47	
51-60	50	237,18	
61-70	6	184,67	
Katılımcıların Kaz Etini Duyduğu Yer	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
Tv	13	148,77	12,828 ,025
Tavsiye	35	238,69	
Ailem	381	246,82	
Davet	35	204,63	
Sosyal Medya	5	164,10	
Diğer	7	173,86	
İlk Defa Kaz Eti Tüketenler	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
Hiç Yemedim	4	173,50	12,646 ,049
İlk Defa Yedim	47	189,11	
1-2	138	240,66	
3-4	127	237,07	
5-6	54	228,11	
7-8	36	269,14	
9-10	70	265,96	

Mann-Whitney U testi sonucuna göre p anlamlılık düzeyleri incelendiğinde; kaz etinin lokantadaki ile ilgili algılarının ( $U = 27689,5$ ,  $p = 0,668 > 0,05$ ) cinsiyete göre farklılık göstermediğini söyleyebiliriz. Kruskal-Wallis testi sonucuna göre p anlamlılık düzeyleri incelendiğinde; kaz etinin lokantadaki fiyat artışı ile ilgili algılarının katılımcıların kaz etini duyduğu yere göre ( $12,828$ ,  $p = 0,025 < 0,05$ ), ilk defa tüketenlere göre ( $12,646$ ,  $p = 0,049 < 0,05$ ) ve yaşına ( $14,439$ ,  $p = 0,005 < 0,05$ ) farklılık gösterdiğini % 95 güvenle söyleyebiliriz.

Tablo 20. Kaz (Kemikli ve Çiğ) Fiyatı Yaş / Cinsiyet / İlk Defa Tüketenler / İlk Defa Duyduğu Yer Değişkenine Göre Farklılıklarına Ait Analiz Sonuçları

Cinsiyet	N	Sıralar ortalaması	U
Kadın	242	243,38	27134,000 ,421
Erkek	234	233,46	
Yaş	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
20-30	184	235,45	3,239 ,519
31-40	102	255,94	
41-50	112	225,71	
51-60	50	234,70	
61-70	6	241,75	
Katılımcıların Kaz Etini Duyduğu Yer	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
Tv	13	183,77	9,699 ,084
Tavsiye	35	198,53	
Ailem	381	247,52	
Davet	35	205,50	
Sosyal Medya	5	256,10	
Diğer	7	201,21	
İlk Defa Kaz Eti Tüketenler	N	Sıralar ortalaması	Kruskal
Hiç Yemedim	4	203,00	13,470 ,036
İlk Defa Yedim	47	193,84	
1-2	138	245,96	
3-4	127	264,68	
5-6	54	209,18	
7-8	36	229,53	
9-10	70	235,55	

Mann-Whitney U testi sonucuna göre p anlamlılık düzeyleri incelendiğinde; kaz etinin lokantadaki ile ilgili algılarının ( $U = 27134,5$ ,  $p = 0,421 > 0,05$ ) cinsiyete göre farklılık göstermediğini söyleyebiliriz. Kruskal-Wallis testi sonucuna göre p anlamlılık düzeyleri incelendiğinde; kaz (kemikli ve çiğ) fiyatı ile ilgili algılarının katılımcıların kaz etini duyduğu yere göre ( $9,699$ ,  $p = 0,084 > 0,05$ ), yaşına ( $3,239$ ,  $p = 0,519 > 0,05$ ) farklılık göstermediğini, ilk defa tüketenlere göre ( $13,470$ ,  $p = 0,036 < 0,05$ ) farklılık gösterdiğini %95 güvenle söyleyebiliriz.

## 7. Sonuç

Alanyazın taramasında görüleceği üzere kaz etinin duyuşal kriterlerine göre analizi ile ilgili çalışmaların az olduğu görölmüştür. Bu amaçla alanyazına katkı sunmak, araştırmaların eksikliği ile ilgili boşluğu doldurmak adına bu çalışma yapılmıştır.

Çalışmamızda (Gündüz, Dölekoğlu ve Say, 2019)'ın çalışmasından yararlanılmıştır. Gündüz, Dölekoğlu ve Say, (2019)'ın çalışmasında, kaz etinin sadece görünüş ve tat açısından cinsiyetler arasında anlamlı bir farklılık olduğu görölmüştür. Çalışma durumu ve tat arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır. Öğrenim durumuna göre doku dışında duyuşal değerlendirme kriterleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu, tat ve genel kabul edilebilirlikte lise mezunları, görünüş ve kokuda ise lisans/lisansüstü mezunları diğerlerine göre daha yüksek ortalama değerine ulaşmış ve istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermiştir. Bununla birlikte, Gündüz, Dölekoğlu ve Say, (2019)'ın çalışmasında, yağlılık değerlendirmesinde ise kırmızı ete göre daha yağsız, tavuk etine göre daha yağlı olduğu sonucuna varılmıştır. Yumuşaklık değerlendirmesinde ise kırmızı et ve hindi etine göre daha yumuşak ancak tavuk etine göre daha sert olduğu yönünde sonuca ulaşılmıştır.

Çalışmamızda ise; kaz eti görünümü, kokusu, dokusu, tadı ve genel kabul edilebilirliği ile ilgili ölçek dörtlü Likert kullanılmıştır. En yüksek düzeye sahip maddenin 3,71 ortalama ile "*Kaz eti tadı*" en düşük düzeye sahip maddenin ise 3,23 ortalama ile "*kaz eti kokusu*" olduğu görölmüştür. Kaz etinin, tavuk, kırmızı ve hindi etine göre lezzeti ile ilgili ölçek beşli Likert tipindedir. Kaz eti ölçeğine ait en yüksek düzeye sahip maddenin 4,61 ortalama ile "*Kaz eti tavuk etine göre daha lezzetlidir*" maddesi olduğu, en düşük düzeye sahip maddenin ise 4,06 ortalama ile "*Kaz eti hindi etine göre daha lezzetlidir*" sonucuna varılmıştır. Kaz etinin, tavuk, kırmızı ve hindi etine göre yağlı oluşu beşli Likert tipindedir. Kaz eti yağ ölçeğine ait en yüksek düzeye sahip maddenin 3,87 ortalama ile "*Kaz eti tavuk etine göre daha yağlıdır*" maddesi olduğu, en düşük düzeye sahip maddenin ise 3,32 ortalama ile "*Kaz eti kırmızı ete göre daha yağlıdır*" maddesi olduğu belirlenmiştir. Kaz etinin, tavuk, kırmızı ve hindi etine göre yumuşaklığı beşli Likert tipindedir. Kaz eti yumuşaklığı ölçeğine ait en yüksek düzeye sahip maddenin 3,31 ortalama ile "*Kaz eti kırmızı ete göre daha yumuşaktır*" maddesi olduğu, en düşük düzeye sahip maddenin ise 2,81 ortalama ile "*Kaz eti tavuk etine göre daha yumuşaktır*" sonucuna varılmıştır. Çalışmamızda görüleceği üzere kaz etinin tavuk, hindi ve kırmızı ete göre; koku, yumuşaklık ve lezzet bakımından daha fazla beğeni almıştır. Ancak kaz eti, tavuk, hindi ve kırmızı etten daha yağlı olduğu sonucuna varılmıştır. 2020 yılının sonlarında ve 2021 yılının başlarında Covid-19 salgını nedeniyle lokantalar sadece gel al ve paket servisi hizmeti vermiştir. Kaz eti servisi yapan lokantaların tandırda pişmiş tüm kazı



yaklaşık 500-600 Türk Lirası arasında satışını yaptığı tespit edilmiştir. Bu durum kaz eti ile ilgili niş bir pazarın ortaya çıktığını göstermektedir.

Çalışmamızda ise kaz etinin görünüşü; kokusu, dokusu, tadı ve genel olarak kabul edilebilirliği ile ilgili algılarının yaşına, çalışma durumuna ve eğitim düzeyine göre farklılık göstermiştir. Ancak, cinsiyete göre farklılık göstermediğini söyleyebiliriz. İlk defa kaz etini tüketenlere göre, daha önce kaz eti yedi ise temin etme durumuna göre nereden duyduğu değişkenlerine göre farklılık göstermiştir. Kaz etinin lezzeti ile ilgili algılarının yaşına, çalışma durumuna ve eğitim düzeyine göre farklılık göstermediği görülmüştür. Ancak kaz etinin lezzeti ile ilgili algılarının ilk defa kaz etini tüketenlerin, daha önce kaz eti yedi ise temin etme durumuna göre ve ilk defa kaz eti yemesine göre nereden duyduğu değişkenlerine göre farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır.

Kaz etinin yağlılığı ile ilgili algılarının; cinsiyete göre farklılık gösterdiğini söyleyebiliriz. Kaz etinin yağlılığı ile ilgili algılarının yaşına ve eğitim düzeyine göre farklılık göstermediğini, çalışma durumuna göre farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır. Kaz etinin yağlılığı ile ilgili algılarının ilk defa kaz etini tüketenlerin, daha önce kaz eti yedi ise temin etme durumuna, ilk defa kaz eti yemesine ve nereden duyduğu değişkenlerine göre farklılık gösterdiğini söyleyebiliriz.

Kaz etinin yumuşaklığı ile ilgili algılarının; cinsiyete, çalışma durumuna ve eğitim düzeyine göre farklılık göstermediğini, yaşına göre farklılık gösterdiğini söyleyebiliriz. Ancak, ilk defa kaz etini tüketenlerin, daha önce kaz eti yedi ise temin etme durumuna, ilk defa kaz eti yemesine ve nereden duyduğu değişkenlerine göre farklılık göstermediği ortaya çıkmıştır.

Kaz etinin tercih edildiği zaman ile ilgili algılarının; cinsiyete, yaşına, eğitim düzeyine göre farklılık göstermediğini, çalışma durumuna göre farklılık gösterdiğini söyleyebiliriz. Kaz etinin tercih edildiği zaman ile ilgili algılarının ilk defa kaz etini tüketenlerin, daha önce kaz eti yedi ise temin etme durumuna, ilk defa kaz eti yemesine ve nereden duyduğu değişkenlerine göre farklılık göstermediğini söyleyebiliriz.

Kaz eti ve verimleri; gastronomik değeri, üretim, kesim ve saklama yöntemleri nedeniyle Türkiye’de Ardahan, Kars, Muş ve Ağrı illerinde yöresel kültürün bir parçası haline gelmiştir. Bununla birlikte, geleneksel yöntemlerle üretilen ve tüketilen Kars – Ardahan kazının son yıllarda televizyon kanallarındaki yöresel ürünlerin tanıtımı, yemek programları, fuarlar, festivaller ve büyükşehirlerde açılan kazevi lokantaları ile kaz etine olan talebi artırmakla birlikte gelecekte özellikle yılbaşı kutlamalarında ikame tüketim ürünü ve yılbaşı etkinliği dışında bir kutlama yemeği olarak önemli bir pazar yaratacağı öngörülmektedir.

Kars – Ardahan kazının daha ekonomik bir değer kazanması için öncelikle coğrafi işaretli olması gerekmektedir. Her ne kadar Ardahan Valiliği coğrafi işaret için başvuruda bulunmuş ise de; Kars-Ardahan ve çevre illeri de bu coğrafi işarete dâhil ederek ortaklaşa rekabet örneğini ortaya koymalıdır. Bununla birlikte kaz etinin daha ekonomik bir değer olabilmesi için et veriminin artırılması gerekmektedir. Yemek yarışmalarında kaz eti kullanılmalı bunun için sponsorluklar yapılmalıdır.

Kaz etinin ekonomik ve ticari bir ürün haline gelmesi için; kaz eti ile yapılan yemek yarışmaları düzenlenmeli ve oteller kaz etini menülerine koymalıdır. Kaz kesim tarihlerinde festivaller düzenlenerek ilk kar yağdığında haber programlarına konu olmalı ve etkinlikler ile ödüllü yarışmalar düzenlenmelidir. Sonuç olarak kaz eti; tavuk, hindi ve kırmızı ete alternatif bir ekonomik ve gastronomik ürün olduğunu söyleyebiliriz. Ev dışı tüketimin gittikçe arttığı bir dönemde kaz üreticilerinin kendi markalarını oluşturmaları veya kooperatif kurarak Kars-Ardahan kazının ekonomik, gastronomik değeri ve güvenilirliği ile üretim miktarını arttırmaları önerilebilir. Kaz tüketimi arttıkça kaz fiyatlarının artması kaçınılmaz olmakla birlikte; kaz eti tercih edileceği söylenebilir. Bununla birlikte, davetlerde ve hediyeleşmede kaz eti tercih edilmeye devam edileceği söylenebilir. Ardahan, Kars ve çevre iller kaz üreticiliği ile gelir seviyelerini arttırabileceği öngörülmektedir. Kırsal kalkınma amaçlı kaz eti ile ilgili daha fazla lobi faaliyetleri ile birlikte ihracat amaçlı üretim, araştırma ve geliştirme süreçleri yürütülmelidir.

## KAYNAKÇA

- Akın, Y. ve Çelen, M. F. (2020). Ege Bölgesinde Kaz Yetiştiriciliği ve Bölge Mutfak Kültüründe Kazların Önemi. *Uşak Üniversitesi Fen ve Doğa Bilimleri Dergisi*. 28-39 2020 (1)
- Alkan, S. ve Eren, E. (2019). Ağrı ilinde kaz yetiştiriciliğinin incelenmesi. *Mediterranean Agricultural Sciences*, 32 (2), 251-256.
- Ardahan İl Tarım ve Orman Müdürlüğü. “Kaz ile ilgili bilgiler” 02 Aralık 2019 tarihinde CİMER üzerinden bilgi edinme süreci ile erişildi. [www.ardahan.tarimorman.gov.tr/](http://www.ardahan.tarimorman.gov.tr/).
- Boz, A. B., Sarıca, M. ve Yamak, U. M. (2014). Yozgat İlinde Kaz Yetiştiriciliği. *Tavukçuluk Araştırma Dergisi* 11 (1): 16-20.
- Cilavdaroğlu, E., Yamak, U. S. ve Boz, M. A. (2020). Etlik Kaz Yetiştiriciliği. *Black Sea Journal Of Agriculture* 3(1): 66-70 (2020)
- Çanakçı, S. D. (2019). Gastronomi Turizmi Açısından Yöresel Mutfak Kültürünün Önemi: Kars İli Örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. Cilt: 12 Sayı: 67 Yıl: 2019
- Demir, P., Kırmızıbayrak, T., ve Yazıcı, K. (2013). Socio-economic importance of goose breeding. *Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*, 60 (2), 129-134.
- Demirci, Çetin. (2019). “Ardahan Ticaret Odasının Kaz İle İlgili Coğrafi İşaret Başvuru Dokümantasyonu.” 02 Aralık 2019
- Diker, O. ve Deniz, T. (2017). Kars Kültürel ve Gastonomik Kimliğinde Kaz. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 22 (38), 189-204.
- Gündüz, S., Özçiçek Dölekoğlu, C. ve Say, D. (2019). Kaz Eti Tüketim Tercihleri ve İkame Ürünlerle Duyusal Analiz. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (16), 32-40.
- Hanoğlu, O. H. ve Ak, İ. (2020). Doğu Anadolu Bölgesinde Kaz Eti Üretiminde Organik Üretim Olanaklarının Değerlendirilmesi, *J. Anim. Prod.* 2020, 61 (2): 151-156,
- Oral, O. ve Dirgar, E. (2017). Dolgu Malzemesi Olarak Kaz Tüyünün Kullanım Alanları ve Özellikleri. *Düzce Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 5 (1), 10-14.
- Roux, J. P. (2011). Eski Türk Mitolojisi Çeviri: Musa Yaşar Sağlam Bilge Su Yayıncılık Ankara 2011 1. Baskı
- Sever, M. (1999) Türk Mitolojisinde Kuşlar. *Millî Folklor* Yıl: 11 Sayı: 42 s.83-88.
- Şengül, T. ve Yeter, İ. (2020). Muş İlindeki Kaz Yetiştiriciliğinin Genel Yapısı ve Sorunları. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*. 7 (1), 276-282.
- Tarımsal İstatistik. “Kaz Yetiştiriciliği.” 21 Mayıs 2020 tarihinde erişildi. [www.tarimsalistatistik.com](http://www.tarimsalistatistik.com)
- Taşkın, A., Karadavut, U. ve Camcı, Ö. (2017). Kırşehir İlindeki Damızlık Kaz Yetiştiriciliğini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*. 4 (2), 138-144.
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı. “Kaz Yetiştiriciliği.” 19 Ekim 2019 tarihinde erişildi. [www.tarimorman.gov.tr](http://www.tarimorman.gov.tr).
- Zeyrek, D. (2019). Meraklısına Kaz Dersleri. 06.02.2021 tarihinde erişildi. <https://www.sozcu.com.tr>.
- Duyusal Analiz Nedir (2021). 06 Şubat 2021 tarihinde erişildi. <https://www.sbs-turkey.com/tr>
- Aktüel Arkeoloji. “Kaz Kültürünün 4 Bin Yıllık Geçmişi.” 19 Ekim 2019 tarihinde erişildi. [www.aktuelarkeoloji.com.tr](http://www.aktuelarkeoloji.com.tr).