

Samsun İlinin Gastronomi Turizmine Yönelik Paydaş Görüşlerinin Değerlendirilmesi

 Gamze HAKKİTANIR¹  Yetkin BULUT²

Özet

Yeme içme insanlığın varoluşundan bu yana en temel ihtiyaçlar arasında bulunmaktadır. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde de ilk basamakta yer almaktadır. Turizm alan yazını tarandığında yeme içme kavramına daha çok gastronomi turizmi başlığı altında yer verildiği görülmektedir. Dünyada değişen turizm trendleri sayesinde yönümüzü deniz kum güneş üçlüsünden çevirip, alternatif turizm türlerine dönmüş bulunmaktayız. Gastronomi turizmi yılın her ayında turistleri destinasyona çekme potansiyeline sahiptir. Bu yönüyle mevsimsellikten etkilenmemesi onu diğer turizm türlerinden bir adım öne taşımaktadır. Samsun'un yerel yemek kültürünün turistik ürün olarak belirlenmesinin, kentin turizmine fayda sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışmada da Samsun ilinin gastronomi turizmi potansiyelini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda nitel araştırma yöntemlerinden derinlemesine görüşme tekniği kullanılmış ve katılımcılara 14 yarı yapılandırılmış mülakat sorusu yöneltilmiştir. Samsun'da turizme yön veren 17 turizm paydaşından cevap alınmıştır. Bu cevaplar doğrultusunda elde edilen veriler ayrıntılı betimleme yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Katılımcıların %82'si Samsun'un turizm potansiyeline sahip olduğunu fakat bu potansiyelin değerlendirilemediğini ifade etmiştir. Araştırma sonucunda bulguların tamamından yola çıkarak Samsun'un gastronomi turizmini geliştirmek için öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Gastronomi turizmi, Yöresel yemekler, Samsun.

JEL Kodu/Code: L83, L30

Evaluation of Stakeholder Views on Gastronomy Tourism of Samsun Province

Abstract

Eating and drinking have been among the most basic needs of humanity since the existence of mankind. It is also at the first step in Maslow's hierarchy of needs. When the tourism literature is scanned, it is seen that the concept of eating and drinking is mostly included under the title of gastronomy tourism. Thanks to the changing tourism trends in the world, we have turned our direction from the sea, sand, sun trio and turned to alternative tourism types. Gastronomy tourism has the potential to attract tourists to the destination every month of the year. In this respect, it is not affected by seasonality, which makes it one step ahead of other types of tourism. It is thought that determining Samsun's local food culture as a touristic product will benefit the tourism of the city. In this study, it is aimed to reveal the gastronomy tourism potential of Samsun province. For this purpose, one of the qualitative research methods, in-depth interview technique was used and 14 semi-structured interview questions were asked to the participants. Responses were received from 17 tourism stakeholders that direct tourism in Samsun. The data obtained in line with these answers were analyzed using the detailed description method. 82% of the participants stated that Samsun has a tourism potential but this potential could not be utilized. As a result of the research, suggestions were made to improve the gastronomy tourism of Samsun based on all the findings.

Key Words: Gastronomy, Gastronomy Tourism, Local food, Samsun

Referans/Citation: Hakkıtanır, G. & Bulut, Y. (2021). Samsun ilinin gastronomi turizmine yönelik paydaş görüşlerinin değerlendirilmesi, *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, Vol. 3, No.1, 68-88.

¹ Turizm uzmanı, gamzebayri55@gmail.com, Orcid ID: 0000-0001-6428-600X

² Doç. Dr., Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, yetkin.bulut@hotmail.com, Orcid ID: 0000-0001-9870-592X

1. GİRİŞ

Araştırmanın problemi; Samsun ilinin turizm faaliyetleri içinde gastronomi turizmi yer almakta mıdır? Samsun'da böyle bir potansiyel var mıdır? Varsa değerlendirilebilmekte midir? Araştırmanın önemi, Samsun'un gastronomi turizmi potansiyelini ortaya çıkarmaktır. Araştırmanın amacı ise Samsun ilinin gastronomi turizminin nelerden oluştuğunu tespit ederek, Samsun'un turizm faaliyetleri içinde gastronomi turizminin daha fazla yer alması yönünde olası katkıda bulunmaktır. Samsun'da bu konuda yapılan ilk araştırma olması, çalışmayı ayrıca özgün kılmaktadır.

Türk mutfağı dünyanın sayılı ve zengin mutfakları arasındadır. Zenginliğini birçok medeniyete ev sahipliği yapmasına ve mükemmel coğrafi koşullarına borçludur. Sağlıklı ve geniş lezzet yelpazesinden oluşan besinler, Türk mutfağına gastronomi turizmi yapma şansını vermiştir (Çekal ve Arslan, 2017:1). Bu şans iyi değerlendirebilen ülkeler marka haline gelmeyi başaramışlardır. Değerler açısından daha zengin olan ve çok sayıda farklı lezzete sahip olan ülkeler ise yanlış politikalar yüzünden şanslarını kaybetmişlerdir.

Her toplum kendi sosyal ve kültürel yapısına ve tarihsel birikimine göre farklı yemek kültürüne sahiptir ve bu kültüre sahip çıkılmalıdır. Toplumların ekonomik yapıları, ortak tarihsel birikimleri, gelenekleri ve görenekleri, yeme içme alışkanlıkları, kendilerine özgü zevkleri, inançları, ibadet şekilleri, tarımsal üretim yapıları, coğrafi koşulları, yer şekilleri gibi farklılıkları vardır ve bölgelerin birbirlerinden ayrılan çekicilik özelliklerine sahip olmalarının özünde bu farklılıklar yatmaktadır. Amaçları ne olursa olsun seyahat eden insanların tümü seyahat sırasında veya varış noktasında beslenme ihtiyaçlarını karşılamak zorundadırlar (Şengül & Türkay, 2016: 89). Yeme içme faaliyetinin seyahatin zorunlu bir parçası olmaktan çıkıp bu seyahatin asıl amacı haline gelmesi durumunda gastronomi turizmi kavramı ortaya çıkar dolayısıyla insanlar ve kimlikler, kültürler ve ürünler, küresel ve yerel gastronomi içinde dikkat edilmesi gereken unsurlar haline gelir (Scarpato, 2001:136).

Bu çalışmada, gastronomi turizminin Samsun turizmindeki yeri belirlenmeye çalışılmıştır. Samsun'un gastronomi turizmi potansiyelinin, genel turizm faaliyetleri içinde hangi ölçüde yer aldığı ve Samsun'a ziyarete gelen turistlerin yöresel lezzetlerle ne ölçüde karşılaştığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Yapılan literatür taramasında bu tarz çalışmalara az rastlanılmıştır. Samsun ili özelinde ise böyle bir çalışmaya rastlanılamamıştır.

Bu çalışmada yer alan başlıklar giriş, üç bölüm ve bulgulardan oluşmaktadır. Literatür taraması; gastronomi ve gastronomi turizmi, sürdürülebilir gastronomi turizmi, Dünya'da ve Türkiye'de gastronomi turizmi, Samsun ilinin turizm arzı ve turizm talebinden oluşmaktadır. Yöntem kısmında ise araştırma sorusu, amacı ve önemi, sınırlılıkları, evreni ve örnekleme, veri toplama yöntemi ve verilerin analizi ve yorumlanması başlıkları yer almaktadır. Son olarak araştırma bulguları ve yorumlanmasından oluşmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Gastronomi turizmi

Gastronomi, yiyecek ve içeceklerin hijyen esasına dayalı olarak belirli kurallar dahilinde hazırlanması ve öncelikle göze daha sonra damağa hitap etmesi gereken bir yemek sanatıdır. Yiyecek ve içeceklerle alakalı her şey gastronominin bir parçasıdır, dolayısıyla gastronominin asıl konusu insandır (Gülen, 2017: 32). Gastronomi, yiyecek ve içeceklerin tüm gelişme süreçlerinin tarih boyunca anlaşılmasını, uygulanmasını ve geliştirilmesini ele alan bununla birlikte sanatsal ve bilimsel unsurlarla destekleyen bir bilim dalı olarak karşımıza çıkmaktadır (Canbolat, Akbaş & Keleş, 2016: 77). Kelime anlamı olarak gastronomi, Yunancada gastro ve nomos sözcüklerinin birleşiminden oluşmaktadır; yani mide-kural

anlamlarına gelmektedir. Bu kelimenin anlamına bakıldığında yeme içme ile alakalı olan her şeyi kapsadığı anlaşılmaktadır (Kefeli vd., 2019: 231).

Yerel halka ekonomik faydalar sağlamanın yanında turistik destinasyonlar açısından benzersiz bir deneyim oluşturan gastronomi turizmi, mekân duygusunu geliştirirken farklılaştıran yerel yiyecek ve içeceklerin turistik destinasyon kimliğinin oluşturulmasına yardımcı olmaktadır (Tang & Jones, 2005:69 akt. Özgüneş & Bozok, 2017: 361). Yemekten zevk almak, gastronomi seyahatine çıkmak için insanları güdüler (Fields, 2001: 39). Ana problem müşteriler ve gıda sağlayıcıları arasındaki iletişim eksikliğidir (Hjalager, 2001: 23). Birçok turistik yer, sağlık üzerinde olumlu etkileri olduğu iddia edilen gıda ürünlerini kullanmaktadır. Örneğin Yunanistan, “Akdeniz Diyeti” ve İtalya ya da Portekiz, “Atlantik Diyeti”, yiyeceklerinin sağlığa yararlarını vurgulamaktadır. Böylece kolesterol yüklü batılı turistlere hitap ederek destinasyonun cazibesini arttırmaktadırlar (Fields, 2001: 38).

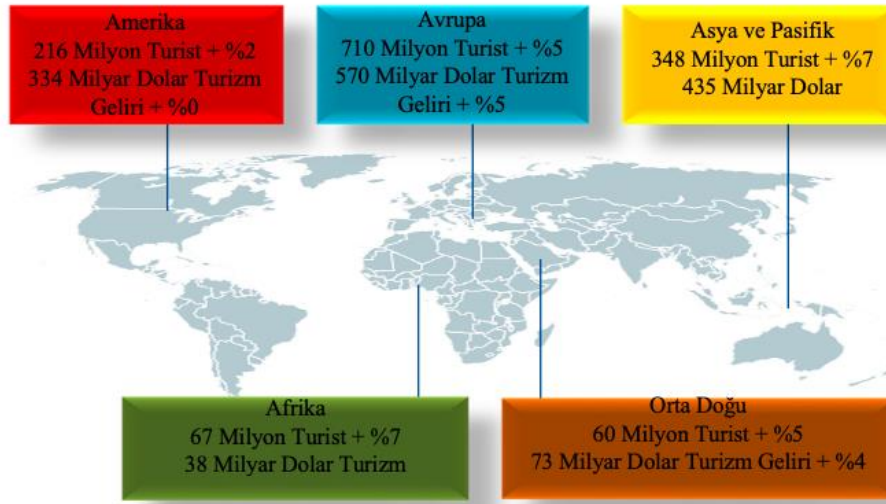
Destinasyonların pazarlayabileceği önemli bir ürün olarak gösterilen gastronomi turizmi deniz veya kar gibi doğal güzelliklerden mahrum kalmış bölgeler için nimet niteliğinde bir turizm çeşididir (Povey, 2011: 234 akt. Eren, 2016: 19). Bu turizm türünde başarıyı yakalayabilmek için şüphesiz ki pazarın çok iyi analiz edilmesi gerekmektedir (Güzel Şahin & Ünver, 2015: 70). Yerel gıda sistemlerinin iyi oluşturulabilmesi için üretim ve tüketim boyutu aynı madalyonun iki yüzü olarak görülmelidir. Bir boyuttaki değişim hemen diğer boyutta da farklı değişimlere yol açmaktadır (Mitchell & Hall, 2001: 187). Gastronomi turizmi bölgenin sahip olduğu tarım ve ekonomi düzeyine katkı sağlayarak sürdürülebilir kırsal kalkınma hedeflerine ulaşmada en etkili araçlardan birisidir ve bölge imajının iyileştirilmesine yaptığı olumlu katkılar ile pazarlama faaliyetlerini kolaylaştırmaktadır.

2.2. Dünya’da Gastronomi Turizmi

Dünyada yemek turizmi ya da mutfak turizmi olarak da adlandırılan gastronomi turizmi bir yere özgü yemeği tatmak için yola çıkılan seyahatleri kapsamaktadır. Bazıları bu seyahati ülkeler arasında olmalı diye sınırlandırırken, bazılarına göre aynı şehir içinde özel bir yemeği tatmak amacıyla bir ilçeye gitmek de bu seyahatin parçası olabilmektedir. Yöresel lezzetler, yani bir yöreye özgü yemekler, etkinliklerle tanıtıldığı zaman binlerce kişiyi o bölgeye çekebilme potansiyeline sahiptir. Yöresel yemeklere alternatif olarak dünyada; çikolata turizmi, şarap turizmi, peynir turizmi ve bira turizmi sık rastlanan yemek turizmi kategorileri arasında yer almaktadır.

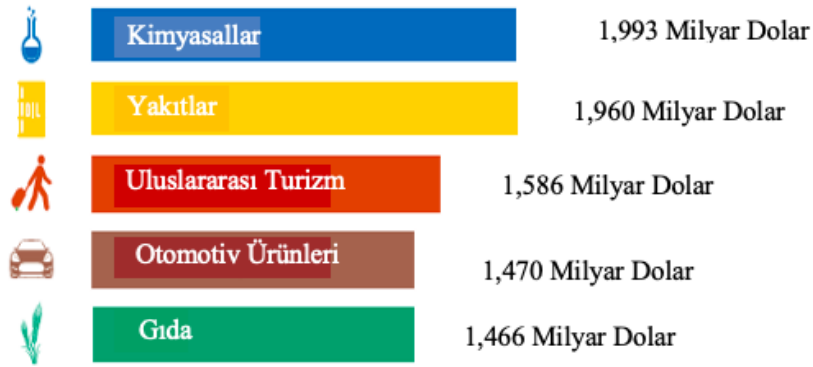
Dünyada gerçekleştirilen turizm faaliyetleri içinde, Birleşmiş Milletler Dünya Seyahat Örgütü’ne göre yeme içme harcamaları, toplam harcamanın %30’una tekabül etmektedir. Turistlerin %88,2’si “Seyahat için destinasyon seçme kararında yemek çok önemli” düşüncesiyle yola çıkarken, %11,8’i “Yemek destinasyonu seçimimde küçük bir role sahip” diyerek seyahate çıkmaktadır (TÜRSAB, 2014: 5).

Şekil 2’de 2018 yılına ait Amerika, Avrupa, Asya - Pasifik, Afrika ve Orta Doğu’ya giden turist sayıları, bölgelerin elde ettiği turizm gelirleri ve bir önceki yıla göre gelirlerdeki artış oranlarına yer verilmiştir.



Şekil 2: Uluslararası Turizmde Öne Çıkanlar
(UNWTO, 2019: 3)

Veriler incelendiğinde 710 milyon turist ve 570 milyar dolar turizm geliri ile Avrupa'nın ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Ardından 348 milyon turist, 435 milyar dolar turizm geliri ile Asya-Pasifik ve 216 milyon turist, 334 milyar dolar turizm geliri ile Amerika gelmektedir. Afrika 67 milyon turistle 38 milyar dolar turizm geliri elde ederken Orta Doğu, 60 milyon turistle 73 milyar dolar turizm geliri elde etmektedir. Bir önceki yıla göre turist sayılarındaki artış oranlarına bakacak olursak, Asya-Pasifik ve Afrika %7, Avrupa ve Orta Doğu %5, Amerika %2 büyüme kaydetmiştir. Turizm gelişlerindeki artış oranları ise sırasıyla; Asya-Pasifik %7, Avrupa %5, Orta Doğu %4, Afrika %2 ve Amerika %0 şeklindedir. 2017 yılı dünya ihracat gelirleri arasında, turizm ve gıda sektörünün nerede yer aldığına şekil 3'de yer verilmiştir.



Şekil 3: Ürün Kategorisine Göre İhracat Kazançları
(UNWTO, 2019: 8).

Dünyadaki ihracat kalemleri incelendiği zaman turizm endüstrisinin 3. sırada, gıda sektörünün ise 5. sırada yer aldığı görülmektedir. Bu verilerden yola çıkarak turizm ve gastronominin ülkelerin gelir elde edebilecekleri çok önemli bir potansiyele sahip olduğu ifade edilebilir. Turistlerin gastronomi turizmi çerçevesinde yapmış oldukları harcamalarda ilk sırada 488 milyar dolar ile ABD yer almaktadır. Ardından sırasıyla; Çin, Almanya, Japonya ve İngiltere ülkeleri gelmektedir (Tourmag, 2020).

Barcelona'da gastronomi dünyasının tercih edilen şehirlerinden birisidir ve turizm gelirlerinin %30'unu gastronomiden elde etmektedir. Dünyanın sayılı şefleri ve sayılı restoranları bu kentte yer almaktadır. Örnek olarak: "El Bulli" ve üç Michelin yıldızlı "El Racode Can Fabes" restoranları gösterilebilir.

2.3. Türkiye’de gastronomi turizmi

Türkiye kültürel, tarihi ve coğrafi güzelliklerinin yanında zengin mutfağı ile gastronomi alanında da gerekli çalışmaların yapılmasıyla önemli destinasyonlar arasında yerini alabilir. Turizm şurasında gastronomi turizminin bir turizm çeşidi olarak kabul edilmesi bu anlamda atılan önemli adımlardan birisidir.

İstanbul, İzmir, Antalya, Muğla ve Gaziantep’te yapılan bir araştırmada turistlerin Türkiye’yi tercih etme nedenleri şöyle sıralanmaktadır (Tourmag, 2020):

- Tarihsel ve kültürel zenginlikler,
- Mutfak kültürü,
- Doğal ve coğrafi zenginlikler,
- Sahil olanakları,
- Uygun fiyatlı tatil olanakları,
- Eğlence olanakları.

Bu nedenleri incelediğimiz zaman mutfak kültürünün ikinci sırada yer aldığı görülmektedir buna rağmen Türkiye, gastronomi turizminde dünya pastasından gerekli payı elde edememektedir. Kentlerimizin turistlerin gözündeki bilinirliğine bakacak olursak sadece %37’si tarafından Gaziantep’in bir gastronomi şehri olduğunu bilinmektedir (Tourmag, 2020).

Tablo 1. 2019 yılı turizm gelirinin harcama kalemlerine göre dağılımı

Harcama Türü	Miktar (1 000 \$)	Pay (%)
Toplam turizm geliri (A+B)	34 520 332	100,00
Kişisel harcamalar (A)	25 355 577	73,45
Yeme-içme	6 756 719	19,57
Konaklama	3 621 359	10,49
Sağlık	1 065 105	3,09
Ulaştırma (Türkiye içi)	2 247 263	6,51
Spor, eğitim, kültür	393 778	1,14
Tur hizmetleri	142 047	0,41
Uluslararası ulaşım	4 607 257	13,35
Cep telefonu dolaşım harcamaları	85 364	0,25
Marina hizmet harcamaları	41 752	0,12
Diğer mal ve hizmetler	6 394 933	18,53
Giyecek ve ayakkabı	3 921 072	11,36
Hediyelik eşya	1 344 768	3,90
Halı, kilim vb.	120 436	0,35
Diğer harcamalar	1 008 657	2,92
Paket tur harcamaları (ülkemize kalan pay) (B)	9 164 755	26,55

Kaynak: KTB (2019).

Tablo 1’de, 2019 yılında Türkiye’ye gelen turistlerin yapmış olduğu harcama kalemleri yer almaktadır. Tabloya göre, Türkiye’nin toplam turizm gelirinin %19,57’lik kısmı yeme içme sektöründen elde edilmektedir. Diğer harcama kalemleri ise sırasıyla; giyecek %11,36, konaklama %10,49, hediyelik eşya

%3,90, sağlık %3,09 ve kültür, spor, eğitim %1,14 şeklindedir. Bu kalemleri kıyasladığımız zaman en yüksek gelirin yeme içme sektöründen elde edildiği görülmektedir.

2.4. Samsun ilinin mevcut turizm arzı ve turizm talebi

Samsun'un sahip olduğu turizm işletme belgeli ve turizm yatırım belgeli tesislere ilişkin bilgiler tablo 2'de, bakanlık ve belediye belgeli tesislere ilişkin bilgiler ise Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 2. 9 Mart 2020 Tarihi İtibariyle Samsun'daki Bakanlık Belgeli Konaklama Tesisi İstatistikleri

Turizm İşletme Belgeli			Turizm Yatırım Belgeli		
Tesis	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
30	1997	4015	6	480	1002

Kaynak: KTB (2021).

Tablo 2'yi inceleyecek olursak, Samsun'da turizm işletme belgeli tesis sayısı 30, bu tesislerdeki oda sayısı 1997, yatak sayısı ise 4015'dir. Turizm yatırım belgeli tesis sayısı 6, oda sayısı 480, yatak sayısı 1002'dir.

Tablo 3. 9 Mart 2020 Tarihi İtibariyle Samsun'da Yer Alan Bakanlık ve Belediye Belgeli Tesis Sayıları

Bakanlık Belgeli			Belediye Belgeli		
Tesis	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
36	2477	5017	24	410	862

Kaynak: KTB (2021).

Tablo 3 incelendiğinde, Samsun'da yer alan bakanlık belgeli toplam tesis sayısı 36, oda sayısı 2477 ve yatak sayısının 5017 olduğu görülmektedir. Belediye belgeli tesis sayısı ise 24, oda sayısı 410 ve yatak sayısı 862'dir. Samsun ilinde yer alan bakanlık ve belediye belgeli toplam tesis sayısı 60, oda sayısı 2887, yatak sayısı ise 5879'dur.

2019 yılında Samsun'a gelen fakat Samsun'da konaklamayan yerli ve yabancı ziyaretçi toplamı 193.684'dür. 2019 yılında Samsun'da konaklayan yerli ve yabancı turist toplamı ise 684.178'dir. Samsun'da 2016 yılından sonra düşmeye başlayan konaklama sayısının 2019 yılında tekrar yükselmeye başladığı görülmektedir.

2.5. Samsun ilinin gastronomi turizmi potansiyeli

Samsun kıyı boyunca uzanan Canik Dağları'nın yarattığı özel ikliminde yetişen sebzeleri, meyveleri, meralarda otlayan hayvanları, her derde deva bitkileri, kümeslerdeki kazların etleri, Karadeniz ve akarsulardan gelen lezzetli balıkları ile renkli ve doğal bir yerel mutfığa sahiptir. Bu mutfağın ürünleri genel olarak sebze ve yenilebilir yabani otlar, beyaz un ve mısır unu, hamur işleri ve deniz ürünleri olarak ifade edilebilir. Şehrin kıyı ilçelerinde yemekler; otlar, yapraklar ve deniz ürünlerinden oluşur iken iç kesimlerde et yemekleri ve hamur işleri hâkimdir. Samsun sahip olduğu bu zengin mutfağı aynı zamanda zengin nüfus yapısına da borçludur. Yunanistan, Bulgaristan, Kafkasya ve Anadolu'nun çeşitli illerinden aldığı göçler, yemek kültürünün oluşmasında etkili olmuşlardır (Dünya, 2021).

2.5.1. Samsun'un Yöresel Yemekleri

Sahip olduğu coğrafi özellikleri ve köklü kültür birikimlerini mutfağa yansıtmayı başarmış olan Samsun, sebzededen et yemeğine, salata çeşitlerinden tatlılara kadar uzanan kendine özgü yöresel bir yemek kültürüne sahiptir (Gezgez, 2021). Samsun halkı beslenmesinde ağırlıklı olarak; kuru fasulye, mısır, lahana, etli, pirinçli ve hamurlu yiyecekler tercih etmektedir. Samsun'un geleneksel yemekleri arasında ise tavuk, ördek, kaz gibi kümes hayvanları yer almaktadır (Samsun KTM, 2021).

Tablo 4. Samsun Yemekleri

ÇORBALAR		
Arpa Çorbası	Halışka Çorbası (Kaypak)	Un Çorbası
Buğday Çorbası	İşkembe Çorbası	Yeşil Fasulye Çorbası
Dutmaca Aşı (İnce Aş)	Mısır Çorbası	Yeşil Mercimek Çorbası
Fasulyeli Pirinç Çorbası	Patatesli Hamur Çorbası	Vurma Lahana
SEBZE YEMEKLERİ		
Baldırcan Şakşakı	Efelik Yemeği	Fasulye Yaprağı Sarması
Ebegümeçi Yemeği	Fasulye Turşusu Kavurması	Isırgan Yemeği
Borani	Ekşili Fasulye	Ispanak Kökü Zeytinyağlısı
Fındık Yaprağı Dolması	Kapuska	Kömeç Kavurması
Kabak Kavurması	Gürcüce	Kuru Barbunya Ezmesi
Kaldırarak Kavurması	Kaldırarak Dolması	Madımak Yemeği
Pancar Kavurması	Pırasa Çullaması	Pirinçli Mücver
Patates Kavurması	Pırasa Koruklusu	Sirken Kavurması
Patates Muhlaması	Pırasa Muhlaması	Ispanak Muhlaması
Zeytinyağlı Pırasa Dolması	Zeytinyağlı Pırasa	Zeytinyağlı Biber Dolması
Pırasa Karması	Zeytinyağlı Yaprak Dolması	
ET YEMEKLERİ		
Kaz Çevirmesi	Keşkek	Tirit
Kaz Yemeği ve Tirit	Yufkalı Et	Şipsi
Fırında Keşkek	Lepsi	Herse
Topalak	Zeti(Cevizli Tavuk)	Tavuklu Erik Yemeği
Zabranalı Yahni(Sarı Çiçek)		
BALIKLAR		
Hamsi Buğlama	Hamsi Pilavı	Morina Izgarası
Hamsi Kuşu	Kefal Doldurması	Sebzeli Palamut
Tahta Balığı Ekşisi	Hamsi Tuzlaması	Tirsi Balığı Izgarası
Tavada Kalkan		
YUMURTALAR		
Cılbır	Yumurtalı Cökelek	Cakallı Menemeni
Yumurta Piyazı		

Kaynak: Köse (2009).

Samsun'un coğrafi işaretli ürünleri: Bafra Kaymaklı Lokumu, Bafra Nokulu, Bafra Pidesi, Çarşamba Pidesi, Samsun Kaz Tiridi, Samsun Simidi, Terme Pidesi, Yakakent Mantısıdır (TÜRKPATENT, 2014).

Samsun'da Yöresel Ot Yemekleri Festivali düzenlenmektedir; Samsun Turizmciler Derneği tarafından düzenlenen ve bu sene 5. gerçekleştirilmiş olan festivale birçok katılımcı eşlik etmiştir. Çeşitli etkinliklerin düzenlenmesiyle renklenen festival, "İçinde yaşadığın güzelliklerin farkına var!", sloganı ile hareket etmektedir. Festivalde uygulanan etkinliklere aşağıda yer verilmiştir:

- Yöresel ot yemekleri yarışması,
- Yenilebilen en çok çeşit ot toplama yarışması,
- Yöresel ot yemekleri stantları,
- El yapımı hediyelik eşya stantları,

- Şeflerle canlı mutfak,
- Söyleşiler,
- Atölye çalışmaları,
- Doğada resim etkinliği,
- Otlu çikolata yapımı

Festival kapsamında doğadan ot toplayan kadınlar, 96 çeşit otları yöresel yemekler hazırlamış ve satışa sunmuşlardır. Aşçılar tarafından 55 çeşit otun kullanıldığı bir yemek pişirilmiştir. İlki, Samsun'un Salıpazarı ilçesinde düzenlenmiştir ve festivalde 88 yenilebilir yeni ot bulunmuştur. Sürmele ilçesinde düzenlenen festivalde ise 96 çeşit yeni ot bulunmuştur. Bu otların unutulmaması ve yöre halkına fayda sağlaması için çalışmalar devam etmektedir. Bu kapsamda restoranlara çeşitli tavsiyeler verilmektedir. Tavsiyeler arasında, bir liste oluşturup yeni otların menülere dahil edilmesi de yer almaktadır. Öte yandan Çarşı 1919 satış merkezinde kadınların evlerinde yapılan ürünlerin satışa çıkarılması da planlamaların arasında bulunmaktadır. İnsanların son dönemlerde suni yiyeceklerden kaçıp doğala dönmeleri ve Samsun'un da sahip olduğu sayısız ot çeşidi şehrin önemli bir gastronomi potansiyeli taşımasına olanak sağlamaktadır (Festival, 2020).

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı; Samsun'un gastronomi turizminin nelerden oluştuğunu ve gastronomik değer olarak nelerin kabul edildiğini tespit ederek, Samsun'un turizm faaliyetleri içinde gastronomi turizminin daha fazla yer alması yönünde olası katkıda bulunmaktır.

Çalışma kapsamında iki araştırma sorusu bulunmaktadır:

- Gastronomi turizminin Samsun'un turizm faaliyetleri içindeki yeri nedir?
- Gastronomi turizmi Samsun turizmine katkı sağlamakta mıdır?

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bu çalışmada olasılığa dayalı olmayan örneklem türlerinden amaçlı örnekleme tekniğinin alt başlığı olan kolayda örneklem türüne başvurulmuştur. Bu bağlamda araştırmanın evrenini, Samsun'un turizmine doğrudan ya da dolaylı olarak yön veren gerçek ve tüzel kişiler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklem gurubunu ise Samsun'da turizm faaliyetlerinin oluşturulmasında ve geliştirilmesinde etkisi olan; konaklama ve yeme içme hizmeti veren işletmeler, yiyecek içecek üreten işletmeler, kamu, özel sektör, sivil toplum kuruluşları ve üniversiteden ilgili kişiler çalışma kapsamında ele alınmıştır. Katılımcıların temsil ettiği işletmeler aşağıda yer almaktadır:

- Samsun Valiliği
- Samsun Büyükşehir Belediyesi
- Samsun İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
- Ondokuz Mayıs Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
- Ondokuz Mayıs Üniversitesi Bafra Turizm Meslek Yüksekokulu Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü
- Ondokuz Mayıs Üniversitesi Turizm Rehberliği Bölümü
- Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi
- Grand Atakum Otel Genel Müdürü
- Serra Otel Genel Müdürü
- Lovelet Outlet Alışveriş Merkezi Genel Müdürü
- Marin Otel & Restaurant Müdürü
- Sarmala Yöresel Lezzetler İşletmecisi
- Gastroart Mutfak Akademisi Şirketi Şefi
- Gastronomi Uzmanı
- Karadeniz Aşçılar ve Turizm Birliği Derneği Başkanı
- Samsun Turizmciler Derneği Başkanı

3.3. Verilerin Analizi ve Yorumlanması

Nicel araştırmalarda kullanılan geçerlilik ve güvenilirlik ifadelerinin yerine nitel araştırmalarda inanılabilirlik, sonuçların doğruluğu ve araştırmacının yetkinliği gibi ifadeleri tercih etmek daha doğru bulunmaktadır. Lincoln'un (1982) inandırıcılık için kriterleri inanılabilirlik, güvenilebilirlik, onaylanabilirlik ve aktarılabilirlik olmak üzere dört ana başlık altında toplanmıştır (Krefting, 1991: akt. Başkale, 2016:2). Guba ve Lincoln'un inanılabilirliği arttırmak için belirlediği yöntemler ise şunlardır: Uzun süreli etkileşim, katılımcı teyidi ve uzman incelemesi.

Bu çalışmada inanılabilirlik kriterini sağlamak için uzun süreli etkileşim ve katılımcı teyidi yöntemlerine başvurulmuştur. Güvenilebilirlik kriterini sağlamak için ise literatürle karşılaştırma ve başka bir araştırmacının veya uzmanın süreç ve sonuçları incelemesi yöntemlerinden faydalanılmıştır. Çalışmanın onaylanabilir olması için gereken kriterlerden şunlara bu çalışmada yer verilmiştir: Ses kayıt cihazı verileri, saha notları, analiz edilmiş veri; çalışmanın bulguları, bulguların oluşumu; önemli cümleler, temalar, kodlar ve kullanılan ölçümlerin nasıl geliştirildiği; açık uçlu sorular ve pilot görüşmeler. Bu araştırmada Guba ve Lincoln'un aktarılabilirlik kriterini sağlamak için ise örnekleme yöntemlerinden amaçlı örneklem yönteminin alt başlığı olan ayrıntılı betimleme yöntemi tercih edilmiştir. Ayrıntılı betimleme yöntemini kullanan araştırmacının, topladığı verilerden doğrudan alıntılar yaparak okuyucuya betimsel bir tarzda sunması esastır. Veriler betimsel tarzda sunulurken bazı temalar ve temalar arası ilişkiler de ortaya koyulabilir (Günbayı, 2019).

Çalışmada derinlemesine görüşme tekniği kullanılarak katılımcılara yarı yapılandırılmış mülakat soruları yöneltilmiştir. Mülakat formu hazırlanırken, Özçelik (2019) "Bolu İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma" isimli çalışmadan yararlanılmıştır. Turizm alanında deneyimli iki akademisyenden uzman görüşü alınarak uygun olan sorular forma eklenmiştir ardından pilot uygulama yapılmıştır ve sonuçlar uzmanlar tarafından incelenmiştir. Uzmanlardan alınan onay sonrası belirlediğimiz katılımcılarla derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Görüşmeler, ocak ve şubat aylarında gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerin en kısısı 30 dakika, en uzununu 2 saat sürmüştür. Görüşmeler ses kayıt cihazıyla kayda alınmış ve görüşme sırasında yazılı olarak da notlar tutulmuştur. Samsun'da turizm ve gastronomi turizmi ile ilgili kamu, sivil toplum kuruluşu, özel sektör ve üniversiteyi temsil eden 17 katılımcıyla yüz yüze görüşme sağlanmıştır. Toplanan verilere 10 ana tema altında yer verilmiştir. Katılımcıların verdikleri cevaplar ve bu cevapların tekrarlanma sıklığına da bakılarak, farklı kodlar ve tablolar oluşturularak analiz edilmiştir. Katılımcıların isimleri ya da kurumların isimleri belirtilmeden; K1, K2, K3, K4,...K17 şeklinde gelişigüzel numaralandırılmıştır.

BULGULAR

4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katkı sunan katılımcılara ilişkin demografik özelliklere; cinsiyet, eğitim düzeyi, çalıştıkları kurum, deneyim yılları ve görevlerine tablo 5'de yer verilmiştir.

Tablo 5. Katılımcıların demografik özellikleri

	Cinsiyet	Eğitim Düzeyi	Çalıştığı Kurum	Deneyim Yılı	Görevi
Katılımcı 1	Erkek	Lisans	Kamu	21	Vali Yardımcısı
Katılımcı 2	Erkek	Yüksek Lisans	Kamu	25	Müdür
Katılımcı 3	Kadın	Lisans	Özel	27	Dernek Yöneticisi
Katılımcı 4	Erkek	Lisans	Özel	30	Genel Müdür
Katılımcı 5	Erkek	Yüksek Lisans	Özel	11	Gastronomi Uzmanı
Katılımcı 6	Kadın	Doktora	Kamu	8	Akademisyen
Katılımcı 7	Erkek	Lisans	Özel	20	İşletmeci
Katılımcı 8	Erkek	Doktora	Kamu	32	Akademisyen
Katılımcı 9	Erkek	Doktora	Kamu	30	Akademisyen
Katılımcı 10	Erkek	Doktora	Özel	12	Genel Müdür



Katılımcı 11	Erkek	Lisans	Kamu	25	Memur
Katılımcı 12	Erkek	Lisans	Özel	34	Dernek Yöneticisi
Katılımcı 13	Erkek	Lisans	Özel	29	Genel Müdür
Katılımcı 14	Erkek	Lise	Özel	23	İşletme Sahibi/Şef
Katılımcı 15	Erkek	Doktora	Kamu	18	Akademisyen
Katılımcı 16	Erkek	Doktora	Kamu	20	Akademisyen
Katılımcı 17	Erkek	Doktora	Kamu	16	Akademisyen

Araştırmaya katkıda bulunan 17 katılımcının 2'si kadın 15'i erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların eğitim düzeyleri yukarıdaki tabloda da görüldüğü üzere 7 kişi doktora, 2 kişi yüksek lisans, 7 kişi lisans ve 1 kişi lise mezunudur. Katılımcıların 9'u kamu kurumunda 8'i ise özel sektörde çalışmaktadır. Kamu ve özel sektörde çalışan katılımcıların deneyim sürelerinin ortalaması ise 22 yıldır. Katılımcıların çalışma süreleri göz önüne alındığında, tecrübelerinin araştırmaya olumlu katkıda bulunacağı öngörülmektedir.

4.2. Samsun'un Genel Turizm Değerlendirmesine İlişkin Bulgular

Katılımcıların Samsun'un sahip olduğu mevcut turizm potansiyeli hakkındaki görüşlerini tespit etmek amacıyla yöneltilen sorulara verdikleri yanıtlar farklılık göstermektedir. Tablo 6'da katılımcıların değerlendirmelerine yer verilmiştir.

Tablo 6. Samsun turizminin genel durumuna ilişkin değerlendirmeler

Alt Temalar	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	n	%
Turizm Potansiyeline Sahip Fakat Değerlendirilemiyor	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x		x	14	82.35
Farklı Turizm Türlerine Sahip	x	x	x			x	x	x			x		x		x	x	x	11	64.70
Yeterli Tanıtım Faaliyetleri Yapılmıyor		x		x			x					x	x		x	x		7	41.17
Uzmanlar ve Yöneticiler Arasında Büyük İletişim Eksiklikleri Yaşanıyor			x			x	x	x				x	x			x		7	41.17
Konumundan Dolayı Turizm İçin Büyük Avantaja Sahip			x			x		x		x		x		x				6	35.29
Hedef Kitle İyi Tespit Edilemiyor			x					x				x				x		4	23.52

Tablo 6'ya göre katılımcıların %82.35'i Samsun'un turizm potansiyelinin yüksek olduğunu fakat bu potansiyelinin değerlendirilemediğini ifade etmiştir. Katılımcıların % 41.17'si ise Samsun ilinin ulusal ve uluslararası alanda yeterli tanıtımının yapılmadığını düşünmektedir.

K2 Samsun ilinin mevcut turizm değerlendirmesini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Samsun turizm potansiyeli açısından hak ettiği yere ulaşamamıştır. Farklı turizm başlıklarına sahiptir. Sağlık, doğa, yemek, yaz, kış, kayak, gastronomi turizmi gibi birçok imkânı var fakat tanıtım eksikliğinden dolayı Türkiye'nin turizm pastasından gerekli payı alamamıştır. Ciddi çalışmalarla daha üst seviyelere yükselecektir. Eski gezginler Samsun'u Kuzeyin Mezopotamya'sı olarak değerlendiriyor. Doğa turizmine dönük çalışmalar ve yemek kültürü olarak Samsun ortalamanın üzerinde ürüne sahip, bu alanda yapılacak çalışmalar Samsun'u daha üst seviyeye taşıyacaktır. Gaziantep olma yoluna girebileceğimizi düşünüyorum.”

Katılımcıların %35.29'u şehrin konumundan dolayı rakip destinasyonlara göre büyük avantaja sahip olduğunu, %64.70'i ise Samsun'un farklı turizm türlerine ev sahipliği yapabileceğini belirtmiştir. K10 Samsun'un konumundan dolayı önemli bir turizm merkezi olabileceğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Yerli turistler için Samsun bölgesinin merkezi konumunda. Doğu Karadeniz Samsun’u çok seviyor ve geldikleri zaman tekrar gelmek istiyor. Samsun’a çevre illerden gelinmesini sağlayan iki temel unsur var biri sağlık diğeri alışveriş. Samsun’da çok ciddi bir hekim potansiyeli var. Aynı zamanda yakın bölgenin alışveriş deposu, insanlar esaslı bir alışveriş yapacakları zaman Samsun’a geliyorlar. Amasya, Çorum, Tokat, Sivas ve Kastamonu için deniz demek Samsun demek. Şahinkaya kanyonu, Akdağ önemli değerlerimiz arasında. Samsun’a kanyonda gemiye binmek için Irak’tan her hafta sonu uçak geliyordu. Tekne turları yaygınlaşmalı ciddi bir kıyımız var fakat değerlendirmemiz lazım.”

4.3. Samsun’un Sahip Olduğu Turizm Türlerine İlişkin Bulgular

Katılımcılara yöneltilen yarı yapılandırılmış sorular doğrultusunda, katılımcıların Samsun ilinin sahip olduğu turizm türlerine ilişkin görüşlerine tablo 7’de yer verilmiştir.

Tablo 7. Samsun'un turizm türleri

Alt Temalar	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	n	%
Spor Turizmi	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x			11	64.70
Gastronomi Turizmi		x	x			x	x	x		x				x	x	x	x	10	58.82
Deniz Turizmi	x	x	x		x		x			x	x	x	x		x			10	58.82
Kültür Turizmi	x					x		x		x				x	x	x	x	8	47.05
Şehir Turizmi	x	x				x				x						x		5	29.41
Sağlık Turizmi		x							x	x								3	17.64

Katılımcıların, Samsun’un sahip olduğu turizm türleri nelerdir sorusuna verdikleri cevaplara bakacak olursak: Spor turizmi %64.70’lik bir oranla ilk sırada yer almaktadır. Spor turizmini gastronomi ve deniz turizmi %58’lik bir oranla takip etmektedir. Ardından; kültür turizmi %47.05 ve şehir turizmi %29.41’lik bir oranla katılımcılar tarafından Samsun’un bilinirliğe sahip olan önemli turizm türleri olarak ifade edilmiştir.

K6 ve K8 sırasıyla, Samsun’un turizm türlerini şu sözlerle ifade etmişlerdir:

“Samsun çok farklı turizm çeşitlerini yapabilecek potansiyele sahip. Hem şehir turizmi, hem tarih turizmi, hem doğa turizmi, hem spor turizmi açısından elverişli. Atatürk, imajıyla beraber güzel şeyler yapabilme potansiyeline de sahip. Samsun’un bu yönde biraz kafasının karışık olduğunu düşünüyorum. Gastronomik anlamda da çok zengin ancak bu konuda yetersizlikleri var. Şehir geçiş noktasında olduğu için ve tarihte birçok medeniyete ev sahipliği yaptığı için arkeolojik kazılar da yapılabilir.”

“Samsun’da şehir içindeki araç yoğunluğu çok fazla fakat tanıtım vs. gerçekleştirmediğimiz için gelen misafirlerimizi iç kısımlara götüremediğimiz için kırsal alan çevre boş kalıyor. Dolayısıyla doğa, kültür, tarih, gastronomi gibi sahip olduğu değerleri gösterme imkânını elde edemiyor.”

K6 ve K8 Samsun’un geçiş noktasında olduğu konusunda fikir birliğine sahiptir. Diğer katılımcıların büyük çoğunluğu da görüşmeler sırasında kentin bu anlamda turizm için avantajlı konumda olduğunu ifade etmişlerdir.

4.4. Samsun'un Turizmde Ön Plana Çıkan Değerlerine İlişkin Bulgular

Katılımcılara yöneltilen yarı yapılandırılmış sorular doğrultusunda, katılımcıların Samsun ilinin sahip olduğu turizm değerlerine ilişkin görüşlerine tablo 8'de yer verilmiştir.

Tablo 8. Samsun'un turizm değerleri

Alt Temalar	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	n	%
Akdağ Kayak Merkezi	x	x						x	x	x	x	x	x			x		9	52.94
Kurtuluş Yolu	x						x	x				x		x		x	x	7	41.17
Kuş Cenneti		x			x			x		x		x	x			x		7	41.17
Şahinkaya Kanyonu		x						x		x		x	x			x		6	35.29
Amazon Köyü				x	x	x		x						x				5	29.41
Kızılırmak ve Yeşilirmak								x			x	x				x		4	23.52
Nerik Antik Kenti								x								x	x	3	17.64
Havza ve Ladik Kaplıcaları								x				x				x		3	17.64

Katılımcıların, Samsun'un sahip olduğu turizm değerleri nelerdir sorusuna verdikleri cevaplara bakacak olursak: Akdağ Kayak Merkezi %52.94, Kuş Cenneti ve Kurtuluş Yolu %41.17, Şahinkaya Kanyonu %35.29, Amazon Köyü %29.41, Kızılırmak ve Yeşilirmak %23.52, Nerik Antik Kenti %17.64 ve son olarak Havza ve Ladik Kaplıcaları %17.64'lük bir oranla katılımcılar tarafından Samsun'un turizm değerleri olarak ifade edilmiştir.

4.5. Gastronomi Kavramının ve Gastronomi Turizminin Algılanmasına İlişkin Bulgular

Katılımcıların tamamı gastronomi kavramının yeme içme ile alakalı olduğunu belirtmiş ve büyük çoğunluğu turizmin önemli bir parçası olduğunu dile getirmiştir.

Tablo 9. Gastronomi ve gastronomi turizmi kavramlarına yönelik bulgular

Alt Temalar	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	n	%
Yeme içme ile ilgilidir	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	17	100
Yemek kültürüdür	x			x	x	x						x				x	x	7	41.17
Yöresel yemeklerdir						x			x	x	x		x					5	29.41
Sunumdaki kalitedir							x							x		x		3	17.64
Yemeğin hikayesidir						x											x	2	11.76
Yemek sanatıdır		x														x		2	11.76
Kültür elçisidir														x				1	5.88
İnsanları bir araya getiren															x			1	5.88
Geniz lezzetidir							x											1	5.88

Tüm katılımcılar gastronominin yeme içme ile ilgili olduğunu düşünmektedir. Katılımcıların %41.17'si gastronomiyi yemek kültürü, %29.41'i yöresel yemek, % 17.64'ü sunumdaki kalite olarak tanımlamıştır. K2 ve K16 gastronomiyi yemek sanatı, K7 geniz lezzeti, K14 kültür elçisi ve K15 insanları bir araya getiren yapbozdu şeklinde tanımlamıştır. Kamu temsilcisi olan K2 ve K6 görüşlerini sırasıyla şöyle dile getirmişlerdir:

"Gastronomiyi yemek sanatı olarak ifade etmeyi doğru buluyorum. İnsanların deniz kum güneş kadar yemek için de seyahat edeceklerini düşünüyorum.

Antepliler, Dünya tek bir yer olsa mutfağı Antep olurdu diyorlar. Samsun tarımsal ürünler anlamında büyük imkânlarla sahip Türkiye'nin en büyük ovalarından iki tanesi Samsun'da yer alıyor zaten onun için kuzeyin Mezopotamya'sı olarak adlandırılmakta.”

“Gastronomi halkımız tarafından yanlış anlaşılan bir kavram ben gastronomi alanında doktora yapıyorum ve bunu söylediğim zaman gastroenteroloji ile yani mide bağırsak hastalıkları ile karıştırılıyor. Gastronomiyi sadece yemek, içmek, gezmek zannediyoruz, aslında gastronomi yemekle ilgili her şeydir. Bunun bir sağlık boyutu var hijyen boyutu var sosyolojisi var felsefesi var tarihi var kültürü var aslında yemeğe dair her boyutu kapsayan geniş bir kavram. Gastronomi vegan beslenmeyi de içine alır hepçil beslenmeyi de. Neden erkeklere önce kadınlara sonra servis yapılır bunu da içine alacak kadar geniş bir kavramdır. Gastronomi değerlendirilmesi gereken güzel bir alan. İnsanlar artık macera yaşamak istiyor. Örneğin, kültürel uzaklığımız arttıkça benim farklı yemek yeme cesaretim de artıyor ya da azalıyor, Tayland'da çekirge yediğimde o da yöresel yemek oluyor, macera yaşamak için çekirge yer misiniz? İşte insanlar yiyor.”

4.6. Samsun'un Yöresel Tatlarına İlişkin Bulgular

Katılımcıların, Samsun'un sahip olduğu yöresel lezzetlere ilişkin bilgileri tablo 10'da yer almaktadır.

Samsun'un sahip olduğu yöresel lezzetlere dair bulgularda il sırada %94 ile Bafra Pidesi yer almaktadır. Katılımcılardan sadece K2 Bafra Pidesini dile getirmemiştir. Ardından %52.94'lük bir oranla Kaz Tiridi ve Çakallı Menemeni gelmektedir. Onları ise Terme Pidesi %35.29, Bafra Nokulu %29.41 ve Çarşamba Pidesi %23.52'lik bir oranla takip etmektedir. K4 ve K6 Kırçan Otu, K7 ve K14 Samsun Simidi, K10 ve K16 Çarşamba Kıvratması, K4 Bafra Lokumu ve Kaldırık Otunu, K5 Keşkeği, K7 Fosulu, K9 Manda Yoğurtlu Kaymak ve Lokumu, K16 Vezirköprü Oyma Ağaç Kebabını ve K17 Yakakent Mantısını Samsun'un yöresel yemekleri olarak ifade etmişlerdir.

Tablo 10. Samsun'un sahip olduğu yöresel lezzetler

Alt Temalar	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	n	%
Bafra Pidesi	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	16	94.11
Çakallı Menemeni		x	x	x	x				x	x					x	x	x	9	52.94
Kaz Tiridi		x		x	x	x			x			x	x			x	x	9	52.94
Terme Pidesi	x		x				x		x	x						x		6	35.29
Bafra Nokulu				x						x	x				x	x		5	29.41
Çarşamba Pidesi	x						x			x						x		4	23.52
Çarşamba Kıvratması										x							x	2	11.76
Samsun Simidi							x							x				2	11.76
Kırçan Otu				x		x												2	11.76
Kaldırık Otu				x														1	5.88
Keşkek					x													1	5.88
Bafra Lokumu				x														1	5.88
Fosul							x											1	5.88
Manda Yoğurdu Kaymağı									x									1	5.88
Manda Yoğurdu Lokumu									x									1	5.88
Vezirköprü Oyma Ağaç Kebabı															x			1	5.88
Yakakent Mantısı																	x	1	5.88

Samsun'un sahip olduğu yöresel lezzetlere dair bulgularda il sırada %94 ile Bafra Pidesi yer almaktadır. Katılımcılardan sadece K2 Bafra Pidesini dile getirmemiştir. Ardından %52.94'lük bir oranla Kaz Tiridi ve Çakallı Menemeni gelmektedir. Onları ise Terme Pidesi %35.29, Bafra Nokulu %29.41 ve Çarşamba Pidesi %23.52'lik bir oranla takip etmektedir. K4 ve K6 Kırçan Otu, K7 ve K14 Samsun Simidi, K10 ve K16 Çarşamba Kıvratması, K4 Bafra Lokumu ve Kaldırık Otunu, K5 Keşkeği, K7 Fosulu, K9 Manda Yoğurtlu Kaymak ve Lokumu, K16 Vezirköprü Oyma Ağaç Kebabını ve K17 Yakakent Mantısını Samsun'un yöresel yemekleri olarak ifade etmişlerdir.

Samsun Simidi, Çarşamba Kıvratması, Bafra Lokumu, Manda Yoğurtlu Kaymak ve Yakakent Mantısı, Samsun'un coğrafi işaretli ürünleri olduğu halde katılımcıların çok az bir kısmı tarafından yöresel yemek olarak ifade edilmesi dikkat çekmektedir.

K5 yöresel lezzetlere ilişkin şöyle bir değerlendirme yapmaktadır:

“Bu yemekler öncelikle kendi şehrimizde biliniyor mu? Hayır. Doğru şekilde aktarılıyor mu? Hayır. Kendimiz tanımadan, bilmeden ne ulusal ne uluslararası boyutlara gitmemiz imkânsız.”

4.7. Samsun'daki Yiyecek İçecek İşletmelerinin Menülerinin Değerlendirilmesi

Tablo 11'de katılımcıların Samsun'da yer alan restoranların menülerine ilişkin görüşleri ve menülerde yöresel lezzetlere ne kadar yer verildiğine ilişkin gözlemlerine yer verilmiştir. Katılımcıların %52.94'ü yiyecek içecek işletmelerinin menülerini standart bulmakta, %47.05'i yöresel yemeklere menülerde yer verilmediğini ifade etmektedir. K3 ve K5 menüleri karmaşık bulmakta, K5 ve K12 ise menülerin ansiklopedi gibi olduğunu dile getirmektedir. Katılımcılardan yalnızca K9 ve K17 menü içeriklerinin yeterli olduğunu düşünmektedir (Tablo 11).

Tablo 11. Samsun'daki yiyecek içecek işletmelerinin menülerine ilişkin bulgular

Alt Temalar	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	n	%
Menüler standart	x			x	x	x	x	x	x			x	x	x	x			9	52.94
Menülerde yöresel lezzetlere yer verilmiyor		x	x	x	x	x				x			x			x		8	47.05
Menüler sıradan								x					x	x				3	17.64
Menüler karmaşık			x		x													2	11.76
Menü içerikleri yeterli									x								x	2	11.76
Menüler ansiklopedi gibi					x							x						2	11.76

K4 yiyecek içecek işletmelerinin menülerini şu sözlerle değerlendirmiştir:

“İşletmeler menülerinde daha çok pideye yer veriyor pideden sonra az buçuk menemen geliyor, ot yemekleri hiç yok. Bir işletme burgeri pide şeklinde sundu ve ismini piburger olarak belirledi. Bu çok ilgi çekti, ulusal basında da yer aldı. İnovasyon dedikleri şeyi yaptı ve yöresel bir ürünü uluslararası bir ürünle birleştirmeyi başardı. İşletmelerde bu tür şeyler olursa, dikkatleri çekip kentimizi çok daha fazla geliştirebiliriz.”

K7 ise şu değerlendirmeleri yapmıştır:

“Birbirlerinin kopyası olarak görüyorum. İnsanlar bir şeyler tasarlamak yerine gidip sağdaki restoran ne sunuyor soldaki ne satıyor ben de onu satayım mantığıyla hareket ediyor.”

Katılımcıların büyük bir kısmı görüşmeler esnasında K7'nin de ifade ettiği gibi restoranlardaki menülerin birbirlerinin kopyası olduğunu ve işletmelerin kopyala yapıştır mantığıyla hareket ettiklerini dile getirmişlerdir.

4.8. Samsun'un Coğrafi İşaretli Ürünlerine İlişkin Bulgular

Tablo 12'de katılımcıların, Samsun ilinin sahip olduğu tescilli ürünlere dair bilgilerine yer verilmiştir.

Tablo 12. Samsun'un sahip olduğu tescilli ürünlere ilişkin bulgular

Alt Temalar	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	n	%
Bafra Pidesi	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	16	94.11
Bafra Nokulu	x	x		x	x	x		x			x	x		x	x	x	x	12	70.58
Kaz Tiridi		x							x		x	x				x	x	6	35.29
Samsun Simidi		x	x								x	x					x	5	29.41
Terme Pidesi			x		x	x							x				x	5	29.41
Manda Kaymaklı Lokumu			x		x									x		x		4	23.52
Yakakent Mantısı			x		x												x	3	17.64
Çarşamba Kıvratması		x					x					x						3	17.65
Çarşamba Pidesi					x												x	2	11.76

Samsun'un coğrafi işaretli ürünleri arasında katılımcılar tarafından bilinirliği en yüksek olan %94.11 ile Bafra Pidesidir. Ardından %70.58 ile Bafra Nokulu, %35.29 ile Kaz Tiridi, %29.41 ile Samsun Simidi ve Terme Pidesi gelmektedir. Katılımcıların %23.52'si Manda Kaymaklı Lokumu, %17.64'ü Çarşamba Kıvratması ve Yakakent Mantısını, %11.76'sı ise Çarşamba Pidesinin coğrafi işaretli ürün olduğunu ifade etmiştir. Tabloyu incelediğimizde coğrafi işaretli ürünlerin büyük kısmının bilinirliğinin çok düşük seviyede olması dikkat çekmektedir.

4.9. Samsun'un Ön Plana Çıkan Yiyecek İçecek Markalarına İlişkin Bulgular

Tablo 13'de katılımcıların Samsun'un ön plana çıkan yiyecek içecek markalarına dair bilgilerine yer verilmiştir.

Tablo 13. Samsun'un sahip olduğu yiyecek içecek markalarına ilişkin bulgular

Alt Temalar	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	n	%
Gülhan Restoran						x	x		x						x			4	23.52
Lezzet Döner					x					x						x		3	17.64
Otat	x											x						2	11.76
Bafira	x									x								2	11.76
Sampı	x																	1	5.88
Terme Pirinci														x				1	5.88
Çamlıdağ												x						1	5.88
Filiz Helva										x								1	5.88
Adıyörem Çiğ Köfte							x											1	5.88

Samsun'un öne çıkan yiyecek içecek markalarına ilişkin bulgular şöyledir: Gülhan Restoran %23.52, Lezzet Döner %17.64, Bafira ve Otat markaları %11.76, Sampı, Adıyörem Çiğ Köfte, Filiz Helva, Çamlıdağ ve Terme Pirinci %5.88'lik bir oranla bilinirliğe sahiptir.

4.10. Samsun Yöresel Ot Yemekleri Festivaline İlişkin Bulgular

Tablo 14'te, katılımcıların Samsun Yöresel Ot Yemekleri Festivali ile ilgili gözlemleri ve önerilerine yer verilmiştir.



Tablo 14. Samsun yöresel ot yemekleri festivaline ilişkin bulgular

Alt Temalar	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	n	%
Tanıtım eksikliği var	x			x		x				x	x	x	x		x	x		9	52.94
Geliştirilmesi gerekiyor		x				x	x			x					x	x		6	35.29
Değerli bir festival			x						x		x				x		x	5	29.41
Katılımcıları yerel çevreden oluşturuyor						x	x					x	x					4	23.52
Tamamen ticari					x					x	x				x			4	23.52
Profesyonel değil						x				x	x							3	17.64

Katılımcıların %52.94'ü festivalin tanıtımında büyük eksiklikler olduğunu, %35.29'u geliştirilmesi gerektiğini, %29.41'i değerli bir etkinlik olduğunu, %23.52'si festivalin tamamen ticari olduğunu ve gelenlerin sadece yerel çevreden olduğunu, %17.64'ü ise festivalin profesyonelce organize edilmediğini düşünmektedir.

K14, Ot Yemekleri Festivaline ilişkin görüşlerini şu sözlerle ifade etmiştir:

“Samsun’da yetişen 1800 çeşit ot varken ve başka yerlerin ot festivalleri Türkiye’de ilgi görürken Samsun’un geri kalmasının tanıtımla ilgili eksikliklerden kaynaklandığını düşünüyorum.”

4.11. Samsun’un Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesine İlişkin Bulgular

Tablo 15’de, katılımcılara yöneltilen Samsun gastronomi turizmi potansiyeline sahip midir? Diğer turizm türlerinden bağımsız değerlendirilebilir mi? Sorularının cevaplarına yer verilmiştir.

Tablo 15. Samsun'un sahip olduğu gastronomi potansiyeline ilişkin bulgular

Alt Temalar	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	n	%
Gastronomi turizmi diğer turizm türlerini destekleyici rol oynuyor						x	x	x		x	x		x	x			x	8	47.05
Gastronomi turizmüne gereken önem verilmiyor		x		x	x					x					x	x	x	7	41.17
Samsun’da gastronomi turizmi diğer turizm türlerinden bağımsız ele alnamaz							x	x		x	x		x		x			6	35.29
Gastronomi turizmi potansiyeli var	x		x						x	x								4	23.52
Gastronomi turizmi potansiyeli yok													x					1	5.88

Katılımcılar %47.05 oranında, Samsun’da gastronomi turizmi diğer turizm türlerini destekleyici rol oynamakta fikrine sahiptir. Katılımcıların %41.17’si, gastronomi turizmüne gereken önemin verilmediğini, %35.29’u gastronomi turizminin diğer turizm türlerinden bağımsız ele alnamayacağını ifade etmiştir. %23.52’si, Samsun’da gastronomi turizmi potansiyeli vardır derken, %5.88’i Samsun’da gastronomi turizmi potansiyeli yoktur kanaatindedir.

K10 ve K16 sırasıyla Samsun’un gastronomi turizmini şu sözlerle ifade etmişlerdir:

“Samsun’da gastronomi potansiyeli var ama altyapısı yok. Restoranları ele aldığımızda gastronomi şehri olma yolunda ayrıcalıklı bir ürünü ve bunu eşsiz bir lezzet olarak sunan bir hizmet potansiyeli yok.”

“Samsun da gastronomi yok değil, tam olarak anlatılmış da değil. İnsanlar sadece Kaz Tiridi yemek için buraya geliyorlar mı? Hayır. Samsun’daki gastronomi turizmini diğer turizm türlerinden bağımsız değerlendirmek mümkün mü? Bence değerlendiremezsiniz, bunu her şehirde değerlendirmek mümkün değil.”

4.12. Katılımcıların Samsun’un Gastronomi Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Önerileri

Tablo 16’da katılımcılara yöneltilen, Samsun’da gastronomi turizminin geliştirilmesi için neler yapılmalıdır? Sorusuna verdikleri cevaplar ve öneriler yer almaktadır.

Tablo 16. Samsun'un gastronomi turizmini geliştirmeye yönelik öneriler

Alt Temalar	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	n	%
Tanıtım faaliyetleri artırılmalı	x	x		x	x	x		x		x	x	x	x	x	x	x	x	13	76.47
Gastronomi rotası oluşturulmalı				x		x		x						x	x	x	x	7	41.17
Şehrin gastronomi turizmi için ayrı bir bütçe oluşturulmalı					x	x					x			x		x		5	29.41
Festivaller nicelik ve nitelik olarak artırılmalı						x	x				x				x		x	5	29.41
Unutulan yöresel lezzetler ortaya çıkarılmalı						x					x			x	x			4	23.52
Yemeklerin hikayeleri ortaya çıkarılmalı yoksa oluşturulmalı						x									x		x	3	17.64
Her yıl Samsun 19 Mayıs Gastronomi Festivali düzenlenmeli						x	x										x	3	17.64
En fazla 5 gastronomik ürün belirlenmeli ve reçeteleri sabitlenmeli					x					x				x				3	17.64
Yöresel ot yemekleri ön plana çıkarılmalı	x					x												2	11.76

Katılımcıların %76.46’sı Samsun’da gastronomi turizminin gelişmesi için tanıtım faaliyetleri artırılmalı, %41’i gastronomi rotası oluşturulmalı, %29.41’i gastronomi turizmi için ayrı bir bütçe oluşturulmalı ve düzenlenen festivaller nicelik ve nitelik olarak artırılmalı, %23.52’si unutulan yöresel lezzetler ortaya çıkarılmalı, %17.64’ü yemeklerin hikayeleri oluşturulmalı, her yıl mayıs ayında gastronomi festivalleri düzenlenmeli ve Samsun için en fazla 3 ya da 5 gastronomik ürün belirleyip o ürünler üzerinden pazarlama faaliyetleri sürdürülmeli önerilerinde bulunmuşlardır.

K2 ve K6 Samsun’da gastronomi turizminin geliştirilmesi için sırasıyla şu önerilerde bulunmuşlardır:

“En büyük eksiklik tanıtımdır. Sosyal medya fenomenleri kullanılabilir, youtube kanalı kurulabilir, ayriyeten yapılan yemek programlarının gündemine girmek önemli katkı sağlayacaktır. Vedat Milor’un menemen soğanlı mı soğansız mı olur anketinden sonra Çakallıya yoğun talepler olmuştur. Çarşamba’da da pide yemiş ve bunu yazmıştı orada da ciddi müşteri artışı olmuştu.”

“Öncelikle envanter çalışması yapılması gerekli; yöresel yemekleri neler, hangi dönemde yapılmış, tarihsel sürecini, sosyolojisini incelemek gerekiyor. Yemeklerin hikâyelerinin bulunması gerekli her yemeğin bir hikâyesi vardır yoksa da oluşturulabilir ve bu yemeği çekici kılar.”

K16 ve K17 Samsun’da gastronomi turizminin geliştirilmesi için sırasıyla şu önerilerde bulunmuşlardır:

“Samsun’a gelen tur operatörleri Atatürk anıtının önünde yarım saat oyalanıp gidiyorlar, orada hediyelik eşya bile satmıyoruz. Bu kadar kısa kalış süresinin olduğu yerde gastronomiyi canlandırmak mümkün değil dolayısıyla önce diğer

turizm türlerinde kalış süresini arttırmamız lazım daha sonra turistleri dışarı çıkarıp Samsun'un yöresel yemeklerini yedirebiliriz."

"Samsun'un iki ana unsuru Kültür ve Gastronomi olmalı. Kültür boyutunda Mustafa Kemal ve 19 Mayıs şehrin simgeleri olmalıdır. Buradan yola çıkarak Samsun'da bir yemek bulalım adı Ata Kebabı, Ata Keşkeği ya da Ata Kahvesi olabilir bu konudaki farklı fikirler de değerlendirilebilir. Daha sonra Havza'da termal turizmle Kurtuluş Yolu projesini birleştirebiliriz.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Gastronomi yiyeceklerin tarlaya ekiminden sofraya gelinceye kadar geçtiği tüm hikâyeyi konu alan çok geniş bir kavramdır. Gastronomi, yiyeceklerin tarihsel süreçleriyle, bıraktıkları kültürel izleriyle ve sosyolojisiyle de ilgilenen, geçmişle bugün arasında bağ kurmamızı sağlayan, hem soyut hem somut değerlerimiz arasında yer alabilecek, farklı bir boyuta da sahiptir. Her bölgenin kendisine has gastronomik değerleri vardır. Bu değerler, bölgelerin bulunduğu coğrafi koşullar ve o bölgede yaşayan insanların kültürleri doğrultusunda şekillenmektedir.

Gastronomik ürünleri deneyimlemek amacıyla seyahate çıkan insanların gerçekleştirdiği faaliyetler ise gastronomi turizmi kavramını ortaya çıkartmaktadır. Yeme içme insanların varoluşundan bu yana seyahatlerinin zorunlu bir parçası olmuştur. Fakat yeme içme, seyahatin zorunlu bir parçası olmaktan çıkıp, asıl amacı haline geldiği zaman gidilen destinasyonu gastronomi turisti ziyaret etmiş olmaktadır.

Turistler yeni yerler keşfetme isteği ile seyahate çıkmaktadırlar. Aynı zamanda yeni bir kültürü tanımayı ve farklı lezzetleri deneyimlemeyi de arzu etmektedirler. Bu doğrultuda gastronomi, destinasyona hem yılın her döneminde ziyaret edilebilme fırsatını hem de turistlerin tatil döneminin zenginleştirilmesi olanağını sağlamaktadır.

Turizmin mihenk taşlarından birisi olan gastronomi turizminin seyahat motivasyonunu arttırdığı yönünde fikir birliğine varan araştırmaların sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Gastronominin destinasyonlar üzerinde hem çekici hem de destekleyici olmak üzere iki ayrı katkısı bulunmaktadır. Farklı motivasyonlarla turizm seyahatini gerçekleştirmek üzere yola çıkan turistler, oranın gastronomisinden de faydalanmış olacaktır. Bu aşamada ise gastronominin destekleyici boyutu devreye girmektedir.

Diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de pazardaki rakip destinasyonlarla rekabet edebilmek için alternatif türlere yönelmek kaçınılmazlar listesinde yerini almıştır. Kitle turizminin en büyük alternatiflerinden birisi şüphesiz ki gastronomi turizmidir. Şehirlerin markalaşması için gastronomik ürünlerinin belirlenmesi ve bu ürünler ekseninde yol haritalarının çizilmeleri gerekmektedir.

Katılımcıların %82'si Samsun'un turizm potansiyeline sahip olduğunu fakat bu potansiyelin değerlendirilemediğini ifade etmişlerdir. Samsun konumu itibari ile geçiş noktasında olan bir kenttir. Yerli turistlerin çoğu Doğu Karadeniz'de bulunan Giresun, Ordu, Trabzon, Rize ve Artvin illerine gitmek için Samsun'dan geçmektedir. Katılımcılar, Samsun'a özgü gastronomik ürünlerin küçük paketler halinde yol kenarlarına kurulacak satış noktalarından turistlere ulaştırılmasını tavsiye etmişlerdir. Böylece turistler hem bu ürünleri deneyimlemiş olacak hem de gittikleri yerlere götürerek daha fazla kişiye ulaştıracaklardır. Bu görüşün Samsun'un gastronomi turizminin tanıtılmasına büyük fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Samsun'da var olan gastronomi turizmi ürünlerinin tanıtımında büyük eksiklik olduğu katılımcıların önemle üzerinde durduğu konuların başında gelmektedir. Samsun'un kendi halkının büyük kısmı dahi

kentin coğrafi işaretli ürünlerinden haberdar değildir. Tanıtım faaliyetleri kapsamında; sosyal medya fenomenlerinin şehre davet edilmesi ve Samsun'a özgü gastronomik ürünleri deneyimlemesi, bu deneyimleri takipçileriyle paylaşması, ünlü şefleri ve gurmeleri kente davet ederek şehrin farklı noktalarında yöresel yemeklerin yapılması, tadılması ve bu aşamaların televizyon programlarında yayınlanması, Samsun'a özgü bir youtube kanalı oluşturulması ve bu kanalda insanların sevdiği ve güvendiği popüler isimlere Samsun'u tanıtma imkânı sağlanmalıdır.

Samsun'da turizm faaliyetlerine yön veren; özel sektör, belediyeler, üniversite ve diğer kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları, dernekler ve şehirdeki tüm paydaşların fikirlerini dile getirebilecekleri ortak bir platform oluşturulmalı ve yapılan planların zaman kaybetmeden hayata geçirilmesi gerekmektedir. Katılımcıların %41'i şehirdeki uzmanlar ve yöneticilerin koordineli çalışmadığı ve yapılan planların büyük kısmının uygulanmadığı konusunda fikir birliğine sahiptirler.

Samsun'daki restoranlara şehre özgü yöresel lezzetleri 3, 4 ya da 5 kalem menülerinde bulundurma zorunluluğu getirmelidir. Fakat bu yemeklerin orijinal reçeteleri oluşturulmalı, her restoranda standart haline gelmeli ve düzenli aralıklarla denetlenmeleri gerekmektedir. Böylece misafirler her restoranda aynı tadı bulabileceklerdir.

Samsun'da gastronomi rotası oluşturulmalıdır. Yapılan araştırmalar sonucunda, şehre yönelik hiçbir gastronomi turuna rastlanmamıştır. Samsun'da gastronomi turları başlatılmalı ve belirlenen turizm rotası, tur kapsamına dahil edilmelidir. Katılımcıların bir kısmı Samsun'un Bafra ilçesi gastronomi rotası için uygun bir destinasyon olabilir önerisinde bulunmuşlardır. Yine Samsun'un Bafra ilçesinde bir gastronomi müzesi inşa edilebileceğini de dile getirmişlerdir.

Kentte düzenlenen festivallerin profesyonellerce yönetilmesi gerekmektedir. Sadece Samsun'da yetişen 1600 çeşit ot bulunmaktadır. Böyle bir potansiyele sahipken bu potansiyelin değerlendirilememesi çok üzücüdür. Samsun'da daha fazla festival düzenlenmeli ve festivallerin nitelikleri artırılmalıdır. Mayıs ayı Türkiye'de Kurtuluş Mücadelesinin başladığı ay olarak önem taşımaktadır. Samsun ise mücadelenin başladığı kent olarak ayrıca kıymetlidir. Mayıs ayı boyunca ya da 19 Mayıs haftasında şehirde bir gastronomi festivali düzenlenebilir.

Araştırma kapsamında; Samsun'da gastronomi turizmi potansiyeli var mıdır sorusuna, yapılan literatür taramaları ve katılımcı görüşlerinden elde edilen sonuçlara göre Samsun'da bir gastronomi turizmi potansiyelinin olduğu ve Samsun'da gastronomi turizminin diğer turizm türlerini destekleyici rol oynadığı kanısına varılmıştır.

Samsun'un gastronomi turizmi potansiyeli içerisinde yer alan yiyecek içecekler literatür taraması ve katılımcı görüşleriyle ortaya koyulmuştur. Bunların alan araştırması yapılarak tespit edilememesi çalışmanın konu bağlamındaki sınırlılıkları arasındadır. Çalışmanın bir diğer sınırlılığı ise özel sektör katılımcılarının sorulara açık ve net cevaplar vermesinin yanında, kamu sektörü çalışanlarının büyük çoğunluğunun bürokratik engeller hissederek sorulara çekimser cevaplar vermeleridir. Gelecekte yapılacak çalışmalara ise görüşmeler için iki aydan daha uzun bir süre ayırmaları önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Başkale, H. (2016). Nitel araştırmalarda geçerlilik, güvenilirlik ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi, *DEUHFED*, 9(1), 23-28.

Canbolat, E., Keleş, Y. & Akbaş, Y. Z. (2016). Gastronomi turizmi kapsamında samsun mutfağına özgü turistik bir ürün: Bafra Pidesi, *Turizm ve Gastronomi Araştırmaları Dergisi*, 4(4), 75-87.



- Çekal, N. & Arslan, B. (2017). Gastronomik bir değer olarak tarhana ve coğrafi işaretlemede tarhananın yeri ve önemi, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 124-135.
- Dünya (2021). Samsun'un rengârenk lezzetleri, <https://www.dunya.com/yasam-keyfi/samsun039un-rengarenk-lezzetleri-haberi-309792>, Erişim Tarihi: 07.04.2020
- Eren, R. (2016). Türkiye'nin Gastronomi İmajı, Ziyaretçilerin Bilgi Kaynakları ve Tezi), Harcamaları, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Fields, K. (2001). Demand for the gastronomy tourism product: Motivational factors, İçinde Anne-Mette Hjalager, Greg Richards (Eds.), *Tourism and Gastronomy* (pp. 36-50), Routledge: London.
- Günbayı, İ. (2019). *Nitel araştırmada veri analizi: tema analizi*, Betimsel Analiz, İçerik Analizi ve Analitik Genelleme. <http://www.nirvanasosyal.com/h-392-nitel-arastirmada-veri-analizi-tema-analizi-betimsel-analiz-icerik-analizi-ve-analitik-genelleme.html>, Erişim Tarihi: 24.06.2021.
- Hjalager, M. A. (2001). Typology of Gastronomy Tourism, İçinde Anne-Mette Hjalager, Greg Richards (Ed.), *Tourism and Gastronomy* (pp. 21-35), Routledge: London
- Karataş, Z. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi, 1(1), 62-80.
- Kefeli, E., Sabancı, M., Canbolat, Ö. & Kızıldemir Ö. (2019). Sanat ve estetiğin gastronomideki yeri, 4. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.
- Kemaloğlu, M. (2011). Terekeme - karapapak türkleri ve yemek kültürü (Muş-Bulanık çevresinde), *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(2), 425-438.
- Köse, B. (2009). KTM, Samsun Yemekleri, 5-190.
- Mitchell, R. & Hall, M. (2001). The changing nature of the relationship between cuisine and tourism in Australia and New Zealand: From fusion cuisine to food networks, İçinde Anne-Mette Hjalager, Greg Richards (Ed.), *Tourism and Gastronomy* (pp. 186-206), Routledge: London.
- Özbay, G. & Sarıışık, M. (2015). Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 264-278.
- Özçelik, E. N. (2019). Bolu İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Anatolia: Turizm Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Özel, Y. & Gül, A. (2007). Sosyal ve Eğitim Bilimleri Araştırmalarında Evren Örneklem Sorunu, 15, 395-422.
- Özgüneş, E. & Bozok, D. (2017). Gastronomi Üzerine Araştırmalar, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Dünya (2016). Samsun'un rengârenk lezzetleri. <https://www.dunya.com/yasam-keyfi/samsun039un-rengarenk-lezzetleri-haberi-309792> Erişim Tarihi: 07.04.2020
- Festival (2020). Samsun yöresel ot yemekleri festivali. <https://festivall.com.tr/samsun-yoresel-ot-yemekleri-festivali>, Erişim Tarihi: 15.04.2020
- Gezgez (2020). Samsun'un yöresel yemekleri. <https://www.gezgez.net/samsunun-yoresel-yemekleri/>, Erişim Tarihi: 20.03.2020
- Scarpato, R. (2001). Sustainable Gastronomy as a Tourist Product, , İçinde Anne-Mette Hjalager, Greg Richards (Ed.), *Tourism and Gastronomy* (pp. 132-152), Routledge: London
- Travel (2020). <https://travel.usnews.com/gallery/the-15-best-foodie-tours-in-the-usa?slide=16>, Erişim Tarihi: 09.04.2020

- Güzel Şahin, G. & Ünver G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak “Gastronomi Turizmi: İstanbul’un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma, Turizm ve Gastronomi Araştırmaları Dergisi, 3(2), 63-73.
- Şengül, S. & Türkay, O. (2016). Akdeniz Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi, Turizm ve Gastronomi Araştırmaları Dergisi, 4(1), 86-99.
- KTB, (2007). Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı, Ankara, 1-101.
- KTB, (2019). Turizm İstatistikleri Genel Değerlendirme, 1-52.
- KTB, (2020). <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201136/turizm-yatirim-ve-isletme-bakanlik-belgeli-tesis-istati-.html> Erişim Tarihi: 03.04.2020
- Samsun KTM, (2021). <https://samsun.ktb.gov.tr/TR-59626/ne-yenir.html> Erişim Tarihi: 02.04.2020
- Tourmag, (2020). <https://www.tourmag.com.tr/turkiyenin-gastronomi-turizmi-raporu-aciklandi/> Erişim Tarihi: 10.04.2020
- TÜRKPATENT, (2018). Yakakent Mantısı. <https://www.ci.gov.tr/cografisaretler/detay/38303>, Erişim Tarihi: 20.04.2020
- TÜRSAB (2014). Gastronomi Turizmi Raporu.
- UNWTO (2019). Uluslararası turizmde öne çıkanlar. <https://www.unwto.org/search?keys=Gastronomy%20&page=1>, Erişim Tarihi: 15.04.2020.

Yazar(lar) Hakkında/About Author(s)

Gamze HAKKİTANIR/ gamzebayri55@gmail.com

Akdeniz Üniversitesi Alanya İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü’nden mezun oldu (2014). Yüksek lisans derecesini Ondokuz Mayıs Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Anabilim dalından (2020) aldı.

Adres: Güzelyalı Mahallesi, 3415. Sokak No: 88 Atakum/SAMSUN

Yetkin BULUT/ yetkin.bulut@hotmail.com

Adnan Menderes Üniversitesi Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümünden 1998 yılında mezun oldu. 2002 yılında Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalından mezun oldu. 2007 yılında Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalından Doktora Programından mezun oldu. 2007 yılında Yardımcı Doçent, 2015 yılında doçent oldu. Halen Ondokuz Mayıs Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümünde öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır.

Adres: Ondokuz Mayıs Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü Çetinkaya Mahallesi Ada Sokak No:18 Bafra/Samsun