



## Gastronomi Turizmi ve Coğrafi İşaretleme: Samsun Mutfağına Yönelik Bir Değerlendirme (Gastronomy Tourism and Geographical Indication: An Evaluation of Samsun Cuisine)

\*Eren CANBOLAT<sup>a</sup> , Funda Pınar ÇAKIROĞLU<sup>b</sup> 

<sup>a</sup> Ondokuz Mayıs University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Samsun/Turkey

<sup>b</sup> Ankara University, Faculty of Health Sciences, Department of Nutrition and Dietetics, Ankara/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 13.03.2020

Kabul Tarihi: 04.06.2020

### Anahtar Kelimeler

Samsun mutfağı

Gastronomi turizmi

Coğrafi işaretleme

Yerel mutfak kültürü

### Öz

Alternatif turizm türlerinden biri olan gastronomi yerel ekonominin desteklenmesinde ve yılın on iki ayı gerçekleştirilebilmesi nedeniyle destinasyon pazarlamasında önemli bir yere sahiptir. Gastronomi turizmi yerel yiyecek ve içeceklerin bulunduğu yerlere yönelik iç ve dış turizm seyahatlerini içermektedir. Yerel yiyeceklerin tescillenmesi, tanıtılması ve turizm ürününe dönüştürülmesinde ise coğrafi işaretleme önemli bir araçtır. Türkiye zengin mutfak kültürüyle gastronomi turizmi ve coğrafi işaretleme açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Ancak bu potansiyelin yeterince kullanılmadığı ve farkındalığın düşük düzeyde olduğu bilinmektedir. Bu bağlamda bu araştırma Samsun ilinin gastronomi turizmi potansiyelini ortaya koyma amacıyla yapılmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi metoduyla yapılan çalışmada Samsun mutfağı, coğrafi işaretli ürünleri ve coğrafi işaret almaya aday ürünlerinin tanıtımı yapılmıştır. Araştırma sonucunda Samsun ilinin gastronomi turizmi alanında kullanabileceği önemli değerlerinin (8 coğrafi işaretli ürün, 3 başvuru aşamasında ürün ve 6 coğrafi işaret almaya aday ürün) olduğu ancak bu ürünlerin turizm unsuru olarak yeterince kullanılmadığı tespit edilmiş ve çeşitli öneriler sunulmuştur.

### Keywords

Samsun cuisine

Gastronomy tourism

Geographical indication

Local cuisine culture

### Abstract

Gastronomy, which is one of the alternative tourism types, is an important place in supporting the local economy and destination marketing due to the fact that twelve months of the year can be realized. Gastronomy tourism includes domestic and foreign tourism travels to places where local food and beverages are located. Geographical indication is an important tool in the registration, promotion and conversion of local foods into tourism products. Turkey has a great potential in terms of gastronomy tourism and geographical indication thanks to the rich culinary culture. However, it is known that this potential is not used enough and awareness is low. In this context, this research was carried out to reveal the gastronomic tourism potential of Samsun province. In the research carried out with the method of document analysis, which is one of the qualitative research methods, Samsun cuisine, geomarked products and candidates for geographical indication were introduced. As a result of the research, Samsun has important values that it can use in the field of gastronomic tourism (8 geomarked products, 3 application stages and 6 candidates to receive geographical indication) but it has been determined that these products can't be used adequately as tourism elements and various suggestions are presented.

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

\* Sorumlu Yazar

E-posta: canbolat.eren@gmail.com (E. Canbolat)

DOI: 10.21325/jotags.2020.588

## GİRİŞ

Beslenme yaşamın devamlılığı için vücudun ihtiyaçlarının karşılanmasını sağlayan ve çeşitli etmenlerin (coğrafi, sosyal, psikolojik, dini, ekonomik, politik) etkisi ile özgün halini alan bir kavramdır (Demirel & Ayyıldız, 2017). Besinler bir kültürü anlaşılmasında önemli bir rol oynamasının yanı sıra toplum ve kültürel ifade için önemli bir araç niteliği taşımaktadır. Her ne kadar yeme içme evrensel olsa da birçok faktörden dolayı toplumlarda farklı mutfak kültürlerinin oluştuğu görülmüştür (Richard, Jakša & Athena, 2010; Demirel & Ayyıldız, 2017). Yaşam yeri ve koşullarının beslenme alışkanlıklarını önemli ölçüde şekillendirdiği dikkate alındığında, uzun bir süre boyunca göçebe yaşam biçimini sürdüren Türkler hayvancılığın ön planda bulunduğu mutfak kültürünü benimsemişlerdir (Şahin, 2016). Türk mutfağı, Türklerin gerek Anadolu'ya yerleştikten sonra gerekse binlerce yıllık medeniyetin birleştiği ve bölgesel farklılıkların zenginleştirdiği Osmanlı kültürünün yemeklere yansımalarıyla günümüzde ki halini kazanmıştır (Tekbalkan, 2017; Şimşek & Kızıldemir, 2020). Türk mutfağında özellikle Orta Asya'dan gelen alışkanlıklar, göçler sırasında Arap ve Fars gibi çeşitli kültürlerden etkilenme, Anadolu'da yetişen ürünler ve Rum mutfağının izlerine rastlanmaktadır. Tüm bu etkileşimler sayesinde Türk mutfağı, Çin mutfağı ve Fransız mutfağı ile dünyanın en zengin üç mutfağı arasında yer almış (Yılmaz & Çakıcı, 2019) ve dünyanın en besleyici mutfağı olma özelliğine de sahip olmuştur (Tekbalkan, 2017).

Dünya Turizm Örgütü verilerine göre 2018 yılında turist girişleri bakımından dünyada altıncı olan Türkiye'nin (46 milyon) aynı yıl turizm gelirleri sıralamasında 25,220 milyar dolar gelir ile ilk on ülke arasında yer almadığı görülmektedir. Listede en çok turist çeken ülkeler sırasıyla Fransa (89 milyon), İspanya (83 milyon) ve Amerika Birleşik Devletleri (80 milyon) iken en çok turizm geliri elde eden ülkeler sırasıyla Amerika Birleşik Devletleri (214 milyar dolar), İspanya (74 milyar dolar), Fransa (67 milyar dolar) olarak belirlenmiştir. Dikkat çekici bir nokta ise Türkiye'den daha az turist girişinin görüldüğü Almanya (39 milyon), Tayland (38 milyon) ve İngiltere'nin (36 milyon), Türkiye'den daha fazla turizm geliri elde etmiş olmasıdır (Tayland:63 milyar dolar, İngiltere:52 milyar dolar, Almanya:43 milyar dolar) (World Tourism Organization (UNWTO), 2019). Bu nedenle Türkiye'de ki turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi ve kitle turizmine ek olarak alternatif turizm türlerinin de ön plana çıkarılması gerekmektedir. Türkiye Turizm Stratejisi 2023 planında da "Turizmin çeşitlendirilmesi, tüm yıla ve yurda yayılmasına imkân veren projeler geliştirilerek kıyıların dışındaki bölgelere de yatırım yapılması teşvik edilecektir" ifadesi yer almaktadır (T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007).

Son yıllarda turizm sektörünün ilerleyişinde alternatif unsurlardan biri olarak görülen gastronomi, turizmin önemli bir parçası olarak insanların seyahat motivasyonlarında ve ülke tanıtımlarında olumlu etkiler göstermiştir (Acar, 2016). Gastronomi turizminden elde edilen gelirler sayesinde ülke ekonomilerinin geliştiği; hatta gastronomi sektörünün ülke ekonomisine katma değerinin konaklama sektörüne göre %40 daha fazla olduğu belirlenmiştir (Deniz & Atışman, 2017). Gastronomi Turizm Derneği ve Xsights Araştırma grubunun yaptıkları çalışmada, gastronomi turistleri toplam harcamalarının %25'ini (259 dolar) yeme içmeye harcarlarken, normal turistler için bu rakam ortalama %20 (174 dolar) olarak tespit edilmiştir. Türkiye'ye gastronomi turizmi amacıyla gelen turistlerin de normal turistlere oranla %50 daha fazla harcama yaptıkları saptanmıştır (Xsights Araştırma ve Danışmanlık, 2017). Ancak Türkiye zengin bir mutfak kültürüne sahip olmasına rağmen gastronomi turizminde istenen düzeye henüz ulaşamamıştır (Çakır Keleş & Doğan, 2017; Başaran, 2017). UNWTO tarafından 2012 yılında yayınlanan Yemek Turizmi Küresel Raporu'nda turizm gelirleri pastasında gastronominin %30'luk bir dilime sahip olduğu tahmin

edilirken, Türkiye’de 2014 yılında elde edilen turizm gelirinin sadece %19’unun gastronomi turizmi sayesinde gerçekleştirildiği belirlenmiştir (UNWTO, 2012; Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB), 2015). TÜRSAB Gastronomi Turizmi Raporu incelendiğinde de Türkiye 94 adet restoran, aşçılık okulu gibi gastronomi turizmi hizmeti veren kuruluş ile dünyada 23. sırada yer alarak ne yazık ki İspanya, Yunanistan gibi mutfak kültürü zenginliği açısından Türkiye’den geride olan pek çok ülkenin de gerisinde kalmaktadır (TÜRSAB, 2015). Bu durumun Türkiye’nin en çok turist giren ülkelerden biri olmasına rağmen en fazla turizm geliri elde eden ülkeler arasında yer almamasının nedenlerinden biri olduğu düşünülmektedir.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2019, verilerine göre Türkiye’nin turizm gelirinin bir önceki yıla göre %17 artarak 34,520 milyar dolara ulaştığı görülmektedir. Gastronomi Turizmi Derneği tarafından yapılan açıklamada Türkiye’nin 50 milyar dolara ulaşmak üzere olan turizm gelirinin 15 milyar dolarının sadece gastronomi turizmiyle sağlanabileceğini ifade edilmiştir (Anadolu Ajansı, 2019a). Bu durumda belirlenen hedefe ulaşabilmek için yerel mutfak ürünlerinin coğrafi işaretlenmesi, coğrafi işaretli ürünlerin öncelikle ulusal düzeyde korunup standartlara uygun üretimlerinin sağlandıktan sonra uluslararası pazarda yer alması, yerel mutfak ürünlerinin tanıtım ve reklamlarının yapılıp gelen turistlere ulaşmasının kolaylaştırılması ve son olarak literatürde yerel mutfak kültürü üzerine yapılan çalışmaların sayısının artırılması gerektiği düşünülmektedir. Bu bağlamda yapılan literatür araştırmasında Türkiye’deki birçok ilin mutfak kültürüne ait detaylı çalışmalar olduğu görülmüş ancak Samsun ilinin mutfak kültürüne yönelik çalışmaların (Canbolat, Keleş & Akbaş, 2016; Çakır Keleş & Doğan, 2017; Tekbalkan, 2017; Kaya & Çakır Keleş, 2019) sayısal olarak az ve dar kapsamlı olduğu belirlenmiştir. Bu nedenle Samsun ilinin yerel mutfak kültürünün daha geniş içerikli çalışmalar ile gastronomi turizmi açısından potansiyelinin ortaya konulmasına ihtiyaç olduğu anlaşılmıştır. Araştırma problemini oluşturan bu duruma paralel olarak araştırma ile;

- Samsun mutfağının tanıtımına yönelik literatürdeki ayırt edici bilgilerin derlenip sunulması,
- Gastronomik coğrafi işaretli ürün olarak tescil edilmiş ve tescil başvurusu yapılmış ürünlerin incelenmesi,
- Samsun mutfağına özgü coğrafi işaret alma potansiyeli olan ürünlerin belirlenmesi hedeflenmiştir.

Bu bilgiler ışığında araştırma, Samsun mutfağının tanıtımının yapılması, yerel mutfak kültürüne ait ürünler arasında coğrafi işaret alınması için uygun ürünlerin belirlenmesi, coğrafi işaretli ürünlerin bir turizm ürünü haline getirilerek, başta yerel restoranlar olmak üzere ulusal düzeyde menülerde yer alması ve yerel mutfak kültürünün diğer turizm türlerine entegre edilmesi yönünden önem taşımaktadır. Bu sayede araştırmanın güçlü tarihi, kültürel zenginlikler ve doğal güzelliklere sahip Samsun ilinin gastronomi turizmi potansiyeli konusunda farkındalık sağlaması sonucunda geliştirilecek pazarlama stratejileri sayesinde yerel halkın refah seviyesini de olumlu yönde etkileyeceği öngörülmektedir.

### **Kavramsal Çerçeve**

Turizm anlayışının 1980’li yıllar sonrasında bireyselliğe, alternatif ürünlere ve çevre duyarlılığına yönelmesiyle (Kaya & Çakır Keleş, 2019) destinasyonlar kültürel miras öğelerini ve geleneksel değerlerini pazarlama faaliyetlerini ön plana çıkarmışlardır (Acar, 2018). Bu bağlamda destinasyonların turizm çeşitliliğini artırmak, turistlere farklı deneyimler kazandırmak için (Başaran, 2017) göz önünde bulundurduğu önemli kültürel unsurlardan birisi de gastronomi unsurları olmuştur (Çelik, 2018). “Gastronomi” bir bölgede üretilip tüketilen yiyecek ve içeceklerin bütünü olarak nitelendirilirken (Erdoğan & Özdemir, 2018) “gastronomi turizmi” farklı toplumların ve kültürlerin mutfak kültürünü yerinde öğrenmek amacıyla yapılan turizm faaliyetleri olarak tanımlanmaktadır (Akbaba &

Kendirci, 2016; Erşahin & Kızıllırmak, 2019). Günümüze kadar çeşitli amaçlarla çıkılan seyahatlerde (deniz-kum-güneş, inanç, kültür, doğa turizmi) yeme-içme sadece açlığı giderme gibi bir unsur olarak benimsenirken artık bu olgu pek çok turist için seyahat etme amacıyla yapılan etkinlikler haline gelmiştir (Çelik, 2018). Turistlerinin %88,2'sinin destinasyon seçerken mutfak kültürünü de göz önünde bulundurduğunu ifade etmeleri (TÜRSAB, 2015) ve bir destinasyonu ziyaret eden turistlerin %20-25'inin gastronomi turizmi amaçlı tercih etmesi (Güzel Şahin & Ünver, 2015) bu durumu destekler niteliktedir.

Yerel kültürün bir parçası olan gastronomi, destinasyonların sahip olduğu turistik çekim unsurlarını arttırıp zenginleştirmekle birlikte (Erdoğan & Özdemir, 2018) ekonomik ve toplumsal kalkınmayı hızlandırabilecek potansiyeli olan ve sürdürülebilir ekonomik gelişim açısından önemli bir yere sahip bir turizm çeşididir (Cömert & Sökmen, 2017). Turizm gelirleri açısından dünyadaki ilk on ülke arasında yer alan Fransa, İtalya, İspanya, Tayland ve Çin bölgesel kalkınma sağlamada yerel gastronomi kültürünü harekete geçiren ülkelerin başında gelmektedir (Başaran, 2017). Bahsi geçen ülkelerin bu başarısında coğrafi işaretleme konusunda da ilk sıralarda olmalarının büyük rol oynadığı düşünülmektedir. Çünkü gastronomi turistlerinin seyahat motivasyonlarını özel bir yemeği veya bölgeye özgü ürünlerini tatmak, yerel ürünlerin yetiştirilmesi veya yemeklerin yapım aşamalarını görmek, yemek festivallerine katılmak gibi etkenler oluşturmaktadır (Hazarhun & Tepeci, 2018). Coğrafi işaretleme ise gastronomi unsurlarının taklit edilmekten yasal olarak korunmasını (Orhan, 2010) ve ürünlerin kendine has üretim yöntemlerinin ve kaynaklarının kayıt altına alınması sağlamaktadır. Bu nedenle coğrafi işaretleme gastronomi turistlerinin önem verdiği bir uygulamadır (Hazarhun & Tepeci, 2018).

Coğrafi işaretlerin ilk çıkışı hakkında kesin bir bilgi olmamakla birlikte, bu konuda hüküm içeren ilk uluslararası sözleşme 1883 tarihli "Sınai Mülkiyetin Korunması Hakkında Paris Sözleşmesi"dir. Paris Sözleşmesi'nin ardından 14 Nisan 1891 tarihli "Sahte veya Aldatıcı Mahreç İşaretlerinin Engellenmesi Hakkında Madrid Anlaşması", 1958 yılında imzalanan "Köken Adlarının Korunması ve Uluslararası Tescili Hakkında Lizbon Anlaşması" ve son olarak Dünya Ticaret Örgütü'nün 15 Nisan 1994 tarihli "Ticarette Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması" (TRIPs) ile coğrafi işaretlerin uluslararası düzeyde yeterli ve etkin bir şekilde korunması amaçlanmıştır (Yenipınar, Köşker & Karacaoğlu, 2014; Acar, 2018). Türkiye 1995 yılında yayınlanan "Coğrafi İşaretlerin Korunması" Hakkında 555 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname'de Türk Patent Enstitüsü (TPE) tescil başvurularını kabul eden ve değerlendiren kurum olarak belirlenmiştir. Kurumun ismi 10 Ocak 2017 tarihli Resmî Gazete'de yayınlanan "Sınai Mülkiyet Kanunu" ile Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) olarak değiştirilmiştir (Kantaroglu & Demirbaş, 2018). TPMK coğrafi işaret kavramını, "belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretlerdir" şeklinde tanımlamaktadır (TPMK, 2020a). Gastronomik coğrafi işaretli ürünler ise TPMK tarafından tescil edilmiş, işlenmiş veya işlenmemiş yerel gıda ürünleri olarak belirtilmektedir (Şahin, 2019).

Coğrafi işaretleme yerel ürünlere özgü bir kimlik ve nitelik kazandırarak ticari değerlerini arttırmakta ve bu ürünlerin sürdürülebilir bir anlayış ekseninde korunmasına yardımcı olmaktadır (Saatçi, 2019). Coğrafi işaretli ürünler yerel ekonomik kalkınmada (Kan, Gülçubuk & Küçükçongar, 2012) yerel ürünün pazarlama olanaklarının artmasında (Pektaş, Kahraman & Alkan, 2018) önemli rol oynamaktadır. Buna ek olarak coğrafi işaretleme ürünün kendine has özelliklerinin korunarak geleceğe aktarılmasında farkındalık yaratma, destinasyon imajının güçlenmesi, markalaşması ve bölgesel turizmin gelişmesi açısından fayda sağlamaktadır (Acar, 2018). Örneğin coğrafi işaret

aldıktan sonra İtalya'nın Toscano zeytinyağının fiyatının %20, Çin'in Xihu Longjing çayının dört yıl içinde fiyatının diğer çaylara göre %10 daha fazla arttığı (Özsoy, 2015), Gemlik zeytinin fiyatında %29,8'lik artış görüldüğü (Meral & Şahin, 2013) ve Fransız coğrafi işaretli peynirlerinin diğer peynirlere göre %30 şarapların ise %230 daha yüksek fiyata satıldığı tespit edilmiştir (Karaca, 2016). Ayrıca Fransa'nın coğrafi işaretli Roqueford peynirinin bölgedeki istihdam olanaklarının yarısına yakını oluşturduğu (Karaca, 2016), İtalya'da coğrafi işaretli ürünlerin yaklaşık 300 bin kişiye istihdam sağladığı (Özsoy, 2015) ve Türkiye'de coğrafi işaretli ürünlerden Malatya Kayısısının 250 bin kişiye; Ege Pamuğunun en az 100 bin kişiye iş imkânı sunduğu belirtilmektedir (Saatçi, 2019).

Dünyada 10 binden fazla coğrafi işaret alan ürün bulunmakta ve bu ürünler yaklaşık 200 milyar dolarlık bir pazar oluşturmaktadır (Yıldırım, 2019). Avrupa Birliği'nde 2019 yılı sonu itibarıyla 1607 şarap, 1470 gıda, 242 alkollü içecek üzere toplam 3319 coğrafi işaretli ürün mevcuttur. En çok tescil sahibi ülkeler sıralamasında İtalya (859), Fransa (742), İspanya (350), Yunanistan (272), Portekiz (191) ve Almanya (168) yer alırken (European Commission, 2020), Avrupa ülkeleriyle kıyaslandığında Türkiye'de coğrafi işaretlemeyle korunma altına alınmış ürün sayısının çok az olduğu ve bu ürünlerin ekonomik kalkınma amacıyla kullanılmadığı görülmektedir (Yenipınar vd., 2014). Türkiye'de 2500'den fazla ürünün coğrafi işaret alma potansiyelinin olduğunun bilinmesine rağmen (Kantaroğlu & Demirbaş, 2018) 01.06.2020 tarihi itibarı ile 489 adet coğrafi işaretli ürünün bulunduğu ve 512 adet ürünün coğrafi işaret tescil sürecinin devam ettiği belirlenmiştir (TPMK, 2020b). Ancak Türkiye Avrupa Birliği Coğrafi İşaret Mevzuatına uygun olarak tescil alan yalnızca 3 ürüne (Gaziantep Baklavası, Aydın İnciri ve Malatya Kayısı) sahiptir (European Commission, 2020).

Coğrafi işaretleme konusunda en gelişmiş ülkelerden biri olan Fransa'nın coğrafi işaretli ürünlerinin ihracatından yıllık 60 milyar avro, İtalya'nın ise sadece coğrafi işaretli peynirlerinden 10-12 milyar avro gelir elde ettiği bilinmektedir (Anadolu Ajansı, 2019b). Türkiye'de ise coğrafi işaretli ürünlerin pazar payının yaklaşık 2 milyar avro olduğu belirtilmektedir (Antalya Ticaret ve Sanayi Odası, 2019). Mevcut durum günümüze kadar olan süreçte Türkiye'de coğrafi işaret kavramının öneminin yeterince anlaşılmadığını göstermektedir. Türkiye'de yapılan bir çalışmada da turizm işletmelerinin ürünlerini pazarlamada problem yaşadıkları, tanıtım faaliyetlerinin yetersiz olduğunu ve coğrafi işaretlemeye gereken önemin verilmediği sonucuna varılmıştır (Özaltaş Serçek & Serçek, 2015). Buna rağmen Türkiye'de coğrafi işaretlemenin önemi konusundaki farkındalığın artmasıyla özellikle 2017, 2018 ve 2019 yıllarında coğrafi işaret başvurusunda bulunulan ve tescil edilen ürün sayısının 2016 yılına göre yaklaşık 3 katına, 2015 yılına göre ise yaklaşık 8 katına çıktığı görülmektedir (TPMK, 2020b). Buna ek olarak Türkiye'nin Avrupa Birliği nezdinde şu an 15 ürününün başvuru aşamasında olduğu ve 2020 yılında 20 ürün için yeni başvuruda bulunulacağı ifade edilmektedir. TPMK Türkiye'nin zengin coğrafi işaret portföyünün gastronomi turizmi birleştirilebildiği takdirde 25 milyar avroluk gelir elde edilebileceğini belirtmektedir (Anadolu Ajansı, 2019b).

## Yöntem

Bu araştırma nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi metodu ile tasarlanmıştır. Doküman incelemesi, araştırılması hedeflenen olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsamaktadır. Beş aşamada gerçekleştirilen doküman incelemesinde önce dokümanlara ulaşma ve özgünlüğünü kontrol etme eylemi gerçekleştirilmektedir. Akabinde dokümanları anlama, veriyi analiz etme ve veriyi kullanma adımları sırasıyla izlenmektedir (Saatçi, 2019). Araştırmanın evrenini Samsun ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi için TPMK Coğrafi İşaretler Portalı'nda yer alan veriler ile Samsun mutfak kültürü hakkında

yazılmış ve erişilen tüm yayınlar (1 kitap, 3 makale, 3 bildiri, çeşitli internet kaynakları) oluşturmuştur. Araştırma kapsamında öncelikle Samsun mutfağına yönelik bilgiler derlenmiş ve coğrafi işaretli gastronomik ürünler ve başvuru aşamasındaki ürünler tespit edilip incelenmiştir. Daha sonra Samsun mutfağında coğrafi işaret alma potansiyeli olan gastronomik ürünler belirlenmiştir. Araştırma sonunda gastronomi unsurlarının tanıtım, kontrol, pazarlama süreçlerine ve Samsun ilindeki turizm faaliyetlerine nasıl entegre edileceğine yönelik öneriler sunulmuştur.

## **Bulgular**

Araştırmanın problemleri çerçevesinde yapılan literatür taraması ve belge incelemeleri sonucunda elde edilen bulgular ayrı başlıklar altında verilmiştir.

## **Samsun Mutfağı**

Tarihsel süreçte Samsun'un birçok köy ve kasabasına yerleşen Balkan ve Kafkas halklarının kültürlerini koruyarak günümüze kadar yaşatmasıyla Karadeniz, Anadolu, Balkan ve Kafkas kültürlerinin izlerini taşıyan Samsun mutfağı, zengin içeriğiyle Türk mutfağı içinde özel bir yere sahiptir (Canbolat & Çakıroğlu, 2015; Tekbalkan, 2017). Samsun mutfağında en çok tüketilen besinler fasulye, karalahana, mısır, pirinç ve hamurlu yiyecekler iken, tavuk, ördek ve kaz etinden yapılan lepsi, tirit ve herse yöreye özgü yemeklerdir. Geniş bir bitki çeşitliliği bulunan Samsun'da yabancı bitkilerden çeşitli yemekler yapılmakta ve ısırgan, kırçan, kaydırarak gibi bitkilerden çeşitli çorbalar ve kavurmalar pişirilir (Samsun İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2014). Ayrıca Çarşamba kıvratması, Çakallı menemeni, Samsun simidi, Bafra kaymaklı lokumu ve nokulu Samsun mutfağına özgü tanınan yöresel lezzetlerdir (Samsun İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2014; Canbolat vd., 2016).

Samsun mutfağını diğer yerel mutfaklardan ayırt edilmesini sağlayan önemli faktörlerden biri de şehirdeki pide kültürüdür. Pidenin kökeninin Osmanlı Devleti'ne kadar uzandığı iddia edilse de Cumhuriyet'in ilk yıllarında evlerde hazırlanan malzemelerin getirilmesi ile ekmek fırınlarında pide yapıldığı bilinmektedir. Günümüzde bu gelenek sürdürülmektedir (Kaya & Çakır Keleş, 2019). Samsun şehir hayatında özellikle pazar günleri yapılan kahvaltı diğer günlerden farklı olmakla birlikte bu kahvaltı ile öğle öğünü tek seferde yapılır ve sofrada ana yemek olarak pide bulunmaktadır. Yöre insanları pazar sabah yaptıracakları pide için cumartesi günü malzemeleri hazırlamakta ve pazar sabah erkenden pide fırınlarına gitmektedir. Ellerindeki tepsilerde bir gün önceden pişirilmiş kıyma bulunan insanlar, kahvaltı için bekleyen ev halkına pide yaptırmak üzere fırınlarda sıraya girmektedirler. Ortası kapalı olarak yapılan "Çarşamba, Terme ve Bafra Pidesi" şehrin ünlü ve coğrafi işarete sahip gastronomik ürünlerindedir (Kaynar, 2013; Canbolat vd., 2016). TPMK tarafından 01.06.2020 tarihi itibarı ile Türkiye'de 7 farklı pidenin coğrafi işaret aldığı ve bunların üç tanesinin Samsun iline ait olduğu görülmektedir (TPMK, 2020c).



**Görsel 1.** Pazar Sabahı Samsun'da Bir Pide Fırını

### Samsun İlinin Gastronomik Coğrafi İşaretli Ürünleri

Menşe adı ve mahreç işareti olarak ikiye ayrılan coğrafi işaretler eğer sadece sınırları belirlenmiş bir coğrafi alanda üretimi gerçekleştiriliyorsa menşe adı (Örnek: Pervari Balı, Bursa Şeftalisi); özgü olduğu coğrafi bölgeye ait malzemeler ve üretim yöntemleri kullanılarak farklı yerlerde de üretilebiliyorsa mahreç işareti olarak tanımlanmaktadır (Örnek: Antep Baklavası, Adana Kebabı) (Kantaroglu & Demirbaş, 2018; Kaya & Çakır Keleş, 2019). Ayrıca menşe adı veya mahreç işareti olarak değerlendirilemeyen ve en az 30 yıldır üretimi yapıldığı kanıtlanan ürünlere de gelenek ürün işareti verilmektedir (baklava, lokum, pastırma gibi) (TPMK, 2020d). Samsun ilinin coğrafi işaret kapsamında 01.06.2020 tarihi itibarıyla toplamda mahreç işareti bulunan 12 ürünü ve mahreç işareti almak için başvurusu yapılmış 4 ürünü mevcuttur. Mahreç işareti alan ürünlerden 8'inin, başvurusu yapılan ürünlerden ise 3'ünün gastronomik coğrafi işaretli ürün olduğu görülmektedir. (Tablo 1.) Bu durumda coğrafi işaret alan ürünlerin yarısından fazlasının, başvuru aşamasında olan ürünlerin ise tamamına yakının gastronomik ürünler olduğu anlaşılmaktadır.

**Tablo 1.** Samsun'un Gastronomik Coğrafi İşaretli Ürünleri

Ürün Adı	Tescil/Başvuru Tarihi ve (No)	Tescil Türü	Tescil Durumu
1. Bafra Kaymaklı Lokum	28.01.2020/482	Mahreç	Tescilli
2. Bafra Nokulu	06.11.2017/227	Mahreç	Tescilli
3. Bafra Pidesi	18.11.2009/119	Mahreç	Tescilli
4. Çarşamba Pidesi	21.03.2018/333	Mahreç	Tescilli
5. Terme Pidesi	02.03.2010/129	Mahreç	Tescilli
6. Samsun Simidi	09.09.2013/176	Mahreç	Tescilli
7. Samsun Kaz Tiridi	09.07.2013/174	Mahreç	Tescilli
8. Yakakent Mantısı	01.12.2017/251	Mahreç	Tescilli
9. Çarşamba Kıvratması	17.03.2020	Mahreç	Başvuru
10. Çakallı Menemeni	07.03.2018	Mahreç	Başvuru
11. Vezirköprü Oymaağaç Oğlak Kebabı	25.06.2018	Mahreç	Başvuru

**Kaynak:** TPMK (2020).



### **Bafra Kaymaklı Lokum ve Bafra Nokulu**

Bafra Kaymaklı Lokumunun ayırt edici özelliği manda kaymağından yapılmış olmasıdır. Taze kaymaktan yapıldığı için bu üretim şekli kendine özgüdür (Samsun İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2014). Mayalandıktan sonra açılan hamurun içine şekeri kuru üzüm ve ceviz konularak yapılan ve aynı zamanda şerbetsiz baklava olarak nitelendirilen Bafra nokulu yöreye özgü bir tatlıdır. Bafra Nokulunun diğer yörelerde üretilen benzer ürünlerden farkı hamurunda saklıdır. Bafra Nokulunun yapımı için hazırlanacak olan hamurda kabartma tozu ve yumurta kullanılmamaktadır. Ayrıca hamurunda sirke kullanılması sonucunda ürünün gevrek olması da farklı bir özelliğidir (TPMK, 2020e).



**Görsel 2.** Bafra Kaymaklı Lokum ve Bafra Nokulu

### **Bafra, Çarşamba ve Terme Pidesi**

Bafra Pidesi 70-75 cm uzunluğunda ve 3-4 cm eninde olup, üstü kapalı şekilde pişirilmektedir. Piştikten sonra tereyağı ile yağlanan Bafra Pidesi 6 eşit parçaya kesilerek (yaklaşık 12-13 cm uzunluğunda) servis edilmektedir. Diğer pidelere göre daha gevrek olan Bafra Pidesi baklava gibi ağızda dağılır. Bafra Pidesinin ayırt edici özelliklerinden birisi de Bafra yöresine has olan tereyağının parça halinde hamurun içine konulmasıdır. Genellikle farklı yörelere ait pidelerin yapımında eritilmiş margarinin pişen pidenin üzerine fırça ile sürüldüğü bilinmektedir (TPMK, 2020f).

Çarşamba Pidesinde eni 4-5 cm, boyu 75-80 cm uzunlukta olup ağırlığı 200-220 gr olmakla birlikte yöreye özgü farklı uygulamalar görülmektedir. Diğer pidelerden farklı olarak yapımında sarımtırak ve fabrikadan çıktıktan sonra en az 40 gün bekletilmiş un ile hamurun yapımı için ev tipi maya kullanılır. Taş fırında meşe odunu kullanılarak pişirilen Çarşamba Pidesi, üzerine Çarşamba ovasında yetişen hayvanların sütünden elde edilen tereyağı sürüldükten sonra baklava dilimi şeklinde ince ince dilimlenerek tahta servis tabağında servis yapılır (TPMK, 2020g).

Bafra ve Çarşamba Pidesinden farklı olarak bir porsiyonu 70-80 cm uzunluğunda, 15 cm genişliğinde olan Terme Pidesi açık pide olup, pişmiş nar rengi diye tabir edilen renktedir. Terme Pidesinin ayırt edici özelliği açık olarak pişirilmesi ve içinin fazla miktarda katılmasıdır. Bafra ve Çarşamba Pideleleri yalnızca kıyma ile yapılırken Terme Pidesi müşterinin isteğine göre kıymalı, kaşar peynirli, pastırmalı, kuşbaşı etli, çökelekli, beyaz peynirli, sucuklu ve karışık olarak yapılmakta ve bütün olarak servise sunulmaktadır (TPMK, 2020h).





**Görsel 3.** Bafra, Çarşamba ve Terme Pidesi

### **Samsun Simidi ve Samsun Kaz Tiridi**

Oxfordun İngilizce sözlüğüne “Türkiye menşeli pekmeze bulanmış, susamla kaplı bir tür ekmek” tanımıyla geçen simit Türkiye’nin uluslararası pazarda kullanması gereken önemli gastronomik ürünlerinden birisidir (İhlas Haber Ajansı, 2019). Türkiye’de Samsun Simidi ile birlikte TPMK tarafından beş farklı simit türü daha tescillendiği (Ankara Simidi, İzmit Simidi, Kastamonu Simidi, Manisa Taban Simidi, Rize Simidi) ancak Avrupa Birliği tescili için herhangi bir başvuruda bulunulmadığı tespit edilmiştir (TPMK, 2020c). Samsun Simidinin diğer simitlerden farkı mayasının olabildiğince az ve mayalama/fermantasyonu kısa olmasıdır. Simit hamuru yarı sert olup pekmeze (genellikle üzüm, dut, elma veya armut pekmezi) ile karıştırılarak yapılmakta ve bol miktarda susam (100 kg undan üretilen simide 20 kg susam) kullanılmaktadır (TPMK, 2020i).

Çeşitli tarih kitaplarında Samsun Kaz Tiridinin uzun kış gecelerinin ve dost meclislerinin önemli yemeklerinden biri olarak tüketildiği belirtilmektedir. Kaz eti, bulgur pilavı ve yufka ekmek ile hazırlanan Samsun Kaz Tiridi Türkiye’de coğrafi işarete sahip tek tirit yemeğidir. Samsun Kaz Tiridinin ayırt edici özelliği ise kaz temizlenip yıkandıktan sonra herhangi bir işlem yapmadan asılması ve odun ateşinde 3-3,5 saat çevrilerek pişirilmesidir. Piştikten sonra kazın eritilen yağına batırılmış yufkalarla içinde kaz eti bulunan bulgur pilavı ile tüketilmektedir (Çakır Keleş & Doğan, 2017; Tekbalkan, 2017; TPMK, 2020i).



**Görsel 4.** Samsun Simidi ve Samsun Kaz Tiridi

### ***Yakakent Mantısı***

Türkiye’de birçok şehre özgü mantı türleri bulunmaktadır ancak 2009 coğrafi işaret alan ilk mantı olan Kayseri Mantısının ardından 8 yıl sonra coğrafi işaret alan ikinci mantı olan Yakakent Mantısı, Samsun mutfağına özgü tescillenmiş meşhur bir yemektir. Hamurların katlama şekli ile birlikte pişmiş ürünün sunumu sırasında üzerine ceviz dökülerek servis edilmesi Yakakent Mantısının ayırt edici özellikleridir. Yakakent Mantısının sunumu cevizli veya yoğurtlu olmak üzere iki şekilde yapılmaktadır (TPMK, 2020j).



**Görsel 5.** Yakakent Mantısı

### ***Çarşamba Kıvratması***

Çarşamba yöresinin gastronomik zenginliklerinden biri olan kıvratma 1930’lu yıllardan bugüne kadar özgünlüğünü ve değerini koruyan ürünlerden birisidir. Mahreç işareti alınması için başvurusu yapılan Çarşamba Kıvratmasının yapılışında buğday ununa, yoğurt, su, yumurta, sıvı yağ, sirke karbonat katılarak kulak memesi kıvamına getirildikten sonra dinlenen hamur, nişastasıyla birlikte oklava yardımıyla açılmaktadır. Açılan yufkanın üzerine yarım kilo şeker ile fındık ve ceviz içinden oluşan karışım yeterli miktarda serpilerek oklava ile rulo haline getirilip ve sıkıştırılarak yağlanmış tepsiye dizilmektedir. Tepsie dizildikten sonra kare halinde kesilen kıvratma baklavalık özel tereyağı ile yağlanıp fırında üstü kızarıncaya kadar pişirilir ve servis edilir (Canbolat & Çakıroğlu, 2015).



**Görsel 6.** Çarşamba Kıvratması

### ***Çakallı Menemeni ve Vezirköprü Oymaağaç Oğlak Kebabı***

Samsun-Ankara karayolunun 30. kilometresinde bulunan Çakallı Köyü’nde, özellikle yol kenarındaki tesislerde yapılan Çakallı Menemeni yöreye özgü gastronomik ürünlerin başında gelmekte ve mahreç işareti alınması için



başvuru halindedir. Menemenin yapılışında kabukları soyularak doğranmış domates ve yeşilbiber tereyağında pişirilir. Kaşar peyniri rendelenerek ilave edilir. Tuz ve pul biber eklendikten sonra yumurtanın sarısı beyazından ayrılarak karışımın üzerine dökülür ve pişirilir. Yumurtanın yalnızca sarısının kullanılması ayırt edici özelliğidir (Samsun İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2014; Samsun Kavak Belediyesi, t.y.a). Mahreç işareti almak için başvuru aşamasında olan diğer bir ürün ise Vezirköprü'nün Oymaağaç Köyü'ndeki evlerin kebab yapımı için dizayn edilmiş bacalı kebab odalarında yapılan Vezirköprü Oymaağaç Oğlak Kebabıdır. Bu kebabın en önemli özelliği oğlak etinden yapılıyor olmasıdır. Mayıs ve Kasım ayları arasında kesilerek sırığa geçirilen oğlak ocakta yaklaşık 3-4 saat boyunca çevrilerek pişirilir. Pişirme sırasında eriyen yağlar büyükçe bir sinide toplanır ve etle birlikte tiridine banılarak yenilir. Bu yemek yörenin asırlardır var olan geleneksel yemeğidir (T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, t.y.).



**Görsel 7.** Çakallı Menemeni ve Vezirköprü Oymaağaç Oğlak Kebabı

### **Samsun Mutfağında Coğrafi İşaret Alma Potansiyeli Yüksek Olan Gastronomik Ürünler**

Samsun mutfağında coğrafi işaret alabilecek birçok yöresel lezzet mevcuttur. Bu ürünlerle ilgili literatür bilgisi neredeyse hiç olmamakla birlikte bu bölümde coğrafi işaret alma potansiyelinin yüksek olduğu düşünülen gastronomik ürünlerin tanıtımı yapılmıştır. Ürünler belirlenirken hamsili pilav, kuymak, mısır ekmeği gibi Karadeniz Bölgesinde birçok yerde yapılan lezzetlerden ziyade yalnızca Samsun mutfağına özgü ayırt edici özelliklere sahip ürünlerin tespiti yapılmıştır. Tanıtımı yapılan lezzetlerin coğrafi işaretlenmesi sayesinde standart tariflerinin oluşturulmasının önü açılarak korunması sağlanacak; tanıtım ve pazarlama imkanlarında da gelişim kaydedilecektir.

#### ***Bafra Pirinci ve Bafra Balkaymak Dondurması***

Türkiye'nin en önemli delta ovalarından birine sahip olan Bafra, 130.000 dekar üretim alanı ve 96.785 ton üretim miktarı ile İpsala (Edirne)'dan sonra Türkiye'de en fazla pirinç üretim alanına ve miktarına sahip yerleşkedir. Bafra pirinci Türkiye'nin birçok bölgesine pazarlanmasına rağmen markalaşma sürecini tamamlamadığı için olması gereken tanınırlığa ulaşamamıştır (Kaya & Çakır Keleş, 2019). Bafra'da 1962 yılından bu yana manda sütü ve bal kullanılarak yapılan Balkaymak Dondurması da şehre özgü önemli yiyeceklerinden birisidir. Önceleri sadece Balkaymak olarak üretilen dondurma günümüzde limonlu, cevizli, vişneli, çilekli, bademli, böğürtlenli ve fıstıklı gibi çeşitlerle zenginleştirilmiştir (Anadolu Ajansı, 2019c). Bafra Pirincinin menşe adı ve Bafra Balkaymak Dondurmasının mahreç işareti olarak coğrafi işaretlenmesi, bu ürünlerin marka değerini ve tanınırlığını arttırarak ilçedeki gastronomi turizmi potansiyeline katkı sağlayacağı aşıkardır.



**Görsel 8.** Bafra Pirinci ve Bafra Balkaymak Dondurması

### ***Kocakarı Gerdanı ve Vezirköprü Katık Böreği***

Yapım aşamaları Çarşamba Kıvratmasına benzer olan ve yörede Çarşamba kıvratmasının şerbetlisi olarak bilinen Kocakarı Gerdanı Tekkeköy ilçesinde yaklaşık 200 yıl geçmişe sahip olan önemli bir gastronomik değerdir. Kocakarı Gerdanı yapımı için hazırlanan hamur yoğurulduktan sonra 1,5 saat dinlendirilmekte ve kesilerek içine şeker ve ceviz karıştırılıp kapatılmaktadır. Akabinde oklava yardımıyla büzleştirilerek siniye dizilip ve üzerine kızdırılmış tereyağı ve zeytinyağı dökülüp 20-25 dakika fırında pişirilmektedir. Tekkeköy Belediyesi'nin 2015 yılında Kocakarı Gerdanı için mahreç işareti alma çalışmaları yaptığını dair haberler mevcut olsa da (Anadolu Ajansı, 2015) henüz bir başvurunun yapılmadığı bilinmektedir.

Yarma buğday (dövme çorbalık buğday) ve dere otu ile yapılan Katık Böreği ise sadece Vezirköprü ilçesinde yapılan bir börektir (Çakır Keleş & Doğan, 2017). Yarma buğday bir gece önce yıkanıp suda bekletilmektedir. Sonrasında yumuşayan buğday katık olarak kullanılan süzme yoğurt ile karıştırılmaktadır. Börek için gerekli diğer malzemeler de eklendikten sonra (sıvı yağ, un, tuz, yumurta, kabartma tozu, maydanoz, dereotu) hamur yarım saat mayalanması için bekletilir. Kalınlığı 1,5-2 cm olacak şekilde yağlanmış fırın tepsisine dökülür ve üzeri iyice kızarana kadar pişirilir (Vezirköprü Şehir Rehberi ve Tanıtım Portalı, 2020). TPMK tarafından bugüne kadar yalnızca bir adet börek türünün (Eskişehir Çiğböreği) coğrafi işaret aldığı görülmektedir (TPMK, 2020c). Bu nedenle Vezirköprü Katık Böreğinin Samsun mutfağında mahreç işareti alınması için öncelik tanınması gereken ürünlerin başında gelmesi gerektiği düşünülmektedir.



**Görsel 9.** Kocakarı Gerdanı ve Vezirköprü Katık Böreği



### ***Kırçanotu Kavurması ve Yazı Pancarı Yemeği***

Bafra ve Çarşamba ovalarıyla birçok sebze ve meyve üretiminde ilk sıralarda yer alan Samsun ili, sebze yemekleriyle de ön planda olan bir şehirdir. En son 2019 yılında beşincisi gerçekleştirilen Yöresel Ot Yemekleri Festivalinde 96 çeşit otlarla hazırlanan yerel ürünler sunulmuş ve aşçılar tarafından 55 çeşit otun bir arada kullanıldığı sebze yemeği yapılmıştır. Bu anlamda çeşitli otlarla hazırlanan sebze yemekleri Samsun için önemli bir gastronomi potansiyelidir (Samsun Haber, 2019) fakat Samsun ilinin coğrafi işaret tescilli veya başvuru aşamasında olan bir sebze yemeği bulunmamaktadır.

Coğrafi işaret alması muhtemel sebze yemeklerinden biri olan Kırçanotu Kavurması Samsun'un Çarşamba ilçesinin yemek kültüründe önemli bir yere sahiptir. Yapılışında öncelikle doğadan toplanan kırçanotu haşlanır ve suyu acımsı olduğundan iyice süzülür. Akabinde tava içinde kızgın tereyağında kavrulmuş soğanların üzerine kırçanotu atılarak yaklaşık yarım saat pişirilmektedir. Tat vermesi için içine yeşil ve kırmızı taze biber eklenir ve bir süre biberler kırçanotu ile pişirildikten sonra üzerine yumurta kırılır. Son olarak kavurmaya domates ve maydanoz eklenerek servise sunulmaktadır (Anadolu Ajansı, 2018). Kavak ilçesine özgü olan Yazı Pancarı Yemeği ise lezzetli ve yapımının kolay olması nedeniyle yöre halkı tarafından sıkça tüketilmektedir. Yapılışında yıkanan pancarlar ince ince kıyıldıktan sonra kaynayan suya atılır. Pancarlar sudan alındıktan sonra suyu sıkılıp dinlendirilir ve tekrar kaynayan suya atılır. Sonrasında tencereye çiğ yarma, sarımsak ve tuz konur. Kısık ateşte pişirilir. Farklı bir tavada ise bir demet ince doğranmış pırasa kızgın tereyağında kavrulmuş pul biber eklenerek daha pişirilmiş olan pancar ile harmanlanır. İkram ederken yoğurtla beraber sunulur (Samsun Kavak Belediyesi, t.y.b). Her iki sebze yemeğinin de menşe adı olarak coğrafi işaret alması Samsun ilinin zengin sebze çeşitliliğinin tanıtımı konusunda farkındalık oluşturulmasını sağlayacaktır.



**Görsel 10.** Kırçanotu Kavurması ve Yazı Pancarı Yemeği

### **Sonuç ve Öneriler**

Tarihi doğal güzellikleri, jeopolitik konumu ve Karadeniz'in en büyük ve en gelişmiş şehri olması açısından Türkiye'de önemli bir yere sahip olan Samsun ili; gelişmiş sanayisi ve uluslararası limanı ile ticaret ve kongre turizmi, ulusal ve uluslararası üne sahip tam teşekküllü hastaneleri ile sağlık turizmi, Havza ve Ladik ilçelerindeki termal kaynakları ile termal turizmi, yine Ladik ilçesinde Akdağ yaylalarında kış turizmi, eşsiz doğa güzelliklerine sahip yaylaları ve mesire alanları ile ekoturizm ve yeni kurulan çok sayıdaki spor tesisleri ile spor turizmi gibi bir çok

alternatif turizm kaynaklarına sahiptir (Keleş & Pelit, 2011; Tekbalkan, 2017). Ancak Samsun ilinin turizm potansiyelini yeterince kullanamadığı görülmektedir. Samsun'daki otellerin doluluk oranlarının %35 civarında olması, gelen turist sayısının ve kalış sürelerinin az olması, Samsun'un tanıtımında ve pazarlamasında eksiklikler olduğu, yeterli düzeyde ürün çeşitliliği oluşturulmadığı ve ürünlerin markalaşmadığı göze çarpmaktadır (Samsun İli Kültür ve Turizm Eylem Planı, 2018). Bahsi geçen olumsuz durum gastronomi turizminde de yaşanmaktadır. Samsun ilinde gastronomi turizminin ön planda olmadığı, yerel mutfak kültürünün yeterince tanıtımının yapılmadığı ve diğer turizm türlerine entegre edilemediği görülmektedir. Durumu destekler nitelikte olan bulgular şu şekildedir:

- Yerli turistlerin gastronomi turizmi amacıyla seyahat etmek istedikleri şehirlerin incelendiği bir çalışmada Samsun ili Karadeniz Bölgesindeki 18 şehirden 7. Sırada; Türkiye genelinde ise 43. Sırada yer aldığı tespit edilmiştir (Şengül, 2017). Ancak Samsun ili Karadeniz bölgesinde gastronomik coğrafi işaretli ürün sayılarına göre Kastamonu ili ile birlikte en üst sırada yer almaktadır.

- Samsun ili UNESCO gastronomi şehirleri listesinde yer alan Afyonkarahisar ili ile eşit sayıda ve Hatay ilinden daha fazla sayıda gastronomik coğrafi işaretli ürüne sahiptir. Ancak bu ürünlerin Türkiye'den ziyade Samsun ili içinde bilinip bilinmediği bile tartışmalıdır.

- Kaya ve Çakır Keleş (2019), Samsun ilinin en çok coğrafi işaretli ürüne sahip Bafra ilçesinde yaptıkları araştırmada coğrafi işaret sahibi ürünlerin pazarlandığı tesislerde ve ürün paketlerinde coğrafi işaretli ürüne dair amblemlerin kullanılmadığı tespit edilmiştir.

Bu durumda Samsun mutfağının tanıtımının yapılması, coğrafi işaretli ürünlerinin korunup pazarlama olanaklarının sağlanması ve gastronomik unsurların diğer turizm faaliyetlerine entegre edilmesi hususunda yetki sahibi kamu kurum ve kuruluşlarına (Samsun Valiliği, Samsun Büyükşehir Belediyesi, Samsun İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, İlçe belediyeleri, Ticaret ve Sanayi Odaları, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun Üniversitesi) şu öneriler sunulmaktadır:

- Samsun ilinde gastronomi turizminin ve gastronomik coğrafi işaretli ürünlerin farkındalığı yok denecek kadar azdır. Bu nedenle Samsun mutfağı önce kendi yöre halkına tanıtılmalı, sonrasında dış pazara sunumu yapılmalıdır. Samsun İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2019 yılında beşincisi gerçekleştirilen Samsun Yöresel Ot Yemekleri Festivali'ne ek olarak gastronomik coğrafi işaretli ve coğrafi işaret alma adayı olan ürünlerin sunulduğu festivaller düzenlenmesi konusunda çalışmalar yapılmalıdır.

- Festivallerin yanı sıra kış turizmi, termal turizm, spor turizmi gibi alternatif turizm türlerinin uygulandığı alanlarda gastronomik coğrafi işaretli ürünlerin amblemlerle bir şekilde yerel halka ve turistlere sunulması gereklidir.

- Ondokuz Mayıs Üniversitesi ve Samsun Üniversitesi yönetimleri öğrencilerine Samsun mutfağının ve gastronomik coğrafi işaretli ürünlerin tanıtımının yapılmasını sağlamalıdır. Bu durum yerel mutfak ürünlerine il genelindeki olan talebi arttıracak ve üreticiye bir teşvik unsuru olacaktır. Ayrıca mezun olduktan sonra farklı şehirlere gidecek olan öğrenciler sayesinde Samsun mutfağına özgü ürünlerin Türkiye genelinde de bilinirliği artacaktır.

- Üniversitelerin ev sahipliğinde diğer kamu kurum ve kuruluşları iş birliği yapılarak bu alanda sempozyum ve kongrelerin düzenlenmesi Samsun mutfağın tanıtımında rol oynayacaktır.

- Gastronomik coğrafi işaretli ürünlerin coğrafi işaret belgelerinde ürünlerin tarifeleri ve denetleme mekanizmaları hakkında bilgiler bulunmaktadır. Her ürünün denetim organı farklı olsa da özellikle Samsun Valiliği ve Samsun Büyükşehir Belediyesi tarafından denetimlerin yapıp yapılmadığının takip edilmesi gereklidir.



- Samsun Valiliği veya Samsun Büyükşehir Belediyesinde yerel mutfak ürünlerinin tanıtım ve pazarlama olanakları konusunda ayrı bir bölüm oluşturulmalıdır. Bu bölüm coğrafi işaret alan gastronomik ürünlerin takibini, Avrupa Birliğinden coğrafi işaret alınabilmesi için gerekli başvuruların yapılmasını ve coğrafi işaret alma potansiyeli olan ürünlerin belirlenmesini sağlamalıdır
- Coğrafi işaretli ürünler; ürünün aldığı coğrafi işaret adı ve amblemi ile sunulmak zorundadır. Türkiye'nin birçok yerinde olduğu gibi Samsun ilinde de bu durumun takibinin yapılmadığı görülmektedir. 29.11.2017 tarihli 30285 sayılı Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı Amblem Yönetmeliği'ne amblem kullanılmadan ürünün sunulmasına yönetmeliğe cezai yaptırımlar eklenerek yönetmelik revize edilmelidir.
- Son olarak Avrupa Birliğinden coğrafi işaret almış olan Antep baklavasının 2017 yılında 18 farklı ülkeye 130 ton, Malatya Kayısısının 2018-2019 yılları arasında 112 ülkeye 99 bin 461 ton ihraç edilmesinin, Samsun'da ki yerel yönetimlerde de aynı başarıyı Bafra Pirinci, Bafra Kaymaklı Lokumu veya Çarşamba Kıvratması gibi yerel mutfak ürünlerinde göstermeleri için örnek ve teşvik unsuru olacağı düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

- Acar, Y. (2016). Gastronomi turizmi kapsamında Aksaray ili Güzelyurt (gelveri) yöresel mutfağının unutulmaya yüz tutmuş tatlarının değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 81-86.
- Acar, Y. (2018). Türkiye'deki coğrafi işaretli ürünlerin destinasyon markalaması kapsamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 163, 177.
- Akbaba, A., & Kendirci, P. (2016). Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler. II. Osman Nuri Özdoğan (Ed.), *Gastronomi Turizmi ve Coğrafi İşaretlemeli Ürünler* (ss. 22- 49). Ankara, Detay Yayıncılık.
- Başaran, B. (2017). Gastronomi turizmi kapsamında Rize yöresel lezzetlerinin değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 135-149.
- Canbolat, E., & Çakıroğlu, F.P. (2015). Tarihi çarşamba kıvratması. III. Uluslararası Halk Kültürü Sempozyumu (ss. 527-531). Ankara, Türkiye.
- Canbolat, E., Keleş, Y., & Akbaş, Y.Z. (2016). Gastronomi turizmi kapsamında Samsun mutfağına özgü turistik bir ürün: Bafra pidesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(4), 75-87.
- Cömert, M., & Sökmen, A. (2017). Türkiye'de gastronomi turizmi: Antalya'da konaklayan turistler üzerine bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(3), 6-26.
- Çakır Keleş, M., & Doğan, S. (2017, Nisan). Samsun ili gastronomi turizmi potansiyelinin belirlenmesi. 6. Ulusal 2.Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu (ss.248-259). Gaziantep, Türkiye.
- Çelik, S. (2018). Şırnak ilinin gastronomi turizm potansiyeli. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 2(2), 41-51.
- Deniz, T., & Atışman, E. (2017). Kayseri ilinin gastronomi turizmüne yönelik bir swot analizi çalışması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 56- 65.

- Demirel, H., & Ayyıldız, S. (2017). Mutfak kültürü ve değişimi; Giresun ili örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 280-298.
- Erdoğan, S., & Özdemir, G. (2018). İzmir destinasyonunda gastronomi turizmi üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 249-272.
- Erşahin, E., & Kızılırmak, İ. (2019). Gastronomi turlarına katılan turistlerin memnuniyet faktörlerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2466-2480.
- Güzel Şahin, G., & Ünver, G. (2015). Destinasyon pazarlama aracı olarak “gastronomi turizmi”: İstanbul’un gastronomi potansiyeli üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.
- Hazarhun, E., & Tepeci, M. (2018). Coğrafi işarete sahip olan yöresel ürün ve yemeklerin Manisa’nın gastronomi turizminin gelişimine katkısı. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 371-389.
- Karaca, O.B. (2016). Geleneksel peynirlerimizin gastronomi turizmindeki önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(2), 17-39.
- Kan, M., Gülçubuk, B., & Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi işaretlerin kırsal turizmde kullanılma olanakları. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 93-101.
- Kantaroğlu, Z.M.M., & Demirbaş, N. (2018). Türkiye’de coğrafi işaretli gıda ürünleri üretim potansiyelinin değerlendirilmesi. VIII. IBANESS Congress Series (pp. 514-520). Plovdiv, Bulgaria.
- Kaya, M., & Çakır Keleş, M. (2019). Destinasyon markalaşmasında gastronomik ürünlerin rolü: Bafra ilçesi örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*, 28(2), 227-240.
- Kaynar, S.İ. (2013). Kültürel bir değer olarak Samsun pidesinin tarihsel kökeni. III. Uluslararası Canik Sempozyumu (ss. 755-764). Samsun, Türkiye.
- Keleş, Y., & Pelit, E. (2011). Samsun’un Türkiye Turizm Stratejisi’ndeki yeri ve gelecekteki turizm eğilimleri kapsamında değerlendirilmesi. Samsun Sempozyumu (ss. 1-10). Samsun, Türkiye.
- Meral, Y., & Şahin, A. (2013). Tüketicilerin coğrafi işaretli ürün algısı: Gemlik zeytini örneği. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Tarım ve Doğa Dergisi*, 16(4), 16-24.
- Orhan, A. (2010). Yerel değerlerin turizm ürününe dönüştürülmesinde “coğrafi işaretlerin” kullanımı: İzmit pişmaniyesi örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 243-254.
- Özaltaş Serçek, G., & Serçek, S. (2015). Destinasyon markalaşmasında gastronomi turizminin yeri ve önemi. *Journal of Tourism Theory and Research*, 1(1), 15-26.
- Özsoy, T. (2015). Coğrafi işaretleme katma değer oluşturmada bir araç olarak kullanımı. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(2), 31-46.
- Pektaş, G.Ö.E., Kahraman, C., & Alkan, G. (2018). Türkiye’de coğrafi işaretler ve ihracat pazarlaması açısından değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 23(39), 65-82.
- Richard, C.Y., Jakša, K., & Athena, H.N. (2010). Food preferences of chinese tourists. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 989-1011.

- Saatçi, G. (2019). Coğrafi işaretli yiyeceklerin tanıtım unsuru olarak yöresel yemekler kapsamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 358-374.
- Samsun İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2014). *Samsun Yemekleri*. Samsun, Türkiye: Ran Ofset.
- Şahin, H. (2016). Orta Asya, Selçuklu ve Beylikler Dönemi Türk Mutfak Kültürü. Alev Arıkan Dündar (Ed.), *Cumhuriyet Döneminde Türk Mutfak Kültürü* (ss. 22-49). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Şahin, S.Z. (2019). Çorum mutfağının gastronomi turizmi potansiyeli. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2550-2565.
- Şimşek, E., & Kızıldemir, Ö. (2020). Tekirdağ mutfak kültürü üzerine bir değerlendirme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 758-775.
- Tekbalkan, M. (2017). Yöresel yemeklerin bölge turizmine katkısı: Samsun kaz tiridi örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 155-169.
- Yenipınar, U., Köşker, H., & Karacaoğlu, S. (2014). Turizmde yerel yiyeceklerin önemi ve coğrafi işaretleme: Van otlu peyniri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 13-23.
- Yılmaz, H., & Çakıcı, H.H. (2019). Yazılı medyada Türk mutfağı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 450-462.

### İnternet Kaynaççası

- Anadolu Ajansı (2019a). *Gastronomi turizminde '15 milyar dolar' hedefi*. <https://www.ntv.com.tr/seyahat/gastronomi-turizminde-15-milyar-dolar-hedefi,AFOYUrfhoke3pjI5kzB6wA> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 24.02.2020].
- Anadolu Ajansı (2019b). *Yöresel lezzetlerde hedef 25 milyar avruluk gelir*. <https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/yoresel-lezzetlerde-hedef-25-milyar-avruluk-gelir/1638059> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 15.02.2020].
- Anadolu Ajansı (2019c). *Yarım asırdır "ballı" dondurma üretiliyorlar*. <https://www.haberler.com/yarim-asirdir-balli-dondurma-uretiliyorlar-3928928-haberi/> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 27.02.2020].
- Anadolu Ajansı (2018). *Dikenlerin arasından gelen lezzet: Kırçan kavurması*. <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/dikenlerin-arasindan-gelen-lezzet-kircan-kavurmasi/1266231> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 29.02.2020].
- Anadolu Ajansı (2015). *"Kocakarı gerdanı" marka olma yolunda*. <https://www.memleket.com.tr/kocakari-gerdani-marka-olma-yolunda-624588h.htm> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 29.02.2020].
- Antalya Ticaret ve Sanayi Odası (2019). *Türkiye'nin 81 ili yörex'te buluştu*. <http://www.atso.org.tr/detay/2/3/2/7222/turkiyenin-81-ili-yorexte-bulustu.html> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 20.02.2020].
- European Commission (2020). *eAmbrosia – the EU geographical indications register*. <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 26.02.2020].

- İhlas Haber Ajansı (2019). '*Simit*' kelimesi Oxford İngilizce Sözlüğü'ne girdi. <https://www.ntv.com.tr/turkiye/simit-kelimesi-oxford-ingilizce-sozlugune-girdi,W8zX4bSwIUyXQwW52IlyFA> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 26.02.2020].
- Samsun İli Kültür ve Turizm Eylem Planı 2018-2023. (2018). <https://www.oka.org.tr/assets/upload/dosyalar/samsun-kultur-ve-turizm-eylem-plani.pdf> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 01.03.2020].
- Samsun Kavak Belediyesi (t.y.a). *Çakallı menemeni*. <https://www.samsunkavak.bel.tr/Sayfa/cakalli-menemeni> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 26.02.2020].
- Samsun Kavak Belediyesi (t.y.b). *Yazı pancarı*. <https://www.samsunkavak.bel.tr/Sayfa/yazi-pancari> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 29.02.2020].
- Samsun Haber (2019). *5. yöresel ot yemekleri festivali başladı: Samsun doğal yiyeceklerin merkezi*. <https://www.habergazetesi.com.tr/haber/5534222/5-yoresel-ot-yemekleri-festivali-basladi-samsun-dogal-yiyeceklerin-merkezi> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 28.02.2020].
- T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013*. <https://www.ktb.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 25.02.2020].
- T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, (t.y.). *Oymaağaç oğlak kebabı*. <https://samsun.ktb.gov.tr/TR-216909/oymaagac-oglak-kebabı.html> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 11.02.2020].
- TÜİK (2019). *Turizm İstatistikleri*. <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=74&locale=tr> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 15.01.2020].
- TÜRSAB (2015). *TÜRSAB Gastronomi Turizmi Raporu*. [http://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu\\_12302\\_3531549.pdf](http://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu_12302_3531549.pdf) adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 10.01.2020].
- TPMK (2020a). *Coğrafi İşaretler Portalı Veri Tabanı*. <https://www.ci.gov.tr/sayfa/co%C4%9Frafi-i%C5%9Faret-nedir> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 11.02.2020].
- TPMK (2020b). *Coğrafi İşaretler Portalı Veri Tabanı*. <https://www.ci.gov.tr/Statistics/RegistrationAndApplication> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 25.02.2020].
- TPMK (2020c). *Coğrafi İşaretler Portalı Veri Tabanı*. <https://www.ci.gov.tr/veri-tabanı> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 01.06.2020].
- TPMK (2020d). *Coğrafi İşaretler Portalı Veri Tabanı*. <https://www.ci.gov.tr/sayfa/geleneksel-%C3%BCr%C3%BCn-ad%C4%B1-nedir> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 26.02.2020].
- TPMK (2020e). *Coğrafi İşaretler Portalı Veri Tabanı*. <https://www.ci.gov.tr/Files/GeographicalSigns/227.pdf> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 27.02.2020].
- TPMK (2020f). *Coğrafi İşaretler Portalı Veri Tabanı*. <https://www.ci.gov.tr/Files/GeographicalSigns/119.pdf> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 27.02.2020].
- TPMK (2020g). *Coğrafi İşaretler Portalı Veri Tabanı*. <https://www.ci.gov.tr/Files/GeographicalSigns/333.pdf> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 27.02.2020].

- TPMK (2020h). *Coğrafi işaretler portalı veri tabanı*. <https://www.ci.gov.tr/Files/GeographicalSigns/129.pdf> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 27.02.2020].
- TPMK (2020ı). *Coğrafi işaretler portalı veri tabanı*. <https://www.ci.gov.tr/Files/GeographicalSigns/176.pdf> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 28.02.2020].
- TPMK (2020i). *Coğrafi işaretler portalı veri tabanı*. <https://www.ci.gov.tr/Files/GeographicalSigns/174.pdf> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 28.02.2020].
- TPMK (2020j). *Coğrafi işaretler portalı veri tabanı*. <https://www.ci.gov.tr/Files/GeographicalSigns/251.pdf> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 27.02.2020].
- UNWTO (2012). *Global report on food tourism*. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284414819> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 25.01.2020].
- UNWTO (2019). *International tourism highlights*. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 25.02.2020].
- Vezirköprü Şehir Rehberi ve Tanıtım Portalı (2020). *Katık böreği* <http://www.vezirkoprum.com/katik-boregi/> adresinden elde edildi [Erişim Tarihi: 28.02.2020].
- Yıldırım, A.E. (2019). *Anadolu'dan dünyaya coğrafi işaretli ürünler*. <https://www.dunya.com/kose-yazisi/anadoludan-dunyaya-cografisi-isaretli-urunler/453592> adresinden elde edildi [Erişim Tarihi: 26.02.2020].
- Xsights Araştırma ve Danışmanlık (2017). *Türkiye'nin gastronomi turizmi raporu açıklandı*. <https://www.xsights.co.uk/tr/turkiyenin-gastronomi-turizmi-raporu-aciklandi-7636/> adresinden elde edildi. [Erişim Tarihi: 21.02.2020].

## **Gastronomy Tourism and Geographical Indication: An Evaluation of Samsun Cuisine**

**Eren CANBOLAT**

Ondokuz Mayıs University, Faculty of Tourism, Samsun/Turkey

**Funda Pınar ÇAKIROĞLU**

Ankara University, Faculty of Health Sciences, Ankara/Turkey

### **Extensive Summary**

#### **Introduction**

Although Turkey has a rich culinary culture hasn't yet reached the desired level of gastronomic tourism (Çakır Keleş & Doğan, 2017; Başaran, 2017). UNWTO (2012), Global Report on Food Tourism, it is estimated that the share of destinations in tourism revenues is approximately 30% (UNWTO, 2012), of tourism revenues obtained in 2014 in Turkey is only achieved through determined that 19% of gastronomy tourism. For this reason, it is thought that local cuisine products have geographical indication, facilitating the promotion and advertisement and reaching the tourists, and the number of studies on local culinary culture in the literature should be increased.

There are many detailed studies of the province's culinary culture in Turkey, but it was determined that the literature search of studies involving the culinary culture of Samsun province is numerically small and narrow (Canbolat vd., 2016; Çakır Keleş & Doğan, 2017; Tekbalkan, 2017; Kaya & Çakır Keleş, 2019). Therefore, it has been understood that the potential of Samsun's local cuisine culture in terms of gastronomy tourism needs to be revealed with broader studies. In parallel with this situation that creates the research problem, with research;

- Compiling and presenting distinctive information in the literature for the promotion of Samsun cuisine,
- Examination of products registered as gastronomic geomarked products and for which registration application has been made,
- It is aimed to determine the products with the potential to receive geographical indications specific to Samsun cuisine.

#### **Method**

This research is designed with document review method, which is one of the qualitative research methods. The data of the Turkish Patent and Trademark Institution Geographical Indication Portal and all publications written about Samsun cuisine culture (1 book, 3 articles, 3 papers) constituted the universe of the research to evaluate the gastronomic tourism potential of Samsun.

#### **Findings**

##### ***Samsun Cuisine and Gastronomic Geomarked Products***

Carrying traces of Black Sea, Anatolian, Balkan and Caucasian cultures, Samsun cuisine has a special place in Turkish cuisine with its rich content (Canbolat & Çakıroğlu, 2015; Tekbalkan, 2017). One of the important factors that make Samsun cuisine differentiate from other local cuisines is the pita culture in the city. The necessary materials for pita bread are prepared on Saturday, and pita bakeries are made on Sunday morning (Image 1). Seven different types of pita is known that the geographical indication in Turkey and three of them belong to Samsun province.



(TPMK, 2020c). When the gastronomic geotagged products of Samsun cuisine are analyzed, it is determined that 8 products have the indication of geographical and it is determined that the three products are in the application stage to get the geographical indication (Table 1. and Image 2,3,4,5,6,7)

### ***Gastronomic Products with High Geographical Indication Potential in Samsun Cuisine***

There are many local flavors that can take geographical indications in Samsun cuisine. Although there is almost no literature information about these products, this section introduces gastronomic products that are thought to have a high geographical indication potential. While determining the products, it is considered that there are only products specific to Samsun cuisine rather than tastes made in many places in the Black Sea Region such as anchovy rice, kuymak and corn bread. As a result of the evaluation, it has been determined that 6 products have high potential to receive geographical signals (Image 8,9,10).

### **Conclusion**

In terms of the development of gastronomic tourism in Samsun province, the sustainability of the local cuisine culture should be ensured and preserved. Geographical indication has a big role in realizing this situation. Thanks to the studies to be carried out for the preservation, promotion and marketing of the products of Samsun cuisine that have geographical signs and potential to receive geographical signs; the economic situation of the local people will improve, new employment sources will be created and the number of tourists coming will be increased.