

Yöresel Ürünlerin Sürdürülebilirliği: Sakin Şehir Safranbolu Örneği (Sustainability of Local Products: The Case of Cittaslow City Safranbolu)

* Özlem ÖZER ALTUNDAĞ^a 

^a Karabük University, Safranbolu Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Karabük/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 15.04.2025

Kabul Tarihi: 14.10.2025

Anahtar Kelimeler

Yöresel ürün
Sakin şehir
Slow food
Safranbolu
Gastronomi

Keywords

Local product
Cittaslow
Slow food
Safranbolu
Gastronomy

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Öz

Bu çalışma yöresel gıda ürünlerinin işletmelerde kullanım, üretim ve satış uygulamalarının Sakin şehir kapsamında değerlendirilmesini içermektedir. Çalışma kapsamında oluşturulmuş olan yarı yapılandırılmış görüşme formu Safranbolu ilçesinin Eski çarşı bölgesinde faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmelerinde görev alan 18 yönetici/şefe uygulanmıştır. Araştırma bulguları Safranbolu'nun Sakin şehir ağına dahil olmasına rağmen bu unvanın turizm ve işletmelere katkısının sınırlı düzeyde kaldığını göstermektedir. Katılımcıların çoğu Sakin şehir hakkında bilgi sahibi olmakla birlikte, ilçeye bu unvan dolayısıyla gelen turistlerin sayısının az olduğunu ve turist çekim etkisinin UNESCO Dünya Mirası kimliğine göre daha düşük kaldığını belirtmiştir. Araştırmada yöresel gastronomik ürünlerin tamamının ticari potansiyel taşıdığı, fakat en çok bilinen ve satışı yapılan ürünlerin perohi, etli sarma ve Safranbolu safranı olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, katılımcılar bu ürünlerin pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinde yetersizlikler olduğunu bildirmiş ve ayrıca coğrafi işaret tescilli ürünler konusunda katılımcıların bilgi düzeyinin sınırlı kaldığı gözlemlenmiştir. Ayrıca perohi, bükme ve zerde gibi yöresel yemekler coğrafi işaret alabilecek potansiyele sahip ürünler olarak vurgulanmıştır.

Abstract

This study involves of local food products in businesses within the scope of Cittaslow cities, which have significant effects on visitors' food preferences. The semi-structured interview form developed for this study was administered to 18 managers/chefs working in food and beverage businesses operating in the Old Bazaar area of Safranbolu district. The research findings show that although Safranbolu is part of the Cittaslow network, the contribution of this title to tourism and businesses remains limited. Most participants were aware of Cittaslow, but noted that the number of tourists coming to the district because of this title was low and that its tourist attraction effect was lower than that of the UNESCO World Heritage status. The study found that all local gastronomic products have commercial potential, but the most well-known and sold products are perohi, stuffed meat rolls, and Safranbolu saffron. However, participants reported shortcomings in the marketing and promotion of these products, and it was observed that participants' knowledge of geographically indicated products was limited. Furthermore, regional dishes such as perohi, bükme, and zerde were highlighted as products with the potential to obtain geographical indication certification.

* Sorumlu Yazar

E-posta: ozlemozeraltunag@karabuk.edu.tr (Ö. Ö. Altundağ)

GİRİŞ

Yiyecek, kültürel bir olgu, ticari bir ürün, estetik bir değer, toplumsal bir iletişim veya diplomatik bir araçtır. İnsan talebindeki değişim, yiyecek ve içeceklere olan ilgi ve yiyecek-içecek işletmelerinden beklentilerin artması, mutfak trendlerinin de ortaya çıkmasına neden olmuştur (Türker & Süzer, 2022). Bu küresel süreçler, uluslararası turizm de dahil olmak üzere, yerel düzeyde ekonomik hayatı giderek daha fazla etkilemekte; mekâna özgü farklılıklar ve özellikler giderek daha az belirgin hale gelmektedir. İtalya'da başlayan bir hareket olan Sakin şehirler, yerel yönetimler arasında bu gelişmelerin sonuçlarına oldukça ilginç şekillerde meydan okumaya başlamıştır. Sakin şehir, yerel düzeyde yavaş ve sürdürülebilir yaşamı geliştirmeyi teşvik etmektedir. Bu bağlamda destinasyon pazarlaması, şehirlerin daha fazla ziyaretçi çekmeyi hedefleyen belirli bir eylem alanı haline gelmiştir (Nilsson, Svård, Widarsson & Wirell, 2011). Sakin Şehir hareketine katılan şehirler, 'yaşanabilir şehir' nitelikleriyle bir marka değeri kazanmıştır. Büyük şehirlerde yaşamın zorlukları ve yaşam kalitesinin düşmesi, Sakin Şehir markasının bir pazarlama unsuru haline gelmesine neden olmuştur. Sakin şehir hareketi aynı zamanda şehir yöneticilerinin yerel kalkınmaya yönelik yaklaşımlarıyla da örtüşmektedir. Kent markalaşma çabaları içinde bu model, kentsel alanlara ekonomik, sosyal ve politik bir değer katmaktadır. Bu bağlamda, şehirlerin gelir kaynaklarını artırmada bir kurtarıcı ve sihirli formül olarak görüldüğü belirlenmiştir (Şengün & Kara, 2021).

Kaybolan ya da kaybolma tehlikesiyle karşı karşıya olan geleneklerin, yerel yaşam biçimlerinin ve kentlere özgü kimliklerin korunmasına yönelik çeşitli girişimler ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda, küreselleşmenin yol açtığı olumsuz etkileri sınırlandırmayı hedefleyen Slow Food hareketi, kâr amacı gütmeyen ve sivil toplum niteliği taşıyan bir oluşum olarak dikkat çekmektedir (Güneş & Sabur, 2023). Sakin şehir hareketinin temel hedefleri arasında yerel kaynak temelli sürdürülebilir şehirselleşme, eşit şehirselleşme, eşit şehirselleşme altyapı hizmetleri, şehir sakinlerinin eğlenip dinlenebilecekleri alanların sağlanması, doğal çevrenin korunması, şehir sakinleri arasında çevreci tutumların teşvik edilmesi, şehirlerin tarihi dokusunun korunması, tarihi binaların restore edilmesi, şehirselleşme estetiğine önem verilmesi ve yerel ürünlerin kullanımının teşvik edilmesi yer almaktadır (Güleç & Şahinalp, 2022). Çalışmalar yerel ürünlere ilişkin bilgi yetersizliği, tanıtım ve pazarlama çalışmalarının etkin biçimde yürütülmemesi ile yerel etkinliklere yönelik ilgi düzeyinin doğrudan etkilendiğini bildirmektedir (Eren & Yeni, 2023; Çavuşoğlu, 2023; Öztürk, İpek, & Kayacan, 2023; Torusdağ, 2024). Bu uygulamalar kapsamında hem yerel değerlere sahip çıkılması hem de yerel kalkınmayı desteklemek amacıyla yerel kaynakların optimal kullanılması gerekmektedir. Sakin şehirlerin oluşturulmasındaki amaç sadece yerel kaynakların optimal kullanımını sağlamak değil, aynı zamanda bölge ekonomisini hareketli tutmak adına turizm, girişimcilik, tanıtım ve organizasyon gibi birçok alan ile iş birliğinin sağlanmasıdır (Farelnik, 2020). Bu bilgiler ışığında bölge ekonomisinin kalkındırılmasında bölgenin gastronomik unsurları göz ardı edilemeyecek unsurlar arasında yer almaktadır. Doğal yöresel gıda ürünleri destinasyonun Sakin şehir kimliğinde etkilidir. Yerel kaynakların kullanımını teşvik eden Sakin şehir hareketi yerel lezzetleri ön plana çıkaran, gastronomi turizmini destekleyen bir harekettir. Türkiye'de bulunan Sakin şehirlerin hepsi kendine özgü kültürel, doğal ve gastronomik değerlere sahiptir (Yerli, 2020). Yapılan çalışmalar incelendiğinde Seferihisar (Karatepe, 2021; Ciğerci & Turan, 2023), Halfeti (Bulut & Adıgüzel, 2024), Kemaliye (Orhan & Tavuz, 2024), Şavşat (Öztürk, İpek, & Kayacan, 2023), Kuzey Kıbrıs (Çavuşoğlu, 2023) gibi birçok turizm rotasının sürdürülebilir yerel kalkınma hareketleri, şehir lezzetleri ve pazarlama stratejileri açısından incelendiğini görülmektedir. Birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan, kendine özgü kent ve mutfak kültürünü koruyan Safranbolu'nun gastronomik yerel ürünlerinin Sakin şehir hareketine yansımalarının incelenmediğini görülmektedir. Marka destinasyonu

oluşturma sürecinde Sakin şehir yaklaşımı önemli bir işlev üstlenmekte ve gıda ürünlerinin marka imajının güçlenmesine katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda, çalışma; ziyaretçilerin gıda tercihlerini etkileyen yöresel gıda ürünlerinin işletmelerdeki kullanım, üretim ve satış pratiklerinin Sakin şehir anlayışı çerçevesinde incelenmesini kapsamaktadır.

Kavramsal Çerçeve

Gastronomi, Gastronomik Kimlik ve Yöresel Ürün Kavramları

Gastronomi terimi en geniş anlamıyla, yiyecek ve içecekleri, kültürlerin kökenleri ile ele alan sosyal, ekonomik ve coğrafi bağlamlarda araştıran ve yorumlayan bir bilimdir (Gillespie, 2006). Bu bilim üretim ve tüketim süreçlerini içinde barındırır. Üretim ve tüketim boyutları ile gastronomi yiyeceklerin ve içeceklerin gıda güvenliği kapsamında hazırlanmasını, pişirilmesini, servis edilmesini, bölge ya da ülkenin mutfak kültürünü, bireylerin tat, lezzet, iştah gibi duyuşsal özelliklerini bir arada tutar (Yerli, 2020).

Gastronomi sosyal bir yapıdır; pazarın bir ürünüdür ve günlük yaşamın tekrar eden bir temasıdır. Bu nedenle gastronomi yalnızca gıda süreci (gıda ve beslenme) etrafındaki eylemler kümesi değildir, aynı zamanda insanoğlunun gıda ile ilgili farklı unsurlara ve eylemlere sosyal, ekonomik, dini veya geleneksel olabilen bir dizi anlam yüklemesi nedeniyle kültürde temel referansına sahiptir. Bu anlamlar kültür içinde şekillenir (Arana & Zúñiga, 2022). Yeme eylemi yüzyıllardır insan oğlunun yaşadığı kültürle harmanlanmış bir eylemdir. Bir bölgenin gastronomi kimliği ise o destinasyonun mutfak kültürü ile oluşmaktadır. İklim, toprak ve coğrafyanın yanı sıra yöresel ürünlerinin oluşumunda din, tarih, etnik farklılıklar, tecrübe, gelenek ve görenekler de oldukça etkilidir. Bu bilgiler ışığında bir destinasyonun gastronomik kimliğinin oluşmasında çevre ve kültür aynı düzeyde etkilidir denilebilir (Töre Başat, Sandıkçı & Çelik, 2017) ve gastronomik kimlik, kültürel ve toplumsal dinamikleri anlamada önemli açıklayıcı güce sahip bir kavramdır. Yemek alışkanlıkları, "bir yiyecek maddesini, yemek sistemini veya yeme tarzını" kapsar. Ancak birçok durumda, paydaşlar yiyecek alışkanlıklarının farklı yönlerine öncelik verir. Örneğin kültür ve turizm bakanlıkları resmi tanıtım kampanyalarında turist odaklı yiyecek çekiciliğine odaklanırken, endüstri paydaşları çok kültürlü yiyecek manzaralarını vurgular (Cheng, Wu, Chen & Zhou, 2024).

Yöresel gıda ürünlerinin tanıtımı yalnızca yerel gıda ürünlerine olan talebi artırmak için değil aynı zamanda çiftçiler ve yerel sakinler ile kırsal ve kentsel nüfus arasında daha güçlü bir iş birliği için de önemlidir (Husák, 2009). "Yerel" terimi, yerel olarak yetiştirilen ürünlere yaygın olarak atfedilen nitelikleri (tazelik, çevresel sürdürülebilirlik ve yerel ekonominin desteklenmesi gibi) kapsayan birçok yorumla ilişkilendirilmiştir. Yöresel ürünün ekolojik sürdürülebilirliği, sosyal adaleti, demokrasiyi, daha iyi beslenme ve gıda güvenliğini, kalite ve tazeliği sağlaması gereklidir. Günümüzün yerel gıda pazarlarındaki araştırma çalışmaları, yalnızca yerel gıdalara ilişkin bir tüketici davranışı perspektifini değil, aynı zamanda yerleşik doğrudan pazarlama kanalları aracılığıyla yerel gıda ürünleri satan üreticilerin algılarını da ortaya koymaya çalışmaktadır (Cvijanović, Ignjatijević, Vapa Tankosić & Cvijanović, 2020).

Sakin Şehir ve Slow Food Hareketi

Slow Food, yeme alışkanlıkları ve gıda üretiminde artan küreselleşmeye karşı koymaya çalışan bir sosyal hareket olarak önemli ilgi görmüştür. Sakin şehir, Slow Food ile benzer ilkelere dayanan nitel yerel kentsel gelişimle çalışmaktadır. 'Yavaş' hareketlerin turizm gelişimi üzerinde etkileri olması beklenebilir (Nilsson vd., 2011).

Küreselleşmenin küçük kasabalar üzerindeki olumsuz etkisine yanıt olarak çıkan Sakin şehir hareketi 1999'da kalkınmaya farklı bir yaklaşımla yaşam kalitesini iyileştirmeye odaklanan belediyeler ağı olmuştur. İlk olarak İtalya'da ortaya atılan bu fikir, Haziran 2022'de güncellenen listeye göre, dünya çapında 33 ülkeyi ve 303 şehri kapsayan uluslararası bir ağıdır (Cittaslow, 2025). Sakin şehir'in sürdürülebilir kalkınmanın bir göstergesi, sürdürülebilir turizmin bir teşvik edicisi ve küçük kasabaların içsel sermayesine ilişkin farkındalığı teşvik etmek için bir araç olarak hizmet edebileceğini belirtmektedir. Sürdürülebilirlik gündemleri çoğunlukla kaynak kullanımı ve tüketimi sorununa yönelirken, Slow food (Yavaş Yemek) ve Sakin şehir yerel ürünleri yerel ekonomik, sosyal ve kültürel farklılık ve sürdürülebilirliğin araçları olarak kullanmayı benimsemektedir (Özcan Alp, 2024).

Sakin şehir hareketi, bölgelerin kültürleri ve gelenekleriyle ilişkilendirerek küçük kasabaların marka imajını güçlendirmektedir. Türkiye'de kentsel yaşam tarzı; kalabalık, düşük yaşam kalitesi ve yozlaşmış yerel değerler gibi özelliklerle şekillenmektedir. Kentsel gelişmelere alternatif olarak bir kent modeli olan Sakin şehir hareketi, ilk olarak İzmir'in Seferihisar ilçesinde başlamıştır. Sakin şehir hareketine katılma koşullarını karşılayan şehirlerin sayısı giderek artmaktadır. Bu unvanın kullanımı, Sakin şehir Birliği tarafından belirlenen kuralların yerine getirilmesiyle mümkündür. Sakin şehir hareketine katılan şehirler, 'yaşanabilir şehir' kimliği ile bir marka değeri kazanmıştır (Şengün & Kara, 2021).

Sakin Şehir Safranbolu Mutfak Kültürü

Yiyecek ve içecekler, turistlere yeni tatlar, farklı yemek kültürleri ve gelenekleri deneyimleme fırsatı sunmaktadır. Türkiye'nin Batı Karadeniz Bölgesi'nde yer alan Safranbolu, 55 bin nüfuslu popüler bir kültür turizmi merkezidir. Şehirdeki turizm hareketi 1990'lı yıllarda başlamış olup, kısa sürede yerli ve yabancı ziyaretçiler için popüler bir turizm merkezi haline gelmiştir. Safranbolu yılda 1,5 milyondan fazla ziyaretçi ağırlamaktadır. Şehir, yüzyıllar boyunca Doğu ile Avrupa arasında başlıca ticari bağlantı olan kervan ticaretindeki kilit rolü ve kültürel değerlerini ve kentsel mimari yapısını korumadaki başarısı nedeniyle 1994 yılında UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) Dünya Mirası Kenti ilan edilmiştir (Türker & Süzer, 2022). Safranbolu, Türkiye'deki hem UNESCO hem de Sakin şehir ağına dahil olarak koruma altına alınan tek kenttir (Safranbolu Belediyesi, 2024). Sakin şehir belgesi alan Türkiye'deki yerleşim yerleri incelendiğinde hepsinde ortak yön olarak birbirinden farklı kültürel ve doğal güzelliklere, yaşam biçimlerine, gelenek ve göreneklere, değişik yöresel yemeklere sahip bölgeler oldukları görülmektedir (Kocaman & Kocaman, 2019).

Yöresel yemekler ortaya çıktıkları ve tanındıkları bölgelerde gelenek haline gelmiş, o kültüre yerleşmiş ve o yöre halkı tarafından diğer yemeklere göre daha önemli ve üstün tutulan yiyeceklerdir. Yöresel yemeklerin ortaya çıkışında coğrafi konum, yemeklerin üretim şekli, tarihsel geçmişi, ülkenin ekonomik ve kültürel ilişkileri ve toplumun dini inançları gibi pek çok faktör etkili olabilmektedir (Yurt & Bayraklı, 2022). Köklü bir geçmişe dayanan Türk mutfak kültürü dünya mutfakları arasında önemli bir yere sahiptir. Geleneksel sofralara bakıldığında bölgeden bölgeye farklılaşan çorbalar, zeytinyağlı sebze yemekleri, et yemekleri, kavurmalar, sarmalar, salatalar, turşular ve tatlılar ön plana çıkmaktadır (Temizkan & Uslu, 2023). Paleolitik zamana kadar uzanan bir geçmişe sahip olan Safranbolu, birçok medeniyete ev sahipliği yapmış önemli bir Osmanlı kentidir. Tarihi süreç boyunca kendi kimliğini özenle saklayarak koruyan bu kent, kısıtlı yemek çeşitliliğine sahip olmasının yanı sıra zengin malzemelerle değerli ve lezzetli bir mutfığa sahiptir (Altundağ, 2018).

Safranbolu'nun mutfak kültürü genel olarak hamur işleri ve tatlılardan oluşmaktadır. Osmanlı döneminde birlikte yaşayan Türkler ve Rumlar aralarında kültür ve yemek alışverişi yapmışlardır. Bu lezzetlerin başında peruhi ilk akla gelen yemeklerdendir. Peruhi bir çeşit Rum mantısıdır. Türklere miras olarak kalan bu yemeğin etkisi hala farklı yörelerde sürmektedir (Safranbolu Kültür ve Turizm Vakfı, 2018). Safranbolu mutfağına ait olan bazı yöresel yemekler arasında bükme, yayım, göbü, kara mancar, katlaç, peruhi, su böreği, etli yaprak dolması, delioğlan sarığı, oklava dolması, çingene baklavası, safranlı zerde ve haluşka yer almaktadır (Safranbolu Belediyesi, 2024). Yöresel ürünler olarak da Safranbolu safranı, lokumu, çavuşüzümü, kıtırı, maniye domatesi, Yenice ıhlamur balı ve Eflani hindi bandırması da coğrafi işaret almış ürünleridir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2025). Ayrıca bağlar gazozu, safran çayı, safranlı kahve, kel simit, kiren şerbeti ve karadut suyu gibi yiyecek-içeceklerin ise Safranbolu'da satışa sunulan yöresel sokak lezzetlerindedir (Uslu, Ayyıldız & Yumuk, 2022).

Küreselleşen dünya, ekonominin birçok alanında olduğu gibi yiyecek-içecek sektörünü de değiştirmiştir. Dolayısıyla turistlerin yiyecek tüketim alışkanlıkları değişmiştir. Bu nedenle yiyecek-içecek işletmeleri yöneticileri bu değişimleri ve turistlerin tercihlerini göz önünde bulundurarak menülerini turist taleplerine göre düzenlemek zorundadırlar (Türker & Süzer, 2022). Bu çalışmanın amacı, Safranbolu'yu ziyaret eden turistlerin tercihlerini şekillendirmede önemli bir rol oynayan gastronomik gıda ürünlerinin, işletmelerdeki kullanım, üretim ve satış süreçleri bağlamında incelenerek Sakin şehir anlayışı çerçevesinde değerlendirilmesidir.

Çalışmanın Yöntemi

Araştırmanın Amacı, Problemi ve Önemi

Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın temel amacı, Safranbolu ilçesinde yöresel gastronomik ürünlerin işletmelerdeki kullanım, üretim ve satış uygulamalarını inceleyerek bu ürünlerin gastronomik sürdürülebilirlik ve Sakin şehir anlayışı bağlamında taşıdığı önemi ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda, Safranbolu ilçesinde yöresel gastronomik ürünlerin işletmelerdeki kullanım, üretim ve satış pratiklerini inceleyerek, bu ürünlerin gastronomik sürdürülebilirlik, markalaşma ve Sakin şehir yaklaşımı çerçevesinde taşıdığı potansiyeli ortaya koymak hedeflenmiştir. Çalışmada ayrıca, yöresel ürünlerin coğrafi işaret değeri, reçetelerin korunması ve işletmelerin Sakin şehir bilinirliğine yönelik yaklaşımları da değerlendirilmiştir.

Araştırmanın Problemi

Safranbolu, Sakin şehir unvanına sahip olmasına rağmen, yöresel gastronomik ürünlerin işletmelerde kullanım düzeyi, pazarlanma biçimi, markalaşma ve coğrafi işaret potansiyeli konularında belirsizlikler mevcuttur. Bu durum hem yerel ekonomiye hem de destinasyonun gastronomi turizmi açısından sürdürülebilirliğine ilişkin önemli bir araştırma boşluğunu ortaya koymaktadır. Bu kapsamda "Safranbolu'da yöresel gastronomik ürünlerin üretim, satış ve markalaşma süreçleri, gastronomik sürdürülebilirlik ve Sakin şehir anlayışı kapsamında nasıl değerlendirilmektedir?" problemi ortaya çıkarılmış ve incelenmiştir.

Araştırmanın Önemi

Bu araştırma, Safranbolu'nun Sakin şehir unvanı çerçevesinde gastronomi turizmi potansiyelini ortaya koyması açısından önemlidir. Yöresel ürünlerin:

- Ticari potansiyeli,
- İşletmelerdeki satış ve kullanım düzeyi,
- Markalaşma ve coğrafi işaret olasılığı,
- Turizm ve işletmeler üzerindeki etkileri,
- Reçete bilgisi ve özgünlüğünün korunması

gibi unsurları değerlendirerek hem literatüre hem de yerel politika yapıcılara katkı sağlaması bakımından değer taşımaktadır.

Araştırma Hipotezleri

H1: Yöresel ürünlerin işletmelerde satışa sunulma düzeyi arttıkça, markalaşma ve coğrafi işaret potansiyeli de artmaktadır.

H2: Yöresel ürünlerin reçetelerinin korunması ve değiştirilmemesi, gastronomik sürdürülebilirlik algısını güçlendirmektedir.

H3: İşletmelerin Sakin şehir hakkında sahip oldukları bilgi düzeyi, yöresel ürünleri menülerinde kullanma oranını etkilemektedir.

H4: Yöresel ürünlerin işletmelerde kullanımı, yerel turizm gelirleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Araştırmanın Kapsamı ve Evreni

2009 yılında kurulan Sakin şehir Türkiye ağının 26 üyesi bulunmaktadır (Cittaslow Türkiye, 2025). Karabük iline bağlı olan Safranbolu ilçesi de 2024 yılı itibarıyla Sakin şehirler listesinde yer almıştır. Safranbolu, Türkiye'deki hem UNESCO hem de Sakin şehir ağına dahil olan kent ölçeğinde korunan tek kettir (Safranbolu Belediyesi, 2024). Bu bilgiler ışığında araştırmanın evreni Karabük ili Safranbolu ilçesi olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda Safranbolu ilçesi Eski çarşı bölgesinde bulunan araştırmaya katılmaya gönüllü olan 18 yiyecek-içecek işletmesi yöneticisi ve şefi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Veri doygunluğuna ulaşılması sebebiyle çalışma 18 katılımcı ile sonlandırılmıştır. Bu araştırmada, verilerin toplanmasında olasılıksız örnekleme yöntemlerinden gönüllü/amaçlı örnekleme tekniği kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme, araştırmanın konusuyla doğrudan ilişkili bireylerden veri toplanmasını ve belirlenen amaç doğrultusunda ilgili deneyimlerin araştırmaya aktarılmasını sağlayan bir örnekleme tekniğidir (Johnson, Buehring, Cassell & Symon, 2007).

Araştırma Metodu

Çalışma kapsamında nitel araştırma (görüşme formu) ve doküman analizi tekniği birlikte kullanılmıştır. İlk olarak doküman analizi yöntemi ile alanyazını taraması ve İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü resmi web sayfasından gastronomik ürünler taranmıştır. Daha sonra elde edilen bu yöresel ürünlerin gastronomik sürdürülebilirliğinde Sakin şehir ünvanını yeni almış Safranbolu ilçesinde bulunan yerel işletmelerle görüşmeler yapılmıştır. Yöresel ürünlerin gastronomik unsur olarak etki durumunu değerlendirmek amacıyla katılımcılara yarı yapılandırılmış görüşme formu uygulanmıştır. Katılımcılardan gönüllü onam formları alınmıştır.

Verilerin toplanmasında yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Oluşturulan form Çavuşoğlu ve Altun'un (2023), Acar'ın (2016) ve Murat'ın (2024) çalışmalarından yararlanılarak hazırlanmıştır. Hazırlanan

görüşme formunda yer alan sorular anlaşılabilirlik ve veri toplamaya uygunluk bakımından “Gastronomi ve Mutfak Sanatları” ve “Turizm İşletmeciliği” alanındaki 5 akademisyenin görüşüne sunulmuştur. İlgili alan yazın doğrultusunda anket forumu 5 bölümden ve toplam 16 sorudan oluşmaktadır. Anket formunun birinci bölümünde katılımcıların demografik özellikleri, ikinci bölümünde gastronomik ürünlerin kullanım, üretim ve satış durumları ve üçüncü bölümünde de ürünlerin markalaşma ve coğrafi işaret potansiyeline yönelik bilinirlik, işletmede satışa sunulma durumu, markalaşma potansiyeli olup olmama durumu ve Coğrafi işaret alıp almamış olma durumları incelenmiştir.

Etik

Bu araştırmada kapsamında gerekli olan etik kurul izin belgesi Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulundan 28/01/2025 tarih ve 2025/02-62 sayılı karar/sayı numarası ile alınmıştır.

Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında toplanan verilerin ortalama, standart sapma ve sıklık analizlerinde SPSS 26 paket programı, kod teori modellerinin oluşturulmasında ise Maxqda Analytic Pro (24.7) programı kullanılmıştır. Çalışmada elde edilen nitel veriler, MAXQDA Analytic Pro (24.7) yazılımı kullanılarak içerik analizi yaklaşımıyla çözümlenmiş; bu süreçte kodlar ve temalar oluşturularak veriler sistematik biçimde değerlendirilmiştir. Kod teori modeli kapsamında ise ticari potansiyeli yüksek olarak belirtilen gastronomik ürünler ve satışı olduğu bildirilen yöresel gastronomik ürünler olmak üzere 2 Kod Teori Modeli oluşturulmuştur.

Bulgular

Araştırmaya Safranbolu Eski çarşı mevkinde bulunan yiyecek-içecek işletmelerinde çalışan 18 gönüllü katılmıştır. Katılımcılara ait demografik bilgiler Tablo 1’de gösterilmiştir.

Safranbolu’da Faaliyet Gösteren Restoran İşletmeleri Çalışanlarına Ait Bulgular

Araştırmaya katılan katılımcıların yaş ortalamaları $39,44 \pm 14,93$ yıldır. Katılımcıların %33,3’ü kadın, %66,7’si erkektir. Katılımcıların Karabük ili ortalama ikametgah süreleri $17,66 \pm 12,96$ yıl olup, işletmelerinde çalışma süreleri ortalama $8,61 \pm 9,10$ yıldır. Katılımcıların %55,6’sının gastronomi eğitimi aldığı, %44,4’ünün almadığı; %38,9’unun lise, %33,3’ünün lisans ve %27,8’inin lisans üstü mezunu olduğu görülmektedir (Tablo 1).

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcılar	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Düzeyi	Gastronomi Eğitimi	İkametgah süresi	İşl. Çalış. süresi
K1	Kadın	28	Lisans	Yok	4	1
K2	Erkek	35	Lisans	Yok	4	1
K3	Erkek	23	Lisans	Var	5	2
K4	Kadın	41	Lisans	Yok	8	1
K5	Erkek	45	Lisans	Yok	45	20
K6	Erkek	40	Lisans	Var	30	2
K7	Erkek	30	Lise	Yok	20	10
K8	Erkek	27	Lise	Var	15	2
K9	Erkek	24	Lisans	Var	5	5
K10	Kadın	54	Lise	Var	6	6

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri (devamı)

K11	Erkek	29	Lise	Var	29	9
K12	Kadın	59	Lise	Var	25	20
K13	Kadın	26	Lisans	Var	23	1
K14	Erkek	77	Lisans üstü	Yok	24	20
K15	Erkek	25	Lisans üstü	Var	5	1
K16	Kadın	56	Lise	Var	22	17
K17	Erkek	47	Lise	Yok	40	31
K18	Erkek	44	Lisans üstü	Yok	8	6

Sakin Şehire Yönelik Bulgular

Katılımcılara Sakin şehir hareketi hakkında yöneltilen sorulara verilen cevaplar incelendiğinde katılımcıların %61,1'i Sakin şehir hakkında bilgisi olduğunu, %27,7'si ilçeye Sakin şehir olması sebebiyle gelen turist olduğunu, %44,4'ü Sakin şehrin ilçe turizmine ya da işletmeye katkısı olduğunu düşündüğünü bildirdiği görülmektedir (Tablo 2). Sonuçlar katılımcıların Sakin şehrin turizme etkisi konusunda yeterli etkiye sahip olmadığı düşüncelerinde olduğunu göstermektedir. Sakin şehir yaklaşımı kapsamında gerçekleştirilen bir araştırmada, Şavşat'ın sürdürülebilir yerel kalkınmasına yönelik olumlu etkilerin çeşitliliğinin ve etki düzeyinin artırılabilmesi için; ilçe genelinde sakin şehir kriterlerine uygun ve katılımcı bir anlayışla planlamaların yapılması ve hayata geçirilmesi, unvanın toplumun tüm kesimlerince benimsenmesine yönelik çalışmalar yürütülmesi, ayrıca unvanın kazanılması sürecinde ortaya konan kurumlar arası iş birliği ve ortak faaliyetlerin devam ettirilmesinin gerekliliği vurgulanmaktadır (Öztürk, İpek, Kayacan, 2023).

Tablo 2. Sakin şehir Hareketine Yönelik Verilen Cevaplar

		n	%
Sakin şehir hakkında bilginiz var mı?	Evet	11	61,1
	Hayır	7	38,8
Sakin şehir olduğu için ilçeye gelen turist var mı?	Evet	5	27,7
	Hayır	7	38,8
	Bilmiyorum	6	33,3
Sakin şehrin turizme ya da işletmeye katkısı olduğunu düşünüyor musunuz?	Evet	8	44,4
	Hayır	5	27,7
	Bilmiyorum	5	27,7
	Toplam	18	100,0

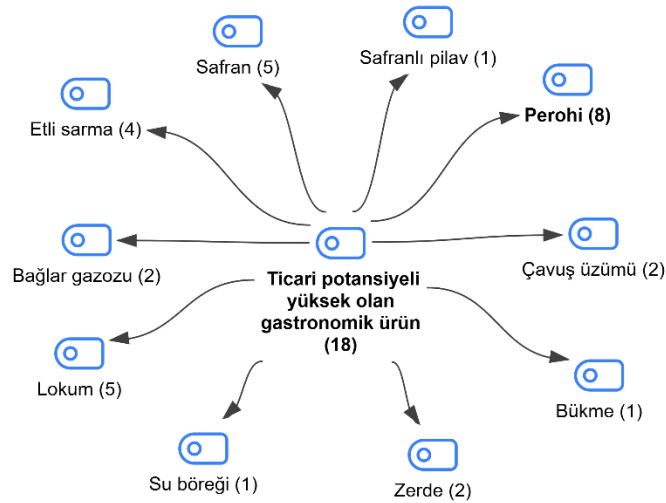
Sakin Şehir Kenti Safranbolu Genelinde Üretim ve Satışı Yapılan Yöresel Gastronomik Ürünlere İlişkin Bulgular

Sakin şehir Safranbolu Eski Çarşı bölgesindeki yiyecek-içecek işletmelerinde satışa sunulan yöresel ürünler hakkında katılımcıların verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların tamamı Safranbolu için ticari potansiyeli yüksek yöresel gastronomik ürün olduğunu, %77,8'i işletmelerde bu gastronomik ürünlerin satışının olduğunu, %61,1'i bu yöresel ürünlerin iş potansiyeline etkisi olduğunu bildirmiştir (Tablo 3).

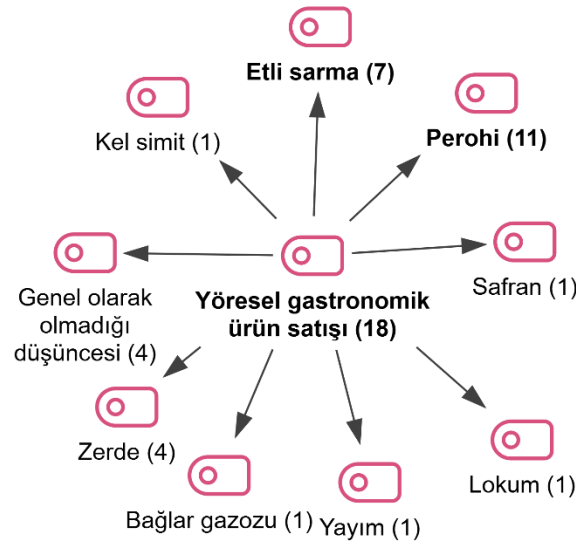
Tablo 3. Yöresel Gastronomik Ürünlere Yönelik Verilen Cevaplar

		n	%
Ticari potansiyeli yüksek olan yöresel bir gastronomik ürün var mıdır?	Evet	18	100,0
	Hayır	0	0,0
İşletmelerde yöresel gastronomik ürün satışı var mıdır?	Evet	14	77,8
	Hayır	4	22,2
Safranbolu'da yöresel gastronomik ürünlerin iş potansiyeline etkisi var mıdır?	Evet	11	61,1
	Hayır	7	38,9
	Toplam	18	100,0

Kod teori modeli ile katılımcıların bölgede ticari potansiyeli yüksek olduğunu bildirdikleri gastronomik ürünler değerlendirildiğinde en yüksek sayı ile (8 kişi) Perohi'yi bildirdikleri görülmektedir. Perohi'den sonra en fazla ticari potansiyeli olduğu bildirilen yöresel ürünler safran ve etli sarmadır (Şekil 1). K5, K6 ve K14 kodlu katılımcılar gastronomik ürünlerin her işletmede olmasa da satışa sunulduklarını fakat bu ürünlerin bilinçsiz ve yeterli tanıtımı yapılmadan işletmelerde satışa sunulduklarını ifade etmektedirler. Aynı şekilde K1 ve K2 kodlu katılımcılar bu gastronomik ürünlerin doğru pazarlama ile iş potansiyeline katkı sağlayacağı görüşünü bildirmektedir.

**Şekil 1.** Ticari Potansiyeli Yüksek Olarak Belirtilen Gastronomik Ürünler Kod Teori Modeli

İşletmelerde en fazla satışa sunulan gastronomik ürünlerin hangileri olduğu katılımcılara yöneltildiğinde kod teori modeli analizi ile yine en fazla oranda Perohi (11 kişi) ve Etili sarma (7 kişi)'nin turistlere/müşterilere sunulduğunu bildirdikleri görülmüştür (Şekil 2). Sakin şehir lezzetlerinin gastronomi turizmi açısından önemini incelediği Kuzey Kıbrıs örneği çalışmasında yapım, sunum ve lezzet özellikleri bakımından önemli çekicilik potansiyeline sahip 63 adet yöresel lezzet olduğu bildirilmiştir (Çavuşoğlu, 2023).



Şekil 2. Satışı Olduğu Bildirilen Yöresel Gastronomik Ürünler Kod Teori Modeli

Katılımcıların yöresel gastronomik ürünlerin reçetelerini nasıl temin ettikleri sorgulandığında %38,8'i yöre halkından, %38,8'i kendi aile üyelerinden, %16,6'sı yöresel yemek kitabından ve %1'i Türk Patent Kurumu resmi sitesinden temin ettiğini bildirmektedir (Tablo 4).

K1, K2, K5, K10, K11, K17 ve K18 yöresel gastronomik ürünlerin reçetelerini aile büyüklerinden; K3, K4, K7, K8, K12, K13 ve K14 ise yöre halkından elde ettiğini bildirmiştir. Bu sonuçlar yöresel gastronomik ürünlerin reçetelerinin çoğunlukla aile büyükleri ya da yöre halkından elde edildiğini göstermektedir.

Tablo 4. Yöresel Gastronomik Ürünlerin Reçetelerine Yönelik Verilen Cevaplar

	n	%	
Yöresel gastronomik ürünlerin reçetesini nereden elde ettiniz?	Yöre halkı	7	38,8
	Aile üyeleri	7	38,8
	Yemek Kitabı	3	16,6
	Türk Patent Kurumu	1	5,5
Reçetelerde değişiklik yapıyor mu?	Evet	5	27,7
	Hayır	7	38,8
	Bazen	6	33,3
Yöresel gastronomik ürünlere ait reçetelerin yazılı olduğu bir kaynak var mıdır?	Evet	8	44,4
	Hayır	10	55,5
	Toplam	18	100,0

Katılımcıların coğrafi işaret almış ve/veya yöresel olarak satışa sunulan gastronomik ürünlerin bilinirlik durumları incelendiğinde tüm katılımcılar tarafından Safranbolu safranı, Safranbolu lokumu, perohi ve bükmenin bilindiği; haluşka, oklava dolması, delioğlan sarığı ile ekşili kelle'nin ise katılımcılar tarafından çok az bilindiği görülmektedir. Katılımcılara bu gastronomik ürünlerin satışa sunulma durumlarının olup olmadığı sorusu yöneltildiğinde en fazla Perohi (%94,4), Safranbolu lokumu (%88,9), Yaprak dolması (%88,9), Safranbolu safranı (%83,3) ve bükme (%83,3)'nin satışa sunulduğu bildirilmiştir. Bu gastronomik ürünlerin markalaşma potansiyeli olup olmadığı sorulduğunda tüm katılımcıların Safranbolu safranının (%100) markalaşma potansiyeli olduğunu bildirdikleri, daha sonrasında ise en fazla markalaşma potansiyeli olduğu belirtilen ürünlerin Safranbolu lokumu (%94,4), perohi (%83,3) ve bükme (%83,3) olduğu görülmektedir (Tablo 5).

Safranbolu safranı, Safranbolu çavuşüzümü, Safranbolu ktır, Safranbolu lokumu, Safranbolu Maniye Domatesi, Yenice ıhlamur balı ve Eflani hindi bandırması Türkiye Türk Patent ve Marka Kurumu (TPK) tarafından coğrafi işaret almış yöresel gastronomik ürünlerdir (TPK, 2025). Katılımcılara bu gastronomik ürünlerin coğrafi işaret alıp almadığı sorusu yöneltildiğinde sadece Safranbolu safranı ve Safranbolu lokum için tüm katılımcılar coğrafi işaret aldığını bildiklerini ifade etmişlerdir (Tablo 5).

K1, K2 kodlu katılımcılar Safranbolu çavuşüzümü için coğrafi işaret almış olabilir, K5, K10 ve K14 coğrafi işaret almadığını düşündüğünü bildirmiştir. Safranbolu ktır için ise K2 ve K3 kodlu katılımcılar coğrafi işaret almış olabilir, K14 kodlu katılımcı ise coğrafi işaret almamış olduğunu ifade etmişlerdir. Coğrafi işaret almış gastronomik ürünlerden katılımcılar tarafından coğrafi işaret aldığı en az bilinen ürün Yenice ıhlamur balıdır (10 katılımcı). Bu durum Yenice ıhlamur balının 2023 yılı gibi yakın bir tarihte coğrafi işaret almış olmasından kaynaklı olabilir. Ayrıca katılımcılardan K9, K10 ve K12 Perohi'nin coğrafi işaretli ürün olduğunu, K1, K2, K3 K4, K7 ve K8'de olabileceğini; katılımcılardan K1, K7 ve K9 bükme'nin coğrafi işaretli ürün olduğunu, K2, K3, K4, K8, K10 ve K12 ise olabileceğini ve katılımcılardan K1, K3, K7 ve K11 Zerde'nin coğrafi işaretli ürün olduğunu, K4, K6, K8 ve K12 ise olabileceğini ifade etmiştir. Bu durum bu gastronomik ürünlerin bilinirlik ve satış profiline yüksek olmasına bağlı olarak coğrafi işaret alabilecek potansiyele sahip ürünler olduğunu göstermektedir. Sakin Şehir restoranlarında yöresel gastronomik ürün kullanımını inceleyen bir çalışma sonucunda da Gökçeada yiyecek içecek kültürüne ait 14 adet ticarileşme, markalaşma ve coğrafi tescil potansiyeli yüksek yöresel ürün olduğu bildirilmiştir (Çavuşoğlu ve Altun, 2023). Yapılan bir başka çalışmada da Sakin şehir kapsamında olan Seferihisar'ın yöresel yemekleri incelenmiş ve 39 üzerinde yöresel yemek ve gıda olduğu bildirilmiştir (Demir, 2023). Bu veriler Sakin şehir ünvanı alan destinasyonların yöresel gastronomik ürünler bazında ele alınması gerektiğini ve yöresel yemeklerin gastronomi turizmi açısından çekicilik unsuru oluşturduğunu göstermektedir.

Tablo 5. Katılımcıların Yöneltilen Gastronomik Ürünlerin Bilinirlik, Satışa Sunulma, Markalaşma ve Coğrafi İşaret Alma Durumu Bildirimleri

	Bilinirlik		Satışa Sunulma Durumu				Markalaşma Potansiyeli				Coğrafi İşaret Alma							
	Var		Yok		Var		Yok		Var		Yok		Var		Yok		Olabilir	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Safranbolu Safran	18	100	0	0	15	83,3	3	16,7	18	100	0	0	18	100	0	0	0	0
Safranbolu Çavuşüzümü	14	77,8	4	22,2	2	11,1	16	88,9	11	61,1	7	38,9	13	72,2	3	16,7	2	11,1
Safranbolu Ktır	14	77,8	4	22,2	11	61,1	7	38,9	14	77,8	4	22,2	15	83,3	1	5,6	2	11,1
Safranbolu Lokumu	18	100	0	0	16	88,9	2	11,1	17	94,4	1	5,6	18	100	0	0	0	0
Safranbolu Maniye Domatesi	14	77,8	4	22,2	8	44,4	10	55,6	8	44,4	10	55,6	14	77,8	3	16,7	1	5,6
Yenice ıhlamur Balı	13	72,2	5	27,8	5	27,8	13	72,2	14	77,8	4	22,2	10	55,6	6	33,3	2	11,1
Eflani Hindi Bandırması	15	83,3	3	16,7	12	66,7	6	33,3	13	72,2	5	27,8	13	72,2	4	22,2	1	5,6
Uzun Fasulye Yemeği	9	50	9	50	3	16,7	15	83,3	3	16,7	15	83,3	0	0	17	94,4	1	5,6
Dilme Fasulye Yemeği	5	27,8	13	72,2	1	5,6	17	94,4	2	11,1	16	88,9	1	5,6	16	88,9	1	5,6
Et Yemeği	8	44,4	10	55,6	5	27,8	13	72,2	2	11,1	16	88,9	0	0	17	94,4	1	5,6
Perohi	18	100	0	0	17	94,4	1	5,6	15	83,3	3	16,7	3	16,7	9	50	6	33,3
Yayım	12	66,7	6	33,3	11	61,1	7	38,9	8	44,4	10	55,6	1	5,6	13	72,2	4	22,2
Ekşili Kelle	4	22,2	14	77,8	1	5,6	17	94,4	1	5,6	17	94,4	0	0	17	94,4	1	5,6
Yaprak Dolması	13	72,2	5	27,8	16	88,9	2	11,1	9	50	9	50	1	5,6	13	72,2	4	22,2
Kuru Çörek	8	44,4	10	55,6	3	16,7	15	83,3	5	27,8	13	72,2	0	0	15	83,3	3	16,7
Sini Çöreği	5	27,8	13	72,2	0	0	18	100	3	29,8	15	70,2	0	0	17	94,4	1	5,6
Göbü	10	55,6	8	44,4	10	55,6	8	44,4	10	55,6	18	44,4	1	5,6	11	61,1	6	33,3
Bükme	18	100	0	0	15	83,3	3	16,7	15	83,3	3	16,7	3	16,7	9	50	6	33,3
Zerde	16	88,9	2	11,1	12	66,7	6	33,3	11	61,1	7	38,9	4	22,2	10	55,6	4	22,2
Höşmerim	6	33,3	12	66,7	0	0	18	100	1	5,6	17	94,4	0	0	17	94,4	1	5,6
Un Helvası	6	33,3	12	66,7	1	5,6	17	94,4	0	0	18	100	0	0	17	94,4	1	5,6
Delioğlan Sarığı	4	22,2	14	77,8	0	0	18	100	0	0	18	100	0	0	17	94,4	0	0
Oklava Dolması	5	27,8	13	72,2	1	5,6	17	94,4	0	0	18	100	0	0	18	100	0	0
Çingene Baklavası	7	38,9	11	61,1	1	5,6	17	94,4	3	16,7	15	83,3	0	0	18	100	0	0
Haluşka	4	22,2	14	77,8	2	11,1	16	88,9	0	0	18	100	0	0	18	100	0	0

Tartışma ve Sonuç

Gastronomi yerel lezzetleri koruyarak tüketicinin damak zevkine uygun bir biçimde sunmayı ve mutfak kültürünün sürdürülebilirliğinin sağlanmasını hedefleyen bir bilim dalıdır. Gastronomi disiplininin sürdürülebilirlik hedefleri Sakin şehir hareketi temel prensiplerinden yavaş yeme (slow food) hareketini kapsamaktadır. Sakin şehir hareketi temelinde gastronomi turizmi destinasyona gelen ziyaretçilerin yöresel ürün pazarlarını görme, yöresel ürünleri tatma ve deneyimleme uygulamalarıdır. Bölgenin turizm kalkınması için destinasyona özgü mutfak kimliklerinin, tarihinin ve doğal güzelliklerinin tümünün harmanlanarak turistlere pazarlanması gerekmektedir (Güneş & Sabur, 2023). Son yıllarda, yerel ürünlerin turizm destinasyonları ve yavaş şehirlerdeki kullanımı üzerine yapılan araştırmaların sayısı artış göstermektedir. Konunun farklı bakış açıları ve yöntemlerle ele alınması, çalışmaların kapsamını derinleştirerek özgün fikirlerin ortaya çıkmasına katkı sağlayacaktır (Eren & Yeni, 2023).

Araştırma kapsamında Sakin şehir ilan edilen Safranbolu ilçesinin Eski Çarşı mevkinde bulunan yiyecek-içecek işletmelerinde işletmeci/şef olarak çalışan 18 gönüllü birey ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara yöresel gastronomik ürünlerin kullanımı, işletme iş potansiyeline etkisi, bilinirliği, markalaşma potansiyeli, coğrafi işaret tescil alma durumu ile Sakin şehir hareketinin bilinirlik, kent ve turizm üzerine etkisine yönelik sorular yöneltilmiştir. Araştırma bulguları incelendiğinde katılımcıların verdikleri cevaplar Safranbolu'nun Sakin şehir ilan edilmesinin gastronomik ürün satışı ve turizm üzerine etkilerinin henüz yeterli olmadığını daha çok UNESCO Dünya Miras Listesinde yer almasının etkili olduğunu göstermektedir. Safranbolu'nun Sakin şehir olduğu bilgisinin sadece turizm sektörü işletmelerine değil tüm işletmelere duyurulması ve yeterli tanıtımların yapılması gerektiğini göstermektedir.

Yöresel yemekler genel olarak, üretildiği-tüketildiği il dışında farklı illerde de tüketilmekte olup farklı isimlerle anılmaktadır. Fakat perohi gibi bazı yöresel yemekler il yöresel restoranları dışında çok fazla hazırlanmamaktadır ve bu durum bu yemeklerin geri planda kalmasına sebep olmaktadır. Bu da yöresel yemeklerin unutulmasına yol açabilmektedir (Yurt & Bayraklı, 2022). Sakin şehir unvanlı şehirlerde yapılan gastronomi turizmi temalı çalışmalarda yöresel gıdaların öneminin vurgulanması, bölgeye ait yöresel yiyecek içecek kültürünün korunması, yörede üretilen gıdaların yerel ekonomiye daha çok katkı sağlaması ve üretimi yapılan yöresel gıdaların daha çok tanıtılması gerektiğini vurgulanmaktadır (Çavuşoğlu, 2023). Yapılan bir başka çalışmada da Göynük'ün "Sakin şehir" unvanı almasıyla birlikte yöresel yemeklerin tercih edilme oranında artış olduğu, ilçeye turizm amacıyla gelen ziyaretçilerin yöresel ürünlere daha fazla ilgi gösterdiği fakat işletmelerin satış kaygısı nedeniyle menülerinde yöresel ürünlere yeterince ağırlık vermedikleri belirtilmiştir (Yurt, 2024). Yapılan bu çalışmada diğer çalışmalar ile benzerlik göstermektedir.

Çalışma kapsamında Safranbolu yöresel gastronomik ürünlerinin bilinirlik, turizm ve satış potansiyeli incelendiğinde katılımcıların Safranbolu safranının, perohinin ve etli sarmanın satış ve markalaşma potansiyelinin yüksek olduğunu bildirdikleri fakat pazarlama uygulamalarında işletmelerin yeterli olmadıklarını dile getirdikleri görülmekte olup ayrıca bu ürünlerin coğrafi işaret tescili alma durumları hakkında katılımcıların bilgileri incelendiğinde ise TPK Coğrafi işaret tescili listesine girmiş olan 7 üründen (Safranbolu safranı, Safranbolu çavuşüzümü, Safranbolu kıtırı, Safranbolu lokumu, Safranbolu maniye domatesi, Yenice ıhlamur balı ve Eflani hindi bandırması) sadece Safranbolu safranı ve Safranbolu lokumunun tüm katılımcılar tarafından coğrafi işaret almış ürünler olarak bilindiği görülmektedir. 2023 yılında coğrafi işaret almış olan Yenice ıhlamur balının ise coğrafi işaretli ürün olmasına rağmen işletmeler tarafından bilinmediği ve satışa sunulmadığı görülmektedir. Bu durum

coğrafi işaret tescilli ürünler hakkında işletme çalışanlarına yeterli bilgilendirme ve tanıtımların yapılması gerektiğini göstermektedir.

Katılımcıların bilgi ve farkındalıklarının yetersizliği yerel ürün isimlerinin tanıtım ve pazarlama eksikliklerini ortaya çıkarmaktadır (Eren & Yeni, 2023). Yöresel ürünler hakkında yazılı belge eksikliğinin giderilmesi ve yerel halkın bu konular hakkında bilgilendirilmesi sürdürülebilir gastronomi turizmine katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

Yurt ve Dinvar'ın (2024) yaptığı çalışmada Safranbolu'da sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında coğrafi işaret tescilli alma potansiyeli en güçlü olan gastronomik ürünleri; perohi, Safranbolu bükmesi, oğmaç çorbası, uzun pakla, etli keşkek, safranlı zerde ve karadut şerbeti olarak bildirmiştir (Yurt & Dinvar, 2024). Yapılan bu çalışmada Safranbolu Belediye sayfasından yer alan bilgilerden elde edilerek katılımcılara yöneltilen yöresel yemekler hakkındaki bulgular incelendiğinde perohi, bükme ve zerdenin coğrafi işaret alma potansiyelinin yüksek olduğu katılımcıların verdiği cevaplardan elde edilen sonuçlardan anlaşılmaktadır. Sonuçlar yöresel olarak satışı yüksek olan bu gastronomik ürünlere yönelik coğrafi işaret tescilli alma planlamalarının gerçekleştirilebileceğini göstermektedir.

Çalışmalar işletmelerde coğrafi işaretli ürünlere yer verilmesinin yerel mutfak açısından yerel üreticiyi destekleme, mutfağın gelişimini destekleme, ürünlerin tanınırlığının artırması gibi kriterlere fayda sağlayacağını bildirmektedir (Güleç & Çömert, 2022; Altundağ & Atik, 2024). Bu çalışma sonuçları da yapılan diğer çalışmalar ile benzerlik göstermektedir.

Yöresel gastronomik ürünler, organik olmaları sebebiyle turistler tarafından tercih edilen ürünler konumundadır. Yapılan bir çalışmada Seferihisar'a ait gastronomik ürünlerin, yazılı basında veya sosyal medya üzerinden yeterli düzeyde tanıtıldığı belirtilmektedir (Karatepe, 2021). Yapılan bir başka çalışmada Sakin şehir ağına dahil olan Gökçeada'nın yöresel gastronomik ürünlerinin turistler tarafından tercih edilmesine rağmen üretim ve satışlarının yeterince desteklenmediği, bilimsel olarak kayıt altına alınmaları konusunda yetersiz çaba sarf edildiği ve sunum düzeyinin düşük olduğu belirtilmiştir (Çavuşoğlu & Altun, 2023). Yapılan bir başka çalışmada ise Göynük, Taraklı ve Mudurnu ilçeleri yiyecek-içecek işletmecileri işletmelerinde yöresel yemek sunumuna istekli olmalarına rağmen, Taraklı ve Mudurnu ilçelerinde turistlerin düşük ve istikrarsız talepleri nedeniyle maliyet kaygısı yaşadıklarını ve bu sebeple idealist bakış açılarını gerçekleştiremedikleri belirtilmiştir (Genç, 2022). Yapılan bu çalışmada ise katılımcıların tamamının yöresel ürünleri bilmelerine rağmen işletmelerinde tamamını satışa sunmadıkları görülmektedir. Ayrıca yöresel ürünler için ticari potansiyeli olduğu tüm katılımcılar tarafından belirtilmesine rağmen katılımcıların %61,1'i yöresel gastronomik ürünlerin iş potansiyeline etki edebileceğini bildirmektedir. Bu durum araştırmaya katılan işletme çalışan/yöneticilerinin çoğunun yöresel gastronomik ürünleri potansiyel satış aracı olarak görmediğini göstermektedir.

Yöresel gastronomik ürünler bir bölge ya da kentin turizm pazarına katkı sağlayan önemli öğelerden birisidir. Safranbolu'nun UNESCO Dünya Miras Listesinde yer alması ve Sakin şehir ağına dahil olması yavaş yeme hareketi kapsamında gastronomi turlarının yöreyi tercih etmesini ve turistlerin yöresel ürünleri tercih etme ve deneyimleme taleplerini öne çıkmasına katkı sağlamaktadır. Yapılan bu çalışma Karabük iline ait 7 coğrafi işaret tescilli almış ürüne ek olarak 18 yöresel yemek ve tatlının bulunduğunu göstermektedir. Çalışmaya dahil olan işletme yöneticileri/şefleri bölgenin turizm pazarına ve ekonomisine katkı sağlayacak gastronomik ürünlerin olduğunu fakat bu ürünlerin yeterli pazarlama ve tanıtımlara sahip olmadığını belirtmektedir. Yapılan bir başka çalışmada Sakin şehir lezzetleri kapsamında Kuzey Kıbrıs incelenmiş ve gastronomik olarak 63 adet yöresel lezzetin olduğu bildirilmiştir. Ayrıca

bölgeye ait yöresel yiyecek içecek kültürünün bölge gastronomi turizmine katkısı olduğu vurgulanmaktadır (Çavuşoğlu, 2023).

Sakin şehir unvanına sahip şehirlerde gerçekleştirilen gastronomi turizmi odaklı araştırmalarda, yöresel gıdaların önemine dikkat çekilmekte; bölgeye özgü yiyecek-içecek kültürünün korunması, yerel ürünlerin bölge ekonomisine daha fazla katkı sunması ve üretilen gıdaların tanıtımının güçlendirilmesine yönelik önerilere aşağıda yer verilmektedir:

- Sakin şehir olan Safranbolu'ya ait yöresel yiyeceklerin gastronomi turizmi kapsamında yoğun tanıtımının yapılmasına önem verilmelidir.
- Sakin şehir olan Safranbolu'da bulunan yöresel ürün satışlarına sahip işletme çalışan ve yöneticilerine yöresel ürünlerin gastronomi turizmine etkisi temalı eğitimler verilmelidir.
- Sakin şehirlere ait yöresel yiyecekler, Coğrafi İşaret tescili yapılarak markalaşmaya önem verilmeli ve işletmeler bu konuda bilgilendirilmelidir.
- Sakin şehirlerin bulunduğu bölgelerde turizm sezonunun uzatılması ve yöresel gıda ürünlerinin satışının artırılması amacıyla, bölgeye turist getiren acenteler ve tur operatörleriyle iş birliği yapılarak yıl boyunca gastronomi turlarının düzenlenmesine yönelik çalışmaların desteklenmesi gerekmektedir.
- Yöresel gastronomik ürünlerin sürdürülebilirliğini desteklemek amacıyla oluşturulabilecek yeni strateji ve yaklaşımların Turizm Bakanlıkları, Ticaret Bakanlıkları, Tarım ve Orman Bakanlıkları ile yerel belediyeler tarafından ele alınmalıdır. Bu stratejiler, yerel halkın daha etkin bir şekilde katılımını sağlama, turistik çekiciliği artırma ve geleneksel değerlere olan bağlılığı güçlendirme gibi unsurları içerebilir.

Bu öneriler ışığında, Safranbolu yöresinin zengin mutfak kültürünün sürdürülebilirliğini daha etkin bir şekilde desteklemek adına yeni araştırmaların ve uygulamaların gerçekleştirilmesi önemli olacaktır. Çalışma sonuçları Sakin şehir unvanının bilinirliği ve etkisinin gastronomik ürünlere sahip Safranbolu destinasyonunda düşük olduğunu göstermektedir. Bu durumun nedenlerine dair ileriki çalışmalarda daha derinlikli sorgulamalar yapılabilir.

Beyan

Bu araştırmada kapsamında gerekli olan etik kurul izin belgesi Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulundan 28/01/2025 tarih ve 2025/02-62 sayılı karar/sayı numarası ile alınmıştır.

KAYNAKÇA

- Acar, Y. (2016). *Turistlerin Sakin Şehirleri Tercih Nedenleri, Memnuniyet Düzeyleri ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetleri: Türkiye'deki Sakin Şehirlerin Değerlendirilmesi*. (Doktora Tezi, Aksaray Üniversitesi).
- Altundağ, Ö. Ö. (2018). Turistlere sunulan yöresel yemeklerin makro ve mikrobesein ögesi içeriğinin sağlık boyutu: Safranbolu ilçesi örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 16-28. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/saktad/issue/36816/409419>
- Altundağ, Ö. Ö., & Atik, S. (2024). Gastronomi mirası coğrafi işaretli içeceklere turizm akademisyenlerinin bakış açısı. *Tourism and Recreation*, 6(2), 246-261. <https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1435711>

- Arana, C. D. P., & Zúñiga, E. M. (2022). How to define gastronomic identity from Cultural Studies: The Peruvian case. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 27, 100476. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100476>
- Bulut, A., & Adıgüzel, Ş. (2024). Türkiye’den bir sakin kent örneği: Halfeti. *Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 48-56. <https://doi.org/10.58588/aru-jfeas.1410498>
- Cheng, D., Wu, J., Chen, X. S., & Zhou, Y. (2024). Never eat foods that are not in season: The commodification and authentication of gastronomic identity in tourism. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 38, 101035. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.101035>
- Çiğerci, İ., & Turan, M. (2023). Dışsallık Ekseninde Cittaslow Hareketi: Seferihisar İncelemesi. *Gümrük ve Ticaret Dergisi*, 10(34), 40-56.
- Cittaslow. (2025). *Virtuous Mayors and Cities*. <https://www.cittaslow.org/> (Erişim Tarihi: 01.03.2025)
- Cittaslow Türkiye. (2025). *Cittaslow Türkiye Ağı*. <https://cittaslowturkiye.org/tr/uye-kentler/> (Erişim Tarihi: 01.03.2025)
- Cvijanović, D., Ignjatijević, S., Vapa Tankosić, J., & Cvijanović, V. (2020). Do local food products contribute to sustainable economic development?. *Sustainability*, 12(7), 2847. <https://doi.org/10.3390/su12072847>
- Çavuşoğlu, M. (2023). Yöresel cittaslow şehir lezzetlerinin gastronomi turizmi açısından önemi: Kuzey Kıbrıs örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 7(2), 407-418. <https://doi.org/10.32958/gastoria.1368959>
- Çavuşoğlu, O., & Altun, Ö. (2023). Cittaslow şehir restoranlarında yöresel gastronomik ürün kullanımı: Gökçeada (İmroz) örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 49-65. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2023.1196>
- Demir, S. (2023). Yavaş şehirlerde yöresel yemeklerin ve konfor gıdaların bilinirliği üzerine bir çalışma: Seferihisar örneği (Master's thesis, Dokuz Eylül Üniversitesi (Turkey)).
- Eren, S., & Yeni, M. (2023). Yerel ürün ve yavaş şehir ilişkisi üzerine bir video analizi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 2023, 6(3), 1068-1082. <https://doi.org/10.33083/joghat.2023.322>
- Farelnik, E. (2020). Cooperation of slow cities as an opportunity for the development: An example of Polish national cittaslow network. *Oeconomia Copernicana*, 11(2), 267–287. doi: <https://doi.org/10.24136/oc.2020.011>
- Genç, K. (2022). Sakin şehir (Cittaslow) restoranlarının yöresel yemek sunumu üzerine işletmeci görüşlerinin belirlenmesi. *Journal of Global Tourism And Technology Research*, 3(1): 30-41. <https://doi.org/10.54493/jgtr.1061917>
- Gillespie, C. (2006). *European Gastronomy Into The 21 St Century*. Elsevier: U.K.
- Güleç, H., & Cömert, M. (2022). Coğrafi işaretli ürünlerin yiyecek içecek işletmeleri gözünden değerlendirilmesi: Ankara örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 10(3), 2144-2165. <https://doi.org/10.21325/jotags.2022.1086>
- Güleç, M., & Şahinalp, M. S. (2022). Yavaş şehirlerde yaşayan halkın “yavaş şehir” statüsüne bakışı. *Coğrafya Dergisi*, (45), 15-32. <https://doi.org/10.26650/JGEOG2022-1074720>

- Güneş, S. G., & Sabur, D. G. (2023). Lezzet turları ve slow food hareketi. *Toros University Journal of Food Nutrition and Gastronomy*, 2(1), 105-123. <https://doi.org/10.26809/joa.7.3.02>
- Husák, J. (2009). *Local food products and sustainable development of rural areas*. Proceedings of the Hradecke Ekonomické Dny 2009 DIL 1 (pp. 199-203). Hradecke, Čeština
- Johnson, P., Buehring, A., Cassell, C. & Symon, G. (2007). Defining qualitative management research: An empirical investigation. *Qualitative Research in Organizations and Management*, 2(1), 23-42.
- Karatepe, B. (2021). *Cittaslow Hareketi ve Yöresel Gastronomik Ürünlerin Sürdürülebilirliği: Seferihisar Örneği* (Yüksel Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Kocaman, M., & Kocaman, E. (2019). Yavaş şehir modelinde kültürel ve gastronomik ürünler ile marka şehir oluşturmak: Zile örneği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18 (35), 837-850 <https://acikerisim.ticaret.edu.tr/server/api/core/bitstreams/afdfa571-e651-4527-ba28-16fa5c85e873/content>
- Murat, E. (2024). *Cittaslow Hareketinin Mutfak Kültürü ve Coğrafi İşaretli Ürünler Katkısının İncelenmesi: Cittaslow Perşembe Örneği (Ordu)* (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Topkapı Üniversitesi).
- Nilsson, J. H., Svärd, A. C., Widarsson, Å., & Wirell, T. (2011). Cittaslow'eco-gastronomic heritage as a tool for destination development. *Current Issues in Tourism*, 14(4), 373-386. <https://doi.org/10.1080/13683500.2010.511709>
- Orhan, F., & Tavuz, M. (2024). Yerel Halkın Cittaslow (Sakin Şehir) Hareketine Yönelik Algılarının Belirlenmesi: Kemaliye Örneği. *Menba Kastamonu Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesi Dergisi*, 10(3), 174-186. <https://doi.org/10.58626/menba.1554025>
- Öztürk, A., İpek, F., & Kayacan, B. (2023). Cittaslow (sakin şehir) yaklaşımının sürdürülebilir yerel kalkınmaya etkisi: Şavşat örneği. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(1), 187-208. <https://doi.org/10.33206/mjss.1143649>
- Özcan Alp, G. (2024). Cittaslow through the lens of sustainable urban development: a comparative analysis of Italy and Türkiye cases. *Regional Studies, Regional Science*, 11(1), 256-270. <https://doi.org/10.1080/21681376.2024.2329601>
- Safranbolu Kültür ve Turizm Vakfı, (2018). <https://www.youtube.com/watch?v=aviZTc0Fzvo&t=121s>. (Erişim Tarihi: 01.03.2025)
- Safranbolu Belediyesi (2024). Safranbolu'ya Uluslararası Bir Başarı Daha. <https://www.safranbolu.bel.tr/haberler/safranboluya-uluslararası-bir-başarı-daha> (Erişim Tarihi: 02.04.2025)
- Şengün H., Kara A. (2021). Cittaslow: Türk şehirleri için şemsiye markalama. *Upravljenets – The Manager*, 12 (3), 81–90. <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2021-12-3-7>
- Temizkan, S. P., & Uslu, A. N. (2023). Safranbolu'daki yenilebilir otlar ve yemeklerde kullanımı. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(1), 434-452. <https://doi.org/10.21325/jotags.2023.1200>
- Torusdağ, G. B. (2024). Kırsal turizm literatüründe gastronomi ve yerel gıda çalışmalarına ilişkin bibliyometrik bir analiz. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 12(3), 2233-2262. <https://doi.org/10.21325/jotags.2024.1486>

- Töre Başat, H., Sandıkçı, M., & Çelik, S. (2017). Gastronomik kimlik oluşturmada yöresel ürünlerin rolü: ürünlerin satış ve pazarlanmasına yönelik bir örnek olay incelemesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(2), 67-76. <https://doi.org/10.21325/jotags.2017.112>
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2025). Türkiye'nin Coğrafi İşaretleri. <https://ci.turkpatent.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 01.03.2025)
- Türker, N., & Süzer, Ö. (2022). Tourists' food and beverage consumption trends in the context of culinary movements: The case of Safranbolu. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 27, 100463. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100463>
- Uslu, A. N., Ayyıldız, S., & Yumuk, Y. (2022). Sokak satıcıları açısından safranbolu'daki sokak lezzetlerinin değerlendirilmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 10(4), 2955-2972. <https://doi.org/10.21325/jotags.2022.1125>
- Yerli, Y. (2020). *Yavaş Şehir Yalvaç Yemeklerinin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi* (Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi).
- Yurt, İ., & Bayraklı, B. (2022). Safranbolu'da yöresel bir lezzet: Peruhi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 270-287. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/saktad/issue/72444/1143138>
- Yurt, İ., & Dinvar, Ş. (2024). Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında coğrafi işaret tescili alabilecek ürünlerin değerlendirilmesi: Safranbolu örneği. *Aydın Gastronomy*, 8(2), 413-425. https://doi.org/10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v08i2009
- Yurt, İ. (2024). Yöresel yemek kültürünün sürdürülebilirliği üzerine bir araştırma: Sakin şehir Göynük Örneği. *Kent Akademisi*, 17(4), 1531-1544. <https://doi.org/10.35674/kent.1428712>

Sustainability of Local Products: The Case of Cittaslow City Safranbolu**Özlem ÖZER ALTUNDAĞ**

Karabük University, Safranbolu Faculty of Tourism, Karabük/Türkiye

Extended Summary

Cittaslow, a movement that aims to protect local identity and make cities more livable, offers an alternative model for cities facing the effects of globalization. Safranbolu is one of the important representatives of this movement in Turkey and draws attention with both its inclusion in the UNESCO World Heritage List and its inclusion in the Cittaslow network. Safranbolu's gastronomic heritage, historical background and rich food culture are the focus of this study (Nilsson, Svärd, Widarsson & Wirell, 2011). The slow city movement is not only a movement of thought but also a set of practices that affect the economic, social, cultural and administrative dimensions of the destination. The main objectives of the slow city movement include sustainable urban development based on local resources, equal urban infrastructure services, providing areas where city dwellers can have fun and relax, protecting the natural environment, encouraging environmentalist attitudes among city dwellers, protecting the historical texture of cities, restoring historical buildings, giving importance to urban aesthetics and encouraging the use of local products (Güleç & Şahinalp, 2022).

Gastronomy, in its broadest sense, is a science that investigates and interprets food and beverages in social, economic and geographical contexts that deal with the origins of cultures (Gillespie, 2006). Gastronomy is a social construct; it is a product of the market and a recurring theme of everyday life. Therefore, trends change with the changes that society experiences at a given time. Gastronomy is therefore not only a set of actions around the food process (food and nutrition), but also has its fundamental reference in culture, as human beings attach a set of meanings to different elements and actions related to food, which can be social, economic, religious or traditional. These meanings are shaped within culture (Arana & Zúñiga, 2022). The act of eating is an act that has been blended with the culture in which human beings have lived for centuries. The gastronomic identity of a region is formed by the culinary culture of that destination (Töre Başat, Sandıkçı & Çelik, 2017).

Natural local food products are effective in the slow city identity of the destination. The Cittaslow movement, which encourages the use of local resources, is a movement that emphasizes local flavors and supports gastronomy tourism. All slow cities in Turkey have unique cultural, natural and gastronomic values (Yerli, 2020). The promotion of local food products is important not only to increase the demand for local food products, but also for a stronger cooperation between farmers and local residents and between rural and urban populations (Husák, 2009). The local product needs to ensure ecological sustainability, social justice, democracy, better nutrition and food safety, quality and freshness. Research studies in today's local food markets seek to reveal not only a consumer behavior perspective on local foods, but also the perceptions of producers selling local food products through established direct marketing channels (Cvijanović, Ignjatijević, Vapa Tankosić & Cvijanović, 2020).

Safranbolu's culinary culture generally consists of pastries and desserts. Turks and Greeks living together during the Ottoman period exchanged culture and food. Peruhi is one of the first dishes that come to mind among these flavors. Peruhi is a kind of Greek ravioli. The effect of this dish, which was inherited by the Turks, still continues in different regions (Safranbolu Culture and Tourism Foundation, 2018). Some of the local dishes belonging to

Safranbolu cuisine include bending, yayım, göbü, black mancar, katlaç, peruhi, water pastry, stuffed leaves with meat, delioğlan turban, stuffed rolling pin, gypsy baklava, saffron zerde and halushka (Safranbolu Municipality, 2024). As local products, Safranbolu saffron, Turkish delight, sergeant berry, crisp, maniye tomato, Yenice linden honey and Eflani turkey bandırma are also geographically marked products (Turkish Patent and Trademark Office, 2025). In addition, food and beverages such as vineyard soda, saffron tea, saffron coffee, bald bagel, kiren sherbet and black mulberry juice are among the local street flavors offered for sale in Safranbolu (Uslu, Ayyıldız & Yumuk, 2022). The aim of this study is to evaluate the use, production and sales practices of gastronomic local food products, which have significant effects on the preferences of visitors/tourists, in businesses within the scope of Cittaslow city in Safranbolu.

In the study, a semi-structured interview form was used by utilizing qualitative data collection techniques. The participants to be determined within the scope of the interview consisted of managers and chefs of food and beverage businesses operating in the Old Bazaar area of Safranbolu, the study population. Questionnaire questions consisting of four main sections (demographic information, product usage, production and sales, branding and geographical indication potential, cittaslow awareness) were applied to the participants. Within the scope of the research, interviews were conducted with 18 managers/supervisors of 18 enterprises, and as a result of the study data, the awareness of the Cittaslow identity, the use of local products in enterprises, the awareness of geographical indication products and gastronomic marketing strategies of the operators were analyzed. SPSS 26 package program was used for mean, standard deviation and frequency analysis of the data collected within the scope of the research, and Maxqda Analytic Pro (24.7) program was used to create code theory models. In addition, the ethics committee permission required within the scope of the research was obtained from Karabük University Social and Human Sciences Research Ethics Committee with the decision/number number 2025/02-62 dated 28/01/2025.

When the findings are evaluated, it is revealed that the participants have knowledge about Cittaslow, but they are insufficient in reflecting this identity to business activities. Participants were aware of the commercial potential of local gastronomic products such as saffron, peruhi and meat rolls, but they reported that they did not have sufficient strategies for the promotion and marketing of these products. The fact that local gastronomic products with geographical indications, especially those with geographical indications other than Safranbolu saffron and Turkish delight, are not recognized, necessitates an increase in awareness-raising and promotional activities on this issue. This situation reveals that geographical indication information should be provided more effectively to businesses and tourism professionals. In addition, the data show that peruhi, bending and zerde are the gastronomic local products that are seen to be closest to recognition and branding.

The study data show that the recipes of local food products are generally obtained from family elders or local people and the level of utilization of written sources is low. This shows that gastronomic knowledge in the region is maintained through oral transmission, but this is insufficient in terms of continuity and printed publication impact. In addition, some of the participants emphasized that if gastronomic local products were marketed consciously, they would contribute significantly to the business potential.

In conclusion, Safranbolu's Cittaslow identity and gastronomic values have the potential to support both tourism revenues and urban branding. Especially the presence of geographically marked gastronomic products and the diversity of local dishes are elements that can contribute to tourism. However, in order to fully realize this

gastronomic potential, local governments, tourism authorities and businesses need to work in cooperation and take strategic steps in the promotion, registration, documentation and marketing of gastronomic local products and to highlight the Cittaslow identity through these steps. Safranbolu, as a Cittaslow city, can move much further towards becoming a sustainable gastronomy destination if written resources are increased, trainings are expanded and supported by concrete projects. In future studies, examining and evaluating gastronomic elements in the evaluation of cities and cities within the scope of the Cittaslow movement may reveal qualities that contribute to the field of the effect of local gastronomic products on Cittaslow identity, which is missing in the literature, and may bring new information to the literature as gastronomic effects.

Ek 1. Etik Kurul İzni



T.C.
KARABÜK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu

TOPLANTI TARİHİ: 28.01.2025
TOPLANTI NO : 2025/02

Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu toplanmış ve aşağıdaki kararı almıştır.

Karar 62:

20.02.2024 tarih ve E. 415388 sayılı Dr. Öğr. Üyesi Özlem ÖZER ALTUNDAĞ'ın Etik Kurul form ve ekleri görüşüldü.

Karabük Üniversitesi öğretim üyelerinden Dr. Öğr. Üyesi Özlem ÖZER ALTUNDAĞ'ın danışmanlığında yürütülen “**Yöresel Ürünlerin Sürdürülebilirliği: Cittaslow Şehir Safranbolu Örneği**” konulu çalışma kapsamında uygulanmak üzere ekte sunulan çalışmasının etik kurallara uygunluğu oy birliği ile kabul edilmiştir.

ASLI GİBİDİR