



**SAFRANBOLU GASTRONOMİSİNDE SAFRANIN  
YERİ VE ÖNEMİ**

**2023  
YÜKSEK LİSANS TEZİ  
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI  
ANABİLİM DALI**

**Hüseyin Fatih ZARARSIZ**

**Tez Danışmanı  
Prof. Dr. Hüseyin Avni KIRMACI**

**SAFRANBOLU GASTRONOMİSİNDE SAFRANIN YERİ VE ÖNEMİ**

**Hüseyin Fatih ZARARSIZ**

**Tez Danışmanı**

**Prof. Dr. Hüseyin Avni KIRMACI**

**T.C.**

**Karabük Üniversitesi**

**Lisansüstü Eğitim Enstitüsü**

**Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalında**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Olarak Hazırlanmıştır.**

**KARABÜK**

**Şubat 2023**

## İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER.....	1
TEZ ONAY SAYFASI.....	3
DOĞRULUK BEYANI .....	4
ÖNSÖZ .....	5
ÖZ.....	7
ABSTRACT.....	8
ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ.....	9
ARCHIVE RECORD INFORMATION .....	10
KISALTMALAR .....	11
ARAŞTIRMANIN KONUSU .....	12
ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	12
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	13
KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER .....	16
GİRİŞ.....	16
1. GASTRONOMİ VE GASTRONOMİ TURİZMİ .....	19
1.1. Gastronomi Turizminin Bileşenleri .....	21
1.2. Gastronomi Turizminin Özellikleri ve Değerlendirilmesi .....	22
1.3. Gastronomi ile İlgili Kavramlar .....	24
1.3.1. Gastronom .....	24
1.3.2. Gurme .....	24
1.3.3. Gurman.....	24
1.3.4. Degüstatör.....	25
1.3.5. Moleküler Gastronomi .....	25
1.3.6. Eko Gastronomi .....	26
1.3.7. Nörögastromi.....	26

1.3.8. Füzyon Mutfak .....	26
1.3.9. Slow Food.....	27
1.4. Gastronomik Ürün.....	27
1.5. Gastronomi İmajı.....	32
2. SAFRANBOLU BÖLGESİ VE SAFRAN .....	35
2.1. Safranbolu Bölgesi Coğrafi Özellikleri .....	35
2.2. Safranbolu ve Turizm.....	36
2.3. Safranbolu Yöresel Mutfağı.....	40
2.4. Safran Bitkisi.....	43
2.5. Safranın Tarihsel Kullanım Alanları ve Önemi.....	45
2.6. Gastronomide Safranın Kullanımı.....	48
2.7. Safran ve Gastronomi İlişkisi Üzerine Yapılan Çalışmalar.....	51
3. BULGULAR VE TARTIŞMA.....	53
3.1. Araştırmaya Katılan Yiyecek-İçecek İşletmecilerine İlişkin Bilgiler .....	53
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	79
KAYNAKÇA .....	86
TABLolar LİSTESİ .....	105
ŞEKİLLER LİSTESİ .....	106
EKLER .....	107
ÖZGEÇMİŞ .....	119

## TEZ ONAY SAYFASI

Hüseyin Fatih ZARARSIZ tarafından hazırlanan “SAFRANBOLU GASTRONOMİSİNDE SAFRANIN YERİ VE ÖNEMİ” başlıklı bu tezin Yüksek Lisans Tezi olarak uygun olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Hüseyin Avni KIRMACI .....

Tez Danışmanı, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı

Bu çalışma, jürimiz tarafından Oy Birliği ile Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir. 10.02.2023

**Ünvanı, Adı SOYADI (Kurumu)**

**İmzası**

Başkan : Prof. Dr. Hüseyin Avni KIRMACI (KBÜ)

.....

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Sibel AYYILDIZ (KBÜ)

.....

Üye : Doç. Dr. Ercan KARAÇAR (SNÜ)

.....



KBÜ Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulu, bu tez ile, Yüksek Lisans Tezi derecesini onamıştır.

Prof. Dr. Müslüm KUZU .....

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

## **DOĞRULUK BEYANI**

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum "Safranbolu Gastronomisinde Safranın Yeri ve Önemi" başlıklı bu çalışmayı bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı herhangi bir yola tevessül etmeden yazdığımı, araştırmamı yaparken hangi tür alıntıların intihal kusuru sayılacağını bildiğimi, intihal kusuru sayılabilecek herhangi bir bölüme araştırmamda yer vermediğimi, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bu eserlere metin içerisinde uygun şekilde atıf yapıldığını beyan ederim.

Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak ahlaki ve hukuki tüm sonuçlara katlanmayı kabul ederim.

**Adı Soyadı:** Hüseyin Fatih ZARARSIZ

**İmza:**

## ÖNSÖZ

Gastronomi ve turizm hayatımızın temel bir parçası haline gelmiş, küresel çapta yaşanan birçok sıkıntı ve gerilimin artması ile birlikte insanlık için önemli bir motivasyon kaynağı olmuştur. Her geçen gün lezzet arayışına düşen turist potansiyelinin artmasıyla da gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilen destinasyonların ön plana çıkması kaçınılmaz hale gelmiştir. Özellikle destinasyonların kültürel geçmişi ile yöresel mutfak kültürlerindeki zenginliğinin paralellik gösterdiği bilinmekte, Safranbolu bölgesinin de bu açıdan oldukça verimli bir destinasyon olduğu ve safran üretimi ile ayrı bir öneme sahip olduğu söylenebilmektedir. Bunlara bağlı olarak, bu çalışmanın yapılmasının alana, bilime ve bölgeye katkı sağlaması açısından önem arz ettiği düşünülerek, safranın Safranbolu ilçesine yönelik potansiyeli ve kullanım alanlarının gastronomik bir bakış açısı ile değerlendirilmesi ve somutlaştırılması amaçlanmıştır.

Bu tezin başta Safranbolu bölgesine sonrasında ise yiyecek-içecek işletmelerine, resmî kurumlara, sivil toplum örgütlerine, gastronomiye, turizme, ileride yapılacak olan çalışmalara ve daha birçok alana fayda sağlayacağı düşüncesindeyim. Aynı zamanda bu çalışma ile birlikte Safranbolu bölgesindeki safranlı yiyecek-içeceklere yönelik bir farkındalığın oluşacağı, tanıtım, pazarlama ve çeşitlilik açısından yeni kıvılcımların doğacağı inancındayım.

İlk olarak araştırma süresince desteklerini esirgemeyen ve bana yol gösteren değerli hocam ve tez danışman Prof. Dr. Hüseyin Avni KIRMACI 'ya sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

Tezimin her aşamasında bana destek olan, bir hocadan ziyade abla gibi ilgilenen değerli hocam Dr. Öğr. Üyesi Sibel AYYILDIZ hocama çok teşekkür ederim. Lisans öğrenimimden yüksek lisans dönemime kadar her anımda yanımda olan, bana yol gösteren, günün her saatinde ulaşabildiğim değerli Doç. Dr. Ercan KARAÇAR ve Dr. Öğr. Üyesi Şaban KARGİGLİOĞLU hocalarıma çok teşekkür ediyor, birlikteliğimizin daim olmasını diliyorum. Özellikle veri toplama sürecimde benden yardım ve desteklerini esirgemeyen kıymetli hocam Prof. Dr. Nuray TÜRKER 'e, Dr. Öğr. Üyesi

İrfan YURTÇU 'ya ve arkadaşım Sena ATİK 'e çok teşekkür ederim. Ayrıca bana her zaman destek olan hocam Doç. Dr. Mustafa DAŞKIN 'a teşekkürlerimi sunuyorum.

Son olarak hayatım boyunca beni karşılıksız seven, maddi ve manevi desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen, her anımda yanımda olan, fedakâr annem ve babama teşekkür eder; sevgi ve saygılarımı sunarım.



## ÖZ

Safran (*Crocus sativus*), rengi, tadı ve fonksiyonel özellikleri nedeniyle antik çağlardan günümüze kadar yaygın olarak kullanılan bir gıda katkı maddesidir. Ancak ilaç, kozmetik, boya endüstrileri gibi pek çok farklı alanda da kullanılarak yaygınlaşmış, tüm dünyada ilgi odağı haline gelerek ekonomik bir güç faktörü haline gelmiştir. Özellikle gıda endüstrisindeki kullanım alanlarının artmasıyla ayrı bir öneme sahip olan safrana özgü literatürdeki çalışmaların azlığı dikkat çekmiş ve bu araştırmanın yapılması fikri ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda araştırma sahası olarak özellikle ismini safrandan alan ve Türkiye için safran üretiminde ilk sırada yer alan Karabük ilinin Safranbolu ilçesi uygun bulunmuştur. Buna bağlı olarak bu çalışma, safranın Safranbolu ilçesine yönelik potansiyelini ve kullanım alanlarını gastronomik bir bakış açısı ile değerlendirmeyi ve somutlaştırmayı amaçlamaktadır. Bu amaçla araştırma nitel araştırma yöntemi ile hazırlanmış ve “durum deseni” ne bağlı kalınarak yürütülmüştür. Araştırma evrenini Safranbolu ilçesindeki yiyecek-içecek işletmecileri oluşturmuş, ölçüt örneklem ve kartopu örneklem yöntemi ile belirlenen katılımcılardan yarı-yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla veriler toplanmıştır. Toplanan veriler ışığında elde edilen bulgulara göre Safranbolu safranının içeceklerde, çorbalarda, ana yemeklerde, tatlılarda kullanıldığı, farklı kullanım teknikleri ile kullanılabilirdiği, kalitesinin ürünlere etki ettiği, gastronomik ürün çeşitliliğine katkı sağladığı, ekonomik katkılarının olduğu ve pek çok alan üzerinde etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Sonuçlara bağlı olarak, çalışmanın üreticiden tüketiciye kadar tüm paydaşlar için büyük öneme sahip olduğu söylenebilmektedir. Buradan hareketle safran bitkisinden daha fazla yarar sağlanması ve yeni çalışmalara fikir oluşturması amacıyla öneriler geliştirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Safran; Safranbolu; Gastronomi; Gastronomi Turizmi; Safranlı Yemekler.

## **ABSTRACT**

Saffron (*Crocussativus*) is a food additive that has been widely used since ancient times due to its color, taste and functional qualities. However, it has become widespread by being used in many different fields such as pharmaceutical, cosmetics and paint industries, and has become an economic power factor by becoming the center of attention all over the world. The scarcity of studies in the saffron-specific literature, which has a special importance especially with the increase of its use in the food industry, has attracted attention and the idea of conducting this research has emerged. In this context, Safranbolu district of Karabuk province, which takes its name from saffron and ranks first in saffron production for Turkey, was found suitable as a research area. Accordingly, this study aims to evaluate and embody the potential and uses of saffron for Safranbolu from a gastronomic perspective. For this purpose, the research was prepared with qualitative research methods and was carried out by adhering to the "case pattern". The research population was formed by the food and beverage operators in Safranbolu district, and data were collected through a semi-structured interview form from the participants determined by criterion sampling and snowball sampling method. According to the findings obtained in the light of the collected data, it has been revealed that saffron is used in beverages, soups, main dishes, desserts, can be used with different usage techniques, its quality affects the products, contributes to the gastronomic product variety, has economic contributions and is effective on many areas. Depending on the results, it can be said that the study has great importance for all stakeholders from producer to consumer. From this point of view, suggestions have been developed in order to provide more benefits from the saffron plant and to create ideas for new studies.

**Keywords:** Saffron; Safranbolu; Gastronomy; Gastronomy Tourism; Safran Foods.

## ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ

<b>Tezin Adı</b>	Safranbolu Gastronomisinde Safranın Yeri ve Önemi
<b>Tezin Yazarı</b>	Hüseyin Fatih ZARARSIZ
<b>Tezin Danışmanı</b>	Prof. Dr. Hüseyin Avni KIRMACI
<b>Tezin Derecesi</b>	Yüksek Lisans
<b>Tezin Tarihi</b>	24/02/2023
<b>Tezin Alanı</b>	Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı
<b>Tezin Yeri</b>	KBÜ/LEE
<b>Tezin Sayfa Sayısı</b>	120
<b>Anahtar Kelimeler</b>	Safran; Safranbolu; Gastronomi; Gastronomi Turizmi; Safranlı Yemekler.

## ARCHIVE RECORD INFORMATION

<b>Name of the Thesis</b>	The Place of Saffron in Safranbolu Gastronomy
<b>Author of the Thesis</b>	Hüseyin Fatih ZARARSIZ
<b>Advisor of the Thesis</b>	Prof. Hüseyin Avni KIRMACI
<b>Status of the Thesis</b>	Master's Degree
<b>Date of the Thesis</b>	24/02/2023
<b>Field of the Thesis</b>	Gastronomi ve Mutfak Sanatları
<b>Place of the Thesis</b>	UNIKA/IGP
<b>Total Page Number</b>	120
<b>Keywords</b>	Saffron; Safranbolu; Gastronomy; Gastronomy Tourism; Safran Foods.

## KISALTMALAR

<b>°C</b>	: Santigrat Derece
<b>Covid – 19</b>	: Koronavirüs Hastalığı 2019
<b>gr</b>	: Gram
<b>K.</b>	: Katılımcı
<b>mm</b>	: Milimetre
<b>s.</b>	: Sayfa
<b>TUİK</b>	: Türkiye İstatistik Kurumu
<b>UNESCO</b>	: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü)
<b>vb.</b>	: Ve Benzeri
<b>vd.</b>	: Ve Diğerleri

## ARAŞTIRMANIN KONUSU

Dünyadaki ekonomik rekabet, güç dengeleri, politik stratejiler, kıtlık gibi birçok farklı nedenle turizm ve turizm çeşitlerine olan ilgi her geçen gün artmaktadır. Turizm çeşitleri arasında özellikle son zamanlarda ön plana çıkan gastronomi turizmi, yerel yiyecek ve içeceklerin önemini artırmış ve destinasyonların çekiciliğine katkı sağlamıştır. Günümüzde özellikle pek çok destinasyonda gastronomi turizmi tanınmış farklı lezzetler ile turist potansiyelini arttırmıştır. Gastronomi kapsamında destinasyonlarda üretilen, işlenen, sunulan ve tüketilen her gıda ürünü farklı bir boyut kazanmış, bölgeler için ekonomik, sosyal ve siyasi birçok yönden değerli hale gelmiştir. Bunlara bağlı olarak, bu araştırmada Safranbolu gastronomisi kapsamında safranın tarihi, kullanım alanları, tanıtımı, çeşitleri, destinasyon imajına katkıları ve gastronomi turizmüne etkileri gibi birçok değişkene bütüncül bir yaklaşım içerisinde değinilecektir.

## ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Safranbolu Türkiye'nin safran üretiminde önemli bir yere sahiptir ve safran bitkisinin kalitesi ile ön plana çıkmaktadır. Safranbolu isminin safrandan gelmesi bölge için ayrı bir öneme sahiptir çünkü bölgenin tarihi ve kültürü göz önüne alındığında yöresel yemeklerin ve geleneksel kullanım alanlarının safran ile ortak bir değer taşıdığını söylemek mümkündür. Buna bağlı olarak bu araştırma safranın Safranbolu ilçesine yönelik potansiyelini ve kullanım alanlarını gastronomik bir bakış açısı ile değerlendirmeyi ve somutlaştırmayı amaçlamaktadır. Bu amaca yönelik olarak belirlenen alt amaçları ise;

- Bölgedeki safranlı yiyecek-içeceklerin somutlaştırılmasına yönelik envanter oluşturmak,
- Safranın yiyecek-içeceklerdeki kullanım tekniklerini ortaya çıkarmak,
- Safranbolu safranı ile hazırlanan yiyecek-içeceklerin tüketici profilini ve tercihlerini belirlemek,
- Safranbolu safranı ile yapılan yiyecek-içeceklerin kuşaktan kuşağa aktarılmasına katkı sağlamaktır.

Çalışmanın ilk aşamasında alan yazındaki çalışmalar incelenerek safran ve gastronomi ile ilgili çalışmalar değerlendirilmiştir. Yapılan incelemeler neticesinde safran bitkisinin birçok gıda da kullanıldığı (Çelik vd., 2010; Moradi-Khatoonabadi vd., 2015; Bhat vd., 2018; Armellini vd., 2019) ancak Safranbolu ilçesine yönelik böyle bir değerlendirmenin olmadığı ve buradaki gıda ürünleri hakkında somut bilgilerin yetersiz olduğu görülmüştür. Buna bağlı olarak bu araştırmanın literatürdeki bir boşluğu doldurması ve gıda endüstrileri ile birlikte gastronomi turizmine katkı sağlaması açısından büyük bir öneme sahip olduğu düşünülmektedir. Ayrıca bu araştırma ile yüksek bir potansiyele sahip olan safranın değerine değer katılacağı ve kullanım alanlarının genişleyerek farklı kullanımlara yönelik çalışmaların yapılmasına esin kaynağı olabileceği düşünülmektedir. Nitekim araştırma bulgularına göre yiyecek-içecek işletmelerine, resmi kurum yöneticilerine, yerel halka ve ileride yapılacak olan çalışmalara yönelik öneriler geliştirilecektir. Tüm bunlara ek olarak safran ilaveli gıda ürünlerinin çeşitlendirilmesi ile fonksiyonel bir ürün olarak insan sağlığına fayda sağlayabileceği beklentiler arasındadır.

## ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Nitel araştırma yöntemleri kullanılarak hazırlanan bu araştırma, durum desenine bağlı olarak yürütülmüştür. Nitel araştırma, nitel veri toplama yöntemlerinden yararlanılarak, doğallığın ön plana çıkarıldığı, bütüncül bir bakış açısı ile birlikte algıların ve olayların açığa çıkarılmasına yönelik sürecin takip edildiği bir araştırma türüdür (Baltacı, 2017). Durum çalışması ise araştırmacının belli bir zaman içerisinde sınırlandırılmış bir veya birkaç durumu çoklu kaynakları içeren veri toplama araçları (görüşmeler, gözlemler, görsel-işitseller, dokümanlar, raporlar) ile derinlemesine incelediği, durumların ve duruma bağlı temaların açıklandığı nitel bir araştırma yaklaşımıdır (Aydın, 2018). Araştırmada elde edilen verilerin yorumlanmasında betimsel analiz yönteminden yararlanılmıştır. Nitel araştırmalarda yaygın olarak kullanılan betimsel analiz yöntemi (Glaser ve Strauss, 1967, akt. Çelik ve Demirkol, 2019), görüşmenin yapılacağı ortamda araştırma katılımcılarının duygu, düşünce ve görüşlerinin olduğu gibi alıntılanması veya çeşitli tekniklerle elde edilen verilerin belirli temalar üzerinden değerlendirilmesi ve yorumlanması olarak tanımlanabilir (Özen ve Hendekçi, 2016).

Araştırmanın ilk aşamasında, yazılı ve görsel kaynaklar taranmış, çalışmanın altyapısının oluşturulmasına yönelik değerlendirmeler yapılmıştır. Sonrasında ise, Karabük iline bağlı Safranbolu ilçesinde bulunan yiyecek-içecek işletmecileri ile yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Bu aşamada “esnek olma, amaca uygun ve ayrıntılardan uzak bir yol izleme” şeklindeki ayrıntılar dikkate alınarak çalışılmıştır (Shenton, 2005; Merriam ve Grenier, 2019). Buna bağlı olarak, görüşme soruları hazırlanırken literatürde yer alan benzer çalışmalardan yararlanılmış (Keskin, 2016; Kahraman, 2019; Kök ve Güngör, 2021), uzman görüşleri alınmış ve pilot çalışma yapılarak düzenlemeler yapılmıştır.

Araştırmaya katılacak olan yiyecek-içecek işletmecileri ölçüt örneklem ve kartopu örneklem yöntemi kullanılarak seçilmiştir. Kartopu örneklem yöntemine evrenin büyük olması, evren hakkındaki bilgilerin yetersizliği ve elde edilecek verilere ulaşmada zengin kaynaklara erişilebilirliği kolaylaştırması gibi durumlarda başvurulmaktadır (Altunışık vd., 2005). Bu çalışmada ise safran hakkında bilgili ve safranlı yiyecek-içecekleri ile öne plana çıkmış işletmecilere ulaşılması amacıyla kullanılmıştır. Ölçüt örneklem yöntemi amaca uygun olarak belirlenen durumların bir dizi ölçüte bağlı olarak geliştirilmesi olarak tanımlanabilir. Bu kapsamda belirlenen ölçütler araştırmacı tarafından veya daha önceden hazırlanmış olabilir (Marshall ve Rossman, 2014). Özellikle sınırlı kaynakların en etkin şekilde kullanılması için bilgi açısından zengin durumların belirlenmesi ve seçilmesi önemlidir (Patton 2002). Amaç ise ilgilenilen bir olay hakkında özellikle bilgili veya bu konuda deneyimli olan bireylerin veya birey gruplarının belirlenmesidir (Cresswell ve Plano Clark 2011, akt. Palinkas vd., 2015). Ölçüt örneklem yöntemine bağlı olarak çalışma amacına ve görüşme sorularına uygun şekilde belirlenen işletmecilerin yiyecek-içecek işletmelerine yönelik ölçütler şu şekildedir:

- İşletmeler Safranbolu ilçesinde yiyecek-içecekleri ile kendini kanıtlamış, sosyal medya platformlarında ön plana çıkmış olmalıdır.
- İşletme menülerinde safranlı yiyecek-içecek bulundurması ve yöreye özgü mutfak kültürü ile hizmet vermesi gerekmektedir.

Araştırma kapsamında Safranbolu Esnaf ve Sanatkârlar Odası’ndan Safranbolu bölgesindeki yiyecek-içecek işletme tipleri ve sayılarına ait bilgiler alınmıştır. Karabük iline bağlı Safranbolu Esnaf ve Sanatkârlar Odasına kayıtlı “214” yiyecek içecek



işletmesi arasında safranlı yiyecek ve içecek sunan 38 işletme bulunmaktadır. İşletmelerin 128'i restoran, 86'sı ise yiyecek ağırlıklı kafe olarak faaliyet göstermektedir. Bu bilgilere bağlı olarak araştırma evrenini, Safranlı yiyecek içecek sunan otuz sekiz restoran ve kafe işletmecisi oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise menüsünde safranlı yiyecek-içecek bulundurmakta olan, yörede kendini kanıtlamış ve sosyal medya platformlarında ön plana çıkmayı başarmış yirmi işletmeci oluşturmaktadır.

Yapılan görüşmelerden elde edilen veriler kendini yineleyene yani doyuma ulaşana kadar görüşmelere devam edilmiş ve görüşmeler gönüllülük esasına dayalı olarak gerçekleştirilmiştir. Özellikle nitel araştırmalarda doygunluğa önem verilmektedir. Sebebi ise, belli bir süre sonra elde edilen veriler kendini yinelemeye başlayarak araştırmanın geçmiş kısımlarındaki veriyi sunan bir tekrarlama döngüsüne girmesidir (Morgan ve Morgan, 2008). Yapılan görüşmelerde yarı yapılandırılmış görüşme formları kullanılmış, görüşmeler ses kaydı ve kısa notlar ile kayıt altına alınmıştır. Görüşme sorularına verilen cevapların etik kurallar çerçevesinde gerçekleşmesi ve verilerin güvenilirliğinin sağlanması adına katılımcıların verdiği cevaplara müdahalede bulunmamaya ve herhangi bir yönlendirme yapılmamasına dikkat edilmiştir.

Çalışma kapsamında araştırmacı tarafından katılımcılara yöneltilen soruların dağılımları belirlenen tema ve kodlara göre hazırlanmıştır. Bu tema ve kodlar Tablo 1'de verilmiştir.

**Tablo 1:** Tema ve kodlar

<b>Temalar</b>	<b>Kodlar</b>
<b>1. Safranbolu Safranı ile İlgili Bilgiler</b>	1. Safran satın alınmasında dikkat edilen noktalar ve çeşitleri 2. Safranın kalitesinin yiyecek-içeceklere etkisi 3. Safran yerine kullanılan ikame ürünler
<b>2. Safranbolu Safranının Mutfaktaki Kullanım Alanları</b>	1. Safranlı yiyecek-içecekler ve kullanım amaçları 2. İşletmelerde en çok tüketilen safranlı yiyecek-içeceklerin standart reçeteleri 3. Safranbolu safranının yiyecek-içeceklerde kullanılma metotları 4. Safranbolu safranının kullanılabilmesi için yeni yiyecek-içecekler 5. Fonksiyonel bir ürün ve satış stratejisi olarak Safranbolu safranı
<b>3. Safranlı Yiyecek-İçecek Tüketicileri ve Tercihleri</b>	1. Safranlı yiyecek ve içeceklerin şehir dışından sipariş edilme durumu 2. Safranlı yiyecek ve içecekleri en çok tercih eden tüketici grupları
<b>4. Safranlı Yiyecek-İçeceklerin Sürdürülebilirliği ve Tanıtımı</b>	1. Safranbolu safranının yiyecek-içecek işletmelerine ve yöresel mutfak kültürüne katkısı 2. Safranbolu bölgesindeki safranlı lezzetlerin sürdürülebilirliği ve tanıtımı

## **KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER**

- Araştırma Safranbolu bölgesindeki safranlı yöresel yiyecek-içecek sunan ve sosyal medyada kendini kanıtlamış 20 yiyecek-içecek işletmecisi ile sınırlıdır.
- Yapılan görüşmeler nitel araştırma yöntemi kapsamında belirlenen yarı yapılandırılmış görüşme formuna bağlı olarak belirli sorular çerçevesinde ilerlemiştir.
- Görüşmelerin ortalama süresi 14-15 dakika arasında sürmüştür, görüşme esnasında beklenmedik ses ve gürültüler ses kayıtlarına yansımıştır.
- Aynı safranlı yiyecek-içeceğin farklı şekillerde yapılması, standart bir reçetenin oluşturulmasında güçlükler oluşturmuştur.

## **GİRİŞ**

Latince “Crocus Sativus” olarak adlandırılan safran çiçeğinden elde edilen tepecikler (stigma), sarı-turuncu renkleri, benzersiz kokusu ve benzeri birçok özelliği nedeniyle yüzyıllar boyunca pek çok alanda kullanılmıştır. Kullanım alanlarındaki bu çeşitlilik ve farklı özellikleri ile safranın önemi gittikçe artmış, daha yaygın bir hale gelmiştir. Geçmişten günümüze kadar dünyadaki şifalı bitkiler arasında en pahalı mahsullerden biri olan safran “kırmızı altın” olarak adlandırılmıştır. Doğal bir şekilde üreyemeyen bu bitki hayatta kalmak için insan bakımına ihtiyaç duymaktadır. Üreme sistemlerine sahip olan yüzlerce hayvan ve bitki türü gezegenimizden yok olmuştur, ancak bu küçük, narin bitki, bahçıvanlar, çiftçiler, gezginler ve tüccarlardan oluşan kesintisiz bir zincir aracılığıyla en ufak değişime uğramadan günümüze ulaşmıştır.

Safran, sürdürülebilir tarımda üretimin çeşitlendirilmesine, çiftliklerin çok işlevli olmasına ve gastronomi turizminin teşvik edilmesine olanak tanıyan bir bitki olarak görülebilmektedir (Gresta vd., 2008). Son zamanlarda ise farklı problemler nedeniyle safran verimliliği önemli ölçüde düşmüştür. Buna bağlı olarak yeni araştırmalar, safrana özgü coğrafi köken seçimi, verimlilik (Yıldız, 2017) ve gübreleme gibi tarımsal uygulamalar (Yıldırım vd., 2017) yoluyla tepecik verimi ve kalitesini iyileştirmeye yönelmiştir.

Tıbbi alandaki kullanılabilirliği, renklendirici ve aromatik özelliğinden dolayı yüzyıllar boyunca birçok farklı alanda kullanılan safrana olan talep her geçen gün artmıştır. Bu durum safranı ekonomik olarak da gözde haline getirmiştir. Özellikle gıda endüstrisindeki kullanım alanları ve çeşitliliği farklı bir boyut kazanarak yeni kullanım alanları meydana gelmiştir. Gıda endüstrisi için değerli olan safran baharatı, bitkinin kurutulmuş kırmızı tepeciklerinden elde edilmektedir. Safran baharatı İtalya, Fransa, İspanya, Türkiye, İnan gibi birçok ÷lkede yöresel yemekler veya modern tariflerin oluşturulmasında ve gastronomi turizminin gelişmesine katkı sağlamak amaçlı kullanılmaktadır. Hamur işleri, tatlılar, et ve süt ürünleri, şekerlemeler gibi birçok üründe kullanılan safran, yeni ürün geliştirme seçeneklerine de fırsat sunmaktadır.

Günümüzde gastronomiye olan ilginin artması farklı tariflerin doğmasına ve safranın popüler bir ürün olarak tercih edilmesini kaçınılmaz hale getirmiştir. Özellikle mutfak programlarının artması, ekonomik potansiyelin büyümesi, ulaşılabilirliğin artması, etkinlik ve festivallerin gastronomi odaklı olması ve destinasyonlarda farklı lezzet deneyimlemeye olan ilgi safran baharatını da ön plana çıkarmıştır. Bu ilgiye istinaden birçok ÷lke gastronomiye olan talebe karşılık vermek için gastronomik ürünlere yönelik desteklerini arttırmıştır. Safran da bu bağlamda özellikle ön plana çıkmayı başarmış, üretim ve gastronomi kullanımlarına yönelik yatırım potansiyelini üst seviyelere çıkarmıştır.

Türkiye’de diğer ÷lkeler gibi safrana olan ilgiyi göz ardı etmeyerek, son zamanlarda safran üretimine yönelik farklı politikalar geliştirmeye başlamıştır. Nitekim Safranbolu safranının coğrafî tescil belgesi ile tescillenmesi, tanıtımlarının arttırılması ve safrana yönelik festivallerin yapılması bu gelişime örnek gösterilebilir.

Tüm bunlara bağlı olarak bu çalışma, safranın Safranbolu ilçesine yönelik potansiyelini ve kullanım alanlarını gastronomik bir bakış açısı ile değerlendirmeyi ve somutlaştırmayı amaçlamaktadır. Bu amaçla araştırma kapsamında nitel araştırma yöntemleri kullanılmış, yarı yapılandırılmış görüşme formu ile veriler elde edilmiştir. Çalışmanın ilk bölümünde gastronomi ve gastronomi turizmi kavramlarına yer verilmiş, ikinci bölümünde safran ve Safranbolu ilçesinden bahsedilmiştir. Araştırma kapsamında elde edilen veriler ile bulgular kısmı oluşturularak, çalışmanın sonucu değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre yerel yöneticilere, gastronomi paydaşlarına, resmî kurumlara ve ileride yapılacak olan çalışmalara yönelik öneriler

geliştirilmiştir. Son olarak elde edilen veriler ışığında Safranbolu safranından yapılan yiyecek ve içeceklerin envanteri reçeteler ile birlikte çıkarılarak, safran konusunda Safranbolu için önemli bir arşiv oluşturulmuştur.

# 1. GASTRONOMİ VE GASTRONOMİ TURİZMİ

Gastronomi kavramı birçok kişi tarafından tanımlanmış ve farklı yaklaşımlar içerisinde değerlendirilerek günümüze kadar ulaşmıştır. Bu tanımlar arasında en dikkat çekenlerden biri ağızdan başlayıp tüm sindirim sistemini kapsayan gastro'nun mide anlamına gelmesi ve nomos'un kural, yasa gibi anlamlara gelmesidir (Scarpato, 2002). Daha kapsamlı olarak bakıldığında gastronomi, insanın fiziksel, zihinsel ve sosyal refahını etkileyen yiyecek ve içecekleri ürettiği, işlediği, dağıttığı ve tükettiği fiziksel-kimyasal, kültürel, sosyoekonomik süreçleri inceleyen ve üreten disiplinler arası bir bilgi alanı olarak tanımlanabilmektedir (Vasco, 2017). Gastronomi, yemeklerin refleksif olarak pişirilmesi, hazırlanması, sunumu ve yenmesi olarak da tanımlanmaktadır (Richards, 2003).

Gastronomi ile ilgili gıda ürünleri üzerine çok sayıda makale ve ikincil kaynaklar bulunmaktadır. Örneğin, geleneksel peynirlerin gastronomi turizmi üzerinden değerlendirilmesi (Dağ, 2021), kanlıca mantarının gastronomi turizmi açısından ele alınması (Çavuş ve Eker, 2022) ve gastronomik bir ürün olarak lavantanın incelenmesi gibi birçok çalışma mevcuttur (Akşap, 2018). Gastronominin temelinde yeme ve içme olsa da çağdaş gastronomi anlayışı ile birlikte, yiyecek-içeceklerin üretimi ve hazırlanması, bunların nasıl, nerede, ne zaman ve neden tüketildiği gastronomi içerisinde değerlendirilmeye başlanmıştır (Zararsız ve Kargiglioğlu, 2022; Şimşek vd., 2020; Gök ve Sezgin, 2017; Esmek ve Güzeler, 2015). Buna bağlı olarak, gastronomik uygulamaları etkileyen felsefeler, inançlar ve değerler de ön plana çıkmaktadır. Bunlar sırasıyla yemek yemenin sosyal, kültürel ve tarihi yönleriyle ilgilidir (Santich, 2004). Munster (1996), Gastronomi turizm kaynakları tipolojisi Tablo 2'deki şekilde sunulmuştur. Bu tabloya göre gastronomi odaklı destinasyon alanlarına dair önemli örnekler yer almaktadır.

**Tablo 2:** Gastronomi turizmi kaynaklarının genel tipolojisi

Gezilecek Yerler	Etkinlikler
1 • Fabrikalar: Peynir Fabrikası, bira fabrika ve şaraphane • Yerel Restoranlar: Uluslararası alanda çok beğenilen restoranlar • Çiftlikler ve çiftçi pazarları	Yemek ve şarap festivalleri
2 • Park ve bahçeler: Üzüm bağları	Tüketici gösterileri
3 • Müzeler: Yiyecek veya içeceklerle ilgili bir müze	Mutfak sergileri
4 • Rotalar: Şarap veya gurme rotaları	

Turizmin temel unsurları arasında yer alan yiyecek ve içecekler (Hall ve Sharples, 2003), birçok çalışmanın konusu olmuştur (Canbolat ve Keleş, 2016; Bozkoyun ve Baytar, 2020; Kırmacı vd., 2020; Özbek ve Güzeller, 2022; Berat ve Bucak, 2022). Buna bağlı olarak, turist talebinin temel çekicilik unsuru, yiyecek ve içecekler olarak kabul edilebilir (Turmo, 2007). Nitekim, Kivela ve Crotts (2006) ile Okumuş ve arkadaşları (2013)'na göre yerel yemeklerin turistlerin destinasyon karar süreçlerinde dikkate alacakları ana faktörlerden biri olabileceğini vurgulamıştır. Turistler için önemli gastronomik fırsatları da kapsayan yiyecek-içecekler (Quan ve Wang, 2004; McKercher vd., 2008) ve özellikle yerel yiyecekler, destinasyona katma değer sağlayarak coğrafi bölgenin rekabet gücüne katkıda bulunabilir (Crouch ve Ritchie, 1999). Bu nedenle her coğrafi bölgenin turistler için merkezi bir cazibe merkezi haline getirilmesi ve yiyecek-içeceklerin teşvik edilmesi gerektiği düşünülmektedir (Nam ve Lee, 2011).

Gastronomi turizmine ilgi duyan turistlere bakıldığında yiyecek-içeceklere olan talepleri kültürlere ve inançlara göre değişiklik göstermektedir (Hall ve Mitchell, 2007). Bu bireyler için yiyecek ve içecekler “ciddi boş zaman” biçimi olarak kabul edilir ve etkinliklerinin bir kısmı veya neredeyse tamamı yiyecek-içeceklerden oluşur. Bunlara bağlı olarak seyahati oluşturan ana motivasyon olarak gastronomi turizmi, seyahat davranışlarını ve karar vermeyi etkilemesiyle niş turizm türü olarak tanımlanabilmektedir (Hall ve Mitchell, 2007).

Gastronomi turizmi kapsamında özellikle yemek, üretim, işleme, depolama, taşıma, hazırlama, pişirme ve sunum süreçleri yer almaktadır (Corigliano, 2002). Bu bağlamda gastronomi turizminin gelişmesinde birçok aktör yer almaktadır. Bunlardan başlıcaları şunlardır:

**Lokantacılar:** Turist teklifinin tamamlayıcı tedarik sektörünü oluşturanlar (Smith ve Xiao, 2008),

**Kurumlar:** Turist arz ve talebi arasındaki karşılıklı ilişkiyi gerçekleştiren şirket veya kuruluşlar,

**Üreticiler:** Tüketicilerle ilişkiler kurulmasını sağlayan, satış marjını ve ürünlerin teşhirini arttıran, marka bilinirliği ve sadakati oluşturan, geri bildirim üreten bir ortaklıktır (Hall ve Sharples, 2003).

Turizm çeşitleri arasında bu kadar öne çıkması ile birlikte birçok ülke gastronomi turizmi kapsamında yiyecek ve içecekleri ana cazibe merkezi haline getirmeye çalışmaktadır. Nitekim gastronomi turizmi son on yılda hızlı bir büyüme kaydetmiş (Hall ve Mitchell, 2005) ve bir destinasyona seyahat etmek için tek başına bir neden olabilecek şekilde turizm deneyiminin merkezi olarak görülmeye başlanmıştır (Fox, 2007; Wight, 2008). Bu durum gastronomi turizminin destinasyonların gelişmesinde önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır (Kivela ve Crofts, 2006).

### **1.1. Gastronomi Turizminin Bileşenleri**

Kivela ve Crofts (2006), halihazırda yemek kültürü zengin, özel ve özgün mutfaklara sahip destinasyonların gastronomi turizmi potansiyelini artırma şanslarının oldukça yüksek olduğunu öne sürmüştür. Bununla birlikte, gastronomi turizmi seyahatin bir parçası olarak deneyimlenebilecek birçok unsurdan oluşmaktadır. Bunlar gıda üreticileri, restoranlar, üzüm bağları, şarap imalathaneleri, festival ve gösteriler gibi yemek ve şarap etkinliklerinin yanı sıra yemek ve şarap turları, yemek ve şarap parkurları, aşçılık kursları ve okullar, şarap tadımı, mutfak seminerleri, yiyecek-içecek işletmeleri, kafeler, çiftlikler, çiftlik tezgahları ve çiftçi pazarlarıdır (Carmichael, 2005; Hall ve Mitchell, 2005; Hashimoto ve Telfer, 2006; Kivela ve Crofts, 2006; Lin vd., 2011; Wight, 2008; Hall ve Sharples, 2008; Everett ve Aitchison, 2008; Henderson, 2009). Buna ek olarak, Smith ve Xiao (2008) tesislere, etkinliklere, festivallere ve organizasyonlara göre sınıflandırılan gastronomi turizm kaynaklarının ilişkili olduğu alanların kategorileri oluşturmuştur.

- Tesisler arasında yiyecek ve içecek üretimi, hazırlanması ve/veya dağıtımı ile ilişkili yerler ve arazilere özgü gastronomik rotalar,
- Yeme-içme kapsamında tüketim, gezi ve eğitim olanaklarından oluşan etkinlikler, gastronomi odaklı festivaller ve organizasyonlar,
- Gastronomi turizminin gelişimini destekleyenler ve mutfak turistlerine hizmet edenleri içermektedir.

Sonuç olarak, tüm bu gastronomi turizmi bileşenlerinin ve kaynaklarının temelinde, yiyecek-içecek tarifleri, pişirme teknikleri ve bir bölgenin yöresel mutfak

kültürüne ait benzersiz ürün ve içerikleri yer almaktadır. (Kivela ve Crotts, 2006; Fox, 2007; Hall ve Sharples, 2008).

## **1.2. Gastronomi Turizminin Özellikleri ve Değerlendirilmesi**

Gastronomi turizmi sadece yeme ve içmenin ötesinde bir süreci kapsamaktadır (Henderson, 2009). Bununla alakalı olarak, gastronomi turizminin, bir seyahat programı dahilinde öne çıkması veya seyahatin ana unsuru olarak yer alması ile daha farklı bir boyut kazandığı ve gastronomi turizminin gerçekleştiği söylenebilir (Wight, 2008 ve Henderson, 2009). Ancak, gastronomi turizminin geliştirilmesi ve potansiyelinin artması amacıyla destinasyonda turistlere yönelik kaynakların yapılandırılması gerekmektedir. Buna bağlı olarak, Ignatov ve Smith (2006) gastronomi turizminin temelini oluşturması bakımından konaklama, etkinlik, festival, tanıtım ve sürdürülebilirliğin bir bütün halinde planlı şekilde gerçekleştirilmesi gerektiğini belirtmiştir. Kısaca, destinasyonlar turistlere yönelik yiyecek-içecekler ile birlikte farklı ihtiyaçların karşılanmasını sağlayan kaynakların oluşturulmasını sağlamalıdır (Haven-Tang ve Jones, 2005).

Destinasyonlara yapılan seyahatlerde tüketilen yiyecek-içecekler diğer turistik deneyimlere göre daha fazla akılda kalmaktadır (Cook vd., 2002). Seyahat sırasındaki hediyelik eşya, süs gibi farklı eşyaların yanı sıra yiyecek-içecekler insanın beş duyu organını kullanılabileceği ve etkileyebileceği özelliğe sahiptir. Bu etki, tüketicinin temel ihtiyaçlarını karşıladığı her an aklına gelebilecek şekildedir ve seyahati sırasında deneyimlediği yiyecek-içecekleri ve destinasyonu tekrar ziyaret etme isteğinin olabileceği söylenebilmektedir (Hall ve Mitchell, 2005; Kivela ve Crotts, 2006; Wight, 2008; Henderson, 2009; Sims, 2009; Lin, Pearson ve Cai, 2011). Tüm bunlara ek olarak, bir destinasyonun yukarıda belirtilen tanıtım, konaklama, etkinlik gibi kaynakları oluşturması için gastronomik kaynaklar bakımından farklılıklara sahip olması gerekmektedir. Özellikle bu destinasyonlarda tanınmış bir mutfak kültürüne, çeşitliliğe ve belli sayıda yiyecek-içecek işletmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Tüm bunlara bağlı olarak gastronomi turizminin önemini özetlemek için World Food Travel Association (2022) web sitesi tarafından yapılan değerlendirme örnek gösterilebilir. Buna göre;

- Yerel Değer: Yerel mutfak kültürü üzerindeki topluluk bilincini ve saygınlığı artırır.



- Kaliteli Turist: Daha sürdürülebilir, saygılı ve eğitimli ziyaretçilerin ilgisini çeker.
- Ekonomik Etki: Birçok destinasyonda ortalama %25 daha fazla ekonomik gelişim gösterir.
- Gastronomi Turisti: Gastronomi turizmine ilgi duyan turist profili oluşturur.

Turistler aynı ihtiyaçlara, benzer alışkanlıklara veya benzer sosyo-demografik özelliklere sahip farklı gruplar olarak kabul edilmektedir. Buna bağlı olarak destinasyonlar tanıtım kampanyaları ve turistik ürünlerin oluşturulmasını amaçlamaktadır. (kelime araları geniş) Nitekim Hall ve arkadaşları (2003), turist tiplerinin hem destinasyonda tüketilen gastronomik ürünler açısından hem de tüketimlerine göre aldıkları deneyim açısından ayırt edilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Ancak basit bir ifadeyle, turistik seyahatler kapsamında gastronomi ile uğraşanların gastronomi turisti olduğu söylenebilir. Yun ve arkadaşları (2011) gastronomi turistlerini iki kategoriye ayırmıştır. Birincisi, mutfak deneyimlerine ve yemekle ilgili faaliyetlere katılım düzeyinin ortak bir kombinasyonudur. Bunlar ayrıca kendi içerisinde kasıtlı, fırsatçı, tesadüfi ve ilgisiz mutfak turistleri olarak dört farklı bölüme ayrılmıştır. İkincisi, evde ve seyahat ederken yemekle ilgili davranışlara yönelik tutumlara dayanmakta ve buna yönelik üç mutfak turist grubu vurgulanmıştır. Bu gruplar mutfağa karşı dengeli, odaklanmış ve aşına olan turistler olarak adlandırılmıştır.

Gelecekte tekrar ziyaret etme niyeti ve ağızdan ağıza pazarlamanın sağlanması gibi nedenlerden dolayı turistlerin tutum ve davranışları bu rekabetçi dönemde destinasyon pazarlamacılarına ipuçları sağlamak için önemlidir. Buna bağlı olarak, turistlerin tutum ve davranışlarına yönelik de farklı teoriler geliştirilmiş, turistlerin gastronomi turizmi ve destinasyonlar içerisindeki hedef nesnelere yönelik bakış açıları değerlendirilmiştir (Yuan vd., 2008; Chang vd., 2010). Ancak gastronomi turistlerinin davranışlarını inceleyen geçmişteki bazı araştırmalar, gastronomi ve destinasyon niteliklerinin eşzamanlı etkisini incelemek yerine, yalnızca gastronomi özelliklerinin davranışlar üzerindeki etkisini değerlendirmiştir (Kivela ve Crofts, 2006; Kim vd., 2011; Chi vd., 2013; Babolian Hendijani, 2016). Bundan farklı olarak Decrop ve Snelders (2005) turistlerin seyahat planlamalarında ki karar aşamalarında tek bir noktadan ziyade birçok farklı noktaya dikkat ettiğini savunmuştur. Buna bağlı olarak, gastronomi turist

davranışlarının destinasyonun nitelikleri göz önüne alınmadan sadece gastronomi odaklı olarak incelenmesinin doğru bir yaklaşım olmayacağı çıkarılabilir.

### **1.3. Gastronomi ile İlgili Kavramlar**

#### **1.3.1. Gastronom**

Yiyecek-içeceklerle ilgili, tüketmeyi ve hazırlamayı seven, gastronomi meraklısı uzman kişi olarak tanımlanabilir. Diğer bir deyişle gastronomi eğitimi almış, yemek hazırlama ve pişirme ustası, yiyecek ve içecek alanında uzman kişidir (Altınel, 2009; Hatipoğlu, 2010). Gastronomi kapsamında nitelikli ve uzman bir gastronomdan farklı bilim alanları ile gastronomi kavramı arasındaki ilişkileri ortaya çıkaran, yenilikçi ve topluma faydalı araştırmalar yapması beklenebilir (Sarıışık, 2017).

#### **1.3.2. Gurme**

Brillant Savarin (2016) gurme (gourment) kelimesini yemeklerini belli kriterlere göre zevkle ve akıllıca seçen kişi olarak tanımlamıştır. Fransızca "gourment" kelimesinden gelen gurme; lezzeti keşfeden ve geliştiren kişi anlamında kullanılan bir terim olup, sadece tat veren değil, aynı zamanda iyi yemek yapan kişi anlamına da gelmektedir. Gurmenin özellikleri arasında yüksek bir tat ve ayırt etme ihtiyacının yanı sıra diğer insanlardan farklı olarak damak tadına hakim olma ihtiyacı yer almaktadır (Kılıç, 2010; Dilsiz, 2010). Farklı deneyimler ile birlikte yemek üretme ve yeme süreci ise "gurmeleştirme" olarak adlandırılmıştır (Lages 2015; de Souza Bispo ve Almeida 2020). Gurmeleştirme, geleneksel yöntemlerle hazırlananlardan yiyecek-içecekleri ayırt etmek için bir iyileştirme stratejisi olarak tanımlanabilir (de Souza Bispo ve Silva 2022).

#### **1.3.3. Gurman**

Gurman (gourmand) kelimesi midesine düşkün olan, karnını doyurma amacı ile abur cuburla veya eline geçen herhangi yiyecek ile beslenip, yeme-içme içme kültürüne ve zevkine sahip olmayan obur kişi olarak tanımlanabilir (Uyar ve Zengin, 2015). Gurme ve Gurman arasındaki fark ise şu şekilde açıklanabilir. Gurman, damağın

entelektüel yeteneklerini görmezden gelirken, yalnızca aşırılıktan zevk alır, gurme deneyimini "akılcı zevk" ya da estetik beğeniden elde edilen entelektüel ve duyuşsal zevk üzerine temellendirir, daha çok "tat alma organlarını" ön plana alarak midesini göz önünde bulundurur (Rejack, 2009).

#### **1.3.4. Degüstatör**

Tadım, bireylerin içecekleri ve bazı yiyecekleri tüketimi sırasında gelişen koku, görsel sunum, tat ve kalite açısından gerekli aşamalar çerçevesinde değerlendirilmesi sürecidir. Degüstatör ise; Tadım uzmanlarına ve bu anlaşmaları ve işlemleri yapanlara denir (Uyar ve Zengin, 2015). Tadım uzmanı seçilirken bazı özellikler aranır ve tadım sürecinde dikkat edilmesi gereken bazı durumlar vardır. Bu süreçte sübjektif değerlendirmeden çok objektif değerlendirmeye olanak sağlamak için degustatörün deneyimlenmesi, sık sık uygulanmalara katılması, zihinsel ve fiziksel olarak sağlıklı olması gerektiği vurgulanmaktadır. Tadım öncesi ve tadım sırasında sigara içilmemesi, öğle yemeğinden hemen önceki saatin en uygun zaman olarak seçilmesi, güçlü ve keskin kokulara maruz kalınmaması gibi dış etkenlere dikkat edilmesi gerektiği vurgulanmıştır (Güven, 2008).

#### **1.3.5. Moleküler Gastronomi**

Moleküler gastronomi, yiyeceklerin hazırlanması ve tüketilmesi sırasında meydana gelen kimyasal, moleküler, fiziksel ve yapısal değişikliklerin anlaşılması, ustalaşılması ve açıklanmasıdır. Bu işlemleri gerçekleştirirken, gözlemeleme, hipotez kurma, test etme, sıkı kontrollü deneyler yapma ve tüm bu aktivitelerin doğrulanması amaçlanır (Linden vd., 2008). Daha farklı bir ifadeyle Roosth (2013) moleküler gastronomiyi yiyecekleri inceleyen ve deneyimleyen kimyagerler ve şeflerin bilimsel yöntemleri, laboratuvar cihazlarını ve tekniklerini pişirme sürecine dahil etmesi olarak açıklamıştır.

### **1.3.6. Eko Gastronomi**

Konu alanını bütünleştirici bir unsur olarak gören ve gıda üretiminden bağımsız olarak değerlendirmeyen eko-gastronomi; Üretici, araştırmacı, satıcı, aşçı, çiftçi ve tüketiciden oluşan geniş bir üretim ağını açıklayan bir sistemdir (Kaya ve Yurtseven, 2010). Bu sistemin amacı üretici ve tüketicilerin ortaya çıkan ihtiyaçlarını süreklilik, çevre ve insan sağlığı çerçevesinde koruyarak daha iyi hale getirmektir (Voinea vd., 2015). Özellikle Avrupa ülkeleri organik gıda sektörüne en büyük desteği sağlamakta ve önemi her geçen gün artmaktadır (Maya vd., 2011). Eko gastronomiye verilen önemin artması ile birlikte çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlanarak, toplumun sosyal ve ekonomik olarak gelişimi ön görülebilir. Eko-gastronomiye bu açıdan bakıldığında gastronominin sürdürülebilirliği tüm çevreyi etkileyebileceği anlamına gelmektedir (Kaya ve Yurtseven, 2010).

### **1.3.7. Nörögastromi**

Nörögastromi, beyne yiyecek-içecekler hakkında hatırlatmalar ve uyarılarda bulunulması üzerine kullanılan bir terimdir (Shepherd, 2006; Toepel vd., 2015). Bu kapsamda gastronomi perspektifinden yeni bir araştırma alanı ortaya çıkmış, toplanan veriler ışığında farklı analiz ve testler yapılmaya başlanmıştır. Örneğin Bercik vd., (2021) yaptıkları araştırmada aynı malzemelerden hazırlanan ancak geleneksel, sokak ve klasik stil olmak üzere üç farklı tabakta sunulan yiyeceklerin görsel tasarımının tüketici üzerinde nasıl bir etki yarattığını incelemiştir.

### **1.3.8. Füzyon Mutfak**

Füzyon mutfağı; Yeni ve özgün bir mutfak oluşturmak, farklı milletlerin mutfak kültürlerini ortak bir tabakta harmanlamak için bilinçli şekilde ortaya çıkarılan yeni ve farklı bir mutfak olarak tanımlanmaktadır (Can vd., 2012). Farklı kültürlerden esinlenerek pişirmede kullanılan yöntem ve malzemelerin bilinçli bir şekilde karıştırılması ve birleştirilmesine dayanan füzyon mutfağı, 1980'lerde Uzak Doğu ve Batı teknik ve malzemelerinin birleştirilmesiyle başlayan bir mutfaktır. Bu düşünceyle firmalar, misafirlerine farklı kültürlerin lezzetlerini tek bir tabakta sunarak memnuniyet ve sadakat yaratmak istemişlerdir (Sandıkcı, 2007).

### **1.3.9. Slow Food**

Slow Food hareketi, 1986 yılında İtalya'nın Cuneo eyaletinin Langhe bölgesinde, Roma'daki Piazza di Spagna'da bir McDonald's restoranının açılışına yanıt olarak İtalyan yemek uzmanı Corlo Petrini tarafından başlatılmıştır. Siyasi ve kültürel bir İtalyan grubu, uluslararası Slow Food hareketinin kuruluşuna ilham veren Slow Food Manifestosu'nu üretmiştir (Jones vd., 2003).

Slow Food da farklı yemek kültürü ilkelerine sahiptir. Amaç, yöresel ürünler kullanılarak yemeklerin üretilmesini, geleneksel tariflerin korunmasını ve yemeklerin geleneksel sunum formatlarında ziyaretçilere sunulmasını teşvik etmektir. Bu açıdan bakıldığında kültürle bağlantılı olan Slow Food, kültürel değerlerin yaşatılmasını ve korunmasını sağlayarak (Sezgin ve Ünüvar, 2012), yemeklerdeki kültürlerarası farklılıkların ayırt edilmesine fırsat sunar.

### **1.4. Gastronomik Ürün**

Gastronomik ürünlerin amacı, bireyleri mümkün olan en iyi beslenmeyle hayatlarından zevk alabilmelerini sağlamaktadır (Zağralı, 2014). Fonksiyonel bir şekilde gastronomi ürünleri, gıdaya yönelik işlenebilecek tüm ürünleri aramakta ve tüm ilkelere bağlı kalarak rehberlik edilmesini amaçlamaktadır (Dilsiz, 2010). Gastronomik ürünlere turizm kapsamında bakıldığında, gastronomi ve turizmin ayrılmaz bir bütün olduğu görülmektedir. Turizm ve gastronomi arasındaki bağlantıları ifade edebilmek için, birden fazla terim ortaya çıkarılmıştır. Yemek hazırlama tarzlarına odaklanmış olan gastronomi turizmi; kaliteli içecek ve yiyecek tüketim deneyimleri kapsamında yöresel içecek ve yiyeceklerin incelenmesiyle, beğenilmesiyle ilgilenmiş olan örnek olarak, yeni lezzetler keşfetmek ve uyumlu birlikteliği yaratmayı amaç edinen alternatif bir turizm aracıdır (Ignatov ve Smith 2006). Bu kapsamda oluşturulan gastronomik ürünlerin tüm ortak noktası ve bu faaliyetlerin gerçekleşmesi için, gerekli olan tüm önemli unsurlar gastronomik birer kimliktir. Gastronomik kimlik kavramının, son senelerde önemi artmış ve yaygınlaşmış olmasına karşılık, tüm herkesi kapsamına almaktadır (Fox, 2007). Özellikle yapılan araştırmalara göre bir turist destinasyonunun başarısının gastronomik kimliğiyle yakından bağlantılı olduğunu göstermektedir (Belisle, 1983; Sheldon ve Fox, 1988; Faulkner vd., 1999).

Her bölgenin kendisine has gıda ürünü ve bu ürünü hazırlamasında, sunumlarını kapsamına alan “gastronomik” bir kimliği bulunmaktadır. Gastronomik kimlik, belli bir bölgenin yemek olgularını ve kültürel mirasını yansıtabilen, o bölgelere özgü yeme-içme özellikleriyle rekabet avantajı sağlayabilen güçlü bir unsura sahiptir (Henderson, 2009). Bölgesel gastronomik ürünler, globalleşme sebebiyle yozlaşmaya ya da yok olmalara karşılık, hassas olmasına karşı, özgünlüklerini korumuştur ve gastronomik kimlik olguları gün ışığına çıkarmaktadırlar. Bu sayede gastronomik kimlik bölgenin tanınmasıyla ve benzer bölgenin farklılaşabilmesini sağlamaktadır. Beşirli'ye (2010) göre, içecek ve yiyeceklerin üretilmesinde, taşınabilmesinde, depolanabilmesinde ve tüketilmesi esnasında gerçekleşmiş olan farklı sosyal ritüellerin oluşumunda kültüründe önemi ortaya çıkmaktadır. Çünkü, “yeme-içme” bir insanı ve bir bölgeyi, dolayısı ile o devletin kültürünü yansıtmaktadır (Lin vd., 2011). Kimlikler arasında yemek ve kültür ilişkileri belli bir toplumdaki diğerine göre çeşitlilik göstermektedir ve bu çeşitlilikler, zaman içinde o toplumun gastronomisinin taklit edilememesini sağlamıştır.

Belli bir bölgenin belli yiyecek-içecekler ile ilişkilendirilmiş olması, bölgelere özgü gastronomik kimliklerinin oluşturulmasına katkı sağlamaktadır (Haven-Tang ve Jones, 2005). Örneğin, tüm dünyanın en kaliteli köpüklü şarabı olarak bilinen şampanya, sadece Fransa'nın “Champagne” bölgelerinde bulunmuş bağ üzümünden yapılmaktadır. Şampanya bölgeye ayrı bir önem kazandırmış ve bölgeye özgü bir kimliğin oluşturulmasını sağlamıştır (Özdemir ve Çalışkan, 2011). "Terroir" kelimesinin gastronomik kimliği en iyi şekilde tanımladığı kabul edilmektedir. Birçok gelişmiş ülkede şarap yapımında büyük öneme sahip bir terim olan Terroir, Fransızca toprak anlamına gelen "terre" kelimesinden türemiştir ve bir bağ ile o bağda yetiştirilen üzümlerin çevreleriyle etkileşimini veya bir bölgeye özgü karakteristik toprak yapısını ifade etmektedir (Bowen ve Zapata, 2009). Fransızca bir terim olan terör kavramı, toprak, hava, iklim gibi doğal faktörler ile toprak işleme ve gelenekler gibi beşerî faktörlerin bir araya gelerek her bölgeye özgü üretim ve gıda hazırlama açısından kendine has bir karakter kazandırması olarak ifade edilmektedir. Babcock'a (2003) göre de yerel ürünler daha geleneksel yöntemlerle korunmaktadır. Bu şekilde gastronomik kimlik korunmaktadır. Çalışkan (2013), gastronomiyi kültürle birleştirerek bir destinasyonda benzersiz bir kimlik oluşturmaya katkısının turistik değerde olduğunu açıklamaktadır. Bölgenin kimliğinin oluşmasında gastronominin katkısı ve bölgenin kendine has özellikleri ve bileşenleri arasındaki etkileşimler daha üstündür. Bölgeler ve

bölgelerin yanı sıra ülkeler de kendilerine has mutfaklarıyla ün kazanmıştır (Hornig ve Tsai, 2010).

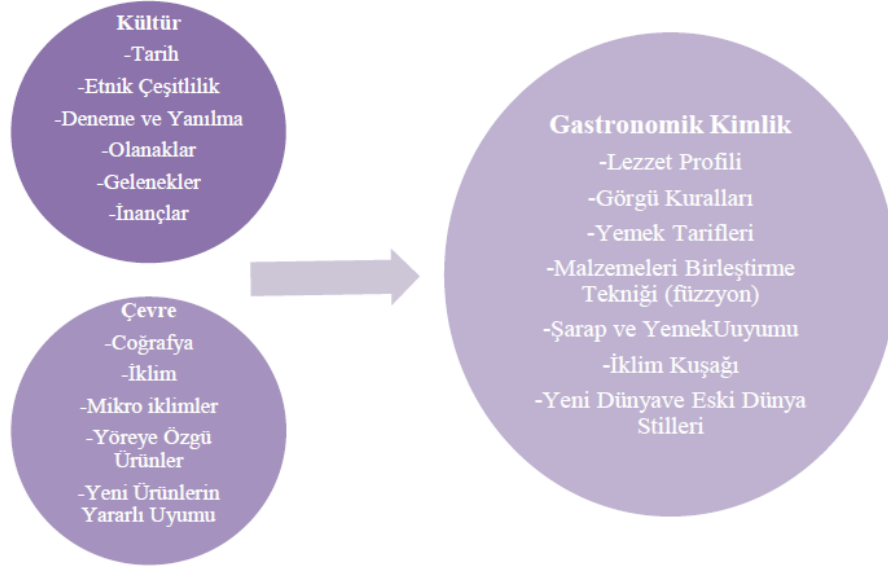
Ab Karim (2006)'ye göre yerel mutfaklar özellikle ülkeler için ulusal bir kimlik vitrinidir. Bu nedenle gastronomi gücünü turizmden alır ve destinasyon pazarlamasının bir aracı haline gelir. Bir turizm destinasyonunun çekiciliği, ürünlerin çevre ile etkileşimi ile başlayıp, fiziksel, kültürel ve doğal çevrenin birleşimi ile sona ermektedir. Bu nedenle destinasyondaki turizm, turistik ürün ve hizmetlerin gastronomik kimliğinin fiziksel, kültürel ve doğal çevre ile özgün bir şekilde bütünleştiği (Yüncü 2010) ve bu farkındalıkla yerel malzemelere ve yiyeceklere olan talebin arttığı kabul edilmektedir (Caenegem vd., 2015). Yörenin kendine özgü pişirme yöntemleri, yöresel lezzetleri, dokusu ve tarifleri bu bölgenin gastronomik kimliğini yansıtan en dikkat çekici özellikleridir (Çalışkan, 2013). Hjalager ve Corigliano (2000), yerel gıda ürünlerinin sadece turizm sektörü için uygun olmadığını, aynı zamanda bölgelerin gastronomik kimliğinin tanıtılması için de uygun olduğunu vurgulamıştır. Gastronomik kimliğinin ilgi çekici bir unsur olarak kabul edildiği her bölgede yerel yemek üretimi, pişirme, yeme alışkanlıkları ve sunumu korunmuş ve geliştirilmiştir (Deveci vd., 2013). Genel olarak, sadece gastronomik kimlik ürünleri ve araçları değil, aynı zamanda destinasyondaki deneyim de benzersiz şekilde olmalıdır (Chi vd., 2013).

Bir bölgenin gastronomik kimliğini ve özelliklerini belirlemek için literatürde bazı kriterler bulunmaktadır. Danhi (2003) 6 faktör olduğunu belirtmiştir: tarih, etnik çeşitlilik, coğrafya, mutfak görgü kuralları, ortak tatlar ve tarifler. Fox (2007), bir destinasyonun gastronomik kimliğini oluşturma sürecini; farklılaştırılmış, estetik olarak düzenlenmiş, doğrulanmış, sembolize edilmiş ve sahnelenmiş olarak açıklamaktadır. Sembolizasyon ve sembollerle gastronomik mirasın daha kalıcı olduğu ve sembollerin gastronomik kimliğe önem kattığı bildirilmektedir. Farklılaşma süreci olarak yöresel ürünlerin yöresel mutfaklarda kullanılması ve kültürel değerler taşıması destinasyon için rekabet unsuru olarak görülmektedir. Ayrıca bölgede coğrafi işaret tescil belgesi ile korunmaya alınan yöresel ürünlerin varlığı yöresel yemekler ve bu bölgelere ilgi duyan ziyaretçiler için önemli olması nedeniyle bölgesel kalkınmaya katkı sağlayabileceği tespit edilmiştir (Ilbert ve Petit, 2009).

Yerel ürünlerin sadece ekonomik bir değer olarak görülmesi ve açıklanması eksik bir tanımlama olarak görülebilir. Bu bölgede yaşayan ve üreten yerel halkın yerel

ürünlerinin yanı sıra geleneklerini, göreneklerini, tarih ve kültürlerini de yansıttığı unutulmamalıdır. Demirer (2010) Yöresel Ürünler Araştırması'nda konuyla ilgili olarak; Bu ürünlerin yaratılışlarının sosyal ve kültürel dokusunda kalıcı bir yer edindiğini, faydacı varlıklar haline geldiğini ve yerel halkın yaşam sürecinin ayrılmaz bir parçası olduğunu açıklamıştır. Bu, ziyaretçilerin dikkatini çeken önemli bir unsurdur. Yöresel yemeklerin kalıcılığından bahsederken bölgenin veya bölgenin gastronomik kimliğini şekillendirdiğini söylemek kaçınılmazdır. Buna bağlı olarak gastronomik kimlik hızla geleceğin en önemli turizm olgusu haline gelmeye başlamış ve ön plana çıkmıştır.

Gastronomik ürünü etkileyen en önemli faktörler kültür ve çevre olarak belirtilmektedir (Harrington, 2005). Bu faktörler ve alt faktörler Şekil 1'de görülmektedir.



**Şekil 1:** Gastronomik ürününü etkileyen faktörler (Harrington, 2005)

Kültürün alt faktörleri tarih, etnik çeşitlilik, deneme yanılma, fırsatlar, gelenekler, inançlar ve değerler iken çevrenin alt faktörleri ise coğrafya, iklim, mikro iklim, yerel ürünler ve yeni ürünlerin faydalı adaptasyonudur. Gastronomi kimliğinde kültür ve çevreden etkilenen faktörler; görgü kuralları, lezzet profili, yemek tarifleri, malzemeyi birleştirme tekniği (füzyon), şarap ve yemek uyumu, iklim kuşağı, yeni dünya ve eski dünya stilleridir. Harrington (2005), gastronomik kimlikte özellikle iklim,



kültür ve coğrafyanın baskın faktörler olduğunu belirtmektedir. Bir bölgenin coğrafyası, toprak yapısı, iklimi, nemi, güneş radyasyonu ve rüzgârı gibi özellikler orada yetiştirilebilecek gıdaların çeşitliliğini belirlemektedir.

Tarihsel süreç içerisinde kültürlerarası etkileşimler yoluyla öğrenilenler, bölgenin etnik çeşitliliği, bölgede yaşayan insanların yenilik yapabilme yetenekleri, inançları ve değerleri bölgede yetiştirilen gıdalardan neler üretilebileceğini belirlemektedir. Bu sayede yöreye özgü tat profilleri, tarifler, malzemeler, teknikler ve etiketlerden oluşan gastronomik bir kimlik oluşturulabilir. Gastronomik kimlik oluşumunu etkileyen bu koşullar bölgeden bölgeye ve kültürden kültüre değişeceğinden farklı gastronomik kimlikler ortaya çıkabilir. Coğrafi işaret, gastronomik kimliğin taklit edilmesini ve çalınmasını engellemeye yardımcı olan, üreticiyi, tüketiciyi ve gastronomik ürünü korucuyu en önemli yasal uygulamadır (Çalışkan, 2013). Bu ve buna benzer uygulamalar ile gastronomik kimliği taklit etmek zorlaşmaktadır (Harrington ve Ottenbacher, 2010).

Çevik ve Saçılık (2011), gastronomi turizminin son yıllarda öneminin artmasının nedeninin, ziyaretçilerin kitle turizmi ürünleri yerine kendi özel ilgi alanlarını yansıtan ürünleri aramaya başlaması olduğunu açıklamıştır. Gastronomiyi turizm açısından önemli hale getiren unsurlardan biri de kültürle olan ilişkisi ile destinasyona özgün bir kimlik oluşturmada önemli bir rol oynamasıdır (Cohen ve Avieli, 2004). Correia ve arkadaşları (2008), gastronomik kimlik beklentisi olan, bu kapsamda turistik seyahatlerde bulunan ziyaretçiler tarafından en önemli unsurun destinasyon olduğunu belirtmiştir. Bu sayede destinasyonun yemek kültürünü tanımakta ve bilgi sahibi olmaktadır. Destinasyonun mutfak kültürü, genellikle tekrar ziyaretlerin bir nedeni olarak belirtilir. Çevik ve Saçılık 'a (2011) göre ziyaretçiler gittikleri destinasyonun mutfak kültürünü merak etmekte ve sadece gastronomik özellikleri nedeniyle o destinasyonu tercih edebilmektedir.

Yiyecek-içecek harcamaları turizm giderlerinin önemli bir kısmını oluşturmaktadır (Uyar ve Zengin, 2015). Turistler günlük yaşamlarında toplam yeme-içme giderlerinin bir kısmını evlerinden başka bir yerde yemek ve içmek için biriktirirler (Özdemir, 2010). Bu nedenle gidilecek destinasyonda gastronomik ürünleri tercih etmeleri ve deneyimlemeleri kaçınılmazdır (Cohen ve Avieli, 2004). Destinasyondaki ziyaretçilerin gastronomik kimliği keşfetme arzusu seyahatlerinin başlangıcından

sonuna kadar sürebilmektedir. Gastronomik ürünlerin imajı, turizm destinasyonları için kültürel kimliklerini pazarlamak için kullanılmaktadır. Gastronomik kimlik ise turizm destinasyonlarının sürdürülebilirliği için benzersiz bir potansiyel yaratır. Uyar ve Zengin'e (2015) göre yeme ve içme ihtiyaçlarının karşılanması ziyaretçiler için gastronomik deneyimi tanımlar. Ziyaretçilerin bu gastronomik deneyimi, destinasyonun otantik somut olmayan mirası olarak kabul edilmektedir (Okumuş vd., 2007). Bölgeler de gastronomik deneyimlerini ulusal pazarda geliştirerek ön plana çıkmalıdır (Seyitoğlu ve Çalışkan, 2014). Küçükaltan (2009), gastronominin destinasyonların tanıtımında etkili bir rol oynadığını vurgulamıştır. Bu sayede gastronomik kimlik en önemli deneyim faktörü haline gelmektedir. Ayrıca gastronomik kimlik, turizm endüstrisinin ilerlemesi ve gelişmesi için farklılıklar ve çeşitlilikler oluşturarak yeni bir teklif oluşturmaktadır.

### **1.5. Gastronomi İmajı**

Kivela ve Crotts (2005), gıda ile hayal kırıklığı yaratan seyahat deneyiminin destinasyon imajı üzerinde olumsuz bir etkisi olduğuna dikkat çekerek, destinasyon imajında yiyecek-içeceklerin önemini vurgulamıştır. Ab Karim (2016), seyahat destinasyon imajları oluştururken diğer önemli imaj bileşenleri arasında mutfak kültürlerinin ön planda olduğunu vurgulamıştır. Shunali ve Arora'nın (2014) çalışmasında;

- “Gastronomi, turistlere kaliteli bir seyahat deneyimi sunarak sadece destinasyonu tekrar ziyaret etme isteğini etkilemekle kalmaz, aynı zamanda destinasyon imajlarının oluşmasına da katkı sağlar.

- Bu durum göz önüne alındığında, turistik destinasyonlar turistlere en iyi yemeklerini sunmalı,

- Bu şekilde “gastronomik turizm destinasyonu” imajlarını inşa edebilirler.

- Bunun destinasyonların yerel turizm sektörüne uzun vadeli faydalar sağlayacağı belirlenmiştir

Gastronomi imajı bazen turistik destinasyonun geleneksel ürününü tanıtabilmek için bilinçli bir şekilde oluşturulurken, bazı durumlarda da destinasyonlarının geçirmiş olduğu doğal süreçte, kendiliğinden ortaya çıkabilmektedir (Timothy ve Ron, 2013; Harrington ve Ottenbacher (2010)'a göre. Lyon ve Rhône-Alpes'in “gastronomi

merkezi” bölgesinin imajında, geleneksel şarap ve yemeklerden kaynaklandığını öne sürerek, yemeğin genel olarak destinasyonunun sosyal bir belirleyicisi olarak imajlarını yansıttığını ve güçlendirmiş olduğunu belirtmiştir. Frochot (2008) araştırmasında, gastronomi imajı destinasyonu için belli bir “kimlik, statü, sembol, tanıtım ve iletişim” aracı olarak kullanıldığını belirtmiş, seyahat kararlarının çoğunluğunun mutfak kültüründen kaynaklandığı vurgulanmaktadır. Gillespie (1994) ise gastronomi kapsamında uzman şeflerin gastronomi imajını bir sanat dalı olarak ön plana çıkarmaya çalıştıklarını belirtmiştir.

Literatürde gastronomi imajının bağımsız bir terim olarak kullanıldığı çok az sayıda çalışma bulunmaktadır. Çalışmalarda genellikle gastronomi, yemek ve yemek kültürü destinasyon imajı başlığı altında destinasyon imajının bileşenleri olarak yer almaktadır. Bu durum göz önünde bulundurularak daha önce yapılan destinasyon imajı araştırmalarında gastronomi, yemek ve yemek kültürünün yer aldığı bazı çalışmalar şu şekildedir:

- Goodrich (1980) New York'ta ikamet eden “American Express” müşterilerinin, 9 tane turist çeken bölge “*Florida, Kaliforniya, Meksika, Hawaii, Bahamalar, Jamaika, Porto Riko, Virgin Adaları ve Barbados*” İmaj üzerine yaptığı çalışmada, mutfak kültürlerinin ziyaret niyetlerini etkilediği ve destinasyonların mutfak kültürüne en fazla değer veren grubun orta yaşlı turistlerden oluştuğu sonucuna varmıştır.

- Embacher ve Buttle (1989) Avusturya imajını belirlemek için yaptıkları çalışmada, imaj unsuru olarak yemeği dahil etmiş ve İsviçre, Fransa ve Almanya'da olduğu gibi Avusturya mutfağının da yüksek kaliteli yemekler sunduğunu, tatlıların ve pastaların lezzetinin sıklıkla vurgulandığı sonucuna varmışlardır.

- Seo, Yun, Kim (2014) Bir destinasyonda geleneksel gıdaların tüketiminde gastronomi imajının önemli bir etkiye sahip olduğunu vurgulamıştır.

- Yukarıda vurgulanmış olduğu gibi, gastronomiyle ilgili alan yazında yaygın olarak destinasyon imajlarını oluşturabilen belli birer bileşen olarak görülebilmektedir. Belli bir imaj terimi olarak kullanılmış olan minimum çalışma yer almaktadır. Özellikle de son zamanlarda, turistlerin bilinçlenmesi ve sürdürülebilir olmasıyla, “deniz-kum-

güneş” üçlü imajına sahip kitlenin alternatif turizm arayışına girmesi gastronomi imajına olan önemi arttırabilir.

- Eren ve Çelik (2017) Gastronomi imajını “ziyaretçilerin bir destinasyonun yiyecek, içecek, catering şirketleri, catering kültürü ve gastronomik faaliyetleri hakkındaki inançları, duyguları ve izlenimleri” olarak tanımlamıştır. Bu tanım ve ilgili literatürden edinilen bilgiler ışığında gastronomik imaj, “bir destinasyonun tüm gastronomik unsurları hakkında bir birey veya grubun inançları, düşünceleri, izlenimleri, hayalleri, önyargıları, nesnel bilgileri ve duygusal düşünceleri” olarak tanımlanabilmektedir.

## 2. SAFRANBOLU BÖLGESİ VE SAFRAN

### 2.1. Safranbolu Bölgesi Coğrafi Özellikleri

Safranbolu şehri yükselti ve kabartma özellikleri dikkate alınarak iki ana bölüme ayrılmıştır. Bu bölümlerden ilki, zeminle örtüşen, içte değişen eğim değerlerine sahip olmakla birlikte görünüşte düz veya hafif dalgalı, dereler tarafından yer yer derin çatlaklı alçak plato alanıdır. İkinci bölüm, taban kabartmasını çevreleyen intruzif ve metamorfik ana kayalardan oluşan dağlık alan ve bu dağlık alanların nehirler tarafından parçalanmasıyla oluşan yayla-plato alanıdır (Koçyiğit, 1987).

Safranbolu ilçesi özelinde genel olarak Karadeniz iklim tipinin hâkim olduğu söylenebilir. Ancak Karabük bölgesinin kıyı kesimlerden ziyade daha iç kesimde yer almasından dolayı nem oranı diğer bölgelere göre daha düşüktür. Bu açıdan karasal iklim tipinin etkisi daha fazla görülmektedir. Yıllık ortalama sıcaklık 13.5 °C, yıllık ortalama yağış miktarı 605,4 mm, yıllık ortalama yağış gün sayısı ise 136'dır (Karabük İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2022).

Karabük ilçelerindeki tarım arazileri içerisinde toplam 198.510 hektar tarım alanıyla da Safranbolu 2.sırada yer almaktadır. Ayrıca iklimi bölgeye özgü olan Safranbolu Çavuş Üzümünü yaygınlaştırmak amacıyla telli terbiye sistemli bağ alanları oluşturmaya elverişlidir (Karabük İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2022).

Karabük'ün hidrografiya özelliklerine bakıldığında ana su kaynağı Filyos Nehri'dir. Arac ve Soğanlı Çayı bu nehrin iki önemli kolunu oluşturmaktadır. Karabük'ün merkezinde birleşen ve Filyos adını alan bu ırmak, adını aldığı Filyos (Zonguldak) yakınından Karadeniz'e dökülmekte olup, ana kolları boyunca uzanan irili ufaklı birçok akarsu tarafından beslenmektedir. Safranbolu ilçesinde sürekli ve mevsimlik akarsuları boşaltan Araba deresi, kuzeyden ve güneyden aldığı dallarla güçlenerek, ilçenin güney kesiminin morfolojisini şekillendirmiştir. Araba Çayı dışında bölgedeki diğer önemli akarsular; Karasu Çayı, Eflani Çayı, Ovacuma Çayı, Gümüş Çayı, Akçasu Çayı, Tabakhane Çayı ve Bulak Çayıdır. Safranbolu'nun Bostanbükü köyünde de jeotermal içme suyu kaynağı bulunmaktadır. İlçe sınırları içerisinde doğal oluşumlu göl bulunmamaktadır. Ayrıca bölgede Bulak Mağara Suyu ve Hızır Mağara Suyu gibi yeraltı kaynak suları da bulunmaktadır (Atalay, 2013).

## 2.2. Safranbolu ve Turizm

Safranbolu'nun 1975 yılında Yüksek Anıtlar Kurulu tarafından "Kentsel Sit" ilan edilmesiyle birlikte kent araştırmacıların ilgisini çekmiş ve ünü tüm dünyaya yayılmıştır. Kültürel zenginliği ve bu zenginliği korumadaki başarısı ile birlikte Safranbolu, 1994 yılında UNESCO tarafından Dünya Miras Kenti unvanına layık görülerek Türkiye için daha önemli bir yere sahip olmuştur (Safranbolu Belediyesi, 2020). Tarihi oldukça eskiye dayanan Safranbolu bölgesi kültürel geçmişi, değerleri ve yerel ürünleri ile de ön plana çıkmış, turizm açısından potansiyeli yüksek bir bölge olarak dikkat çekmektedir (Karabük Belediyesi, 2022).

Karabük merkeze ortalama yirmi beş kilometre uzaklıkta olan Safranbolu ilçesi, Bartın, Kastamonu, Çankırı ve Zonguldak illerine komşu olması (Karabük Belediyesi, 2022) ve Ankara, İstanbul gibi Büyükşehirlere yakınlığıyla merkezi bir konumdadır (Google Maps, 2022). Buna bağlı olarak Şekil ? ve Şekil ?'de Karabük ve Safranbolu'ya ait coğrafi bilgiler gösterilmiştir.



Şekil 2: Karabük-Safranbolu coğrafi konumu

**Kaynak:** Milli Savunma Bakanlığı, Harita Genel Müdürlüğü, 2022.



**Şekil 3:** Safranbolu şehir haritası

**Kaynak:** <http://www.safranbolu.gov.tr/ulasim>

Safranbolu ilçesine karayolu ve havayolu ile ulaşmak mümkündür, ilçe sınırları içerisinde otogar mevcut ancak havalimanı Karabük 'te olduğu için yine karayolunu kullanmak gerekmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022). Bölgenin konumu, ulaşım olanakları, tarihi değerleri, kültürel varlıkları ve gastronomik ürünlerinin çeşitliliğinden dolayı Safranbolu'ya yönelik birçok tur programı planlanmakta ve gezilecek yerler listesi oluşturulmaktadır. Literatüre bakıldığında da Safranbolu ve turizm ilişkisini konu edinen birçok çalışmanın olduğu görülebilmektedir (Gürbüz, 2002; Kiper ve Arslan 2007; Ceylan ve Somuncu, 2016; Diker ve Çetinkaya, 2016; Koçoğlu vd., 2020). Bu kapsamda birçok alternatif turizm çeşidine ev sahipliği yaptığı söylenebilir. Örneğin Safranbolu Kaymakamlığı 'nın (2022) resmî web sitesi tarafından paylaşılan gezi programına bakıldığında;

### **Tarihi arşı Bölgesinde Gezi**

- Hıdırlık Tepesinden panorama (Namazgah, Türbe, Anıt mezar)
- Kaymakamlar Gezi Evi
- İzzet Mehmet Paşa Camii
- Manifaturacılar arşısı
- Demirciler, Bakırcılar arşısı
- Cinci Hanı
- Köprülü Mehmet Paşa Camisi ve Güneş Saati
- Yemeniciler Arastası
- Kale, Eski Hükümet Konağı -Kent Tarihi Müzesi, Saat Kulesi
- Havuzlu Asmazlar Konağı

### **Yörük Köyü Gezisi**

- Sipahioğlu Gezi evi
- amaşırhane
- Konarı Dipsiz Göl

### **Bağlar bölgesi gezisi**

- Değirmenbaşı Su değirmeni
- İncekaya Su Kemeri
- Kristal Teras
- Tokatlı Kanyonu
- Bulak (Mencilis) Mağarası, oldukça zengin bir turizm destinasyonu olduğu görülmektedir.

Yine Jolly Tur Turizm (2022) şirketi tarafından Safranbolu ilçesine yönelik gezilecek yerlere bakıldığında;

- Semerciler, Manifaturacılar, Bakırcılar ve Demirciler arşısı
- Köprülü Mehmet Paşa Camii
- Kaymakamlar Konağı
- İzzet Mehmet Paşa Camii
- Yemeniciler Arastası
- Akçasu Kanyonu
- Yörük Köyü olarak belirlenmiştir.



Genel olarak Safranbolu’da gezilecek yerler arasında tarihi yapıların ön plana çıktığı, özellikle çarşı, camii ve kanyonların yoğunluğu dikkat çekmektedir. Bunun haricinde tur programlarında yöresel yemeklerin tüketilebileceği mekanlar seçilmiş, Safranbolu mutfağı vurgulanmıştır (Jolly Tur, 2022; Tatil Budur, 2022). Bu açıdan da gastronomi turizm potansiyeline sahip bir destinasyon olduğu anlaşılmaktadır.

Bölgenin tüm bunlar haricinde iki önemli simgesi de tarihi Safranbolu evleri ve safran bitkisidir. Safranbolu tarihi evlerinin mimarı yapısı ve kültürel mirasın korunarak günümüze kadar ulaşması turist talebini önemli düzeyde arttırmaktadır. Buna bağlı olarak bölge her yıl yerli ve yabancı birçok turist ağırlamaktadır. Bölgedeki evlerin mimari yapısı geçmişteki Türk evlerinin kültürel değerlerini taşıması, gelecek nesillere somut örnekler oluşturması açısından da ayrı bir öneme sahiptir. Safranbolu merkezinde yaklaşık 2000 geleneksel Türk evi yer almakta olup, 800 adeti yasal olarak koruma altındadır (Özdemir, 2011).

**Tablo 3:** Safranbolu bölgesindeki turizm çeşitleri

Turizm Çeşitleri	Örnekler
Dağ Turizmi	Araç Çayı Boyu, Safranbolu-Eflani arası Katır Yolu, Karaevli-Kirpe Kanyonu-Araç Çay (Altay ve Aydm, 2020).
Mağara Turizmi	Bulak Mencilis Mağarası, Ağzıkara Mağarası ve Hızır Mağarası (Safranbolu Belediyesi, 2022).
Bisiklet Turizmi	Safranbolu-Bostanbükü-Toprakcuma Parkuru, Sarı Çiçek Dağı Parkuru (Altay, 2019).
Etkinlik Turizmi	Mimari Değerler Haftası, Kültür ve Sanat Festivali (Safranbolu Belediyesi, 2022).
İnanç Turizmi	İzzet Mehmet Paşa Camii, Kazdağlıoğlu Camii, Kaçak Camii, Dağdelen Camii, Mescit Camii ile Cinci Hanı ve Cinci Hamamı Ulu Camii (Ayestefenos Kilisesi) ve Köprülü Mehmet Paşa Camii (Kültür Portalı, 2022; Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022).
Kültürel Miras Turizmi	Safranbolu Evleri, Safranbolu Kalesi, Han ve Hamamlar, Eski Hükümet Konağı, Köprü ve Kemerler (Altay, 2020).
Gastronomi Turizmi	Safranbolu lokumu, Safranlı Pilav, Peruhi vb. (Altay 2019; Safranbolu Belediyesi, 2022).
Yayla Turizmi	Sarıçiçek Yaylası, Ulu Yayla (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022).
Kanyon Turizmi	Tokatlı Kanyonu, Düzce Kanyonu ve Sakaralan Kanyonu (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022).
Botanik Turizmi	Altın Safran Belgesel Film Festivali, Safran Hasat Şenliği ve Bağ Bozumu Senlikleri (Safranbolu Belediyesi, 2022).

Bölgedeki turizm potansiyelini geliştirmeye yönelik yöneticiler tarafından ulusal ve yerel çapta tanıtım filmleri yapılmakta olup, turistik değerler ön plana çıkartılarak yerel halka destekler verilmektedir (Safranbolu Ticaret ve Sanayi Odası, 2020; Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022). Bu kapsamda yapılan destekler özellikle turizm sektörü içerisinde konaklama ve yiyecek-içecek hizmeti faaliyetleri ile tur operatörü, seyahat acentesi ve diğer rezervasyon hizmetleri gerçekleştiren işletmelere yapılmaktadır (Safranbolu Ticaret ve Sanayi Odası, 2020). Aynı zamanda Diker ve arkadaşları (2016) yaptıkları araştırmada Safranbolu bölgesinin hava sporları turizmi içinde uygun bir destinasyon olduğunu ve alternatif turizm aracı olarak bölgeye kazandırılabilceğini belirtmiştir.

### **2.3. Safranbolu Yöresel Mutfağı**

Yiyecek-içecekler, turizm ürününün önemli bir bileşenidir ve unutulmaz bir seyahat deneyimi oluştırmada çok önemli bir rol oynar (McKercher vd., 2008). Yöresel mutfak ise bir bölgenin yiyecek-içeceklerini ve yörede hazırlanma, pişirilme, tüketilme, saklama koşulları, servis yöntemleri, kullanılan araç-gereçleri, mutfakın bulunduğu yeri, mimarisini ve yemeklerini kapsar (Toksöz ve Aras, 2016). Son yıllarda, birçok destinasyon daha fazla turist çekmek için yerel yiyecek-içecekleri (mutfak) turizm ürünleri içerisine dahil etmiştir (Robinson ve Getz, 2014). Literatüre göre de yiyecek-içecekler bir destinasyonun çekiciliğini arttıran, turist potansiyelini arttıran stratejik bir öneme sahiptir (Nield vd., Fox, 2007). Lopez-Guzman ve Sanchez-Canizares (2012) İspanya'da Cordoba'yı ziyaret eden turistlerin motivasyonlarını incelemiş ve yerel mutfakın turistler için en önemli motivasyon olduğunu bulmuşlardır. Bunlara bağlı olarak yöresel mutfak, kültürel ve tarihi değerler ile bağdaştırılarak destinasyon pazarlama stratejilerinde kullanılabilir.

Yöresel mutfak, bölgenin kültürü hakkında bilgi veren ana unsurdur. Bir bölgeyi ziyaret eden turistler, o destinasyonun yerel mutfakını öğrenmek ve yemeklerin tadına bakmak isterler. Bu yönden zengin bölgeler turizm açısından çok değerlidir. Mutfak turizminin mevsimlik olmaması ve yılın herhangi bir zamanında yapılabilmesi turizmin gelişmesi için özel bir anlam taşımaktadır (Kaan Yıldız, 2007). Özellikle bu kapsamda her geçen gün gastronomi turizmi ile yöresel yemekleri, kültürel mutfak uygulamalarını, geleneksel pişirme yöntemlerini ve yerel ürünleri ilişkilendiren çalışmaların sayısı

artmaktadır (Björk ve Kauppinen-Räsänen, 2014; Çimen, 2016; Başaran, 2017; Çatır ve Ay, 2018; Zararsız ve Kargiglioğlu, 2022). Bu açıdan bakıldığında da gastronomi turizmi için yöresel ürünlerin değeri ve önemi daha açık şekilde anlaşılabilir.

Safranbolu tarihinin MÖ 3000 yıllarına uzanan köklü bir geçmişinin olması, kültürel turizm faaliyetleri açısından değerlendirilebilecek olan birçok turizm çeşidini içerisinde barındırdığı gibi özellikle yöresel yemek kültürü bakımından da önemli bir yere sahiptir. İlçe sınırları içerisinde yer alan işletmeler arasında %15,57 ile unlu mamul, %10,66 ile lokum tesislerinin ilk sıralarda yer alması, Safranbolu bölgesindeki gıda endüstrisinin yeri ve önemini gösterir niteliktedir (Safranbolu Belediyesi, 2020). Safranbolu genel olarak sınırlı ama zengin malzemelerle değerli ve lezzetli bir mutfağa sahiptir. Zengin sosyo-ekonomik yaşamı ve zengin fiziki çevresi ile tarihi boyunca gelişmiş bir konuma sahip olan Safranbolu, bugün UNESCO Dünya Miras Listesi'nde yer almaktadır (Canbulat, 2017).

Safranbolu yemekleri incelenirken iki ayrı grupta karşılaşılmaktadır. Bir yanda 10. yüzyıldan beri bölgede varlığını sürdüren Türkmen mutfağı, diğer yanda Anadolu mutfağı. Anadolu, geçmişi 1920'lere kadar uzanan ve tarih boyunca aldığı göçlere bağlı olarak farklı mutfak kültürlerine ev sahipliği yapmış bir bölgedir (Canbulat, 2017). Safranbolu yöresel yemekleri arasında içli köfte, kebab, burma, peruhi, bahar, gobu, haluşka, kara pancar, su böreği, ev yapımı baklava, gözleme, safranlı zerde, safranlı aşure, katlaç ve lokum sayılabilir (Kaan Yıldız, 2007). Safranbolu ilçesine özgü coğrafi işaretli gıda ürünlerinin değerlendirilmesi açısından Karabük ilinin coğrafi işaretli ürünleri aşağıdaki Tablo 4'te verilmiştir.

**Tablo 4:** Karabük coğrafi işaretli ürünleri



Safranbolu Safranı  
Yıl: 2011



Safranbolu Lokumu  
Yıl: 2014



Eflani Çember Bezi  
Yıl: 2015



Eflani Hindi Bandırması  
Yıl: 2017



Safranbolu Kıtırı  
Yıl: 2020



Safranbolu Maniye  
Domatesi  
Yıl: 2022

**Kaynak:** Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022.

Tablo incelendiğinde Karabük ilinde en fazla gıda ürünlerinin coğrafi işaret aldığı görülmektedir. Aynı zamanda Safranbolu'nun Karabük ilçeleri arasında en fazla coğrafi işaret tescil belgesine sahip bölge olduğu anlaşılmaktadır.

## 2.4. Safran Bitkisi

Safran, *Crocus sativus* L. olarak da bilinen Iridaceae familyasına ait bir bitki türü olarak açıklanabilmektedir. Safran baharatı ise bu bitkinin kurutulmuş tepeciklerden (stigmalarından) elde edilen bir baharattır. Safran adının kökeni tam olarak bilinmemekle birlikte (Basker ve Negbi, 1983) Arapça “za’ faran” ya da “za’ fran” kelimesinden ortaya çıktığı, tür olarak “Crocus”, Yunancada “krokos” sözcüğünden gelen bir bitki çeşidinden gelmiştir (İnaltong, 2008). *Crocus sativus* (Safran), eski milletler tarafından bilinen ve tarih boyunca dünyanın en pahalı gıda unsurları arasında yer alan bir bitkidir (Şekil 1). Sadece 1 gram safran üretmek için ortalama 150 çiçek toplamak gerektiği düşünüldüğünde çok zaman alıcı ve emek isteyen bir iş olduğu anlaşılabilmektedir (Torricelli vd., 2019). Safran kalitelerine göre extra(stahi), orta(mogra) ve düşük(laçha) olmak üzere üçe ayrılır. Her kalite safran pek çok alanda kullanılabilir (Safranbolu Kaymakamlığı, 2019).

Safran bitkisinin kullanım alanlarının yaygın olması, ekonomik olarak yüksek potansiyele sahip olması ve geçmiş yüzyıllardan bu yana talebin katlanarak artması safranı birçok ülkenin gözdesi haline getirmiştir (Kâfi, 2006). Nitekim birçok ülke safran bitkisi yetiştiriciliğine uygun iklim koşullarına sahip olması halinde safran üretimini gerçekleştirmektedir. Safran bitkisinin yüksek adaptasyon kabiliyeti ise üretimini yaygın hale getirebilecek niteliktedir. Özellikle farklı safran üreten ülkelerdeki mahsul koşulları karşılaştırıldığında bu kabiliyeti ön plana çıkmaktadır. Örneğin yaklaşık 600m yükseklikte, çok sıcak yazların ve çok soğuk kışların yaşandığı, düzenli aralıklarla donların olduğu karasal bir iklime sahip olan İspanya Kastilya-La Mancha bölgesinde safran yetiştirilmektedir (Negbi, 1999).

Çiçeğin doğal alanları 30°-40° Kuzey enleminindedir. Yetiştiriciliği uzun zamandır güneybatıda Akdeniz, Kuzeydoğuda Keşmir ve Çin ile sınırlanan geniş bir Avrasya kuşağı üzerinde yoğunlaşmıştır. İran, dünyadaki safran üretiminin %90'ından fazlasını (2019 yılında yaklaşık 430 ton) oluşturan ana safran üreticisidir, ardından Hindistan ve Akdeniz havzası ülkeleri (Yunanistan, Fas, İspanya, İtalya ve Türkiye) gelmektedir (Gresta vd., 2008; Statista, 2020). Bununla birlikte, Akdeniz bölgesinin dünya çapında birçok faktöre bağlı olarak en iyi kalitede safran üretimi yaptığı kabul edilmektedir (Lage ve Cantrell, 2009). Ancak ilk safran bitkisinin nerede yetiştirildiği konusunda bir fikir birliği yoktur (Caiola ve Canini, 2010).



**Şekil 4:** Safran soğanı ve çiçeği (kişisel arşiv)

Bitkinin çiçeklenme dönemi, çiçeklerin elle toplandığı Ekim veya Kasım aylarında (coğrafi farklılıklara bağlı olarak) 2 veya 3 hafta sürmektedir; koyu kırmızı tepcikler elle ayrılır ve ardından kurutulur (Şekil 5). Bir kilo saf kurutulmuş safran yapmak için yaklaşık 100.000 çiçekten alınan tepcik gerekmektedir (Dalby 2000; Mousavi ve Bathaie, 2011). *Crocus sativus* (Safran) 78 cins ve 1750 tür içeren Iridaceae familyasına aittir. Bu ailenin bitkileri, süs ve tıbbi kullanımların yanı sıra çeşniler için de kullanılmıştır. *Crocus* cinsi 85 tür içerir ve bunlardan bazıları güzel çiçeklere sahip süs bitkileridir (Kafi, 2006). Türkiye 'de ise *crocus* cinsinin toplam 32 türü bulunmakta ve bunların 18 tanesi endemik olarak varlığını sürdürmektedir (Sadeghi Bakhtavari, 2010).



**Şekil 5:** Safran tepcikleri (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021)

Safranın içeriğine bakıldığında ise proteinler, yağlar ve karbonhidratların yanı sıra A vitamini, C vitamini ve folik asit gibi bazı değerli bileşikler fazla miktarda barındırdığı tespit edilmiştir. Safran, demir, kalsiyum, magnezyum, bakır, manganez, potasyum, fosfor ve çinko gibi zengin minerallerin de kaynağıdır (Hamidpour vd., 2013). Aynı zamanda bazı hayati öneme sahip metabolitler, monoterenoidler, flavonoidler, karotenoidler ve antosiyaninleride bünyesinde barındırmaktadır (Rios vd., 1996). Safran, yetiştirme koşullarına bağlı olarak büyük ölçüde dalgalanan farklı kimyasal bileşenler içermektedir (Melnik vd., 2010). Kimyasal bileşim analizleri safranın yaklaşık %50-%63 şeker (dekstrin, nişasta, pektin, sakızlar ve pentozanlar), %12-%13 protein, %10-%12 nem, %5-%8 yağ, %5-%7 mineral ve %5 ila %10 arasında ham lif içerdiğini göstermiştir. (Rios vd., 1996). Analizlere göre safran tepcüklerinin ve tepallerin (çiçeğin dış kısımlarından birisi) uçucu yağı, bileşimde farklılık göstermiştir. Tepecüklerin esansiyel yağı ana bileşenler olarak krosetin, krosin, pikrokrosin ve safranal içerir (Rubio-Moraga vd., 2010). Tepal esansiyel yağı ise kaempferol, kersetin, rutin, hesperidin ve luteolin içerir. Aynı zaman da tepal esansiyel yağının tanenler ve antosiyaninler içerdiği de belirtilmektedir (Srivastava vd., 2010).

## **2.5. Safranın Tarihsel Kullanım Alanları ve Önemi**

Safranın çok eski bir baharat olması nedeniyle birçok alanda değerlendirilmeye çalışılarak kullanım alanları oldukça çeşitlilik kazanmış ve yaygın bir kullanım alanına sahip olarak günümüze ulaşmıştır. Neredeyse dört bin yıldır tıbbi alanda kullanıldığı belirtilen safran bitkisinin 90 hastalığın tedavisinde kullanıldığı belirtilmektedir (Mousavi ve Bathie, 2011). Tüm dünya için ayrı bir öneme sahip olan safran bitkisi, bölgeler üzerinden tarihsel olarak incelendiğinde daha net anlaşılabilir. Bu anlamda safran bitkisinin bölgelere göre özellikleri aşağıda yer almaktadır.

Ortadoğu: Tarihsel veriler bilinen ilk safranın, tam uygarlığın ortaya çıktığı Dicle ile Fırat arasındaki Bereketli Hilal'de ilaç olarak kullanıldığını göstermektedir (Giaccio, 2004). Bu bölgede safran genellikle nefes darlığı, baş sorunları, adet görme, doğum ve ağrılı idrara çıkma tedavisinde kullanılmıştır. Safranın tıbbi kullanımına dair ilk belgeleri de Antik Yakın Doğu'nun günümüze ulaşan en büyük kütüphanesi olan Asurbanipal 'de ortaya çıkmıştır (Ferrenc ve Bendersky, 2004).

Mısır: Eski Mısır'da (MÖ 3100-MS 476) Girit'ten ithal edilen safranın en önemli kullanım alanlarından birisi tıptır. Bu kullanımı doğrulayan ilk belge MÖ XV. yüzyıla ait 'Papirüs Ebers' dir. Özellikle göz, adet görme, üriner sistem bozukluklarının tedavisinde ve ayrıca doğumu tetiklemede kullanılmıştır (Tolner, 2005; akt. Mousavi ve Bathaie, 2011). Bunlara ek olarak, Kleopatra'nın (MÖ 69-30) (Wilson 2006) eskiden süt ve safranla yıkandığı söylenmektedir (Behnia 1991).

Girit: Akrotiri 'deki Tunç Çağı (M.Ö. 3000-1100) fresklerinden biri olan Thera, *Crocus cartwrightianus* 'u ve yabancı olduğuna inanılan safranı (Ferrence ve Bendersky, 2004) tasvir etmektedir. Safran Yunanistan'da en çok Athica ve Cyclades bölgelerinde yaygınlık göstermektedir ve safranın atası olarak bilinmektedir (Kafi, 2006). Fresk, safran üretim hattını göstermektedir: çiçeklerin koparılması, tepciklerin toplanması ve bir tanrıçaya sunulması. Freskin alt kısmında kanayan ayağın tedavisi için safran kullanan bir kadın görülmektedir. Bu freskin safranın önemi ve tıbbi kullanımını gösterdiği düşünülmektedir; Tanrıçanın safrana şifalı güç verdiğini veya safranı insana hediye ettiğini düşünmek de mümkündür (Ferrence ve Bendersky 2004). Knossos'taki Minos sarayındaki bir freskte de (yaklaşık MÖ 1700-1600), *Crocus sativus*'un genç kızlar ve maymunlar tarafından toplandığı gösterilmiştir (Winterhalter ve Straubinger, 2000).

Roma: Antik Roma'da (MÖ 753- MS 364 (Munby 1992) safran, kraliyet ailesi arasında ve daha sonra sıradan insanlar arasında hediye, parfüm veya elbise paçaları boyası olarak kullanılmıştır. Ayrıca halka açık salonları, hamamları ve tiyatroları kokulandırmak ve geçit törenlerine yaymak için kullanılmıştır (Dalby 2000; Giaccio 2004). Aynı zamanda safran dini törenlerde renkli dekoratif amaçla kullanılmıştır (Dadkhah vd., 2003). Ayrıca şaraba safran eklemenin akşamdan kalmayı önleyeceğine inanılmaktadır (Dalby 2000; Winterhalter ve Straubinger, 2000). Tüm bunlara ek olarak, cildi tazelemek, öksürük ve diyafram iltihabını tedavi etmek ve göz iltihabını önlemek için kullanılmıştır (Abrishami 1997).

Yunanistan: Antik Yunanistan'da (yaklaşık MÖ 2000 – 146) (Spek 2005), safran kraliyet boyası olarak kullanılmış ve ayrıca salon, mahkeme, tiyatro gibi toplu yerlerde parfüm olarak kullanılmıştır. Gün geçtikçe kullanımı insanlar arasında yaygınlaşmıştır (Dadkhah, Ehtesham ve Fekret, 2003). Bunlara ek olarak safran göz hastalıkları, kulak



ağrısı, diş ağrısı, ülser, kan basıncını düşürücü ve yatıştırıcı gibi tıbbi amaçlar için kullanılmıştır (Ferrence ve Bendersky 2004; Giaccio 2004; Tolner 2005).

İngiltere: Elde edilen bulgulara göre safranın İngiltere'ye 14.yüzyılda getirildiğini göstermektedir. 16.yüzyılda, Essex'te bir kasaba, safran yetiştirip ihraç ettikleri yerde adını Saffron Waiden olarak değiştirilmiştir. Ayrıca boya ve baharat olarak da kullanıldığı belirtilmektedir. Günümüzde bu bölgenin safran ekimi daha nadir olsa da Parish Kilisesi'nde ve kıyafetlerinde safran çiçeği resimleri hala mevcuttur (Dadkhah, Ehtesham ve Fekret, 2003). Bazı özel günlere ait safranlı kekler ve ekmekler için reçetelerin bu döneme ait olduğu da söylenmektedir. Safran'ın kalbi güçlendirmesi, beyni hızlandırması, zor nefes alma ve sarılıkla mücadele içinde kullanıldığı belirtilmektedir (Abrishami 1997).

İspanya: Avrupa'da modern safran ekimi, MS 712'deki Müslüman seferlerinden sonra MS 10.yüzyılda İspanya'da başlamıştır. İran'ı fethettikten sonra Müslümanlar safran yetiştirme bilgilerini İran'dan İspanya'ya getirmiştir. Daha sonra safran Avrupa'ya yayılarak yaygınlaşmış (Abrisami 2004) ve bugün İspanya, dünyanın en büyük safran ihracatçısı ülkelerinden biri haline gelmiştir. Her yıl yaklaşık 5 ton üretim yapan (Dadkhah, Ehtesham ve Fekret, 2003) İspanya'da en iyi safran yemeği yarışması ve safran toplama yarışmasından oluşan bir safran festivali (Fiesta de la Rosa del Azafran) düzenlenmektedir. Ayrıca İspanya'da safranla yapılan birçok yemeğin olduğu ve en önemlisinin Paella olduğu söylenmektedir (Winterhalter ve Straubinger 2000).

İran: İlk safran tarlaları (MÖ 708-550) döneminde Zagros ve Alvand dağları yakınlarındadır. (2001; Pirnia 2006). Ancak safranı nasıl kullandıklarına dair yeterli bilgiye ulaşılamamaktadır (Abrishami, 2004). Eski perslerin safranı ilk yetiştirenlerden oldu söylenmektedir. Günümüzde ise İran özellikle horosan bölgesi dünyanın en büyük safran üreticisi konumundadır (Dadkhah, Ehtesham ve ark. 2003). Genellikle alkolün etkisini önlemek, idrar söktürücü, iltihap önleyici ve yatıştırıcı olarak kullanılmıştır (Bagur, 2018).

İtalya: Navelli Dominik Friar Santucci 'nin İspanya 'dan çaldığı safran bitkisini Abruzzo'ya (L'Aquila) ekmesiyle İtalya 'nın safran ile tanışmasının (M.S. 14.yüzyıl) gerçekleştiği söylenmektedir. Orta çağ döneminde ise safran Sicilya, Toskana ve Umbria bölgelerinde de yetiştirilmiştir (Tammara, 1999).

Türkiye: Bazı tarihsel veriler safranın ilk hasadının Türkiye 'de MS 13-14. yüzyıl arasında gerçekleştiğini göstermektedir (Abrishami 1997). Aynı zaman da 19. Yüzyıla kadar safranın en büyük üreticisinin Türkiye olduğu belirtilmektedir (Baytop 1995; akt. Özkul Açıköz; 2010). Buna bağlı olarak safranın Türkiye için yüksek potansiyel taşıyan bir bitki olduğunu söylemekte mümkündür. Karabük ilinin Safranbolu ilçesi de ana yerel üretici olduğu için adını safrandan almıştır (Abrishami 1997). Yine bu bölgede özellikle safran hasadı festivali, safranlı yemek yarışmaları, altın safran fotoğraf yarışması, tanıtım günleri gibi faaliyetler gerçekleştirilmektedir (Anadolu Ajans, 2018; Eflani Meslek Yüksekokulu 2019; Batı Karadeniz Kalkınma Birliği, 2020). Safranbolu safranının coğrafi tescil belgesine sahip olması da bölgeye ayrı bir önem kazandırmıştır.



**Şekil 6:** Safranbolu hasat festivali (Anadolu Ajans, 2018).

## **2.6. Gastronomide Safranın Kullanımı**

Safranın geçmişteki kullanım alanlarına bakıldığında genellikle renklendirme amaçlı ve tıbbi olarak kullanıldığı görülmektedir. Günümüzde ise safran kullanımını kozmetik, ilaç, boya ve gıda endüstrileri şeklinde dört temel başlık altında toplamak mümkün olabilir. Literatüre bakıldığında, safran bitkisinin kullanım alanlarının ele alındığı pek çok çalışmanın olduğu söylenebilmektedir (Basker ve Negbi, 1983; Small, 2016; Rahim ve Ova, 2016; Khan vd., 2020; Muştı, 2021). Ancak safranın gıda endüstrisi açısından büyük bir potansiyele sahip olduğu göz önüne alındığında

gıdalardaki kullanım alanları ve çeşitlendirilmesine yönelik çalışmaların yetersiz olduğu düşünülmektedir.

Safranın gıda endüstrisindeki kullanımları arasında en bilinenleri kurutulmuş tepciklerin gıda katkı maddesi, baharat, tatlandırıcı ve renklendirici olarak kullanılabilmekte olduğu görülmektedir. Özellikle yemeklere geçmiş yüzyıllardan beri hafif, narin, hoş aroması ve muhteşem sarı rengini katması amacıyla kullanılarak bir baharatın tüm işlevlerini yerine getirebilir. Safran tepciklerinin koyu kırmızı renkli bir bileşeni olan krosin, suda turuncu bir renk oluşturur (Şekil 3), bu nedenle doğal bir gıda renklendiricisi olarak kullanımı çok yaygındır. Örneğin sos, reçel, puding, hamur işleri, yahni (Small, 2016), tavuk ve et, pirinç, kek, krem veya süzme peynir, mayonez, likör ve şekerleme gibi birçok gıda ürününü tatlandırma ve renklendirme amacıyla kullanılabilir (Basker ve Negbi, 1983). Kendi ağırlığının 100.000 katı kadar olan suyu sarıya boyayabilen bir bitki olması da renklendirmede ne kadar etkili olduğunu göstermektedir (Safranbolu Kaymakamlığı, 2019).



**Şekil 7:** Safranı kullanmak için önerilen prosedür: Safran tepciklerini öncelikle bir suya koyun, bir süre demlendikten sonra yiyeceklerin üzerine dökün. (a) Sıvı içinde demlenen safran tepcikleri. (b) Safranla yapılmış bir pirinç pilavı (Kültür Portalı, 2021; Tatlı, 2021).

Safran, dünyada hem tatlı hem tuzlu birçok gıda ürününde kullanılabilir potansiyele sahip bir baharat olarak öne çıkmaktadır. Genel olarak safranın et soslarında, yahni çeşitlerinde, pilav çeşitlerinde, tatlılarda ve hamur işi çeşitlerinde kullanıldığı gözlemlenmiştir. Aynı zamanda içecek, şekerleme, şarküteri (sucuk, salam, sosis, peynir vb.) ve dondurmalarda sıklıkla tercih edildiği belirtilmektedir (Sampathu, 1984).

Safranın pahalı ve özel bir baharat olması sebebiyle birçok ülkede özel günlerde tercih edildiği bildirilmektedir.

Safranın gıda kullanımlarına bağlı olarak en büyük tüketicisinin Araplar olduğu söylenmektedir. Buna bağlı olarak kuzu, tavuk ve pirinç kullanılan yemeklerde safran sıklıkla kullandıkları belirtilmektedir. Öte yandan safran Birleşik Krallığın bazı bölgelerinde ekmek ve keklerde, Fransa 'da kabuklu deniz ürünleri ve balıklarda, İspanya 'da et, balık, pirinç ve sebzelerde, İran 'da kuzu ve dana etlerinde sıklıkla kullanılmaktadır (Small, 2016). Ülkelerin safran kullanarak yaptığı bazı özel yemeklerin isimleri ise Çizelge 3.1'de de verilmiştir;

**Tablo 5:** Safranın kullanıldığı bazı özel yemekler

<b>Fransa</b>	Bouillabaisse (Alonso vd., 2012).
<b>İspanya</b>	Arroz con Pollo, Bacalao a la Vizcaina, Zarzuela (Alonso vd., 2012).
<b>İtalya</b>	Risotto Milan Style (Alonso vd., 2012).
<b>İran</b>	Chelow Kabab, Chelow Gosht, Chelow Mahi, Tahdig (Behnia, 1991).
<b>Hindistan</b>	Chicken Biani, Gulab Jamun, Jilebi (Small, 2016).
<b>Almanya</b>	Schwenkfelder Cake (Small, 2016).
<b>Türkiye</b>	Zerde, Pilav, Lokum (Kültür Portalı, 2022).

Safranın Türkiye 'deki geçmiş kullanımları incelendiğinde Osmanlı 'ya kadar uzandığı görülmektedir. Hatta Osmanlı 'nın safran üretiminde yüksek potansiyele sahip olduğu ve 1858 yılında, 9705 kilo safranı İngiltere 'ye sattığı söylenebilir (Safranbolu Kaymakamlığı, 2019). Osmanlı mutfağında safranın lezzet verme ve renklendirme amacıyla sıklıkla kullanıldığı ve özellikle çorba, pilav, kebab, balık, tatlı ve şerbet yapımlarında tercih edildiği bilinmektedir (Gürsoy, 2013; İnaltong, 2008). Günümüze baktığımızda ise safranın ekonomik olarak yüksek maliyetli olması, erişilebilirliğinin kısıtlı olması ve üretiminin az olması gibi nedenlerden dolayı yaygınlığının azaldığı söylenebilir (Safranbolu Kaymakamlığı, 2019). Ülkemizde özellikle adını safrandan alan Karabük ilinin Safranbolu ilçesinin safran üretimi ve safranlı gıda ürünleri üzerine adını duyurduğu bilinmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021). Nitekim safran aşure, pilav, keşkek, çorba, baklava gibi birçok üründe kullanılırken özellikle zerde ve lokumuyla (Şekil 3) ön plana çıkmaktadır. Son zamanlarda ise sabun, çay, kolonya ve

gazoz üretiminde de kullanıldığı belirtilmektedir (Coşkun vd., 2017; Bağlar Gazoz, 2018). Safranın genel olarak mutfaktaki kullanım oranı ise 3-4 kişilik bir yemeğe 0,2-0,3 gram şeklindedir (Mete, 2017).

## **2.7. Safran ve Gastronomi İlişkisi Üzerine Yapılan Çalışmalar**

Çelik vd., (2010), yaptıkları çalışmada, sade ve diyabetik sade dondurmaya safran ekleyerek dondurmadaki fizikokimyasal ve duyuşal özellikleri incelemiştir. Analiz sonuçlarına göre, dondurma miskinin açık sarı bir renge dönüştüğü, miskin viskozitesinde azalmanın olduğu, dondurmanın hacminde ise artışa neden olduğu tespit edilmiştir.

Mousavi ve Bathaie (2011) yaptıkları çalışmada, safranın geçmişteki kullanım alanlarını keşfetmeyi ve günümüze etkilerini ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Araştırma sonuçlarına göre safranın 3000 yıl öncesine kadar bilindiğı, sadece bir mutfak çeşnisi olarak değil, bununla birlikte boya, parfüm ve tıbbi bir bitki olarak da kullanıldığı belirtilmiştir. Buna bağılı olarak, safranın günümüzde şifalı bir bitki olarak yeni ilaç üretimlerinde göz önüne alınması gerektiğı ve birçok alanda yüksek potansiyele sahip bir ürün olarak değerlendirilebileceğı ortaya çıkmıştır.

Bhat vd., (2018) yaptıkları çalışmada, iki farklı halde safran özleri hazırlayarak tam buğday unlu kurabiyelerde doğal antioksidan kaynağı olarak kullanmış ve ürünlerin renk, doku ve duyuşal özellikleri incelenmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda kurabiyelerin dokusu ve sertliğinin önemli ölçüde azaldığı tespit edilmiştir. Aynı zaman da 6 ay kalite kaybı olmadan depolanabildiğı, 9 ay depolandığı ise kalite parametrelerinin düştüğü ortaya çıkmıştır.

Dabbagh Moghaddam vd., (2018), yaptıkları bir araştırmada probiyotik safran bazlı içeceğin fermantasyon sürecinde fizikokimyasal, reolojik, antioksidan, duyuşal ve hayatta kalma özelliklerini incelenmiştir. Sonuç olarak safran bazlı içeceğin, laktik asit bakterilerinin üremesi ve fonksiyonel içeceklerin üretimi için uygun bir ortam olduğu belirtilmiştir.

Armellini vd., (2019) yaptıkları çalışmada, safran ekstrasının taze makarnanın sindirilebilirliği üzerindeki etkisini araştırmayı amaçlamıştır. Yapılan araştırma

neticesinde makarnanın glisemik indeksinin düştüğü, sindirim sıvılarında krosin (karotenoid bir boya maddesi bileşiği) salınımına katkıda bulunduğu tespit edilmiştir.

Suna ve arkadaşları (2020) safran ilaveli yeşil çay ile yapılan kombucha içeceğinin duyuşsal özelliklere etkisi ve bileşiminin ortaya çıkartılması üzerine yaptıkları araştırmada, safran ilaveli yeşil çay ile yapılan kombucha içeceğinin duyuşsal ve fonksiyonel özelliklerinin iyileştiği, ayrıca daha besleyici olduğu tespit edilmiştir.

Sanchez vd., (2018) yaptıkları çalışmada, İspanya 'da üretilen kaliteli safranın yerel tüketiciler tarafından mutfaktaki kullanım niyetlerini ve bu niyetlerin faktörlerini belirlemeyi amaçlamıştır. Sonuç olarak, safranın kullanımına yönelik olumlu değişkenlere bakıldığında, safran hakkında nesnel bilgiye sahip olunması, mutfağın bir parçası olarak görülmesi ve sıklıkla kullanılabilir bir ürün olması olumlu değişkenlerdir. Ancak tüketicilerin safranın ikame ürününü kolayca temin edebilmesi ve sahtelerinin çok fazla olmasına dair düşünceleri safran kullanımlarını olumsuz yönde etkilemiştir. Bununla ilgili yapılan bazı araştırmalar aşağıda yer almaktadır:

- Torelli vd., (2014) yaptıkları araştırmada, safrandan üretilen veya safran içeren 24 farklı gıda ürününün tağişisini belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırma sonuçlarına göre, taranan örneklerin %21 oranında saf safrandan oluşmadığı, safran yerine yaygın olarak kullanılan hacim ve renk veren katkı maddelerinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

- Moradi-Khatoonabadi vd., (2015) yaptıkları çalışmada, İran 'nın belirli bir bölgesinde bulunan restoranları belirleyerek, safranlı pilav ve safranlı tavuk yemeklerinden numune almış ve gıda katkı maddelerini analiz etmiştir. Yapılan analizler sonucunda yemeklerin büyük çoğunluğuna safran yerine sentetik gıda boyalarının katıldığı tespit edilmiştir. Bu nedenle gıda güvenliği ve kalitesi için yeni planlamaların yapılması gerektiği belirtilmiştir.

- Heidarbeigi ve arkadaşları (2015) yaptıkları çalışmada elektronik bir burun sisteminin safrana yönelik aspir, boyalı mısır püskülleri gibi tağişişlerin ayrımını yapabildiğini tespit etmiştir.

- Soffritti ve arkadaşları (2016) yaptıkları çalışmada safran baharatında yapılan dolandırıcılıkların belirlenmesine yönelik safran çiçeğinin farklı kısımlarının DNA'sını genetik ve epigenetik düzeyde analiz ederek farklılıkları tespit etmiştir.

### 3. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırma kapsamında hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formu ile nitel araştırma yöntemlerinden yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak elde edilen veriler, menüsünde safranlı ürünlere yer veren toplam 20 yiyecek-içecek işletmecisinden elde edilmiştir. Bu veriler betimsel analiz yöntemi ile değerlendirilerek araştırmanın bulguları oluşturulmuştur.

Görüşme soruları hazırlanırken literatürde yer alan benzer çalışmalardan yararlanılmış, uzman görüşleri alınmış ve pilot çalışma yapılmıştır. Bunlara bağlı olarak, araştırmanın amacına uygun şekilde geliştirilen tema ve kodlar araştırmanın sorularına göre planlanmıştır. Görüşmeler orijinal hali ile bilgisayar ortamında Word dosyalarına aktararak doküman meydana getirilmiştir. Yapılan çalışmada ortaya çıkan dikkat çekici kısımlar belirlenen tema ve kod başlıklarında vurgulanarak, tırnak içinde ve italik olarak doğrudan aktarılmıştır. Bunlara ek olarak, elde edilen verilere yönelik tablo, şekil ve şemalar oluşturularak analizlerin daha anlaşılır ve akıcı olması sağlanmaya çalışılmıştır.

#### 3.1. Araştırmaya Katılan Yiyecek-İçecek İşletmecilerine İlişkin Bilgiler

Araştırma kapsamında 5 kafe işletmecisi, 15 restoran işletmecisi olmak üzere toplamda 20 kişi ile görüşme yapılmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerine **Tablo 6**'da yer verilmiştir. Buna göre araştırmaya katılım sağlayan yiyecek içecek işletmecilerinin demografik bilgilerine genel olarak bakıldığında 12 erkek, 8 kadın katılımcının olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaş ortalamasının 41 olduğu, 7 katılımcının bekar ve 13 katılımcının evli olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların eğitim durumu ile alakalı olarak en fazla lise mezunu, sonrasında ise sırasıyla ilkokul, lisans, ön lisans ve ortaokul mezunu olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların işletmelerdeki çalışma sürelerinin en az 1 yıl, en fazla 30 yıl olduğu ve ortalama çalışma süresinin 11 yıl üzeri olduğu tespit edilmiştir. Katılımcılar ile yapılan görüşme süreleri en fazla 23 dakika 37 saniye ile en az 10 dakika 16 saniyedir.

**Tablo 6:** Araştırmaya katılan yiyecek içecek işletmecilerine ilişkin bilgiler

Katılımcılar	Cinsiyet	Yaş	Medeni Durum	Eğitim Durumu	İşletme Tipi	İşletmedeki Çalışma Süresi	Görüşme Süresi
K1	Erkek	35	Evli	Lise	Restoran	4 Yıl	14:58
K2	Kadın	38	Bekar	Lisans	Restoran	8 Yıl	17:51
K3	Erkek	43	Evli	Lise	Restoran	8 Yıl	19:32
K4	Erkek	37	Evli	Lise	Restoran	3 Yıl	18:43
K5	Erkek	51	Evli	Ortaokul	Restoran	28 Yıl	15:29
K6	Kadın	45	Evli	Lisans	Restoran	17 Yıl	12:10
K7	Erkek	24	Bekar	Lise	Kafe	2 Yıl	23:37
K8	Erkek	32	Bekar	Lise	Kafe	12 Yıl	22:13
K9	Kadın	45	Evli	Lise	Kafe	1 Yıl	14:09
K10	Kadın	50	Bekar	İlkokul	Restoran	10 Yıl	18:46
K11	Erkek	46	Evli	Ön lisans	Restoran	10 Yıl	14:57
K12	Kadın	60	Evli	İlkokul	Restoran	16 Yıl	13:17
K13	Erkek	30	Bekar	Lise	Kafe	7 Yıl	14:29
K14	Erkek	32	Bekar	Lisans	Kafe	9 Yıl	10:16
K15	Erkek	47	Evli	Lise	Restoran	30 Yıl	15:13
K16	Kadın	57	Evli	İlkokul	Restoran	16 Yıl	12:11
K17	Kadın	70	Evli	İlkokul	Restoran	20 Yıl	18:32
K18	Kadın	49	Evli	İlkokul	Restoran	7 Yıl	14:20
K19	Erkek	32	Bekar	Ön lisans	Restoran	6 Yıl	21:35
K20	Erkek	30	Evli	Lisans	Restoran	7 Yıl	19:22

**K:** Katılımcı Adı

### **Tema 1: Safranbolu Safranı ile İlgili Bilgiler**

Bu tema altında Safranbolu safranı hakkındaki genel bilgi düzeyine ve safranın yiyecek içecekler ile ilişkisinin geniş bir perspektiften değerlendirilmesine yönelik kodlar oluşturulmuştur. Genel olarak bakıldığında Tema 1’de safranının kalitesi, satın alınması, kullanılan ikame ürünler ve çeşitleri konuları üzerinde durulmuştur.



### **Kod 1. Safran Satın Alımında Dikkat Edilen Noktalar ve Çeşitleri**

Katılımcılara “Safran alırken nelere dikkat ediyorsunuz? Safranbolu safranı dışında safran kullanıyor musunuz? Açıklar mısınız?” sorusu yöneltilerek safran hakkında farklı bilgi ve görüşler aktarılmaya çalışılmıştır. Soruya ilişkin yanıtlar genel olarak safranın kalitesini belirleyen özellikler, safran çeşitleri ve safranın satın alınabileceği noktaları içermektedir. Buna bağlı olarak konu hakkında K1, K6, K7, K12, K14 ve K18 adlı katılımcıların görüşleri aşağıdaki gibidir:

**K1:** “Kalitesine dikkat ediyoruz özellikle yerli safran olmasına dikkat ediyoruz. Ama tabii farklı ülkelerin safranları da güzel onları da kullanıyoruz.”

**K6:** “Safranbolu safranı maalesef çok az üretiliyor o yüzden Safranbolu safranı dışında İran safranı da kullanıyoruz. Kalite olarak da belirli yerlerden almaya çalışıyoruz ve toz olarak değil de daha tel şeklinde olanları almaya çalışıyoruz.”

**K7:** “Mecburen ithal safran kullanıyoruz. Ama içeceklerimizde herhangi bir fark görülüyor, zaten safranın pek bir tadı, lezzeti vs. yok. Alırken de tellerin uzunluğuna, verdiği renge bakıyoruz.”

**K12:** “Hayır kullanmıyoruz. Buranın safranı olmasına dikkat ediyoruz. İyi safran da kokusundan belli oluyor ve 2 3 teli hemen renk vermelidir.”

**K14:** “Aspir olmamasına dikkat ediyoruz ve orijinal olmasına dikkat ediyoruz. Benim düşüncem safranın tellerinin çok ince duruyorsa kalitesiz, biraz kalın ve canlı duruyorsa kaliteli safran olduğu şeklinde.”

**K18:** “Safranbolu safranı kullanıyoruz ama buraya İran, Afganistan ve İspanya ‘dan da safran geliyor. Zaten kendimiz yetiştiriyoruz.”

Katılımcılar tarafından belirtilen görüşler genel olarak değerlendirildiğinde, katılımcıların safranı bildikleri, üretici ve aktarlar aracılığıyla temin ettikleri veya kendi üretimlerini gerçekleştirdikleri tespit edilmiştir. Safran kalitesinin anlaşılmasına yönelik katılımcılar genel olarak farklı konulara dikkat çekerken iki veya üç farklı noktaya birden dikkat ettiği belirlenmiştir. Bu kalite değerlendirmeleri sırasıyla 5 başlık altında şu şekilde toplanmaktadır;

**1. Yerli safran:** Katılımcıların çoğunluğu safran satın alırken yerli safran olup olmadığını araştırdığını ve özellikle Safranbolu safranı olmasına dikkat ettiklerini belirtmiştir (K1, K2, K3, K4, K5, K8, K9, K12, K13, K15, K16, K17, K18, K19, K20).

**2. Renk:** Safranın rengine dikkat eden katılımcılar, safran tepciklerindeki rengin çok önemli olduğunu ve suya atıldığında çok iyi renk vermesi gerektiğini belirtmiştir (K7, K9, K12, K15, K17).

**3. Safran tepciklerinin kalınlığı/uzunluğu:** Elde edilen verilere göre safran tepciklerinin ince, kısa ve açık renkte olması kalitesiz olduğu, kalın, uzun ve koyu renkte olmasının ise safranın kaliteli olduğu anlamında gelmektedir (K6, K7, K8, K14). Bununla birlikte katılımcılardan K15'e göre safran tepciklerdeki renklerin açık olmasının daha kaliteli ve yerli safran olduğu, renklerin koyu olmasının ise daha kalitesiz ve ithal safran olduğu anlamına geldiği belirtilmektedir.

**4. Tazelik:** Safranın taze olmasını önemseyen katılımcılar, safran hasadının üzerinden çok fazla süre geçmemiş olması gerektiğini ve canlı gözükmesi gerektiğini belirtmiştir (K9, K17).

**5. Orijinallik:** Katılımcılar tarafından orijinal safran olmasına ve farklı bir ürün olmamasına dikkat edildiği belirtilmiştir çünkü piyasada safran adı altında farklı ürünlerin satıldığı ve bu yolla sahtekarlık yapıldığı aktarılmıştır. Özellikle mısır püsküllerinin boyanarak safran olarak satılması ve aspirin safran adı altında raflarda yerini alması verilen örnekler arasındadır (K11, K14).

Bunlara bağlı olarak katılımcıların dikkat ettiği en önemli kriterin safranın yerli olması, en az ise tazelik ve orijinalliği dikkate aldığı tespit edilmiştir. İran, Afganistan, İspanya gibi ülkelerden ithal edilen safranların yerli safran olarak piyasaya sürülmesi gibi durumlar ile karşılaşıldığı anlaşılmaktadır. Buradan da bölgeye 3 farklı ülkeden safran ithalatı yapıldığı çıkarılabilmektedir. Bölgeye safran ithalatı yapılması, safran üretiminin yeterli olmaması, temin edilmekte güçlük çekilmesi ve yerli safran fiyatının pahalı olması gibi durumlardan kaynaklanabilmektedir. Nitekim safranın gıdalardaki kullanım oranları arttıkça maliyet, erişilebilirlik ve konum gibi nedenlerden dolayı pek çok tağşiş ve farklı maliyet düşürücü yollara başvurulduğu belirtilmiştir (Sanchez vd. 2018; Moradi-Khatoonabadi vd. 2015). Bu gibi tağşişlerin ise geçmişten beri yapıldığı, bundan dolayı Almanya ve İsviçre'nin belli bir dönem idam cezası verdiği belirtilmektedir (Arslan, 1986). Nitekim geçmiş kayıtlara göre Nünberg'de safrana yönelik tağşiş yapanlara karşı idam cezası verildiği tespit edilmiştir (Mousavi ve Bathaie, 2011).

Tüm bunlara ek olarak 14 katılımcı Safranbolu safranı dışında safran kullanmadığını belirtmiş, 6 katılımcı ise farklı ülkelerin safranlarını da kullandığını belirtmiştir. Farklı safranları da kullanan katılımcılar özellikle Safranbolu safranının bölgeye yetmemesinden, üretiminin 20-25 kilo aralığında olduğundan ve yerli safranı temin etmekte güçlük çektiklerinden dolayı ithal safranlara yöneldiklerini belirtmiştir.

### **Kod 2.Safran Kalitesinin Yiyecek-İçeceklerle Etkisi**

Safran kalitesinin yiyecek-içeceklerle etkilerini ve bu etkilerin işletmelere olan geri dönütlerini belirlemek amacıyla katılımcılara “Safranın kalitesi kullandığımız ürünlere etki ediyor mu? Açıklar mısınız?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılardan gelen yanıtlar genel olarak safran kalitesinin önemini açıklar niteliktedir ve satış potansiyeli, rekabet, üretim, performans gibi işletmeyi etkileyen unsurlara dikkat çekilmiştir. Buna bağlı olarak, K1, K3, K8, K10, K14 ve K18 adlı bazı katılımcıların yanıtları aşağıdaki gibidir:

**K1:** *“Tabi ki etki ediyor biz özellikle renkten anlıyoruz. Ama bazıları tabi içine başka şeyler katıyor buda renk vermediği için daha fazla kullanıyoruz ve maliyetimize etki ediyor. Buda bizi zarara sokuyor çünkü zaten pahalı bir ürün birde fazla kullanınca her yönden zarar görüyoruz.”*

**K3:** *“Evet kesinlikle etkiliyor çünkü gelen müşterilerde bunu dile getiriyor. Özellikle bizim yiyecek-içeceklerimizin görünüş, renk ve tat olarak farklı olduğunu söylüyorlar. Zaten TripAdvisor, Google gibi sitelerde 1 numaralı yemek restoranı olarak biz çıkıyoruz. Türkiye ‘de ve yabancı dergilerde de yemek restoranları arasında sıralamadayız.”*

**K8:** *“Kahve ve lokumda tat olarak çok etkiliyor.”*

**K10:** *“Çok bir fark olmuyor, zaten safranın pek bir tadı, kokusu yoktur.”*

**K14:** *“Tabi ki etki ediyor özellikle renk ve koku bakımından çok etkiliyor. Ayrıca kaliteli safran aldığım zaman kahve de kullanırken safran kırılmıyor ve safranlı kahveden daha iyi performans alıyorum.”*

**K18:** *“Tabi ki etki ediyor özellikle doktorların yaptığı analizlere göre Safranbolu safranının verdiği faydaları diğer safranlar vermiyor.”*

Katılımcılardan 19’u safran kalitesinin kullandıkları ürünlere etki ettiğini belirtirken, sadece K10 katılımcısı etki etmediğini belirtmiştir. Bu kapsamda katılımcılar

ürünlerinde kaliteli safran ve kalitesiz safran kullanımının etkilerini açıklamıştır. Buna göre yiyecek-içeceklerde kaliteli safran kullanımının etkileri;

- Az miktarda safran tepeciği kullanılarak işletmenin maliyetlerini azaltır.
- Yiyecek-içeceklerin daha canlı renkte ve berrak olmasını sağlar.
- Satış potansiyelini artırır.
- Sosyal medyada ön plana çıkmayı sağlar.
- Müşteri memnuniyet düzeyini artırır.
- Yapılan yiyecek-içeceği fonksiyonel bir ürün haline getirir.
- Yiyecek-içeceğin kullanım ömrünü uzatır.
- Yiyecek-içeecklere pazarlamayı arttırıcı şekilde renk, tat ve koku katar.
- Alternatif ürünlerde kullanılarak yiyecek-içecek çeşitliliğini artırır.
- Etkili ve verimli tanıtıma fırsat sunar.
- Sosyal medya platformlarında yapılan yorumlara olumlu etkisi vardır.

Yiyecek ve içeceklerde kalitesiz safran kullanılması hakkında elde edilen veriler ise; maliyetleri artırır, renk vermez, tadı veya kokusu olmaz, ürünlerin içerisinde tütün gibi kırıntı şeklinde görüntü oluşturur şeklindedir. Nitekim Özmen ve Eren'in (2020) Safranbolu gastronomi turizminin gelişimine yönelik yaptıkları araştırma sonuçlarına göre geliştirdikleri öneri şu şekildedir; "İşletmeciler kaliteli malzeme ile lezzetten ödün vermeyeceği aynı zamanda fiyatta aşırıya kaçmayacağı bir satış politikası izlemelidir. Aksi takdirde turistler fiyatlardan şikâyet edebilmektedir. Bu da destinasyon imajı açısından olumsuz bir durum oluşturmaktadır."

Bunlara ek olarak, safran kalitesinin en fazla etki ettiği yiyecek-içeceklerin ise Türk kahvesi, safran çayı ve lokum olduğu belirtilmiştir.

### **Kod 3.Safran Yerine Kullanılan İkame Ürünler**

Yiyecek-içeceklerde safran yerine kullanılabilir ürünlerin tespit edilmesi ve benzer etkileri gösteren gıda katkı maddelerini belirlemeye yönelik katılımcılara "Safran yerine kullandığınız ikame ürünler nelerdir? Safran yerine herhangi bir gıda katkı maddesi kullanıyor musunuz? Açıklar mısınız?" sorusu yönelmiştir. Buna göre

katılımcıların genel olarak safran yerine ikame herhangi bir ürün veya gıda katkı maddeleri kullanmadıkları tespit edilmiştir. Buna ilişkin, K1, K7, K9, K12, K14 ve K19 adlı katılımcıların konu hakkındaki görüşleri şu şekildedir:

**K1:** *“Safran yerine başka bir ürün kullanmıyoruz özellikle ben tercih etmiyorum. Zaten Safranbolu ‘da safran yeterince var, bu yüzden farklı bir şey kullanılmasını doğru bulmuyorum.”*

**K7:** *“Biz kullanmıyoruz, zaten sadece safranlı kahvemiz ve safranlı çayımız var. Safranlı kahvemizi hazır alıyoruz, Safranlı çayımızı da kaynamış suya safran ilave ederek kullanıyoruz.”*

**K9:** *“Bizde zaten çok fazla safranlı bir ürün çeşidi olmadığı için böyle bir şey ihtiyacı duymuyoruz.”*

**K12:** *“Zaten safran buraya özgü bir lezzet olduğu için bunun yerine ikame bir ürün kullanma gereği duymuyoruz.”*

**K14 VE K19:** *“Safran harici bir şey kullanmıyoruz.”*

Tüm bunlara bağlı olarak, hiçbir katılımcının safran yerine ikame ürün veya gıda katkı maddesi kullanmadığı tespit edilmiştir. Ancak K2 safranın pek bir tadının olmamasından dolayı aroma vermesi amacıyla safranlı yiyecek-içeceklerin içerisine ek olarak bir miktar zerdeçal eklediğini dile getirmiştir. Yine K5 ve K16 adlı katılımcıların safran yerine zerdeçal kullanılabileceğini ancak kendilerinin kullanmadığını ifade etmiştir. Bu bilgiler ışığında yiyecek içecek işletmelerinde safranla birlikte veya safranın ikamesi olarak zerdeçalın kullanılabileceğinin biliniyor olduğu ortaya çıkmıştır.

## **Tema 2: Safranbolu Safranının Mutfaktaki Kullanım Alanları**

Araştırmamızın odak noktası ve temel amacı bu tema altında toplanarak bütüncül bir değerlendirme yapmaya uygun veriler elde edilmeye çalışılmıştır. Özellikle gastronomi ve safran ilişkisi Safranbolu dahilinde birçok yönden değerlendirmeye alınarak belirlenen kodlar altında dağılan görüşme soruları ile birlikte incelenmiştir. Araştırmanın bu bölümünde safran merkeze alınarak yiyecek-içecekler, kullanım amaçları, reçeteler, kullanım metotları, yeni fikirler ve fonksiyonel olarak kullanımını içeren konulara yer verilmiştir.

### Kod 1.Safranlı Yiyecek-İçecekler ve Kullanım Amaçları

Araştırma kapsamında katılımcılardan Safranbolu safranı kullanılan yiyecek-  
içecek türleri ve kullanım amaçları ile ilgili veriler elde edilmiştir. Safranlı yiyecek-  
içecekler ve kaç tane işletme menüsünde yer aldığı ile ilgili veriler gruplandırılmıştır.  
Bu bilgiler Tablo 7'deki şekilde gösterilmiştir.

**Tablo 7:** Safranbolu'daki restoran ve kafelerde sunulan safranlı yiyecek-içecekler

Yiyecek İçecek Türleri	Yiyecek İçecek İsimleri	İşletme Menülerinde Yer Alma Miktarı
1. Çorbalar	• Mercimek Çorbası	1
	• Safranlı Erişte Çorbası	1
2. Hamur İşleri	• Ekmek	1
3. Ana Yemekler	• Pilav	10
	• Tavuk Sote	1
	• Manti	1
	• Kavurmalı Pilav	1
	• Safranlı Risotto	1
4. Tatlılar	• Zerde	13
	• Aşure	1
	• Gül Reçeli	1
	• Lokum	2
	• Dondurma	1
5. İçecekler	• Safran Çayı	13
	• Türk Kahvesi	5
	• Gazoz	1
	• Limonata	1

Araştırma kapsamında yer alan yiyecek içecek işletmelerinde Safranbolu safranının en fazla tatlılarda ve ana yemeklerde, en az ise çorba ve hamur işlerinde kullanıldığı ortaya çıkmıştır. Toplamda safran 2 çorba, 1 hamur işi, 5 ana yemek, 5 tatlı

ve 4 içecek olmak üzere 17 farklı yiyecek-ieeekte kullanılmaktadır. İşletmelerin menülerde en fazla yer alan yiyecek-içecek zerde tatlısı ile safran ayı, sonrasında sırasıyla pilav, Türk kahvesi, lokum ve diğerkleri olmuştur. Buna bağlı olarak, Ayyıldız ve Kargiglioğlu (2018)'na göre Safranbolu'daki konak işletmelerinde en çok sunulan yöresel yiyecek-içecekler arasında zerde tatlısıdır. Benzer şekilde Gümüş (2021), Safranbolu yöresinde ve çarşısında özellikle safranlı pilav ve zerde tatlısının yapıldığını belirtmiştir. Safran kullanımının en az çeşide sahip olduğu yiyecek içecek türünün ise hamur işleri olduğu tespit edilmiştir. Tüm bunların yanı sıra Safranbolu safranının yiyecek-içeceklerde kullanılma amaçları hakkında K1, K5, K6, K7, K11, K12, K14 ve K19 adlı katılımcıların görüşleri aşağıdaki gibidir:

**K1:** *“Yiyecek ve ieeeklere de renk ve tat vermesi için kullanıyoruz. Birde zaten çok faydalı bir şey safran bu amaçla da kullanıyoruz.”*

**K5:** *“Tat ve lezzet için kullanıyoruz.”*

**K6:** *“Safranlı pilavda tat ve lezzet, safran ayında sağlık, zerde tatlısında renk için kullanıyoruz.”*

**K7:** *“Safran ayında sağlık, safranlı kahvede zevk ve keyif amaçlı kullanılmaktayız.”*

**K11:** *“Kahveye farklı bir renk katarak sunuma hoş bir görüntü katıyor ve iimi daha yumuşak, hafif oluyor buda satışlarımızı arttırdığı için kullanmaya devam ediyoruz.”*

**K12:** *“Renk, Sağlık ve Koku için kullanıyorum.”*

**K14:** *“Safran ayını buraya özgü bir çay çeşidi olduğu için yapıyoruz, safranlı Türk kahvesini de menmzde değişiklik olmasını istediğimiz için kullandık”*

**K19:** *“Zerdeye koyulan safranın sürdürülebilirliğine ve tanıtımına katkı da bulunmak için.”*

Elde edilen yanıtla ra göre katılımcıların Safranbolu safranını kullanım amaçlarının farklılık gösterdiği ve kullanılacak olan yiyecek ieeğe göre de şekillendiği ortaya çıkmıştır. Buradan hareketle safranın kullanım yelpazesinin oldukça geniş olduğu tespit edilmiştir. Yapılan araştırmaya göre safranın kullanım amaçları şu şekilde sıralanır;

1. Renklendirme
2. Tatlandırma
3. Koku Verme
4. Sağlığa Faydası
5. Satış Potansiyelini Arttırma
6. Menü Çeşitlendirme
7. Sunum
8. Tanıtım
9. Sürdürülebilirlik

Tüm bunlara bağlı olarak Safranbolu safranının yiyecek-içecekler için büyük öneme ve potansiyele sahip olduğu, kullanım alanlarının oldukça fazla çeşitlilik gösterdiği söylenebilir.

### **Kod 2.İşletmelerde En Çok Tüketilen Safranlı Ürünlerin Standart Reçeteleri**

Safranbolu gastronomisinde ön plana çıkan safranlı yiyecek-içecekleri tespit ederek bunların somutlaştırılması ve gelecek nesillere aktarılmasına katkı sağlamak amacıyla yapılan bu araştırmada tüketiciler tarafından en çok tercih edilen safranlı yiyecek-içeceğin reçetesi oluşturulmuştur. Buna bağlı olarak en fazla tercih edilen safranlı yiyecek-içecekler katılımcılardan elde edilen verilere göre Tablo 8’de yer verilmiştir.

**Tablo 8:** İşletmelerde en fazla tüketilen safranlı yiyecek-içecekler

<b>Katılımcı</b>	<b>Yiyecek-İçecek</b>
K1	Safranlı Pilav
K2	Safranlı Tavuk Sote
K3	-
K4	Safranlı Erişte Çorbası
K5	Zerde Tatlısı
K6	Zerde Tatlısı
K7	Safran Çayı
K8	Safranlı Lokum
K9	Zerde Tatlısı



**Tablo 8:** İşletmelerde en fazla tüketilen safranlı yiyecek-içecekler (devam)

Katılımcı	Yiyecek-İçecek
K10	Safranlı Pilav
K11	Safranlı Pilav
K12	Safranlı Aşure
K13	Safranlı Kahve
K14	Safranlı Türk Kahvesi
K15	Zerde Tatlısı
K16	Zerde Tatlısı
K17	Zerde Tatlısı
K18	Safran Çayı
K19	Safranlı Risotto
K20	Zerde Tatlısı

19 katılımcının işletmelerinde en fazla tüketilen yiyecek-içeceği paylaşırken, K3 adlı katılımcının paylaşmadığı görülmüştür. Paylaşmama gerekçesi ise “*Hayır veremeyiz, çünkü herhangi bir yol ile farklı rakip işletmelerin bunları öğrenmesini istemiyorum.*” şeklinde ifade edilmiştir. En fazla tüketilen yiyecek-içeceğin sırasıyla zerde tatlısı (7), safranlı pilav (3), safran çayı (2) ile safranlı Türk kahvesi (2) olduğu, safranlı tavuk sote, safranlı erişte çorbası, safranlı lokum, safranlı aşure ve safranlı risottonun olduğu tespit edilmiştir. Buna paralel olarak Skinner, Parker ve Ghalehbolabbahani (2017), safranın hem tatlı hem de tuzlu birçok yiyecek-içecek yapımında kullanılabileceğini, aynı zamanda safranlı risottonun İtalya ‘ya özgü olup sıklıkla tüketildiğini, safranlı paellanın ise İspanya ‘da oldukça yaygın olduğunu belirtmiştir.

Yapılan araştırma ile işletmecilerden elde edilen bilgiler doğrultusunda safranlı yiyecek ve içeceklerin reçeteleri oluşturulmuş, görüşme sırasında mevcut olan bazı yiyecek-içeceklerin fotoğrafları çekilmiş, çekimi yapılamayanlar ise görüşme sonrasında reçetelere göre hazırlanarak arşive kaydedilmiştir. EK-1’de elde edilen standart reçeteler ve kişisel arşivden görseller paylaşılmıştır.

### **Kod 3. Safranbolu Safranının Yiyecek-İçeceklerde Kullanılma Metotları**

Araştırmanın bu kısmında safranın mutfaktaki farklı kullanım tekniklerini ortaya çıkarmak için özel kullanım metotlarının olup olmadığı ve safranın hangi aşamada

eklendiği ortaya konmuştur. Buna istinaden konu ile ilgili olarak katılımcılardan K1, K3, K5, K8, K10 ve K18'in görüşleri aşağıdaki gibidir:

**K1:** *“Genel de suda bekleterek rengini, kokusunu ve tadını çıkartıp ekliyoruz.”*

**K3:** *“Yaptığımız ürünlere göre aşamaları değiştiriyor ama pilavdan örnek verirsek pirince su koyarken ekliyoruz.”*

**K5:** *“Safranı bir gün önceden suda bekleterek kullanıyoruz.”*

**K8:** *“Safran, suda bekletilerek rengini vermesi ile kullanıma hazır hale geliyor. Tüm malzemeler eklendikten sonra ekliyoruz.”*

**K10:** *“Genel olarak suda bekleterek kullanıyoruz.”*

**K18:** *“En son aşamada kullanıyorum genel de yemeklerde. Tabi kullanacağım yiyecek içeceğe göre değiştiriyor.”*

Tüm bu bilgilere göre, safranın genel olarak kullanılmadan önce suda bekletilip renginin suya geçmesi sağlandıktan sonra yiyecek-içeceklere son aşamada eklendiği tespit edilmiştir. Nitekim yapılan literatür araştırmasında da safran ile yapılan yiyecek-içecek tariflerinde en yaygın safran kullanım tekniklerinin buna benzer şekilde olduğu görülmüştür (Halaç, 2011; Mete, 2017; Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022). Bunun haricinde, bahsi geçen bu metotlardan bazılarının farklı olduğu belirlenmiştir. Örneğin;

**K9:** *“Safran çayını hazırlarken, isteğe göre demleme presinde de yapabiliyoruz”*

**K19:** *“Zerdeye gülsuyu ekliyoruz ama bunu kullanırken gülsuyunu hafif ısıtıyoruz ve safranı üzerine ekleyip üstünü kapatarak demlendiriyoruz. Ayrıca biz safranı sıcak suda ve soğuk suda demlendirdik, ılık suda demlendirdiğimiz safranın renk ve lezzet olarak çok daha iyi olduğunu tespit ettik. Bu yüzden biz su, süt, gülsuyu gibi likit olarak hangi sıvıyı kullanacaksak önceden hafif ısıtıp üzerine safranı ekliyoruz daha sonra streç film yardımı ile demlendiriyoruz.”* yanıtı diğer verilerden oldukça farklı olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca katılımcıların çoğunluğu, safranı ilave etme aşamalarının kullanacakları yiyecek-içeceğe göre değiştirdiğini belirtmiştir.

#### **Kod 4.Safranbolu Safranının Kullanılabileceği Yeni Yiyecek-İçecekler**

Safranbolu safranının yiyecek içeceklerde kullanımına yönelik işletmecilerin geliştirmeyi düşündüğu yeni fikirleri ve yaptıkları denemeleri öğrenerek safranla ilgili gastronomik ürün çeşitliliğine katkı sağlamak adına katılımcılara “Gelecek süreçte

safran kullanarak yeni bir yiyecek-içecek geliştirmeyi düşünüyor musunuz? Açıklar mısınız?” sorusu yöneltilmiştir. Buna bağlı olarak, K1, K3, K8, K11, K14 ve K16 adlı bazı katılımcıların yanıtları aşağıdaki gibidir:

**K1:** *“Bizim açımızdan mantı olabilir özellikle suyuna eklenebilir. Tabi denenmesi lazım nasıl olur diye ama bence yakıştır.”*

**K3:** *“Safranlı yoğurdu kendimiz yapacağız hatta yapmaya da başladık. Özel küçük kaplara köy sütü ile safranı karıştırıp mayalıyoruz ve sarı renkte mükemmel bir safranlı yoğurt ortaya çıkıyor. Müşterilerimizde özellikle çocuklarına yediriyor. Bizde ahşap kaşıklar ve topraktan yapılan güveç kapları ile sunum yapıyoruz.”*

**K8:** *“Safranlı magnolia tatlısı ve safranlı tahin helvası çok güzel olur. Hatta şimdi ustamı arayıp safranlı tahin helvası üretmesini ve işletmemizde satmayı düşünüyorum. Sizin sorunuz ile böyle bir şey geldi aklıma ve bence çok güzel olur.”*

**K11:** *“Ben düşünmüyorum ancak zaten sürekli safranlı yeni bir yiyecek-içecek çıkartılıyor.”*

**K14:** *“Yani aslında yoktu ama şu an sorunuzla birlikte düşününce safranlı salep koymaya karar verdim açıkçası. Bence safranlı salep çok güzel olur ve işletmemizin satış potansiyelini arttırabilir.”*

**K16:** *“Safranın çiçeklerinden reçel yapmayı düşünüyorum.”*

Elde edilen veriler genel olarak değerlendirildiğinde, katılımcıların safranlı yeni bir yiyecek-içecek geliştirmeye oldukça istekli olduğu ve en fazla reaksiyon alınan görüşme sorulardan biri olduğu söylenebilir. Katılımcıların çoğunluğu (16 katılımcı) gelecek süreçte yeni bir safranlı yiyecek-içecek geliştirmeyi düşündüğünü belirtmiş, hatta bazı katılımcıların bu düşüncelerini gerçekleştirip deneme çalışmaları yaptığı tespit edilmiştir. Aynı zamanda, K8 ve K14 adlı katılımcıların görüşme sorusu ile birlikte yeni bir safranlı ürün fikri geliştirdiği ve bu ürünleri menülerine dahil etmeleri için görüşme sırasında çalışanlarına talimat verdiği verilere yansımıştır. Bazı katılımcılar ise böyle bir düşüncesinin olmadığını, zaten yeterince safranlı yiyecek-içecek çeşidinin olduğunu, safranı yiyecek-içeeceklere yakıştırmadığını veya safranın oldukça pahalı olduğunu ve farklı ürünlerde de kullanıp giderlerini arttırmak istemediklerini belirtmiştir (K5, K6, K7, K8). Bunların haricinde K4 adlı katılımcı soruya ilişkin *“Evet böyle bir düşüncemiz var ancak bunu söylemek istemiyorum. Çünkü buraya özel bir ürün olacak açıkçası.”*

yanıtını vermiştir. Elde edilen verileri özetlemek gerekirse katılımcıların geliştirmek istedikleri yeni safranlı yiyecek-içecekler Tablo 9’da verilmiştir.

**Tablo 9:** Safranbolu safranının kullanılabilceği yeni yiyecek-içecekler

Yiyecek İçecek Türleri	Yiyecek İçecek İsimleri
1. Çorbalar	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kremalı Mantar Çorbası</li><li>• Mercimek Çorbası</li></ul>
2. Aperatifler	<ul style="list-style-type: none"><li>• Yoğurt</li></ul>
3. Hamur İşleri	<ul style="list-style-type: none"><li>• Çörek</li></ul>
4. Ana Yemekler	<ul style="list-style-type: none"><li>• Manti</li><li>• Biber Dolması</li><li>• Izgara Köfte</li><li>• Kebap</li><li>• Paella</li></ul>
5. Tatlılar	<ul style="list-style-type: none"><li>• Safran Çiçeği Reçeli</li><li>• Magnolia Tatlısı</li><li>• Tahin Helvası</li><li>• Baklava</li></ul>
6. İçecekler	<ul style="list-style-type: none"><li>• Şerbet</li><li>• Salep</li></ul>

Katılımcıların geliştirmek istediği yeni safranlı yiyecek-içeceklerin en fazla ana yemekler grubunda olduğu sonrasında tatlılar, çorbalar, aperatifler ile içeceklerde olduğu tespit edilmiştir. Buna göre katılımcıların safranı ana yemeklerde kullanma ve yakıştırma eğiliminin daha fazla olduğu söylenebilmektedir.

#### **Kod 5.Fonksiyonel Bir Ürün ve Satış Stratejisi Olarak Safranbolu Safranı**

Araştırma kapsamında görüşme sorularına yönelik yapılan pilot çalışmada, Safranbolu safranının fonksiyonel açıdan değerlendirilmesi amacıyla bir soru hazırlanmamış olsa da katılımcılar özellikle safranın fonksiyonel özelliklerine vurgu yapmıştır, bundan dolayı safranın fonksiyonel açıdan gastronomi ile ilişkisinin

değerlendirilmesine ve satışlara olan etkisine yönelik katılımcılara “Safranı fonksiyonel bir ürün olarak ürünlerinize ilave ediyor musunuz? Bu yönde bir satış stratejiniz var mı?” sorusu yöneltilmiştir. Soruya ilişkin K1, K3, K5, K7, K8, K11 ve K18 adlı bazı katılımcıların yanıtları aşağıdaki gibidir:

**K1:** “Evet bizde safranı her yönüyle öne çıkarmak adına ürünlerimize ilave ediyor ve bunu müşterilerimize sunarken dile getiriyoruz. Bu şekilde de aslında safran daha fazla ilgi çekiyor, reklamı yapılmış oluyor ve talep artıyor. Bizde safranın özellikle safranın Safranbolu ‘ya özgü bir ürün olduğu anlaşılın diye ön plana çıkarmaya çalışıyoruz. Özellikle safranlı çayı antidepresan olarak rahatlatıyor, tansiyona iyi geliyor, birçok hastalığa şifa diyerek satıyoruz. Zaten safran satan işletmelerde safranın sağlığa olan faydaları ile alakalı bir kılavuz veriyorlar.”

**K3:** “Bu yönde broşürler var safran aldığımız baharatçıdan bunları temin ediyoruz ve bunları müşterilerimize dağıtıyoruz. Bunları okuyan müşterilerimiz buna göre siparişlerini veriyor. Çünkü biliyorsunuz ki safran da pek bir tat yoktur. O yüzden tüketici de safranı tüketirken tadını alamayıp söylenebiliyor. Ama bu broşürler ile bilgilendirme yaptığımızda böyle tepkiler ile karşılaşmıyoruz.”

**K5:** “Biz yapmıyoruz ama bu bölge de safran üreticilerinin yapmış olduğu küçük broşürler var. Bu broşürlerde hangi hastalıklara iyi geldiği belirtiliyor ve kullanılması tavsiye ediliyor. Bizde bunu müşterilerimize veriyoruz ve bir nevi reçete görevi görüyor. Bunu verdikten sonra safranlı ürünlere daha fazla talep olabiliyor hatta “Bir tane zerde getirin de deneyelim şifa olur belki” diyorlar. Buda tabi satışlarımızı etkiliyor.”

**K7:** “Bize ilk sorduklarında ilk başta safranlı çayımızı öneriyoruz. Özellikle hücre yenileyici, sakinleştirici özellikleri olduğunu ve günde bir bardak içilmesi gerektiğini söylüyoruz.”

**K8:** “Sağlık için safranlı yiyecek-içeceklerin tavsiye edilmesini doğru bulmuyorum. Lezzet ve renk için kullanılması bence yeterlidir.”

**K11:** “Doğrudan safran şu hastalıktan kurtarır şeklinde bir satışımız yok zaten bu kanunen de yasak bildiğim kadarıyla. Ama biz faydaları konusunda bilimsel olarak kanıtlanan verileri müşterilerimize aktarıyoruz. Cilde çok iyi geldiği, gözdeki kırmızı nokta hastalığına iyi geldiğini İsviçreli bilim adamları söylüyor. Bunların haricinde yeni

*çalışmalarda kanser tedavisinde kullanılmak üzere safranlı ilaçların yapıldığını çeşitli makalelerden okuduk.”*

**K18:** *“Hücre yenileyici özelliği vardır. Hatta Malatya ‘dan kemik iliği kanseri olan bir hasta Safranbolu ‘ya gelip bizden yerli safran talep etti.”*

Katılımcılardan elde edilen verilere göre, 15 katılımcının Safranbolu safranını fonksiyonel bir ürün olarak yiyecek-ıçeceklerle ilave ettiği ve bu yönde satış stratejileri geliştirdikleri, 5 katılımcının ise bu yönde bir kullanım veya satış stratejisinin olmadığı tespit edilmiştir. Katılımcılar özellikle Safranbolu safranının sağlığa olan etkilerini belirterek cilde, bağışıklığa, kırmızı nokta hastalığına, göz sağlığına, sinir bozukluklarına, uykusuzluğa ve kansere iyi geldiğini aktarmıştır. Nitekim, safran hakkındaki tarihi kaynaklar incelendiğinde, safranın 90’ın üzerinde tıbbi rahatsızlığa iyi geldiği ve geçmişten bugüne birçok hastalığın tedavisinde kullanıldığı tespit edilmiştir (Paşayeva ve Tekiner, 2014). Sağlık için tüketilen safranlı yiyecek-ıçecekler arasında tüketicilere özellikle safran çayının önerildiği ve bu yönde satış stratejilerinin geliştirildiği görülmektedir. Safranın sağlığa faydası olması sebebiyle işletmelere şehir dışından da talep olduğu elde edilen veriler arasındadır.

Satış stratejisi olarak katılımcılar en fazla safran üreticileri tarafından hazırlanan broşürleri tüketicilere sunduklarını belirtmiş, buna ek olarak tüketicilere safranın sağlığa faydaları ile alakalı bilgiler verildiği paylaşılmıştır. Görüşmeler esnasında bahsedilen broşüre ait görsel Şekil 8’de gösterilmiştir.



Şekil 8: Safranbolu safranını broşürü türkçe ve ingilizce (Safran Baharat, 2022)

Broşür incelendiğinde Safran hakkında genel bilgiler verilmiş, kullanımından, safran çayının yapılışından ve safran soğanının dikilişinden bahsedilmiştir. Ek olarak, hamile kadınların kullanmaması gerektiği ve Avrupa ‘da mutluluk iksiri olarak kullanıldığına yer verilmiştir.

### Tema 3: Safranlı Yiyecek-İçecek Tüketicileri ve Tercihleri

Araştırmanın bu temasında safranlı yiyecek içeceklere talep gösteren tüketiciler hedef alınarak, tüketici potansiyelinin ve tüketici gruplarının ortaya konulması amaçlanmıştır.

#### Kod 1.Safranlı Yiyecek ve İçeceklerin Şehir Dışından Sipariş Edilme Durumu

Şehir dışından safranlı yiyecek-içecek siparişinin olup olmadığının merak edildiği bu araştırmada, 4 katılımcının yoğun şekilde talep aldığı, yurtiçi ve yurtdışına safranlı ürün gönderdikleri tespit edilmiştir. 7 katılımcı talebin olduğunu ancak

kendilerinin böyle bir hizmet vermediği, 9 katılımcının ise şehir dışından safranlı yiyecek-içecek siparişi almadığı belirlenmiştir. Şehir dışından talep edilen ve gönderimi sağlanan safranlı yiyecek-içeceklere yönelik K1, K8, K11, K12, K13 ve K18 adlı katılımcıların yanıtları aşağıda gibidir:

**K1:** “Biz genellikle yemek değil de safranlı gazoz ve safranlı kahve siparişi alıyoruz. Bunlar zaten hazır paketli olduğu için bu ürünleri kargo ile yolluyoruz. Ama yemek olarak genel de tarif isteniyor bizde paylaşabildiklerimizi paylaşıyoruz. Bunun haricinde safranın kullanılma metodunu anlatıyoruz. Örneğin pilava 2 tel safran yeter, zerde ye şu şekilde koyun, fazla atmanıza gerek yok gibi uyarılarda bulunup, merak ettikleri soruları cevaplıyoruz.”

**K8:** “Evet yoğun şekilde talep alıyorum. Tüm Türkiye ‘ye toptan ve perakende olarak safranlı lokum ve safranlı kahve satışıımız vardır. Ayrıca yurtdışına da gönderim yapıyoruz.”

**K11:** “Safranlı kahve siparişi sıklıkla alıyoruz hem de yurtiçi ve yurtdışı olarak gönderimlerimiz oluyor. Özellikle Almanya, Amerika gibi ülkelerden de talep alıyoruz.”

**K12:** “Böyle bir hizmetimiz yok ama dışarıdan gelenler çok fazla talep ediyor. Ayrıca hediyelik olarak inci, boncuk yerine safran almalarını tavsiye ediyorum. Çünkü sağlıklı faydaları oldukça fazla ve kullanışlı bir besin.”

**K13:** “Safranlı lokum, safranlı kahve ve safran siparişi alıyoruz. Bu ürünlerimizi Türkiye ‘nin her bölgesine yolluyoruz.”

**K18:** “Bir bayram safranlı zerdemizi şehir dışından gelen bir misafirimiz çok beğendiği için tüm zerdemizi alıp götürmüştü. Onun dışında safranın kendisini istiyorlar.”

Bu bilgiler ışığında şehir dışından genellikle safranlı lokum, safranlı gazoz ve safranlı kahve siparişi alındığı belirlenmiştir. Safranlı yiyecek içecek siparişi konusunda hizmet vermeyen işletmeciler ise buna gerekçe olarak; bizzat tüketicilerin şehir dışından gelip aldığı veya safranlı yiyecek-içecekleri tüketicilerin bilmediği bu yüzden tüketicilere safranlı yiyecek-içeceklerin tariflerinin verildiğini ifade etmiştir.

## **Kod 2.Safranlı Yiyecek ve İçecekleri En Çok Tercih Eden Tüketici Grupları**

Safranlı yiyecek-içeceklere talep gösteren turistleri belirlemek ve elde edilecek verilere göre Safranbolu gastronomisine yönelik öneri ve değerlendirmelerin yapılması



amacıyla görüşmelerde katılımcılara yerli ve yabancı turistler arasında hangi grup tarafından safranlı yiyecek-içeceklerin daha fazla talep edildiği sorulmuştur. Konuya ilişkin K2, K5, K7, K9, K18 ve K19 adlı katılımcıların görüşleri aşağıdaki gibidir:

**K2:** *“Orta doğu ve Avrupalılar safranlı yiyecek-içeceklere daha fazla talep gösteriyor yani yabancılar daha fazla ilgi duyuyor. Yerli turist ve yerel halk ise klasik tatlara daha fazla rağbet gösteriyor. Bizim halkımız yeni lezzetlere pek sıcak bakmadığı için talep etmiyorlar. Halbuki safranı deneyimleyip, faydalarını bilseler.”*

**K5:** *“Alman, İngiliz ve Fransızlar daha fazla talep gösteriyorlar. Yani yabancılar daha fazla merak edip, tatmak istiyorlar.”*

**K7:** *“Pandemiden önce Uzak doğudan Çinli ve Tayvanlı turistler sıklıkla bu bölgeyi ziyaret ediyordu ve safranlı ürünleri özellikle cilde faydası dolayısıyla tüketmek istiyorlardı. En çok talep yabancı gruplardan geliyor diyebilirim.”*

**K9:** *“Yerli turistler daha fazla talep ediyor. Zaten yabancı turist kapasitesi çok düştü, bu yüzden pek bir etkileşim içinde olamıyoruz.”*

**K18:** *“Yabancı turistler karınları tok olsa bile safranlı yiyecek içeceklere talep gösteriyor. Çünkü onların çok ilgisini çekiyor. Çinliler, Japonlar çok talep ediyor ancak bu yıl özellikle yerli turistlerin de ilgisi arttı.”*

**K19:** *“Yerli ve yabancı turistin de safrana ilgi duyduğunu gözlemliyorum. Fakat pazarlama konusunda sıkıntılarımız var özellikle yiyecek-içecekler konusunda sadece zerdemiz var veya safranlı pilavımız var diyerek turisti çekmek çok zor oluyor. Ancak yenilikler ile safranlı yiyecek-içecekleri gündem de tutabiliriz.”*

Elde edilen verilere bakıldığında, 10 katılımcı yabancı turistlerin, 3 katılımcı yerli turistlerin, 7 katılımcı ise her iki grubunda safranlı yiyecek-içeceklere talep gösterdiğini belirtmiştir. Safranlı yiyecek-içecekleri yabancı turistler arasında özellikle Almanya, İngiltere, Fransa, Çin, Tayvan, Japonya, Arabistan ve Hindistan vatandaşlarının daha fazla tercih ettiği ancak korona virüs salgınından sonra bu talebin azaldığı ifade edilmiştir. Bu bağlamda farklı araştırmalarda da korona virüs salgını ile birlikte turist potansiyelinin düştüğü belirlenmiştir (Kargiglioğlu ve Zararsız, 2021; Tutar ve Sarkhanov 2021).

#### **Tema 4: Safranlı Yiyecek-İçeceklerin Sürdürülebilirliği ve Tanıtımı**

Safranbolu gastronomisinde safranlı yiyecek-içeceklerin gelişimi, sürdürülebilirliği, tanıtımları ve yöresel mutfağa katkılarını ele alan bu tema kapsamında katılımcılara 2 kod altında toplam 3 soru yöneltilmiştir. Bunlara bağlı olarak, Safranbolu’da hizmet veren yiyecek-içecek işletmecilerinin özellikle safranlı yiyecek-içeeceklere karşı fikir ve düşünceleri Safranbolu gastronomisinin gelişmesi ve nitelikli turizm potansiyelinin artışı için oldukça önem taşımaktadır.

#### **Kod 1.Safranbolu Safranının Yiyecek-İçecek İşletmelerine ve Yöresel Mutfak Kültürüne Katkısı**

Safranbolu’da safran yetiştirilmesinin bölge gastronomisine ve yiyecek içecek işletmelerine olan etkisinin değerlendirilmesine yönelik katılımcılara “Sizce Safranbolu safranının işletmenize ve bölge mutfağına katkıları nelerdir?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılar genel olarak safranın işletmelere ve bölge mutfağına olan katkılarına değinerek bu katkıların sonuçlarını aktarmıştır. Bunlara bağlı olarak, K1, K2, K3, K6, K7, K15 ve K19 adlı bazı katılımcıların yanıtları aşağıdaki gibidir:

**K1:** *“Bölgeye çok büyük katkıları vardır. İnsanlar buraya gelince buranın yöresel yiyecek-içeceklerini tatmak ve yöresel hediyeliklerini almak istiyorlar. Yani taş yerinde ağırdır derler, safranla ilgili yiyecek-içecekleri dünyanın neresinde yaparsanız yapın Safranbolu’da daha farklı olur.”*

**K2:** *“İşletmemizden ziyade safranın Safranbolu ya çok büyük katkıları var. Özellikle ben son dönemde çok takdir ettiğim için sürekli vurguluyorum. Safranbolulu iş insanının safran üretimine yaptığı destek çok büyük etkiliyor. Şu an safranın tanıtıldığı çok güzel bir festival oluyor ve bunun tüm işletmelere faydası oluyor.”*

**K3:** *“Çokta katkısı yok, safranla yapılan bugün üç çeşit yemek var, bu üç yemeğin etrafında dönüyor safran. Ama ilaç tedavisinde filan kullanıldığı için o yönden daha fazla katkısı vardır.”*

**K6:** *“Safranı yöresel olarak kullanırsak büyük katkıları var. Çünkü insanlar safranlı yiyecek-içecekleri merak ediyor. Safran her bölge de kullanılmadığı için de daha fazla talep görüyor.”*

**K7:** *“Safranbolu zaten ismini safran çiçeğinden almıştır. Bundan dolayı zaten buraya ilk geldiklerinde safranlı yiyecek-içecekleri deneyimlemek ve safran çiçeğini*

*görmek istiyorlar. Tabii bunların da bölgemize ekonomik, sosyal ve tanıtım yönünden büyük katkıları var.”*

**K15:** *“Safranın farklı bölgelerde buradaki kadar yaygın olmaması bizim mutfağımıza ve işletmelerimize katkı sağlıyor. Özellikle ekonomik olarak satışlarımız artırıyor ve yemek kültürümüzü çeşitlendiriyor. Örneğin buranın zerdesi çok meşhur, İstanbul ve Konya ‘dada bu tatlıyı yapıyorlar ama oralarda safran yerine zerdeçal kullanılıyor. Burada safranlı yiyeceklerin-içeceklerin orijinalini ve iyisini bulabilir insanlar.”*

**K19:** *“Türkiye ‘de nadir olarak yetiştirilen bir bitkinin burada yetiştirilmesi çok önemli fakat yerel halk bunu çok fazla kullanmıyor. Sadece bizim gibi işletmeler ve marka oteller safranı düzenli olarak kullanıyor. Ancak her geçen gün daha fazla kullanıldığını da söylemek gerekiyor. Örneğin buranın en popüler ve markalaşmış ürünlerinden birisi de safranlı lokumdur. Safranlı lokum nasıl bir marka haline geldiyse diğer safranlı ürünlerde sizin gibi akademik camiadakilerin çalışmalarıyla, bizim gibi imkânı olan işletmelerin menüsüne bu ürünleri dahil etmesiyle ve yeniliklerin yapılmasıyla belki bir marka daha yaratılabilir.”*

Katılımcılardan elde edilen veriler ışığında safranın Safranbolu ‘ya ve yiyecek-içecek işletmelerine katkıları şu şekilde sıralanabilir;

1. İşletmelerin satışlarını artırıyor.
2. Yöresel mutfağa çeşitlilik katıyor.
3. Bölgedeki gastronomi turizm potansiyelini artırıyor.
4. Bölge tanıtımına katkı sağlıyor.
5. Devlet tarafından verilen desteklerde bölgeyi ön plana çıkarıyor.
6. Farklı markaların oluşumuna fırsat oluşturuyor.
7. Yerel halk ve turist arasındaki etkileşimi güçlendiriyor.
8. Bölge dünya çapında merak uyandırıyor.
9. Yiyecek-içecekleri fonksiyonel bir ürün haline getiriyor.
10. Safran yetiştiriciliğine destekler artırıyor.
11. Orijinal lezzetlere sahip bir bölge olma fırsatı sunuyor.
12. Gastronomi çalışmalarına farklı bir araştırma alanı sunuyor.

Bunlara bağı olarak, safran öneminin ve üretiminin arttığı bölgelerde turist potansiyelinin olumlu etkileneceği söylenebilir. Nitekim, Türker ve Süzer (2022) yaptıkları çalışmada, Safranbolu bölgesini ziyaret eden turistlerin farklı mutfaklardan ziyade, yöresel ve yerel yiyecek-içecekler daha fazla talep gösterdiğini tespit etmiştir. Ayrıca Özmen ve Eren (2020)'in yaptıkları çalışma ile elde ettikleri verilerinden birisi, Safranbolu lokumunun çekicilik oluşturduğu, farklı yiyecek-içeceklerin ön plana çıkartılmasıyla gastronomi turizmi potansiyelinin artarak bölge imajına olumlu yansımalar oluşturabileceği seklindedir. Buna benzer şekilde Bozagic ve Çevik (2021) yaptıkları çalışmada, safranlı kahvenin özellikle "Safranbolu Türk Kahve Müzesi'ne" olan talebi arttırdığını ve tur şirketlerinin programlarına dahil ettiklerini tespit etmiştir.

### **Kod 2.Safranbolu Bölgesindeki Safranlı Lezzetlerin Sürdürülebilirliği ve Tanıtımı**

Safranbolu safranının bölge gastronomisi, ekonomi, turizm ve pek çok endüstri açısından oldukça önemli olduğu belirtilmektedir (Safranbolu Kaymakamlığı, 2019). Buna bağı olarak özellikle safranın sürdürülebilir bir üretime sahip olması ve safranla üretilen yiyecek-içeceklerin gelecek nesillere aktarılması önem arz etmektedir. Safranbolu gastronomisinin geleceğine yönelik olarak katılımcılara Safranbolu 'ya özgü safranlı yiyecek-içeceklerin sürdürülebilirliğinin sağlanması için yapılabilecekler sorulmuştur. Buna bağı olarak katılımcılardan K3, K10, K11, K14, K15 ve K19 adlı bazı katılımcıların yanıtları aşağıdaki gibidir:

**K3:** *"Reklam yapılmalıdır. Tüketici safranın nasıl bir şey olduğunu dahi bilmiyor. Örneğin billboardlara safranın faydaları ile ilgili reklamlar yapılır. Safran bitkisini hiç görmemiş kişiler geliyor biz açıp resimlerini gösteriyoruz buraya gelen müşterilere ve bu çiçeği tanıtıyoruz. Yediklerini bilmiyorlar, mesela Arabistan 'da her şey safranlıdır ve çok yaygındır. Özellikle reklam afişlerine safran bitkisinin görsellerini koymak çok faydalı olacak ve işletmemize safranlı yiyecek-içecek talebiyle gelen müşterilerin sayısı artacaktır. Ancak bunu sadece Safranbolu 'da değil Türkiye 'nin her yerinde yapmak gerekiyor."*

**K10:** *"Safran satarken sahtecilik yapılmazsa ve kaliteli safran üretilirse kalıcılık sağlanabilir."*

**K11:** “Safranın satışlarına bakıldığında biz çoğunlukla baharat olarak satıyoruz. Ancak safranın kullanımı çeşitlendirerek ürün haline getirmemiz lazım ve safranlı yiyecek-içeceklerin sayısını arttırmamız lazım.”

**K14:** “Safran üretimine yönelik teşvik verilmesi gerekiyor ama dünyanın en iyi safranının burada yetişmesine rağmen hala İran ‘dan safran ithalatı yapıyoruz ve safran üretimine hala yeterli desteği vermiyoruz. Teşvikten kastımda safran bitkisinin bakımı zor olduğu için bakıma yönelik ekipman desteği daha çok yapılmalıdır. Örneğin tel örgü, kösnü (köstebek tuzağı), safran soğanı gibi üreticinin işine yarayacak destekler verilmelidir. Mesela Safranbolu ‘da yerli, saf soğanın olmadığı konuşuluyor, bunun üzerine gidip yerli safran soğanlarına sahip çıkılmalıdır.”

**K15:** “Halkın ve devletin safran üreticilerini desteklenmesi gerekiyor, çünkü safran yetiştirmek çok zahmetli bir iştir. Bugün birkaç kişi belki safran yetiştiriyor ama belki ileride yetiştiren kimse kalmayacak çünkü yeni nesil toprakla, ekip biçmekle uğraşmak istemiyor. Bunlardan dolayı safran üretimine çok büyük önem verilmeli ve bunu kültürümüzün temeline yerleştirmeliyiz.”

**K19:** “Ben açıkçası safranlı yiyecek içeceklerin daha modern şekilde sunulmasını öneriyor ve turistlerin bunları talep etmesini istiyorum. Çünkü klasik şekilde yapılan safranlı zerde ve diğer yiyecek-içecekler için çok ağır kokulu, lezzetsiz gibi yorumlar yapılıyor ve çok fazla tüketilmiyor. Bu tür yenilikler safranlı yiyecek içeceklere görsellik katıyor ve bir üst seviyeye çıkmasına katkı sağlıyor. Ayrıca safrana sahip çıkılması için insanların bilinçlendirilmesi gerekiyor ve bu ürünün neden bu bölge de bu kadar önemli olduğunun vurgulanması önem taşıyor. Çünkü sadece birkaç kişinin safran kullanımıyla sürdürülebilirliğin sağlanması çok zor. Bu noktalara dikkat çekerek safranı günümüzde yaygın hale getirmek bilinçlendirme ile sağlanacaktır. Ama ben 5-6 senedir burada yaşıyorum ve safran yetiştiriciliğindeki artışın giderek çoğaldığını, bunun da safranın sürdürülebilirliği adına geleceğe ışık tutan bir durum olduğunu düşünüyorum.”

Katılımcılardan elde edilen veriler incelendiğinde çoğunlukla safran ve safranlı yiyecek-içeceklere yönelik tanıtım ve reklam çalışmalarının oldukça yetersiz olduğu aktarılmıştır. Bunun haricinde safranlı yiyecek-içeceklerin sürdürülebilirliğine yönelik katılımcılardan elde edilen öneriler maddelere ayrılarak aşağıda sıralanmıştır.

- Safranlı yiyecek-içecekler tescillenmeli.
- Reklamlar arttırılmalı ve daha geniş çapta reklam çalışmaları yürütülmeli.
- Safran bitkisinin görselleri billboardlarda paylaşılmalı.
- Sadece safranlı yiyecek-içeecklere özgü işletmeler kurulmalı.
- Safran üreticilerine teşvik paketleri oluşturulmalı.
- Safran üreticilerine ekipman desteği verilmeli.
- Safranlı yiyecek-içeecklere yönelik broşürler hazırlanmalı.
- Safran üzerinden yapılan sahtecilik ve dolandırıcılıklar engellenmeli.
- Yerli safran soğanları korunmalı.
- Safranlı yiyecek-içeeckler çeşitlendirilmeli.
- Safranın sağlığa faydalarına yönelik seminerler verilmeli.
- Safran ithalatının kısıtlanarak yerli safran pazarı teşvik edilmeli.
- Bölge gastronomisine ve gastronomi turizmine verilen destekler arttırılmalı.
- Yöresel safranlı yiyecek-içeeckler modern hale getirilmeli.
- Yerel halk safran hakkında bilinçlendirilmeli.

Safranbolu özelinde yapılan safrana özgü festivalin ve tanıtımların gastronomik bir bakış açısı ile değerlendirilmesine yönelik katılımcılara “Safranbolu ‘da yapılan safran festivali hakkında düşünceleriniz nelerdir? Safranlı yiyecek-içeecklerin yeterince tanıtıldığını düşünüyor musunuz?” sorusu yöneltmiştir. Katılımcılar genel olarak festivalin içeriği, yeri, zamanı, konumu, hedef kitlesi üzerinde durmuş ve tanıtımlara yönelik farklı fikirler dile getirmiştir. Buna bağlı olarak, K5, K6, K7, K12, K14, K19 ve K19 adlı bazı katılımcıların yanıtları aşağıdaki gibidir:

**K5:** “Çok fazla tanıtıldığını düşünmüyorum. Bu festivale de dışarıdan çok fazla katılımcının gelmemesi durumunda Safranbolu için pek bir şeyi değiştirmez. Yıllardır yapılıyor ancak Adana ‘da yapılan veya Antalya ‘da yapılan festivaller gibi bir ses getiremiyor. Tabi buda çok fazla çaba ve planlama istiyor.”

**K6:** “Safranbolu ‘da en son yapılan safran festivali diğer yıllara göre daha etkili oldu. Bizde zaten görevli olarak bulduk festivalde. Bundan sonra ki yıllarda bu

*festivallerin daha etkili olacağını düşünüyorum. Çünkü artık insanlar safranın önemini, değerini ve insan sağlığı üzerindeki etkisini anlamaya başladılar. Safranbolu mutfağında da yaygınlaşmaya başladığı için daha da geniş çaplı bir hale geleceği ön görülebilir.”*

**K7:** *“Yeterli olmadığını düşünüyorum çünkü yaklaşık 1 hafta sürüyor ve genel de kış aylarına denk geliyor. O dönemde de burada turistler olmuyor ve kendileri haricinde festivale pek bir katılım olmuyor. Kimsenin gördüğünü, talep ettiğini ve hoşlandığını düşünmüyorum. Zaten safranlı ürünlerinde burada geniş çaplı bir tanıtımı olmuyor.”*

**K12:** *“Evet festivale katılıyoruz Safranbolulu iş insanı bunu her sene düzenliyor ve çok memnunuz. Gayet güzel de tanıtılıyor.”*

**K14:** *“Safran festivali belli bir kesimin katıldığı ve kendi aralarında sosyalleştikleri bir etkinliktir. Buraya çok bir faydasının olmadığını ve çok daha fazla geliştirilebilir bir festival olduğunu düşünüyorum. Genel olarak yiyecek-içeceklerinde tanıtıldığını düşünmüyorum. İnsanları çağırıp sadece bir zerde yapmakla olacak bir iş değil. Dışarıdan tanınan şeflerin getirilmesi gerekiyor ve sosyal medyada festivalin çok geniş çaplı olarak duyurulması gerekiyor. Ayrıca safran çiçeğini geliştirme üzerine bir enstitü veya dernek kurulabilir. Yani satış arttırma veya turizmden de öte safranın gelişimine ve sürdürülebilir olmasına yatırım yapılması gerekiyor. Birde Tıbbi ve Aromatik Bitki bölgesi olarak adlandırılıyor ama bölgemizde bulunan üniversite de böyle bir bölüm yok. Ne kadar yetersiz olduğumuzu buradan da anlayabiliriz, sadece gösteriş ve söylemler ile hizmet, tanıtım, reklam olmaz.”*

**K19:** *“Biz bu festivalin aktif olarak içinde yer alıyoruz ve festival dahilinde yapılan yemek yarışmasında özellikle ürünlerin satılabilir, endüstriyel hale getirilebilir olmasını istedik. Birçok kişi farklı tür yiyecekler ile yarışmaya katıldı ve safranlı süt reçeli birinci seçildi. Bence bu şekilde yarışma amacına ulaştı ve özgün bir ürün ortaya koydu. Demek istediğim bu tarz yarışmaların, etkinliklerin doğru kişiler ile doğru zaman ve mekân da yapılması gerekiyor. Çünkü bu tür etkinlikler de jüriler genellikle yerel yönetimin içerisinden veya hangi kurum tarafından düzenleniyorsa o kurumdaki kişilerden seçiliyor. Bunun yerine işin merkezinde olan, deneyim sahibi, mutfağa hâkim, akademisyenlerin olduğu bir jüri seçimi daha doğru olacaktır. Mesela bizim dahil olduğumuz yarışmada her jüri kategorisinde akademisyen hocalarımız ve şeflerimiz*

*vardı. Zaten seçilecek ürünler, seçen kişinin bakış açısıyla ortak bir fikir de buluşabiliyor. Yani süt reçelini yapan hanımefendi bu ürünü aktif olarak hem internetten hem de işletme üzerinden satıyor. Böyle şeyler birden değnek ile kondurarak olmaz, çaba ve emek isteyen bir süreç içerisinde yürütülebilir.”*

Elde edilen veriler incelendiğinde katılımcılar genellikle safran festivalinin zaman, mekân ve hedef kitle açısından yanlış olduğunu belirtmiştir. Ancak Polat vd., (2013) yaptıkları bir çalışmada “Uluslararası Altın Safran Belgesel Film Festivalinin” Safranbolu kimliğinin oluşumu, sürdürülmesi ve tanıtımı üzerinde etkili olduğunu tespit etmiştir. Bunun haricinde safran festivali ile diğer şehirlerdeki büyük çaplı festival ve etkinlikler kıyaslanarak ne kadar yetersiz olduğuna vurgu yapılmıştır. Nitekim K12 ve K18 adlı katılımcılar hariç diğer 18 katılımcı festivalin daha fazla kitleye ulaşmasını, ulusal ve uluslararası alanda ses getirecek nitelikte olması gerektiğini ifade etmiştir. Buna karşın, K19 safran festivali kapsamında düzenlenen yemek yarışmalarındaki jüri seçimlerinde daha hassas olunması gerektiği, özellikle yemeklere ilgili, alanında uzman, kendini bu konuda kanıtlamış kişilerin seçilmesinin amaca daha çok hizmet edeceğine vurgu yapmıştır.

Yapılan görüşmelerde safranlı yiyecek-içecek tanıtımının sadece 3 katılımcı tarafından yeterli görüldüğü tespit edilmiştir. Buna karşın 11 katılımcı safranlı yiyecek-içecek tanıtımlarının yetersiz olduğunu, 6 katılımcı ise yeterli fakat daha geliştirilebilir olduğunu belirtmiştir. Tanıtımları yetersiz bulan katılımcılar genel olarak tanıtımların yerel olduğunu, yanlış zamanda yapıldığını ve safranlı ürünlerin odak noktası haline getirilmediğini ifade etmiştir. Buna bağlı olarak tanıtımların daha geniş çaplı yapılması, safranlı ürünlere ve safrana yönelik olması ve doğru zamanda yapılması gerektiği vurgulanmıştır.



## SONUÇ VE ÖNERİLER

Geçmişten günümüze değin mutfağın ayrılmaz bir parçası olan baharatlar, birçok yiyecek-içecek reçetesinde küçük dokunuşlar olarak düşünülse de lezzet değişimlerine büyük etkileri olmuştur. Birçok fonksiyonel özelliğe sahip olan baharatlar, çorbalar, et yemekleri, hamur işleri, tatlılar, içecekler gibi gıda ürününde kullanılmaktadır. Safran bitkisinden elde edilen safran tepcikleri de bu baharatlar arasında en değerli olanlardan biridir ve tüm dünyada farklı endüstrilerde kullanılarak bu değerini kanıtlamıştır. Bu kadar değerli, pek çok kullanıma sahip ve gastronomi potansiyeli oldukça yüksek olan safranın Anadolu'daki en önemli üretim merkezlerinden birisi Karabük iline bağlı Safranbolu ilçesidir. Buradan hareketle, bu çalışmanın amacı safranın Safranbolu ilçesine yönelik potansiyelini ve kullanım alanlarını gastronomik bir bakış açısı ile değerlendirmek ve somutlaştırmaktır. Bu amaçla, araştırma kapsamında elde edilen bulgular ışığında yapılan değerlendirmeler bu başlık altında verilmiştir.

Araştırmanın ilk aşaması olarak, safran hakkındaki yazılı ve görsel kaynaklar taranmış ve değerlendirilmeler yapılmıştır. Bu bağlamda Safranbolu ilçesi tarihi evleri, köklü geçmişi, yöresel yiyecek-içecekleri ve safran bitkisi ile ön plana çıkmayı başarmış, Türkiye'nin önde gelen turizm merkezlerinden birisidir. UNESCO Dünya Miras listesine 1994 yılında girmesiyle de ayrı bir öneme sahip olan Safranbolu, dünyanın en kaliteli safranının yetiştirildiği bölge olması sebebiyle de araştırmacılar tarafından tercih edilen destinasyondur.

Giderek tüketicilerin daha çok ilgisini çeken safran, tıp, kozmetik, boya ve gıda endüstrisi olmak üzere toplamda 4 farklı alanda kullanılmaktadır. Ancak safranın özellikle gıda boyası ve aroması olarak kullanımı, dünya çapında birçok kültürel grup tarafından kabul edilmiştir. Birçok ülkede genellikle sos, reçel, puding, hamur işleri, yahnı, et, pilav, krem veya süzme peynir, mayonez, likör ve şekerleme gibi birçok gıda ürününde kullanılabilir. Bu kullanım şekillerine yeni yiyecek-içecek geliştirmek ve farklılık yaratmak da eklenebilir.

Araştırma kapsamında Karabük ilinin, Safranbolu ilçesinde bulunan yiyecek-içecek işletmecileri ile yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. İşletmeciler ölçüt örneklem yöntemi ile belirli ölçütler çerçevesinde seçilmiş, yanıtlar doygunluğa ulaşana kadar görüşmelere devam edilmiştir. Buna bağlı olarak, araştırmaya dahil olan katılımcıların demografik bilgilerine

bakıldığında; İşletmecilerin %60'ı erkek, %40'ı kadın, %65'inin evli, %35'inin bekar olduğu ortaya çıkmıştır. Katılımcıların eğitim düzeyleri ile ilgili olarak, %40'ı lise, %25'i ilkökul, %20'si lisans, %10'u ön lisans, %5'inin ortaokul mezuniyet derecesine sahip olduğu anlaşılmaktadır. İşletme tiplerinin de %75'inin restoran, %25'inin kafe olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcılara yöneltilen görüşme soruları araştırma amacına uygun olarak 4 tema altında hazırlanmıştır. Bu temalar genel olarak, safran hakkındaki bilgi düzeyini, safranın gastronomideki kullanım alanlarını, safranlı yiyecek içecekleri tercih edenleri, safranın sürdürülebilirliği ve tanıtımını ele alsa da hepsi birbiri ile bağlantılı şekilde hazırlanmış ve temeline gastronomiyi almıştır. Bu bağlamda araştırmadan elde edilen sonuçlar şu şekildedir:

- Safranbolu safranının diğer safranlara göre daha kaliteli olduğu ve farklı kalite standartlarına göre belirlenebildiği ortaya çıkmıştır. Safran tepciklerinin rengi, uzunluğu, kalınlığı ve tazeliği safran kalitesini belirleyen kriterler arasındadır. Bölgeye İran, İspanya, Afganistan gibi ülkelerden de safran ithalatının yapılması yerli safranın ayırımını güçleştirmektedir. Bununla birlikte yapılan araştırmada safran tağşışleri ile ilgili olarak katılımcıların endişeli olduğu belirlenmiştir. Örneğin Aspir'in safran olarak satıldığı veya mısır püskülerinin boyanarak safrana karıştırıldığı ifade edilmiştir. Bunlara bağlı olarak, tüketicilerin safran satın alırken tedirginlik yaşadığı, dolayısıyla safrana karşı güvensizliğin artarak satışları olumsuz etkileyebileceği söylenebilir. Kaliteli safran kullanımının yiyecek-içecekler ile birlikte işletmelere, pazarlamaya, üretim potansiyeline, ekonomiye ve tanıtıma da olumlu yönde etkilerinin olduğu tespit edilmiştir. Bu durum safranın birçok kriteri göz önüne alarak satın alınması gerektiği ve kalitenin yiyecek-içecekler üzerindeki etkisinin iyi şekilde değerlendirmesini ortaya çıkarmıştır. Buna bağlı olarak araştırma kapsamında kaliteli safran kullanılmasına yönelik değerlendirmelerin önemli bir adım olacağı düşünülmektedir. Çünkü kalitesiz safran kullanımı ile ilgili olarak yiyecek içeceklerde renk, tat, koku ve görüntü anlamında olumsuzlukların yaşandığı ortaya çıkmıştır. Bu durumun hem işletme maliyetlerinde artışların yaşanmasına hem de işletmelere karşı güven sorunu oluşturmasına neden olmaktadır. Buna istinaden Safranbolu'da safran yerine renklendirici olarak ikame ürün veya gıda katkı maddesi kullanmadıkları fakat lezzet vermek amacıyla çok az miktarda zerdeçal eklendiği tespit edilmiştir.

- Yapılan araştırmada Safranbolu’da yer alan işletmelerin safran baharatını çoğunlukla zerde tatlısı, pilav, lokum, çay ve Türk kahvesi gibi ürünlerde kullandıkları belirlenmiştir. Bölgede safranlı zerde, safranlı pilav, safranlı lokum, safran ayı ve safranlı Türk kahvesinin sıklıkla tercih edildiği ortaya çıkmıştır. Ayrıca araştırma kapsamında bazı işletmelerde safranlı tavuk sote, safranlı erişte orbası ve safranlı risottonun tüketiciler tarafından sıklıkla tüketildiği belirlenmiştir. Son olarak işletmelerde en fazla sunulan safranlı yiyecek-içecek eşitleri ile tüketiciler tarafından talep edilen ürünlerin paralellik gösterdiği anlaşılmıştır. Örneğin işletmelerde en fazla sunulan yiyecek içeceğin zerde tatlısı olduğu belirlenirken, tüketiciler tarafından en fazla tercih edilen tatlının da zerde tatlısı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tüm bu bilgiler ışığında Safranbolu mutfak kültürü ve yiyecek içecek işletmeleri için önemli bir yere sahip olan safranın hem kullanım alanları hem de kullanım amaçları bakımından Safranbolu gastronomisi için yüksek potansiyel taşıyan bir baharat olduğu söylenebilir.

- Safranbolu’da safranın kullanım tekniğinin genellikle yiyecek içeceklere ilave edilmeden önce ılık suya veya sıcak suya koyulduğu, rengi ve aroması suya geçtikten sonra yiyecek içeceklere son aşamada eklenmesi şeklinde olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte bazı yiyecek-içecek türlerine göre kullanım tekniklerinin de değiştiği ve ilave etme aşamalarında farklılıkların olduğunu söylemek mümkündür. Örneğin, safranın gl suyu, süt veya kullanılacak olan sıvıya eklendikten sonra ağzının streç film ile kapatılıp bir süre bekletildikten sonra kullanılması ve hiçbir sıvıda bekletilmeden doğrudan yapılan yemeğin içerisine atılabildiği elde edilen bilgiler arasındadır. Son olarak safran ayının demleme presi kullanılarak (french press) demlenmesi de dikkat çeken farklı bir tekniktir.

- Safran ayının Safranbolu yiyecek içecek işletmelerinde özellikle fonksiyonel bir ürün olarak satıldığı tespit edilmiştir. Bu nedenle safran baharatının fonksiyonelliğinin bir pazarlama stratejisi olarak kullanılarak bölge işletmelerine hem ekonomik hem de tanıtım anlamında katkı sağladığı belirlenmiştir. Safranın bu fonksiyonel özelliğinin aynı zamanda safranlı yiyecek-içeceklerin çekiciliğini ve tüketicinin safrana olan ilgisini arttığı söylenilmektedir. Ayrıca katılımcılarından elde edilen verilere göre safranın cilde, bağışıklığa, kırmızı nokta hastalığına, göz sağlığına, sinir bozukluklarına, uykusuzluğa ve kansere karşı etkili olduğu söylenebilir. Ancak az

da olsa bazı katılımcılar tarafından safranın sağlığa etkileri konusunda fikir ayrılıkları yaşandığı belirlenmiştir.

- Araştırma kapsamındaki yiyecek içecek işletmecilerinin safranlı yeni yiyecek-içecek geliştirmeye eğilimli olduğu ve özellikle ana yemeklerde safran kullanılma düşüncesinin daha fazla olduğu belirlenmiştir. Bu durum bölgedeki gastronomik ürün çeşitliliğini, yöreye özgü ürünleri, ürün satışını ve turist potansiyelini artırabilir. Nitekim, Oğuzbalaban (2020) yaptığı çalışmada Safranbolu bölgesinde yiyecek-içecek hizmeti alan tüketicilerin, menülerle alakalı olarak en fazla yemek çeşitliliğinin azlığından şikâyet ettiklerini ortaya çıkarmıştır. Buradan hareketle, katılımcıların çoğunluğunun safranlı yeni yiyecek-içecek geliştirmek istemesi, tüketicilerin şikâyetlerini çözmeye yönelik doğru bir yaklaşım olarak değerlendirilebilir.

- Şehir dışından safranlı yiyecek-içeceklere yönelik talep durumuna bakıldığında, özellikle safranlı lokum, safranlı gazoz ve safranlı kahveye talebin daha fazla olduğu görülmüştür. Bu ürünlerin paketlenabilir, gönderimi kolay ve bozulma sürecinin diğer safranlı yiyecek içeceklere göre daha uzun olmasından dolayı tercih edildiğini söylemek mümkündür. Yurtiçi ve yurtdışı birçok bölgeye gönderimi yapılan ürünlere bağlı olarak, safranlı yiyecek-içeceklerin ülke ekonomisine ve ihracatına önemli katkılarının olduğu açıkça görülmektedir. Bunlara ek olarak elde edilen bilgilere göre, Safranbolu'da üretilen safranlı yiyecek-içecekleri özellikle yabancı turistlerin tercih ettiği tespit edilmiştir. Ancak korona virüs salgını sonrasında bölgedeki yabancı turist sayısının azalmasıyla birlikte yabancı turist sayısı da azalmıştır.

- Safranbolu'da safranın yiyecek içecek işletmelerine özellikle ekonomi, ürün çeşitliliği ve turist getirisi açısından katkı sağladığı belirlenmiştir. Ayrıca safranın yöresel mutfak çeşitliliğine, gastronomi turizmi potansiyeline ve bölge tanıtımına birçok olumlu etkisinin olduğu söylenebilir. Safranbolu için bu kadar önem arz eden safranlı yiyecek-içeceklerin sürdürülebilirliğinin sağlanmasına yönelik pek çok ortak görüş elde edilmiştir. Bunlar arasından gastronomiye yönelik en fazla dikkat çekenler; safranlı yiyecek içeceklerin tescillenmesi, safranlı ürünlere yönelik işletmelerin kurulması, sokak lezzetleri ile bütünleştirilmesi ve yöresel olanların modern hale getirilmesidir. Safran ile ilgili yapılan festival ve tanıtımların ise zaman, mekân ve hedef kitle açısından yetersiz olduğu sıklıkla katılımcılar tarafından dile getirilmiştir. Bununla birlikte yapılan tanıtım ve etkinliklerin daha büyük çapta yapılması, festival duyurularının artırılması,

safran bitkisine yönelik daha fazla tanıtıcı afişlerin hazırlanmasının gerekliliğine vurgu yapılmıştır. Bunlar yapılırken mutlaka gastronomi ve turizm konularında uzman görüşlerine de başvurulmasının gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca paralel olarak Polat ve arkadaşları (2013) yaptıkları bir çalışmada “Uluslararası Altın Safran Belgesel Film Festivali” nin Safranbolu kimliğinin oluşumu, sürdürülmesi ve tanıtımı üzerinde etkili olduğunu tespit etmiştir.

Bu çalışmanın nitel bir çalışma olması ile alan yazına katkı sunması hedeflenmekte, Safranbolu bölgesindeki yiyecek-içecek işletmelerine, resmî kurumlara ve bundan sonra yapılacak olan çalışmalara ışık tutar nitelikte olacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda çalışmanın sonuçlarına bağlı olarak şu öneriler geliştirilebilir:

- Safranbolu mutfak kültürü ile safran ilişkisi ön plana çıkartılmalı ve satışları arttırmayı hedefleyen işletmelerin daha fazla safranlı gıda ürünü geliştirmesi gerekmektedir. Ancak bunun kontrollü bir şekilde, stratejik planlamalar ile safrana ve bölge mutfak kültürüne zarar vermeden yapılması elzemdir.

- Bölgede üretilen safranın işlenmemiş olarak doğrudan satılmasının yanı sıra safranlı gıda ürünlerinin markalaştırılarak satılması, işletmelerin kâr marjını yükseltebilir ve safrandan alınan verimin işlevselliği geliştirilebilir.

- Safranbolu eski çarşıdaki işletmelerin mimari doku güzelliğine safranı ön plana çıkaracak dekoratif unsurlar eklenebilir, böylece hem bölge safran ile daha fazla özdeşleşir hem de turistlere daha çekici ortamlar oluşturulmasında safran ön plana çıkarılabilir.

- İşletmelerde safranla hazırlanan gıda ürünlerinde safran dışında farklı ürünlerin (aspir, mısır püskülü vb.) kullanılmayıp, kaliteli safran kullanımı ile bölge imajına ve gastronomi turizmüne olumlu katkılar sağlanabilir. Özellikle bu noktada denetim organları tarafından coğrafi işarete sahip olan Safranbolu safranına yönelik gerekliliklerin yerine getirilmesi ve taşıtlara karşı tedbirlerin alınması önem arz etmektedir.

- Yöresel gıda ürünlerinin ve özel gün yemeklerinin safran ile modernleştirilerek sunulması, safranın bölgedeki sürdürülebilirliğini sağlamakla birlikte tüketici deneyimlerini de geliştirebilir. Buna bağlı olarak, EK-2’de örnek reçeteler paylaşılmıştır.

- Farklı kaynaklarda safranın mürekkep olarak kullanıldığı belirtilmiştir (Abdullaev, 1993; Anjum vd., 2015; Şahin, 2021), bu yöndeki kullanımlarına bağlı olarak safranın tabak sunumlarında dekor amaçlı kullanılması, safranı göz önünde tutmaya ve gastronomik ürün özgünlüğünün gelişmesine katkı sağlayabilir.

- Gastonomik açıdan yerel yönetimlerin safran kullanımı ile ilgili çalışmalarını yiyecek içecek işletmecilerinin istek ve talepleri doğrultusunda değerlendirilmesi safran ile ilgili stratejilerin uygulanabilirliği konusuna katkı sağlayabilir. Aynı zamanda gastronomi turizmi kapsamında özel sektör ve resmî kurumlar arasında iş birlikleri sağlanarak daha bütüncül bir şekilde tanıtım, etkinlik ve planlamaların uygulanmasını sağlanabilir.

- Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılan Safranbolu bölgesine ait tanıtım, planlama ve düzenlemelerde safran ve safranlı yiyecek-içeceklerin ön plana çıkartılması ile bölgenin gastronomi turizmi potansiyeli, yöresel yemekleri ve safran üretimi daha farklı boyutlara taşınabilir.

- Tıbbi ve aromatik bitki şehri olarak adlandırılan bölgenin (Karabük Valiliği, 2021) üniversite'sinde tıbbi ve aromatik bitkiler bölümünün olmaması dikkat çekmiştir (Yükseköğretim Kurulu, 2022). Bu kapsamda konu ile ilgili akademik bölümlerin açılmasının ve farklı eğitim kurumları, dernekler tarafından safrana yönelik yerel halka doğru bilgilendirmelerin yapılmasının oldukça faydalı olacağı düşünülmektedir.

- Bölgede safran üretimi yapan çiftçilere yönelik farklı destek paketleri oluşturularak, üretim teşvik edilebilir ve yeni üreticilerin ortaya çıkması sağlanabilir.

- Daha fazla safranlı yiyecek-içeceğin markalaştırılıp ön plana çıkartılması, birçok açıdan olumlu sonuçlar doğurabilir.

- Yabancı turist sayısındaki azalmaya yönelik bölge çekiciliğinin ve tanıtımların artırılmasıyla birlikte turizm çeşitlerinin vurgulanması doğru bir yaklaşım olabilir.

- Bundan sonra yapılacak olan çalışmalara getirilebilecek öneriler şunlardır:

- Nicel bir araştırma yöntemi ile Safranbolu yerel halkının safrana yönelik bakış açısı değerlendirilebilir.

- Safranlı yiyecek-içeceklerle karşı turistlerin bakış açısına yönelik kapsamlı bir araştırma yapılabilir.
- Safranlı yiyecek-içeceklerle özgü Türkiye genelinde geniş çaplı bir araştırma yürütülebilir.
- Safranbolu safranının kalitesi üzerine laboratuvar çalışmaları yapılarak, diğer safranlardan farklılıkları ve yiyecek içeceklerle yönelik etkileri araştırılabilir.
- Gerek fonksiyonel gerekse lezzet anlamında safran kullanılarak yeni bir yiyecek içecek ürünü geliştirilerek, üretim süreçleri ve aşamaları incelenebilir.

## KAYNAKÇA

- Ab Karim, S. (2006). *Culinary tourism as a destination attraction: An empirical examination of the destination's food image and information sources*. Oklahoma State University.
- Ab Karim, S., Chi, C. G. Q. (2010). Culinary Tourism as a Destination Attraction: An Empirical Examination of Destinations' Food Image. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(6), 531-555.
- Abdullaev, F. I. (1993). Biological Effects of Saffron. *BioFactors*, 4(2), 83-86.
- Abrishami, M. H. (1997). Persian Saffron, a Comprehensive Cultural and Agricultural History. *Mashhad, Astan Ghods Razavi Publication*.
- Abrishami, M. H. (2004). Saffron, From Yesterday Till Today, An Encyclopaedia Of İts Production, Trade And Use. *Tehran, Amirkabir*.
- Akşap, Y. (2018). Gastronomik Bir Değer Olarak Lavanta. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 32-41.
- Alonso, G. L., Zalacain, A. ve Carmona, M. (2012). Saffron. In Handbook of herbs and spices *Woodhead Publishing*. 469-498.
- Altay, T. (2019). Safranbolu'nun Sürdürülebilir Turizm Açısından Değerlendirilmesi ve Yerel Halkın Turizm Etkinliklerine Yaklaşımı. Yüksek Lisans Tezi, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Altay, T. ve Aydın, F. (2020). Yerel Halkın Turizme Yaklaşımı: Safranbolu örneği. *Türk Coğrafya Dergisi*, (75), 81-94.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2005). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı* (4. Baskı). Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Anadolu Ajans (2018). 2.Safran Festivali. <https://www.aa.com.tr/tr/pg/foto-galeri/karabukte-safran-festivali/0> (Erişim Tarihi: 12.10.2022).
- Anjum, N., Pal, A. ve Tripathi, Y. C. (2015). Phytochemistry and Pharmacology of Saffron, The Most Precious Natural Source of Colour, *Flavour and Medicine*. *SMU Med J*, 2, 335-47.
- Armellini, R., Peinado, I., Asensio-Grau, A., Pittia, P., Scampicchio, M., Heredia, A. ve Andres, A. (2019). In vitro starch digestibility and fate of crocins in pasta enriched with saffron extract. *Food Chemistry*, 283, 155-163.



- Armellini, R., Peinado, I., Asensio-Grau, A., Pittia, P., Scampicchio, M., Heredia, A. ve Andres, A. (2019). In Vitro Starch Digestibility and Fate of Crocins in Pasta Enriched with Saffron Extract. *Food Chemistry*, 283, 155-163.
- Arslan, N. (1986). Kaybolmaya Yüz Tutan Bir Kültür Safran Tarımı. *Ziraat Mühendisliği Dergisi*, 180, 21-24, Ankara.
- Atalay, İ. (2013). *Doğa Bilimleri Sözlüğü*. Ankara: META Basım ve Matbaacılık Hizmetleri.
- Aydın, N. (2018). Nitel Araştırma Yöntemleri: Etnoloji. *Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi*, 2(2), 60-71.
- Ayyıldız, Ö.G.S. ve Kargılioğlu, Ö.G.Ş. (2018). Konaklarda Sunulan Yöresel Yemeklerin Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Bakımından İncelenmesi; Safranbolu Konakları Örneği Öz. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 79, 367-381
- Babcock, B. A., Clemens R. L. B. (2004). Geographical Indications, Property Rights and Value-Added Agriculture. *MATRIC Briefing Paper*. 5, 1-50.
- Babolian Hendijani, R. (2016), "Effect Of Food Experience on Tourist Satisfaction: The Case of Indonesia", *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 10, 3, 272-282.
- Bağlar Gazoz (2018). Zencefilli Safranlı Gazoz. <http://www.baglarmesrubat.com.tr/baglarsafranli.html> (Erişim Tarihi: 23.11.2021).
- Baltacı, A. (2017). Nitel Veri Analizinde Miles-Huberman Modeli. Ahi Evran Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3 (1), 1-14.
- Barat, T. ve Bucak, T. (2022). Gastronomi Turizmi Kapsamında Geleneksel Üzüm Pekmezi Üretimi: Çal İlçesi Üzerine Bir İnceleme. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 227-250.
- Basker, D. ve Negbi, M. (1983). Safran kullanımı. *Ekonomik botanik*, 37 (2), 228-236.
- Başaran, B. (2017). Gastronomi Turizmi Kapsamında Rize Yöresel Lezzetlerinin Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 135-149.
- Batı Karadeniz Kalkınma Birliği (2020). Safranbolu/Karabük. <https://www.bakab.gov.tr/altin-safran-fotograf-yarismasi-sonuclari-aciklandi/> (Erişim Tarihi: 12.10.2022).
- Behnia, M. R. (1991). *Saffron Cultivation*. Tehran university publication, Tehran, 1-530.

- Belisle, F. J. (1983). Tourism and Food Production in the Caribbean. *Annals of tourism research*, 10(4), 497-513.
- Berčík, J., Paluchová, J. ve Neomániová, K. (2021). Neurogastronomy as a Tool for Evaluating Emotions and Visual Preferences of Selected Food Served in Different Ways. *Foods*, 10(2), 354.
- Bhat, N. A., Hamdani, A. M. ve Masoodi, F. A. (2018). Development of Functional Cookies Using Saffron Extract. *Journal of food science and technology*, 55(12), 4918-4927.
- Bhat, N. A., Hamdani, A. M. ve Masoodi, F. A. (2018). Development of Functional Cookies Using Saffron Extract. *Journal of food science and technology*, 55(12), 4918-4927.
- Björk, P. ve Kauppinen-Räsänen, H. (2014), "Mutfak-Gastronomi Turizmi Yerel Yemek Deneyimleri Araştırması", *Nutrition & Food Science*, 44, (4) 294-309.
- Bowen, S., Zapata, A. V. (2009). Geographical Indications, Terroir, and Socioeconomic and Ecological Sustainability: *The Case of Tequila*. *Journal of Rural Studies*, 25(1), 108-119.
- Bozağcı, EC ve Çevik, A. (2021). Destinasyon Çekim Kahve Gücü Olarak Gastronomi Müzeleri: Safranbolu Türk Müzesi Örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6 (2), 320-330.
- Bozkoyun, M. ve Baytar, İ. (2020). Tuzlu Balık ve Ayran Aşının Van İlinin Gastronomi Turizmindeki Yeri. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 41, 58.
- Brillat-Savarin, J.A. (2016). *Lezzetin Fizyolojisi ya da Yüce Mutfak Üzerine Düşünceler*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık
- Caiola, M. G. ve Canini, A. (2010). Looking for saffron's (*Crocus sativus* L.) parents. *Functional plant science and biotechnology*, 4(2), 1-14
- Can, A., Sünnetçioğlu, S. ve Durlu Özkaya, F. (2012). Füzyon Mutfağı Uygulamalarının Gastronomi Turizminin Gelişimine Katkısı'. 13. *Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı*. 6-9 Aralık 2012, Antalya, s. 873-882.
- Canbolat, E., Keleş, Y. ve Akbaş, Y. Z. (2016). Gastronomi Turizmi Kapsamında Samsun Mutfağına Özgü Turistik Bir Ürün: Bafra. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 75, 87.
- Canbulat, İ. (2017). Safranbolu şehir yemekleri. (Paflagon'ya Sofrası kitabı ekidir). Online: <https://gulevisafiranbolu.files.wordpress.com/2017/12/safranbolu-c59fehir-yemekleri-sc3b6zlc3bc-tarih-c3a7alc4b1c59fmasc4b1.pdf> (Erişim tarihi: 04.05.2022).

- Carmichael, B. A. (2005). Understanding the wine tourism experience for winery visitors in the Niagara Region, Ontario, Canada. *Tourism Geographies*, 7(2), 185-204.
- Ceylan, S. ve Somuncu, M. (2016). Kültür Turizmi Alanlarında Turizmin Çeşitlendirilmesine Eleştirel Bir Bakış: Safranbolu UNESCO Dünya Miras Alanı. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 53-64.
- Chang, R. C., Kivela, J. vee Mak, A. H. (2010). Food Preferences of Chinese Tourists. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 989-1011.
- Chi, C. G. Q., Chua, B. L., Othman, M. ve Ab Karim, S. (2013). Investigating the structural Relationships between Food Image, Food Satisfaction, Culinary Quality and Behavioral Intension: The Case of Malaysia. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*. 14, 99-120.
- Cohen, E. ve Avieli, N. (2004). Food İn Tourism: Attraction and Impediment. *Annals of Tourism Research*, 31 (4), 755-778.
- Cook, R. A., Yale, L. J. vee Marqua, J. J. (2002). *Tourism: The Business of Travel* (2nd ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Correia, A., Moital, M., Da Costa, C. F. vee Peres, R. (2008). The Determinants of Gastronomic Tourists' Satisfaction: a Second-Order Factor analysis. *Journal of Food Service*, 19(3), 164-176.
- Coşkun, M. (2015). *Jeomorfolojisi Karabük-Safranbolu Havzası, KBTürkiye. Biyoçeşitlilik ve Kültürel Miras Türkiye-Rumence Coğrafi Akademik Seminer 84-90*. İstanbul: İnkılap Basımevi.
- Coşkun, M., Gök, M. ve Coşkun, S. (2017). Climate Characteristics of Safranbolu (Karabük) and Saffron Cultivation. *International Journal of Geography and Geology*, 6(3), 58-69.
- Crouch, G. I. ve Ritchie, J. B. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of business research*, 44(3), 137-152.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.
- Çatır, O. ve Ay, E. (2018). Ulubey (Uşak) Yöresel Yemeklerinin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 6(3), 211-224.
- Çavuş, O. ve Eker, Ş. (2022). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi: Bolu Kanlıca Mantarı, Mengen Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 303-320.

- Çelik, H. U. ve Demirkol, Ö. Ü. Ş. (2019). *Gastronomide Şarabın Yeri ve Önemi Bir İşletme Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çelik, Ş., Cankurt, H. vee Doğan, C. (2010). Safran İlavesinin Sade Dondurmanın Bazı Özelliklerine Etkisi. *Gıda*, 35(1), 1-7.
- Çevik, S., Saçılık, M.Y. (2011). Destinasyon Rekabet Avantajı Elde Etmesinde Gastronomi Turizminin Rolü: Erdek Örneği, 12. *Ulusal Turizm Kongresi*, Akçakoca, Düzce, 503-515.
- Çimen, H. (2016). Gastronomi Turizmi Açısından Ardahan Mutfağının Önemi. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 32(32), 307-315.
- Dabbagh Moghaddam, A., Garavand, F., Razavi, S. H. vee Dini Talatappe, H. (2018). Production of Saffron-Based Probiotic Beverage by Lactic Acid Bacteria. *Journal of Food Measurement and Characterization*, 12(4), 2708-2717.
- Dadkhah, M., Ehtesham, M. vee Fekrat, H. (2003). Iranian saffron an unknown jewel. *Tehran: Shahr Ashoob Publication*, 1-20
- Dağ, T. ve Keskin, E. (2021). Geleneksel Peynirlerin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi: İzmir Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 2630-2652.
- Dalby, A. (2000). *Dangerous Tastes: The Story Of Spices* (No. 1). Univ of California Press.
- Danhi, R. (2003). What is Your Country's Culinary identity. *Culinology Currents*, 4-5.
- De Maya, S. R., López-López, I. vee Munuera, J. L. (2011). Organic Food Consumption in Europe: International Segmentation Based on Value System Differences. *Ecological Economics*, 70(10), 1767-1775.
- De Souza Bispo, M. ve Almeida, L. L. (2020). Food Trucks and Food Parks as a Social Innovation of Eating out Practice: A study in João Pessoa-Brazil. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 20, 100-209.
- De Souza Bispo, M. ve Lino da Silva, A. L. (2022). Sensing Gourmetization and Gastronomy as Organizing Practices. *Culture and Organization*, 28(5), 379-397.
- Decrop, A. ve Snelders, D. (2005). A Grounded Typology of Vacation Decision-Making. *Tourism Management*, 26(2), 121-132.
- Demirer, H. R. (2010). *Yöresel Ürün ve Coğrafi İşaretler; Fransa ve Türkiye Üzerine Bir İnceleme*. Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Fakültesi.

- Deveci, B., Türkmen, S., Avcıkurt, C. (2013). Kırsal Turizm ile Gastronomi Turizm İlişkisi: Bigadiç Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(2), 29- 34.
- Diker, O., Çetinkaya, A. ve Cinkara, A. (2016). Hava Sporları Turizmi ve Safranbolu'nun Hava Sporları Potansiyelinin Belirlenmesi. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 84-100.
- Diker, O. ve Çetinkaya, A. (2016). Erişilebilir Turizm Açısından Safranbolu Turizm Destinasyonunun Uygunluğunun Değerlendirilmesi. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (2), 111-125.
- Dilsiz, B. (2010). *Türkiye’de Gastronomi ve Turizm: İstanbul Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Doğdubay, M. ve Sünnetçioğlu, A. (2015). Gastronomik Kimliğin Korunmasında Coğrafi İşaretlemenin Rolü: İnegöl Köftesi Örneği. *Eko-Gastronomi Dergisi*, 1(2).
- Eflani Meslek Yüksek Okulu, (2019). Safranlı Yeni Lezzetler Yemek ve Tatlı Yarışması.  
<https://efmyo.karabuk.edu.tr/icerikGoster.aspx?K=E&id=17&BA=index.aspx>  
(Erişim Tarihi: 12.10.2022).
- Embacher, J., Buttle, F. (1989). A Repertory Grid Analysis of Austria's Image As a Summer Vacation Destination. *Journal of Travel Research*, 27(3), 3-7.
- Eren, R. ve Çelik, M. (2017). “Çevrimiçi Gastronomi İmajı: Türkiye Restoranlarının Tripadvisor Yorumlarının İçerik Analizi”. *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 121-138.
- Esmek, E. ve Güzeler, N. (2015). Kefir ve Kefir Kullanılarak Yapılan Bazı Ürünler. *Harran Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 19(4), 250-258.
- Everett, S. ve Aitchison, C. (2008). The Role of Food Tourism in Sustaining Regional Identity: A Case Study of Cornwall, South West England. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 150-167.
- Faulkner, B., Oppermann, M. ve Fredline, E. (1999). Destination Competitiveness: An Exploratory Examination of South Australia’s Core Attractions. *Journal of Vacation Marketing*, 5(2), 125-139.
- Ferrence SC ve Bendersky G. (2004). Therapy With Saffron and The Goddess at Thera. *Perspect Biol Med* 47(2): 199-226.
- Fox, R. (2007). Reinventing the Gastronomic Identity of Croatian Tourist Destinations. *International Journal of Hospitality Management*, 26(3), 546-559

- Frochot, I. (2003). An Analysis of Regional Positioning and Its Associated Food Images in French Tourism Regional Brochures. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(3-4), 77-96.
- Giaccio, M. (2004). Crocetin From Saffron: An Active Component of An Ancient Spice. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 44(3), 155-172.
- Gillespie, C. H. (1994). Gastrosophy and Nouvelle Cuisine: Entrepreneurial Fashion and Fiction. *British Food Journal*, 96(10), 19-23.
- Goodrich, J. N. (1980). Benefit Segmentation of US International Travelers: an Empirical Study with American Express. In D. E. Hawkins, E. L. Shafer; J. M. Rovelstad. (Eds.), *Tourism Marketing and Management*. Washington: Department of Human Kinetics and Leisure Studies, 133-147.
- Google Maps, (2022). Karabük-Safranbolu. <https://www.google.com.tr/maps/dir/Atat%C3%BCrk,+Safranbolu+Merkez+Park%C4%B1,+Atat%C3%BCrk+Bulvar%C4%B1,+Safranbolu%2FKarab%C3%BCK/Karab%C3%BCK+Merkez%2FKarab%C3%BCK/@41.2203319,32.2178439,9.12z/data=!4m14!4m13!1m5!1m1!1s0x409caad053dc096b:0x2d48bdb71b64584b!2m2!1d32.6815699!2d41.252082!1m5!1m1!1s0x40835327904087dd:0xe99820e8d844b532!2m2!1d32.5912703!2d41.1217535!3e0?hl=tr> (Erişim Tarihi: 01.10.2022).
- Gök, S. A., Sezgin, A. C. vee Yıldırım, F. (2017). Gastronomi Alanında Maraş Tarhanasının Değerlendirilmesi. *Aydın Gastronomy*, 1(1), 61-70.
- Gresta, F., Lombardo, G. M., Siracusa, L. vee Ruberto, G. (2008). Saffron, An Alternative Crop for Sustainable Agricultural Systems. A review. *Agronomy for sustainable Development*, 28(1), 95-112.
- Gümüş, Y. (2021). Safranbolu Yöresinde Safran Bitkisi ve Safran Kültürü Üzerine Halk Bilimsel Bir İnceleme. *Uluslararası Beşeri Bilimler ve Sanat Dergisi*, 2 (1),1-23.
- Gürbüz, A. (2002). Yerel kalkınma stratejisi içinde turizm ve Safranbolu. *Bilig*, (24), 29-48.
- Güven, S. (2008). *Şarap Üretimi ve Kalite Kontrolü*. Çanakkale: Onsekiz Mart Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Gıda Mühendisliği Bölümü Yayın No: 003.
- Halaç, H. (2011). *Karabük-Safranbolu Yemekleri*. Karabük: Anıt Matbaa.
- Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. vee Cambourne, B. (Eds.). (2004). *Food Tourism Around the World*. Routledge.

- Hall, C. M. ve Mitchell, R. (2007). Gastronomic Tourism: Comparing Food and Wine Tourism Experiences. *In Niche tourism* 87-102.
- Hall, C. M. ve Sharples, L. (2003). The Consumption of Experiences or The Experience of Consumption? An Introduction to the Tourism of Taste. *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*, 1-24.
- Hall, C. M. ve Sharples, L. (2008). Food events, festivals and farmers' markets: An introduction. In C. Hall & L. Sharples (Eds.), *Food and wine festivals and events around the world: Development, Management and Markets* 3–22.
- Hamidpour, R., Hamidpour, S., Hamidpour, M. vee Shahlari, M. (2013). Effect of Crocus Sativus and Its Active Compounds for the Treatment of Several Diseases: A review. *International Journal of Case Reports and Images*, 4(12), 666-670.
- Harrington, R. J., Ottenbacher, M. C. (2010). Culinary Tourism: A Case Study of the Gastronomic Capital. *Journal of Culinary Science & Technology*. 8(1), 14-32.
- Hashimoto, A. vee Telfer, D. J. (2006). Selling Canadian Culinary Tourism: Branding the Global and the Regional Product. *Tourism Geographies*, 8(1), 31-55.
- Haven-Tang, C. ve Jones, E. (2005). Using Local Food and Drink to Differentiate Tourism Destinations Through a Sense of Place: A Story from Wales-Dining at Monmouthshire's Great Table. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(4), 69-86.
- Heidarbeigi, K., Mohtasebi, S. S., Foroughirad, A., Ghasemi-Varnamkhasti, M., Rafiee, S. vee Rezaei, K. (2015). Detection of Adulteration in Saffron Samples Using Electronic Nose. *International Journal of Food Properties*, 18(7), 1391-1401.
- Henderson, J. C. (2009). Food Tourism Reviewed. *British Food Journal*. 111(4), 317–326.
- Hjalager, A. M. ve Corigliano, M. A. (2000). Food For Tourists—Determinants of an Image. *International Journal of Tourism Research*, 2(4), 281-293.
- Hornig, J. S., Tsai, C. T. (2010). Government Websites for Promoting East Asian Culinary Tourism: A Cross-nationas Analysis. *Tourism Management*. 31, 74-85.
- <https://safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr/TR-231198/ulasim.html> (Erişim Tarihi: 05.10.2022).
- Ignatov, E. ve Smith, S. (2006). Segmenting Canadian Culinary Tourists. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 235.
- Ilbert, H. ve Petit, M. (2009). Are Geographical Indications a Valid Property Right? Global Trends and Challenges. *Development Policy Review*. 27(5), 503-528.

- İnaltong T. (2008). *Mutfaktaki Yaban. Anadolunun Yeneni Otları*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- İsa, U. ve Apak, Ö. C. (2020). Covid-19 Salgını Sürecinin Kültür Turizmi Destinasyonları Arz Yapıları Üzerine Etkisi: Safranbolu Örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 5-19.
- Jolly Tur (2022). <https://www.jollytur.com/safranbolu-turlari> (Erişim Tarihi: 05.10.2022).
- Jones, P., Shears, P., Hillier, D., Comfort, D. ve Lowell, J. (2003). Return To Traditional Values? A Case Study Of Slow Food. *British Food Journal*, 105(4/5), 297-304.
- José Bagur, M., Alonso Salinas, G. L., Jiménez-Monreal, A. M., Chaouqi, S., Llorens, S., Martínez-Tomé, M. ve Alonso, G. L. (2018). Saffron: An old medicinal plant and a potential novel functional food. *Molecules*, 23(1), 30.
- Kaan Yıldız, E. (2007). *Yöresel Lezzetlere Seyahat*. MÜSİAD Kültür Kitaplığı, 2, ISBN 978- 975- 7215- 76-9. İstanbul: Tavaslı Matbaacılık.
- Kafi, M. (2006). Saffron Ecophysiology. *Saffron*, 39-58.
- Kahraman, T. (2019). *Trabzon'da Hamsi Kültürünün Gastronomideki Yeri*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karabük Belediyesi (2022). Karabük'ün Konumu. <https://www.google.com.tr/maps/dir/Atat%C3%BCrk,+Safranbolu+Merkez+Park%C4%B1,+Atat%C3%BCrk+Bulvar%C4%B1,+Safranbolu%2FKarab%C3%BCk/Karab%C3%BCk+Merkez%2FKarab%C3%BCk/@41.2203319,32.2178439,9.12z/data=!4m14!4m13!1m5!1m1!1s0x409caad053dc096b:0x2d48bdb71b64584b!2m2!1d32.6815699!2d41.252082!1m5!1m1!1s0x40835327904087d:0xe99820e8d844b532!2m2!1d32.5912703!2d41.1217535!3e0?hl=tr> (Erişim Tarihi: 01.10.2022).
- Karabük İl Tarım ve Orman Müdürlüğü (2016). Haber. <https://karabuk.tarimorman.gov.tr/Haber/128/Safran-Cicek-Acti> (Erişim Tarihi: 11.12.2021).
- Karabük İl Tarım ve Orman Müdürlüğü (2022). Karabük ve Tarım. <https://karabuk.tarimorman.gov.tr/Menu/26/Karabuk-Ve-Tarim> (Erişim Tarihi: 20.09.2022).
- Karabük İl Tarım ve Orman Müdürlüğü (2022). Tarımsal Yapı. <https://karabuk.tarimorman.gov.tr/Menu/16/Tarimsal-Yapi> (Erişim Tarihi: 29.06.2022).



- Karabük Valiliği, (2021). Safranbolu Lokumu. <http://www.karabuk.gov.tr/safranbolu-lokumu> (Erişim Tarihi: 23.21.2021).
- Karabük Valiliği, (2022). Safran Çiçeği. <http://www.karabuk.gov.tr/safran-cicegi> (Erişim Tarihi: (17.07.2022).
- Karabük Valiliği. (2021). Safranbolu Tıbbi ve Aromatik Bitki Şehri Bölgeye Yeni Değer Katıyor. <http://www.karabuk.gov.tr/safranbolu-tibbi-ve-aromatik-bitki-sehri-bolgeye-yeni-deger-katiyor> (Erişim Tarihi: 01.10.2022).
- Kargiglioğlu, Ş. ve Zararsız, H. F. (2021). Türkiye Turizm Tanıtım Filmi! ‘Enjoy, I’m Vaccinated’. *Journal of Gastronomy, Hospitality, and Travel*, 4(2), 371-392.
- Kaya, O. ve Yurtseven, H. R. (2010). *Eko Gastronomi ve Sürdürülebilirlik*. 11. Ulusal Turizm Kongresi.
- Keskin, H. (2016). *Restoranlarda Turistik Ürün Olarak Yöresel Yemeklerin Kullanımı: Datça Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.
- Khan, A. A. (2020). Covid-19 Salgınının Turizme Etkileri: Safranbolu Miras Kenti Örneği. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 8(2), 28-37.
- Khan, M., Hanif, M. A., Ayub, M. A., Jilani, M. I. ve Chatha, S. A. S. (2020). Saffron. *In Medicinal Plants of South Asia*, 587-600.
- Kılıç, İ. ve Doğan, İ. (2011). Veteriner Fakültesi Laboratuvarlarındaki Biyogüvenlik Durumuna Yönelik Akademisyen Görüşleri: Afyon Kocatepe Üniversitesi’nde Bir Uygulama. *Kocatepe Veterinary Journal*, 4(2), 17-23.
- Kılıç, N. (2010). *Türk Mutfağının Ege-Akdeniz Karakteri Kültürel ve Turistik Açından İncelenmesi: Ayvalık Örneği*. Uzmanlık Tezi, Ankara Kültür ve Turizm Bakanlığı Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü.
- Kırmacı H., Akmanoğlu E., Zararsız H. F. (2021). Gastronomik Bir Ürün Olarak Sinop Mantısı 'nın Çevrim İçi Turist Deneyimlerinin İncelenmesi. *Sinop Kültür Sempozyumu- SKT*, 469-478.
- Kiper, T. ve Arslan, M. (2007). Safranbolu-Yörükköyü Tarımsal Turizm Potansiyelinin Kırsal Kalkınma Açısından Değerlendirilmesi. *Turkish Journal of Forestry*, 8(2), 145-158.
- Kivela, J., Crotts, J. C. (2005). Gastronomy Tourism: A Meaningful Travel Market Segment. *Journal of Culinary Science of Technology*. 4(2-3), 39-55.
- Kivela, J., Crotts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy’s Influence on How Tourists Experience A Destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 30(3), 354-377.

- Koçoğlu, C. M., Saraç, Ö. ve Batman, O. (2020). Safranbolu’da Sürdürülebilir Turizm Gelişmesine Yönelik Yerel Halkın Tutumları. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 202-219.
- Koçyiğit, A. (1987) Karabük- Safranbolu Tersiyer Havzası Kuzey Kenarının Stratigrafisi ve Niteliği. *Türkiye Jeoloji Kurumu Bülteni*, 30, 61-69.
- Kök, A. ve Güngör, A. (2021). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Açısından Önemi: Akçakoca-Melengüceği Tatlısı Örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(1), 61-74.
- Küçükaltan, G. (2009). *Küreselleşme Sürecinde Gastronomide Yöresel Tatların Turistlerin Destinasyon Tercihlerine ve Ülke Ekonomilerine Etkileri*. 3. Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri.
- Kültür Portalı (2021). Geleneksel Mutfak. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/karabuk/neyenir/safranli-zerde> (Erişim Tarihi: 23.21.2021).
- Kültür Portalı, (2021). Geleneksel Mutfak. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/karabuk/neyenir/safranli-pilav> (Erişim Tarihi: 22.12.2021).
- Kültür Portalı, (2022). Gezilecek Yerler. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/karabuk/gezilecekyer/zzet-mehmet-pasa-camii> (Erişim Tarihi 10.10.2022).
- Kültür Portalı, (2022). Safranlı. <https://www.kulturportali.gov.tr/arama/safranl%c4%b1> (Erişim Tarihi: 12.10.2022).
- Kültür Portalı, Safranbolu. (2022). <https://www.kulturportali.gov.tr/portal/safranbolusehri> (Erişim Tarihi: 29.06.2022).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022). E-kitap, Camiler ve Diğer Eserler. <https://ekitap.ktb.gov.tr/TR-80086/camiler-ve-diger-eserler.html> (Erişim Tarihi 10.10.2022).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2021). Safran çiçeği. <https://safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr/TR-231197/safran-cicegi.html> (Erişim Tarihi: 11.12.2021).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2022). <https://safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr/TR-156222/tanitim-filmleri.html> (Erişim Tarihi: 05.10.2022).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022). *Ulaşım*.

- Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Yöresel Yemekler (2022). <https://safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr/TR-156253/yoresel-yemekler.html> (Erişim Tarihi: 02.07.2022).
- Lages, M. P. (2015). A Formação do Consumo Gourmet no Brasil: O Caso Dos Cafés Especiais E Dos Corpos Que os Acompanham. 184 f., il. Dissertação (Mestrado em Sociologia) Universidade de Brasília, Brasília.
- Lage, M. ve Cantrell, C. L. (2009). Quantification of Saffron (*Crocus Sativus L.*) Metabolites Crocins, Picrocrocin and Safranal for Quality Determination of the Spice Grown Under Different Environmental Moroccan Conditions. *Scientia Horticulturae*, 121(3), 366-373.
- Lin, Y. C., Pearson, T. E., Chai, L. A. (2011). Food as a Form Destination Identity: a Tourism Destination Brand Perspective. *Tourism and Hospitality Research*. 1181, 30-48.
- Linden, E., McClements, D. J. ve Ubbink, J. (2008), Molecular Gastronomy: A Food Fad or an Interface for Science-Based Cooking? *Food Biophysics*, 3, 246-254.
- Marshall, C. ve Rossman, G. B. (2014). *Designing Qualitative Research*. Sage publications.
- McKercher, B., Okumus, F. ve Okumus, B. (2008), “Food tourism as a viable market segment: it’s all how you cook the numbers!”, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25, (2)137-148.
- McKercher, B., Okumus, F. ve Okumus, B. (2008). Food Tourism as a Viable Market Segment: It’s All How You Cook The Numbers. *J. Travel Tour. Mark.* 25 (2), 137–148
- Melnyk, J. P., Wang, S. ve Marcone, M. F. (2010). Chemical and biological properties of the world's most expensive spice: Saffron. *Food research international*, 43(8), 1981-1989.
- Merriam, S. B. ve Grenier, R. S. (Eds.). (2019). *Qualitative research in practice: Examples for discussion and analysis*. John Wiley & Sons.
- Mete, O. (2017). *Baharatlar*. İstanbul: Alfa Yayıncılık.
- Milli Savunma Bakanlığı, Harita Genel Müdürlüğü, 2022. <https://geoportal.harita.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 01.10.2022).
- Moradi-Khatoonabadi, Z., Amirpour, M. ve AkbariAzam, M. (2015). Synthetic food colours in saffron solutions, saffron rice and saffron chicken from restaurants in Tehran, Iran. *Food Additives & Contaminants: Part B*, 8(1), 12-17.

- Moradi-Khatoonabadi, Z., Amirpour, M. ve AkbariAzam, M. (2015). Synthetic Food Colours İn Saffron Solutions, Saffron Rice and Saffron Chicken From Restaurants İn Tehran, Iran. *Food Additives & Contaminants: Part B*, 8(1), 12-17.
- Morgan, D. L. ve Morgan, R. K. (2008). *Single-case research methods for the behavioral and health sciences*. Sage publications.
- Mousavi, S. Z. ve Bathaie, S. Z. (2011). Historical Uses of Saffron: Identifying Potential New Avenues for Modern Research. *Avicenna Journal of Phytomedicine*, 1(2), 57-66
- Mousavi, S. Z. ve Bathaie, S. Z. (2011). Historical Uses Of Saffron: Identifying Potential new Avenues for Modern Research. *Avicenna Journal of Phytomedicine*, 1(2), 57-66.
- Muştu, Ç. (2021). Safranın (Crocus Sativus L.) Özellikleri, Tarihçesi ve Gıdalarda Kullanımı Üzerine Bir Araştırma. *Food and Health*, 7(4), 300-310.
- Nam, J.-H. ve Lee, T. J. (2011). Foreign Travelers' Satisfaction with Traditional Korean Restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 30(4), 982–989.
- Negbi, M. (1999). Saffron Cultivation: Past, Present and Future Prospects. In *Saffron* 14-28. CRC Press.
- Nield, K., Kozak, M. ve LeGrys, G. (2000). The role of food service in tourist satisfaction”, *Hospitality Management*, 19(4), 375-384.
- Oğuzbalaban, G. (2020). Safranbolu Restoranlarına Yönelik Çevrimiçi Müşteri Şikâyetlerinin Analizi: Tripadvisor Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2898-2715.
- Özbek, Ç. ve Güzeler, N. (2022). Mersin Mutfağının Gastronomik Ürünleri. *Aydın Gastronomy*, 6(2), 311-324.
- Özdemir, B. (2010). Dışarıda Yemek Yeme Olgusu: Kuramsal Bir Model Önerisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 218-232.
- Özdemir, Ü. (2011). Safranbolu'nun Kültürel Miras Kaynakları ve Korunması. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 16(26), 129-142.
- Özen, F. ve Hendekçi, EA (2016). Türkiye'de Eğitim Denetimi Alanında 2005–2015 Yılları Arasında Yayımlanan Makale ve Tezlerin Betimsel Analizi. *OPUS-Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 6 (11), 619-650.
- Özkul Açıkgoz, A. (2010). *Safran Bitkisinin (Crocus Sativus L.) Yetistirilmesi, Kalitesi ve Ticari Önemi*, Yüksek Lisans Tezi, Bartın Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

- Özmen, N. ve Mehmet, E. (2020). Safranbolu’da Gastronomi Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Bir Araştırma. *Econder International Academic Journal*, 4(1), 142-168.
- Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N. ve Hoagwood, K. (2015). Purposeful Sampling for Qualitative Data Collection and Analysis in Mixed Method Implementation Research. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research*, 42(5), 533-544.
- Papaodysseus, C., Fragoulis, D. K., Panagopoulos, M., Panagopoulos, T., Rousopoulos, P., Exarhos, M. ve Skembris, A. (2006). Determination of the method of construction of 1650 BC wall paintings. *IEEE transactions on pattern analysis and machine intelligence*, 28(9), 1361-1371.
- Paşayeva, L. ve Tekiner, H. (2014). Türk-İslam Tıbbında Safranın Yeri. *Mersin Üniversitesi Tıp Fakültesi Lokman Hekim Tıp Tarihi ve Folklorik Tıp Dergisi*, 4 (3), 11-15.
- Patton, Q. M. (2002). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. London: Sage Publications.
- Polat, S., Polat, S. A. ve Halis, M. (2013). Kent Kimliği Kapsamında Festivallerin Değerlendirilmesi: Uluslararası Altın Safran Film Festivali Örneği. *Turak Turizm ve Araştırma Dergisi*, 2 (1), 69-85.
- Quan, S., Wang, N. (2004). Towards a Structural Model of The Tourist Experience: An Illustration From Food Experiences in Tourism. *Tour. Manag.* 25 (3), 297–305.
- Rahim, S. C. ve Gülden, O. V. A. (2016). İran ve Türkiye Safranları Kullanılarak Yapılan Pudinglerde Dokusal Kalite Özelliklerindeki Değişimlerin Objektif ve Subjektif Yöntemlerle İncelenmesi. *Akademik Gıda*, 14(4), 388-392.
- Rejack, B. (2009). *Gluttons and Gourmands: British Romanticism and the Aesthetics of Gastronomy*. Doctoral dissertation, Graduate School of Vanderbilt University, Nashville, Tennessee.
- Richards, G. (2003). *Gastronomy: An Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption?* In *Tourism and Gastronomy*, 17-34.
- Rios, J. L., Recio, M. C., Giner, R. M. ve Manez, S. (1996). An Update Review of Saffron and Its Active Constituents. *Phytotherapy Research*, 10(3), 189-193.
- Robinson, R.N.S. ve Getz, D. (2014). Profiling potential food tourists: and Australian study”, *British Food Journal*, 116, 4, 690-706.

- Rubio-Moraga, A., Trapero, A., Ahrazem, O. ve Gómez-Gómez, L. (2010). Crocins Transport In Crocus Sativus: The Long Road From a Senescent Stigma to a Newborn Corm. *Phytochemistry*, 71(13), 1506-1513.
- Sadeghi Bakhtavari, A. (2010). *Farklı Soğan (Korm) Boylarının ve Bitki Sıklığının Safran (Crocus sativus L.)'nın Verim ve Diğer Bazı Özellikleri Üzerine Etkisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Safranbolu Belediyesi, (2020). Stratejik Plan. <https://www.safranbolu.bel.tr/stratejik-plan.pdf> (Erişim Tarihi: 21.09.2022).
- Safranbolu Belediyesi. (2022). Turizm Rehberi. <https://www.safranbolu.bel.tr/safranbolu-turizm-faaliyetleri/kultur-turizmi#> (Erişim Tarihi: 10.10.2022).
- Safranbolu Kaymakamlığı, (2019). Safran Bitkisi. <http://www.safranbolu.gov.tr/safran-bitkisi> (Erişim Tarihi: 23.12.2021).
- Safranbolu Ticaret ve Sanayi Odası, (2020). Turizm Destek Paketi. <https://www.safranbolutso.org.tr/en/duyuru/turizm-destek-paketi/> (Erişim Tarihi: 06.10.2022).
- Sampathu, S. R., Shivashankar, S., Lewis, Y. S. ve Wood, A. B. (1984). Saffron (Crocus sativus Linn). Cultivation, Processing, Chemistry and Standardization. *Critical Reviews in Food Science & Nutrition*, 20(2), 123-157.
- Sánchez Gómez, A. M., Gracia Royo, A., Mallor Giménez, C. ve Jurado Gómez, F. (2018). *Rural Economies in the Spanish Region of Aragon*. Local İntention To Use High Quality Saffron İn Cookery.
- Sandıkçı, M., Boyraz, M., Mutlu, H. ve Gökçe, F. (2018). *Gastronomi Araştırmaları Bibliyografyası (Bildiri, Makale ve Tez 2013-2017)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Santich, B. (2004). The Study of Gastronomy and İts Relevance to Hospitality Education and Training. *International Journal of Hospitality Management*, 23(1), 15-24.
- Sarıışık, M. (2017). *Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Seo, S., Yun, N. ve Kim, O. Y. (2017). Destination Food İmage and İntention to eat Destination Foods: a view From Korea. *Current Issues in Tourism*, 20(2), 135-156.
- Seyitoğlu, F. ve Çalışkan, O. (2014). Turizm Literatüründe Türk Mutfağı Üzerine Yapılan Araştırmaların Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 2(4), 23-35.
- Sezgin, M. ve Ünüvar Ş. (2012). *Yavaş Şehir Sürdürülebilirlik ve Şehir Planlaması Ekseninde*. Konya: Çizgi Kitabevi.

- Sheldon, P. J. ve Fox, M. (1988). The Role of Foodservice IN Vacation Choice and Experience: A Cross-Cultural Analysis. *Journal of Travel Research*, 27(2), 9-15.
- Shenton, A. K. (2004). Strategies for Ensuring Trustworthiness in Qualitative Research Projects. *Education for information*, 22(2), 63-75.
- Shepherd, G. M. (2006). Smell Images and the Flavour System in The Human Brain. *Nature*, 444(7117), 316-321.
- Shunali and Arora, S. M. (2014). Gastronomy Tourism and Destination Image Formation. *Indian Journal of Applied Hospitality and Tourism Research*, 6, 68-75.
- Skinner, M., Parker, B. L. ve Ghalehgolabbehbahani, A. (2017). Saffron Production: Life Cycle of Saffron (*Crocus Sativus*). *University of Vermont, North American Center for Saffron Research and Development*.
- Small, E. (2016). 52. Saffron (*Crocus Sativus*) the Eco-Friendly Spice. *Biodiversity*, 17(4), 162-170.
- Smith, S. L. vee Xiao, H. (2008). Culinary Tourism Supply Chains: A Preliminary Examination. *Journal of Travel Research*, 46(3), 289-299.
- Soffritti, G., Busconi, M., Sánchez, R. A., Thiercelin, J. M., Polissiou, M., Roldán, M. vee Fernández, J. A. (2016). Genetic and Epigenetic Approaches for the Possible Detection of Adulteration and Auto-Adulteration in Saffron (*Crocus sativus* L.) spice. *Molecules*, 21(3), 343.
- Srivastava, R., Ahmed, H. ve Dixit, R. K. (2010). *Crocus sativus* L.: a Comprehensive Review. *Pharmacognosy reviews*, 4(8), 200.
- Statista, (2020). <https://www.statista.com/statistics/1135621/leading-saffron-producers-worldwide/> (Erişim Tarihi: 21.10.2022).
- Suna, S., Çiftçi, K. ve Tamer, C. E. (2020). Determination of Physicochemical and Sensory Properties of Kombucha Beverage Prepared with Saffron. *Gıda*, 45(1), 20-30.
- Şahin, G. (2021). Tarihsel Süreçte Safran (*Crocus Sativus* L.) Ve Safranın Günümüzdeki Durumu. *Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (1), 173-214
- Şimşek, A., Güleç, E. ve Usta, S. (2020). Gastronomik Ürün Çeşitlendirme Kapsamında Veganlar ve Çölyak Hastaları İçin Ürün Geliştirme: Kazandibi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 51-59.
- Tammaro, F. (1999). Saffron (*Crocus sativus* L.) in Italy. In: Negbi, M. (Ed.), *Saffron: Crocus sativus* L. *Harwood Academic Puplichers*, Australia, 53-62.

- Tatil Budur, (2022). Safranbolu Safran Hasadı Turu. <https://www.tatilsepeti.com/safranbolu-safran-hasadi-turu-tr-85483?filtreler=tarih:22.10.2022,23.10.2022> (Erişim Tarihi: 05.10.2022).
- Tatlı A. (2021). Safran çayı. <https://www.olivasa.com.tr/2020/09/15/safran-saffron-cayi/> (Erişim Tarihi: 22.12.2021).
- This, H. (2011). Molecular Gastronomy in France. *Journal of Culinary Science and Technology*, 9(3), 140-149.
- This, H. (2013). Molecular Gastronomy Is a Scientific Discipline, and Note by Note Cuisine is The Next Culinary Trend. *Flavour*, 2(1), 1.
- Timothy, D. J., Ron, A. S. (2013). ‘Understanding Heritage Cuisines and Tourism: Identity, Image, Authenticity, and Change’’. *Journal of Heritage Tourism*, 8(2-3), 99-104.
- Toepel, U., Bielser, M. L., Forde, C., Martin, N., Voirin, A., le Coutre, J., ... ve Hudry, J. (2015). Brain Dynamics of Meal Size Selection in Humans. *NeuroImage*, 113, 133-142.
- Toksöz, D. Aras, S. (2016). Turistlerin Seyahat Motivasyonlarında Yöresel Mutfağın Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1): 174-189.
- Torelli, A., Marieschi, M. vee Bruni, R. (2014). Authentication of Saffron (*Crocus Sativus* L.) in Different Processed, Retail Products by Means of SCAR Markers. *Food Control*, 36(1), 126-131.
- Torricelli, R., Yousefi, J. A. V. A. N., Albertini, E., Venanzoni, R. vee Hosseinzadeh, Y. (2019). Morphological and Molecular Characterization of Italian, Iranian and Spanish Saffron (*Crocus Sativus* L.) Accessions. *Appl. Ecol. Environ. Res*, 17, 1875-1887.
- Turmo, I. G. (2007). The Concepts of Food and Non-Food: Perspectives from Spain. *Consuming The Inedible: Neglected Dimensions of Food Choice*, 43-52.
- Tutar, H. vee Sarkhanov, T. (2021). Covid-19 Pandemisi ve Azerbaycan Turizmi: Sektör Temsilcisi Görüşlerinin İncelenmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 32(1), 7-18.
- Türk Patent ve Marka Kurumu, (2022). Karabük. <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisaretler/liste?il=78> (Erişim Tarihi: 21.09.2022).
- Türker, N. ve 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, 100-463.



- Türkoğlu, H. ve Kozak, M. A. (2015). Türk Mutfağının Gelişiminde Gurmelerin Rollerine Yönelik Algılamalar. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2).
- Uyar, H. ve Zengin, B. (2015). Gastronomi Turizminin Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Değerlendirilmesi Bağlamında Gastronomi Turizm İndeksinin Oluşturulması. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(17), s. 355-376.
- Van Caenegem, W., Drahos, P. ve Cleary, J. (2015). Provenance of Australian Food Products: is There a Place for Geographical Indications. *RIRDC*, 15(060), 15-060.
- Vasco, E. J. G. (2017). Plan Estratégico De La Gastronomía Y Alimentación De Euskadi.
- Voinea, L., Popescu, D. V. vee Negrea, M. T. (2015). Good Practices in Educating and Informing the new Generation of Consumers on Organic Foodstuffs. *Amfiteatru Economic Journal*, 17(38), 488-506.
- Vurdu H, Şaltu Z ve Ayan S (2002) *Crocus sativus L. (Safran)*'un Yetiştirme Tekniği. *Gazi Üniversitesi Kastamonu Orman Fakültesi Dergisi*, 2(2): 175-187.
- Wight, C. (2008). Reengineering “authenticity”: Tourism Encounters With Cuisine in Rural Great Britain. In L. Rubin (Ed.), *Food for thought: Essays on eating and culture* 153–165.
- Winterhalter, P. ve Straubinger, M. (2000). Saffron—Renewed Interest in an Ancient Spice. *Food Reviews International*, 16(1), 39-59.
- World Food Travel Association (2022). What is Food Tourism? <https://worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism/> (Erişim Tarihi:14.07.2022).
- Yıldırım, M., Hajyazadeh, M., Küçük, G. vee Sarıhan, E. (2017). Farklı Hayvansal Gübrelerinin Safran (*Crocus sativus L.*) Bitkisinin Gelişimine ve Bazı Özelliklerine Etkisinin Belirlenmesi. *KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi*, 20, 327-331.
- Yıldız Y. (2017) *Tekirdağ Koşullarında Safran 'ın Verim ve Bazı Bitkisel Özelliklerinin Belirlenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Yuan, J., Morrison, A. M., Cai, L. A. vee Linton, S. (2008). A Model Of Wine Tourist Behaviour: A Festival Approach. *International Journal of Tourism Research*, 10(3), 207-219.
- Yun, D., Hennessey, S. M. ve MacDonald, R. (2011). Understanding Culinary Tourists: Segmentations Based on Past Culinary Experiences and Attitudes Toward Food-Related Behaviour.

- Yüksek Öğretim Kurulu, Karabük Üniversitesi. (2022). <https://yokatlas.yok.gov.tr/lisans-univ.php?u=1061> (Erişim Tarihi: 10.10.2022).
- Yüncü, H. R. (2010). Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası. 10. *Aybastı-Kabataş Kurultayı*, 11(27-34).
- Zağralı, E. (2014). *Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Mutfak Turizmi: İzmir Yarımadası Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi.
- Zararsız, H. F. ve Kargiglioğlu, Ş. (2022). Ankara Beypazarı'nın Gastronomi Turizmi Potansiyeli. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (8), 1-16.

## TABLULAR LİSTESİ

<b>Tablo 1:</b> Tema ve kodlar .....	15
<b>Tablo 2:</b> Gastronomi turizmi kaynaklarının genel tipolojisi.....	19
<b>Tablo 3:</b> Safranbolu bölgesindeki turizm çeşitleri .....	39
<b>Tablo 4:</b> Karabük coğrafi işaretli ürünleri .....	42
<b>Tablo 5:</b> Safranın kullanıldığı bazı özel yemekler .....	50
<b>Tablo 6:</b> Araştırmaya katılan yiyecek içecek işletmecilerine ilişkin bilgiler.....	54
<b>Tablo 7:</b> Safranbolu'daki restoran ve kafelerde sunulan safranlı yiyecek-içecekler ...	60
<b>Tablo 8:</b> İşletmelerde en fazla tüketilen safranlı yiyecek-içecekler.....	62
<b>Tablo 9:</b> Safranbolu safranının kullanılabilceği yeni yiyecek-içecekler .....	66

## ŞEKİLLER LİSTESİ

<b>Şekil 1:</b> Gastronomik ürününü etkileyen faktörler .....	30
<b>Şekil 2:</b> Karabük-Safranbolu coğrafi konumu.....	36
<b>Şekil 3:</b> Safranbolu şehir haritası.....	37
<b>Şekil 4:</b> Safran soğanı ve çiçeği .....	44
<b>Şekil 5:</b> Safran tepecikleri .....	44
<b>Şekil 6:</b> Safranbolu hasat festivali .....	48
<b>Şekil 7:</b> Safranı kullanmak için önerilen prosedür: Safran tepeciklerini öncelikle bir suya koyun, bir süre demlendikten sonra yiyeceklerin üzerine dökün. (a) Sıvı içinde demlenen safran tepecikleri. (b) Safranla yapılmış bir pirinç pilavı .....	49
<b>Şekil 8:</b> Safranbolu safranı broşürü türkçe ve İngilizce .....	69

## EKLER

### Ek 1: Safranlı Yiyecek-İçecek Reçeteleri

#### ÇORBALAR

#### Safranlı Erişte Çorbası



**Kaynak:** Kişisel Arşiv

Malzeme Adı	Miktar	Birim	Şekil
Havuç	1	Adet	Rendelenmiş
Patates	1	Adet	Jardin
Maydanoz	1	Yemek Kaşığı	İnce Dilimlenmiş
Bezelye	1	Su bardağı	
Erişte	500	Gr	
Un	1	Yemek Kaşığı	
Sıvıyağ	2	Yemek Kaşığı	
Safran Tepeciği	4	Tel	
Tuz	1	Çay Kaşığı	
Karabiber	1/2	Çay Kaşığı	
Su	4	Su Bardağı	

#### Yapılış Aşamaları:

1. İlk olarak safran sıcak suya koyulup, bekletilir.
2. Havuç ve patates yağda kavrulur.
3. Üzerine un eklenerek kavurmaya devam edilir.
4. Üstüne su eklenip kaynatılır.
5. Sonrasında erişte ve bezelye eklenip, bezelyeler pişene kadar kaynatılmaya devam edilir.
6. Son olarak safran süzülüp eklenir, arkasından karabiber ve tuzda eklenip bir taşım kaynatıldıktan sonra ocaktan alınır.

**ANA YEMEKLER****Safranlı Tavuk Sote**

**Kaynak:** Kişisel Arşiv

Malzeme Adı	Miktar	Birim	Şekil
Tavuk Göğsü	250	Gr	Jülyen
Kapya Biber	1	Adet	Jülyen
Yeşil Biber	1	Adet	Jülyen
Krema	200	Ml	
Sıvıyağ	2	Yemek Kaşığı	
Safran Tepeciği	5	Tel	
Tuz	1/2	Çay Kaşığı	
Su	1	Çay Bardağı	

**Yapılış Aşamaları:**

1. İlk olarak safran ılık suya bırakılır.
2. Tavuklar kuşbaşı biberler ise jülyen şekilde doğranır.
3. Tavuklar derin tavaya alınıp üzerine sıvıyağ eklendikten sonra kavurmaya başlanır.
4. Tavuklar suyunu salıp çektikten sonra jülyen doğranmış biberler üzerine eklenip 3-4 dakika daha kavrulur.
5. Safran suya rengini verdikten bir miktar eklenir ve tuzu atılır.
6. Son olarak krema eklenir ve krema ile homojen bir hale gelinceye kadar pişirilir.

## Safranlı Pilav



**Kaynak:** Kişisel Arşiv

Malzeme Adı	Miktar	Birim
Baldo Pirinç	1	Su Bardağı
Tereyağı	1/2	Yemek Kaşığı
Sıvıyağ	2	Yemek Kaşığı
Safran Tepeciği	4	Tel
Tuz	1	Çay Kaşığı
Su	2	Su Bardağı

### Yapılış Aşamaları:

1. İlk olarak pirinçler yıkanır ve 20 dakika kadar limonlu, tuzlu ılık suda bekletilir.
2. Pirincin yapısına göre bir tencereye su ve safran eklenip kaynatılır.
3. Su kaynayıp safranın rengi ve lezzeti suya geçtikten sonra ocaktan alınır.
4. Safranlı su kenarda beklerken yağlar pilav tenceresinde kızdırılıp üzerine suda bekleyen pirinçler süzdürülüp eklenir ve kavrulur.
5. Pirinçler kavrulduktan sonra kaynatılmış safran suyu da süzgeçten geçirilerek pilava eklenir.
6. Kapağı kapatılmadan tuzu atılır ve kısık ateşte suyu çekene kadar pişirilir.
7. Suyunu çekmeye yakın altı kapatılıp dinlendirildikten sonra servise hazır hale gelir.

## Safranlı Risotto



**Kaynak:** Kişisel Arşiv

Malzeme Adı	Miktar	Birim	Şekil
Alborio Pirinci	1	Kâse	
Soğan	1	Adet	Brunoaz
Tereyağı	1	Yemek Kaşığı	
Mantar	2	Adet	İnce Dilimlenmiş
Sebze Fondü	2	Su Bardağı	
Safran Tepeciği	4	Tel	

### Yapılış Aşamaları

1. Bir tencerede mevsime uygun sebzeler ile sebze fondu hazırlanıp içerisine safran eklenerek belli bir süre dinlenmeye bırakılır.
2. Ayrı bir tencerede soğanlar ince ince doğranıp tereyağında kavrulur.
3. Soğanların üzerine mantar ile alborio pirinci eklenir ve kavrulmaya devam eder.
4. Daha sonra dinlendirilmiş olan sebze fondu yavaşça pirincin içerisine eklenir ve kıvama geldiğinde servis tabağına alınarak isteğe göre üzerine peynir veya sarımsak turşusu eklenebilir.



## TATLILAR

### Zerde



**Kaynak:** Kişisel Arşiv

Malzeme Adı	Miktar	Birim
Pirinç	1	Su Bardağı
Buğday Nişastası	2	Yemek Kaşığı
Toz Şeker	3	Su Bardağı
Safran Tepeciği	4	Tel
Su	3	Su Bardağı

#### Yapılış Aşamaları

1. İlk olarak safran ılık suya koyularak rengi çıkana kadar bekletilir.
2. Diğer taraftan pirinçler yıkanıp süzildükten sonra bir tencereye alınıp haşlanır.
3. Pirinçlerin haşlanmasına yakın safranlı su pirinçlerin üzerine eklenir.
4. Küçük bir kâsede nişasta su ile açılır ve tencereye eklenir.
5. 2-3 dakika daha kaynatılıp önceden hazırlanan kaselere aktarılır ve dinlendirildikten sonra servise hazır hale gelir.
6. İsteğe göre üzerine kuş üzümü, ceviz, fındık eklenebilir.

## Safranlı Lokum



**Kaynak:** Kişisel Arşiv

Malzeme Adı	Miktar	Birim
Toz Şeker	1	Kilo
Nişasta	1	Su Bardağı
Limon Tuzu (Strik Asit)	1	Tatlı Kaşığı
Safran Tepeciği	5	Tel
Su	1/2	Çay Bardağı

### Yapılış İşlemleri

1. Önceden suda bekletilmiş ve rengi çıkmış olan safran suyu ile birlikte tüm malzemeler bir tencereye alınarak yapılacak olan lokum miktarına göre en az bir buçuk saat kaynatılır.
2. Elde edilen karışıma isteğe göre fındık, fıstık, ceviz vs. atıldıktan sonra tepsilere dökülüp bir gün dinlendirilir.
3. Tepsilerdeki lokumların kesimi yapılarak dışları isteğe göre kaplanır ve paketlenir.

## Safranlı Aşure



**Kaynak:** Kişisel Arşiv

Malzeme Adı	Miktar	Birim	Şekil
Haşlanmış Fasulye	1	Su Bardağı	
Haşlanmış Nohut	1	Su Bardağı	
Buğday	2	Su Bardağı	
Pirinç	1	Su Bardağı	
Kuru İncir	1	Kâse	Makedon
Kuru Üzüm	1	Kâse	
Kuru Kayısı	1	Kâse	Makedon
Toz Şeker	2	Su Bardağı	
Safran Tepeciği	6	Tel	
Su	5	Su Bardağı	

### Yapılış İşlemleri

1. Safran bir bardak su içerisine atılır ve dinlenmeye bırakılır.
2. Bir gün önceden yıkanmış ve suda bekletilmiş buğday tencereye alınarak 10 dakika kadar kaynatılıp, dinlendirilir. Aynı işlem buğdayın suyu değiştirilerek tekrar yapılır.
3. Daha sonra tekrar buğdayın suyu değiştirilip tamamen haşlanır.
4. Kuru incir, üzüm ve kayısılar küçük küçük doğranıp üzerlerine sıcak su eklenerek bekletilir.
5. Suyu azalan buğdaylara su ilave ettikten sonra yıkanmış pirinç, haşlanmış fasulye, haşlanmış nohut ve meyveler suları süzgeçten geçirilerek eklenir, 15-20 dakika daha karıştırılarak kaynatılır.
6. Aşure kıvam aldıktan sonra üzerine süzgeçten geçirilen safran suyu eklenir.
7. Son olarak yavaşça şeker ilave edilir ve karıştırarak 15-20 dakika daha kaynatılır.
8. Hazırlanan aşure kaselelere alınıp dinlendirildikten sonra üzerlerine isteğe göre nar taneleri, fındık veya dövülmüş ceviz içi atılarak servise hazır hale getirilir.

## İÇECEKLER

### Safranlı Türk Kahvesi



**Kaynak:** Kişisel Arşiv

Malzeme Adı	Miktar	Birim
Türk Kahvesi	1	Tatlı Kaşığı
Safran Tepeciği	3	Tel
Su	1	Fincan

#### Yapılış İşlemleri

1. İlk olarak bir fincan suya safran atılır ve 3-4 dakika kadar bekletilir.
2. Safranın rengi suya geçtikten sonra cezveye Türk kahvesi koyulup üzerine safranlı su süzülerek eklenir.
3. Karışım biraz karıştırıldıktan sonra ocağa alınıp kısık ateşe koyulur.
4. Bir taşım kaynayıp köpürmeye başlayınca fincana yarısı dökülür ve fincan tezgâha vurularak kahvenin dibe çökmesi sağlanır.
5. En son olarak kahvenin diğer yarısı da fincana aktarılarak servise hazır hale getirilir.

## Safran ayı



**Kaynak:** Kişisel Arşiv

Malzeme Adı	Miktar	Birim
Safran Tepeciği	4	Tel
Su	1	Kupa Bardak

### Yapılış İşlemleri

1. Öncelikle bir cezveye su koyulup kaynatılır.
2. Su kaynadıktan sonra birkaç dakika dinlendirilir.
3. Sonrasında üzerine safran eklenir.
4. Bu şekilde 4-5 dakika demlenmeye bırakılır.
5. Daha sonra süzülerek bir bardağa alınır ve servise hazır hale gelir.
6. İsteğe göre tatlandırmak için bal atılabilir.

## Ek 2: Modernize Edilmiş Özel Gün ve Yöresel Yiyecek-İçecekler

### Safranlı Peruhi (Safranbolu Yöresel Yemeği)



**Kaynak:** Kişisel Arşiv

Malzeme Adı	Miktar	Birim
<b>Hamuru için;</b>		
Un	3	Su Bardağı
Yumurta	1	Adet
Su	1	Su Bardağı
Tuz	1	Tatlı Kaşığı
Safran Tepeciği	6	Tel
<b>İçi için;</b>		
Süzme Yoğurt	1	Kâse
Nane	1	Çay Kaşığı
Tuz	1	Tatlı Kaşığı
<b>Piştirilmesi için;</b>		
Su	5	Su Bardağı

#### Yapılış İşlemleri

1. Öncelikle hamur için bir bardak suya safran eklenip, bekletilir.
2. Daha sonra unun içine yumurta, süzdürülen safran suyu ve tuz eklenip ele yapışmayacak şekilde yoğrulur.
3. Elde edilen hamur oklava yardımı ile çok ince olmayacak şekilde açılır.
4. Oklava yardımı ile açılan hamur küçük kareler şeklinde kesilir.
5. Kesilen karelerin içerisine süzme yoğurt ile nane karıştırılarak küçük parçalar halinde eklenir.
6. İç malzemesi koyulan hamurlar üçgen şekilde çatal veya parmak uçları ile bastırılarak açılmayacak şekilde kapatılır.
7. Elde edilen peruhiler safranlı suda veya sade suda 15 dakika kadar pişirilir.
8. Piştikten sonra servis tabağına alınan peruhilerin üzerine isteğe göre yoğurt, tereyağı, salçalı sos vs. dökülebilir.

## Safranlı G ulla ( zel Gün Tatlısı)



**Kaynak:** Kişisel Arşiv

Malzeme Adı	Miktar	Birim
Un	2	Yemek Kaşığı
Nişasta	6	Yemek Kaşığı
Su	2	Su Bardağı
Süt	1	Litre
Toz Şeker	1	Su Bardağı
Safran Tepeciği	8	Tel
Ceviz	200	Gram

### Yapılış İşlemleri

1. Un ve nişasta önceden bekletilmiş safranlı su ile birlikte pürüzsüz hale gelene kadar çırpılır.
2. ırpıldıktan sonra p t rs z olması için süzülür.
3. Önceden ısıtılmıő tavaya bir kepçe mayiden incecik dökülür ve tavaya yayılır.
4. Bütün mayi piőirildikten sonra bir bezin üzerine çıkartılıp kurutulur.
5. Hazırlanan g ulla yaprakları tek tek bir tepsiye alınırken önceden hazırlanmış olan kaynamaya yakın süt, safran ve Őekerli Őerbetten her birinin üzerine bir kepçe eklenir.
6. ıkan g ulla sayısına göre orta katına veya   katta bir aralara dövülmüş ceviz serpilir.
7. Son olarak g ulla kareler halinde kesilip, üzeri isteğe göre süslenir.

### EK-3: Görüşme Soruları

<b>Sosyo Demografik Faktörler</b>	
1.	İşletme Adı
2.	Cinsiyet
3.	Yaş
4.	Medeni Durum
5.	Eğitim Durumu
6.	İşletme Tipi
7.	İşletmedeki Çalışma Süresi
<b>Tema 1: Safranbolu Safranı ile İlgili Bilgiler</b>	
1.	Safran alırken nelere dikkat ediyorsunuz? Safranbolu safranı dışında safran kullanıyor musunuz? Açıklar mısınız?
2.	Safranın kalitesi kullandığınız ürünlere etki ediyor mu? Açıklar mısınız
3.	Safran yerine kullandığınız ikame ürünler nelerdir? Safran yerine herhangi bir gıda katkı maddesi kullanıyor musunuz? Açıklar mısınız?
<b>Tema 2: Safranbolu Safranının Mutfaktaki Kullanım Alanları</b>	
1.	İşletmenizde sunduğunuz safranlı yiyecek-içecekler nelerdir? Hangi amaçlarla kullanıyorsunuz?
2.	Tüketiciler tarafından en çok tercih edilen safranlı yiyecek-içeceğinizin reçetesini (tarifini) verir misiniz?
3.	İşletmenizde safranı özel bir kullanma metodunuz var mı? Özellikle yiyecek-içecek üretimi sırasında safranı hangi aşamada eklersiniz?
4.	Gelecek süreçte safran kullanarak yeni bir yiyecek-içecek geliştirmeyi düşünüyor musunuz? Açıklar mısınız?
5.	Safranı fonksiyonel bir ürün olarak ürünlerinize ilave ediyor musunuz? Bu yönde bir satış stratejiniz var mı?
<b>Tema 3: Safranlı Yiyecek ve İçecek Tüketicileri</b>	
1.	Şehir dışından safranlı yiyecek-içecek siparişi alıyor musunuz? Bunlar çoğunlukla hangi yiyecek ve içecekler?
2.	Yerli ve yabancı misafirler arasında hangi grup safranlı yiyecek-içecekleri daha fazla talep etmektedir?
<b>Tema 4: Safranlı Yiyecek-İçeceklerin Sürdürülebilirliği ve Tanıtımı</b>	
1.	Sizce Safranbolu safranının işletmenize ve bölge mutfağına katkıları nelerdir?
2.	Sizce Safranbolu 'ya özgü safranlı yiyecek-içeceklerin sürdürülebilirliği sağlanması için neler yapılabilir?
3.	Safranbolu 'da yapılan safran festivali hakkında düşünceleriniz nelerdir? Safranlı yiyecek-içeceklerin yeterince tanıtıldığını düşünüyor musunuz?



## ÖZGEÇMİŞ

Hüseyin Fatih ZARARSIZ; ilk ve orta öğrenimini Ziya Gökalp İlköğretim Okulu'nda, lise öğrenimini 2015 yılında yiyecek ve içecek hizmetleri alanında Ankara Kızılcahamam Ayşe Bezci Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi'nde yatılı olarak tamamladı. Ortaokul zamanlarında komi, çırak, kalfa gibi görevler ile yiyecek içecek sektörüne dahil olması, öğrenim hayatındaki tercihlerine etki etti. Lise öğrenimi boyunca okulunun bulunduğu bölgenin avantajlarından yararlanarak bölgede yoğunlukta olan termal otellerde çalışıp teorik ve pratik bilgiyi eşzamanlı olarak edindi. Stajlarını TAİ (Türk Havacılık ve Uzay Sanayi) ve BTA Catering'de üstün başarı belgesi ile bitirip, lise öğrenimini ustalık belgesi alarak tamamladı. Öğrenimine 1 yıl ara verip kendi restoranını açıktan sonra Sinop Üniversitesi Yiyecek İçecek İşletmeciliği Bölümü'nü kazandı. Üniversite öğrenimi boyunca kendisini geliştirmeyi amaçlayarak "Pedagojik Formasyon, Gıda Güvenliği, Doğru Pazarlama İletişimi ile Farklılık Yaratma, Liderlik ve Müşteri İlişkileri" sertifikalarını portföyüne ekledi. Hobi amaçlı yapmış olduğu tiyatro oyunculuğunu ise üniversite ortamına taşıyarak gastronomi ve turizm üzerine birçok oyun sergileyip, yiyecek ve içecek sektörü içerisindeki sorunları sahneye taşıdı. Üniversite stajını Antalya Sandy Beach Hotel'in pastane bölümünde yapıp, 2020 yılında lisans öğrenimini tamamladı.

### Yayınlar

- Karaçar, E., Kavlak, H., T., Düzgün, E. ve **Zararsız, H. F.** (2020). Tiyatro Oyuncularının Boş Zaman Tatminleri ve Yaşam Doyumuna Etkisi. Kıtalararası Turizm Yönetimi Konferansı-MTCON, 1032-1038. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum).
- Kargiglioğlu Ş. ve **Zararsız H. F.** (2021). Ankara Beypazarı'nın Gastronomi Turizmi Potansiyeli. Uluslararası Turizmde Yükselen Eğilimler Kongresi (Özet Metin/Sözlü Sunum).
- Kargiglioğlu Ş. ve **Zararsız H. F.** (2021). Türkiye Turizm Tanıtım Filmi 'Enjoy, I 'mVaccinated. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 2021, 4(2), 371-392.

- Kavlak, T., H., Düzgün, E., Karaçar, E. ve **Zararsız, H. F.** (2021). Tiyatro Oyuncularının Boş Zaman Tatminleri ve Yaşam Doyumları Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 8(1), 73-93.
- Kırmacı H., Akmanoğlu E. ve **Zararsız H. F.** (2021). Gastronomik Bir Ürün Olarak Sinop Mantısı 'nın Çevrim İçi Turist Deneyimlerinin İncelenmesi. Sinop Kültür Sempozyumu- SKT, 469-478. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum).
- Kırmacı H., Akmanoğlu E. ve **Zararsız H. F.** (2021). Sinop İlindeki Restoranların Sosyal Medyadaki İmajı. Sinop Kültür Sempozyumu- SKT, 523-532. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum).
- Kırmacı H., Akmanoğlu E. ve **Zararsız H. F.** (2021). Sinop İlinin Gastronomi Turizm Potansiyelinin Swot Analizi Yöntemiyle İncelenmesi. Sinop Kültür Sempozyumu- SKT, 499-504. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum).
- Zararsız, H. F.** ve Kargiglioğlu, Ş. (2022). Ankara Beypazarı'nın Gastronomi Turizmi Potansiyeli. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (8), 1-16.