

## Bölgelerin Pazarlama Faaliyetlerinde Coğrafi İşaretli Ürünlerin Etkisinin İncelenmesi: Karabük Eskipazar Örneği

Investigation of the Effect of Geographically Marked Products in the Marketing Activities of Regions: Karabuk Eskipazar Case

İrfan YURT <sup>a</sup>

<sup>a</sup>Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Karabük, Türkiye. [irfanyurt@karabuk.edu.tr](mailto:irfanyurt@karabuk.edu.tr)

### MAKALE BİLGİSİ

### ÖZET

#### Anahtar Kelimeler:

Gastronomi  
Gastronomi turizmi  
Coğrafi işaret  
Ürün pazarlama ve girişimcilik

**Amaç** – Bu çalışma, "Karadeniz'in Zeugması" olarak adlandırılan Karabük'ün Eskipazar ilçesinin coğrafi işaret tescilli ve tescil alma potansiyelli ürünlerini belirleyerek bu ürünlerin pazarlama faaliyetlerindeki etkisini incelemeyi amaçlamaktadır.

**Yöntem** – Bu çalışma nitel araştırma desenlerinden fenomenoloji/olgu bilim ile yapılmıştır ve veriler yarı yapılandırılmış mülakat yöntemi ile toplanmıştır.

**Bulgular** – Elde edilen verilere göre, coğrafi işaret tescilli alma potansiyeline sahip olan Kelem Dolması, Eskipazar Köy Peyniri, Keşkek Çorbası, Cevizli Yahni, Soğan Salması, Kaz Banduması ve Miyane Helvası gibi gastronomik ürünler, pazarlama açısından önemli avantajlar sunmaktadır. Tescilli ürünlerin, bölgenin görünürlüğüne artırdığı, gastronomi turizmini çektiği ve yerel ürünleri daha geniş pazarlarda farklılaştırarak benzersiz bir marka kimliği oluşturduğu görülmüştür. Eskipazar'da mevcut coğrafi işaret tescilli veya başvuru sürecinde olan bir ürün bulunmaması, bu süreçte stratejik destek ve kaynakların sağlanması gerektiğini göstermektedir.

Gönderilme Tarihi 10 Temmuz 2024

Revizyon Tarihi 9 Eylül 2024

Kabul Tarihi 15 Eylül 2024

**Tartışma** – Araştırma bulguları, Eskipazar'ın geleneksel mutfak kültürünün yerel halkın beslenme alışkanlıklarına ve günlük yaşamına derin bir şekilde kök saldığını göstermektedir. Coğrafi işaret tescilli alma potansiyeli olan bu ürünler, bölgenin gastronomik mirasının korunması ve tanıtılması açısından önemli bir rol oynayabilir. Eskipazar'ın geleneksel yemekleri, gastronomi turizmi açısından da önemli bir potansiyele sahiptir ve bu potansiyelin doğru bir şekilde değerlendirilmesi durumunda yerel ekonomiye ciddi katkılar sağlayabilir.

#### Makale Kategorisi:

Araştırma Makalesi

### ARTICLE INFO

### ABSTRACT

#### Keywords:

Gastronomy  
Gastronomy tourism  
Geographical indication  
Product marketing  
Entrepreneurship

**Purpose** – This study aims to determine the gastronomic products of Eskipazar district of Karabük, which is called the "Zeugma of the Black Sea", which are registered with geographical indication and can be registered, and to examine the impact of these products on marketing activities.

**Design/methodology/approach** – This study was conducted using the phenomenology method, a qualitative research design, and data were collected through semi-structured interviews.

**Findings** – The data revealed that gastronomic products with the potential for geographical indication registration, such as Kelem Dolması, Eskipazar Köy Peyniri, Keşkek Çorbası, Cevizli Yahni, Soğan Salması, Kaz Banduması, and Miyane Helvası, offer significant marketing advantages. It was observed that registered products enhance the region's visibility, attract gastronomic tourism, and create a unique brand identity that differentiates local products in broader markets. The absence of currently registered or pending geographical indication products in Eskipazar indicates a need for strategic support and resources to facilitate this process.

Received 10 July 2024

Revised 9 September 2024

Accepted 15 September 2024

**Discussion** – The research findings show that the traditional culinary culture of Eskipazar is deeply rooted in the local population's dietary habits and daily life. These products, which have the potential to obtain geographical indication registration, can play a significant role in preserving and promoting the region's gastronomic heritage. Eskipazar's traditional dishes also have significant potential for gastronomic tourism, and if properly evaluated, this potential can make substantial contributions to the local economy. However, the bureaucratic and financial burdens of the registration process can be a significant obstacle for small-scale producers. Considering the challenges faced in the registration and promotion process of local products, strategic steps need to be taken.

#### Article Classification:

Research Article

### Önerilen Atıf/Suggested Citation

Yurt, İ. (2024). Bölgelerin Pazarlama Faaliyetlerinde Coğrafi İşaretli Ürünlerin Etkisinin İncelenmesi: Karabük Eskipazar Örneği, İşletme Araştırmaları Dergisi, 16 (3), 1905-1919.

## 1. GİRİŞ

Gastronomi turizmi, destinasyonların kültürel kimliğini ve özgünlüğünü yansıtan yerel lezzetlerin tanıtımını sağlayarak turist çekme potansiyeli olan önemli bir turizm dalıdır (Sormaz, Yılmaz, Özata ve Büyükyıldırım, 2023). Gastronomik zenginlikler, sadece yerel ekonomiye katkı sağlamakla kalmaz, aynı zamanda kültürel mirasın korunması, girişimcilik faaliyetlerinin yaygınlaşması ve bölgenin tanıtılması açısından da büyük önem taşır. Bu bağlamda, Türkiye'nin çeşitli bölgeleri, benzersiz yöresel yemekleri ve geleneksel mutfak kültürleriyle dikkat çekmektedir. Karadeniz Bölgesi'nin "Zeugması" olarak adlandırılan Karabük ilinin Eskipazar ilçesi, gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi gereken önemli bir potansiyele sahiptir.

Eskipazar, zengin mutfak kültürü ve özgün gastronomik ürünlere sahiptir. Ancak, bu ürünlerin geniş kitlelere tanıtılması ve ekonomik değerlerinin artırılması için coğrafi işaret tescili alınması gerekmektedir. Coğrafi işaretler, belirli bir bölgeye özgü ürünlerin kalitesini, geleneksel üretim yöntemlerini ve kültürel değerlerini koruyarak tescil eden ve bu ürünlerin ayırt edici özelliklerini ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtan önemli bir araçtır. Bu tescil, hem ürünlerin kalitesini garanti altına almakta hem de bölgesel kalkınmayı desteklemektedir. Eskipazar'ın coğrafi işaret tescili alabilecek yöresel ürünlerini belirleyerek ilçenin gastronomi alanındaki bilgi boşluğunu doldurmak bu çalışmanın amaçlarından biridir. Ayrıca, çalışma gastronomi turizmi alanında yapılan araştırmalara katkı sağlamayı ve Eskipazar'ın gastronomik yöresel lezzet zenginliklerini tanıtarak bu alanda yapılacak çalışmalara yeni bir bakış açısı kazandırmayı hedeflemektedir. Bu amaç doğrultusunda çalışmanın hipotezi, Eskipazar'ın turistik potansiyeli, gastronomik zenginlikleri ve pazarlama imkanları göz önüne alındığında, yöresel ürünlerinin coğrafi işaret tescili alabilecek potansiyele sahip olduğudur. Bu nedenle, Eskipazar'ın gastronomik potansiyelinin ortaya çıkarılması, gastronomi alanındaki bilgi boşluğunu doldurmayı ve gastronomi turizminin bu bölgede nasıl uygulanabileceğinin çözümlenmesini hedeflemektedir. Eskipazar'ın gastronomik potansiyelini inceleyerek, gastronomi turizminin nasıl uygulanabileceğini anlamak hem akademik alana hem de turizm sektörüne önemli katkılar sağlayacaktır. Eskipazar'da gastronomi turizmi ve Eskipazar yöresel mutfağının coğrafi işaret tescili alabilecek ürünleri hakkında akademik bir çalışma gerçekleştirilmemiştir. Araştırma kapsamında Eskipazar'ın coğrafi işaret alabilecek potansiyele sahip ürünleri tanıtılarak, bu ürünlerin sürdürülebilir gastronomi turizmi açısından nasıl değerlendirilebileceği detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Ayrıca, gastronomi turizminin yerel ekonomiye ve yöresel ürünlerin sürdürülebilirliğine nasıl katkı sağlayabileceği üzerine de durulmuştur. Bu kapsamda çalışmada, gastronomik açıdan coğrafi işaret tescili başvurusu yapılabilecek ürünleri belirleyerek girişimcilerin, ilgili kurum ve kuruluşların dikkatini çekmek ve bölgenin kalkınmasına destek olmak amaçlanmıştır.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE ALANYAZIN TARAMASI

### 2.1. Gastronomi ve Gastronomi Turizmi

Gastronomi, yiyecek ve içeceklerin hazırlanması, sunumu ve tüketimi ile ilgili bilgi ve becerilerin bütünü kapsayan disiplinler arası bir alandır. Bu disiplin, tarih, kültür, sanat ve bilim gibi çeşitli unsurları bir araya getirir (Scarpato, 2002). Gastronomi, bir toplumun yaşam tarzını, geleneklerini ve sosyal yapısını yansıtan önemli bir kültürel bileşendir. Bu bağlamda, gastronomi sadece bir beslenme biçimi değil, aynı zamanda kimlik ve mirasın ifadesidir (Santich, 2004).

Gastronomi turizmi, bir destinasyonun gastronomik özelliklerinin turistlere tanıtılması ve bu özellikler üzerinden ekonomik ve kültürel değer yaratılması olarak tanımlanabilir (Long, 2004). Gastronomi turizmi, turistlerin bir bölgenin kültürel ve gastronomik mirasını deneyimlemesini sağlayarak, destinasyonların marka değerini artırır ve yerel ekonomiye katkıda bulunur (Okumus vd., 2007). Bu turizm türü, yerel kültürlerin sürdürülebilirliğine katkıda bulunurken, aynı zamanda turistlerin otantik deneyimler yaşamalarını sağlar (Hjalager ve Richards, 2002). Gastronomi turizminin önemi, destinasyon pazarlamasındaki rolü ile de ilişkilidir. Hall ve Mitchell (2005), gastronomi turizminin destinasyon pazarlamasındaki önemini vurgulamış ve bu tür turizmin, yerel kültürlerin tanıtımında ve ekonomik kalkınmada etkili bir araç olduğunu belirtmişlerdir. Gastronomi turizmi, destinasyonların farklılaşmasına ve rekabet avantajı elde etmesine yardımcı olur (Smith ve Xiao, 2008). Ayrıca, gastronomi turizmi, turistlerin destinasyon seçimindeki rolünü inceleyen çalışmalar, bu tür turizmin turistlerin destinasyon sadakati üzerinde olumlu etkileri olduğunu ortaya koymuştur (Kivela ve Crotts, 2006).

Gastronomi turizmi, yerel yemeklerin ve içeceklerin tanıtılmasının yanı sıra, yemek yapma atölyeleri, yerel pazar gezileri ve gastronomi festivalleri gibi etkinliklerle de desteklenmektedir (Cohen ve Avieli, 2004). Bu etkinlikler, turistlere otantik gastronomik deneyimler sunarak, onların destinasyon ile daha güçlü bir bağ kurmalarını sağlamaktadır (Ellis vd., 2018). Gastronomi festivalleri, yerel mutfak kültürünü tanıtmak için önemli bir platform sağlar ve bu festivaller, bölgesel mutfakların sürdürülebilirliğine katkıda bulunur (Björk ve Kauppinen-Räsänen, 2014). Gastronomi turizminin gelişmesi için coğrafi işaretlerin rolü de önemli bir faktördür. Coğrafi işaretler, belirli bir bölgeye özgü ürünlerin kalitesini ve özgünlüğünü garanti altına alarak, bu ürünlerin tanıtımında ve pazarlamasında önemli bir araç olarak kullanılmaktadır (Tregear vd., 2007). Coğrafi işaretler, ürünlerin ekonomik değerini artırırken, aynı zamanda yerel kültürlerin korunmasına da katkıda bulunur (Bessière, 1998). Bu bağlamda, coğrafi işaretlerin korunması ve tanıtılması, gastronomi turizmi stratejilerinin geliştirilmesinde kritik bir öneme sahiptir. Gastronomi turizminin sürdürülebilirliği, yerel halkın bu turizme olan katılımı ve desteği ile doğrudan ilişkilidir (Meriç ve Bozkurt, 2017). Yerel halkın gastronomi turizmine katılımı, kültürel mirasın korunmasına ve bölgesel kalkınmanın sağlanmasına katkıda bulunur (Sims, 2009). Bu nedenle, gastronomi turizmi stratejilerinin yerel halkın ihtiyaç ve beklentilerini göz önünde bulundurarak geliştirilmesi önemlidir (Everett ve Aitchison, 2008).

Gastronomi turizmi, yerel kültürlerin ve gastronomik mirasın korunması ve tanıtılması açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Bu potansiyelin etkin bir şekilde değerlendirilebilmesi için, gastronomi turizmi stratejilerinin dikkatle planlanması ve uygulanması gerekmektedir. Coğrafi işaretlerin korunması, yerel halkın katılımı ve otantik gastronomik deneyimlerin sunulması, gastronomi turizminin sürdürülebilirliği açısından kritik öneme sahiptir. Bu bağlamda, gastronomi turizmi hem yerel ekonomik kalkınmayı destekleyen hem de kültürel mirasın sürdürülebilirliğine katkıda bulunan çok boyutlu bir turizm türü olarak değerlendirilmektedir.

## 2.2. Coğrafi İşaretli Ürünlerin Pazarlamadaki Yeri

Ürünlerin üretim yerleri ve yöntemlerine olan ilginin artması, yöresel ürünlere yönelik ilgiyi ve bu ürünlerin değerini artırmıştır. Uluslararası düzenlemeler ve anlaşmalarla, yöresel ürünlerin sahip olduğu değer ve özellikler coğrafi işaret tescili ile koruma altına alınmıştır (Orhan, 2010). Coğrafi işaretler, belirli bir bölgeye özgü olan ve o bölgenin doğal, beşerî ve kültürel özelliklerini yansıtan ürünlerin korunmasını ve tanıtılmasını sağlayan işaretlerdir (Rangnekar, 2004). Coğrafi işaretlerin korunması, tüketicilere ürünün menşeyini ve özgünlüğünü garantilerken, yerel üreticilere de ekonomik fayda sağlar (Bramley ve Kirsten, 2007).

Bu tescil faaliyetleri turizm sektörünü de etkilemektedir. Tescilli ürünlere olan ilgi, turizm destinasyonlarının talep edilmesini artırmakta ve bu destinasyonların diğer bölgelere kıyasla rekabet gücünü yükseltmektedir. Bu artan talep sonucunda, ilgili destinasyonun turizm gelirlerinde de bir artış gözlemlenmektedir. Bu nedenle, destinasyonun pazarlanmasında coğrafi işaretli ürünlerin rolü büyük önem taşımaktadır (Sezgin ve Bağcı, 2021).

Coğrafi işaret tescili, belirli bir bölgeye özgü ürünlerin yasal olarak korunmasını ve tanıtılmasını sağlayan bir süreçtir. Bu tescil, ürünün kalitesini, ününü ve diğer karakteristik özelliklerini koruma altına alır (Gangjee, 2012). Coğrafi işaret tescili, yerel üreticilerin ve toplulukların ekonomik kalkınmasını desteklerken, aynı zamanda kültürel mirasın korunmasına da katkıda bulunur (Josling, 2006). Coğrafi işaretlerin tescil edilmesi, ürünlerin ulusal ve uluslararası pazarlarda tanınmasını ve rekabet gücünün artırılmasını sağlamaktadır (Bérard ve Marchenay, 2006). Coğrafi işaret tescil başvurusu, ürünlerin coğrafi işaret olarak tescil edilmesi için gereken resmi işlemleri kapsar. Bu başvuru süreci, ürünün menşeyini, kalitesini ve diğer karakteristik özelliklerini belirten detaylı bir başvurunun ilgili yetkili mercilere sunulmasını içerir (Addor ve Grazioli, 2002).

Coğrafi işaretlerin ekonomik ve sosyal faydaları geniş çapta kabul görmüştür. Coğrafi işaretler, yerel ürünlerin değerini artırarak, kırsal kalkınmayı destekler ve yerel ekonomilere önemli katkılar sağlar (Belletti vd., 2015). Ayrıca, coğrafi işaretler, yerel kültürel mirasın korunmasına ve sürdürülebilir turizmin teşvik edilmesine yardımcı olur (Bowen, 2010). Bu süreç, yerel üreticilerin rekabet gücünü artırır ve bölgesel ürünlerin uluslararası pazarlarda tanınmasını kolaylaştırır (Tregear vd., 2007).

Turizm pazarlamasında coğrafi işaretli ürünlerin rolü ve önemi, yemek kültürü ve tüketim alışkanlıkları bağlamında da ele alınmalıdır. Yemek kültürü, bireylerin kültürel kökenlerinin yansıması olarak doğal

kaynaklar, inançlar, etnik köken ve teknolojik gelişmeler gibi değişkenlerle şekillenen soyut bir yapıdır. Turizm pazarlamasında, bir bölgenin yemek kültürünü ve tüketim alışkanlıklarını anlamak önemlidir, çünkü bu unsurlar bölgenin sosyoekonomik gelişim seviyesini ve kültürel dönüşümünü yansıtmaktadır (Akmeşe, 2021). Klasik turizm kaynaklarına (deniz-güneş-kum vb.) sahip olmayan bölgelerde, gastronomik değerler destinasyonların markalaşmasında önemli bir avantaj sunar. Bölgeye ait yerel yemeklerin tanıtılması, destinasyon pazarlamasında soyut ve somut değerlerin bir arada sunulmasını sağlar (Milwood ve Crick, 2021).

Turizm pazarlamasında yerel lezzetlerin önemine verilebilecek en önemli örneklerden biri Gaziantep ve Adana mutfağıdır. Gaziantep, turizm pazarlamasında yerel lezzetlerin önemini gösteren önemli bir örnektir. Tarihsel önemini koruyan Gaziantep, kapsamlı tarım ve derin kültürel yapısı ile Türkiye'nin gastronomik açıdan önde gelen şehirlerinden biridir (Süzer ve Özkanlı, 2020). Gastro Antep Festivali ile yerel ürünler tanıtılırken, coğrafi işaretli lezzetlerle uluslararası gastronomik farkındalık yaratılmaktadır. Adana mutfağı ise özellikle sokak lezzetleriyle zengin bir mutfak kültürüne sahiptir ve şehrin kültürel birikimini temsil eder (Ballı, 2016). Adana Lezzet Festivali, yerel lezzetlerin uluslararası tanınırlığını artırmakta ve turizm pazarlamasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu festival, yüz binlerce ziyaretçi tarafından ilgiyle takip edilmektedir (Akmeşe, 2021).

### 3. ARAŞTIRMA AMAÇ VE YÖNTEMİ

#### 3.1.Araştırma Amacı

Bu çalışma, "Karadeniz'in Zeugması" olarak adlandırılan Karabük'ün Eskipazar ilçesinin coğrafi işaret tescilli ve tescil alabilecek gastronomik ürünlerini belirleyerek bu ürünlerin pazarlama faaliyetlerindeki etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. İlçenin geleneksel lezzetlerini ve bu lezzetlerin pazarlama stratejilerini araştırarak, yerel ekonomiye ve turizme nasıl katkı sağlanabileceğini ortaya koymayı hedeflemektedir.

Eskipazar ilçesinin gastronomik mirası hakkında akademik çalışmaların eksikliği, bu çalışmanın temel motivasyon kaynağıdır. İlçede 1600'lü yıllara ait tohumların ve tarihi mutfakların gün yüzüne çıkartılması, ancak günümüzde bu ürünlerin coğrafi işaret tescili almamış olması ve pazarlama süreçlerinde karşılaşılan aksaklıklar, çalışmanın gerçekleştirilme nedenlerini oluşturmuştur. Bu bağlamda, çalışmanın yazılmasıyla Eskipazar'ın unutulmaya yüz tutmuş yöresel yemeklerini kayıt altına alarak gastronomi turizmi ürünleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olunması amaçlanmaktadır.

#### *Çalışmanın Önemi:*

- **Yöresel Yemeklerin Kayıt Altına Alınması:** Unutulmaya yüz tutmuş yerel yemekler, bu çalışma sayesinde belgelenerek gelecek nesillere aktarılacaktır.
- **Gastronomi Turizmine Katkı:** Çalışma, gastronomi turizmine yönelik ürünler hakkında daha derinlemesine bilgi sağlayarak, bölgenin turizm potansiyelini arttıracaktır.
- **Pazarlama Stratejilerine Rehberlik:** İlçede keşfedilen antik kenti ziyarete gelen turistlere gastronomik sunum yapacak yerel halk ve işletmelere kaynak sağlayarak pazarlama açısından yol gösterici olacaktır.
- **Coğrafi İşaret Tescili:** Çalışma, coğrafi işaret tescili alabilecek ürünleri belirleyerek ilgili kişileri harekete geçirmeyi amaçlamaktadır. Bu sayede, Eskipazar'ın yerel ürünlerinin tescillenmesi ve pazarlanması sürecinde önemli bir adım atılacaktır.

Kısaca bu çalışmanın önemi, Eskipazar'ın gastronomik zenginliklerinin tanıtılması ve korunmasında yatmaktadır. Coğrafi işaret tescili, yerel üreticilere ekonomik fayda sağlarken, aynı zamanda kültürel mirasın korunmasına da katkıda bulunur. Bu nedenle, çalışmanın bulguları, bölgenin sosyoekonomik kalkınmasına katkı sağlayacak ve turizm potansiyelini arttıracaktır. Eskipazar'ın geleneksel yemek kültürünün belgelenmesi ve pazarlanması hem yerel hem de ulusal düzeyde önemli bir kültürel ve ekonomik değere sahip olacaktır.

### 3.2.Araştırma Yöntemi

#### 3.2.1.Araştırmanın modeli

Bu çalışma, nitel araştırma desenlerinden fenomenoloji (olgu bilim) yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Fenomenoloji, bireylerin yaşantılarının özünü anlamayı amaçlayan bir yaklaşımdır (İlerisoy, 2023) ve bu çalışmada Karabük Eskipazar ilçesinde yaşayan yerel halkın ve yöresel restoran işletmelerinin gastronomi deneyimlerini derinlemesine incelemek için tercih edilmiştir.

#### 3.2.2.Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evreni, Karabük ili Eskipazar ilçesinde ikamet eden yerel halk ve ilçedeki yöresel restoran işletmelerini kapsamaktadır. Evren, Eskipazar'ın gastronomi potansiyelini ve yerel halkın gastronomi kültürünü anlamak amacıyla belirlenmiştir. Araştırma katılımcıları kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak seçilmiştir. Araştırma örnekleme, Eskipazar ilçesinde ikamet eden yerel halktan seçilen 24 kişi ile ilçedeki yöresel restoran işletmelerinde çalışan 5 kişi olmak üzere toplamda 29 katılımcıdan oluşmuştur. Mülakatlara verilen cevaplar tekrar etmeye başladığı için görüşmeler sonlandırılmıştır.

Örneklem seçimi sürecinde, katılımcıların Eskipazar'da uzun süre ikamet etmiş olmaları ve yöresel gastronomi konusundaki bilgi ve deneyimlerinin yeterli düzeyde olması gibi kriterler göz önünde bulundurulmuştur. Bu seçim kriterleri, araştırmanın amacına uygun ve güvenilir veri elde edilmesini sağlamak için titizlikle belirlenmiştir. Böylelikle, örneklemin, Eskipazar'ın gastronomi kültürünü temsil edebilecek nitelikte olmasına özen gösterilmiştir.

Ayrıca, örneklemin belirlenmesi sırasında gönüllülük esas alınmış ve katılımcılara araştırmanın amacı ve süreci hakkında detaylı bilgi verilerek onayları alınmıştır. Bu kapsamda, çalışmaya katılan 24 yerel halk üyesi ve 5 restoran çalışanı, ilçenin gastronomi potansiyelinin ve kültürel mirasının anlaşılmasına katkı sağlayacak değerli bilgiler sunmuştur.

#### 3.2.3.Veri Toplama Aracı

Veri toplama sürecinde yarı yapılandırılmış mülakat yöntemi kullanılmıştır. Katılımcılarla yapılan mülakatlar, ses kayıt cihazı ile kaydedilmiş ve daha sonra yazıya dökülerek analiz edilmiştir. Ayrıca, ilçede bulunan restoran işletmelerinin menüleri gözlem yoluyla incelenmiş ve bu veriler de çalışmada kullanılmıştır. Veri toplama süreci Ocak 2023 ile Mayıs 2024 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Ayrıca Eskipazar Belediyesi ile iletişime geçilerek, resmî kurumların daveti ve Karabük Üniversitesi'nin araştırma onayı Eskipazar ilçesine 27.01.2023 tarihinde gidilmiştir. Bu ziyarette, Eskipazar Belediyesi'nin tahsis ettiği sosyal tesiste yerel halkla iş birliği yapılarak yöresel yemekler reçetelendirilmiş ve kayıt altına alınmıştır.

Bu çalışmada, Karabük Eskipazar ilçesinin coğrafi işaret tescilli ve tescil alma potansiyelli ürünlerinin pazarlama faaliyetlerindeki etkisinin incelenmesi için kullanılan mülakat soruları, araştırma amaçları ve yöntemleri doğrultusunda geliştirilmiştir. Mülakat soruları oluşturulurken araştırma amaçlarının, konularının belirlenmesi ve soruların tasarlanması şeklinde adımlar izlenmiştir:

Araştırmanın etik kurallara uygunluğu, T.C. Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Alanı Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu tarafından 26 Ocak 2024 tarihinde yapılan 2024/02 toplantısında oy birliği ile kabul edilmiştir (karar no: 58). Ayrıca, Eskipazar Belediyesi ve Karabük Üniversitesi ile iş birliği yapılarak gerekli resmi izinler alınmış ve araştırma sürecine başlanmıştır.

Sonuç olarak bu çalışmada kullanılan mülakat soruları, araştırmanın amaçlarına uygun olarak tasarlanmış ve geçerlilik ve güvenilirlik açısından dikkatlice değerlendirilmiştir. Soruların içerik, kriter ve yapısal geçerliliği sağlanmış, iç tutarlılık ve gözlemciler arası güvenilirlik açısından da gerekli önlemler alınmıştır. Bu sayede, elde edilen bulguların doğru, tutarlı ve güvenilir olması hedeflenmiştir.

#### 3.2.4. Verilerin Analizi

Toplanan veriler, betimsel analiz yöntemi ile analiz edilmiştir. Betimsel analiz yöntemi, görüşme ve gözlem yoluyla elde edilen verilerin düzenli ve yorumlanmış bir biçimde sunulmasını hedeflemektedir. Bu yöntemde, veriler önceden belirlenmiş temalar doğrultusunda sınıflandırılır, özetlenir ve anlamlandırılır. Bu süreçte, bulgular arasında neden-sonuç ilişkileri kurulmakta ve gerektiğinde olgular arasında karşılaştırmalar yapılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008).

#### 4. BULGULAR

Bu bölümde pazarlama faaliyetlerinde coğrafi işaretli ürünlerin etkisinin tespit edilebilmesi ve Eskipazar ilçesinde coğrafi işaret tescilli alma potansiyeli bulunan yöresel ürün verilerini ortaya çıkarmak için;

1. Yerel halk ve yöresel ürün satışı olan işletme çalışanları ile Eskipazar ilçesi yemekleri hakkında elde edilen mülakat verileri
2. Eskipazar bölgesindeki yöresel restoranların menü örnekleri,
3. Konu kapsamında gerçekleştirilen literatür taraması,
4. Yerel festival ve etkinliklerde Eskipazar yöresel yemekleri hakkında elde edilen veriler,
5. Yerel halk ile birlikte gerçekleştirilen yöresel yemek reçetelendirmesi,
6. Eskipazar ilçesinin coğrafi işaret almış tescilli ve tescil başvurusunda bulunan ürün verilerinin analizi gerçekleştirilmiştir.

Eskipazar ilçesindeki yöresel yemek kültürünü anlamak amacıyla yapılan mülakat verileri tablo 1’de gösterilmiştir. Bu mülakatlar yerel halk ve yöresel ürün satışı olan işletme çalışanları ile gerçekleştirilmiş ve mülakatlardan elde edilen verilere göre bir değerlendirme yapılmıştır. Yöresel yemeklerin ortaya çıkartılması için katılımcılara aşağıda belirtilen 5 soru yöneltilmiştir.

Mülakat soruları;

1. Geçmiş Osmanlı dönemine dayanan ve günümüzde unutulma tehlikesiyle karşı karşıya olan Eskipazar yöresine özgü yöresel yemekler nelerdir?
2. Günümüzde unutulma tehlikesiyle karşı karşıya olan özel günler, etkinliklerle ilişkilendirilen yöresel mutfak kültürü ve sofrada adaptasyonu hakkında bilgi verebilir misiniz?
3. Eskipazar ilçesinin gastronomik ürünlerin pazarlanması ve girişimcilik açısından ilçe potansiyeli hakkında ne düşünüyorsunuz?

#### 4.1. Coğrafi İşaret Alma ve Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilme Potansiyeli Olan Ürünler

Eskipazar yöresine özgü gastronomi kültürü, tarihî geçmişi ve tarımsal üretimle şekillenmiş yerel mutfağıyla öne çıkmaktadır. Katılımcılardan elde edilen bilgilere göre, Eskipazar’ın yemek kültüründe özellikle yerel tarım ürünlerinin kullanımı dikkat çekmektedir. Yörede lahana, mısır, ceviz gibi tarımsal ürünler mutfakın temelini oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra, bölgenin zengin çorba kültürü ve et yemekleri, Osmanlı döneminden gelen geleneksel tatların korunarak günümüze ulaşmasını sağlamıştır.

Katılımcıların görüşlerine göre öne çıkan konular şunlardır:

- **Tarım Ürünleri ve Yerel Yemekler:** Lahana, mısır, ceviz ve peynir gibi ürünlerin Eskipazar mutfağında önemli bir yere sahip olduğu belirtilmiştir. Bu ürünlerle yapılan yemekler, bölgenin özgün tariflerini yansıtmaktadır.
- **Zengin Çorba Kültürü:** Keşkek Çorbası, Aşlık Çorbası ve Cincile Çorbası gibi yerel malzemelerle hazırlanan çeşitli çorbalar bölge mutfağının önemli bir parçası olarak öne çıkmıştır.
- **Osmanlı’dan Günümüze Etkiler:** Yörede Osmanlı döneminden günümüze kadar uzanan tatlar arasında özellikle et yemekleri ve tatlılar dikkat çekmektedir.

Geçmiş Osmanlı dönemine dayanan ve günümüzde unutulma tehlikesiyle karşı karşıya olan Eskipazar yöresine özgü yöresel yemekleri belirlemek üzere doğrudan katılımcıların görüşleri ise şu şekilde sıralanmaktadır:

K2. “Eskipazar’ın gastronomi kültürü, tarımsal üretime dayalı olarak şekillenmiştir. Bölgede yetiştirilen yerel tarım ürünleri, yerel mutfağın temel bileşenlerini oluşturur. Örneğin, lahana, mısır, ceviz ve peynir gibi ürünler, Eskipazar mutfağının vazgeçilmez unsurlarıdır. Kalem dolması (lahana sarması), cevizli yahni ve keş gibi yemekler, bölgenin yöresel yemek kültürünün önemli temsilcilerindedir. Bu yemekler, bölgemizin tarımsal ürünlerinin özgün tariflerle bir araya getirilmesiyle oluşur ve Eskipazar’ın yemek kültürünü yansıtır.”

K8. "Özellikle başlangıç ve ara sıcaklarda, Mıhlama, Cizleme ve Kül Kömeci gibi yöresel lezzetler mutfağımızda ön plana çıkmaktadır. Mısır ekmeği çeşitleri ve farklı börekler, bölgenin özgün tatlarını yansıtmaktadır."

K.11. "Çorba kültürü bizde oldukça zengindir. Keşkek Çorbası, Aşlık Çorbası ve Cincile Çorbası gibi çeşitli çorbalar, yerel malzemelerle hazırlanan besleyici ve lezzetli yemeklerimizdir. Ana yemekler arasında ise Soğan Salması, Erişte ve Yumma (Kulaklı) Makarna gibi yemekler, yöresel malzemelerle hazırlanan doyurucu tarifler olarak yöremizde öne çıkmaktadır."

K17. "Et yemeklerinde Kaz Banadurması ve Tatar Kavurması geçmişten günümüze yapılmaktadır. Tatlı olarak, Höşmerim, Muska Baklava, Kabak Tatlısı ve Eskipazar Baklava diyebilirim. İçecekler arasında ise Sodalı Ayran, Elmalı Hoşaf ve Kiren Acısı, bölgenin geleneksel içecek kültürünü yansıtmaktadır. Höşmerim her ne kadar farklı bölgelerle anılsa da babaannem bize bu tatlının Osmanlı zamanlarından kaldığını anlatırdı."

K23. "İlçemiz, zengin tarihî geçmişi ve kültürel çeşitliliği ile dikkat çeken bir bölgedir. Bölgenin yemek kültürü, yerel halkın yaşam biçiminden, tarihî etkileşimlerinden ve coğrafi özelliklerinden büyük ölçüde etkilenmiştir. Eskipazar, Osmanlı döneminden günümüze kadar geleneksel yemek kültürünü koruyarak, yerel mutfağının zenginliğini ve çeşitliliğini muhafaza etmiştir. Aslında merkez ilçede değil de köylere gittiğimizde bu zenginlik ve çeşitliliği görmekteyiz."

#### 4.2. Unutulma Tehlikesiyle Karşı Karşıya Olan Yöresel Yemek ve Sofra Adapları

Eskipazar yöresine özgü yemek ve sofrada adetleri, toplumsal dayanışma ve manevî değerlerle iç içe geçmiş geleneksel unsurlar içermektedir. Katılımcıların aktardığı bilgilere göre, bu gelenekler özellikle özel günler, dini bayramlar ve yas gibi dönemlerde ön plana çıkmaktadır. Sofra adapları ve yemek kültürü, ailenin en büyüğüne saygı göstermekten toplu yemek alışkanlıklarına kadar geniş bir yelpazede şekillenmiştir. Ayrıca, toplumsal dayanışmanın göstergesi olarak cenaze ve yas dönemlerinde komşuların birbirine yemek götürmesi gibi uygulamalar da vurgulanmaktadır.

Katılımcıların ortak vurguladığı konular şu şekildedir:

- **Manevî Değerler ve Sofra Adapları:** Yemek hazırlığı ve sofrada düzeninde manevi bir boyut ön plana çıkmaktadır. Sofrada ailenin en büyüğüne saygı gösterilmesi, yemeğe onun başlamasıyla diğerlerinin başlaması gibi ritüeller geleneksel bir yapı arz etmektedir.
- **Toplumsal Dayanışma ve Cenaze Geleneği:** Yas tutan aileye yemek götürme geleneği, toplumsal dayanışmanın bir simgesi olarak sürdürülmektedir. Helva, pilav ve etli yemekler gibi kolay hazırlanan ve dayanıklı yemekler bu süreçte sıkça tercih edilmektedir.
- **Bayram Gelenekleri ve Yöresel Lezzetler:** Bayramlarda özellikle gençlerin ev ev bayramlaşmaya gitmesi ve farklı yöresel lezzetlerin ikram edilmesi, topluluk bağlarını güçlendiren önemli bir uygulama olarak görülmektedir. Ramazan ve Kurban bayramlarında bu gelenekler farklı şekillerde kendini göstermektedir.
- **Çocuk Oyunları ve Toplu Yemek Ritüelleri:** Kurak geçen yaz aylarında çocukların yağmur yağması için toplu etkinlikler düzenleyip, evlerden topladıkları malzemelerle yemek pişirme ritüelleri de yöresel kültürün bir parçası olarak korunmaktadır.

Günümüzde unutulma tehlikesiyle karşı karşıya olan özel günler, etkinliklerle ilişkilendirilen yöresel mutfak kültürü ve sofrada adapları hakkında doğrudan katılımcıların görüşleri ise şu şekilde sıralanmaktadır:

K5. "Ekmek yapan kadınlar, işe başlamadan önce abdest alarak temizlenir ve böylece işlerine dini, manevi bir boyut katarlardı",

K9. "Cenazesi olan, yas tutan aileye destek olmak, acılarını paylaşmak ve yanlarında olduklarını hissettirmek için yemekler götürülür. Bu bizde toplumsal dayanışmanın bir göstergesidir. Bu yemekler arasında helva, pilav, etli yemekler, çorba, börek ve tatlılar yer alırdı. Özellikle helva hem yapımı kolay hem de dayanıklı olduğu için sıkça tercih edilir."

K10. " Sofrada baş köşeye genellikle ailenin en büyüğü oturur ve onun sözleri dinlenir. Bizde bu hem bir saygı göstergesi hem de geleneklerin bir parçasıdır. Yemekler genellikle yer sofrasında yenir, sofraya büyük bir sinide yemekler getirilir ve herkes ortak kaptan yerd. Şimdi her ne kadar yer sofrası olmasa da bizler dini gün ve bayramlarda bunu hala yapıyoruz. Bu ortak paylaşım, aile ve topluluk bağlarını güçlendiren bir unsur olarak görülür."

K14. " Sofrada ailenin en büyüğü yemeğe başlamadan kimse yemeğe başlamaz. Aile büyüğü besmele çekerek yemeğe başladığında diğer aile bireyleri yemeğe başlayabilir."

K22. "Bayramlarda mahallenin delikanlıları yaklaşık 18-30 yaş arası kişiler bir araya gelir ev ev bayramlaşmaya giderler. Her bayramda farklı yöresel lezzetler ikram edilir. Ramazan Bayramı'nda yaprak sarma, Eskipazar baklavası, miyane helva, su böreği ikram edilir. Kurban Bayramı'nda ise mahallede kadınların yardımlaşarak yapmış oldukları lavaş ekmekler ön plana çıkar. Kurbanlık etlerin bir kısmı gelenlere ikram edilmek üzere ayrılır, 1 gün et dinlendirildikten sonra kıyma haline getirilir. Kıyma kavurması yapılır lavaş ekmekle birlikte ikram edilir. Yemek ardından baklava ve yaprak sarma verilir."

K25. "Bizim köyde yazları kurak geçtiğinde çocukluğumuzda yağmur yağması için sokaklarda bağıra bağıra göde göde..... diye devam eden söylemimizi söyledik. Evlerden ekme, soğan, prinç ve yumurta gibi ürünler alırdık. Bir evde de bunu pişirtir tüm köy çocukları birlikte yerdik. Genellikle Muhlama yapılırdı. Ürün vermeyen evlerin kapısına çamur yapıp bazen de su atardık. Bu beklediğimiz yağmuru da ifade ederdi."

### 4.3. Gastronomik Ürünlerin Pazarlanması

Eskipazar ilçesinin gastronomik ürünlerinin pazarlanması ve girişimcilik açısından potansiyelini değerlendirdiğimizde, katılımcıların ortak görüşleri ilçenin otantik mutfağı ve tarihi zenginliklerinin bölgeye turistik ve ekonomik anlamda katkı sağlayabileceği yönündedir. Katılımcılar, yöresel yemeklerin korunması ve bu ürünlerin pazarlanması için gerekli adımların atılması gerektiğini vurgulamışlardır. Lezzet şenlikleri ve gastronomi festivalleri, bu potansiyeli ortaya çıkarmak için önemli fırsatlar olarak görülmekte; ancak bu etkinliklerin daha geniş kitlelere tanıtılması ve pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Ayrıca, bölgede turizm açısından yeterli altyapının oluşturulması ve girişimcilerin desteklenmesi gerektiği dile getirilmiştir.

Katılımcıların ortak vurguladığı konular şu şekildedir:

- **Yöresel Ürünlerin Tanıtımı ve Ekonomik Katkı:** İlçenin otantik mutfağı ve yerel malzemeleri, turistler için çekici bir unsur olarak görülmektedir. Özellikle lezzet şenlikleri ve gastronomi festivalleri, bu ürünlerin tanıtılmasında etkili bir rol oynamaktadır.
- **Turizm Potansiyeli:** Eskipazar'ın Hadrianapolis antik kenti gibi tarihi zenginlikleri, gastronomi turizmi için önemli bir fırsat sunmaktadır. Ancak bu potansiyelin yeterince kullanılmadığı, pazarlama stratejilerinin eksik olduğu belirtilmiştir.
- **Yöresel Ürünlerin Korunması ve Girişimcilik:** Yöresel tariflerin korunarak gelecek nesillere aktarılması gerektiği ifade edilmiştir. İlçede girişimciliğin yeterince gelişmediği ve pazarlama açısından eksiklikler olduğu, bu alanlarda gelişim sağlanmasının ekonomiye katkı sunacağı vurgulanmaktadır.

Eskipazar ilçesinin gastronomik ürünlerin pazarlanması ve girişimcilik açısından ilçe potansiyeli hakkında doğrudan katılımcıların görüşleri ise şu şekilde sıralanmaktadır:

K6. "Eskipazar'da gastronomi turizmi potansiyeli oldukça yüksek olduğunu düşünüyorum. Bölgenin otantik mutfağı, turistler için çekici bir unsur, yerel ekonomiye katkı sağlaması için çalışılmalı. Her mahallede mahalle odun fırını bulunmaktadır. Bu fırınlarda mahallede bayanlar bir araya gelerek sıra ile yöresel kül kömeci, sütlü simit, somun ekmeklerini yaparlar ekmeklerini yapmaktadırlar. Bu tür ürünler ayrıca festivallerde de sunulmaktadır. Özellikle Eskipazar'da düzenlenen lezzet şenlikleri ve gastronomi festivalleri hem yerel halkın hem de turistlerin ilgisini çekmeye başladı. Bu etkinliklerin, yerel yemeklerin tanıtılmasına ve korunmasına katkıda bulunduğunu düşünüyorum."

K18. "İlçemizin yemek kültürü, yerel malzemelerle hazırlanan ve zengin bir çeşitliliğe sahip olan yemeklerden oluşur. Bu çeşitlilik, bölgenin yöresel yemek zenginliği açısından ne kadar zengin olduğunu ortaya koyduğunu düşünüyorum. Yöresel tariflerin ve malzemelerin korunması ve kullanılması, bu gastronomik zenginliğin nesilden nesile aktarılmasını sağlayacaktır. Ama nedense bu değerlere yeterince fazla sahip çıkılmıyor. Son dönemlerde yapılan lezzet şenlikleri ve yöremize gelen turistlerin talepleri az da olsa halkımızı harekete geçirdi. Bazı kişi ve işletmeler bu ürünleri pazarlamak için arayışlara girdiğini biliyorum."

K21. "İlçemizde Hadrianapolis antik kenti bulunmakta. Belki duymuşsunuzdur burada 1600 yıllık tohumlar ve eşyalar bulundu. Ortaya çıkartılan mutfakta ocak bölümü, mutfak içerisinde kaplar ve bu kapların içinde tohumlar bulundu."



Ayrıca kapların yanında yine demir bıçaklar ve taş biley taşı bulundu. Bu kadar değerli ürünler ilçemizin ürün pazarlama potansiyelinin ne kadar aslında müsait olduğunu gösteriyor. Bu konuda tek eksikimiz bizi yönlendirecek ve ilçemiz halkına maddi ve manevi destek sağlayacak unsurların yavaş kalması. İlçemizin reklamı ulusal kanallarda daha fazla gösterilmesi lazım.”

17. “ İlçemiz turizm açısından yeni yeni turlar çekmekte fakat turlar için yeterli işletmemiz yok. Pazarlama açısından potansiyelimiz olmasına rağmen ilçemizde girişimciler hala yeterli değil. Pazarlama stratejileri ve girişimci bir hareketle yöresel yemek alanında daha hızlı yol alabiliriz. Bu sayede ilçemizde ticarete artacak, göçler azalacaktır.”

Eskipazar ilçesi yemek kültürü üzerine yerel halk ve yöresel ürün satışı yapan işletme çalışanlarından edilen mülakat verileri aşağıda tablo 1 de toplanmıştır.

**Tablo 1:** Eskipazar İlçesi Yemek Kültürü Üzerine Yerel Halk ve Yöresel Ürün Satışı Yapan İşletme Çalışanlarından Edilen Mülakat Verileri

Başlangıç ve Ara Sıcaklar	Çorbalar	Ana Yemekler	Tatlılar	İçecekler
Mihlama	Keşkek Çorbası	Soğan Salması	Höşmerim	Sodali Ayran
Cizleme	Aşlık Çorbası	Erişte	Muska Baklava	Elmalı Hoşaf
Kül kömeci	Cevizli Yahni	Yumma (Kulaklı)	Eskipazar	Kiren Acısı
Külür Mısır Ekmeği	Cincile Çorbası	Makarna	Baklava	
Acı Su Göbe	Göcü Çorbası	Papara	Un helvası	
Gırtl Mısır Ekmeği	Yayla Çorbası	Cılbır	Miyane Helvası	
Acı su Ekmeği	Ovma	Kaz Banduması	Kabak Tatlısı	
Sütlü Köy Simidi	(Ovmaç)Çorbası	Tatar Kavurması	Pestil Erik	
Cevizli Çörek		Madımak Yemeği	Buruş-Erik	
İspanaklı Börek		Kıyma kavurması	Kurusu	
Bükme		Bıldırcın yemeği	Malaka	
Yağlı Gözleme				
Cincile Böreği				
Kelem Dolması (Lahana Sarması)				
Efelek Dolması				
Pancar Turşusu				
Eskipazar Keş				
Eskipazar Köy Peyniri				
Bişi				

Eskipazar merkez bölgesindeki restoran işletme menülerde, yöresel çorba kategorisinde zengin bir çeşitlilik bulunmakta, ancak buna karşın başlangıç-ara sıcak, ana yemek, yöresel içecek ve tatlı kategorilerinde daha sınırlı bir çeşitlilik sergilemektedir. Yöresel ürün satışı yapan restoran işletmelerindeki yemek menülerinde çorba çeşitliliğine eğilim gözlemlenmektedir (Tablo 2). Ayrıca işletme menülerinde göre işletmelerin satış yaptığı ürünler arasında benzerlikler görülmüştür. Eskipazar merkez bölgesindeki yöresel yemek ürünü satış yapan yöresel işletmelerin menü analizi Tablo 2’ de belirtilmiştir.

Tablo 2’ de yer alan verilere göre Eskipazar merkez bölgesindeki restoran işletmesinden elde edilen menü örnekleri ayrıntılı bir şekilde incelenerek analizi gerçekleştirilmiştir.

**Tablo 2:** Eskipazar Bölgesindeki Restoranların Menüsünde Bulunan Yöresel Ürün Analizi

Başlangıç ve Ara Sıcaklar	Çorbalar	Ana Yemekler	Tatlılar	İçecekler
Sütlü Köy Simidi	Keşkek Çorbası	Erişte	Miyane Helvası	Sodali Ayran
Cevizli Çörek	Aşlık Çorbası	Yumma (Kulaklı)	Kabak Tatlısı	Elmalı Hoşaf
Kelem Dolması (Lahana Sarması)	Göcü Çorbası	Makarna		
	Yayla Çorbası	Sulu et yemeği		
	Ovma			
	(Ovmaç)Çorbası			

Tablo 3'te literatür taraması, Eskipazar yöresel yemekleri hakkında mevcut makalelerden, tezlerden ve kitaplardan elde edilen verilere odaklanmış ve bu kapsamda edinilen bilgiler, yerel halk ve yöresel ürün satışı olan işletme çalışanları ile Eskipazar ilçesi yemekleri hakkında elde edilen mülakat verileri (Tablo 1) ve Eskipazar ilçesindeki işletme menülerinde bulunan yöresel ürün (Tablo 2) içeriği ile uyumlu bir tutum sergilemektedir. Bu tespit, Eskipazar'ın geleneksel mutfak kültürünü anlama ve değerlendirme çabalarının, literatürdeki akademik kaynaklardan elde edilen verilerle desteklendiğini göstermektedir.

**Tablo 3:** Literatür Taraması (Kitap, Makale, Tez, İnternet) Sonucu Eskipazar Yöresel Yemekleri Hakkında Elde Edilen Veriler

Başlangıç ve Ara Sıcaklar	Çorbalar	Ana Yemekler	Tatlılar	İçecekler
Mıhlama	Keşkek Çorbası	Soğan Salması	Muska Baklava	Kiren Acısı
Cizleme	Cevizli Yahni	Erişte	Eskipazar Baklava	
Kül kömeci	Cincile Çorbası	Yumma (Kulaklı)	Un helvası	
Külür Mısır Ekmeği	Yayla Çorbası	Makarna	Miyane Helvası	
Acı su Ekmeği	Ovma Çorbası	Papara	Kabak Tatlısı	
Sütlü Köy Simidi		Cılbır		
Cevizli Çörek		Kaz Banduması		
Yağlı Gözleme		Avuz		
Kelem Dolması				
Eskipazar Köy Peyniri				

Tablo 4, yerel festival ve etkinliklerde sergilenen Eskipazar yöresine ait yemeklerle ilgili elde edilen verileri sunmaktadır. Tablodaki veriler, bu etkinliklerde sunulan yemeklerin "literatürde belirtilen yemeklerle" ve "yöresel işletmelerde satılan ürünlerle" uyumlu olduğunu göstermektedir. Bu durum, Eskipazar mutfağının zenginliğini ve çeşitliliğini açıkça ortaya koymaktadır. Ayrıca, literatürde bahsedilen yemeklerin lezzet şenliklerinde sunulan yemeklerle örtüşmesi, ilçe mutfağının geleneksel lezzetlerinin bu tür etkinliklerde önemli bir rol oynadığını ve korunarak gelecek nesillere aktarıldığını göstermektedir.

**Tablo 4:** Yerel Etkinlik ve Festivallerde Eskipazar Yöresel Yemekleri Hakkında Elde Edilen Veriler

Başlangıç ve Ara Sıcaklar	Çorbalar	Ana Yemekler	Tatlılar	İçecekler
Acı su Ekmeği	Keşkek Çorbası	Soğan Salması	Eskipazar Baklava	Sodali Ayran
Acı Su Göbe	Aşlık Çorbası	Erişte	Un helvası	Kiren Acısı
Bükme	Cevizli Yahni	Yumma (Kulaklı)	Miyane Helvası	Eskipazar sodası
Cevizli Çörek	Cincile Çorbası	Makarna	Kabak Tatlısı	Eskipazar acı suyu
Cincile Böreği	Göcü Çorbası	Cılbır	Pestil Erik	
Cizleme	Yayla Çorbası	Kaz Banduması	Buruş-Erik Kurusu	
Efelek Dolması	Ovma		Malaka	
Eskipazar Köy Peyniri	(Ovmaç)Çorbası			
İspanaklı Börek				
Kelem Dolması (Lahana Sarması)				
Kül kömeci				
Külür Mısır Ekmeği				
Mıhlama				
Sütlü Köy Simidi				
Yağlı Gözleme (İspanaklı Bükme)				

Tablo 5'e göre Eskipazar'ın coğrafi işaret almış tescilli ürün ve tescil başvurusunda olan ürününün olmadığı gözlemlenmiştir. Bu durum, ilçenin zengin mutfak kültürünü yeterince yansıtılmadığını ve yerel ürünlerin korunması ve tanıtılması adına fazla çaba sarf edilmesi gerektiğini işaret etmektedir.

**Tablo 5** Eskipazar İlçesinin Coğrafi İşaret Tescili Almış ve Tescil Başvurusunda Bulunan Ürün Verileri

	Başlangıç ve Ara Sıcaklar	Çorbalar	Ana Yemekler	Tatlılar	İçecekler
Tescilli Ürünler	-	-	-	-	-
Tescil Başvurusunda Olan Ürünler	-	-	-	-	-

Tablo 6; Tablo 1, Tablo 2, Tablo 3 ve Tablo 4'ten elde edilen ortak yemekleri kategorilere ayırarak Eskipazar ilçesinin sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında coğrafi işaret tescili alabilecek ve pazarlanma potansiyeli olan ürünleri göstermektedir. Tabloda ilgili kategoriler altında, mülakatlardan, literatürlerden, gastronomi şenliklerinden ve işletme menülerinden elde edilen bilgiler ışığında belirlenmiş Eskipazar'ın coğrafi işaret tescili başvurusu yapılabilecek olan yemekleri gösterilmektedir.

**Tablo 6:** Coğrafi İşaret Tescil Başvurusu Yapılabilecek ve Pazarlama Potansiyeli Olan Ürün Verileri

Başlangıç ve Ara Sıcaklar	Çorbalar	Ana Yemekler	Tatlılar	İçecekler
Kül kömeci Gırtlı Mısır Ekmeği Acı su Ekmeği Sütlü Köy Simidi Cevizli Çörek İspanaklı Börek Bükme Yağlı Gözleme (İspanaklı Bükme) Cincile Böreği Kelem Dolması (Lahana Sarması) Efelek Dolması Eskipazar Köy Peyniri	Keşkek Çorbası Cevizli Yahni Cincile Çorbası Göcü Çorbası	Soğan Salması Yumma (Kulaklı) Makarna Papara Cılbır Kaz Banduması	Muska Baklava Eskipazar Baklava Un helvası Miyane Helvası	Kiren Acısı Eskipazar sodası

## 5. TARTIŞMA

Suh ve MacPherson (2007) tarafından yapılan bir araştırma, Güney Kore'nin Boseong bölgesinde coğrafi işaret sisteminin uygulanmasının yeşil çay üretiminde önemli bir artış sağladığını ortaya koymuştur. Bu sistemin 1999 yılında uygulanmaya başlamasından sonra, üretim arazisi 325.7 hektardan 885.4 hektara genişlemiş ve üretim miktarı 505 tondan 1246 tona çıkmıştır. Aynı dönemde, bölgeye gelen turist sayısı %300 oranında artış göstermiştir. Coğrafi işaretin, bölgenin tanıtımını sağladığı, turist sayısını artırdığı ve yerel halkın ürünlerine olan değer bilincini yükselttiği belirtilmiştir.

Zuluğ (2010) tarafından İstanbul'da yapılan bir araştırma, tüketicilerin koruma altındaki coğrafi işaretli ürünleri tercih etme eğiliminde olduğunu göstermektedir. Katılımcılar, coğrafi işaret tesciline sahip olan Ayvalık zeytinyağını %58, Ezine peynirini ise %43 daha fazla tercih etmişlerdir.

Keskin (2019) tarafından Balıkesir'de yapılan bir araştırma ise, turist katılımcıların %45'inin bir destinasyondaki coğrafi işaretli ürünlere ulaşmanın, o destinasyonu tercih etmelerinde etkili olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, katılımcıların %56,3'üne göre coğrafi işaretli ürünler, destinasyonun pazarlanmasında oldukça önemli ve etkilidir. Turistlere göre, turizmin sürdürülebilirliği için destinasyonun pazarlanmasında coğrafi işaretli ürünlere daha fazla yer verilmelidir.

Güler ve Öztürk (2021) yapmış oldukları çalışmada, Mersin'de yaşayan tüketicilerin tantuni, cezerye ve kerebiç gibi coğrafi işaretli ürünlere yönelik pazarlama karmaşılgılarını ve davranışsal tutumlarını

incelemişlerdir. Betimleyici amaçla yapılan nicel araştırma bulguları, yerel halkın tantuni ve cezerye ürünlerine yönelik yüksek pazarlama performansı algısı ve davranışsal tüketim eğilimi gösterdiğini ortaya koymuştur. Buna karşılık, kerebiç tatlısına yönelik algı ve tutumlar, diğer iki ürüne göre anlamlı şekilde daha düşük bulunmuştur. Bu durumun, kerebiğin fiyat ve tanıtım eksikliğinden kaynaklandığı tespit edilmiştir.

Bektaş Gümrükçü ve Kurtuldu (2023) yapmış oldukları çalışmada, coğrafi işaretli ürün algısının satın alma tercihi üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Araştırmada Trabzon şehir içi nüfusundan 384 katılımcıya yüz yüze ölçek formları uygulanmıştır. Process modeli ve Bootstrapping yöntemi ile yapılan analizlerde, coğrafi işaretli ürün algısının referans grupları, roller ve statü üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu ve bu değişkenlerin, coğrafi işaretli ürün algısı ile satın alma tercihi arasındaki ilişkide aracılık rolü oynadığı bulunmuştur. Bu bulgular, coğrafi işaretli ürünlerin pazarlama stratejilerini geliştirmek için önemli bilgiler sunmaktadır.

Kardeş Çolakoğlu ve Sarıışık (2023) yapmış oldukları çalışmada, Elâzığ'ın zengin mutfak kültürünün gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesinin önemini vurgulamışlardır. Çalışmada, Elâzığ mutfağındaki yiyecekler, coğrafi işaretli ürünler ve coğrafi işaret almaya aday ürünler incelenmiş, Elâzığ'ın sınırlı sayıda coğrafi işaretli ürününün turizm unsuru olarak yeterince kullanılmadığı tespit edilmiştir. Çalışma, Elâzığ mutfağına ziyaretçilere farklı lezzetler sunarak destinasyon pazarlama unsuru olarak kullanılabilirliğini göstermiştir.

Önceki araştırmalar, coğrafi işaret tescilinin yerel ekonomiye ve turizme katkı sağladığını göstermiştir. Bu çalışmanın bulguları da bu savı desteklemektedir. Eskipazar'ın geleneksel yemekleri, gastronomi turizmi açısından önemli bir potansiyele sahiptir ve bu potansiyelin doğru bir şekilde değerlendirilmesi durumunda, yerel ekonomiye ciddi katkılar sağlayabilir. Ancak, yerel ürünlerin tescillenmesi ve tanıtılması sürecinde karşılaşılan zorluklar da göz önünde bulundurulmalıdır. Özellikle, tescil sürecinin bürokratik ve mali yükleri, küçük ölçekli üreticiler için önemli bir engel teşkil edebileceği düşünülmektedir.

## 6.SONUÇ VE ÖNERİLER

### 6.1.Sonuçlar:

Bu çalışma, Karabük'ün Eskipazar ilçesinin coğrafi işaret tescili alabilecek gastronomik ürünlerini belirleme amacıyla gerçekleştirilmiş ve kapsamlı bir değerlendirme sunmuştur. Araştırma, literatür taraması, gözlem ve yarı yapılandırılmış mülakat teknikleri ile desteklenmiş, elde edilen veriler ışığında şu genel sonuçlara ulaşılmıştır:

**1.Yöresel Zenginlik ve Çeşitlilik:** Eskipazar ilçesi, yerel malzemelerle hazırlanan ve zengin bir çeşitliliğe sahip gastronomik ürünler barındırmaktadır. Özellikle Kelem Dolması, Eskipazar Köy Peyniri, Keşkek Çorbası, Cevizli Yahni, Soğan Salması, Kaz Banduması ve Miyane Helvası gibi ürünler, coğrafi işaret tescili alma potansiyeli en güçlü ürünler olarak belirlenmiştir.

**2.Geleneksel Mutfak Kültürü:** Eskipazar'ın geleneksel mutfak kültürü, Osmanlı dönemine kadar uzanan köklü bir geçmişe sahiptir. Mülakatlar ve gözlemler, ilçenin yemek kültüründe dini ve manevi unsurların önemli bir yer tuttuğunu ve toplumsal dayanışmanın yemek kültürü üzerinden ifade edildiğini göstermektedir.

**3.Yöresel Festivaller ve Etkinlikler:** Yerel festivaller ve etkinlikler, Eskipazar'ın gastronomik zenginliklerinin tanıtılması ve korunması açısından önemli bir rol oynamaktadır. Bu etkinliklerde sunulan yemeklerin, literatürde belirtilen ve yöresel işletmelerde satılan ürünlerle uyumlu olduğu görülmüştür.

**4.Gastronomik Potansiyelin Değerlendirilmemesi:** Eskipazar ilçesinin şu ana kadar coğrafi işaret tescili almış veya başvuruda bulunan hiçbir ürünü bulunmamaktadır. Bu durum, ilçenin gastronomik potansiyelinin yeterince değerlendirilmediğini ve yerel ürünlerin korunması ve tanıtılması adına daha fazla çaba sarf edilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

**5.Pazarlama ve Girişimcilik:** Eskipazar'ın gastronomik ürünlerinin pazarlanması ve girişimcilik açısından büyük bir potansiyele sahip olduğu görülmüştür. Özellikle coğrafi işaret tescili alabilecek ürünlerin tanıtımı ve pazarlanması, yerel ekonomiye önemli katkılar sağlayabilir. Bu ürünlerin markalaşması ve tanıtım faaliyetlerinin artırılması, hem yerel üreticilere ekonomik fayda sağlayacak hem de bölgenin gastronomi

turizmi potansiyelini artıracaktır. Ancak, tescil sürecinin bürokratik ve mali zorlukları göz önünde bulundurularak, küçük ölçekli üreticilere destek sağlanması önem arz etmektedir.

## 6.2.Öneriler

**1.Coğrafi İşaret Tescili Başvuruları:** Eskipazar ilçesinin belirlenen potansiyel ürünleri için coğrafi işaret tescili başvuruları yapılmalıdır. Özellikle Kelem Dolması, Eskipazar Köy Peyniri, Keşkek Çorbası gibi ürünlerin tescili, bölgenin gastronomik kimliğini güçlendirecek ve yerel ekonomiye katkı sağlayacaktır.

### 2.Turizm İşletmeleri için Öneriler:

\* Yöresel restoranların menülerinde yerel lezzetlere daha fazla yer verilmesi teşvik edilmelidir. Başlangıç ve ara sıcaklar, ana yemekler, tatlılar ve içecekler kategorilerinde zenginleştirme yapılmalıdır.

\* Turizm işletmeleri, çalışanlarına ve ziyaretçilerine Eskipazar'ın gastronomik kültürü hakkında eğitimler düzenlemelidir. Bu eğitimler, hem yerel halkın geleneksel tariflere sahip çıkmasını sağlayacak hem de turistlerin bu kültürü daha iyi anlamasını mümkün kılacaktır.

\* Restoranlar ve turizm işletmeleri, yerel ürünlerin satışını yaparak hem bu ürünlerin tanıtımını hem de ekonomik değer yaratılmasını sağlamalıdır.

\*Yeni pazarlama stratejileri geliştirilmeli.

### 3.Gelecekte Yapılacak Araştırmalar:

\* Eskipazar'ın gastronomik potansiyelinin turizme nasıl entegre edilebileceği ve bu entegrasyonun ekonomik etkileri üzerine daha fazla araştırma yapılmalıdır.

\* Yerel yemek tariflerinin yazılı hale getirilmesi ve bu bilgilerin geniş kitlelere ulaştırılması amacıyla kitaplar ve dijital platformlar oluşturulmalıdır.

\*Eskipazar'ın gastronomik kültürünün korunması ve gelecek nesillere aktarılması amacıyla, eğitim kurumları ve yerel yönetimlerin iş birliği ile projeler geliştirilmelidir.

Bu çalışma, Eskipazar ilçesinin gastronomik potansiyelini ortaya koyarak, yerel yemek kültürünün korunması ve tanıtılması adına önemli adımlar atılmasını önerir. Gastronomi turizmi kapsamında yapılacak bu girişimler, hem bölgenin ekonomik kalkınmasına katkı sağlayacak hem de kültürel mirasın sürdürülebilirliğini destekleyecektir.

## KAYNAKÇA

- Addor, F. ve Grazioli, A. (2002). Geographical indications beyond wines and spirits: A roadmap for a better protection for geographical indications in the WTO/TRIPS Agreement, *The Journal of World Intellectual Property*, 5(6), 865-897.
- Akmeşe, K.A. (2021).Turizm Pazarlamasında Yöresel Mutfakların Önemi, Ateş, A. ve Erdem, B. (Ed.), *Pazarlamada Güncel Yaklaşımlar*, Eğitim Yayınevi, İstanbul, 33-48.
- Ballı, E. (2016). Gastronomi turizmi açısından Adana sokak lezzetleri . *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1)3-17.
- Bektaş Gümrükçü, Ö. ve Kurtuldu H.S. (2023). Coğrafi işaretli ürün algısının tüketici satın alma tercihine etkisinde referans grupları ile roller ve statünün aracılık rolü. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 38, 37-59. <https://doi.org/10.18092/ulikidince.1133498>
- Belletti, G., Marescotti, A. ve Touzard, J. M. (2015). Geographical indications, public goods, and sustainable development: The roles of actors' strategies and public policies, *World Development*, 98(3), 45-57.
- Bérard, L. ve Marchenay, P. (2006). Local products and geographical indications: Taking account of local knowledge and biodiversity' *International Social Science Journal*, 58(187), 109-116.
- Bessière, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas' *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34.

- Björk, P. ve Kauppinen-Räsänen, H. (2014). Exploring the multi-dimensionality of travellers' culinary-gastronomic experiences. *Current Issues in Tourism*, 19(12), 1260-1280.
- Bowen, S. (2010). Embedding local places in global spaces: Geographical indications as a territorial development strategy, *Rural Sociology*, 75(2), 209-243.
- Bramley, C. ve Kirsten, J. (2007). Exploring the economic rationale for protecting geographical indicators in agriculture, *Agrekon*, 46(1), 69-93.
- Cohen, E. ve Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment, *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755-778.
- Ellis, A., Park, E., Kim, S. ve Yeoman, I. (2018), 'What is food tourism?', *Tourism Management*, 68, 250-263. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.03.025>
- 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.
- Gangjee, D. S. (2012). *Relocating the law of geographical indications*. Cambridge University Press; 2012.
- Güler, O. ve Öztürk, M. (2021). Pazarlama Karmasından Hareketle Coğrafi İşaretli Ürün Algısı: Mersin Örneği, *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5, (12) ,277-301.
- Hall, C.M. ve L. Sharples (2003). The Consumption of Experiences or the Experience of Consumption? An Introduction to Tourism of Taste', in: C.M. Hall & L. Sharples & R. Mitchell & N. Macinos & B. Cambourne (eds.), *Food Tourism Around the World, Development, Management and Markets*, Butterworth-Heinemann: Elsevier, 1-24.
- Hall, C.M. ve R.D. Mitchell (2005). Gastronomic Tourism-Comparing Food and Wine Tourism Experiences, in: M. Novelli (ed.), *Niche Tourism Contemporary Issues, Trends and Cases*, Butterworth-Heinemann: Elsevier, 73-88.
- Hjalager, A-M. (2003). 'A Typology of Gastronomy Tourism', in: A-M. Hjalager ve G. Richards (eds.), *Tourism and Gastronomy, London and New York: Taylor ve Francis Group*, 21-35.
- Ilbery, B. ve Kneafsey, M. (2000). Registering regional speciality food and drink products in the UK: The case of PDOs and PGIs. *Area*, 32(3), 317-325.
- İlerisoy, M. (2023). Nitel bir araştırma yöntemi yorumlayıcı fenomenolojik analiz. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(46), 509-527 doi: 10.46928/iticusbe.1176444
- Josling, T. (2006). The war on terroir: Geographical indications as a transatlantic trade conflict' *Journal of Agricultural Economics*, 57(3), 337-363.
- Kardeş Çolakoğlu, N. ve Sarıışık, M. (2023). Destinasyon pazarlaması kapsamında Elâzığ mutfak kültürünün ve coğrafi işaretli gastronomi ürün potansiyelinin belirlenmesine yönelik bir araştırma, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25, (3), 1159-1169.
- Keskin, H. (2019). Coğrafi işaretli yöresel gıdaların turistik destinasyon pazarlamasına etkileri Balıkesir İli örneği. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi.
- Kivela, J. ve 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.
- Long, L. (2004). *Culinary Tourism (Material Worlds)*. Lexington, KY: The University Press of Kentucky.
- Meriç, S. ve Bozkurt, Ö. (2017). Van Gölü'nün rekreasyonel turizm potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi," *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, vol.3, no.1, pp.154-167, 2017
- Milwood, P. A., & Crick, A. P. (2021). Culinary tourism and post-pandemic travel: Ecosystem responses to an external shock. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 7(1), 23-32. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4516562>

- Okumus, B., Okumus, F., ve McKercher, B. (2007). Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey', *Tourism Management*, 28(1), 253-261.
- Orhan, A. (2010). Yerel değerlerin turizm ürününe dönüştürülmesinde "coğrafi işaretlerin" kullanımı: İzmit Pişmaniyesi örneği', *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 243-254
- Rangnekar, D. (2004). The socio-economics of geographical indications: A review of empirical evidence from Europe. UNCTAD-ICTSD Project on IPRs and Sustainable Development, Issue Paper No. 8.
- Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training, *International Journal of Hospitality Management*, 23(1), 15-24.
- Scarpato, R. (2002). Gastronomy as a tourist product: The perspective of gastronomy studies. In A.-M. Hjalager ve G. Richards (Eds.), *Tourism and Gastronomy* (pp. 51-70). Routledge.
- Sezgin, M. ve Bağcı, T. (2021).Turizm pazarlamasında coğrafi işaretlerin etkisi, Ateş, A. ve Erdem, B. (Ed.), *Pazarlamada Güncel Yaklaşımlar, Eğitim Yayınevi, İstanbul*, 119-130.
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience, *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336.
- Smith, S. L. ve Xiao, H. (2008). Culinary tourism supply chains: A preliminary examination, *Journal of Travel Research*, 46(3), 289-299.
- Sormaz, Ü., Yılmaz, M., Özata, E., Büyükyıldırım, C. (2023). Burdur ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11 (2) pp. 1262-1279
- Suh, J. ve MacPherson, A. (2007). Coğrafi işaretin bölgesel ekonominin yeniden canlandırılması üzerindeki etkisi: 'Boseong' yeşil çayına ilişkin bir örnek olay'. *Alan*, 39 (4), 518-527.
- Süzer, Ö., Özkanlı, O. (2020). Bölge mutfaklarının kullanılan malzemeler bağlamında değerlendirilmesi: Gaziantep yemekleri üzerine bir inceleme. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 117-138
- Tregear, A., Kuznesof, S. ve Moxey, A. (2007). Regional foods and rural development: The role of product qualification, *Journal of Rural Studies*, 23(1), 12-22.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2008). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (6. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zuluğ, A. (2010). Coğrafi işaretli gıdalara ilişkin tüketici tercihleri üzerine bir araştırma: İstanbul örneği. Doktora Tezi. İzmir :Ege Üniversitesi / Fen Bilimleri Enstitüsü / Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalı.