

**SAKARYA İLİ BAĞLAMINDA SOKAK LEZZETLERİNİN GASTRONOMİ  
AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**GÜNAY HASDEMİR**

**Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı**

**Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bilim Dalı**

**TEMMUZ 2022**

**SAKARYA İLİ BAĞLAMINDA SOKAK LEZZETLERİNİN GASTRONOMİ  
AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**GÜNAY HASDEMİR**

**(21220102010)**

**Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı**

**Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bilim Dalı**

**Tez Danışmanı: Dr. Öğretim Üyesi Elçin NOYAN**

**TEMMUZ, 2022**

27/07/2022

**KABUL VE ONAY****YÜKSEK LİSANS TEZ ONAY FORMU**

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Tezli Yüksek Lisans Programı 21220102010 numaralı öğrencisi **Günay HASDEMİR**'in “**SAKARYA İLİ BAĞLAMINDA SOKAK LEZZETLERİNİN GASTRONOMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ**” konulu Yüksek Lisans tezi Enstitümüz Yönetim Kurulunun 04/07/2022 tarihli ve 2022/16 sayılı Yönetim Kurulu kararıyla oluşturulan jüri tarafından oybirliği/oyçokluğu ile 27.07.2022 tarihinde kabul edilmiştir.

	<u>Unvan</u>	<u>Adı Soyadı</u>	<u>Üniversite</u>	<u>İmza</u>
<b>ASIL ÜYELER</b>				
<b>Danışman</b>	Dr. Öğr. Üyesi	Elçin NOYAN	İstanbul Topkapı Üniversitesi	
<b>1. Üye</b>	Prof. Dr.	Yaşar BİROL SAYGI	İstanbul Topkapı Üniversitesi	
<b>2. Üye</b>	Dr. Öğr. Üyesi	Aslı AKSOY	İstanbul Haliç Üniversitesi	
<b>YEDEK ÜYE</b>				
<b>1. Üye</b>	Dr. Öğr. Üyesi	Murat DOĞAN	İstanbul Gelişim Üniversitesi	

**ONAY**

Dr. Öğr. Üyesi Bora GÜNDÜZYELİ

Enstitü Müdürü

(\*) Oybirliği/Oyçokluğu hâli yazı ile yazılacaktır.

(\*\*) Kabul / Ret veya Düzeltme kararı hâli yazı ile yazılacaktır.

## AKADEMİK DÜRÜSTLÜK BEYANI

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Sakarya İli Bağlamında Sokak Lezzetlerinin Gastronomi Açısından Değerlendirilmesi” başlıklı çalışmamın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun olarak tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmamın içinde kullandıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve onurumla doğrularım.

01/07/2022

Günay HASDEMİR

## TEŞEKKÜR

Lisansüstü eğitimim sürecinde yardımlarını esirgemeyen danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Elçin Noyan'a, tüm süreçte her zaman desteklerini esirgemeyen Dr. Öğr. Üyesi Esra Erenler Tekmen'e, Dr. Öğr. Üyesi Nuri Avcı'ya, Öğr. Görevlisi Hanife Aşşen Karagöz'e, Öğr. Görevlisi Musa Güngör'e, çalışmamı tamamlamam konusunda moral ve motivasyonumu üst düzeyde tutmama yardımcı olan aileme teşekkürlerimi borç bilirim.

Günay HASDEMİR

## İÇİNDEKİLER

<b>KABUL VE ONAY</b> .....	<b>ii</b>
<b>AKADEMİK DÜRÜSTLÜK BEYANI</b> .....	<b>iii</b>
<b>TEŞEKKÜR</b> .....	<b>iv</b>
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	<b>v</b>
<b>KISALTMALAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>ŞEKİLLER LİSTESİ</b> .....	<b>viii</b>
<b>TABLolar LİSTESİ</b> .....	<b>ix</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xi</b>
<b>1. GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
<b>2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE</b> .....	<b>3</b>
2.1. Sokak Lezzetleri Kavramı .....	3
2.2. Sokak Lezzetlerinin Tarihçesi .....	5
2.3. Sokak Lezzetlerinin Gastronomideki Önemi.....	9
2.4. Sokak Yemeklerinin Gastronomi Turizmine Etkisi .....	10
2.5. Sokak Lezzetleri Alanında Yapılan Girişim, Etkinlik ve Uygulamalar .....	11
2.6. Sokak Lezzetleri Satıcıları .....	12
2.7. Sokak Lezzeti Satışlarında Kullanılan Ekipmanlar .....	13
2.7.1. Tepsiler .....	13
2.7.2. Seyyar el arabaları .....	13
2.7.3. Kokoreç arabaları.....	14
2.7.4. Pilav arabaları .....	14
2.7.5. Sabit ekipmanlar .....	14
2.8. Dünyada Sokak Lezzetleri .....	14
2.9. Türkiye’de Sokak Lezzetleri.....	16
2.9.1. Tuzlular, unlu mamuller ve ekmek arası servis edilenler .....	17
2.9.1.1. Simit .....	17
2.9.1.2. Tavuklu-nohutlu pilav .....	17
2.9.1.3. Yağlı sokak poğaçası ve açma .....	17
2.9.1.4. Ciğer.....	18
2.9.1.5. Gözleme .....	18
2.9.1.6. Sucuk ekmek .....	18
2.9.1.7. Balık ekmek .....	18
2.9.1.8. Midye dolma .....	19
2.9.1.9. Kokoreç .....	19
2.9.1.10. Kebaplar, tavuk- et döner .....	20
2.9.1.11. Köfte ekmek .....	20
2.9.1.12. Çiğ köfte.....	21
2.9.1.13. Tantuni .....	21
2.9.2. Sokak lezzetlerinde tatlılar.....	21
2.9.2.1. Halka tatlısı .....	22
2.9.2.2. Şam tatlısı.....	22
2.9.2.3. Bici bici .....	22
2.9.2.4. Mesir macunu .....	22

2.9.2.5. Lokma .....	23
2.9.2.6. Pamuk şekeri .....	23
2.9.2.7. Elma şekeri.....	23
2.9.2.8. Dondurma.....	23
2.9.2.9. Kâğıt helva .....	24
2.9.3. Sokak lezzetlerinde içecekler.....	24
2.9.3.1. Taze sıkma meyve suyu .....	24
2.9.3.2. Boza.....	25
2.9.3.3. Salep.....	25
2.9.3.4. Şerbet.....	25
2.9.3.5. Turşu suyu.....	26
2.9.3.6. Şalgam suyu .....	26
2.9.4. Sokakta satılan sebze ve yiyecekler.....	26
2.9.4.1. Közde-haşlama mısır.....	26
2.9.4.2. Bardak mısır .....	26
2.9.4.3. Kestane .....	26
2.9.4.4. Buzlu badem.....	27
2.9.4.5. Turşu .....	27
2.9.4.6. Kumpir .....	27
2.10. Sakarya Sokak Lezzetleri .....	28
2.11. Sokak Lezzetlerinde Hijyen ve Sanitasyon .....	32
2.12. Sokak Lezzetlerinin Kültürel Etkileri .....	34
2.13. Sokak Lezzetlerinin İletişime Etkileri .....	35
2.14. Sokak Lezzetlerinin Ekonomiye Etkileri .....	36
<b>3. YÖNTEM.....</b>	<b>38</b>
3.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklem.....	39
3.2. Araştırmanın Modeli.....	39
3.3. Veri Toplama Araç ve Teknikleri.....	40
3.4. Veri Toplama Süreci.....	41
3.5. Verilerin Analizi .....	41
<b>4. BULGULAR .....</b>	<b>44</b>
4.1. Katılımcıların Demografik Bilgileri .....	44
4.2. Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Ölçeği Geçerlik ve Güvenirlik Bulguları .	45
4.2.1. Açıklayıcı faktör analizi bulguları .....	45
4.2.2. Doğrulayıcı faktör analizi bulguları.....	48
4.2.3. Güvenirlik analizi bulguları .....	51
4.3. Betimsel Bulgular .....	52
4.4. Değişkenler Arasındaki İlişkiye Ait Bulgular .....	52
4.5. Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Puanlarının Demografik Değişkenlere Göre Karşılaştırılması .....	53
<b>5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>62</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>67</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>74</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>77</b>

## **KISALTMALAR**

**FAO** : Food and Agriculture Organization of the United Nations (Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü)

**WHO** : Dünya Sağlık Örgütü





## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 4.1: Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Ölçeği DFA Diyagramı..... 50



## TABLolar LİSTESİ

<b>Tablo 3.1:</b> Cronbach Alpha Değeri Aralığı İçin Güvenirlik Yorumu .....	40
<b>Tablo 3.2:</b> Güvenirlik Analizi .....	40
<b>Tablo 3.3:</b> Model Uyum İndeksleri .....	42
<b>Tablo 4.1:</b> Katılımcıların Demografik zelliklerine Göre Dağılımı.....	44
<b>Tablo 4.2:</b> Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı leği AFA İlk Aşama Bulguları.....	45
<b>Tablo 4.3:</b> Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı leği AFA Son Aşama Bulguları.....	47
<b>Tablo 4.4:</b> Doğrulayıcı Faktör Analizinde Elde Edilen Model Uyum İndeksleri .....	48
<b>Tablo 4.5:</b> Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı leği DFA Sonucu .....	49
<b>Tablo 4.6:</b> Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı leği Güvenirlik Analizi Sonuçları .....	51
<b>Tablo 4.7:</b> Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı leği Puanlarına Ait Betimsel İstatistikler.....	52
<b>Tablo 4.8:</b> Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı leği Puanları Arasındaki İlişki ....	52
<b>Tablo 4.9:</b> Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Puanlarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması .....	53
<b>Tablo 4.10:</b> Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Puanlarının Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması .....	54
<b>Tablo 4.11:</b> Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Puanlarının Yaş Gruplarına Göre Karşılaştırılması .....	54
<b>Tablo 4.12:</b> Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Puanlarının Aylık Gelire Göre Karşılaştırılması .....	55
<b>Tablo 4.13:</b> Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Puanlarının Adapazarı şehrinde İkamet Süresine Göre Karşılaştırılması .....	56
<b>Tablo 4.14:</b> Ankete Verilen Cevapların Yüzde, Frekans, Ortalama ve Standart Sapma Dağılımları .....	57

## ÖZET

### SAKARYA İLİ BAĞLAMINDA SOKAK LEZZETLERİNİN GASTRONOMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Sokak lezzetleri, çekiciliği ile dünyaca kabul görmüş, son yıllarda özellikle kentsel ortamlarda ilginin arttığı, tarihi çok eskilere dayanan bir olgudur. Ülke mutfaklarının kendine özgü olması yanında sokak lezzetleri açısından da farklılıkları bulunmaktadır. Bölgenin iklim şartları, tarım ürünlerinin çeşitliliği, demografik yapı, yerel kültürler ve alışkanlıklar yemek kültürünü etkileyen unsurlardan bazılarıdır. Sokak yemekleri de yemek kültürünün ayrılmaz bir parçasıdır. Bu çalışmanın yapılması ile tüketicilerin sokak lezzetleri tercihlerinin değerlendirilmesi ve konuyla ilgili bilgi birikimine katkı sağlanması, çeşitli etkenler yolu ile çeşitlenmiş mutfak kültürü ve bu kültür içinde yer alan sokak lezzetlerinin tüketici tercihlerinin ortaya konulması amaçlanmaktadır.

Çalışmaya Sakarya’da yaşayan toplam 338 ön lisans ve lisans öğrencisi katılmıştır. Elde edilen veriler istatistiksel açıdan incelenerek ve oluşturulan hipotezler test edilmiştir. Sokak yiyeceklerinin hijyen ve otantikliğine ilişkin algı puanları açısından cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermezken gıda kalitesi, hizmet kalitesi ve fiyat uygunluğu açısından cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Sokak yiyeceklerine yönelik algı puanlarının medeni durum, yaş grupları, aylık gelir ve ikamete göre anlamlı farklılık göstermediği bulunmuştur.

Oluşturulan hipotezler ve elde edilen bulgular doğrultusunda konuya dahil olan sokak satıcıları ve yerel yönetimlere ve ilerleyen zamanlarda bu konuyu araştıracak araştırmacılara önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** sokak lezzetleri, sokak yemekleri, gastronomik ürün, türk sokak yemekleri, gastronomi, sakarya sokak lezzetleri

## ABSTRACT

### EVALUATION OF STREET FLAVORS IN SAKARYA PROVINCE IN TERMS OF GASTRONOMY

Street food is a phenomenon, which its history dates back to ancient times, has been recognized worldwide with its attractiveness and its interest has increased especially in urban environments in recent years. In addition to being unique to cuisines of countries, there are also differences in terms of street flavors. The climatic conditions of the region, the diversity of agricultural products, demographic structure, local cultures and habits are some of the factors that affect the food culture. Street food is also an integral part of the food culture. With this study, it is aimed to evaluate the street taste preferences of the consumers and to contribute to the literature with the knowledge on the subject and also reveal the diversified culinary culture through various factors and the consumer preferences of the street flavors in this culture.

A total of 338 associate degree and undergraduate students living in Sakarya participated in the study. The obtained data were analyzed statistically and the hypotheses created were tested. It has been determined that while there is no significant difference according to gender in terms of the perception scores of the hygiene and authenticity of the street food, there is a significant difference according to the gender in terms of food quality, service quality and price appropriateness. It was found that perception scores for street food did not differ significantly according to marital status, age groups, monthly income and residence.

In line with the hypotheses created and the findings obtained, suggestions were made to the street vendors and local authorities involved in the subject and to the researchers who will investigate this issue in the future.

**Keywords:** *street flavors, street food, gastronomic product, turkish street food, gastronomy, sakarya street flavors*

## 1. GİRİŞ

Günümüzde özellikle şehir yaşamında insanların zaman kısıtının ve bir şeylere yetiştirme çabalarının yemek tüketimini ve alışkanlıklarını değiştirdiği dikkat çekmektedir. Sınırlı zaman, iş ve ev arasındaki mesafelerin uzaklığı, çalışma hayatındaki insan sayısının artışı, yemek yeme ihtiyacının ekonomik bir şekilde karşılanabileceği işletmelerin sayısının nispeten az olması gibi nedenler günümüzde dışarıda yemek yeme alışkanlıklarında artışa neden olmuştur (FAO, 2008; Dawson ve Canet, 1991). Bugün sokak yemekleri, her sınıf ve meslekte işçi için ucuz, yemeye hazır yiyeceklerin temel bir kaynağını sunarken, sokakta hazır yemek yapan ve satan kadın ve erkekler de kendilerine ve ailelerine önemli gelir sağlamaktadır. (Tinker, 1999).

Ülkelerin yiyecek içecek kültürünün bir parçası olan sokak yemekleri aynı zamanda tüketim alışkanlıklarıdır. Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde yeme-içme alışkanlıkları açısından da önem teşkil etmektedir. Türkiye’de yaygın bir şekilde tüketilen sokak yemekleri ülkenin hemen her şehrinde sunumu ve tüketimi kendine özgü şekillerde yapılmaktadır (Ballı, 2016).

Dünyada sokak lezzetlerine bakıldığında tarih boyunca her yerde varlığını sürdürdüğü görülmektedir. Yerel mutfak geleneğinin yapıtaşlarından birini oluşturan sokak lezzetleri ulusal kimliğin oluşmasında sanatsal, kültürel, teknolojik, ekonomik ve sosyal gelişmelerin etkisi ile gelişmekte olan ülkelerde fazlasıyla tüketimi söz konusudur (Tinker, 2003).

Sokak lezzetleri insanların bir araya geldiği her yerde, şehirlerde ve kasabalarda karşımıza çıkmaktadır. Satışları çoğunlukla garlar, plajlar, okul çevreleri, kaldırımlar gibi kalabalığın yoğun olduğu halka açık yerlerde tezgâh ve seyyar arabalar ile yapılırsa da (Steyn ve Labadarios, 2011) bu gıdaların bulunduğu yerler sadece sokaklar değil, aynı zamanda kapalı alanlardır. Bunların dışında karnavallar, fuarlar gibi eğlence alanlarında, otobüs ve tren istasyonlarında da çok çeşitli sokak lezzetlerine

rastlanabilir (Kraig ve Taylor Sen 2013). Bu bağlamda sokak lezzetlerinin her zaman şehir yaşamının ayrılmaz bir parçası olduğu söylenebilir.

Sokak lezzetleri hangi ülkede satılıyorsa o ülkenin ya da bölgenin yerel mutfağının özelliklerini taşımaktadır. Bu nedenle geleneksel ev yapımı ürünler sokak lezzetlerinin birçoğunu oluşturmaktadır. Bunun yanın da bazı sokak lezzetleri tüketici tercihlerine göre ekmek, bitkisel yağlar veya farklı soslar gibi farklı düzeylerde işlenmiş ürünlerle hazırlanıp ayran, meşrubat gibi içeceklerle servis edilmektedir. Sokak lezzetleri yöresel yemek alışkanlıkları adına çok değerli mutfak kültürü öğelerindedir. Kültürel ve sosyal miras ile olan bağlantısı, bir kültürün beslenme alışkanlıklarını yansıtması, besleyici olması, kolay ulaşılabilirliği ve düşük maliyeti sokak lezzetlerine olan talebi her geçen gün arttırmaktadır (Solunoğlu, 2018). Sokak yemeklerine ilginin artmasında televizyon programları, yemek kanalları, dergiler, web sayfaları, sosyal medya, festivaller, fuarlar ve yemek yazarlarının yayınlarının etkisi de yadsınamaz (İrigüler vd., 2016).

Sokaklarda satılan ürünler, tüketicilere uygun gıdaların üretilmesi, sokak lezzeti satıcılarının yeterince bilgi sahibi olarak üretim ve satış yapması ile gelir durumu düşük birçok kişi için evlerinin dışında sağlıklı, dengeli beslenebilecekleri bir beslenme şekli olacaktır (Bhowmik, 2005; Privitera ve Nesci, 2015).

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. Sokak Lezzetleri Kavramı

Sokak yemekleri kavramı ilk kez Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütünün Endonezya'nın Jakarta kentinde (1986), Asya'da Sokak Gıdaları ile ilgili olarak gerçekleştirdiği çalıştayda tanımlanmıştır (Solunoğlu, 2018). Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü sokak lezzetlerini sokaklarda ve sokak benzeri kamu alanlarının bir noktasında sabit ya da seyyar satıcılar vasıtası ile hazırlanılarak satılan, tüketime hazır yiyecekler ve içecekler şeklinde tanımını yapmıştır (FAO, 2008). Sokak lezzetleri büyük ölçüde halka açık yerlerde, tezgâhları ve arabaları kullanarak, kamusal ve özel alanı işgal eden satıcılar tarafından satılan ve çoğunlukla üretildiği yerde tüketilmesi amaçlanan, uygun fiyatlı ve hızlı yiyecek seçeneklerinden birisidir (Calloni 2013; Kraig ve Sen, 2013; Corvo, 2014). Sokak lezzetleri, yemek kültürünün önemli bileşenlerden biri olması yanında dünyanın birçok yerinde de çokça tercih edilen bir beslenme şeklidir. Dünya Sağlık Örgütü'ne (WHO) göre, sokak lezzetleri, sokaklarda ve benzeri kamusal alanlarda, satıcıların önceden ya da satış yerlerinde hazırladıkları yiyecekler ve içeceklerdir (WHO, 1996). Sokak lezzetleri, üreticiler veya satıcılar aracılığı ile yapılan çok emek gerekmeden anında veya sonrasında tüketilebilen sokaklarda satılan yiyecek-içecek şeklinde tanımlanabilir (Altunbağ, 2020). Sokak lezzetleri market ve restoran işletmeleri dışında kalan yiyecek ve içecek sağlayıcılarını da kapsamaktadır. İşlem görmüş ve pişirilmiş gıdalar, içecekler, atıştırmalıklar, meyveler gibi satıcı tezgâhlarında satılan tüm yiyecek ve içecekler sokak lezzetleri kapsamında değerlendirilebilmektedir (Karsavuran, 2018). Sokak lezzetleri genel olarak dışarıda açık tezgâh ya da el arabalarında, büfelerde satışa sunulan köfte, döner, börek, çörek kebab vb. şeklinde olmakla beraber bunun yanı sıra fast food terimine karşılık gelecek şekilde yiyecek türleri olarak da adlandırılmaktadır (Ballı, 2016).

Dünyada ve Türkiye'de üretilen sokak lezzetleri tüketim ve sunum şekli göre farklılıklar barındırıp ülkelerin coğrafi özellikleri, din, kültür gibi etkenler dahilinde değişim göstermektedir. Göçlerin de etkisiyle geçmişten günümüze sokak lezzet kültüründe çeşitlilik artmaktadır. Meksika'nın tacosu, Belize'nin deniz ürünleri,

Vietnam'ın şehriye çorbası, İtalya'nın pizzası, Singapur'un tavuğu, Tayland'ın körili tavuğu ve Fas'ın kebabı dünyadaki popüler sokak lezzetlerinden bazılarıdır (Abiş, 2019).

Sokak lezzetleri tüketim açısından ülkeler ve bölgeler arasında farklılıklara sahiptir. Farklı ülkelerde tüketilen bu sokak lezzetleri, özellikle Kuzey Amerika ülkelerinde, göçmen yiyecek satıcılarının getirdikleri yeni lezzetler sayesinde bölgeye çok sayıda turist çekmektedir (Choe ve Kim, 2018). Güneydoğu Asya ülkelerinden Tayland, Singapur ve Malezya'da sokak lezzetlerinin ülke ekonomisine fazlası ile katkı sağladığı bilinmektedir.

Buralardaki yönetici ve yetkililer, bölgesel karakterdeki sokak lezzetlerini turistik değer anlamında çekici bulmakta ve bu tür lezzetlerin bölge turizmine olumlu yönde etkisinin artırılması için ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda çeşitli çalışmalar yürütmektedirler. Sokak yemeklerinin bahsedilen bölgelerde yaşayan düşük ve orta gelirli yerel halkında günlük yemek ihtiyacının karşılanmasında da önemli bir yeri bulunmaktadır (Chavarria ve Phakdee-Auksorn, 2017). Yapılan bir araştırmaya göre; Bangkok (Tayland) bölge halkının %67'si evlerinde günde bir kez yemek pişirmekte ve her gün en azından bir veya iki öğün için sokak lezzetlerine yönelmektedir (Fellows ve Hilmi, 2011). Tayland'da bulunan restoran ve sokak lezzeti satıcıları hem yerel halkın hem de turistlerin kolay ulaşabileceği lokasyonlarda konumlanıp, önceden hazırlayıp paketledikleri yiyecekleri, iş çıkışı gelen aileler için tezgâhlarda hazır bulundurmaktadır (Patcheep, 2011). Sokak lezzetleri, kültürel kimliği yansıtan otantik yiyecekler sunmak açısından “yerel malzemeler ile etik ve çevreye duyarlı iş uygulamalarına dayanmaktadır (Corvo, 2014).

Birçok toplumda dışarıda yapılan yiyecekler insanlar için bir motivasyon unsurudur. Örneğin; İstanbul Unkapanı'nda pilav, Eminönü'nde balık ekmek, Sultanahmet'te köfte yeme motivasyonu bireyleri harekete geçirebilmektedir.

Fiyat uygunluğu ve doyuruculuk, sokak lezzetlerini vazgeçilmez kılan iki önemli unsurdur. Az gelişmiş ülke insanların günlük beslenme alışkanlıklarında özellikle sokak lezzetlerinin önemi çok fazladır. Türkiye'de sokak lezzetlerine ilgi Osmanlı dönemine kadar uzanmaktadır.



Artık ayakta atıştırma, bir kültür haline gelmiştir ve bu davranış genellikle operatif yenilen, içilen sokak lezzetlerinin tüketiminde karşımıza çıkmaktadır. Sokak lezzetleri, yeme-içme yerlerinin az olduğu dönemlerde dahi ev dışında sosyalleşmek ve doyma eylemini gerçekleştirebilmek amacı ile tercih edilmektedir (Ballı, 2016).

Geçmişten günümüze gelişmekte olan ülkelerin sokak lezzetleri tercihindeki faktörler şunlardır:

- Kısıtlı maddi imkanlar karşısında uygun fiyat,
- Yoksul veya zengin sınıf ayrımı,
- Eğitim imkânı olmayanlar için iş fırsatı,
- Mavi yakalı sınıfının tercih etmesi,

Diğer yandan günümüz gelişmiş ülkelerin sokak lezzetleri tercihinde rol oynayan faktörler ise şöyle sıralanabilir:

- Yoğun çalışma temposuna uygun yemekler,
- Sınıf ayrımı olmaksızın tüketim tercihi,
- Gastronomi, aşçılık gibi yiyecek, içecek mezunlarının sayısının artması ve iş imkânı sağlaması,
- Mutfak kültürünün gelişimine katkı sağlaması,
- Cazip, ilgi çeken ve süslü seyyar araçlar, farklı sunum fırsatları (Aydın, 2020).

## **2.2. Sokak Lezzetlerinin Tarihçesi**

Sokak yemeklerinin kökenleri, ilk insanların halk pazarı yerleşimlerine kadar uzanır. Eski Mezopotamya'da, satıcıların, insanların balık ve kuru hurma satın alabilecekleri ilkel pazarlarda portatif stantlar kurdukları bilinmektedir (Kraig ve Taylor, 2013). Benzer şekilde, Larcher ve Camerer (2015), sokaklarda yiyecek tüketiminin, Yunan ve Roma zamanlarına kadar uzanan ve eski Mısır'da da bulunan kökenlere sahip olduğunu doğrulamaktadır. Sokak yemeği uygulamasının bir örneği olarak ve bazı batılı yemek gözlemcileri tarafından yemek kültürüyle ilişkili yeni bir fenomen olduğu düşünülen yemek kamyonu bile, uzun bir tarihsel geçmişe sahiptir.

Tarihi eski çağlara dayanan sokak lezzetleri 'sokak yemeği' olarak da anılmakta olup, bu lezzetlerin kökeni bazı kaynaklara göre Antik Yunan'a kadar dayanmaktadır. O dönemde küçük kızarmış balıkların, sosislerin sokak yemeği olarak tüketildiği Pompei kazıları ile de kanıtlanmıştır (Kargiglioğlu, 2019). Yapılan kazılarda M.S.

59'da keşfedilen bir resimde gladyatör oyunlarına katılanların tasviri yapılmış olup, amfi tiyatro etrafında sokak satıcıları ve gıda satış alanlarının olduğu görülmektedir. Zaman içinde resim tahrip olunca satışı yapılan gıda ürünlerinin neler olduğu anlaşılamamıştır. Amfi tiyatro çevresinin kazılarında gıda satıcı tezgâhlarının yerlerinin belirlenmesi adına yapılmış olan işaret ve yer izleri ise günümüze kadar ulaşmıştır (Holleran, 2016).

Antik Roma'da sokak lezzetleri kentin yoksul insanları tarafından yaygın olarak tüketilmiştir. Bunun yanında Romalılar gladyatör savaşlarını izlemek için gittikleri Colloseum'da karşılaşmalar öncesinde hem kim kazanır diye bahis oynarken hem de köleleriyle beraber hamamlara giderler ve arınma sonrası kızartılmış balık ile sosis gibi sokak yemeklerini bolca tüketmişlerdir (Kargiglioğlu, 2019).

Antik Çin'de sokak yemekleri genellikle fakirlerin tercihi olmuştur. Zenginler ise prestijlerine uygun bulmadıklarından bu tür yiyecekleri hizmetkarlarına satın alarak evlerinde tüketmeyi tercih etmişlerdir. Mısır'dan Lübnan'a kadar uzanan Doğu Akdeniz coğrafyası kıyı şehirlerinde sıklıkla tüketilen balık türlerinden şiş kebab veya ızgara gibi çeşitler de sokak yemeklerinden bazılarıdır. Floransalı gezgin Leonardo di Niccolo Fresco-Baldi tarafından 1384'te yazılmış olan "Viaggia" adlı eserde Kahire'ye ziyarete gelen turistler için konaklama ihtiyaçlarını karşılayabilecek han vb. yapıların olmadığından bahsedilmektedir. Bu dönemde insanlar sokak satıcılarından alınan kebab, kızartılmış sebze ve pilav gibi yiyecekleri yanlarında taşıdıkları piknik örtüleri üzerinde tüketmişlerdir. Adı geçen eserde, sokak yemekleri sonucu oluşabilecek hastalıkları önlemek için yapılan denetimlere de değinilmektedir (Snodgrass, 2004).

Kuzey Amerika kıtasında sokak satıcılarının varlığı 17. yy 'a kadar uzanırken, 18. ve 19. yüzyıllarda kek, meyve, kabuklu yemiş ve şekerleme gibi çeşitliliğin arttığı görülmüştür (İrigüler vd., 2016). Sokak lezzetleri küresel anlamda yaşanan göçler, savaşlar ve mübadeleler sonucunda Orta Çağ'dan günümüze kadar geniş bir coğrafyaya yayılmıştır. Bazı toplumlar göç ile kültürlerine ait bu lezzetleri ve köklerinin korunmasına gayret ederken bazen de çeşitli değişikliklere uğramalarını engelleyememişlerdir.

Sokak yemekleri, Türk toplumunda tarih boyunca tercih edilen bir beslenme şekli olmuştur. Dışarıda yemek yeme alışkanlığının yaygınlaşmadığı dönemlerde halkın öncelikli tercihinin sokak yemekleri olduğu dikkat çekmektedir (Özden, 2015).

Türk toplumunda sokak lezzetleri Osmanlı dönemi yiyecek ve içecek kültüründe yer almaktadır. Evliya Çelebi Seyahatnamesi birinci cildinde sokak satıcılarına gezici esnaf denilmekte olup renkli dış görünüşleri ve kendilerine has bağrıışları ile kolayca tanıdıkları ifade edilmektedir. Henüz restoran kültürünün oluşmadığı bu dönemde, insanlar dışarıda sosyalleşme adına ya da çalışma zamanlarında sokak lezzetlerini tercih etmişlerdir. İstanbul’da Veliefendi, Çırpıcı Çayırı ve Kâğıthane gibi yerlerde düzenlenen şenlikler, düğünler ve orduların sefere çıkmadan önce gösterilerin yapıldığı yerlerde ciğer, şerbet ve macun satıcıları insanların yemek ihtiyacını karşılamak adına hizmet vermiştir (İrigüler ve Öztürk, 2016; İrigüler vd., 2016; Aydın, 2020).

Sokak lezzetleri ilk kez Sultan II. Beyazıt döneminde incelenerek tarihte yer alması sağlanmıştır. Osmanlı devleti 1502 yılında sokak yemekleri konusunda düzenlemelerin yapıldığı ilk devlettir. Osmanlı döneminde bilinen sokak lezzetleri arasında bitkisel şeker macunları, pilav, şerbet, muhallebi, boza, çeşitli ekmekler, börek, simit, balık ve ciğer sayılabilir. Genellikle belirli kökten gelen kişiler tarafından satılan bu sokak lezzetlerine örnek olarak böreği Safranbolulu satıcılar, seyyar ekmekleri Ermeniler, ciğer Arnavut satıcıların sattıkları görülmektedir. Rönesans döneminde ise kuzu ve kavrulmuş tavuk gibi sıcak etler çok sayıda sokak yemekleri satıcısı tarafından satıldığı bilinmektedir (İrigüler vd., 2016; Aydın, 2020; Bozkurt, 2021).

İstanbul’a imzasını atan Abdullah Efendi Lokantası, Lezzet Lokantası sonradan adı önce “Konya Lezzet Lokantası” ve ardından “Konyalı” lokantası, Borsa Lokantası, Pera Palas ve Tokatlıyan gibi lüks otel restoranları, Liman Lokantası, Yanyah Fehmi Lokantası, Kanaat Lokantası 1950’lili yıllara doğru ekonomik hayatın bütün canlılığını sürdürdüğü Galata Köprüsünün her iki tarafında birbiri ardına açılan ızgaracılar, köfteciler, börekçiler, simitçiler, tostçular, sandviççiler, lahmacuncular, balık-ekmekçilerin sunduğu nispeten basit ve ucuz yiyeceklerle değişmeye başlar. Ayaküstü, hızlı bir şekilde tüketilebilen, bir kısmı yeni bu yiyecekler giderek

geleneksel tencere yemeklerinin yerini alırken damak tadındaki değişmelerin habercisi olmuştur (Eksen, 2008).

Osmanlı'dan bugüne miras kalan kıymetli bir şifa kaynağı olarak da kabul edilen Şerbetler, Osmanlı'dan günümüze varlığı devam eden boza, modern seyyar minibüslerde satılan kahve çeşitleri, çok eski gelenekselliğın temsilcisi olan turşu suyunun bardaklarla satıldığı turşular, kış günlerinin vazgeçilmez alternatifi salep en fazla tercih edilen sokak lezzetleridir. Tatlı olarak en çok tercih edilenler içinde ise; Alibeyköy tulumba tatlısı, Beşiktaş'ta irmik helvası, Gülhane'de Osmanlı macunu, Osmanlı lokmasıdır. Bunların dışında bazı sokak lezzetleri şu şekilde sıralanabilir:

- Lakerda, midye tava, balık ekmek, midye dolma gibi deniz ürünleri,
- Islak hamburger, kelle söğüş, uykuluk, içli köfte, Arnavut ciğeri gibi hayvansal kaynaklı ürünler,
- Çıtır simit, Sarıyer böreği, nohut dürüm, topik, gibi hamur işleri
- Kuru fasulye, kumpir, Kanlıca yoğurdu, tavuklu-nohutlu pilav, tekerlek üstü kahvaltılıklar gibi yiyecekler,
- Salep, turşu suyu, boza, kahve, şerbetler gibi içecekler
- Tulumba tatlısı, Osmanlı lokması, irmik helvası, Osmanlı macuncuları gibi tatlılar,
- Çağla, badem, can erik, Frenk yemişi, Çengelköy salatalığı gibi meyveler (Demir vd., 2018).

Pek çok ülkede ve Türkiye'de sokak lezzetleri gündelik hayatın bir parçasıdır. Kentlerin önemli bir beslenme şekli olan sokak lezzetleri sosyal ve ekonomik hayatı etkileme yanında günümüzde de etkileri hissedilmektedir. Osmanlı döneminde Anadolu'nun farklı yerlerinden gelen bekar erkeklerin para kazanabilmesi için sokaklarda satılan yiyecekler, içecekler kazanç kapısı olmuştur. Sokak lezzetleri satıcıları ürün satışları esnasında söyledikleri mâniler ve ezgiler sayesinde alıcılara çok daha cazip gelerek ürünlerine olan talepleri arttırmışlardır (Kurt, 2018).

Yiyecek-içecek işletmelerinin kurulması ile zengin kesimin sokak lezzetleri tüketimine ilgisi azalsa da bu tür lezzetler düşük gelirli insanlar tarafından tercih edilmeye devam etmektedir. Hatta günümüzde fastfood beslenme fazlası ile yaygınlaşsa da sokak lezzetlerine olan ilgi fazlası ile tercih edilmektedir (Solunoğlu, 2018).

### 2.3. Sokak Lezzetlerinin Gastronomideki Önemi

Temel yeme-içme ihtiyaç faaliyetleri dışında kalan belli niteliklere sahip yiyeceklerin tadım, satın alma arzusu, gıda mağaza ziyaretleri ve yiyeceklerle ilgili organizasyonlara katılma amacı taşıyan turizm şekline gastronomi turizmi denilmektedir. Yöresel mutfakların, sokak lezzetlerinin gelişmesine katkı sağlamasının tüm dünyada popüler olmasıyla, farklı lezzetleri yerinde deneyimlemek isteyen turistlerin buldukları yerlerden başka yerlere seyahat etme motivasyonları, diğer bir ifade ile gastronomi turizmi, günümüzde turizmin tercih edilen şekillerinden biri haline gelmiştir (Sami, 2019).

İstanbul, tarihi ve değerli yapıları yanında sokak lezzetleriyle de turistlerin ilgi odağı olan bir şehirdir. Birçok lezzet için İstanbul'u tercih eden gastro turistlerle birlikte gezmek ve görmek için gelen turistler de bu lezzetlerden etkilenip çoğunun tekrar ziyaret planı yaptığı bilinmektedir. Turizmin bu türünün İstanbul'a ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda önemli katkıları olmaktadır.

Kültür turistleri olarak da anılan gastro turistler, restoranların yanında sokak satıcıları tarafından sunulan yiyecek ve içecek kültürünü de her detayı ile öğrenmeyi ve deneyimlemeyi tercih etmektedirler. Yeme-içme deneyimi içinde olmak isteyenler açısından sokak lezzetleri bulunmaz fırsatlar sunar ve bu deneyimi yaşamak isteyen gastro turistler sokak satıcılarına uğramadan ülkelerine dönmeyi tercih etmezler (Sarışık, 2019).

Sınırlı ekipman ve malzeme ile hazırlanan sokak yemekleri özellikle, kolayca bulunabilme, kira gideri olmaması, uygun fiyat, düşük sermaye ile iş kurulabilmesi, yaya trafiğinin yoğun olduğu yerlerde yapıldığından reklama ihtiyaç duyulmaması, yerel üreticiden günlük taze malzeme ile sürdürülebilirliğin sağlanması, samimi bir atmosfer sunması, ürün çeşitliliği ve besleyicilik, esnek çalışma saatleri, kadın istihdamına imkan tanıma (özellikle uzak doğu-Afrika-Güney Amerika ülkeleri) gibi özelliklerden dolayı tercih edilmektedir (Solunoğlu ve Nazik, 2018).

Diğer yandan sokak yemeklerinin gıda güvenliğinde standart olmaması, kısıtlı kaynak (su-elektrik) kullanımı, hijyen koşullarının yetersizliği, atık yönetimi eksikliği ve çevresel kirlilik, gıda kaynaklı hastalık ve zehirlenme riskleri, kayıt dışı kazanç ve takip zorluğu, kontrol mekanizması ve yasal yaptırım eksiklikleri konusunda yerel

yönetimlerin sınırları belirleme noktasındaki yetersizlikleri gibi dezavantajlarının bulunduğu altının çizilesi de önemlidir (Maviş, 2003).

#### **2.4. Sokak Yemeklerinin Gastronomi Turizmine Etkisi**

Alternatif turizm türleri içerisinde yer alan ve son yıllarda büyük değer kazanan gastronomi turizmine yönelik olarak ülkelerin kendi öz kültürlerini, kimliklerini yansıtmak üzere lezzetlerin ortaya çıkarılması için birbirleri ile yarıştıkları görülmektedir. Literatürde geçen mutfak, gastronomi veya yemek turizmi olarak isimlendirilen turizmin bu türü yalnızca yöresel yemekleri değil, yörenin yiyecek-içecekleri, yapımları, yapımında kullanılan ekipman, gelenekler, sunuş şekilleri ile ait olduğu topluluğa ait kültür öğelerini de kapsamaktadır (Maviş, 2003).

Gastronomi turizmi, turizmin tüm yıla yayılmasına katkı sağlayan, yemek kültürü ve otantik lezzetleri her hava koşulunda deneyimlemeye imkân sunan bir turizm türüdür (Çalışkan, 2013). Yerel halkın kalkınmasında ve destinasyon imajında gastronomi turizmi, deniz-güneş-kum tatili dışında arayışı olanlar için önemli bir çekicilik unsurudur (İrigüler ve Güler, 2015). Küreselleşen damak tadına sebep olan pek çok zincir restoran ve fastfood işletmelere alternatif olarak çıkan sokak yemekleri, ekosistem üzerine olumlu etki yaratan bir olgu, girişimcilik türü ve bir sosyalleşme aracı olarak da görülmektedir. Bir turist için Palermo’da “panelle”, Berlin’de “sauerkraut”, New York sokaklarında “hot dog” İstanbul’da “lahmacun” yemek, bir çekim unsuru olmasının yanı sıra, yerel mutfaklar hakkında farkındalık sağlamaktadır. Ayrıca bu tür deneyimlerin turistlerin tatil yaparken haz almasında da önemli katkıları bulunmaktadır (Privitera ve Nesci, 2015). Mutfak kültürünün köklü yapısı, zengin çeşitlilik, korunan geleneksel tarifler, bir ülkeyi, bölgeyi veya şehri çekici kılan gastronomik özellikler arasındadır (Yüncü, 2010). Birçok turist belirli destinasyonları, yerel yiyeceklerin tadımını yapmak, gastronomik olarak bir bölgenin yeme-içme kültürünü yerinde görmek ve deneyimlemek için ziyaret etmektedir.

Tarım ve hayvancılık sektörlerinin ağırlık kazanması bakımından değerlendirildiğinde, gastronomi turizminin yerel halka önemli kazanımlar sağladığı söylenebilir. Çünkü, yerel mutfaklara olan ilginin artması, bölgesel tarım ürünlerine talebi arttırarak yerel halkın gelirinin artmasına olanak sağlamaktadır (Yüncü, 2010). Diğer yandan sokak gıda satış noktaları, yerel pazarlardan elde edilen taze ürünlerin kullanılmasıyla yerel çiftçileri de desteklemektedir (Corvo, 2014).

Yerel nitelik taşıyan ürünlerin; bölge kalkınmasında, yeni iş fırsatları oluşturmada, (Alonso ve Liu, 2011), yöre de yaşayan insanların sosyo-ekonomik gelişimlerinde, doğal ve geleneksel yapının korunulması gibi katkılardan bahsedilebilir. Coğrafi işaretlerde yöresel ürünlerin ait olduğu yere ve ürünlere değer katmayı sağlayan işaretlerdir (Suna ve Uçuk, 2018). Coğrafi işaretler sayesinde ürün kalitesinin korunması yanında yetiştirilen yöre adı ile markalaşarak tanınan ürünlerin tüketicilerce çok daha fazla tercih edildiğini ve çekim unsuru olduğunu görmekteyiz. (Hazarhun ve Tepeci, 2018).

Coğrafi işaret mahreç ve menşe işaret olarak ikiye ayrılmaktadır. Tüm üretimden bitimine kadar ki süreç boyunca bütün işlemler, ilgili coğrafi alanda gerçekleştiriliyorsa buna menşe işaret adı verilirken, ürünün üretiminde sadece birinin dahi ilgili coğrafi alanda veya ilgili coğrafi alan sınırları dışında da gerçekleştirilmesine ise mahreç işareti adı verilmektedir (Taş ve Taş, 2017).

## **2.5. Sokak Lezzetleri Alanında Yapılan Girişim, Etkinlik ve Uygulamalar**

Gastronomi içerikli kongreler, festivaller, fuarlar gibi tanıtıcı etkinlikler yerel mutfak kökenli sokak yemeklerini ön plana çıkarırken, yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekmede de kullanılan tanıtıcı araçlardandır (Kowalczyk, 2014).

Dünyanın pek çok ülkesinde, sokak yemekleri sektörü korunmaya yönelik çeşitli stratejiler belirlenmekte ve hayata geçirilmektedir. Sokak yemeklerinin ekonomik önemi, tanınmasının sağlanması, korunması ve tanıtılması için farklı çalışmalar yapılmaktadır. Bunlardan bazı örnekler aşağıda belirtilmiştir (İrigüler vd., 2016).

Toronto a la Cart Projesi: Sokak satıcıları için standardizasyon düzenlemeleri, etnik çeşitliliği olan besleyici menüler sunan seyyar satıcıların faaliyetinin sağlanması ile ilgilidir.

Los Angeles (LA) Sokak Yemekleri Festivali: Ödüllü şef, restoran, sokak satıcıları ve yemek severlerin bir araya getiren bir organizasyondur.

Gourmet Food Truck Hareketi: Eğitimli şeflerin ekonomik koşulların zorlukları sebebiyle restoranlarını kapatması sonrası gurme menülerin, uygun fiyata yemek kamyonları ile sunulmasını kapsar.

British Sokak Yemekleri Hareketi ve Festivali: En iyi yemeğin sadece Michelin yıldızlı restoranlarda değil sokaklarda da olabileceğinin gösterilmesi amacını taşır.

New York Vendy Ödülleri: Sokak yemeklerinin konusunda farkındalık oluşturulması amacıyla verilir.

Singapur Dünya Sokak Yemekleri Kongresi: Ünlü isimler, profesyoneller, yöneticiler ve yemek yazarları gibi sektörün farklı kulvarlarından çalışanların katılımının sağlandığı bir organizasyondur.

Michelin Guide ve Sokak Yemekleri: Dünyanın en iyi restoran rehberi olan Hong Kong Macau rehberine, sokak yemekleri 2016 yılında ayrı bir kategori olarak eklenmiştir.

Street Food Square Association: Üniversite, araştırma merkezleri ile iş birliği yaparak sokak yemeklerinin tarihçesi, besin ve ekonomik değerleri gibi konularda incelemeler yapmaktadır.

## **2.6. Sokak Lezzetleri Satıcıları**

Genel olarak dışarıda satışının yapıldığı herhangi yiyeceğin-içeceğin sokakta gezilerek ya da belli başlı köşelerde araba, tezgâh, açık dükkân vb. yerlerde sunumunu yaparak tüketicilere sokak lezzetlerinin satışlarını yapan kişilere “sokak lezzeti satıcıları” denmektedir.

Sokak lezzetleri satıcıları bu lezzetlerin hem koruyucusu hem de onları geçmişten geleceğe taşıyacak kişilerdir. Sokak lezzeti satıcıları, sokak lezzetlerinin üretimini ve satışını yapan, geleneksel yiyecekleri sürdürebilmesine katkı sağlayan kişilerdir. Toplumların yemek yeme alışkanlıkları, o toplumun coğrafyası, sosyal, kültürel özellikleriyle doğrudan ilişkili olduğundan her milletin, kendine özgü yemek çeşitleri ve servis şekli bulunmaktadır. Günümüzde sokak lezzetlerinin hazırlanma koşulları ve saklanma ortamları, satın alan bireyleri ne kadar düşündürse de sokak lezzeti satıcılarının ekonomik açıdan turizme katkısı yadsınamaz (Dönmez Polat ve Gezen, 2017). Sokak satışları yerel ekonomik kalkınma açısından olduğu kadar, bir şehrin kültürel ve sosyal kimliğini sembolize ettikleri için de değerlidirler (Pill, 2014).

Kentlerde yaşayan insanlar yanında ziyaret ya da yeme-içme amacı için gelen turistler genellikle sokak lezzetlerini tercih etmektedirler ve bunda da sokak satıcıları



aktif rol oynamaktadır. Sokak satıcıları insanların dikkatlerini kıyafetleri, tezgâh sunumları, söyledikleri mâniler ve naralarıyla dikkat çekerek insanların ürünlerine ilgi göstermelerini sağlamaktadırlar. Ayrıca sokak lezzeti satıcıları ile tüketiciler arasında kurulan güven duygusu da tüketicilerin sokak lezzetleri tercihlerini artırmaktadır. Birçok insan sokakta parasız gezerken dahi ödemeyi daha sonra yapacağını söyleyerek rahatlıkla bu tür satıcılardan yiyecek-içecek alıp tüketebilmektedirler (Kurt, 2018). Sokak satıcıları ile ilgili olarak gerçekleştirilen bazı araştırmalara göre, kazanılan ücretin azlığı, olumsuz fiziksel şartlar, mevsimsel zorluklar, uzun çalışma saatlerinin getirdiği stres, zabıtalara yaşanan sorunlar en sık belirtilen olumsuzluklardan bazılarıdır (Bayraktar ve Zencir, 2019).

## **2.7. Sokak Lezzeti Satışlarında Kullanılan Ekipmanlar**

Sokak lezzetleri üretici ve/veya satıcıların kullandıkları servis araçları zaman içerisinde bir değişim geçirmiştir. Günümüzde sokak yemeklerinin servisinde çoğunlukla ekonomik değeri nispeten düşük olan kullan-at şeklindeki ekipmanlar tercih edilmektedir. Ürünleri sokakta satmak amacı ile gerekli araç ve gereçler (plastik çatal ve bıçak, kâğıt tabak, karton bardak vb.) bu üreticilerin olmazsa olmazlarıdır. Bunun yanı sıra bir de sunum için daha maliyetli malzeme kullanan ve ürünlerini yaptıkları sunumlarla da farklılaştırarak müşteriye daha yüksek fiyattan sunan sokak satıcılarına rastlamak da mümkündür. Günümüzde kullanılan seyyar araçlar ve bazı ekipmanlarla ilgili bilgilere aşağıda kısaca değinilmiştir.

### **2.7.1. Tepsiler**

Tahta ve alüminyum tepsiler kolay taşınabildikleri ve kolay açılabilen ayaklar üzerinde rahatlıkla kullanılabildikleri için sokak servislerinde sıklıkla tercih edilmektedir. Genel olarak tepsilerin simit, poğaçaya, hamur ürünleri, midye dolma gibi ürünlerin satışında kullanıldıkları görülmektedir (Girgin, 2019).

### **2.7.2. Seyyar el arabaları**

Genel olarak üç veya dört ayaklı çeşitleri olan bu seyyar araçlar, camekânlı veya üstü açık şekilde olup günümüzde de çeşitli sokak lezzet sunumlarında sıklıkla tercih edilmektedir. Klasik dört tekerlekli arabalar, simit arabaları olarak da kullanılmaktadır. Simit yanında peynir ve çeşitleri ile açma, poğaçaya satışı çoğu sokaktaki simit satıcısı arabasında görülmektedir. Kestane ve mısır arabaları da simit

arabaları gibi dört tekerlekli olup közde veya haşlama şeklinde o an yapıp tüketiciye servis edilmektedir. Üç tekerlekli, camekanlı araçlarda genel olarak şerbetli tatlılardan; tulumba, şambali, halka tatlılarının satışı yapılmaktadır. Gözleme, köfte ekmek, sucuk ekmek ve balık ekmek tarzı sıcak ekmek arası ürünlerin servisinde de üç tekerlekli, ızgaralı ya da saç olan üstü açık arabaların kullanıldığı görülmektedir (Mutfak Ekipmanları, 2020).

### **2.7.3. Kokoreç arabaları**

Genel olarak üç tekerlekli olan kokoreç arabalarında, kömürle pişirme işlemi yapılmaktadır. Bu tür arabaların altındaki özel hazne sayesinde kömür kullanılabilen ve bağırsak metal şişlere dolanarak çelik ızgarada pişirilmektedir. Kokoreç arabalarında doğrama tahtası içinde bir yer mevcut olup bu alan ekmek, domates gibi malzemelerin doğranmasında kullanılabilir (Girgin, 2019).

### **2.7.4. Pilav arabaları**

Pilav satışları için alttan ısı alan su hazneli seyyar olarak kullanılabilen camekanlı arabalar kullanılmaktadır. Bu arabalar genel olarak altta tüpü olan ve benmari yöntemiyle pilavı ısıtan, üst saçta da pilavı taze ve nemli tutan arabalardır. Pilav bir sokak lezzeti olduğunda genellikle ayrı bir kapta duran nohut ve ekstra tavukla birlikte isteğe göre ketçap ve baharatlarla tüketiciye sunulmaktadır (Mutfak Ekipmanları, 2020).

### **2.7.5. Sabit ekipmanlar**

Genel anlamda sabit tezgahlar, büfe benzeri küçük alanları andırmaktadır. Bu tarz sabit tezgâhların cadde başlarında, sokak aralarında görülebilir. Bu tip küçük işletmeler, bir tost makinası ya da sandviç tezgâhı bulundururlar ve taze sıkma meyve suyu yanında sosisli, tost, soğuk sandviç, patates kızartması gibi ürünlerin satışlarını yapmaktadırlar (Girgin, 2019).

## **2.8. Dünyada Sokak Lezzetleri**

Sokak yemekleri dünyanın birçok ülkesinde oldukça popüler ve yaygındır. Bir araştırma sonucuna göre dünyada her gün sokak yemekleri tüketen 2,5 milyar insanın 35 milyonu İtalyan'dır. İtalya'da tüketilen sokak yemeklerinin %45'i yerel kaynaklı

sokak yemekleri iken %24'ü ise uluslararası kaynaklı sokak yemeklerinden meydana gelmektedir. Sokak yemekleri ile ilgili olarak İtalya Sokak Yemekleri Birliği; beslenme ilkelerine ve sağlığa uygunluk, yerel malzeme kullanılması, doğaya saygı, çevreye ve geleneğe gibi bazı değerlere uygunluğu vurgulamakta ve sokak lezzeti satıcılarına bazı önerilerde bulunmaktadır (Privitera ve Nesci 2015).

Küresel gıda sistemi bağlamında, sokak yemeklerinin önemli bir yeri vardır. Bunlar ekonomik, kültürel ve mekânsal etkilere sahiptir. Birçok kişi için sokak yemekleri ana besin kaynağıdır (Kraig ve Taylor Sen (2013). Sokak yemekleri bir zamanlar özellikle gelişmekte olan ulusların beslenme şekli iken günümüzde gelişmiş ülkelerden ve özellikle Kuzey Amerika'dan, sokak lezzetlerine olan talep önemli ölçüde artmıştır (Newman ve Burnett 2013). Tüketicilerin ucuz sokak yemeklerine yönelik ilgisi ve göçmen gıda satıcılarının girişimci inisiyatiflerinin bir sonucu olan bu durumu Donald ve Blay-Palmer (2006) “kentsel yaratıcı-gıda ekonomisi” olarak adlandırmaktadır.

Turizmde devam eden rekabet sonucunda ülkeler kendi bölgelerine turist çekebilmek amacıyla sokak yemeklerini bir araç olarak kullanmaya başlamışlardır. Bu kapsamda Uzakdoğu ülkelerinden Tayland, Çin gibi ülkeler sokak yemeklerinin tanıtılması için birçok faaliyet düzenlemektedir. Uzakdoğu ve az gelişmiş ülkelerin yanı sıra batıdaki gelişmiş ülkelerde de sokak yemekleri tüketimine gösterilen ilgiyi görmek mümkündür. Yerel ve organik tatlara yönelim yanında sokak yemeklerine olan ilginin Londra ve Las Vegas gibi şehirlerde de arttığı görülmektedir. Turist çekebilmek adına bu şehirlerde de birçok sokak yemeği etkinliği düzenlenmektedir (Buted ve Ylagan 2014, Aktaran: Ballı 2016). Toronto ve Los Angeles'ta yapılan bir araştırmaya göre sokak yemeklerinin büyük çoğunluğunun fastfood türünde yemeklerden oluşmaktadır. Sokak yemeklerinin fastfood türü yemeklerden farklı tarafı ise kullanılan ekipmanlar ve menülerde göze çarpmaktadır. Aynı zamanda bu çalışmada Toronto ve Los Angeles arasındaki sokak yemeklerinin farklılıklardan bahsedilmekte, Toronto sokak yemeklerinin cheese burger, hamburger, hot dog gibi bilinen fastfood türü yiyeceklerden oluştuğu, Los Angeles sokak yemeklerinin ise daha çok İspanyol mutfağının yansımalarını taşıdığı aktarılmaktadır (Gönülgül ve Durlu-Özkaya, 2017).

Sokak lezzetleri ile ilgili dünya genelinde yapılan araştırmalara göre en bilinen sokak yemeklerinden bazıları şu şekilde sıralanabilir (Rough-Guides, 2017). Jerk

usulü tavuk-Jamaika, ceviche-Peru, chilli crab-Singapur, taamiya-Mısır, arepas-Kolombiya, basko-Endonezya, halo-halo-Filipinler, gelato-İtalya, bunny chow-Güney Afrika, pierogi-Polonya, simit-Türkiye, puled Pork-ABD, bahn mi-Vietnam, buble tea-Tayvan, poutine-Kanada, xiao long bao-Çin, tostados-Meksika, gimbap-Güney Kore, bel puri-Hindistan ve churros-İspanya (İrigüler vd., 2016).

## 2.9. Türkiye’de Sokak Lezzetleri

Coğrafi konum, iklim, göçler ve mübadeleler, medeniyetlerin beşiği Anadolu’nun, ev sahipliği yapmış olduğu uygarlıklardan Osmanlıya kadar, zengin bir mutfak kültürünün oluşumunu katkı sağlamıştır. Türkler, Rumlar, Levantenler, Boşnaklar, yapılan mübadele sonucunda Batı Trakya’dan göç ile gelenler, Arnavut ve Arap mutfak kültürlerinin de etkileşimi ile kültürlerinin sentezlenmesi sonucu Türk mutfağı zenginleşmiştir. Söz konusu zenginlik ülke sokak lezzetlerine de yansımış ve birbirinden farklı mutfak kültürlerini içeren farklı lezzetlerin sokaklarda satılmasına ön ayak olmuştur (Yıldız, 2020; Kraig ve Sen, 2013; İrigüler ve Öztürk, 2016).

Türkiye’deki sokak lezzetlerinin, mevsimsel özellikler, kendine özgü dokusu, coğrafi konumu, tarihi birikimi yanında geçmişten günümüze zenginleşen, değişen zengin çeşitlilikteki sokak lezzetlerine her yerde rastlamak mümkündür. Midye, kokoreç, döner, boza, ıslak hamburger ve balık ekmek çok bilinen sokak lezzetlerinden bazılarıdır. Bu zenginlik, bölgelerin kendilerine has kültürel farklılıklarından kaynaklanmaktadır (Demir vd., 2018). Türkiye’de restoranlarda ve kapalı mekanlarda yemek yeme-içme kültürü oldukça gelişmiş olsa da sokak lezzetleri Türk yeme-içme kültürünün önemli bir parçasıdır.

Steyn ve Labadarios (2011) sokak yemeklerini dört ana kategoride incelemektedir. Bunlar; yemekler, atıştırmalıklar, içecekler ve meyvelerdir. Dünya Sağlık Örgütü’nün sokak lezzetleri sınıflandırılmasında ise hazırlanan yer dikkate alınmakta, sokak lezzetleri geleneksel atölyelerde veya küçük ölçekli işletmelerde, evlerde, pazar yerlerinde ve sokaklarda hazırlanan yiyecekler şeklinde sınıflandırılmaktadır (Karsavuran, 2018).

Türkiye geneli incelendiğinde her ilde karşılaşılabilecek sokak lezzetleri genel olarak aşağıdaki gibidir.

### **2.9.1. Tuzlular, unlu mamuller ve ekmek arası servis edilenler**

Büyük kentlerde çalışma hayatı içinde yemek için ayrılan sürenin azlığı, bireyleri sokak lezzetlerine özellikle kahvaltıda poğaçaya, börek ve unlu mamullere yöneltmektedir. Çiğ börek, kol böreği, pideler, kır pidesi, poğaçaya, açma, çörekler, katmerler gibi her ilde farklı şekillerde yapılmakta olan sokak lezzetleri günlük hayatta yaygın olarak tüketilmektedir (Şimşek, 2018).

#### **2.9.1.1. Simit**

Kökeni Osmanlı dönemine uzanan Evliya Çelebi'nin 'araba tekerliği kadar' diye ifade ettiği simit, ilk zamanlar oldukça büyük ebatlarda yapılmış bir sokak lezzetidir. Türkiye'nin sokak lezzetleri arasında çok büyük öneme olan simit, temel besin kaynaklarından birisidir. Türkiye'nin farklı bölgelerinde farklı şekillerde yapılmaktadır (Şentürk, 2018).

Simit; un, su, tuz ve ekmek mayası ile yapılan unlu mamul çeşitlerindedir. Hamur yoğurulup üzerine pekmez, çörekotu, susam vb. eklenir ve fırında pişirilip servis edilir. Pastaneler yanında, sokaklarda bulunan seyyar araçlarda da satışı yapılan simit, Türkiye'de ekmekten sonra en çok tüketilen ürünlerden birisi olup, günlük 2,5 milyon insan tarafından tüketilmektedir (Şeker, 2018; Özbay, 2020).

#### **2.9.1.2. Tavuklu-nohutlu pilav**

Genellikle caddelerde seyyar arabalar ile bazen de köşe dükkanlarda satışı yapılan pilav, sadece tavuklu, sadece nohutlu ve tavuklu-nohutlu olarak servis edilebilmektedir. Pilav kolay, az maliyetli, doyurucu bir sokak lezzetidir (Güngörür, 2019). Yapımında Osmancık pirinci, sıvı yağ veya margarin kullanılmakta, genellikle akşam saatlerinde satışı yapıldığı dikkat çekmektedir (Şeker, 2018).

#### **2.9.1.3. Yağlı sokak poğaçası ve açma**

Poğaçalar özellikle sabah saatlerinde, hızlı doymanın yanı sıra lezzetli olmasından dolayı tercih edilen yaygın lezzetlerden birisidir. Yağlı sokak poğaçalarının normal poğaçalardan farkı dışının daha çıtır, içinin yumuşak ve yağlı olmasıdır. Yağlı sokak poğaçalarının yapımında; un, tereyağı, sıvıyağ, maya, yoğurt, yumurta, şeker ve tuz kullanılmaktadır.

Mayalı hamur çeşitlerinden bir diğeri olan açma, simit arabalarında satılan sokak lezzetleri arasındadır. Birçok cadde ve iş merkezlerinin köşelerinde rastlamak mümkündür (Güngörür, 2019).

#### **2.9.1.4. Ciğer**

Ciğer geleneksel anlamda bir Türk yemeği olsa da Arnavut ciğeri yaygın olarak sokak lezzetlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Arnavut ciğerinin kökeni 15. yüzyılda Rumeli'deki savaşlarla beraber İstanbul'a göç eden Arnavutlara dayanmaktadır. Kuzu veya dananın karaciğerinin küpler halinde doğranıp un ve baharatlar ile harmanlanıp kızartılan Arnavut ciğeri, soğan ve maydanoz ile servis edilmekte zaman zaman küp şeklinde kızartılmış patates eşliğinde sunulmaktadır. Seyyar karaciğer satıcılığı da Arnavutların İstanbul'a getirdiği bir başka lezzet geleneklerinden biridir (Arnavut Ciğeri, 2020).

#### **2.9.1.5. Gözleme**

Gözlemelerin patatesli, kıymalı, ıspanaklı ve peynirli çeşitleri bulunmaktadır. Yufkanın içine çeşitli iç malzemeler konulduktan sonra sacda pişirilen gözlemeler düşük maliyetli olması nedeniyle bilhassa peynir ve patates içli olarak sunulmaktadır (Güngörür, 2019).

#### **2.9.1.6. Sucuk ekmek**

Ayaküstü atıştırmalık lezzetlerden biri olan sucuk ekmek popüler et ürünü lezzetlerdendir. Et seven birçok insanın tükettiği bu lezzeti yapan sokak satıcıları genel olarak ızgara pişirme ile sucuğu ekmek arası servis etmektedirler. Sucuk-ekmek tercihen domates, biber ile de sunulabilmektedir. Dana eti ve yağ kıyma makinasında kıyılır, çeşitli baharatlar, tuz ve katkı maddeleri ilave edilir doğal veya yapay kılıflara doldurulup, uygun sıcaklık ve nemli ortamda bir süre olgunlaştırılarak sucuk yapımı sağlanır (Barutçu, 2018).

#### **2.9.1.7. Balık ekmek**

Balık ekmek sefası olarak bilinen bu lezzet şöleninin geçmişi Osmanlı dönemine kadar gitmektedir. Osmanlı döneminde teknelerle Haliç'e açılan balıkçıların, teknelerine aldıkları kişilere tuttıkları balıkları o an kızartıp servis ettikleri

bilinmektedir. Günümüzde tarihi yarımada'yı gezerek yenilen balık ekmek yerini kıyıya demir atmış teknelerde servise bırakmıştır. Bugün bazı satıcılar otantik Osmanlı kıyafetlerini giyerek turistlerin ilgisini çekmeye devam etmektedir. Genellikle uskumru balığının filetosunu ızgara da pişirilerek marul ve soğan ile servis edildiği bu lezzet çoğunlukla turşu suyu, şalgam eşliğinde tüketilmektedir. İstanbul bu konuda öncü olsa da Türkiye'nin birçok bölgesinin sokaklarında farklı balık çeşitleri satılmaktadır (Aydın, 2020; Bozkurt, 2021). Genellikle kış aylarında tüketilen bu lezzet, Haliç kıyılarında, Karaköy, Eminönü, Beşiktaş gibi sahil semtlerinde daha çok tüketilmektedir (Güngörür, 2019).

#### **2.9.1.8. Midye dolma**

Bizans mutfak kültürü içinde kabuklu deniz ürünleri kullanılarak yapılan yemekler Türk mutfak kültürünü etkileyerek midye dolma gibi bir lezzetin oluşmasını sağlamıştır. Başlangıçta midye dolma, deniz kıyılarında tüketilen bir ürün iken günümüzde Türkiye'nin hemen her yerinde rastlanabilen bir sokak lezzeti haline gelmiştir. Midye dolma yapılırken öncelikle kabukları üzerindeki taşlar kazınır, temizlenir. İç pilavı soğan, pirinç, tuz, şeker, baharatlar ve su eklendikten sonra pişirilir. İç pilav dinlendirildikten sonra önceden hazırlanan midyelere sıkmadan doldurulur ve tencereye dik olacak şekilde yerleştirilir. Üzerine su eklenerek pişirildikten sonra sunuma hazır hale getirilir. Satıcı tercih ve tezgahlarına göre limon ile sıcak veya soğuk servisi yapılırken, restoranlarda da meze olarak servisi yapılmaktadır (Güngörür ve Bostan, 2019; Aydın, 2020).

#### **2.9.1.9. Kokoreç**

Kokoreç, Anadolu ve Balkanlarda koyunun ince bağırsağı ve bumbardan (koyunun kalın bağırsağı) yapılan, şişe sarılarak kor ateşte kızartılan bir çeşit sokak yemeğidir (Şimşek, 2018). Kentlerin işlek sokaklarında pişirilmektedir. Kuzu işkembesinin baharat ile tatlandırılıp pişirilmesi ile elde edilen kokoreç ekmek arası servis edilir. Üretiminde iç yağların etrafına koyun ya da dana ince bağırsaklarının sarılması ile ön pişirme işlemine tabi tutulur sonra genellikle kömür ızgaralarında pişirilir. Bir diğer pişirme seçeneği de kızartma, haşlama veya tandır olarak yapılan kokoreç Türkiye'nin her şehrinde yaygın olarak sokaklarda satılmaktadır (Babaoğlu, 2015). Odun kömürü ateşi üzerinde yatay şekilde pişirilip iri ya da ince şekilde kıyılan

kokoreç tuz ve çeşitli baharatlardan kekik, kırmızıbiber, kimyon baharatlardan isteğe göre eklenecek tüketilmektedir (Yıldız, 2020).

#### **2.9.1.10. Kebaplar, tavuk- et döner**

Türkiye'nin her tarafında tüketilen ve bütün dünyaya yayılan kebab, özellikle güney, doğu ve güneydoğu illerimizin vazgeçilmez lezzeti olmakla birlikte son yıllarda gastronomi turizminin başlıca unsuru haline gelmiştir.

Tarihi 150 yıl öncesine kadar giden döner kebab Türk mutfağının en gözde sokak lezzetlerinden biridir. İlk çıkış noktası tam bilinmemekle beraber Bursa veya Kastamonu illeri olduğu düşünülmektedir. Bu konudaki en önemli kanıt 1855 yılında nerede çekildiği bilinmeyen bir fotoğraftır (Şimşek, 2018).

Etin yaprak inceliğinde kesilmesi veya kıyma haline getirilir, çeşitli lezzet vericiler ile marine edilir, bir süre dinlendirilerek şişe dizilir, odun kömürü, gaz ya da elektrik kullanılarak çalışan ısıtıcı önünde çevrilerek dikey olarak pişirilir. Pişen etler ince bir şekilde kesilerek isteğe göre ekmeğe ya da pilav ile sunulur (Bostan vd., 2011).

Et döner gibi tavuk dönerin tarihçesi de çok eskilere dayanmamakla beraber et dönerine göre maliyeti çok daha uygundur. Tavuk döner yapımında ise; tavuk but, tavuk göğüs ile karıştırılır, soğan, sarımsak, yoğurt, zeytinyağı ve baharatlarla harmanlanıp et dönerdeki gibi dik şekilde şişe takılarak pişirilir. Sokak sunumlarında tombik denilen ekmeğe, lavaş, beyaz ekmeğe, tandır ekmeği gibi. Çeşitli ekmeklerin arasına koyularak, çoğunlukla, patates, soğan, turşu, ketçap, mayonez, yeşillik ile servis edilmektedir (Güzenge, 2020) Fast-food anlayışına uyan bu geleneksel sokak lezzeti öncelikle Ortadoğu'da, Avrupa'da ve daha birçok ülkede tüketilmektedir (Bostan vd., 2011).

#### **2.9.1.11. Köfte ekmeği**

Köfte Türklerin en çok tükettiği lezzetlerden biridir. Her ilde farklı şekillerde üretilip tüketilen köftenin çok fazla çeşidi vardır. İstanbul'da "Tükürük Köftesi", Sivas Köftesi, Tekirdağ, Akçaabat, İnegöl köfteleri gibi her ilimizin kendine ait bir köfte türüne rastlanması dikkat çekicidir (Şimşek, 2018). Tükürük köftesinin sokaktaki diğer bazı köftelerden farkı, kıymaya eklenecek ekmeğin suda bekletilip ıslanması ve



sıkılması noktasında karşımıza çıkmaktadır. Bu işlem sonrasında soğan, baharatlar, kıyma ile harmanlanıp dinlendirilir, şekil verilir ve son aşamada ızgara veya ocakta kızartılarak servis edilir. Diğer adı da sokak köftesi olan tükürük köftesi yanında piyazlık doğranmış soğan, maydanoz, isteğe göre közlenmiş domates ve biberle köfte arabalarından servis edilir (Güzenge, 2020).

#### **2.9.1.12. Çiğ köfte**

Çiğ köfte ilk olarak Doğu ve Güneydoğuda yapılmasına rağmen, servisinin hızlı ve fiyatının uygun olması nedeniyle günün her saatinde tercih edilen ve ülke genelinde sevilip tüketilen bir sokak lezzetidir (Şeker, 2022). Orijinalinde et kullanılmasına rağmen günümüzde çiğ etin sağlığa olan olumsuz etkilerinden dolayı etsiz, bulgur ve baharat ile de oldukça lezzetli bir çeşidi de yapılmaktadır (Şimşek, 2018).

Klasik çiğ köfte yapımında, bakır veya çelik leğende, macun haline gelene kadar domates salçası, soğan, sarımsak, nar ekşisi, isot, biber ve öğütülmüş ceviz içi karıştırılır. Bu karışım üzerine ince çiğ köftelik bulgur, domates suyu ve baharatlar, eklendikten sonra yağ ilavesi yapılarak iyice yoğrulur ve maydanoz eklenir (Şeker, 2018; Türk Patent ve Marka Kurumu, 2018).

#### **2.9.1.13. Tantuni**

Mersin iline özgü bir sokak lezzeti olan Tantuni, seyyar sokak satıcılarında ekmek arası olarak ya da dürüm içerisinde satılmaktadır. Bu sokak lezzeti her ne kadar Mersin'i temsil ediyor olsa da pek çok şehirde gözde sokak lezzetlerinden bir tanesidir. Tantuni yapımında ince ince doğranan bifteklilik et ya da et ile kuyruk yağı, çeşitli baharatlarla harmanlandıktan sonra pişirilip genellikle yanında biber turşusu ve limon ile servis edilmektedir (Tantuni, 2019).

#### **2.9.2. Sokak lezzetlerinde tatlılar**

Tatlı olarak tüketilen sokak lezzetlerinin başında bol şerbetli halka tatlısı gelmektedir. Diğer önemli tatlı ise Şam tatlısıdır. Yaz aylarının sıcak geçtiği bölgelerde “bici bici” veya “kar helvası” olarak isimlendirilen sokak lezzeti de son derece popülerdir.

### **2.9.2.1. Halka tatlısı**

Türkiye'nin birçok ilinde yapılan bu tatlı halkalı, sarı burma, müşebbek, ballı ballı isimleri ile de bilinmektedir. Yapımında un, irmik, tereyağı, sıvı yağ, nişasta, tuz ve suyun karıştırılması ile elde edilen hamur halka şekli verilerek derin yağda kızartılır, şerbete atılarak bir süre bekletilir. Sonrasında şerbetten alınarak üst üste dizilen halka tatlıları seyyar araçlarla sokak ve tatlıcılarda satılır (Tarinç, 2019).

### **2.9.2.2. Şam tatlısı**

Diğer adıyla Şambali tatlısı en eski sokak tatlılarından olup, Türk mutfağında irmikli tatlı olarak da bilinmektedir. Kolay ve lezzetli olan bu tatlının yapımında yoğurt, irmik, un ile yapılan karışım tepsiye dökülür yer fıstığı veya badem dizilerek pişirilir. Son aşamada şeker, limon ve su kullanılarak hazırlanan şerbet tatlının üzerine dökülüp soğuyunca servis edilir (Şambali, 2020). Şam tatlısı Türkiye'de özellikle Adana, İzmir ve Tekirdağ'da en sık tüketilen illerdendir (Yıldız, 2020).

### **2.9.2.3. Bici bici**

Bici bici, Adana'ya has bir tatlı olan ve yaz mevsiminde sıkça tüketilen bir sokak lezzetidir. Yapımında nişasta, doğal gıda boyası ile renklendirilmiş su, pudra şekeri ve ince rendelenmiş buz kullanılmaktadır. Öncelikle nişasta ile su kaynatılıp tepsiye dökülerek soğumaya bırakılır, bir gün soğuk bir ortamda dinlenmesi için bekletilip 5 cm'lik kareler şeklinde kesilir sonra tekrar küpler halinde doğranarak üzerine sırasıyla buz, pudra şekeri, bici şerbeti eklenerek sunulur (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2020).

### **2.9.2.4. Mesir macunu**

Bu şekerleme macununun kökeni Osmanlıya gitmektedir. 1522 yılında dönemin padişahı olan Yavuz Sultan Selim Han'ın eşi ve Kanuni Sultan Süleyman'ın annesi Ayşe Hafsa Sultan hastalanınca, o dönemin önde gelen hekimlerinden biri olan Merkez Efendi 41 çeşit baharatı karıştırıp macunu üreterek Ayşe Hafsa Sultanın iyileşmesini sağlar. Sonrasında Ayşe Hafsa Sultan bunun her yıl aynı zamanda yapılarak halka dağıtılmasını istemiştir (Nefis Yemek Tarifleri, 2007). Halkın yoğun ilgisi ile Mesir macunu tarifi öğrenilerek, insanlar tarafından yapılmaya başlanmıştır. Günümüzde festivallerde, şenliklerde satıcılarına rastladığımız bu lezzet renkli aromalı tatlılarıyla

tüketicilerine cazip gelmeye devam etmektedir. Mesir macunu şekerleme olarak bilinse de şifalı baharatlardan dolayı Osmanlıdan günümüze kadar gelen şifalı bir sokak lezzetidir.

#### **2.9.2.5. Lokma**

Arapça bir parça, ağız anlamında kullanılan lokma, “lukma” kelimesinden türetilmiş olup Osmanlı dönemin de sık tercih edilen şerbetli tatlı çeşitlerinden biri olmuştur. Özel günler için evde ve sokak satıcıları tarafından satılan lokma tatlısı yapımında maya, un, su, tuz ve ılık su karıştırılarak elde edilen hamura yuvarlak şekil verildikten sonra kızdırılmış yağ ile kızartılan bu hamurlar soğuk şerbetin içine atılıp şerbeti ilave edilir ve bekletilir şerbetini çekince sıcak veya soğuk olarak yenilmektedir (Alyakut, 2020).

#### **2.9.2.6. Pamuk şekeri**

Genellikle makinalarda pembe renk üretilen, çocukları büyüleyen şekerleme türlerindedir. Sokak satıcıları bu lezzeti ya makinasıyla dolaşip sipariş üzerine üretmekte ya da öncesinde paketleyerek satışa hazır hale getirmektedirler. (Kaymaz, 2020). Yapımında, toz şekeri, gıda boyası karıştırılır sonra tüp gaz ile çalışan ve hızla dönerken ısıtılan özel bir alete dökülen şeker, pamuk şeklini alır. Genel olarak okul çevreleri, lunaparklar ve işlek caddelerde sık olarak satılan sokak lezzetlerindedir (Çavuşoğlu ve Çavuşoğlu, 2018).

#### **2.9.2.7. Elma şekeri**

Elma şekerleri de de tıpkı pamuk şeker gibi genellikle çocukların bulunduğu düğün ve davet salonlarının önlerinde, park gibi açık alanlarda, çocuk eğlence merkezlerde gibi yerlerde genellikle ambalajlı şekilde satılmaktadır. Kırmızı cam gibi görünen karamelize şekerle kaplanmış bu lezzetin içinde elma olması da tercih edilmesinde etkilidir (Kaymaz, 2020).

#### **2.9.2.8. Dondurma**

Genellikle yaz aylarında serinlemek ve tatlı ihtiyacını gidermek için tüketilen bir lezzettir. Dondurma denilince ilk akla Maraş dondurmasıdır. Bu sokak lezzetini satan

sokak satıcıları, yöresel kıyafetleri ve sevimli hareketleriyle alıcıların dikkatini çekmeye çalışmaktadırlar. Dondurmanın lezzeti ve dokusu çekiciliğini arttırmaktadır.

Beslenme değeri yüksek olan bu soğuk ve tatlı lezzetin ne zaman ortaya çıktığı kesin olarak bilinmemektedir. Türkiye’de dondurma üretimi ilk 1900’lü yıllarda İstanbul’da ve dondurmanın gözde yeri olan Kahramanmaraş’ta yapıldığı bilinmektedir. Maraş dondurması coğrafi ürün işaretini 2018 yılında almış ve içerisinde, Kahramanmaraş’ta yetişen keven, sümbül, kekik, çiğdem gibi çiçeklerle beslenen keçi sütü ve salebin karışımı olduğu belirtilmektedir (Türkmen, 2019).

### **2.9.2.9. Kâğıt helva**

Geleneksel Türk yemek kültürü sokak lezzetlerindedir. Günümüz sokak satıcıları tarafından renkli paketler ile satışı yapılmaktadır. Çocuklar dışı çıtır içi şekerli kremadan oluşan bu yiyeceği çokça tercih etmektedirler. Kâğıt helvaları, evde yapım imkânı olmaması nedeni ile paket halinde alınarak sokaklarda satılmaktadır. Kâğıt helva, helvacı kağıtlarının arasına macun konularak elde edilirken helvacı kâğıdı ise mayalı hamurların oyma motifli kalıplara konulup pişirilmesiyle elde edilmektedir. Öncelerde arasına sakız helvası koyulduğu bilinmekte olup şimdi ise koyu kıvamlı glikoz veya sakkaroz şurubu tercih edilmektedir (Kaymaz, 2020).

### **2.9.3. Sokak lezzetlerinde içecekler**

Sokak lezzetleri içinde yer alan içeceklerden en geleneksel olan şerbet, boza, salep gibi içecekler bugün de varlıklarını korumakta ve tercih edilmektedir.

#### **2.9.3.1. Taze sıkma meyve suyu**

Kış mevsiminin olmazsa olmazı portakal, mandalina, nar, limon, greyfurt, elma, havuç vb. meyve ve sebzelerin olduğu gibi yaz mevsimi meyvelerinden çilek, üzüm, ananas, vişne vb. meyvelerin hepsi veya isteğe göre birkaçı ile sıkma makinalarından geçerek sipariş üzerine taze şekilde sıkılıp servisi yapılan maliyeti düşük ve diğer taraftan insan sağlığına yararlı içeceklerdir. Genellikle bu içeceği satan sokak satıcıları bardakları üç farklı boyutta fiyatlandırıp tüketiciye sunmaktadır (Sağlam, 2020).

### **2.9.3.2. Boza**

Geçmiş 9000 yıl öncesine kadar giden boza ilk kez Türkler tarafından üretilmiştir. Boza, genel olarak kış aylarında sokaklarda satılırlar istenirse tarçın ve leblebiyle de tüketilmektedir (Demirkol, 2015; Levent ve Cavuldak, 2017; Demirci ve ark., 2020). Pirinç ve darı unundan yapılan kıvamlı ekşi bir tadı olan akışkan kıvamlı ve insan sağlığı için yararlı bir içecek olan boza öğütülmüş tahılın alkol ve laktik asit fermantasyonuyla oluştuğundan biranın atası olarak da bilinmektedir. Boza yapımında öğütülmüş tahıllar kaynatılır, üzerine su eklendikten sonra pişirilir ve süzülür üzerine şeker ilave edilip mayalanması için eski boza eklenir. Şayet eski boza yoksa yoğurt veya ekmek hamuruyla da mayalandırma işlemi yapılabilir. Hazırlanan bozanın 3-5 gün içinde de tüketilmesi önerilmektedir (Sağlam, 2020).

### **2.9.3.3. Salep**

Ham maddesi orkide olan salep orkide ailesinin birçok türünün toprakaltı yumrusundan toz haline getirilerek elde edilen bir içecek türüdür (Özalp, 2019).

Çok sayıda farklı türdeki yumru oluşturan orkidelerin hepsi salep olarak adlandırılmaktadır. Salep 'in 1599'lu yıllarda İngiltere sokaklarında sıcak içecek olarak satışının yapıldığı bilinmektedir. Çay ve kahveden önce salep Anadolu'da Orta Doğu ve Avrupa kıtasında tercih edilen bir içecek türü olmuştur (Çalışkan, 2019).

Osmanlıdan günümüze miras kalan o dönemlerde Bursa'dan getirilen salep yumruları, havanda dövülüp, şeker ve balla pişirildikten sonra üzerine zencefil eklenerek tüketilmiştir. Günümüzde kış mevsiminde özel güğümlerde satılmakta, isteğe bağlı olarak tarçın eklenerek servis edilmektedir. Aynı zamanda salep, sağlık açısından sıtma, kireçlenme, baş ağrısı ve öksürük gibi rahatsızlıkların tedavisinde de kullanılmaktadır (Erzurumlu ve Doran, 2011; Işın, 2019).

### **2.9.3.4. Şerbet**

Osmanlıdan bugüne miras kalan sokak lezzetlerindedir. 16. yüzyılda İstanbul'da arşivlerde kayıtlı 600 seyyar şerbetçi ve 300 şerbetçi dükkânının olduğu belirtilmektedir. Şerbet, sıkılmış meyve suyuna şeker eklenmesiyle yapılmaktadır. Şerbet fiçilerini sırtlarında taşıyan seyyar şerbetçiler çeşitli manileri söyleyerek

diplerinde bulunan musluk vasıtası şerbetleri satmaktadırlar. Kış aylarında sıcak, yaz aylarında ise soğuk şerbetler satılmaktadır (Sezgin ve Durmaz, 2019).

#### **2.9.3.5. Turşu suyu**

Turşu suyu turşu gibi kökeni Osmanlı dönemine kadar gitmektedir. Turşu satan çoğu sokak satıcısında turşu suyunun satışının da olduğu görülmektedir. Ekşi lezzetlerin başında gelen bu içecek soğuk tüketilmektedir (Gözütok, 2013).

#### **2.9.3.6. Şalgam suyu**

Türkiye'ye has bir içecek olan şalgam suyu bulgur unu, siyah havuç, şalgam turpu, ekşi hamur, tuz ve su ile yapılan kırmızı renkli, ekşi ve lezzetli olan geleneksel bir fermante edilmiş ürün çeşitlerindedir. Süs biberi ile acılı şalgam yapılmakta olup yaz aylarında serinleten kış aylarında enerji veren bu lezzet büyük bardaklara doldurulup sokak satıcıları tarafından istenirse içine 2-3 parça mor havuç konularak servis edilmektedir. Adana, Osmaniye ve Mersin illerinde sıklıkla tüketilmektedir (Demirkol, 2015; Türk Patent ve Marka Kurumu, 2007).

#### **2.9.4. Sokakta satılan sebze ve yemişler**

Sokak lezzetleri içinde çok sevilerek tüketilen mısır, kestane, badem, kumpir, turşu gibi yiyecekleri sayabiliriz.

##### **2.9.4.1. Közde-haşlama mısır**

Yaz aylarının en gözde yiyeceklerinden biridir. Şehirlerin sokaklarında mısır satıcılarına rastlamaktadır. Haşlanarak ya da közde pişirilerek satılmaktadır.

##### **2.9.4.2. Bardak mısır**

Bardak Mısır genellikle haşlama ve közde mısır, haricinde dondurulmuş paket mısırın pişirilmesi ve çeşitli baharatlar yanında ketçap-mayonez gibi soslarla servis edilmektedir. Fiyatlandırılması bardak boyutlarına göre yapılmaktadırlar.

##### **2.9.4.3. Kestane**

Tüm caddelerde hemen her adımında rastlayabilen kestane közlenerek satışa sunulur. Yerli vatandaş ve turistlerin kış aylarında tercih ettiği lezzetlerdendir

(Gözütok, 2013). Kestane kebab diye de anılan bu lezzet kent meydanlarında satılmaktadır. Bir müddet suda bekletildikten sonra üzerlerine çizik atılarak pişirilmektedir. Özel arabalarında her mevsim satışı yapılmaktadır (Yıldız, 2020)

#### **2.9.4.4. Buzlu badem**

Genel olarak alkollü, açık restoranlarda tüketildiği gibi işlek sokaklarda da bu lezzetin sokak satıcılarına rastlamak mümkündür (Gözütok, 2013). Cemekânlı arabalarda büyükçe buz kalıbı üzerine serpilerek, kıtır hale gelen buzlu bademler çoğunlukla yaz aylarında olmak üzere tüm yıl boyunca satışını gerçekleştirmektedir. Gayri Müslimlerin 1930'lu yıllarda İzmir'deki açık hava gazino çevrelerinde buzlu badem satıcılarının olduğu da bilinmektedir (Yıldız, 2020).

#### **2.9.4.5. Turşu**

Osmanlı dönem mutfağında önem kazanan turşu, Türkiye'de bir gelenek halini alarak zamanla seyyar tezgâhlarda, çarşı pazarlarda, hemen hemen her sokakta satılmaya başlanmıştır. En çok tüketilen turşu çeşidi ise salatalık ve lahana turşusudur. Kış mevsiminin en gözde yiyecek türü olan ve yüzyıllarca Türk kültüründeki yerini koruyabilen tursu, Türk toplumunun geleneksel ürünlerinden biri olmuştur. Turşu, genellikle taze meyve ve sebzelerin belirli miktar tuzlu su ile ya da sirkeli suda laktik asit fermentasyonunun gelişmesiyle elde edilen bir yiyecektir. Bu lezzete bazı çeşni ve katkı maddeleri eklenerek dayanıklılığı artırılmaktadır (Gözütok, 2013).

#### **2.9.4.6. Kumpir**

Kumpir, kelime anlamı Bulgar dilinde patates demektir. 20. yüzyılda Yugoslavya'da pişmiş patates içine salata konulup tüketilen ve buna "kumpir" denilen bu yiyecek türünü Bulgaristan'dan Türkiye'ye getirmişler ve Türk damak tadına göre düzenlenmiştir. Türkiye'de yapılan kumpir, közlenen sıcak patatesin içi açılır, tereyağı ve kaşar peyniri patatesin içerisine konur ve eritildikten sonra üzerine tüketici tercihleri doğrultusunda sosis, mısır, salam, turşu, kısır ve zeytin vb. gibi çeşitli malzemeler eklenmesi ile servise hazır hale getirilir. İngiltere'de "Baked Potato" olarak bilinen kumpir benzeri yiyecekleri dünyanın pek çok ülkesinde görmek mümkündür (Özden, 2015).

Kültür ve Turizm Bakanlığı Türkiye'nin temsil edilmesinde kullanılabilecek on sokak lezzetinin “kumpir, kestane kebab, midye dolma, balık ekmek, mısır ve turşu suyu, dondurma, döner, tavuklu pilav, çiğ köfte, börek ve simit, kokoreç ve dürüm” olarak açıklamıştır (Go Türkiye, 2020).

## **2.10. Sakarya Sokak Lezzetleri**

Sakarya ili, doğu Marmara Bölgesi'nde, doğusunda Bolu, güneyinde Bilecik, batısında Kocaeli, kuzeyinde de Karadeniz ile çevrilidir. Karadeniz iklimi, Marmara tipi Akdeniz iklimi etkilerine sahip olan Sakarya, iklimi ve elverişli topraklara ve zengin tarımsal kaynaklara sahiptir (Aktaş, 2008).

Osmanlı döneminde fethedilen Tığcılar Köyü, cazip bir yerleşim yeri haline gelmiş, zamanla pazar yeri halini almıştır. Sakarya'da; Türkler, Rumlar ve Ermenilerin birlikte ticaret yaptıkları kayıtlarda bulunmakla beraber göçlerle gelen bu halklar, zaman içinde pazar yerine yerleşmiş köyün yerleşik sahasının genişlemesine hatta yeni yeni mahalleler kurulmasına sebep olmuştur. 1865 yılından sonra Balkan ve Kafkaslardan gelen göçlerin etkisiyle hızlı gelişen bir ticaret merkezine dönüştüğü kayıtlarda bulunmaktadır (Tuna, 2008). Önemli bir pazarı haline gelen Sakarya'nın merkez ilçesi Adapazarı 17.yüzyılda birbirinden farklı meslek gruplarının yapıldığı bir konuma sahip olmanın yanı sıra halen bu meslek gruplarına ait kullanılan mahalle isimlerinden Pabuççular, Semerciler, Tığcılar, Hasırcılar, Yağcılar' ı sayabiliriz.

Adapazarı ovası çok verimli olup patates, kabak gibi üne kavuşmuş çeşitli tarım ürünlerinin yetiştirilmesine olanak sağlamaktadır. (Şenol, 2008). Öncelikle patates, şekerpancarı, ayva, kabak, arpa, mısır, buğday, fındık, fasulye, ayçiçeği, tütün ve soğan gibi çeşitli tarım ürünleri yetiştirilmektedir. İl, zirai tarımın yanı sıra hayvancılık bakımından da oldukça aktiftir (Sakarya Valiliği, 2011)

Sakarya gerek geçmişten bugüne mübadeleler, doğal afetler gibi sebeplerden çok fazla göç almış hatta sonrasında 19. yüzyıl boyunca süren savaş nedeniyle yoğun muhacir göçü alan bölgelerden biri olmuştur. Özellikle Kafkasya, Yunanistan, Bulgaristan, Sırbistan ve Makedonya ve Doğu Karadeniz kıyılarından göç edenlerin yemeklerini de getirmesi ile mevcut kültürel duruma oldukça fazla katkı sağlayarak mutfak kültürünün zenginleşmesini sağlamaktadır (Aktaş, 2016).



Türkiye’de sokak lezzetleri ile beslenme günlük hayat içinde sıradan bir durumdur. Türkiye’de bulunan sokak lezzetleri zengin çeşitliliği ile cadde başlarındaki büfelerde arz çeşitliliği sunmaktadır. (Dönmez Polat ve Gezen, 2017). Ülkelere özgü sokak lezzetleri o ülkenin karakteri hakkında fikir verirken aynı zamanda gıda mikrobiyolojisi hatta endüstriyel gıda işleme imkanları ile ilgili de bilgi vermektedir. (Güzeller ve Çağla, 2017).

Geçmiş dönemlerden günümüze yerel lezzetler birçok kültürel unsurun sentezlenmesi ile oluşmuştur. (Şengül ve Türkay, 2015). Sakarya’da farklı etnik grupların yoğunluğu araştırmacıların ilgisini fazlası ile çekmektedir. Sokak lezzetlerine ilgi duyan bazı araştırmacılar konuyu Sakarya özelinde ele almışlardır.

Manda Yoğurdu: Eski dönemlerde evlerde yapılan manda yoğurtlarının omuza alınan tahta bir sopanın iki ucuna üçlü tellere bağlı tepsiler üzerinde taşınan ve “yoğurtçu” diye bağırarak satılan bu yoğurtların satış şekli günümüzde devam etmemektedir.

Neşe Gazozu: At arabalarında satılan kasalarla evlerin girişlerine veya merdiven altlarına bırakılıp ertesi gün boş kasaların alınırlardı. Gazoz ücretlerinin kasalar boşaldıktan sonra kasa içerisine bırakılması satıcı ve müşteri arasındaki güven ilişkisinin çarpıcı bir örneğidir. Bugün de üretimi ve satışı devam eden Neşe gazozu pek çok tüketicinin zihninde en iyi tamamlayıcısı olduğu düşünülen Adapazarı simidi ile konumlandırılmaktadır (Yüzüncüyıl vd., 2021). 1948 yılında Sakarya’da üretimine başlanan Neşe gazozu daha sonraki yıllarda Neşe Gazoz markası olarak tescillenmiştir (<https://nesegazoz.com>, 2017).

Adapazarı Simidi: Göçmeni bol olan bu şehrin birbirinden farklı damak tatlarına hitap edebilmek adına simitçilerin, kendilerine has yoğurma sistemi olan sert olmayan simit hamuru ile ne sert ne de yumuşak tam kıvamında bir lezzet yakaladıkları düşünülmektedir. Ustalık gerektiren simitleri yapmak için yerel simitçi fırınları gece saat üç gibi açılarak, simit hamurunu yoğurur, dinlendirir, karamelize şeker pekmezi susamı tutacak kadar ancak simit tadını da bastırmayacak oranda kullanılmasına dikkat edilerek odun ateşinde pişirilmesine geçilir.

Eniştenin Ayranı: Adapazarı simidinin gazoz kadar iyi bir eşlikçisi de “eniştenin ayranı” ise bol köpüklü ve büyük bardaklarla servisi yapılan bir içecek türüdür. Sinema

çıkışı ayran içerek dağılan insanlar aynı mekânın kış mevsiminde de boza, poğaçaya ve tatlılarını da severek tüketilen lezzetlerindedir. Tatlılardan özellikle revani, baklava, helva, fındıklı, karanfilli şekerler, demirhindi şerbeti, ahşap sandıklarda satılan lokumlar, Sakarya’da sevilen ve tüketimi devam eden özel damak tatlarından bazılarıdır.

Lokumlar: 1960’lı yıllarda kağıtlı şekerlerin nadir olduğu ve satın alabilmek için maddi imkanların iyi olması gerektiği belirtilmektedir. Lokumların bugün makineler ile kesilmesine rağmen geçmiş dönemlerde tıpkı börek gibi elle kesilir ve ardından sandıklara dizilme işlemleri yapılırdı (Yüzüncüyıl vd., 2021). Söğütlü’de yapılan Pancar Pekmezli Lokumu, Söğütlü Belediyesi tarafından coğrafi işaret için tescil başvurusu yapılmış olup tarihi uzun çarşıda bulunan Gülseven firmasınınca üretimi yapılarak satışa sunulmaktadır (Savaşkan ve Kingır, 2020).

Helvalar: Mevsimine göre karpuz, kavun, üzüm, incir gibi meyvelerden yapılan helvalar, o günkü koşullarda saklaması oldukça güç olsa da saray mutfağında da değer verilen ürünlerden olmuştur. Bugünkü koz helvanın atası ceviz helvası, akide şekeri kıvamında ağdası olur ve içine çöven atılır, kar gibi beyaz hale getirilip içine yarım kırılmış cevizler eklenir. Altına ve üstüne gofret konan koz helva çok serttir. Hatta sertliğinden kesilmesi çok zor olduğundan susam dökerek kesme işlemi çok kolay bir şekilde yapılırdı. Koz, ceviz anlamında kullanılır ve bugünlerde daha yumuşak şekillerde yapılmaktadır.

Susam helvası, sıcak ağda olarak ve çok ince açılır, alt ve üstüne bolca susam eklenir sonra tepsiye dökülür. Çok kırılğan, yemesi enfes bir şekerdir. Kişniş, kızılılık ve nane gibi şekerler özellikle manda sütü içine konularak içilmesi öksürüğün kesilmesini sağlaması nedeni ile şifa niyetine tüketimi söz konusudur (Yüzüncüyıl vd., 2021).

Turşular: Turşucular, şekerlemeciler ve bozacılar kadar şanslı olup ayakta kalabilmiş değildiler. 1960’lar ve 1970’lerde rengârenk turşular, turşu suları üç tekerlekli seyyar arabalarda, cam kavanozlar içinde satılırdı. Akşamüstü turşucuları denen bu satıcılar kasalardaki rengârenk turşuları isteyene bardakta turşu suyu da veriyorlardı. Bardaklara sadece turşu suyu değil çeşitli turşulardan da ekledikleri belirtilmektedir (Yüzüncüyıl vd., 2021).

**Kabakmacun:** Kabaklı lahmacunlar “Kabakmacun” adı ile tescil almış olan Sakarya’nın meşhur olmuş diğerk bir ürün çeşididir. Kabaklı Lahmacun yapımında kabak püre haline getirilir ve çeşitli baharatların eklenmesi ile macun ince hamura sıvanarak ve meşe odunu kullanılan fırınlarda pişirilmektedir (Tokuş, 2011).

**Boşnak Böreği:** Seyyar börekçilerin sattığı kalın peynirli, Boşnak böreği yine kent halkının çok sevdiği lezzetlerdendi günümüzde de bu yöreye özgü Boşnak böreği sevilerek tüketilen lezzet çeşitlerindendir.

**Adapazarı Çekirdeği:** Adapazarı çekirdeği ise motoru ile satan seyyar satıcılar tarafından ak kabağın kabuklu çekirdeklerinin pekmezle kavurulması ile elde edilirdi. Eskiden fazlası ile tercih edilen bu çekirdeklerin günümüzde tüketim oranı oldukça azalmıştır (Yüzüncüyıl vd., 2021).

**Islama Köfte ve Diğerk Köfteler:** Kentte köfte çok sevilmekte olup 3-4 cm uzunluğundaki yuvarlak köftelerin satıldığı görülmektedir. Islama köftesi, kabak tatlısı yine kentin özel tatları arasındadır. Islama köftenin kökeni Balkanlar’a dayanmaktadır. Orada yokluk yemeği olarak bilinen bu yemek için; savaş zamanlarında zor bulunan çok az et ile oldukça küçük şekillerde hazırlana köfteler yanı sıra bayat ekmekler kemik suyu ve baharatlarla tatlandırılıp yeniden kullanılarak yapılmakta idi. Islama köfteyi Islama köfte yapan da bu özel ekmektir. Bugün halka mal olmuş olan bu yemeğin köftesi için; ağırlıklı olarak dana kaburga kıyması, biraz soğan, bayatlamış ekmek, tuz ve karabiber ile yoğurulur, küçük olarak şekil verilir. Köftenin ve ekmeğin meşe odununda pişirilmesi ile meşe odununun isisi sayesinde lezzeti bütünleşir (Yüzüncüyıl vd., 2021). Adapazarı ıslama köftenin soslu ekmeği için büyükbaş hayvan kemik suyu, kırmızı toz biber, sıvı yağ ve bayat ekmekten (mayalı kara fırın ekmeği) oluşmaktadır. Kara fırın ekmekleri bir gün bekletilir, dilimlenir, hazırlanan sos ile ıslatılıp sonra kızartılır. Izgarada pişirilen köfteler, kızartılan ekmeklerin üzerine yerleştirilir ve yine ızgarada pişirilmiş yarım daire kesilmiş domates ve bütün sivri biber ile servisi yapılır. (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2013; Gürsoy, 2005). Adapazarı’na ait tescili alınmış yöre halkınca çok severek tükettiği bir diğerk köfte çeşidi de Kazımpaşa köftesidir (Lezzetin Tarihçesi, 2022).

**Kabak Tatlısı:** Ak kabak, kestane kabağı, Adapazarı kabağı, ada kabağı denilen kabak çeşitli lezzetlerin yapımında kullanılmaktadır. Adapazarı kabağı veya ak kabağın coğrafi işareti alınmıştır. İç kısmı çok lezzetli olan beyaz kestane kabağı genel

olarak yörede yapılan kabak tatlılarının ana maddesini oluşturmaktadır (Laf Sözlük, 2009). Yerel halkın tüketimi yanında dışarıdan gelen misafirler için karton kutular, cam kavanozlarda çeşitli şekillerde ambalajlanarak satışları da yapılmaktadır. Sadece kabak tatlılarda değil kabak lokumunun da yapımında kullanılmaktadır (Yüzüncüyıl vd., 2021).

### **2.11. Sokak Lezzetlerinde Hijyen ve Sanitasyon**

Hastalıklar çoğunlukla gıda kökenlidir (Alimi ve Workneh, 2016). Her yıl 2 milyara yakın insan zehirlenmekte olup vakaların gıda tedarik zincirindeki aksaklıklardan kaynaklandığını göstermektedir (Solunoğlu ve Nazik, 2018). Yapılan araştırmalardan elde edilen verilere göre gıda tedarik zinciri ve diğer alt yapı eksiklikleri hastalık ve gıda arasındaki bir ilişki olduğu sonucunu güçlendirmektedir (İrigüler ve Öztürk). Konu ile ilgili yapılan birçok çalışmada sokak lezzetleri hijyen düzeyinin iyi olmaması gıda tercihlerinde tereddüt edilmesine neden olmuştur. Yerel halk ve turistlerin bu tereddüt karşısında sokak lezzetlerini satın alma motivasyonlarında azalma görülmesi yanında yapılan başka çalışmalarda hijyenik sokak lezzetleri üretiminin sağlanabilmesi ve sağlık bakımından güvenilirlik sağlayacak girişimlerin de bulunmadığını bildirilmektedir. Buradan hareketle hijyen konularında yapılan girişimlerin yetersizliği sonucunda sokak lezzetleri ile ilgili en çok üzerinde durulması gereken alanlar güvenli gıdaya erişim, insan sağlığı ve hijyen olarak ortaya çıkmaktadır (Ballı, 2016).

Sokak yemekleri konusunda temizlik ve hijyen koşulları her zaman en kritik problemlerden biri olmaya devam etmektedir. Hijyen koşulları açısından risk faktörleri oldukça yoğundur ve yapılan araştırmalar sonucunda karşılaşılan gıda zehirlenmeleri bunu kanıtlar şekildedir (FAO, 2009). Dolayısı ile sokak lezzetlerinin belirli şartlar altında hijyen kriterlerini taşınamaması halk sağlığı açısından tehdit taşıması kaçınılmazdır.

Sokak lezzetlerinin, sağlığa zarar vermemesi, beslenme boyutu ve hijyen koşulları açısından titizlikle değerlendirilmesi gereken tüketim alışkanlıklarından birisidir. Gıda güvenliği; yiyeceklerin üretim, hazırlama, işlenip satışı sunulma süreci boyunca uygulanan işlemler, kullanılan ekipman uygunluğu gibi konuları araştırmaktadır. Gıda güvenliği kapsamında sokak lezzetleri birçok kez incelenmiştir. Yapılan çalışmalarda paketlenmemiş ve etiketi olmayan gıdaların tercihi ile risk

faktörü oluşturabileceği belirtilmektedir. Brezilya plajlarında yapılan bir araştırmada besin saklama koşullarının yetersizliği, kişisel hijyen kurallarına uyulmaması karşına sokak yemeklerinin yasaklanmasının bir çözümlü olmadığı vurgulanmaktadır. Gıda güvenliğinin incelendiği benzer başka araştırmalarda da riskli noktaların tespit edilerek, uygun politikalar geliştirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır (Karsavuran, 2018). Bir yıl boyunca sokak yemeklerinden çeşitli numunelerinin alındığı bir araştırmaya göre yiyeceklerin %10'nunda Salmonella bakterisinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aynı araştırmada araştırmaya konu olan yiyeceklerin ¼ 'dünde halk sağlığını tehdit eden bir bakteri olan E. coli bakterisinin bulunduğu tespit edilmiştir (akt. Aydın, 2020). Gıdaların işlenme koşulları, satıcıların hijyen ile ilgili bilgi eksikliği ve kurallara uymamaları, çię gıdalarla ilgili kalite sorunları, gıdaların uygunsuz ortamlarda saklanması sokak yemeklerinin çeşitli hastalıklara sebep olmasına yol ačan belirgin faktörlerden bazılarıdır (King vd., 2000; Akinbode vd., 2011). Meyve suları, turşu gibi asidik gıdalarda risk daha azken, çię sebze, hamur gibi düşük asitli gıdalarda risk oldukça yüksektir. Gıdanın yapısındaki su oranı yüksekliği, şebeke sularının kullanımı, hazırlayan kişinin hijyeni gibi durumlar gıda güvenliği konusundaki risklerin belirleyicileridir.

Sokak lezzetleri tercihinde şehirlerin kimliğini yansıtmaması özellikle turistlerin talepleri arasında yer alırken, sokak lezzetlerinin ekonomik ve ulaşılabilir olması tüketicilerin tercihlerini yaparken hijyeni önemsemediğini de göz önüne sermektedir. Satın alma tüketicisi motivasyonunda hijyen etkisinin olmadığı ancak taze ve ulaşılabilir olması satın alma motivasyonunda etkili olduğu anlaşılmaktadır (Yıldırım ve Albayrak, 2019). Buradan hareketle Akşit (2019) gerçekteşirdiği çalışmada tüketicilerin sokak lezzetlerini hijyenik bulmamalarına rağmen kalite ve memnuniyet konusunda oldukça pozitif oldukları sonucuna varmıştır. Çalışmada bunun nedeninin; tüketicilerin demografik verilerde gelir düzeyinin düşüklüğü, hijyenle ilgili endişeleri göz ardı etmeleri ve sokak lezzetlerinin sosyal ve psikolojik tatmin duygusu olduğu belirtilmiştir (Akşit, 2019)

Sağlık koşulları uygun olmayan sokak lezzetleri tüketimi sonucunda zehirlenme, hastalık, mikrobiyolojik kontaminasyon bozukluğu gibi risk faktörleri arasında ürün arzı gerçekteşiren satıcıların neden olduğu bazı durumlar da söz konusudur. Bunlar sokak satıcılarının eğitim durumu ve hijyen bilgilerinin yetersizliği, sokak lezzetleri satışlarının yapıldığı fiziki ortamlarda temiz su ve atık su alt yapılarına erişim

yetersizliği gibi konuları içermektedir (Sünnetçioğlu ve Yıldırım, 2019). Akademik düzeyde birkaç ÷lkede yapılan araştırmalarda sokak lezzetleri satıcılarının hijyen, sanitasyon, gıda hazırlama ve gıda güvenliği ile ilgili konularda bilgi düzeylerinin yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Yine aynı çalışmalarda sokak satıcılarının gıda güvenliği ile ilgi yasal uygulamalardan muaf olması da tespitler arasındadır (Sezgin ve şanlıer, 2016)

Sokak lezzetlerinin genellikle ekonomik fayda sağlama ve beslenme ihtiyacını karşılayabilme gibi olumlu yönleri olsa da sağlığı riske eden bir yönünün olduğu da hatırlanmalıdır. Yiyecek ve içeceklerin sokakta satılması bu riskin en önemli nedeni olmakla beraber yiyeceklerinde insan sağlığını tehdit ettiği gör÷lmektedir. Bunun gibi riskleri ortadan kaldıracılabilmek için gerekli hijyen tedbirleri alınmalı, ürünler mümkünse kapalı kutularda veya kapalı yiyecek arabalarında hijyen kurallarına uygun olarak sunulmalıdır (Demir vd., 2018).

Sonuç olarak sokak lezzetlerinin insan sağlığını tehdit etmeyen gıdalara dönüşmesi için akademik verilerin de desteği ile gerekli önlemlerin alınması halk sağlığının korunmasında faydalı olacaktır.

## **2.12. Sokak Lezzetlerinin Kültürel Etkileri**

Kültür, tarih ve toplumsal gelişim sürecinde yaratılan, toplumların kendilerine özgü olan maddi ve manevi değerler bütünüdür. İklim, topografya gibi öğeler kültürün fiziksel bileşenlerini oluştururken, yaşam biçimi, baskın olan inanç ve değerler sistemi, toplumsal ilişkiler kültürün sosyal bileşenlerini oluşturmaktadır (Zorlu ve Keskin, 2017). Bir toplumun kültürünü yansıtan ve başka toplumlardan ayıran en belirgin özelliklerinden biri de yöresel mutfaklarıdır. Yemek yemeyi "bir toplumun yaşam biçimi" şeklinde ifade eden filozoflar, mutfağın tarih boyunca ve günümüzde kültürün tanımlanmasında önemli bir yer tuttuğuna değinmişler. Dolayısı ile mutfak kültürü, gıda tüketimini nasıl ve ne şekilde yapacağımıza dair temel bilgiler içermektedir. Bu yaklaşım ile mutfak kültürü bir bileşen olarak sosyal yapı içerisinde önemli bir etken ve tamamlayıcı bir öğedir. Türkiye'nin sahip olduğu coğrafi konum, iklim zenginliği ve birçok kültüre ev sahipliği yapması sonucu zengin bir mutfak kültürü oluşmuştur (Aksoy ve Sezgi, 2015).

Yiyecek, insanların duygusal, psikolojik, sosyal, ekonomik, politik, tarihsel ve kültürel gerçekliklerinin yaşanmış ve yaşayan bir tarih olarak somutlaştırılmış biçimidir (Carolan, 2011). Abarca ve Colby, “ne yediğimizi söylerken kim olduğumuzu gösteriyoruz” diye ifade eder Dolayısıyla sosyal ve kültürel öznelliklerimizi tanımlayan yemek değil, yemek uygulamalarımız hakkında anlattığımız hikayelerdir (Abarca ve Colby 2016). Bu anlamda sokak yemekleri, yemek ve insanlar arasında “asla durağan olmayan, sürekli değişen” bütünsel olarak ele alınması gereken bir olgudur (Fuste-Forne vd., 2020).

Türkiye'nin sahip olduğu bu lezzet çeşitliliğinin en temel nedenlerinden biri de bütün illerin kendine özgü lezzetlerinin olmasıdır (Demir vd., 2018). Örneğin; Adana ili kendine has çeşitli sokak lezzetleri ile bu potansiyeline sahip şehirlerinden sadece bir tanesidir. Günümüzde de hızla gelişip ilerleyen yemek kültüründen de etkilenen sokak lezzetleri, son dönemlerde turistik anlamda da ön plana çıkmaktadır (Dönmez-Polat ve Gezen, 2017).

Bir ülkenin yemek kültürünün zenginliği o ülkenin var oluşunu sağlayan diğer sosyal öğelerinin de (tarih, kültür, sosyo-ekonomik yapı, yaşam biçimi vb.) zenginliğine bağlıdır (Sağır, 2012). Yemek kültürünün zenginliği sokakta satılan yiyeceklerin var oluşu için de geçerli olurken, bu lezzetler bulunduğu ülkenin kültürel mirasının korunmasına ve ayakta kalmasına yardımcı olur. Buradan hareketle sokak lezzetleri buldukları yerlere otantik ve geleneksel özellikler taşımaktadır (Solunoğlu ve Nazik, 2018).

### **2.13. Sokak Lezzetlerinin İletişime Etkileri**

Gastronomiyi bir iletişim biçimi olarak da gören Yılmaz'a göre (2016) gastronomi, gıdaların hazırlanması, servisi yanında görsel algıya hitap eden bir estetik temelli bir iletişim biçimidir (Yılmaz, 2016).

Asaletin, gücün simgesi durumuna ulaşan yemek orta çağda, gösteriş ile iletişim aracı haline gelmiştir. Sosyal statü düzeyi göstergesi olarak kullanılan yemekler zengin kesimin önemli bir iletişim aracı olmuştur. Böylece yemek, görsel iletişim anlamında güçlü araçlardan biri haline gelmiştir. Yemeklerin iletişimde geldiği konumun yanı sıra görme, koklama ve tatma duyularına verilen mesajlar ile yemek yeme isteğinin oluşmasında önemli etkileri olduğu saptanmıştır (Dündar Arıkan ve Ekincek, 2016).

Osmanlı döneminde ‘Tablalı Gedikler’ şeklinde adlandırılan sokak satıcıları günümüzde işportacı adıyla anılmaktadır. Eski zamanlarda gün içinde, saat dilimlerine göre bağıarak; şeker, simit, tatlı, süt gibi ürünlerin satışlarını yapan işportacılar günümüzde de benzer iletişim tarzlarıyla satış yapmaya devam etmektedirler (Yağbasan ve Canpolat, 2010).

Günümüzde gastronomi içerikli dergilerinde sokak lezzetleri ile ilgili önerilere sıklıkla rastlanmaktadır (Ballı, 2016). Sokak lezzetleri ile ilgili bilgilerin yazılı basına, görsel iletişim kanallarından biri olan televizyon programlarına konu olması tüketicilerin sokak lezzetleri ile ilgili farkındalıklarını önemli ölçüde arttırmaktadır (Isaacs, 2014).

Görsel iletişim öğelerinden olan kıyafetler tarih boyunca sosyo-kültürel yaşamın bir parçası olmuştur. Osmanlıda kıyafetler hiyerarşi ile ilgili mesajlar vermek için görsel iletişimin önemli bir unsuru olarak kullanılmıştır. Bu durum askeri rütbeler, saray çalışanları, diğer meslek grupları hatta halk için de önemli birer görsel iletişim aracıydı ve politik bir değer konumundaydı. Meslek grupları arasında da ayırt edilmeyi sağlayan, zenginlik göstergesi olan kıyafetler kurabiyeciler, şerbetçiler ve sepetçiler gibi sokak satıcılarının da kullandığı iletişim araçlarından birisiydi. O dönemde sokak satıcılarının kıyafetlerinin canlı ve renkli görünümüne sahip olduğu söylenmektedir. Kayıtlarda muhallebici, buzcı, ciğerci, balıkçı, şekerçi, salepçi, tavukçu, bozacı, simitçi gibi gezici esnaflarının en renkli meslek temsilcileri olduğundan bahsedilmektedir (akt. Koca ve Koç, 2012).

#### **2.14. Sokak Lezzetlerinin Ekonomiye Etkileri**

Sokakta lezzetleri ile yapılan ticaret ve sokak ekonomisinin istihdama etkisi önemli boyutlardadır ve kayıt dışı ekonomi olarak yer almaktadır. Popüler beslenme türü olan sokak lezzetleri gelişmekte olan ülkeler için önemli bir finansal katkıya sahiptir. Sokak lezzetleri istihdam olarak büyük, işletme tipi olarak küçüktür bundan dolayı küçük yatırımlarla başlanabilme özelliğini barındırmaktadır. Aile bireyleri ile işletmeye sağlanan iş gücü ve bu maliyeti de azaltan yapıdaki sokak lezzetleri rekabetçi yaklaşımlarla fiyat oluşturmaya da gereksinim duymamaktadır (Solunoğlu ve Nazik, 2018). Bulunduğu destinasyona turistik çekicilik ve ekonomiye katkı sağlayan sokak lezzetleri (Demir vd., 2018) yerel ekonomi içinde önemli gelir kaynaklarından biridir (Birdir ve Akgöl, 2015). Sokak lezzetleri adına bazı



destinasyonlarında bu güçten dolayı pazarlama yatırımları sokak lezzetleri tanıtımında ön planda tutulmaktadır (Karsavuran, 2018). Sokak lezzetleri sağlıklı olmasalar bile, sahip oldukları gastronomik çekicilikleri yanında özellikle yerel ekonomiye katkı bağlamındaki ekonomik çekiciliklerinden dolayı çoğu zaman yetkililerce yasaklanmamaktadırlar (Dönmez- Polat ve Gezen, 2017).

Yiyecek içecek sektörü içinde yer alan sokak lezzetleri önemli gelir ve alternatif beslenme kaynağı oluşturmaktadır. Başka bir açıdan bakıldığında da sokak lezzetleri, oldukça önemli bir beslenme alışkanlığı haline gelmesi nedeni ile birçok genç nüfusa iş olanağı sağlayarak ekonomide hareketlilik sağlamaktadır (Demir vd., 2018).

Dördüncü sanayi devrimi, satın alma gücünü artırmış hizmet sektöründe kalite algısı yükselmiş, kadın çalışan sayısının artmış ve yoğun çalışma hayatı içinde beslenmeye ayrılan zamanın daralması sokak lezzetlerine yönelik ilgiyi arttırmıştır. İşletme veya sokak satıcıları fiyat politikaları tüketici motivasyonunu da doğrudan etkilemiştir. (Nişancı vd., 2018).

### 3. YÖNTEM

Günümüzde çalışma hayatı ve iş dışı yaşam biçimleri, tüketicileri zaman ve maliyet baskılarına duyarlı hale getirmiştir. Maliyet ve zaman duyarlılıkları sokak lezzetlerini tüketicilerin çoğu için vazgeçilmez hale gelmiştir. Bu çalışmanın amacı; mevcut sokak lezzetleri ile ilgili tüketici algısı ölçümlenerek bir gerçeklik olarak varlığını sürdüren sokak lezzetlerinin, tüketici beğeni ve gereksinimleri doğrultusunda bir sektör olarak gelişimi için izlenecek politika ve stratejilerin ana hatlarını belirlemektir.

Bu bölümde araştırmanın amacı, evreni, örnekleme, modeli, veri toplama araç ve teknikleri, verilerin toplanma süreci ile toplanılan verilerin analizi verilmiştir. Bu çalışmanın hipotezlerinin test edilmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda, öncelikle çalışmanın hipotezleri sırasıyla ele alınacaktır. Ardından çalışmanın yöntemi, anket formunun hazırlanması, örneklem ve yapılan analizler hakkında bilgi verilecektir.

Araştırma kapsamında aşağıdaki hipotezler sıralanmıştır:

Hipotezler

H<sub>1</sub>: Tüketicilerin sokak lezzetleri tercihleri cinsiyete göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.

H<sub>2</sub>: Tüketicilerin sokak lezzetleri tercihleri medeni duruma göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.

H<sub>3</sub>: Tüketicilerin sokak lezzetleri tercihleri yaşa göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.

H<sub>4</sub>: Tüketicilerin sokak lezzetleri tercihleri gelire göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.

H<sub>5</sub>: Tüketicilerin sokak lezzetleri tercihleri ikamet durumu arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

### 3.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Turizm Fakültesi, Sapanca Turizm Meslek Yüksekokulu okuyan öğrencilerdir. Aktif 500 öğrenci oluşturmaktadır. Erişim ve zaman kısıtları dikkate alınarak yargısal örnekleme ile seçilen Sapanca Turizm Meslek Yüksekokulu Aşçılık programı ve Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları programında okuyan öğrencileri araştırmanın örneklemini oluşturacaktır. Öngörülen katılımcı sayısı olan 338 anket katılımcısı öğrenciye ulaşılmıştır. Katılımcı sayısı, örneklem büyüklüğü olarak %95 güven aralığı ve %5 hata payı içinde Sekeran'ın (1992) örneklem büyüklükleri tablosundaki değerlere uygundur.

### 3.2. Araştırmanın Modeli

Bu araştırmaya, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak sanatları programı ile Sapanca Turizm Meslek Yüksekokulu Aşçılık programı öğrencileri dahil edilmiştir. Çalışmada veri toplama aracı olarak, kişisel bilgiler (Cinsiyet, medeni durum, yaş durumu, gelir durumu ve ikamet süresi) ve Likert 1-5 ölçüm düzeyli (1=Kesinlikle katılmıyorum 5= Kesinlikle katılıyorum) ve üç boyutlu (Kalite 17 madde, Hijyen 5 madde ve yerellik ve otantiklik 7 madde) Tüketici Sokak Lezzetleri Algı Ölçeğinin hazırlanmasında Ballı (2016) ve Akşit (2019)'in çalışmasından yararlanılmış olup anket soru formlarının öğretim görevlisi hocalarımızın görüşlerinden yararlanılarak tarafımızdan yeniden düzenlenmiştir. Tezin tahmini tamamlama süresi konusunda, Topkapı Üniversitesi Lisansüstü Bilimler Enstitüsünce belirlenen zaman kısıtlarına bağlı kalınacaktır. Araştırmacı tarafından online anket formu ile anketi yapmak isteyen gönüllüler tarafından cevaplanmıştır. Araştırma sorularını cevaplamaya yönelik olarak değişkenler ve değişkenler arasındaki ilişkileri belirleyecek şekilde hipotezler geliştirilerek bir araştırma modeli oluşturulmuştur. Çalışma için 26.06.2022 tarih 2022/05 sayılı İstanbul Topkapı Üniversitesi Akademik Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan izin alınmıştır (Ek 1).

Hazırlanan anket formu, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları programı ve Sapanca Turizm Meslek Yüksekokulu Aşçılık programı öğrencilerinden elde edilen veriler, verilerin analizinde SPSS 21.0 ve AMOS 22.0 istatistik programları kullanılmıştır. Ölçeğin geçerlik ve

güvenirlilik çalışmaları kapsamında açıklayıcı faktör analizi (AFA), doğrulayıcı faktör analizi (DFA), madde toplam korelasyonu, Cronbach Alpha yöntemleri kullanılmıştır.

Alfa ( $\alpha$ ) katsayısına bağlı olarak ölçeklerin güvenirliliği aşağıdaki gibi yorumlanır (Kalaycı, 2014):

**Tablo 3.1:** Cronbach Alpha Değeri Aralığı İçin Güvenirlilik Yorumu

Cronbach Alpha	Güvenirlilik
$0,80 \leq \alpha < 1,00$	Ölçek yüksek derecede güvenilirdir.
$0,60 \leq \alpha < 0,80$	Ölçek oldukça güvenilirdir.
$0,40 \leq \alpha < 0,60$	Ölçeğin güvenirliliği düşüktür.
$0,0 \leq \alpha < 0,40$	Ölçek güvenilir değildir.

Tablo 3.2’de güvenirlilik katsayısı gösterilmektedir.

**Tablo 3.2:** Güvenirlilik Analizi

Cronbach's Alpha	Değişken Sayısı
0,91	29

Tablo 3.2’ye göre, bu çalışmada kullanılan ve tüketicilerin sokak lezzetlerine yönelik algılarını belirlemeye yönelik olarak hazırlanan ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir.

### 3.3. Veri Toplama Araç ve Teknikleri

Araştırmada veri toplama aracı olarak geliştirilen anket online form haline getirilmiş ve anket uygulaması modelinden yararlanılmıştır. Veri toplama aracı olarak, araştırma değişkenlerini ölçmeye yönelik ifadelerin yer aldığı anket formu kullanılmıştır. Anket formunun ilk bölümünde anketin hazırlanması aşamasında öncelikle detaylı bir literatür taraması yapılmış, ilgili değişkeni ölçen ve örnekleme uygun olduğu düşünölen anket soruları belirlenmiştir. Çalışma kapsamında hazırlanan anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde cinsiyet, yaş, medeni durum, gelir durumu, Adapazarı’n da ikamet süresi gibi demografik özelliklere ilişkin sorular yer almaktadır. İkinci bölümdeki sorularla ise, tüketicilerin sokak lezzetlerine yönelik algılarının belirlenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada kullanılan anket formu Ek 2’de yer almaktadır.

### 3.4. Veri Toplama Süreci

Anketler, Mart 2022-Mayıs 2022 tarihleri arasında 338 öğrenci ile online anket formu üzerinden veriler toplanmıştır.

### 3.5. Verilerin Analizi

Bu çalışmada verilerin analizinde SPSS 21.0 ve AMOS 22.0 istatistik programları kullanılmıştır. Ölçeğin geçerlik ve güvenirlik çalışmaları kapsamında açıklayıcı faktör analizi (AFA), doğrulayıcı faktör analizi (DFA), madde toplam korelasyonu, Cronbach Alpha kullanılmıştır.

Açıklayıcı faktör analizinde özellikle örneklemin yeterli olup olmadığı Kaiser Meyer Olkin ve Barlett's Küresellik Testi ile değerlendirilmesi yapılır. Genel olarak  $KMO > 0,70$  ve Barlett's Küresellik Testi için  $p < 0,05$  olması beklenen düzeydir. Faktör üretme tekniklerinde farklı çeşitlerde olabilir, ancak yaygın biçimi temel bileşenler analizi tekniğidir. Diğer taraftan döndürme yöntemlerinden birinin kullanılması ile döndürülen faktör matrisi oluşturulur. Sosyal bilimlerdeki uygulamalarda yaygın olarak dik döndürme yöntemlerinden biri olan varimax tekniği kullanılır. Varimax döndürmesi sonrasında da maddelerin ait oldukları faktördeki yük değerleri, diğer faktörlerdeki yük değerleri ve birden fazla faktördeki yükler arasındaki farklar incelenir. Faktör analizinde aynı yapıyı ölçmeyen maddelerin ayıklanmasında faktör yük değerlerinin yüksek olmasına (0,45 ya da daha yüksek olması iyi bir ölçü olmakla birlikte bu oran 0,30'a kadar indirilebilir) ve maddelerin tek bir faktörde yüksek yük değerine, diğer faktörlerde düşük yük değerine sahip olmasına (her maddenin en yüksek faktör yüküne sahip olduğu faktör dışındaki faktörlerle faktör yük farkının en az 0,10 olmasına) dikkat edilmelidir (Büyüköztürk, 2011).

Doğrulayıcı faktör analizi yapısal eşitlik modellerinden biri olup yapısal eşitlik modellerinde öncelikle model uyumunun sağlanması gerekir. Model uyumunun değerlendirilmesinde yaygın olarak "Ki-kare istatistiğinin serbestlik derecesine oranı" ( $X^2/sd$ ), "bireysel parametre tahminlerinin istatistiksel anlamlılığı" (t değeri), "kalıntılara dayanan uyum indeksleri" (SRMR, GFI), "bağımsız modele dayanan uyum indeksleri" (NFI, NNFI, CFI) ve "yaklaşık hataların ortalama karekökü (RMSEA)" olarak sınıflandırılan uyum indeksleri kullanılır (Çokluk vd., 2010). Model uyum indeksleri için beklenen katsayılar Tablo 1'de yer almaktadır.

**Tablo 3.3:** Model Uyum İndeksleri

Uyum İndeksleri	İyi Uyum	Mükemmel Uyum
$X^2/sd$	< 5	<3
RMSEA	$\leq 0,10$	<0,08
SRMR	$\leq 0,08$	<0,05
GFI	$\geq 0,90$	>0,95
NFI	$\geq 0,90$	>0,95
NNFI	$\geq 0,90$	>0,95
CFI	$\geq 0,90$	>0,95

**Kaynak:** Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2010

Güvenirlilik çalışması kapsamında uygulanan madde analizi yöntemlerinden madde-toplam korelasyonu, test maddelerinden alınan puanlar ile testin toplam puanı arasındaki ilişkiyi açıklar. Madde-toplam korelasyonunun pozitif ve yüksek olması, maddelerin benzer davranışları örneklediğini gösterir ve testin iç tutarlığının yüksek olduğunu gösterir. Genel olarak madde-toplam korelasyonu 0,30 ve daha yüksek olan maddelerin bireyleri iyi derecede ayırt ettiği, 0,20-0,30 arasında kalan maddelerin zorunlu görülmesi durumunda teste alınabileceği söylenebilir. Cronbach Alpha test puanları arasındaki iç tutarlığı incelemek amacıyla kullanılır. Hesaplanan güvenirlilik katsayısının 0,70 ve daha yüksek olması test puanlarının güvenirliliği için genel olarak yeterli görülmektedir (Büyüköztürk, 2011).

Ölçeğin geçerlik ve güvenirlilik analizleri sonrası oluşan toplam ve alt boyut puanları ortalama, standart sapma, çarpıklık ve basıklık katsayılarından oluşan betimsel istatistik tablosunda gösterilmiştir. Ölçeğin toplam ve alt boyut puanlarının normallik sınavında çarpıklık katsayısı (skewness) ve basıklık (kurtosis) katsayıları dikkate alınmıştır. Sürekli bir değişkenden elde edilen puanların normal dağılım özelliğinde kullanılan çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) katsayılarının  $\pm 1$  sınırları içinde kalması puanların normal dağılımdan önemli bir sapma göstermediği şeklinde yorumlanabilir. Normal dağılım göstermeyen puanların uygun dönüşümleri (karekök, logaritmik, ters dönüşüm) yapılarak parametrik testler kullanılabilir (Büyüköztürk, 2011). Ölçeklerin toplam ve boyut puanlarının normal dağılım koşulu sağlanarak boyutlar arasındaki ilişkide Pearson korelasyon analizinden yararlanılmıştır. Ölçek ve alt boyut puanlarının cinsiyet ve medeni durum değişkenlerine göre karşılaştırılmasında bağımsız iki örneklem t testinden; yaş, öğrenim, gelir, ikamet süresi değişkenlerine göre karşılaştırılmasında ANOVA

testinden yararlanılmıştır. ANOVA testinde anlamlı farklılık görüldüğünde farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla LSD post hoc testinden yararlanılmıştır. Analizlerde istatistiksel anlamlılık düzeyi 0,05 ( $p < 0,05$ ) olarak kabul edilmiştir.



## 4. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde araştırma örnekleminin demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş, medeni durum, gelir durumu, ikamet durumu) ilişkin bulgular yer almaktadır. Bu bağlamda araştırmaya katılımcıların “demografik” özelliklere göre dağılımı tablo 4.1.’de verilmiştir.

### 4.1. Katılımcıların Demografik Bilgileri

Tablo 4.1’de Katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımı gösterilmiştir.

**Tablo 4.1:** Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

Demografik Değişken	Gruplar	n	%
Cinsiyet	Kadın	236	69,8
	Erkek	102	30,2
Medeni durum	Evli	20	5,9
	Bekar	318	94,1
Yaş	18-25 yaş	298	88,2
	26-35 yaş	23	6,8
	36 yaş ve üstü	17	5,0
Aylık gelir	3000TL ve altı	238	70,4
	3001-4500TL	34	10,1
	4501-6000TL	24	7,1
	6001-7500TL	13	3,8
	7501TL ve üstü	29	8,6
Adapazarı şehrinde ikamet süresi	1-5 yıl	223	66,0
	6-10 yıl	15	4,4
	11-15 yıl	15	4,4
	16-20 yıl	42	12,4
	21 yıl ve üstü	43	12,7

Araştırmaya katılan 338 tüketicinin %69,8’i kadın, %30,2’si erkektir. Katılımcıların %5,9’u evli, %94,1’i bekindir. Katılımcıların %88,2’si 18-25 yaş, %6,8’i 26-35 yaş, %5’i 36 yaş ve üstüdür. Katılımcıların %70,4’ünün aylık geliri 3000TL ve altı, %10,1’inin 3001-4500TL, %7,1’inin 4501-6000TL, %3,8’inin 6001-7500TL, %8,6’sının aylık geliri 7501TL ve üstüdür. Katılımcıların %66’sının Adapazarı şehrinde ikamet süresi 1-5 yıl, %4,4’ünün 6-10 yıl, %4,4’ünün 11-15 yıl, %12,4’ünün 16-20 yıl, %12,7’sinin Adapazarı şehrinde ikamet süresi 21 yıl ve üstüdür.



## 4.2. Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Ölçeği Geçerlik ve Güvenirlik Bulguları

### 4.2.1. Açıklayıcı faktör analizi bulguları

Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Ölçeğinin açıklayıcı faktör analizinde KMO 0,928; Bartlett's küresellik testi ( $X^2=4960,142$ ;  $p=0,000$ ) anlamlılık düzeyi ise  $p<0,01$  olarak tespit edildiğinden örneklemin açıklayıcı faktör analizi için yeterli olduğu gözlenmiştir. Açıklayıcı faktör analizi ilk sonuçları Tablo 4.2'de yer almaktadır.

Açıklayıcı faktör analizi sonuçlarına göre ölçekte yer alan 29 maddenin açıkladığı toplam varyansın %59,469 düzeyinde olduğu, diğer yandan ait olduğu boyutta düşük faktör yüküne sahip olup diğer boyutlarda yüksek faktör yüklerine sahip maddeler olduğu tespit edilmiştir. İlk aşamada ait olduğu faktördeki yük değeri daha yüksek olmakla birlikte diğer faktörlerle faktör yükü farkı 0,10'dan düşük maddeler de olduğu tespit edilmiştir. Öncelikle ait olduğu faktörde 0,40'tan düşük faktör yüküne sahip maddeler aşamalı olarak çıkarılarak AFA tekrarlanmış ve sorunlu 6 maddenin (m6, m7, m11, m8, m9, m10) ait oldukları faktördeki yüklerinin değişmediği tespit edildiğinden söz konusu maddeler çıkarılmıştır. Devam eden aşamalarda ait olduğu faktördeki faktör yükü yüksek olduğu halde diğer faktördeki faktör yükleri arasındaki farkın 0,10'dan düşük olduğu maddeler (m12, m25, m26) tekrar incelenmiştir. Tekrarlanan AFA aşamalarında m12 maddesinin ait olduğu faktördeki faktör yükünün arttığı, diğer faktördeki faktör yükleri arasındaki farkın 0,10'dan yüksek olduğu tespit edilmiş ve maddenin ölçekte kalması uygun görülmüştür. Diğer iki maddenin (m25 ve m26) ise ait olduğu faktördeki yükün azaldığı ve maddenin silinmesi gerektiği anlaşılmıştır. Açıklayıcı faktör analizinin son aşamasında elde edilen bulgular Tablo 4.3'te yer almaktadır.

**Tablo 4.2:** Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Ölçeği AFA İlk Aşama Bulguları

<b>Madde ve Boyut</b>	<b>F4</b>	<b>F5</b>	<b>F3</b>	<b>F2</b>	<b>F1</b>
<b>Gıda Kalitesi (F1)</b>					
1. Sokak yiyecekleri çok lezzetli ve bol çeşitlidir.	0,096	0,064	0,315	0,636	0,236
2. Sokak yiyeceklerinin hazırlanmasında taze malzeme kullanılır.	0,312	0,044	0,185	0,404	<b>0,596</b>
3. Donmuş ve hazır gıdalardan mümkün olduğunca kaçınılır.	0,123	0,024	0,058	0,088	<b>0,811</b>

**Tablo 4.2 (Devamı): Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Ölçeği AFA İlk Aşama Bulguları**

<b>Madde ve Boyut</b>	<b>F4</b>	<b>F5</b>	<b>F3</b>	<b>F2</b>	<b>F1</b>
4. Yiyecekler doğaldır ve katkı maddeleri içermez.	0,291	0,194	0,026	0,121	<b>0,740</b>
6. Yiyeceklerin koku ve görüntüsü çekicidir.	0,122	0,146	0,189	0,693	0,066
7. Sokak lezzetleri doyurucu ve besleyicidir.	0,362	0,158	0,107	0,663	0,123
11. Sokak lezzetleri gastronominin sanat yönünü öne çıkarır.	0,503	0,301	0,196	0,028	0,003
<b>Hizmet kalitesi (F2)</b>					
5. Lüks hizmet bağımlılığı yerini lezzet bağımlılığına bırakır.	0,144	0,313	0,160	<b>0,542</b>	0,209
8. Günün her saatinde bulabilirsiniz.	-0,029	0,147	0,693	0,196	0,106
9. Satıcılar içten ve dost canlısıdır.	0,227	0,224	0,703	0,078	0,210
10. Sokak lezzetlerine erişim basit ve kolaydır.	-0,055	0,187	0,770	0,307	0,121
12. Yiyecekler sıcak sıcak, taze servis edilir.	0,298	0,212	0,317	<b>0,400</b>	0,178
13. Sokak yiyeceklerini damak zevkime daha uygun buluyorum.	0,380	0,256	0,232	<b>0,586</b>	0,084
14. Lezzet bağımlılığı yapan ustalar vardır.	0,036	0,353	0,467	<b>0,472</b>	0,029
<b>Fiyat Uygunluğu (F3)</b>					
15. Sokak lezzetlerine her kesimden ve gelirden insan erişebilir.	0,274	0,219	<b>0,606</b>	0,189	0,133
16. Sokak satıcılarından ödediğim paranın karşılığını fazlasıyla alıyorum.	0,411	0,210	<b>0,607</b>	0,243	0,007
17. Sokak lezzeti sağlayıcıları kanaatkâr insanlardır.	0,509	0,249	<b>0,490</b>	0,130	0,045
<b>Hijyen (F4)</b>					
18. Yiyeceklerin sağlığıma zarar vermeyeceğine inanıyorum.	<b>0,705</b>	0,039	0,125	0,132	0,229
19. Sokak lezzeti sağlayıcılarının kendileri ve hizmet stantları bakımlı ve temizdir.	<b>0,730</b>	0,109	0,094	0,211	0,342
20. Yiyecekler temiz ve hijyeniktir.	<b>0,721</b>	0,155	0,060	0,236	0,352
21. Sokak satıcıları hizmet sağladıkları yerde çevre görsel kirliliğine neden olmazlar.	<b>0,587</b>	0,286	0,131	0,169	0,024
22. Sokak lezzetlerinde günlük ve taze malzeme kullanıldığından gıda zehirlenmesi olayı ile karşılaşılmaz.	<b>0,629</b>	0,141	-0,039	0,220	0,202
<b>Otantiklik / Yerellik (F5)</b>					
23. Yerel ekonomiye katkı sağlar.	0,183	<b>0,645</b>	0,221	0,106	0,050
24. Sosyalleşmeye olanak sağlar.	0,126	<b>0,677</b>	0,264	0,169	0,052
25. Mahallinde yetiştirilen ürün kullanılır.	0,359	<b>0,451</b>	0,226	0,049	0,354
26. Sunulan yiyeceklerin aslına uygun olmasına (otantiklik) azami özen gösterilir.	0,399	<b>0,506</b>	0,145	0,049	0,377
27. Yerel mutfağın tanıtımına olumlu katkı sağlar.	0,120	<b>0,796</b>	0,136	0,181	0,190
28. Özel yerel ürünlerin coğrafi işaret alınmasına olumlu katkı sağlar.	0,119	<b>0,772</b>	0,152	0,196	0,002
29. Çoğu yerel yiyeceklerin özgünlüğünün korunmasına katkı sağlar.	0,230	<b>0,766</b>	0,150	0,211	0,019
<b>Özdeğer</b>	<b>10,587</b>	<b>2,469</b>	<b>1,760</b>	<b>1,297</b>	<b>1,132</b>
<b>Varyans (%)</b>	<b>14,235</b>	<b>14,015</b>	<b>11,951</b>	<b>10,816</b>	<b>8,453</b>
<b>Toplam Varyans (%)</b>	<b>59,469</b>				
<b>KMO</b>	<b>0,928</b>				
<b>Barlett's Test of Sphericity X<sup>2</sup>(p)</b>	<b>4960,142 (0,000)</b>				

**Tablo 4.3:** Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Ölçeği AFA Son Aşama Bulguları

<b>Madde ve Boyut</b>	<b>F5</b>	<b>F4</b>	<b>F2</b>	<b>F3</b>	<b>F1</b>
<b>Gıda Kalitesi (F1)</b>					
2. Sokak yiyeceklerinin hazırlanmasında taze malzeme kullanılır.	0,054	0,341	0,359	0,159	<b>0,607</b>
3. Donmuş ve hazır gıdalardan mümkün olduğunca kaçınılır.	0,026	0,125	0,047	0,057	<b>0,875</b>
4. Yiyecekler doğaldır ve katkı maddeleri içermez.	0,231	0,356	0,032	0,001	<b>0,751</b>
<b>Hizmet Kalitesi (F2)</b>					
5.Lüks hizmet bağımlılığı yerini lezzet bağımlılığına bırakır.	0,328	0,181	<b>0,479</b>	0,134	0,249
12.Yiyecekler sıcak sıcak, taze servis edilir.	0,181	0,256	<b>0,558</b>	0,251	0,189
13.Sokak yiyeceklerini damak zevkime daha uygun buluyorum.	0,223	0,318	<b>0,701</b>	0,200	-0,053
14.Lezzet bağımlılığı yapan ustalar vardır.	0,338	-0,046	<b>0,661</b>	0,313	0,101
<b>Fiyat Uygunluğu (F3)</b>					
15.Sokak lezzetlerine her kesimden ve gelirden insan erişebilir.	0,217	0,077	0,326	<b>0,680</b>	-0,010
16.Sokak satıcılarından ödediğim paranın karşılığını fazlasıyla alıyorum.	0,196	0,239	0,346	<b>0,714</b>	0,069
17.Sokak lezzeti sağlayıcıları kanaatkâr insanlardır.	0,251	0,334	0,113	<b>0,728</b>	0,147
<b>Hijyen (F4)</b>					
18.Yiyeceklerin sağlığıma zarar vermeyeceğine inanıyorum.	0,036	<b>0,662</b>	0,190	0,206	0,219
19.Sokak lezzeti sağlayıcılarının kendileri ve hizmet standartları bakımlı ve temizdir.	0,111	<b>0,779</b>	0,268	0,060	0,252
20.Yiyecekler temiz ve hijyeniktir.	0,149	<b>0,771</b>	0,303	0,033	0,274
21.Sokak satıcıları hizmet sağladıkları yerde çevre görsel kirliliğine neden olmazlar.	0,350	<b>0,631</b>	-0,023	0,277	-0,036
22.Sokak lezzetlerinde günlük ve taze malzeme kullanıldığından gıda zehirlenmesi olayı ile karşılaşılmaz.	0,158	<b>0,695</b>	0,012	0,154	0,157
<b>Otantiklik / Yerellik (F5)</b>					
23.Yerel ekonomiye katkı sağlar.	<b>0,664</b>	0,148	0,060	0,272	0,091
24.Sosyalleşmeye olanak sağlar.	<b>0,696</b>	0,063	0,089	0,344	0,124
27.Yerel mutfağın tanıtımına olumlu katkı sağlar.	<b>0,788</b>	0,127	0,247	0,040	0,165
28.Özel yerel ürünlerin coğrafi işaret alınmasına olumlu katkı sağlar.	<b>0,792</b>	0,128	0,252	0,073	-0,003
29.Çoğu yerel yiyeceklerin özgünlüğünün korunmasına katkı sağlar.	<b>0,775</b>	0,231	0,250	0,116	0,009
<b>Varyans (%)</b>	<b>17,332</b>	<b>16,335</b>	<b>11,187</b>	<b>10,550</b>	<b>10,489</b>
<b>Toplam Varyans (%)</b>	<b>65,893</b>				

Açıklayıcı faktör analizinde aşamalı olarak elenen 9 madde sonrasında ölçekte kalan 20 maddenin açıkladığı varyans %65,89 düzeyine ulaşmış olup başlangıç aşamasındaki 29 madde ile elde edilen %59,47 düzeyindeki varyansa göre daha yüksek olduğu, diğer bir ifadeyle kalan 20 maddenin sokak yiyeceklerine yönelik algıyı ölçme gücünün 29 maddeye göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Açıklayıcı faktör analizi sonuçlarına göre boyutların varyansa katkılarının %10,49 ile %17,33 aralığında olduğu tespit edilmiştir. Açıklayıcı faktör analizi sonucunda gıda kalitesi, hizmet kalitesi, fiyat uygunluğu, hijyen, otantiklik/yerellik” olmak üzere 5 boyut ve 20 maddeden oluşan yapı, doğrulayıcı faktör analizi ile test edilmiştir.

#### 4.2.2. Doğrulayıcı faktör analizi bulguları

Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Ölçeğinde AFA sonucu kalan 20 madde ve 5 boyut ile gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi (DFA) sonucunda elde edilen uyum indekslerine Tablo 4.4'te yer verilmiştir.

**Tablo 4.4:** Doğrulayıcı Faktör Analizinde Elde Edilen Model Uyum İndeksleri

Model Uyum İndeksleri	DFA1 32 madde
X <sup>2</sup> /sd	2,284
SRMR	0,061
GFI	0,903
NNFI	0,922
CFI	0,934
RMSEA	0,062
Faktör yükü	0,55 / 0,89
Faktörler arası korelasyon	0,40 / 0,82
Kovaryans bağlantısı	-

Doğrulayıcı faktör analizinin ilk aşamasında herhangi bir kovaryans bağlantısına gerek kalmadan model uyum indekslerinin iyi (SRMR, GFI, NNFI, CFI) ve çok iyi (X<sup>2</sup>/sd, RMSEA) düzeylerde olduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde faktör yüklerinin (>0,40) ve faktörler arası korelasyonların (<0,85) uygun aralıklarda olduğu tespit edilmiştir.

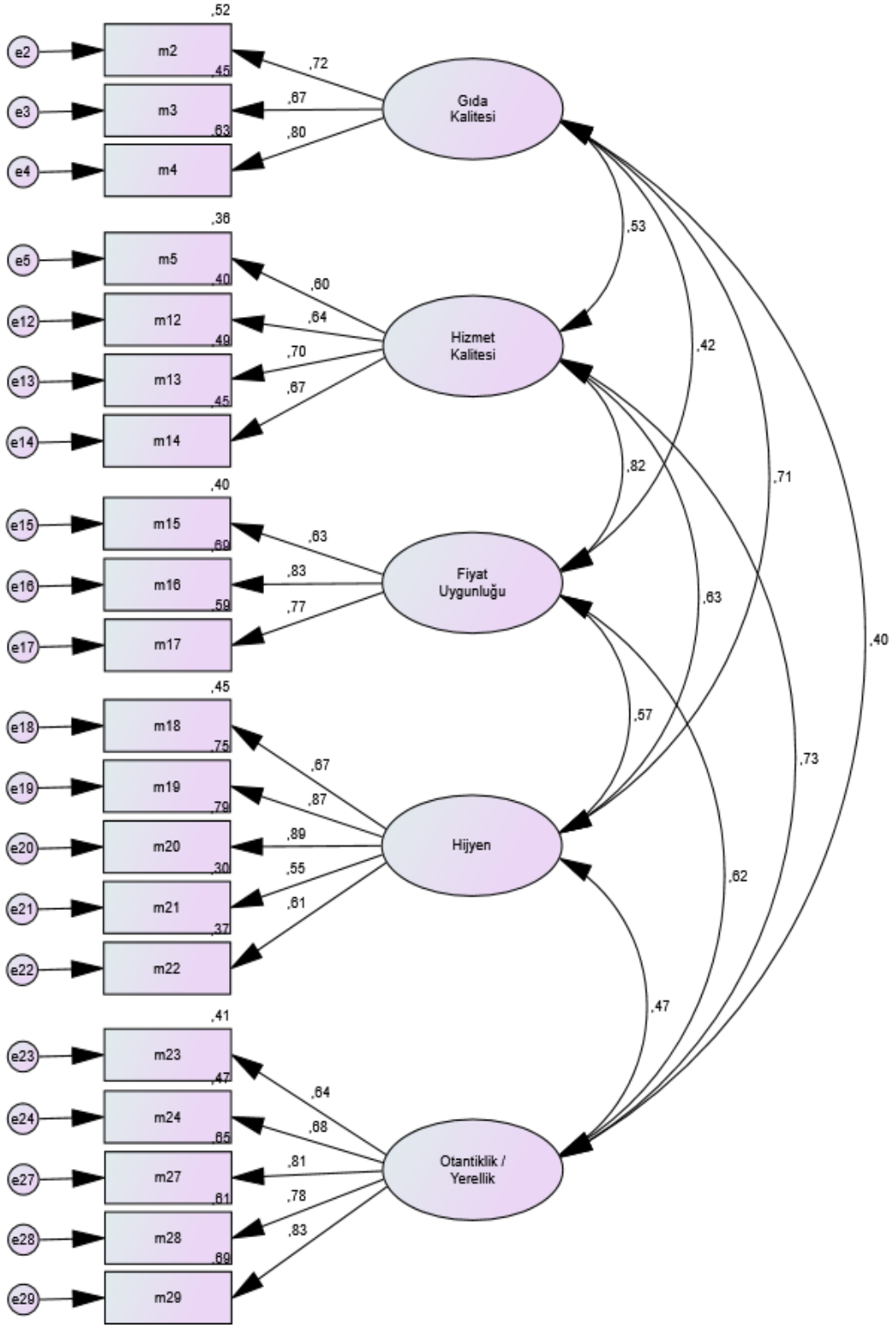
Tablo 4.5'te Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Ölçeği doğrulayıcı faktör analizinden elde edilen faktör yükleri, faktör yüklerine ait t değerleri ve standart hatalardan oluşan madde toplam korelasyonu ve Cronbach Alpha istatistiklerine yer verilmiştir.

Tablo 4.5'te doğrulayıcı faktör analizi bulgularına faktör yükleri 0,55 ile 0,89 aralığında, faktör yüklerine ait t değerleri istatistiksel olarak anlamlı (p<0,01) olarak tespit edilmiştir. Tablo 4.7 ve Tablo 4.8'deki bulgular birlikte değerlendirildiğinde AFA sonucunda kalan 20 madde ve 5 boyutlu yapının yapı geçerliğinin DFA ile doğrulandığı tespit edilmiştir. Şekil 4.1'de sokak yiyeceklerine yönelik algı ölçeği DFA diyagramı yer almaktadır.

**Tablo 4.5:** Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Ölçeği DFA Sonucu

<b>Madde ve Boyut</b>	<b>Std. <math>\beta</math></b>	<b>SH</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
<b>Gıda Kalitesi (F1)</b>				
2. Sokak yiyeceklerinin hazırlanmasında taze malzeme kullanılır.	0,72			
3. Donmuş ve hazır gıdalardan mümkün olduğunca kaçınılır.	0,67	0,101	10,60	0,000
4. Yiyecekler doğaldır ve katkı maddeleri içermez.	0,80	0,103	11,90	0,000
<b>Hizmet Kalitesi (F2)</b>				
5.Lüks hizmet bağımlılığı yerini lezzet bağımlılığına bırakır.	0,60			
12.Yiyecekler sıcak sıcak, taze servis edilir.	0,64	0,105	9,19	0,000
13.Sokak yiyeceklerini damak zevkime daha uygun buluyorum.	0,70	0,125	9,85	0,000
14.Lezzet bağımlılığı yapan ustalar vardır.	0,67	0,103	9,55	0,000
<b>Fiyat Uygunluğu (F3)</b>				
15.Sokak lezzetlerine her kesimden ve gelirden insan erişebilir.	0,63			
16.Sokak satıcılarından ödediğim paranın karşılığını fazlasıyla alıyorum.	0,83	0,115	11,48	0,000
17.Sokak lezzeti sağlayıcıları kanaatkâr insanlardır.	0,77	0,104	11,05	0,000
<b>Hijyen (F4)</b>				
18.Yiyeceklerin sağlığıma zarar vermeyeceğine inanıyorum.	0,67			
19.Sokak lezzeti sağlayıcılarının kendileri ve hizmet stantları bakımlı ve temizdir.	0,87	0,082	13,78	0,000
20.Yiyecekler temiz ve hijyeniktir.	0,89	0,081	14,00	0,000
21.Sokak satıcıları hizmet sağladıkları yerde çevre görsel kirliliğine neden olmazlar.	0,55	0,080	9,23	0,000
22.Sokak lezzetlerinde günlük ve taze malzeme kullanıldığından gıda zehirlenmesi olayı ile karşılaşılmaz.	0,61	0,091	10,11	0,000
<b>Otantiklik / Yerellik (F5)</b>				
23.Yerel ekonomiye katkı sağlar.	0,64			
24.Sosyalleşmeye olanak sağlar.	0,68	0,093	10,63	0,000
27.Yerel mutfağın tanıtımına olumlu katkı sağlar.	0,81	0,113	12,10	0,000
28.Özel yerel ürünlerin coğrafi işaret alınmasına olumlu katkı sağlar.	0,78	0,102	11,81	0,000
29.Çoğu yerel yiyeceklerin özgünlüğünün korunmasına katkı sağlar.	0,83	0,110	12,35	0,000

Tablo 4.5'teki doğrulayıcı faktör analizi bulgularına faktör yükleri 0,55 ile 0,89 aralığında, faktör yüklerine ait t değerleri istatistiksel olarak anlamlı ( $p < 0,01$ ) olarak tespit edilmiştir. Tablo 4.4 ve Tablo 4.5'teki bulgular birlikte değerlendirildiğinde AFA sonucunda kalan 20 madde ve 5 boyutlu yapının yapı geçerliğinin DFA ile doğrulandığı tespit edilmiştir.



Şekil 4.1: Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Ölçeği DFA Diyagramı

### 4.2.3. Güvenirlik analizi bulguları

Tablo 4.6’da Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Ölçeği güvenirlik analizi (madde toplam korelasyonu ve Cronbach Alpha) istatistiklerine yer verilmiştir.

**Tablo 4.6:** Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Ölçeği Güvenirlik Analizi Sonuçları

Madde ve Boyut	Silindiğinde		
	r	$\alpha$	$\alpha$
<b>Gıda Kalitesi (F1)</b>			<b>0,77</b>
2. Sokak yiyeceklerinin hazırlanmasında taze malzeme kullanılır.	0,58	0,91	
3. Donmuş ve hazır gıdalardan mümkün olduğunca kaçınılır.	0,36	0,91	
4. Yiyecekler doğaldır ve katkı maddeleri içermez.	0,52	0,91	
<b>Hizmet Kalitesi (F2)</b>			<b>0,75</b>
5.Lüks hizmet bağımlılığı yerini lezzet bağımlılığına bırakır.	0,56	0,91	
12.Yiyecekler sıcak sıcak, taze servis edilir.	0,57	0,91	
13.Sokak yiyeceklerini damak zevkime daha uygun buluyorum.	0,59	0,91	
14.Lezzet bağımlılığı yapan ustalar vardır.	0,54	0,91	
<b>Fiyat Uygunluğu (F3)</b>			<b>0,78</b>
15.Sokak lezzetlerine her kesimden ve gelirden insan erişebilir.	0,49	0,91	
16.Sokak satıcılarından ödediğim paranın karşılığını fazlasıyla alıyorum.	0,62	0,91	
17.Sokak lezzeti sağlayıcıları kanaatkâr insanlardır.	0,63	0,91	
<b>Hijyen (F4)</b>			<b>0,84</b>
18.Yiyeceklerin sağlığıma zarar vermeyeceğine inanıyorum.	0,55	0,91	
19.Sokak lezzeti sağlayıcılarının kendileri ve hizmet stantları bakımlı ve temizdir.	0,65	0,91	
20.Yiyecekler temiz ve hijyeniktir.	0,68	0,91	
21.Sokak satıcıları hizmet sağladıkları yerde çevre görsel kirliliğine neden olmazlar.	0,55	0,91	
22.Sokak lezzetlerinde günlük ve taze malzeme kullanıldığından gıda zehirlenmesi olayı ile karşılaşılmaz.	0,51	0,91	
<b>Otantiklik / Yerellik (F5)</b>			<b>0,86</b>
23.Yerel ekonomiye katkı sağlar.	0,53	0,91	
24.Sosyalleşmeye olanak sağlar.	0,56	0,91	
27.Yerel mutfağın tanıtımına olumlu katkı sağlar.	0,60	0,91	
28.Özel yerel ürünlerin coğrafi işaret alınmasına olumlu katkı sağlar.	0,56	0,91	
29.Çoğu yerel yiyeceklerin özgünlüğünün korunmasına katkı sağlar.	0,63	0,91	
<b>Ölçeğin Tümüne Ait Cronbach Alpha (<math>\alpha</math>)</b>			<b>0,91</b>
r: Madde toplam korelasyonu	**p<0,01		$\alpha$ : Cronbach Alpha

Tablo 4.6’deki güvenirlik bulgulara göre ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı 0,91; alt boyutların Cronbach Alpha katsayıları 0,77 / 0,75 / 0,78 / 0,84 / 0,86 ve madde toplam korelasyonunun tüm maddelerde 0,30’un üzerinde (0,36 ile 0,68 aralığında) olduğu tespit edilmiştir. Geçerlik ve güvenirlik analizi bulgularına göre ölçekte kalan 20 madde ve 5 boyutlu (gıda kalitesi, hizmet kalitesi, fiyat uygunluğu, hijyen, otantiklik/yerellik) yapı ile Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Ölçeğinin geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu tespit edilmiştir.

### 4.3. Betimsel Bulgular

Tablo 4.7’de Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Ölçeği toplam ve alt boyut puanlarına ait betimsel istatistiklere yer verilmiştir.

**Tablo 4.7:** Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Ölçeği Puanlarına Ait Betimsel İstatistikler

Alt Boyutlar	N	Min.	Maks.	$\bar{X}$	SS	Ç.	B.
Gıda Kalitesi	338	1	5,00	2,72	0,86	0,34	-0,02
Hizmet Kalitesi	338	1	5,00	3,78	0,72	-0,61	0,68
Fiyat Uygunluğu	338	1	5,00	3,72	0,80	-0,60	0,71
Hijyen	338	1	5,00	2,98	0,78	0,03	0,46
Otantiklik / Yerellik	338	1	5,00	3,87	0,72	-0,12	0,19
<b>SOKAK YİYECEKLERİNE YÖNELİK ALGI</b>	338	1	5,00	3,41	0,59	-0,06	0,92

Tablo 4.7’ye göre araştırmaya katılan tüketicilerin sokak yiyeceklerine yönelik algı puanı  $3,41 \pm 0,59$  olarak tespit edilmiş olup alınabilecek en düşük (1) ve en yüksek (5) puanlar dikkate alındığında araştırmaya katılan tüketicilerin sokak yiyeceklerine yönelik algısının orta-yüksek düzeyde olumlu (kararsızım / katılıyorum aralığında) olduğu söylenebilir. Alt boyutlardan alınan puanlar incelendiğinde en yüksek olumlu algının otantiklik / yerellik ( $3,87 \pm 0,72$ ), en düşük algının gıda kalitesi ( $2,72 \pm 0,86$ ) olduğu tespit edilmiştir.

### 4.4. Değişkenler Arasındaki İlişkiye Ait Bulgular

Tablo 4.8’e algı puanları arasındaki Pearson korelasyon analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

**Tablo 4.8:** Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki

Ölçek ve Boyut	2	3	4	5	6
Gıda Kalitesi	0,41**	0,32**	0,56**	0,32**	0,70**
Hizmet Kalitesi	1	0,63**	0,54**	0,61**	0,82**
Fiyat Uygunluğu		1	0,51**	0,56**	0,78**
Hijyen			1	0,46**	0,8**
Otantiklik / Yerellik				1	0,75**
<b>SOKAK YİYECEKLERİNE YÖNELİK ALGI</b>					1

Tablo 4.8’e göre gıda kalitesi ile hizmet kalitesi ( $r=0,41$ ;  $p<0,05$ ), fiyat uygunluğu ( $r=0,32$ ;  $p<0,05$ ), hijyen ( $r=0,56$ ;  $p<0,05$ ) ve otantiklik / yerellik ( $r=0,32$ ;  $p<0,05$ ) algı puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.8’e göre hizmet kalitesi ile fiyat uygunluğu ( $r=0,63$ ;  $p<0,05$ ), hijyen ( $r=0,54$ ;  $p<0,05$ ) ve otantiklik / yerellik ( $r=0,61$ ;  $p<0,05$ ) algı puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir.



Tablo 4.8'e göre fiyat uygunluğu ile hijyen ( $r=0,51$ ;  $p<0,05$ ) ve otantiklik / yerellik ( $r=0,56$ ;  $p<0,05$ ) algı puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.8'e göre hijyen ile otantiklik / yerellik ( $r=0,46$ ;  $p<0,05$ ) algı puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir.

#### 4.5. Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Puanlarının Demografik Değişkenlere Göre Karşılaştırılması

Sokak yiyeceklerine yönelik algı puanlarının katılımcıların cinsiyetine göre karşılaştırılmasına ait t testi sonuçları Tablo 4.9'da yer almaktadır.

**Tablo 4.9:** Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Puanlarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Boyut	Cinsiyet	n	$\bar{X}$	SS	t	p
Gıda Kalitesi	Kadın	236	2,64	0,86	-2,67	<b>0,008</b>
	Erkek	102	2,91	0,83		
Hizmet Kalitesi	Kadın	236	3,73	0,71	-2,02	<b>0,044</b>
	Erkek	102	3,90	0,74		
Fiyat Uygunluğu	Kadın	236	3,65	0,80	-2,45	<b>0,015</b>
	Erkek	102	3,88	0,79		
Hijyen	Kadın	236	2,94	0,80	-1,53	0,127
	Erkek	102	3,08	0,74		
Otantiklik / Yerellik	Kadın	236	3,86	0,70	-0,53	0,596
	Erkek	102	3,90	0,77		
<b>SOKAK YİYECEKLERİNE YÖNELİK ALGI</b>	Kadın	236	3,36	0,58	-2,42	<b>0,016</b>
	Erkek	102	3,53	0,60		

Sokak yiyeceklerinin hijyen ve otantikliğine ilişkin algı puanlarının cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermediği ( $p>0,05$ ) tespit edilmiştir. Sokak yiyeceklerinin gıda kalitesi ( $t=-2,67$ ;  $p<0,05$ ), hizmet kalitesi ( $t=-2,02$ ;  $p<0,05$ ), fiyat uygunluğu ( $t=-2,45$ ;  $p<0,05$ ) algı puanları ve sokak yiyeceklerine yönelik algı ( $t=-2,42$ ;  $p<0,05$ ) puanlarının cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Erkek katılımcıların sokak yiyeceklerinin gıda kalitesi, hizmet kalitesi, fiyat uygunluğuna ilişkin algı puanları ve sokak yiyeceklerine yönelik algı puanları, kadın katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir. Dolayısıyla H1 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Sokak yiyeceklerine yönelik algı puanlarının katılımcıların medeni durumuna göre karşılaştırılmasına ait t testi sonuçları Tablo 4.10'da yer almaktadır.

**Tablo 4.10:** Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Puanlarının Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması

Boyut	Medeni Durum		$\bar{X}$	SS	t	p
		n				
Gıda Kalitesi	Evli	20	3,03	0,88	1,70	0,090
	Bekar	318	2,70	0,86		
Hizmet Kalitesi	Evli	20	3,69	0,89	-0,60	0,548
	Bekar	318	3,79	0,71		
Fiyat Uygunluğu	Evli	20	3,67	1,00	-0,30	0,768
	Bekar	318	3,72	0,79		
Hijyen	Evli	20	2,91	0,86	-0,41	0,681
	Bekar	318	2,98	0,78		
Otantiklik / Yerellik	Evli	20	3,69	0,86	-1,18	0,237
	Bekar	318	3,89	0,71		
<b>SOKAK YİYECEKLERİNE YÖNELİK ALGI</b>	Evli	20	3,40	0,80	-0,13	0,897
	Bekar	318	3,42	0,58		

Sokak yiyeceklerine yönelik algı puanlarının medeni duruma göre anlamlı farklılık göstermediği ( $p>0,05$ ) tespit edilmiştir. Dolayısıyla  $H_2$  hipotezi reddedilmektedir.

Sokak yiyeceklerine yönelik algı puanlarının katılımcıların yaş gruplarına göre karşılaştırılmasına ait ANOVA testi sonuçları Tablo 4.11’de yer almaktadır.

**Tablo 4.11:** Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Puanlarının Yaş Gruplarına Göre Karşılaştırılması

Boyut	Yaş	N	$\bar{X}$	SS	F	p	Anlamlı Fark
Gıda Kalitesi	A-18-25 yaş	298	2,69	0,85	1,27	0,283	
	B-26-35 yaş	23	2,80	0,95			
	C-36 yaş ve üstü	17	3,02	0,89			
Hizmet Kalitesi	A-18-25 yaş	298	3,79	0,71	2,86	0,058	
	B-26-35 yaş	23	3,97	0,65			
	C-36 yaş ve üstü	17	3,43	0,90			
Fiyat Uygunluğu	A-18-25 yaş	298	3,71	0,78	2,66	0,072	
	B-26-35 yaş	23	4,04	0,72			
	C-36 yaş ve üstü	17	3,49	1,06			
Hijyen	A-18-25 yaş	298	2,98	0,77	0,77	0,463	
	B-26-35 yaş	23	3,12	0,78			
	C-36 yaş ve üstü	17	2,81	0,90			
Otantiklik / Yerellik	A-18-25 yaş	298	3,89	0,70	1,88	0,155	
	B-26-35 yaş	23	3,93	0,67			
	C-36 yaş ve üstü	17	3,52	1,00			
<b>SOKAK YİYECEKLERİNE YÖNELİK ALGI</b>	A-18-25 yaş	298	3,41	0,58	1,44	0,238	
	B-26-35 yaş	23	3,57	0,60			
	C-36 yaş ve üstü	17	3,25	0,86			

Sokak yiyeceklerine yönelik algı puanlarının yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermediği ( $p>0,05$ ) tespit edilmiştir. Analiz sonucunda  $H_3$  hipotezi reddedilmiştir.

Sokak yiyeceklerine yönelik algı puanlarının katılımcıların aylık gelire göre karşılaştırılmasına ait ANOVA testi sonuçları Tablo 4.12’de yer almaktadır.

**Tablo 4.12:** Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Puanlarının Aylık Gelire Göre Karşılaştırılması

Boyut	Aylık Gelir	N	$\bar{X}$	SS	F	p	Anlamlı Fark
Gıda Kalitesi	A-3000TL ve altı	238	2,64	0,84	1,84	0,121	
	B-3001-4500TL	34	2,93	0,87			
	C-4501-6000TL	24	2,81	0,62			
	D-6001-7500TL	13	2,79	1,09			
	E-7501TL ve üstü	29	2,99	1,03			
Hizmet Kalitesi	A-3000TL ve altı	238	3,77	0,72	0,47	0,755	
	B-3001-4500TL	34	3,86	0,63			
	C-4501-6000TL	24	3,91	0,42			
	D-6001-7500TL	13	3,83	0,78			
	E-7501TL ve üstü	29	3,67	0,97			
Fiyat Uygunluğu	A-3000TL ve altı	238	3,70	0,78	0,65	0,628	
	B-3001-4500TL	34	3,64	0,69			
	C-4501-6000TL	24	3,94	0,62			
	D-6001-7500TL	13	3,82	0,78			
	E-7501TL ve üstü	29	3,72	1,16			
Hijyen	A-3000TL ve altı	238	2,99	0,78	0,12	0,975	
	B-3001-4500TL	34	2,95	0,73			
	C-4501-6000TL	24	3,01	0,67			
	D-6001-7500TL	13	2,92	0,98			
	E-7501TL ve üstü	29	2,90	0,90			
Otantiklik / Yerellik	A-3000TL ve altı	238	3,87	0,71	0,46	0,762	
	B-3001-4500TL	34	3,86	0,71			
	C-4501-6000TL	24	4,06	0,55			
	D-6001-7500TL	13	3,91	0,63			
	E-7501TL ve üstü	29	3,75	0,95			
<b>SOKAK YİYECEKLERİNE YÖNELİK ALGI</b>	A-3000TL ve altı	238	3,39	0,57	0,39	0,814	
	B-3001-4500TL	34	3,45	0,55			
	C-4501-6000TL	24	3,54	0,40			
	D-6001-7500TL	13	3,45	0,78			
	E-7501TL ve üstü	29	3,41	0,86			

Sokak yiyeceklerine yönelik algı puanlarının aylık gelire göre anlamlı farklılık göstermediği ( $p>0,05$ ) tespit edilmiştir. Yapılan Anova analiz sonucunda  $H_4$  hipotezi reddedilmiştir.

Sokak yiyeceklerine yönelik algı puanlarının katılımcıların Adapazarı şehrinde ikamet süresine göre karşılaştırılmasına ait ANOVA testi sonuçları Tablo 4.13’te yer almaktadır.

**Tablo 4.13:** Sokak Yiyeceklerine Yönelik Algı Puanlarının Adapazarı Şehrinde İkamet Süresine Göre Karşılaştırılması

Boyut	İkamet Süresi	N	$\bar{X}$	SS	F	p	Anlamlı Fark
Gıda Kalitesi	A-1-5 yıl	223	2,72	0,81	0,18	0,950	
	B-6-10 yıl	15	2,89	0,98			
	C-11-15 yıl	15	2,73	1,02			
	D-16-20 yıl	42	2,69	1,05			
	E-21 yıl ve üstü	43	2,68	0,84			
Hizmet Kalitesi	A-1-5 yıl	223	3,77	0,68	0,25	0,907	
	B-6-10 yıl	15	3,75	0,73			
	C-11-15 yıl	15	3,95	0,61			
	D-16-20 yıl	42	3,81	0,84			
	E-21 yıl ve üstü	43	3,79	0,86			
Fiyat Uygunluğu	A-1-5 yıl	223	3,68	0,77	1,29	0,275	
	B-6-10 yıl	15	3,53	0,79			
	C-11-15 yıl	15	3,62	0,58			
	D-16-20 yıl	42	3,86	0,92			
	E-21 yıl ve üstü	43	3,90	0,87			
Hijyen	A-1-5 yıl	223	2,97	0,74	0,44	0,782	
	B-6-10 yıl	15	3,11	0,84			
	C-11-15 yıl	15	3,01	0,65			
	D-16-20 yıl	42	2,90	0,93			
	E-21 yıl ve üstü	43	3,08	0,89			
Otantiklik / Yerellik	A-1-5 yıl	223	3,90	0,67	0,69	0,596	
	B-6-10 yıl	15	3,67	0,84			
	C-11-15 yıl	15	3,69	0,72			
	D-16-20 yıl	42	3,95	0,70			
	E-21 yıl ve üstü	43	3,81	0,93			
<b>SOKAK YİYECEKLERİNE YÖNELİK ALGI</b>	A-1-5 yıl	223	3,40	0,55	0,09	0,986	
	B-6-10 yıl	15	3,39	0,65			
	C-11-15 yıl	15	3,40	0,54			
	D-16-20 yıl	42	3,44	0,71			
	E-21 yıl ve üstü	43	3,45	0,72			

Sokak yiyeceklerine yönelik algı puanlarının Adapazarı şehrinde ikamet süresine göre anlamlı farklılık göstermediği ( $p>0,05$ ) tespit edilmiştir. Yapılan Anova analiz sonucunda  $H_5$  hipotezi reddedilmiştir.

Araştırmaya katılanların sokak lezzetlerinin kalitesini nasıl algıladıklarını tespit etmek amacıyla aşağıdaki sorular sorulmuştur. Sorulara ilişkin numaralar anketteki sıraya göre verilmiştir.

- 1.Sokak yiyecekleri çok lezzetli ve bol çeşitlidir.
- 2.Sokak yiyeceklerinin hazırlanmasında taze malzeme kullanılır.
- 3.Donmuş ve hazır gıdalardan mümkün olduğunca kaçınılır.
- 4.Yiyecekler doğaldır ve katkı maddeleri içermez.
- 6.Yiyeceklerin koku ve görüntüsü çekicidir.

7.Sokak lezzetleri doyurucu ve besleyicidir.

11.Sokak lezzetleri gastronominin sanat yönünü öne çıkarır

**Tablo 4.14:** Ankete Verilen Cevapların Yüzde, Frekans, Ortalama ve Standart Sapma Dağılımları

	1		2		3		4		5		Toplam		$\bar{X}$	SS
	f	%	f	%	f	%	F	%	f	%	f	%		
Soru 1	12	3,6	40	11,8	70	20,7	157	46,4	59	17,5	338	100	3,62	1,018
Soru 2	18	5,3	75	22,2	163	48,2	57	16,9	25	7,4	338	100	2,99	0,950
Soru 3	44	13,0	114	33,7	95	28,1	65	19,2	20	5,9	338	100	2,71	1,099
Soru 4	67	19,8	116	34,3	107	31,7	32	9,5	16	4,7	338	100	2,45	1,059
Soru 5	10	3,0	35	10,4	79	23,4	151	44,7	63	18,6	338	100	3,66	0,993
Soru 6	11	3,3	15	4,4	48	14,2	169	50,0	95	28,1	338	100	3,950	0,945
Soru 7	12	3,6	52	15,4	86	25,4	130	38,5	58	17,2	338	100	3,50	1,057
Soru 8	12	3,6	33	9,8	55	16,3	167	49,4	71	21,0	338	100	3,75	1,011
Soru 9	9	2,7	20	5,9	92	27,2	147	43,5	70	20,7	338	100	3,58	0,918
Soru 10	7	2,1	9	2,7	25	7,4	208	61,5	89	26,3	338	100	4,07	0,792
Soru 11	22	6,5	76	22,5	100	29,6	101	29,9	39	11,5	338	100	3,17	1,104
Soru 12	7	2,1	27	8,0	87	25,7	162	47,9	55	16,3	338	100	3,68	0,910
Soru 13	13	3,8	40	11,8	78	23,1	140	41,4	67	19,8	338	100	3,62	1,051
Soru 14	9	2,7	7	2,1	29	8,6	165	48,8	128	37,9	338	100	4,17	0,872
Soru 15	9	2,7	18	5,3	47	13,9	146	43,2	118	34,9	338	100	4,02	0,971
Soru 16	12	3,6	28	8,3	118	34,9	123	36,4	57	16,9	338	100	3,55	0,983
Soru 17	7	2,1	31	9,2	107	31,7	144	42,6	49	14,5	338	100	3,58	0,918
Soru 18	51	15,1	90	26,6	121	35,8	59	17,5	17	5,0	338	100	2,71	1,079
Soru 19	30	8,9	85	25,1	159	47,0	50	14,8	14	4,1	338	100	2,80	0,940
Soru 20	29	8,6	78	23,1	172	50,9	44	13,0	15	4,4	338	100	2,82	0,922
Soru 21	12	3,6	41	12,1	100	29,6	145	42,9	40	11,8	338	100	3,47	0,972
Soru 22	26	7,7	73	21,6	118	34,9	83	24,6	38	11,2	338	100	3,10	1,101
Soru 23	8	2,4	19	5,6	65	19,2	183	54,1	63	18,6	338	100	3,81	0,885
Soru 24	5	1,5	12	3,6	48	14,2	185	54,7	88	26,0	338	100	4,00	0,824
Soru 25	11	3,3	56	16,6	149	44,1	88	26,0	34	10,1	338	100	3,23	0,953
Soru 26	16	4,7	37	10,9	117	34,6	129	38,2	39	11,5	338	100	3,41	0,989
Soru 27	9	2,7	23	6,8	55	16,3	166	49,1	85	25,1	338	100	0,387	0,955
Soru 28	5	1,5	17	5,0	68	20,1	169	50,0	79	23,4	338	100	3,89	0,871
Soru 29	8	2,4	20	5,9	76	22,5	162	47,9	72	21,3	338	100	3,80	0,922

Anket sorularına verilen cevaplar incelendiğinde, tüketicilerin %46,4'ünün sokak yiyeceklerinin çok lezzetli ve bol çeşitli olduğunu düşündükleri görülmektedir.

Bu soruya katılımcıların %3,6'sı kesinlikle katılmıyorum şeklinde cevap vermiştir. Tüketicilerin %48,2'si sokak yiyeceklerinin hazırlanmasında taze malzeme kullanılır sorusuna kararsızım şeklinde cevap verirken, %22,2'lik kısım katılmıyorum şeklinde görüş bildirmiştir. Tüketicilerin %33,7 'si donmuş ve hazır gıdalardan mümkün olduğunca kaçınılır ifadesine katılmıyorum şeklinde yanıt verirken, %5,9'u kesinlikle katılıyorum şeklinde görüş bildirmiştir. Sokak yiyeceklerinin doğal ve katkı maddeleri içermediği yönündeki soruya tüketicilerin sadece %4,7'si kesinlikle katılıyorum şeklinde görüş bildirirken, %34,3'ü katılmıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yiyeceklerin koku ve görüntüsü çekicidir yönündeki ifadeye katılımcıların yarısı katılıyorum şeklinde yanıt vermiştir. %3,3'lük bir kesim ise kesinlikle katılmadığını belirtmiştir. Sokak lezzetlerinin doyurucu ve besleyici olduğu yönündeki ifadeye katılımcıların %38,5'i katılıyorum yanıtı verirken, %25,4'lük kesim bu ifade için kararsızım şeklinde görüş bildirmiştir. Sokak lezzetlerinin gastronominin sanat yönünü ortaya çıkarır şeklindeki ifadeye katılım şeklinde görüş bildirenlerin oranı %29,9 iken katılımcıların %6,5'inin buna katılmadıkları görülmektedir.

Tüketicilere hizmet kalitesine ilişkin olarak aşağıdaki sorular yöneltmiştir.

5. Lüks hizmet bağımlılığı yerini lezzet bağımlılığına bırakır.

8. Günün her saatinde bulabilirsiniz.

9. Satıcılar içten ve dost canlısıdır.

10. Sokak lezzetlerine erişim basit ve kolaydır.

12. Yiyecekler sıcak sıcak, taze servis edilir.

13. Sokak yiyeceklerini damak zevkime daha uygun buluyorum.

14. Lezzet bağımlılığı yapan ustalar vardır.

Verilen cevaplar incelendiğinde, tüketicilerin hizmet kalitesine ilişkin lüks hizmet bağımlılığı yerini lezzet bağımlılığına bırakır sorusuna %44,7'lik kesim katılıyorum şeklinde yanıt verirken, %23,4'lük kesim kararsız olduğu, %3,0'lük kesim kesinlikle katılmıyorum şeklinde görüş bildirmiştir. Tüketicilerin sokak lezzetlerini günün her saatinde bulabilirsiniz ifadesine %49,4'tü katılıyorum şeklinde iken,

%3,6'lık kesim katılmıyorum yönünde fikir belirtmiştir. Tüketicilerin satıcılar içten ve dost canlısıdır sorusuna %43'5'i katılıyorum şeklinde cevap verirken, %2,7'si kesinlikle katılmadığını belirtmiştir. Sokak lezzetlerine erişim basit ve kolaydır sorusuna tüketicilerin %61,5'i katılıyorum şeklinde yanıt verirken, %2,1'i kesinlikle katılmadığını bildirmiştir. Yiyeceklerin sıcak sıcak ve taze servis edilmesi ile ilgili soruya tüketicilerin %47,9'u katılıyorum yanıtını verirken, %2,1'i kesinlikle katılmadığı görüşündedir. Tüketiciler sokak yiyeceklerini damak zevkime daha uygun buluyorum sorusuna %41,4'ü katılıyorum cevabını verirken, %3,8'i kesinlikle katılmıyorum şeklinde görüş bildirmiştir. Lezzet bağımlılığı yapan ustalar vardır sorusuna şeklindeki ifadeye katılıyorum şeklinde görüş bildirenlerin oranı %48,8 iken katılımcıların %2,7'sinin buna katılmadıkları görülmektedir.

Tüketicilerin sokak lezzetlerinin fiyatlarını nasıl algıladıklarını tespit etmek amacıyla aşağıdaki sorular sorulmuştur.

15. Sokak lezzetlerine her kesimden ve gelirden insan erişebilir.
16. Sokak satıcılarından ödediğim paranın karşılığını fazlasıyla alıyorum.
17. Sokak lezzeti sağlayıcıları kanaatkâr insanlardır.

Anket sorularına verilen cevaplar incelendiğinde, tüketicilerin %43,2'sinin sokak lezzetlerine her kesimden ve gelirden insan erişebileceği düşüncesine sahipken, %2,7'si kesinlikle erişemeyecekleri düşüncesinde oldukları görülmektedir. Tüketicilerin %34,9'zu sokak satıcılarından ödediğim paranın karşılığını fazlasıyla alıyorum sorusuna kararsızım şeklinde cevap verirken, %3,62'lık kısım kesinlikle katılmadığı, %36'lük kesimin ise katıldığı şeklinde görüşlerini bildirmiştir. Sokak lezzeti sağlayıcıları kanaatkâr insanlardır yönündeki soruya tüketicilerin %42,6'sı kesinlikle katılıyorum şeklinde görüş bildirirken, sadece %2,2'i katılmıyorum yönünde görüş bildirmiştir.

Hijyen boyutuna ilişkin, ankete katılanlara aşağıdaki sorular yöneltilmiştir.

18. Yiyeceklerin sağlığıma zarar vermeyeceğine inanıyorum
19. Sokak lezzeti sağlayıcılarının kendileri ve hizmet standartları bakımlı ve temizdir.

20. Yiyecekler temiz ve hijyeniktir.

21. Sokak satıcıları hizmet sağladıkları yerde çevre görsel kirliliğine neden olmazlar

22. Sokak lezzetlerinde günlük ve taze malzeme kullanıldığından gıda zehirlenmesi olayı ile karşılaşılmaz.

Anket sorularına verilen cevaplar incelendiğinde, tüketicilerin %35,8'inin yiyeceklerin sağlığına zarar vermeyeceğine inanıyorum sorusuna kararsızım yanıtı verirken, %26,6'sı katılmadığı, %5,0'inin ise katılıyorum şeklinde görüş bildirmiştir.

Sokak lezzeti sağlayıcılarının kendileri ve hizmet stantları bakımlı ve temizdir sorusuna tüketicilerin %47,0'si kararsız olduğunu, %14,0'dünün katıldığını, %8,9'unun ise kesinlikle katılmadığı şeklinde yanıtlamıştır. Tüketicilerin yiyecekler temiz ve hijyeniktir sorusuna %50,9'u kararsızım yanıtı verirken, %4,4'ü katılıyorum, %8,6'sı ise kesinlikle katılmıyorum yönünde fikir belirtmiştir. Sokak satıcıları hizmet sağladıkları yerde çevre görsel kirliliğine neden olmazlar yönündeki ifadeye katılımcıların %42,9'u katılıyorum yanıtı verirken, %29,6' kararsızım, %3,6'sı ise kesinlikle katılmıyorum şeklinde yanıt vermiştir. Tüketicilerin sokak lezzetlerinde günlük ve taze malzeme kullanıldığından gıda zehirlenmesi olayı ile karşılaşılmaz sorusuna %34,9 kararsız olduğu, %24,6'sının katıldığı, %7,7'si ise kesinlikle katılmadığı yönünde görüşlerini bildirmiştir.

Tüketicilerin sokak lezzetlerinin yerellik ve otantiklik boyutuna ilişkin düşüncelerini tespit etmeye yönelik olarak şu sorular yöneltilmiştir.

23.Yerel ekonomiye katkı sağlar.

24.Sosyalleşmeye olanak sağlar.

25.Mahallinde yetiştirilen ürün kullanılır.

26.Sunulan yiyeceklerin aslına uygun olmasına (otantiklik) azami özen gösterilir.

27.Yerel mutfağın tanıtımına olumlu katkı sağlar.

28.Özel yerel ürünlerin coğrafi işaret alınmasına olumlu katkı sağlar.

29.Çoğu yerel yiyeceklerin özgünlüğünün korunmasına katkı sağlar.



Anket sorularına verilen cevaplar incelendiğinde, tüketicilerin %54,1'nin sokak lezzetlerinin yerel ekonomiye katkı sağladığını düşündükleri görülmektedir. Bu soruya katılımcıların %2,4'ü kesinlikle katılmıyorum şeklinde cevap vermiştir. Sosyalleşmeye olanak sağlar. Sosyalleşmeye olanak sağlar sorusuna tüketicilerin %54,7'si katılıyorum yanıtı verirken, %1,5'i kesinlikle katılmıyorum yönünde yanıt vermiştir. Tüketicilerin mahallinde yetiştirilen ürün kullanılır sorusuna yönelik cevapları ise %44,1 ile kararsız oldukları, %26,0 oranıyla katıldıkları ve %4,7 oranıyla kesinlikle katılmadıkları görüşlerini belirtmişlerdir. Sunulan yiyeceklerin aslına uygun olmasına (otantiklik) azami özen gösterilir sorusuna tüketicilerden %38,2 ile katıldıkları, %4,7 'sinin ise kesinlikle katılmadıkları yanıtlarını belirtmektedirler. Yerel mutfağın tanıtımına olumlu katkı sağlaması ile ilgili soruya tüketiciler %49,1'i katıldıkları yönünde cevaplarırken, %2,7'sinin kesinlikle katılmadıkları yönünde cevaplamışlardır. Tüketicilerin özel yerel ürünlerin coğrafi işaret alınmasına olumlu katkı sağlaması ile ilgili soruya %50,0 ile katılımcıların yarısı katıldıklarını ifade ederken, %1,5 oranında katılımcı kesinlikle katılmadığı yönünde görüş bildirmiştir. Çoğu yerel yiyeceklerin özgünlüğünün korunmasına katkı sağlar sorusuna %47,9'u ifadeye katılıyorum şeklinde görüş bildirirken, %2,4 oranında katılımcı buna kesinlikle katılmadıkları yönünde görüş bildirdikleri görülmektedir.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Sokak yemekleri geliştirmekte ve hatta gelişmiş olan pek çok ülkede kent merkezlerinde bulunan önemli ortak özelliklerindedir. Sokak yemeklerinin en temel özelliği perakende olarak sunulmaları ve sunuldukları yerler olan sokaklardır. Bu tatlara satın alanlar ulaşılabilir olması, uygun fiyatlı, lezzetli olması ile ilgilenmekte olup gıda güvenliği, kalitesi ve hijyen konuları ile çok fazla ilgilenmemektedirler. Sokak yiyeceklerinin sağlıklı, güvenilir olması için; çevresel kirlilik, yiyecekte toplu üretim ve satış, denetimsizlik, ürünlerin son kullanma tarihinin değiştirilmesi, denetlenmeyen yiyecekler, hızlı nüfus artışı gibi nedenlerden uzaklaşmak gerekmektedir. Gelişen teknoloji, artan nüfus ile her geçen gün daha fazla sokak lezzeti görülmektedir. Ancak yetersiz denetim ve düşük maliyetli ham madde alımından dolayı kimyasal, fiziksel ve mikrobiyolojik şekillerde zehirlenme olasılıkları vardır (Girgin, 2019).

Bu çalışma ile çeşitli literatür taraması yapılarak kavramsal çerçevede kapsamında uluslararası bir olgu olan sokak lezzetleri kavramı giriş başlığında, ardından tarihçesi, önemi, gastronomi turizmine etkileri, bu alanda yapılan etkinlik vb. gibi uygulamalar, sokak lezzetleri satıcıları ve ekipmanları, dünyada ve Türkiye’de sokak lezzet çeşitleri, Sakarya ili özelinde sokak lezzetleri, hijyen-sanitasyon, sokak lezzetlerinin kültürel, iletişim ve ekonomiye etkileri başlıkları ve açıklamaları yapılmaya çalışılmıştır.

Türkiye, kendine has mevsimsel özellikleri, coğrafi özellikleri ve tarihsel birikimi ile günümüze kadar zenginleşerek gelen farklı çeşitte sokak lezzetleri kültürüne sahiptir. Bu çalışmada doğu Marmara bölgesinin çok katmanlı etnik yapı etkisiyle çeşitlendirdiği Sakarya ilinin gastronomik yapısından dolayı burada yaşayan tüketicilerin sokak lezzetleri tercihlerinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Sokak lezzetleri ile ilgili bilimsel literatüre bakıldığında yapılan çalışmaların gıda güvenliği, hijyen ve ekonomi gibi kavramlar üzerinden yapıldığı belirtilmektedir. Bu anlamda ekonomi başlığından yaklaşıldığında sokak lezzetleri başlangıçta düşük maliyetin üretim imkânı vermesi olduğu söylenebilir. Bu bakımdan sokak lezzetleri günümüzde market vb. yerlerde satış şansı yakalayarak kapalı pazar yerlerinde satışları

mümkün olmuş, ticari bir unsura dönüşmüş ve hatta yerleşik hayatın bir parçası haline gelmiştir (Bayraktar ve Zencir, 2019).

Bu çalışma ile yerel mutfak kültürleri ile bezenmiş sokak lezzetlerine ilginin artması ve sağlığı tehdit etmemesi adına üreticilerin hijyen bilgi seviyelerinin artırılmasına yönelik ihtiyacı karşılaması beklenmektedir. Elde edilen veriler literatürü destekler niteliktedir (Akkuş, 2013; İrigüler ve Öztürk, 2016; Solunoğlu, 2018).

Araştırmaya katılan tüketicilerin sokak yiyeceklerine yönelik algı puanı olarak tespit edilmiş olup alınabilecek en düşük (1) ve en yüksek (5) puanlar dikkate alındığında araştırmaya katılan tüketicilerin sokak yiyeceklerine yönelik algısının orta-yüksek düzeyde olumlu (kararsızım / katılıyorum aralığında) olduğu söylenebilir. Alt boyutlardan alınan puanlar incelendiğinde en yüksek olumlu algının otantiklik / yerellik en düşük algının gıda kalitesi olduğu tespit edilmiştir. Çalışmanın en önemli katkılarından biri ise literatürde tek boyutlu olan hizmet kalitesinin gıda kalitesi olarak bölünmesidir. Hizmet kalitesinin bölünmesinden sonra otantiklik/yerellik boyutu sokak lezzetlerine yönelik algı ortalaması en yüksek olan boyuttur. Bunu sırasıyla hizmet kalitesi, fiyat uygunluğu, hijyen ve gıda kalitesi boyutları izlemektedir.

Bu araştırma ile benzerlik taşıyan Akşit (2019) tarafından yapılan araştırmaya göre gıda kalitesi, hizmet kalitesi, haz alma duygusu, hijyen, parasal değer ve memnuniyet olmak üzere altı boyut elde edilirken; yerli turistlerin tutumunu en fazla etkileyen boyut hizmet kalitesi olarak belirlenmiştir. Bu araştırmada bulgularında ise öğrenciler açısından sırasıyla en yüksek olumlu algının otantiklik/yerellik iken en düşük algının gıda kalitesi olduğu söylenebilmektedir.

H<sub>1</sub>: Tüketicilerin sokak lezzetleri tercihleri cinsiyete göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.

Sokak yiyeceklerinin hijyen ve otantikliğine ilişkin algı puanlarının cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermediği ( $p>0,05$ ) tespit edilirken, gıda kalitesi ( $t=-2,67$ ;  $p<0,05$ ), hizmet kalitesi ( $t=-2,02$ ;  $p<0,05$ ), fiyat uygunluğu ( $t=-2,45$ ;  $p<0,05$ ) algı puanları ve sokak yiyeceklerine yönelik algı ( $t=-2,42$ ;  $p<0,05$ ) puanlarının cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Erkek katılımcıların sokak yiyeceklerinin gıda kalitesi, hizmet kalitesi, fiyat uygunluğuna ilişkin algı puanları ve

sokak yiyeceklerine yönelik algı puanları, kadın katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir. Dolayısıyla H<sub>1</sub> hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Sokak lezzetlerinin hijyen ve gıda kalitesine ilişkin algı ortalamasının düşük olduğu saptanmıştır. Bu sonuç, sokak lezzetlerinin hazırlanması ve sunumunda kullanılan stant-araba-araç-gereçlerin ve satıcıların hijyeni konusunda öğrencilerin olumsuz bir algı sergilediklerini ortaya koymaktadır. Araştırmadan elde edilen en önemli bulgulardan biri de hijyen ve gıda kalitesine ilişkin koşulların olumsuz algısına rağmen, sokak lezzetlerine yönelik fiyat uygunluğu, hizmet kalitesi ve otantiklik/yerellik algılarının iyi düzeyin üstündedir. Ancak durum ne olursa olsun, sokak lezzetlerine yönelik olumsuz hijyen algısının giderilmesi için; gıda güvenliği ve tüketici sağlığının korunması, yerel yönetimlerce gıda üretim standartlarının belirlenmesi, sokak satıcılarının periyodik aralıklarla sağlık kontrollerinin yapılması ve sokak lezzetlerine üreticileri ile satıcılarına hijyen eğitimi verilmesi önerilmektedir.

Sokak lezzetleri algılarının alt boyutları olan; gıda ve hizmet kalitesi ve fiyat uygunluğu algıları boyutlarının tümünün erkek katılımcıların ortalamalarının kadınlara göre daha yüksek olduğu görülmektedir

H<sub>2</sub>: Tüketicilerin sokak lezzetleri tercihleri medeni duruma göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.

Sokak yiyeceklerine yönelik algı puanlarının katılımcıların medeni durumuna göre anlamlı farklılık göstermediği ( $p>0,05$ ) tespit edilmiştir. Dolayısıyla H<sub>2</sub> hipotezi reddedilmektedir.

H<sub>3</sub>: Tüketicilerin sokak lezzetleri tercihleri yaşa göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.

Sokak yiyeceklerine yönelik algı puanlarının yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermediği ( $p>0,05$ ) tespit edilmiştir. Analiz sonucunda H<sub>3</sub> hipotezi reddedilmiştir.

H<sub>4</sub>: Tüketicilerin sokak lezzetleri tercihleri gelire göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.

Sokak yiyeceklerine yönelik algı puanlarının aylık gelire göre anlamlı farklılık göstermediği ( $p>0,05$ ) tespit edilmiştir. Yapılan Anova analiz sonucunda  $H_4$  hipotezi reddedilmiştir.

$H_5$ : Tüketicilerin sokak lezzetleri tercihleri anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

Sokak yiyeceklerine yönelik algı puanlarının Sakarya’da ikamet süresine göre anlamlı farklılık göstermediği ( $p>0,05$ ) tespit edilmiştir. Yapılan Anova analiz sonucunda  $H_5$  hipotezi reddedilmiştir.

Araştırmada sokak lezzetlerini tüketen öğrenciler sokak lezzetleri ile yerel ekonomiye, yerel satıcıya ve yerel ürünlerin korunmasına, katkı sağladığını düşündüklerini belirtirken aynı zamanda yerel halk ile sosyalleşme imkânı da sunduğunu belirtmişlerdir.

Sokak lezzetleri, şehirlerin ya da ülkelerin yemek kültürünün içinde önemli bir olgu olduğu unutulmamalıdır. Yemek kültürü içinde önemli bir yere sahip olan sokak lezzetleri kolay ulaşılabilen, ucuz, çeşitli ve lezzetli olmasından dolayı gastronomide önemli bir çekicilik unsuru oluşturmaktadır.

Araştırmadan elde edilen bulgular doğrultusunda sokak lezzetlerinin bir çekicilik unsuru haline gelebilmesi için kamu kuruluşlarının hizmet imkanlarının artırılması gerektiği aşikârdır. Bu bağlamda yerel otoritelerin sokak lezzetleri satıcıları için şehirlerin kolay ulaşılabilecek noktalarına sokak lezzetlerinin kültürel özelliklerinin yansıtılabileceği özel alanlar oluşturması avantaj sağlayacaktır. Ayrıca yine yerel otoriteler tarafından hijyen konusunda sokak lezzetleri satıcılarına verilecek eğitimler ile hijyen denetimlerinin yapılması gerekliliğidir. Bunun gibi destekleyici uygulamalar vasıtası ile sokak lezzetlerinin kalitesi yükseltilerek cazibesi artırılmış olacaktır.

Gastronomi alanında sokak yemeklerinin itibarının yükselmesi, değerli kabul edilmesi ve sürdürülebilir bir gelişme sağlanabilmesi için bu lezzetlerin coğrafi haritaları hazırlanmalı, bu yiyecek ve içecekleri yiyecek içeceklerin reçetelerinin oluşturulması, sokak satıcılarının yiyecekleri hazırlamaları, servisi ve saklama koşulları kurallarına uymaları ile ilgili gerekli çevre temizliği, hijyen ve sanitasyon, gıda güvenliği ilgili kuralların belirlenmesi, uygulanması, denetlenmesi, sokak

satıcılarına gıda güvenliği, hijyen ve sanitasyon ile ilgili eğitimler verilmesi ve sokak yemekleri satıcılarının desteklenmesi ile marka değeri ve bilinirliğinin de daha çok artacağını söylemek mümkündür.

Gelecekte yapılacak araştırmalar, bir yaşam biçimi olarak sokak yemeklerine odaklanabilir ve yerel sokak yemeklerinin ticarileştirilmesi ve metalaştırılmasında oynadığı rolü ve bunun yerel ürünlerin bölgesel ekonomik gelişimine nasıl fayda sağlayabileceğini keşfedebilir. Ayrıca, gelecekteki araştırmalar, müşterilerin- giderek daha çok yemek meraklıları olarak bilinen zevk, kimlik veya sağlığın kendisini meşgul etmek için bir platform olarak sokak yemeklerine bakış açısını ele almalıdır (Holmes ve diğerleri, 2018).

Araştırmada karşımıza çıkan kısıtlar ise araştırmanın Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları programı ve Turizm Meslek Yüksek Okulu Aşçılık programı öğrencilerine yapılmış olması önemli bir kısıt meydana getirmektedir. Sakarya ili ile sınırlanması Türkiye genelinde bulunan sokak lezzetlerinin değerlendirilememesine ve araştırma sonuçlarının da genelleştirilememesine neden olmaktadır. Buradan hareketle gelecekte yapılacak çalışmalarda Türkiye'nin farklı farklı bölgelerinde de yapılmasının literatüre daha çok katkı sağlayacağı düşünölmektedir.

## KAYNAKÇA

- Abarca, M. E. ve Colby, J. R. (2016). Food Memories Seasoning the Narratives of Our Lives. *Food and Foodways*, 24 (1-2), 1-8.
- Abiş, A. D. (2019). *Algılanan Değerin Tüketici Davranışlarına Etkisi: Sokak Yemekleri Üzerine Bir Araştırma* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Adnan Menderes Üniversitesi.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2020, 17 Eylül). *Adana Bici Bici*. <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisaretler/detay/1215>.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2018, 12 Temmuz). *Adıyaman Etsiz Çiğ Köfte*. <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisaretler/detay/38154>.
- Agyeman, J., Matthews, C. ve Sobel, H. (2017). *Food Trucks, Cultural Identity, and Social Justice. from Loncheras to Lobsta Love*. The MIT Press.
- Akinbode, S. O., Dipeolu, A. O. ve Okuneye, P. A. (2011). Willingness to Pay for Street Food Safety in Ogun State, Nigeria. *Journal of Agricultural and Food Information*, 12(2), 154-166.
- Akkuş, G. (2013). *Yemek Turizmine Katılma Niyeti: Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Bir İnceleme* [Yayınlanmamış doktora tezi]. Erciyes Üniversitesi.
- Akşit, N. A. (2019). Yerli Turistlerin Sokak Yiyeceklerine Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 47-61.
- Aksoy, M. ve Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Aktaş, A. (2008). *Kültürel Renkleriyle Sakarya*. Adapazarı Merkez Belediyesi Kültür Yayınları.
- Aktaş, A. (2016, 12 Mart). *Kültür Taşıyıcısı Ahmet İşsever Işığında; Sakarya Yöresi Halk Oyunları ve Müzikleri-1*. <https://www.adatavir.com/ali-aktas-1/kultur-tasiyicisi-ahmet-issever-isiginda-sakarya-yoresi-halk-oyunlari-ve-muzikleri-1.html>.
- Alimi, B. A. ve Workneh, T. S. (2016). Consumer Awareness and Willingness to Pay for Safety of Street Foods in Developing Countries: A Review. *International Journal of Consumer Studies*, 40(2), 242-248.
- Alonso, A. D. ve Liu, Y. (2011). The Potential for Marrying Local Gastronomy and Wine: The Case of the 'Fortunate Islands'. *International Journal of Hospitality Management*, 30(4), 974-981.
- Altundağ, E. (2020). *Türkiye'de Yazılı Medyada Sokak Lezzetleri* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Eskişehir Anadolu Üniversitesi.
- Alyakut, Ö. (2020). Kitle Kültürünün Geleneksel Türk Tatlı Kültürüne Etkisi: İnternet Medyasında Yeni Nesil Lokma Tatlısı. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 7(51), 377-391.
- Arnavut Çiğeri (2022, 15 Haziran). *Wikipedia* içinde. [https://en.wikipedia.org/wiki/Arnavut\\_ci%C4%9Feri](https://en.wikipedia.org/wiki/Arnavut_ci%C4%9Feri).
- Aydın, B. (2020). *Sokak Lezzetlerinin Gıda Güvenliği Açısından Değerlendirilmesi* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Gedik Üniversitesi.
- Babaoğlu, A. S. (2015). *Dana ve Kuzu Kokoreçlerinde Polisi Klik Aromatik Hidrokarbonların (Pah) Oluşum Düzeyi Üzerine Farklı Hayvansal Yağların Etkisi* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Selçuk Üniversitesi.

- Ballı, E. (2016). Gastronomi Turizmi Açısından Adana Sokak Lezzetleri. Adana Street Flavors in Terms. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4, 3-17.
- Barutçu, E. (2018). Adana İlinde Üretilen Bazı Sucuklarda Elisa ve Gerçek Zamanlı Pcr Teknikleri Kullanılarak Tavuk Eti Varlığının İncelenmesi ve Sucukların Bazı Fizikokimyasal Özelliklerinin Araştırılması [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Çukurova Üniversitesi.
- Bayraktar, G. ve Zencir, E. (2019). Sokak Satıcılarının Gözünden Sokak Lezzetleri: İzmir Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1367- 1382.
- Bayram, R. (2020). Ziyaretçilerin Sokak Lezzetlerine Yönelik Gastronomik İmaj Algısının Satın Alma Niyetine Etkisi: Antalya Örneği [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi] Hamdullah Emin Paşa Üniversitesi.
- Bhowmik, S. K. (2005). Street Vendors in Asia: A Review. *Economic and Political Weekly*, 40(22/23), 2256-2264.
- Birdir, K. ve Akgöl, Y. (2015). Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 57-68.
- Bostan, K., Yılmaz, F., Muratoğlu, K. ve Aydın, A. (2011). Pişmiş Döner Kebaplarda Mikrobiyolojik Kalite ve Mikrobiyel Gelişim Üzerine Bir Araştırma. *Kafkas Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*, 17(5), 781-786.
- Bozkurt, İ. (2021). Gastronomi Turizmine Sokak Lezzetlerinin Etkileri: İstanbul Avrupa Yakası Örneği [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Büyüköztürk, Ş. (2011). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı İstatistik, Araştırma Deseni SPSS Uygulamaları ve Yorum*. PEGEM Akademi Yayıncılık.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.
- Çalışkan, Ö. ve Dursun, K. (2019). Tarihi Kayıtlar ile Geçmişten Günümüze Salep Orkideleri. *Türkiye Tarımsal Araştırmalar Dergisi*, 3(6), 350.
- Calloni, M. (2013). Street Food on the Move: A Socio-Philosophical Approach. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 93(14), 3406-3413.
- Carolan, M.S. (2011). *Embodied Food Politics*. Ashgate.
- Çavuşoğlu, M. ve Çavuşoğlu, O. (2018). Gastronomi Turizmi ve Kıbrıs Sokak Lezzetleri Üzerine Bir Araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 637-651.
- Çelik, S. (2018). Şırnak İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyeli. *Uluslararası Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 41-51.
- Chavarria, L. C. T. ve Phakdee-Auksorn, P. (2017). Understanding International Tourists' Attitudes Towards Street Food in Phuket, Thailand. *Tourism Management Perspectives*, 21, 66-73.
- Choe, J. Y. ve Kim, S. (2018). Effects of Tourists' Local Food Consumption Value on Attitude, Food Destination Image and Behavioral Intention. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 1-10.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları*. PEGEM Akademi Yayıncılık.
- Corvo, P. (2014). Food Trucks in the USA. Sustainability, Young Entrepreneurship, and Urban Revitalization (R. De Cassia, M. Companion ve S. R. Marras, Eds.).



- Street Food. Culture, Economy, Health and Governance* (s.133-145). Routledge.
- Dawson, R. J. ve Canet, C. (1991). International Activities in Street Foods. *Food Control*, 135-138.
- Demir, Ş., Akdağ, G., Sormaz, Ü. ve Özata, E. (2018). Sokak Lezzetlerinin Gastronomik Değeri: İstanbul Sokak Lezzetleri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 589-601.
- Demirci, B., Ayvalı, H., Coda, H. ve Ünver, A. (2020). Boza as a Gastronomic Value in Anatolia (İ. Yazıcıoğlu, Ö. Yayla, A. Işın ve T. Çetin, Eds.). *Tourism and Hospitality Studies*. Peter Lang.
- Demirkol, O. (2015). *Fermantasyon Teknolojisi* (D. Özkaya, F. Coşansu, S. ve K. Ayhan, Eds). *Her Yönüyle Gıda*. Sidaş.
- Donald, B. ve Blay-Palmer, A. (2006). The Urban Creative-Food Economy: Producing Food for the Urban Elite or Social Inclusion Opportunity. *Environment and Planning A*. 38, 1901–1920.
- Dönmez Polat, D. ve Gezen, A. (2017). Gastronomide Sokak Yiyecekleri ve Satıcıları: Teorik Bir Çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 117-124.
- Dündar Arıkan A. ve Ekincek, S. (2016). *Kültürel Miras Olarak Gastronomi* (H. Yılmaz, Ed.) *Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi*. 19-42, Detay Yayıncılık.
- Eksen, E. (2008). *İstanbul'un Tadı Tuzu*, Everest Yayınları.
- Erzurumlu, G. S. ve Doran, İ. (2011). Türkiye’de Salep Orkideleri ve Salep Kültürü. *Harran Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 15(1), 29-34.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2009). Good Hygienic Practices in the Preparation and Sale of Street Food in Africa: Tools for Training. <https://www.fao.org/docrep/pdf/012/a0740e/a0740e00.pdf>.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2008, Ekim). Urban Agriculture: for Sustainable Poverty Alleviation and Food Security [http://www.fao.org/fileadmin/templates/FCIT/PDF/UPA\\_-WBpaper Final\\_October\\_2008.pdf](http://www.fao.org/fileadmin/templates/FCIT/PDF/UPA_-WBpaper_Final_October_2008.pdf).
- Fellows, P. ve Hilmi, M. (2011). *Selling Street and Snack Foods*. FAO.
- Fust’e-Forn’e, F., Medina, F.X. ve Mundet, Cerdan, L. (2020). La Proximidad De Los Productos Alimentarios: Turismo Gastronomico ‘ Y Mercados De Abastos En La Costa Daurada (Cataluna, ~ Espana). *Revista de Geografia Norte Grande* 76, 213–231.
- Girgin, G. (2019). *Tüketicilerin Sokak Lezzeti Tercihleri ve Hijyen Algularının Kişilik Tiplerine Göre İncelenmesi* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.
- Go Türkiye (2020, 10 Haziran). 10 Iconic Street Foods in Türkiye. <https://goturkiye.com/10-iconic-street-foods-in-turkiye>.
- Gönülgül, S. ve Durlu-Özkaya, F. (2017). Los Angeles ve Toronto Sokak Lezzetlerinin Menü İçeriği ve Üretim Bakımından İncelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4): 454-465.
- Gözütok, E. (2013). *Geleneksel ve Endüstriyel Olarak Üretilen Turşularda Maya Mikro Florasının Belirlenmesi* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Atatürk Üniversitesi.
- Güngörür, M. N. (2019). *İstanbul'da Satışa Sunulan Midye Dolmaların Mikrobiyolojik Kalitesinin İncelenmesi* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Aydın Üniversitesi.

- Güngörür, M. N. ve Bostan, K. (2019). İstanbul'da Satışa Sunulan Midye Dolmaların Mikrobiyolojik Kalitesi. *Aydın Gastronomy*, 3(1), 55–63.
- Gürsoy, D. (2005). *Kuzeyden Güneye, Doğudan Batıya Yöresel Mutfağımız*. Oğlak Yayınları.
- Güzeller, N. ve Çağla, Ö. (2018). Conceptual Analysis of Street Flavors of Turkey. *Annals of the University of Craiova-Agriculture, Montanology, Cadastre Series*, 47(2), 147-155.
- Güzenge, D. (2020, 15 Haziran). Leziz. <https://www.hurriyet.com.tr/lezizz/tukuruk-sokak-koftesi-tarifi-41612233>.
- Hazarhun, E. ve Tepeci, M. (2018). Coğrafi İşarete Sahip Olan Yöresel Ürün ve Yemeklerin Manisa'nın Gastronomi Turizminin Gelişimine Katkısı. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 371-389.
- Holleran, C. (2016). Representations of Food Hawkers in Ancient Rome (M. Calaresu ve D. Van den Heuvel, Eds). *Food Hawkers: Selling in the Streets from Antiquity to the Present*. Routledge.
- İrigüler, F. ve Güler, M. E. (2015). Türkiye'deki Profesyonel Turist Rehberlerinin Gastronomi Turizmine Bakışı. *I. Uluslararası Turizmi Kongresi Bildiri Özetleri*, 43.
- İrigüler, F. ve Öztürk, B. (2016, December). Street Food as a Gastronomic Tool in Turkey. in *II. International Gastronomic Tourism Congress Proceedings* 49-64.
- İrigüler, F., Öztürk B. ve Güven, S. (2016). Sokak Yemekleri (O. Özdoğan, Ed.). *Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler II*. Detay Yayıncılık.
- Isaacs, B. (2014). The Tastiest Food Is in the Small Streets: The Politics of Flavor and Nostalgia in Bangkok (R.C. Vieira-Cardoso, M. Companion and S.R. Marras, Eds). *Street Food: Culture, Economy, Health and Governance*. 195-213, Routledge.
- Işın, P. M. (2019). *Avcılıktan Gurmeliğe Yemeğin Kültürel Tarihi*. Yapı Kredi Yayınları.
- Kargiglioğlu, Ş. (2019). *Planlı Davranış Teorisi Bağlamında Sokak Lezzetlerinin Destinasyon Seçimi ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: İstanbul İli Örneği* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Karsavuran, Z. (2018). Sokak Yemekleri: Farklı Disiplinlerin Yaklaşımı ve Gastronomi Turizmi Alanında Sokak Yemeklerinin Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 246-265.
- Kaymaz, E. (2020). *Türk Mutfak Kültüründe Helvanın Yeri ve Önemi* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Gazi Üniversitesi.
- King, L.K., Awumbila, B., Canacoo, E.A. ve Ofosu-Amaah, S. (2000). An Assessment of the Safety of Street Foods in the Ga District, of Ghana; Implications for the Spread of Zoonoses. *Acta Tropical*, 76(1), 39–43.
- Koca, E. ve Koç, F. (2012, Nisan). 19. Yüzyıl Osmanlı Gezici Esnaflarının Giyim Kuşam Özellikleri [Konferans sunumu]. Uluslararası Türk ve Dünya Kültüründe Kahramanmaraş Sempozyumu, Gazi Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Gölbaşı Yerleşkesi, Ankara.
- Kowalczyk, A. (2014). from Street Food to Food Districts – Gastronomy Services and Culinary Tourism in An Urban Space. *Turystyka Kulturow*. 9,136-160.
- Kraig, B. ve Taylor Sen, C., 2013. *Street Food Around the World: An Encyclopedia of Food and Culture*. ABC-CLIO.

- Kurt, O. C. (2018). *Bağımsız Seyahat Eden Turistlerin Sokak Yiyeceklerini Tüketme Niyetinin Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde İncelenmesi: İstanbul'da Bir Çalışma* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Akdeniz Üniversitesi.
- Laf Sözlük. (2022, 18 Temmuz). <https://www.lafsozluk.com/>.
- Larcher, C. ve Camerer, S. (2015). Street Food. *Temes de Disseny* 31, 70–83.
- Levent, H. ve Cavuldak, Ö. A. (2017). Geleneksel Fermente Bir İçecek: Boza. *Akademik Gıda*, 15(3), 300-307.
- Lezzetin Tarihçesi (2022, 18 Temmuz). <http://www.kazimpasa.com/>.
- Maviş, F (2003). *Endüstriyel Yiyecek Üretimi*. Detay Yayıncılık.
- McClintock, N., Novie, A. and Gebhard, M. (2017). It Is Local... or Authentic and Exotic Ethnic Food Carts and Gastropolitan Habitus on Portland's Eastside (J. Agyeman, C. Matthews and H. Sobel, Eds.). *Food Trucks, Cultural Identity, and Social Justice. from Loncheras to Lobsta Love* (s. 285–310). The MIT Press.
- Mutfak Ekipmanları (2020, 14 Eylül). *Pilav Arabası Çeşitleri ve Kullanımı*. <https://www.sanayitipi.com/blog/2020/09/14/pilav-arabasi-cesitleri-ve-kullanimi/>.
- Nefis Yemek Tarifleri (2007, 15 Haziran). <https://www.nefisyemektarifleri.com/blog/osmanli-macunu/>.
- Neşe Gazoz (2017, 7 Nisan). <https://nesegazoz.com/>
- Newman, L.L. ve Burnett, K. (2013). Street Food and Vibrant Urban Spaces: Lessons from Portland, Oregon Local Environ. *The International Journal of Justice and Sustainability* 18(2), 233–248.
- Nişancı, Z. N. Özdoğan, Y. ve Bölüktepe, F. E. (2018). Dışarıda Yemek Yeme Davranışının Nedenlerini Belirlemeye Yönelik İzmir İlinde Bir Araştırma. *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 60- 71.
- Özalp, S. (2019). *Doğu Anadolu'da Salep Orkideleri ve Salep Kültürü* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi.
- Özbay, G. (2020). Ulusal ve Uluslararası Platformda Gastronomik Kimlik Unsuru Olarak Simit. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(1), 670-683.
- Özden, B. (2015). *İstanbul Sokak Satıcılarının Kullandıkları Seyyar Araçlar*. Food in Life., <http://foodinlife.com.tr/makale/670>.
- Özden, B. (2015, 16 Aralık). Kumpir Nedir. <https://harbiyiyor.com/kumpir-nedir/>.
- Patcheep, K. (2011). *Factors Influencing Thai Adolescents' Eating Behaviour*. [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. University of East Anglia.
- Polat, D, D. ve Gezen, A. (2017). Gastronomide Sokak Yiyecekleri ve Satıcıları: Teorik Bir Çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, (2), 117-124
- Privitera, D. ve Nesci, F. S. (2015). Globalization vs. Local. The Role of Street Food in the Urban Food System. *Procedia Economics and Finance*. 22, 716-722.
- Rough Guides (2017, 4 Ağustos). *The Best Street Food Around the World*. <https://www.roughguides.com/gallery/the-best-street-food-around-the-world/>.
- Sağır, A. (2012). Bir Yemek Sosyolojisi Denemesi Örneği Olarak Tokat Mutfağı. *Electronic Turkish Studies*, 7(4).
- Sağlam, B. (2020, 8 Şubat). *Boza: Tarihi ve Kimyasına Dair*. [https://gastreamag.com/boza\\_tarihi\\_kimyasi/](https://gastreamag.com/boza_tarihi_kimyasi/).
- Sakarya Valiliği. (2011). *İl Çevre Durum Raporu*. [https://webdosya.csb.gov.tr/db/ced/editordosya/tcdr\\_tr\\_2015.pdf](https://webdosya.csb.gov.tr/db/ced/editordosya/tcdr_tr_2015.pdf).
- Şambali (2022, 11 Haziran). *Wikipedia* İçinde. <https://tr.wikipedia.org/wiki/şambali>.

- Sami, F. (2019). *Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşlerinin Gastronomi Turizmi Çerçevesinde İncelenmesi; Atatürk Havalimanı Bölgesi Otelleri Üzerine Bir Araştırma* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Okan Üniversitesi.
- Sarışık, P. D. (2019). Gastro Turist (P. D. Sarışık, Ed.). *Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi*. 29-30. Detay Yayıncılık.
- Savaşkan, Y. ve Kingır, S. (2020). Sakarya İli Gastronomik Unsurlarının Coğrafi İşaret Kapsamında Değerlendirilmesi. *Alanya Akademik Bakış*, 4(3), 939-961.
- Şeker, İ. (2018). Sokak Yemekleri (Akbaba, A. ve Çetinkaya, N., Eds.) *Gastronomi ve Yiyecek Tarihi*. Detay Yayıncılık.
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2015, 14-16 Mayıs). Doğu Karadeniz Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği Sorunlar ve Çözüm Önerileri [Konferans sunumu]. *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi*, Gümüşhane, 599-606.
- Şenol, F. (2008). *Turizm Coğrafyası Yöresel Turizm Kaynaklarımız ve Dünya Harikaları*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Şentürk, A. (2018). *Simit Üretiminde Pişirme Mayası Olarak Kefir Taneleri Kullanımının Simidin Depolama Süresi Boyunca Bazı Fiziksel ve Kimyasal Parametrelerine Etkisi*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Ege Üniversitesi.
- Sezgin, A. C. ve Şanlıer, N. (2016). Street Food Consumption in Terms of the Food Safety and Health. *Journal of Human Sciences*, 13(3), 4072-4083.
- Sezgin, A. ve Durmaz, P. (2019). Osmanlı Mutfak Kültüründe Şerbetlerin Yeri ve Tüketimi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1499-1518.
- Şimşek, A. (2018). Sokak Yemekleri (A. Akbaba ve N. Çetinkaya, Eds.). *Gastronomi ve Yiyecek Tarihi* (s. 394-398). Detay Yayıncılık.
- Snodgrass, M. E. (2004). *The Encyclopedia of Kitchen History*. An Imprint of the Taylor and Francis Group.
- Sokak Yemeği (2015, 10 Temmuz) *Wikipedia* İçinde. [https://tr.wikipedia.org/wiki/Sokak\\_yeme%C4%9Fi](https://tr.wikipedia.org/wiki/Sokak_yeme%C4%9Fi).
- Solunoğlu, A. (2018). *Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketici Tutumları: Gaziantep ve İstanbul Örnekleri* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Solunoğlu, A. ve Nazik, M. H. (2018). Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketici Tercihleri: Gaziantep Örneği. *Journal of Tourism ve Gastronomy Studies*, 6(3), 40-59.
- Steyn, N. P. ve Labadarios, D. (2011). Street Foods and Fast Foods: How Much Do South Africans of Different Ethnic Groups Consume. *Ethnicity & Disease*, 21, 462-466.
- Steyn, N. P., Labadarios, D. ve Nel, J. H. (2011). Factors Which Influence the Consumption of Street Foods and Fast Foods in South Africa-A National Survey. *Nutrition Journal*, 10(1), 1-10.
- Suna, B. ve Uçuk, C. (2018). Coğrafi İşaret ile Tescil Edilmiş Ürüne Sahip Olmanın Destinasyon Pazarlamasına Etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 100-118.
- Sünnetçioğlu, S. ve Yıldırım, H. M. (2019). Sokak Yiyeceklerinin Tüketiminde Satıcıya Olan Güven, Algılanan Risk, Algılanan Fayda, Tutum ve Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(3), 2799-2818.
- Tantuni (2022, 7 Mayıs). *Wikipedia* İçinde. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Tantuni>.
- Tarınc, A. (2019). Avrupa ve Türkiye'deki Sokak Tatlılarının Karşılaştırılması (A. Akmeşe, Ed.). *Turizmin Temelleri Kültürel Değerler, Pazarlama ve İletişim*. Iksad Publications.

- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2007, 08 Şubat). *Tarsus Şalgamı*. <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/detay/37947>.
- Taş, S. S. K. ve Taş, S. (2017, 23-24 Ekim). *Doğu Karadeniz Bölgesi Gastronomik Unsurlarının Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi* [Konferans Sunumu]. DOKAP Bölgesi Uluslararası Turizm Sempozyumu, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon.
- Tinker, I. (1999). Street Foods in to the 21st Century. *Agriculture and Human Values*, 16(3), 327-327.
- Tinker, I. (2003). Street Foods: Traditional Microenterprise in a Modernizing World. *International Journal of Politics, Culture, and Society*, 16(3), 331-349.
- Tokuş, Z. (2011, 20 Kasım). TDK'dan 'Kabakmacun' ve "Kabaklava'ya Ödül. <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/tdkdan-kabakmacun-ve-kabaklavaya-odul-19287305>.
- Tuna, F. (2008). *Dünden Bugüne Adapazarı*. Sakarya Büyükşehir Belediyesi Yayınları.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2013, 08 Ocak). *Adapazarı Islama Köftesi*. <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/detay/38012>.
- Türkmen, N. (2019). *Bazı Yabani Orkide Türlerinden Elde Edilen Saleplerin Maraş Usulü Dondurma Üretiminde Kullanım Olanaklarının Araştırılması* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Ankara Üniversitesi.
- World Health Organization. Food Safety Team. (1996). *Essential Safety Requirements for Street-Vended Foods*. [https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/63265/WHO\\_FNU\\_FOS\\_96\\_7.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/63265/WHO_FNU_FOS_96_7.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Yağbasan, M. ve Canpolat, A. (2010). İşportacılıkta Bağırmanın Tüketicilere Ulaşmadaki İletişimsel Rolü: Elazığ İli Örneği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(2), 377-392.
- Yazıcıoğlu, İ., Işın, A. ve Koç, B. (2013). Üniversite Öğrencilerinin Fast Food Ürünlerini Tercih Etme Nedenleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 36, 41.
- Yıldırım, Ö. ve Albayrak, A. (2019). Yabancı Turistlerin İstanbul Sokak Yemeklerini Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1077- 1092.
- Yıldız, E. (2020). Gastronomik Ürün Olarak Sokak Lezzetleri: İzmir Sokak Lezzetleri Üzerine Bir Araştırma. *The Journal of Academic Social Science*, 8(104), 353-366.
- Yılmaz, H. (2016). *Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi*. Detay Yayıncılık.
- Yüncü H. R. (2010). *Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası*. Detay Yayıncılık.
- Yüzüncüyıl, K. S., Uybadın, A., Bilgin, A. ve Aydın, S. (2021). Dünden Bugüne Adapazarı Damağı (M. S. Koz, Ed.). *Sakarya İli Damak Hafızası, Toprakdan Sofraya Sakarya Mutfağı Bir Yemek Antropolojisi* (s. 273-287). Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık.
- Zorlu, T. ve Keskin, K. (2017). Kültür-Konut Etkileşiminde Mahremiyet Olgusu: Geleneksel Urfa-Akçaabat/Orta Mahalle Evleri Üzerinden Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Online Journal of Art and Design*, 5(2), 72-89.

## EKLER

### Etik Kurul Onayı



T.C.  
İSTANBUL TOPKAPI ÜNİVERSİTESİ  
REKTÖRLÜK

Sayı : E-31675095-100-2200007290  
Konu : Etik Kurul Raporu (Günay  
HASDEMİR)

01.07.2022

Sayın Araştırmacı Günay HASDEMİR

"Sakarya İli Bağlamında Sokak Lezzetlerinin Gastronomi Açısından Değerlendirilmesi" konulu çalışmanız 26.06.2022 tarih 2022/05 sayılı Akademik Araştırma ve Yayın Etiği Kurulunda görüşülmüş olup; Akademik Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu üyelerinin değerlendirmesi sonucunda söz konusu çalışmanın etik ilkelere uygun olduğuna karar verilmiştir.

Prof. Dr. Emine Dilay Güney  
Komisyon Başkanı a.  
Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Dekanı

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Doğrulama Kodu: 63C455C

Doğrulama Adresi: <https://ebyz.topkapi.edu.tr/BelgeDogrulama>

Ayvansaray Caddesi, No:45, 34087, Balat - İstanbul  
Tel: 4447696 Faks: +90 212 6214503  
E-Posta: [info@topkapi.edu.tr](mailto:info@topkapi.edu.tr) Elektronik Ağı: [www.topkapi.edu.tr](http://www.topkapi.edu.tr)  
Kep Adresi: [istanbultopkapiniversitesi@hs01.kep.tr](mailto:istanbultopkapiniversitesi@hs01.kep.tr)

Bilgi: İpek FURTUN  
Yazı İşleri Uzmanı  
Tel: 4447696 Dahili: 508



## Anket Formu

Değerli Katılımcı;

Sizi Topkapı Üniversitesi bünyesinde yürütülen “*Sakarya İli Bağlamında Sokak Lezzetlerinin Gastronomi Açısından Değerlendirilmesi*” adlı araştırmaya davet ediyoruz. Ankete katılım gönüllülük esasına dayanmaktadır. Çalışmadan toplanan veriler sadece bilimsel amaçlar için kullanılacak ve gizli tutulacaktır. Tüm soruları cevaplamanız formun değerlendirilebilmesi için önemlidir. Anket formunu doldururken lütfen her bir ifadeye tek bir seçenek işaretleyiniz. Form üzerine kimlik ve iletişim bilgisi yazmayınız. Katılımınız için teşekkür ederiz

Araştırmacı: Günay HASDEMİR  
Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Elçin NOYAN

### 1. BÖLÜM: KİŞİSEL BİLGİLER

#### Cinsiyetinizi Belirtiniz:

Kadın ( )

Erkek ( )

#### Medeni Durumunuz:

Bekar ( )

Evli ( )

#### Yaş Durumunuz:

8- 25 ( )

26-35 ( )

26-35 ( )

35-45 ( )

45'ten büyük ( )

#### Aylık Gelir Durumunuz:

3000 TL ve altı

3501-4500 TL ( )

4501-6000 TL ( )

6001-7500 TL ( )

7001 TL ve üstü ( )

### 2. BÖLÜM: TÜKETİCİLERİN LEZZETLERİNE İLİŞKİN ALGILARI

Lütfen aşağıda yer alan her bir ifadeye katılmaya düzeyinizi belirtiniz. 1=Kesinlikle Katılmıyorum 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum	1	2	3	4	5
1.Sokak yiyecekleri çok lezzetli ve bol çeşitlidir.					
2.Sokak yiyeceklerinin hazırlanmasında taze malzeme kullanılır.					
3.Donmuş ve hazır gıdalardan mümkün olduğunca kaçınılır.					
4.Yiyecekler doğaldır ve katkı maddeleri içermez.					
5.Lüks hizmet bağımlılığı yerini lezzet bağımlılığına bırakır.					
6.Yiyeceklerin koku ve görüntüsü çekicidir.					
7.Sokak lezzetleri doyurucu ve besleyicidir.					
8.Günün her saatinde bulabilirsiniz.					
9.Satıcılar içten ve dost canlısıdır.					
10.Sokak lezzetlerine erişim basit ve kolaydır.					
11.Sokak lezzetleri gastronominin sanat yönünü öne çıkarır.					

<p>12.Yiyecekler sıcak sıcak, taze servis edilir.</p> <p>13.Sokak yiyeceklerini damak zevkime daha uygun buluyorum.</p> <p>14.Lezzet bağımlılığı yapan ustalar vardır.</p> <p>15.Sokak lezzetlerine her kesimden ve gelirden insan erişebilir.</p> <p>16.Sokak satıcılarından ödediğim paranın karşılığını fazlasıyla alıyorum.</p> <p>17.Sokak lezzeti sağlayıcıları kanaatkâr insanlardır.</p>					
<p>18.Yiyeceklerin sağlığıma zarar vermeyeceğine inanıyorum</p> <p>19.Sokak lezzeti sağlayıcılarının kendileri ve hizmet stantları bakımlı ve temizdir.</p> <p>20.Yiyecekler temiz ve hijyeniktir.</p> <p>21.Sokak satıcıları hizmet sağladıkları yerde çevre görsel kirliliğine neden olmazlar</p> <p>22.Sokak lezzetlerinde günlük ve taze malzeme kullanıldığından gıda zehirlenmesi olayı ile karşılaşılmaz.</p>					
<p>23.Yerel ekonomiye katkı sağlar.</p> <p>24.Sosyalleşmeye olanak sağlar.</p> <p>25.Mahallinde yetiştirilen ürün kullanılır.</p> <p>26.Sunulan yiyeceklerin aslına uygun olmasına (otantiklik) azami özen gösterilir.</p> <p>27.Yerel mutfağın tanıtımına olumlu katkı sağlar.</p> <p>28.Özel yerel ürünlerin coğrafi işaret alınmasına olumlu katkı sağlar.</p> <p>29.Çoğu yerel yiyeceklerin özgünlüğünün korunmasına katkı sağlar.</p>					