

Yabancı Turistlerin İstanbul Sokak Yemeklerini Değerlendirmeleri Üzerine Bir Çalışma (A Study on Foreign Tourists Evaluation of Istanbul Street Meals)

Özlem YILDIRIM^a , * Aslı ALBAYRAK^b 

^a Master of Science, İstanbul/Turkey

^b İstanbul Arel University, School of Applied Science, Department of Tourism and Hotel Management, İstanbul/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi:02.04.2019

Kabul Tarihi:10.06.2019

Anahtar Kelimeler

İstanbul

Sokak yemekleri

Nitel araştırma

Yarı yapılandırılmış görüşme

Öz

Gelişmekte olan pek çok ülkenin hızlı kentleşme nedeniyle sokak yemeklerine olan talepleri giderek artış göstermektedir. Sokak yemekleri, gelir getirici bir strateji, hızlı ve ekonomik bir yemek seçeneği olduğundan dolayı giderek daha önemli bir hale gelmiştir. Sokakta yemek yemek geçmişte olduğu gibi günümüzde de gündelik hayatın önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Farklı bir ülkeyi keşfetmenin ve o kültürü tanımının en etkili yollarından biri de sokak yemeklerini tatmaktır. Dolayısıyla hem bir kültürü keşfetmek hem de ucuz hem kaliteli hem de çekici bir unsur olan sokak yemekleri yabancı turistler için önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı, ülkemizde en fazla turist çeken şehirlerden biri olan İstanbul'u ziyaret eden yabancı turistlerin İstanbul sokak lezzetleri hakkında görüşlerini ortaya koymaktır. Çalışma arşiv tarama, katılımsız gözlem ve yarı yapılandırılmış görüşmeden oluşan çoklu veri toplama yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin genel olarak İstanbul'da satılan sokak yemeklerinden memnun oldukları ancak besin değeri ile temizlik, çalışanların kıyafetleri ve satış yapılan mekanların temizliğinden endişe duydukları saptanmıştır. Çalışma sonucunda hem yerel yöneticilere hem de sokak yemeklerini satan satıcılara önerilerde bulunulmuştur.

Keywords

İstanbul

Street foods

Quantitative research

Semi-structured interview

Abstract

Due to the rapid urbanization of many developing countries, demand for street food is increasing. Street food has become increasingly important as it is an income-generating strategy, fast and economical meal option. Eating in the street is an important part of everyday life as it was in the past. One of the most effective ways to discover and recognize a different country is to taste street food. Therefore, it is important for foreign tourists to discover a culture as well as street food, which is cheap and quality. The aim of this study is to reveal the views of the foreign tourists visiting Istanbul, which is one of the most touristic cities in our country, on Istanbul street tastes. The study was carried out by means of multiple data collection methods including archive scanning, unattended observation and semi-structured observation. According to study results, it's found that generally foreign tourists are satisfied with street food sold in Istanbul, but they are concerned about the cleanliness of street foods, employees' clothes and the cleanliness of the places where they sell. At the end of the study, recommendations were made to both local managers and sellers selling street food.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar.

E-posta: aslialbayrak@hotmail.com (A. Albayrak)

Makale Künyesi: Yıldırım, Ö. & Albayrak, A. (2019). Yabancı Turistlerin İstanbul Sokak Yemeklerini Değerlendirmeleri Üzerine Bir Çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (2), 1077-1092.

DOI: 10.21325/jotags.2019.409

GİRİŞ

Toplumların sosyal ve ekonomik yapılarında olan değişikliklere bağlı olarak ortaya çıkan yeni yaşam biçimleri, kendi kurallarını da beraberinde getirmektedir. Bireylerin yaşam şekli, besin seçiminde ve tüketiminde önemli rol oynamaktadır. Toplumlarda sanayileşme ve kentleşme ile beraber, aile bireylerinin de yoğun olarak iş yaşamına katılımı, insanları ev dışında yemek yemeye yöneltmiştir (Steyn ve Labadarios, 2011, s. 462). Günümüzde bu yaşam şekli, kişilerin beslenme alışkanlıklarını değiştirmiş, gıda sektörü çabuk ve hızlı yemek zorunda kalan insanlar için hazır, yarı hazır ve dondurulmuş besinleri tüketicinin hizmetine sunmuştur. Hızlı ve hazır beslenme şekli insanın zamanla yarışması sonucu ortaya çıkan bir değişimin sonucudur. Türk toplumunun da yaşam şekli ve sosyal yapısı incelendiğinde beslenme kültüründe hızlı hazır beslenme sisteminin yüzyıllardır var olduğu görülmektedir (Çakıroğlu ve Sürücüoğlu, 2000, s. 116).

Günümüzde gelişmekte olan ülkelerde kentli nüfusun artması ve tüketicilerin büyüyen şehirlerde hareket özgürlüğünün azalması, şehirlerde yaşayan birçok insanın yemek ihtiyacını karşılamak için sınırlı zamanının olması, çalışan nüfus için uygun fiyatlı yiyecek içecek imkanı sunan kurumların varlığının az olması gibi nedenlerden dolayı dışarıda yemek tüketme alışkanlığı oldukça artmıştır. Dolayısıyla sokak gıda ticareti gelişmekte olan ülkelerde en hızlı büyüyen iş kollarından birisi haline gelmiştir. İşgücüne katılan ve yaşadığı yerden uzakta çalışan insanların sayısı arttıkça sokak yemekleri en erişilebilir gıda kaynağı olarak tercih edilmeye başlanmıştır. Sokak yemekleri dünyada tarih boyunca hemen hemen her yerde varlığını sürdürmüştür. Sosyal, ekonomik, teknolojik, kültürel ve sanatsal gelişmelerle birlikte ulusal kimliğin oluşmasında önemli rol oynayan sokak yemekleri hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler de yaygın olarak tüketilmekle birlikte yerel mutfak kültürlerinin de bir parçasını oluşturmaktadır (Akdağ vd., 2018, s. 590)

Toplumların mutfak kültürlerinin bir parçası olan sokak yemekleri yaşadıkları toprakların coğrafi şartları, tarımsal özellikleri, sosyo-ekonomik ve dini özelliklerinin yanı sıra diğer toplumlarla ilişkilerine göre şekillenmektedir. Bunun yanı sıra yiyecek, gidilen destinasyona ilişkin aidiyet yaratmakta ve turistlerin ortamdaki tadı deneyimlemesi sonucu ortaya çıkan farklı duyularını harekete geçirerek doğrudan yerel kültürle temas etmesine izin vermektedir (Kapusuz ve Sert, 2010, s.27). Bilinmeyen bir yeri ziyaret eden ve farklı bir kültürle karşılaşan turistlerin yemek yeme alışkanlıkları, yemeği nerede ve nasıl yedikleri seyahat deneyimlerini oluşturan önemli bir unsurdur. Turistlerin gittikleri ülke ya da bölgede yedikleri sokak yemekleri buldukları ülkelerin yerel mutfak kültürlerini temsil eden yerel yemeklerden oluşmakta ve doğrudan kaynağından temin edilmektedir (Solunoğlu ve Nazik, 2018, s. 42). Nitekim sokaklarda satılan yemekler, bir ülkenin mutfağının ayrılmaz bir parçasıdır. Bu yiyecek ve içecekler tüm dünyada yerel beslenme alışkanlıklarının korunması açısından önem taşımaktadır. Ayrıca, kültürel ve sosyal mirasın korunmasında yerel mutfak ve yerel mutfağı oluşturan önemli unsurlardan biri olan sokak yemekleri önemli bir rol oynamaktadır (Sezgin ve Şanlıer, 2016, s. 4072).

Sokak yemekleri, satıcılar tarafından halka açık kamusal alanlarda hazırlanan ve satılan hazır gıdalardır. Sokakta satılan yemekler, ülkeler ve kültürler arasında büyük farklılıklar göstermekte ve satılan yemek türleri, tüketicilerin sosyo-ekonomik durumuna ve yerel halkın yemek kültürüne göre farklılaşmaktadır. Sokak yemekleri genellikle kaldırımlar, okul çevresi, parklar, plajlar, garlar ve turistik alanlar gibi yoğun kamusal alanlarda seyyar arabalar ve tezgahlarda satılmaktadır (Akorli vd., 2011, s. 1629). Gelişmekte olan pek çok ülke ve şehirde, sokak lezzetleri

önemli bir beslenme kaynağı olarak kabul edilmektedir (Kraig ve Sen, 2013, s. 16). Bununla birlikte çeşitlilik, kolay erişilebilirlik ve düşük maliyet gibi unsurlar sokak yemeklerinin daha fazla tercih edilmesine neden olmaktadır. Bu sayede sokak yemekleri ekonominin güçlendirilmesi ve yerel gıda kültürlerinin korunması açısından da önemli bir rol üstlenmektedir.

Sokak yemekleri, tüm dünyada gastronomi ve turizme yönelik gelişimlere katkı sağlamaktadır. Günümüzde turistler, ziyaret ettikleri bölgenin yerel lezzetlerini tatmak ve bazen de sadece o bölgenin yeme-içme kültürünü deneyimlemek istedikleri için ziyaret etmektedirler. Sokak yemekleri turistlere bölge kültürünün bir parçası olabilme imkanı sağladığı için turizmin çeşitlendirilmesinde ve geliştirilmesinde her geçen gün daha fazla ön plana çıkmakta ve önemi giderek artmaktadır (Akdağ vd., 2018, s. 591). Diğer taraftan sokak yemekleri insanları gittikleri yerlerde keşif yapmaya yönlendirmekte ve sokak yemekleri sayesinde insanlar sadece yerel yemeklerin lezzetini keşfetmekle kalmayıp, aynı zamanda o yiyeceklerin temsil ettikleri kültürlerin özelliklerini de keşfetmektedirler (Gezen ve Polat, 2017, s. 119). Quan ve Wang (2004) turizm faaliyeti için temel motivasyonun gerçekleştirilmesini temel deneyim, seyahatin gerçekleştirilebilmesi için ihtiyaçların karşılanmasını ise destekleyici deneyim olarak tanımlamaktadır. Buna göre turistler için seyahatleri sırasında sokak yemeklerini deneyimlemeleri birincil deneyime bir örnek oluşturacak, büyük olasılıkla hatırlanabilir yemek deneyimi olarak akıllarında kalacaktır. Örneğin, Ortaköy’de yenecek kumpir ya da Eminönü’de alınan balık ekmeğin yine seyyar satıcıdan alınan bir bardak turşu suyuyla birlikte tüketilmesi günlük deneyimlerden tamamıyla farklılaşacaktır. Sokak yemekleri biçimleşmemiş yapısı ve kültürden kültüre farklılık gösteren özgün nitelikleri sayesinde rutin deneyimlerinden farklılaşma ve turistler için birincil deneyim haline gelme potansiyeli taşımaktadır (Karsavuran, 2018, s. 257).

Her yıl milyonlarca turistin uluslararası turizm faaliyetlerine katıldıkları göz önünde bulundurulduğunda bu turistlerin gittikleri bölgedeki sokak yemeklerine olan ilgileri ve talepleri hem ülke ekonomisine katkı sağlamakta, hem ülke kültürünün tanınmasını sağlamakta hem de turistlerin farklı bir seyahat deneyimine sahip olmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla yılın on iki ayı boyunca turist çeken ülkemizin en önemli turizm kentlerinden bir olan İstanbul’a gelen yabancı turistlerin sokak yemeklerine ilişkin görüşlerini belirlemenin önemli olduğu düşünülmüştür.

Kavramsal Çerçeve

Dünyada özellikle gelişmekte olan ülkelerde sokak satıcıları tarafından satılan yiyecek içeceklerle atıştırmalıklar milyonlarca insan tarafından yaygın olarak tüketilmektedir. Sokak yemeklerinin düşük maliyetleri ve kolay erişilebilirlikleri, özellikle kentsel alanlarda popüler olmalarına neden olmaktadır. (Ohiokpehai, 2003, p. 76). Kuşkusuz, sokak yemekleri birçok kentsel topluluk üyesi için önemli bir gelir kaynağıdır. Sokak yemekleri üretim ve dağıtıma istihdam sağlamakla beraber genel şehir ekonomisine de katkı sağlamaktadır. Winarno ve Allain (1991), Dawson ve Canet (1991), Draper (1996) ve Chung vd. (2010) gibi araştırmacıların ortaya koymuş oldukları çalışmalar sonucunda büyük miktarda ekonomik getiriye sahip olduğu ve milyonlarca insana istihdam ve gelir sağladığı görülmektedir (Solunoğlu, 2018: 33). Bununla birlikte sokak yemeklerinin satılacağı işletmeler, arabalar veya standlar küçük yatırım gerektirdiğinden dolayı aile işletmelerine gelir imkanı sağlamaktadır (Matalas ve Yannakoulia, 2000, p. 15).

Sokak yemekleri tüketme alışkanlığı Osmanlıdan günümüze kadar Türk yemek kültürünün önemli bir parçası olmuştur. Özellikle restoranların az sayıda bulunduğu dönemlerde ev dışındayken yeme-içme ihtiyacının giderilmesinde ilk akla gelen seçenek olarak görülmüştür. Sokaklarda simit, çeşitli börekler, çörekler, seyyar açık/kapalı arabalarda porsiyon usulü satılan hamur tatlıları, nohutlu pilav, ekmek arası ciğer, balık ekmek, kebab, döner, köfte, turşu, boza, şerbet, ayran gibi birçok yiyecek ve içecek satılmaktadır. Bu yiyecek ve içecekler Türkiye’de uzun yıllardır tüketilmekte olan geleneksel, ancak bugünkü fast food terimine paralel bir hareket sergileyen yiyecek ve içecek türlerinden olmuştur. Bu anlamda sokak yemekleri fast foodun terimsel niteliğine uygun ve yerel tatlar içeren geleneksel yiyeceklerdir (Ballı, 2016, s. 8). Bununla birlikte modern fast food tüketim alışkanlığı ortaya çıkmasına rağmen geleneksel sokak lezzetleri talep görmeye devam etmektedir.

Sokak yemekleri farklı kültürler de farklı roller ile hayatın içinde yer almaktadır. Her ülkenin kendine özgü sokak yemekleri mevcuttur. Sokak yemekleri içerik, hazırlık, satış yöntemleri ve tüketim yolları ile hem kültürün hem de ülke ekonomisinin korunmasında büyük rol oynamaktadır. Sokak yemekleri kavramı, ilk olarak 1986 yılında Endonezya’da düzenlenen FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nation/Birleşmiş Milletler Tarım ve Gıda Örgütü) Asya Sokak Gıdaları Bölgesel Çalıştayında kabul edilmiştir. FAO, sokak yemeklerini “özellikle sokaklarda ve benzeri diğer yerlerde satıcılar tarafından hazırlanan ve/veya satılan hazır yiyecekler ve içecekler” olarak tanımlamaktadır (Akdağ vd., 2018, s. 592). Başka bir tanımla sokak yemekleri sokak satıcıları aracılığıyla sokaklarda ve halkın ortak kullanımındaki kamu alanlarında satılan ve tüketici tarafından başka bir üretim gerektirmeden o an ya da kısa bir süre içinde tüketilen yiyecek ve içecekler olarak tanımlanabilmektedir (Ballı, 2016, s. 9). Tinker (1999, s. 327) ile Draper (1996, s. 5) sokak yemeklerini hemen yemek için uygun olan ve sokakta tezgahlarda, arabalarda veya küçük dükkanlarda satılan yiyecekler olarak tanımlamaktadır. Schuurmans’a (2016) göre sokak yemeği terimi, halka açık yerlerde satılan ve yemeye hazır çeşitli yiyecek ve içecekleri ifade etmektedir.

Sokak yemeklerinde son hazırlık, yemekler müşteriler tarafından sipariş edildiğinde gerçekleşmektedir. Sokak gıdaları satan tezgahlar genellikle benzer birkaç yiyecek ve içecek maddesini kapsamakta ve birçok satıcı aynı ürünü satmaktadır. Sokakta hazırlanan yiyeceklerin tüketim aşamasında ise insanlar verdikleri siparişleri genellikle satın aldıkları yerlerde veya başka bir yerde tüketmek üzere elden teslim almaktadır. Sokak yemekleri ana hazırlık aşamaları olan; kızartma, kavurma, ızgara, haşlama, fırınlama ve buharda pişirmenin yanı sıra geleneksel özelliklere bağlı olarak çiğ şekilde de servis edilmektedir (Akdağ vd., 2018, s. 593). Sokak yemekleri, doğduğu yer ya da toplumsal tecrübeden ayrı değerlendirilemeyecek bir geri getirme kültürüdür. Bu nedenle, nesli tükenmiş yiyecekleri ve eski gelenekleri yeniden keşfetmenin bir yolu olarak değerlendirilmektedir. Sokak yemekleri genellikle geleneksel olarak üretilen yerel kültüre ait ürünleri yansıtır ve sayısız bir çeşitliliğe sahiptir (Karsavuran vd., 2018: 19). Sokak yemeği yalnızca kültürel bir fenomen ve bir beslenme kaynağı değil, aynı zamanda birçok insanın da gelir elde etmesinin bir yoludur (Schuurmans, 2016, s. 2). Sokak yemekleri, sokak kültürü ve kent kültürünün gözlemlenebildiği bir alan ve kent sakinlerinin kullanımına açık ortak alanları şekillendiren önemli bir unsur olarak ele alınmaktadır.

Tanımlamalardan ve genel olarak sokak satıcılığı ya da seyyar satıcılık özelliklerinden yola çıkarak sokak yemeklerinin kimi özelliklerini belirlemek mümkündür (Kapusuz ve Sert, 2010, s. 28). Sokak yemeği, tam zamanlı, yarı zamanlı, sezonluk ya da etkinlik odaklı yapılabilmektedir. Yiyecekler seyyar ya da sabit bir tezgah, iki ya da üç

tekerlekli elle itilen bir araç, yemek yapımı ve sunumu için uyumlu hale getirilmiş minibüs ya da kamyonet gibi motorlu bir araçtan sunulabilmektedir. Kimi satış aracı ya da tezgahı satış alanına getirilip iş bittiğinde geri götürülebilirken, kimi sabit şekilde bulunduğu yerde kilitlenerek ya da üzeri örtülerek bırakılabilmektedir (Karsavuran, 2018, s. 248). Sokak yemekleri, çoğu zaman insanların kafasında sağlıklı olup olmadıklarıyla alakalı birçok soru işareti içerse de çoğu insan tarafından her gün satın alınıp tüketilmektedir. Sokak lezzetleri olarak tanımladığımız bu yiyecek ve içecekler, sadece insanların hayati ihtiyaçlarından birini karşılamamakta aynı zamanda insanların sosyalleşmelerine de büyük katkı sağlamaktadır (Chakravarty ve Canet, 1996, s. 32).

Turizm açısından sokak yemekleri, bölgeyi ziyaret eden turistlere değişik bir gastronomik tecrübe yaşama yanında, gezeceği bölge hakkında yerel halktan bilgi toplama, halkla iletişim kurma ve bir anlamda bölge kültürünün bir parçası olma açısından da önemli olanaklar sağlamaktadır. Ziyaret edilen bölgelerin sahip olduğu kendine has sokak yemekleri kültürünün, gastronomi turizminin geliştirilmesinde bir unsur olarak kullanılması, bölge kaynaklarının sürdürülebilirliği ve ekonomik kazanımlar açısından önem taşımaktadır (Çavuşoğlu ve Çavuşoğlu, 2018, s. 641). Choi vd. (2013) sokak yemeklerinin yerel kültürü yansıttığını ve sokak gıda satıcılarının turistler için gün geçtikçe daha popüler hale geldiğini belirtmiş, Blakey (2011), Hall ve Mitchell (2002) ise çalışmalarında sokak yemekleri tüketmek için ziyaret edilen ülkelerin döviz kazanmasının yanı sıra bölgesel mirasın yaşamasına ve ekonomik sızıntının azaltılmasına katkı sağladığını ifade etmektedir. Bu da sokak lezzetlerinin ekonomiye sağladığı katkılardan biri olarak değerlendirilmektedir (Solunoğlu, 2018, s. 32). Sokak yemekleri, gelişmekte olan birçok ülkede kent merkezlerinin ortak ve önemli özellikleridir. Bu lezzetleri talep edenler güvenlik, kalite ve hijyen konularından daha çok, ürünlerin rahatlığı, ulaşılabilirliği ve bunların sonucu ortaya çıkan haz duygusuyla ilgilenmektedir (Lucca ve Torres, 2006, s. 313). Sokak yemekleri kapsayan yerel yiyecekler, turistlerin destinasyon seçiminde önemli bir motivasyon faktörü olarak kabul edilmektedir. Martins (2006) turistlerin sokak yemeklerini tercih etmelerinin sebebi olarak yiyeceklerin taze ve uygun fiyatlı olduğunu belirtmektedir. Sokak yemekleri buldukları destinasyonun yerel kültürüne bağlı olarak farklı şekilde görülebilmektedir.

İstanbul Sokak Yemekleri

Türkiye kendine özgü dokusu, tarihi birikimi, coğrafi konumu, mevsimsel özellikleri ile birlikte geçmişten günümüze zenginleşen, değişen oldukça çeşitli sokak yemeklerine ve sokakta beslenme kültürüne sahiptir. Kebap, balık ekmek, ıslak hamburger, boza, döner, kokoreç ve midye gibi birçok lezzet Türk sokak lezzetlerinin başlıcaları olarak kabul edilmektedir. İstanbul ili coğrafik konumu, sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel zenginlikleri ile yüksek bir gastronomi potansiyeline sahiptir. Uzun yıllar büyük imparatorluklara başkentlik yapmış olan İstanbul, farklı kültürlerin buluşma noktası haline geldiği için oldukça geniş yelpazeli bir yemek kültürü varlığının mirasçısıdır. Bu yemek kültürü içerisinde önemli bir yere sahip olan sokak yemekleri de oldukça yoğun nüfuslu olan İstanbul ili için önemli bir gelir ve alternatif beslenme kaynağıdır (Akdağ vd., 2018, s. 591). Bölgedeki iklim şartlarının her mevsim dışarıda bulunmaya ve zaman geçirmeye uygun olmasından dolayı yöre halkı dört mevsim sokaklarda gezebilmektedir. Bu dışarıda olma süresi içerisinde açlığını gidermede, bir şeyler atıştırma sokak yiyecek ve içecek tüketimi önemli rol oynamaktadır. Birçok insan dışarıda kalma süresi kısa olsa dahi bir şeyler atıştırıp evlerine, işlerine öyle geri dönmektedir. Dolayısıyla sokak yemekleri ve sokakta yemek yeme geleneğini de günlük yaşamın ve yemek kültürünün içinde geniş bir yer tutmaktadır (Ballı, 2016, s. 10). İstanbul'da fastfood büfelerinden, şık

kafelere, sokak yemeklerinden geniş bir yelpazeye yayılan restoranlara kadar pek çok farklı alanda inşaa edilmiş lezzet durakları yer almaktadır. Kebaplardan, mezelere, taze balıktan, çeşitli yerel ve özel yemeklere kadar birçok farklı lezzetin bir arada yer aldığı İstanbul'da her köşe başında yeni bir yiyeceğe rastlamak mümkündür.

Türkiye'nin sokak lezzetleri, farklı kültürlerin tarihsel geçmişinin ve eşsiz coğrafi konumunun bir sonucu olarak oldukça zengindir. Orta Asya'dan göç eden Türklerin, Hititler, Bizanslılar, Romalılar ve Anadolu da egemen olan Selçuklular ve Osmanlılar gibi çok sayıda medeniyetin etkisiyle şekillenen bir sokak lezzeti geçmişi bulunmaktadır. Ayrıca bu lezzetler Ortadoğu, İran, Yahudi, Akdeniz ve Balkan mutfakları ile birlikte harmanlanmıştır. Türkiye sokaklarda ve küçük lokantalarda satılan yiyecekleri düzenleyen yazılı standartlara sahip ilk ülkedir. Sultan 2. Bayezid tarafından 1502 yılında ferman olarak hazırlanan Kanunname-i İhtisab-ı Bursa kalite, boyut ve ambalaj gibi konularda standartlar oluşturulmasını sağlamıştır. Orijinal hali İstanbul Topkapı Müzesi Revan Kütüphanesinde bulunan bu eser tedarikçiler, üreticiler ve tüketiciler için fiyat ve ürünlerin olması gereken asgari niteliklerine ilişkin ayrıntılı bir liste içermektedir (Solunoğlu, 2018, s. 45).

Ülkelerin çoğunda kendine özgü özel sokak yemekleri vardır. İstanbul'un hem kültürüne hem de ekonomisine önemli katkı sağlayan sokak yemekleri bazıları Balık Ekmek, Kokoreç, Sokak Poğaçası Halka Tatlısı, Süt Mısır, İstanbul'un vazgeçilmezi Gevrek Simit, Ortaköy'ün meşhur lezzeti Kumpir, Kestane, Beyoğlu Sokak Sandviçleri, Mıdye Dolma, çeşit çeşit sokak yemeklerinin sunulduğu Fatih Kadınlar Pazarı, Kağıt Helva, İçli Köfte, Nohutlu Pilav, Tükürük Köfte, Sokak Turşucuları, Arnavut Ciğercileri ve Pamuk Şekercilerdir (Güzeler ve Özbek, 2017, s. 152). Türkiye de sokak lezzetleri mobil ve sabit olmak üzere iki kategoriye ayrılmaktadır. Hareketli sokak lezzetleri üreticileri, tepsilerde veya cam muhafazası olan itmeli el arabalarında ürünlerini sunabilmektedir. İtmeli araçlar bazen bisiklet mekanizması yardımı ile manuel araçlar halini alabilmektedir. Çoğu sokak satıcısı hareket edebilen seyyar bir tezgah veya dükkan gibi çalışır. Bu durum bazen aynı bölgede çalışan birçok satıcının bir araya gelerek bir pazar oluşturmasını sağlayabilmektedir.

İstanbul sahip olduğu kültürel ve mutfak zenginliklerinin birleşimiyle Türk kültür ve tarihini yansıtan pek çok sokak yemeğine sahiptir. Bu sokak yemekleri hem yerel halk hem de bölgeye gelen yabancı turistler tarafından ilgi gösteren önemli bir kültürel öğedir. Söz konusu sokak yemekleriyle ilgili yabancı turistlerin görüşlerinin belirlenmesinin hem alan yazına katkı sağlayacağı hem de sokak yemeklerinin turizm kapsamında daha doğru şekilde konumlandırılacağı düşünülmüştür.

Yöntem

Alan yazın incelendiğinde yiyecek içecek işletmeciliği, yöresel yemekler ve turistlerin Türk mutfak kültürüyle görüşlerine ilişkin pek çok çalışmaya rastlanmaktadır. Her ne kadar Türkiye özelinde yapılan bu çalışmaların kapsam ve içeriği oldukça geniş olsa da özellikle Türk mutfak kültüründe önemli yere sahip olan ve bir bölgenin yöresel özelliklerini yansıtan sokak yemeklerine ilişkin yapılan çalışmalar nicelik ve kapsam olarak oldukça kısıtlıdır. Türkiye'de sokak yemekleri ile ilgili yapılmış olan çalışmalar değerlendirildiğinde bu çalışmaların genel olarak literatür değerlendirmesine dayandığı ve çalışmalarda daha çok belirli bir bölgede satışı yapılan sokak yemeklerine ilişkin genel değerlendirmelerin yapıldığı görülmektedir. Oysaki sokak lezzetlerinin hızlı hazırlanması ve sunumu, ekonomik oluşu ve en önemlisi bölgeye has özellik taşıması hem yerli hem de yabancı turistler tarafından sıklıkla

tercih edilen yemekler içerisinde yer almasına neden olmaktadır. Dolayısıyla sokak yemeklerini tercih eden turistlerin bu yemekler hakkındaki düşüncelerinin belirlenmesi sıklıkla tüketilen bu yemeklerle ilgili mevcut durumu ortaya koymayı sağlayacak; sunumu, satışı ve pazarlanma konusunda korunması ve geliştirilmesi gereken hususlar hakkında bilgi verecektir.

Bu çalışmanın temel amacı, ülkemizde en fazla turist çeken şehirlerden biri olan İstanbul'u ziyaret eden yabancı turistlerin İstanbul sokak lezzetleri konusunda görüşlerini ortaya koymaktır. Çalışmanın amacına uygun olarak aşağıda yer alan araştırma sorularına cevap aranmıştır:

- İstanbul'u ziyaret eden yabancı turistlerin sokak yemeklerini satın alma nedenleri nelerdir?
- İstanbul'u ziyaret eden yabancı turistlerin sokak yemekleri hakkındaki görüşleri nelerdir?
- İstanbul'u ziyaret eden yabancı turistler sokak yemekleriyle ilgili özellikleri nasıl derecelendirir?
- İstanbul'u ziyaret eden yabancı turistler sokak yemeklerini sağlıklı ve besleyici buluyor mu?
- İstanbul'u ziyaret eden yabancı turistlere göre sokak yemekleri Türk kültürünü yansıtıyor mu?
- İstanbul'u ziyaret eden yabancı turistlerin sokak yemeklerini yeniden deneme ve tavsiye etme niyetleri nedir?

Daha önce ifade edildiği üzere sokak lezzetleri ile ilgili olarak yapılan ve literatür taramasına dayanan çalışmalar olmakla birlikte yabancı turistlerin İstanbul sokak yemeklerine ilişkin algılarını ortaya koyan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Diğer taraftan yabancı turistlerin İstanbul sokak yemekleriyle ilgili görüşlerinin standart olarak hazırlanmış sorularla ortaya koymanın zor olacağı ve derinlemesine bilgi elde edilemeyeceği düşünülmüştür. Bu nedenle çalışma nitel araştırma yaklaşımına dayalı yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi, gözlem ve arşiv tarama yöntemlerinden oluşan çoklu veri toplama yaklaşımıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmada öncelikle literatür taraması yapılarak ilgili dokümanlar değerlendirilmiştir. Daha sonra araştırma konusu ana hatları ile belirlenmiş, üzerinde odaklanılması gereken boyutlar çizilmiş, katılımcıların demografik özellikleri ile sokak yemeklerini değerlendirmelerine ilişkin sorulardan oluşan bir görüşme formu hazırlanmıştır.

Çalışmanın evrenini İstanbul'a gelen yabancı turistler oluşturmaktadır. Çalışmanın yapıldığı an itibarıyla İstanbul'da bulunan yabancı turistlerin tam sayısına ulaşılamamıştır. Dolayısıyla çalışmada kasti (amaçlı) örnekleme yöntemi kullanılarak 15-25 Şubat tarihleri arasında İstanbul'a gelen yabancı turistlerin en fazla bulunduğu düşünülen Beyoğlu, Aksaray, Beyazıt ve Ortaköy'de yabancı turist olduğu düşünülen kişilerle yarı yapılandırılmış görüşme yöntemiyle yapılmıştır. Söz konusu bölgelerdeki yabancı olduğu düşünülen turistler önce araştırmacılar tarafından sokak yemeklerine karşı ilgileri açısından gözlemlenmiş daha sonra bu turistlere çalışmanın amacı açıklanarak çalışmaya katılmak isteyip istemedikleri sorulmuştur. Çalışmaya katılan yabancı turistlere daha önceden hazırlanmış olan görüşme formu uygulanmıştır. Ülkemizde yabancı turistlerin sokak yemekleri ile ilgili görüşlerinin yarı yapılandırılmış görüşme yöntemiyle irdelenmesinin sokak yemekleriyle ilgili durum hakkında bilgi vereceği varsayılmıştır. Ayrıca turistlerin sokak yemeklerini değerlendirmelerine ilişkin daha detaylı bilgi edinebilmek için turistlerin sokak yemeklerine ilgisi ve deneyimledikten sonraki tavrı katılımsız gözlem yöntemi ile kayıt altına alınmıştır.

Bulgular

Ülkemizde en fazla turist çeken şehirlerden biri olan İstanbul'u ziyaret eden yabancı turistlerin İstanbul'daki sokak yemekleri konusunda görüşlerine ilişkin katılımsız gözlem ve yarı yapılandırılmış görüşme yöntemiyle yapılan çalışmada elde edilen sonuçlar bu bölümde değerlendirilmiştir.

Gözleme İlişkin Sonuçlar

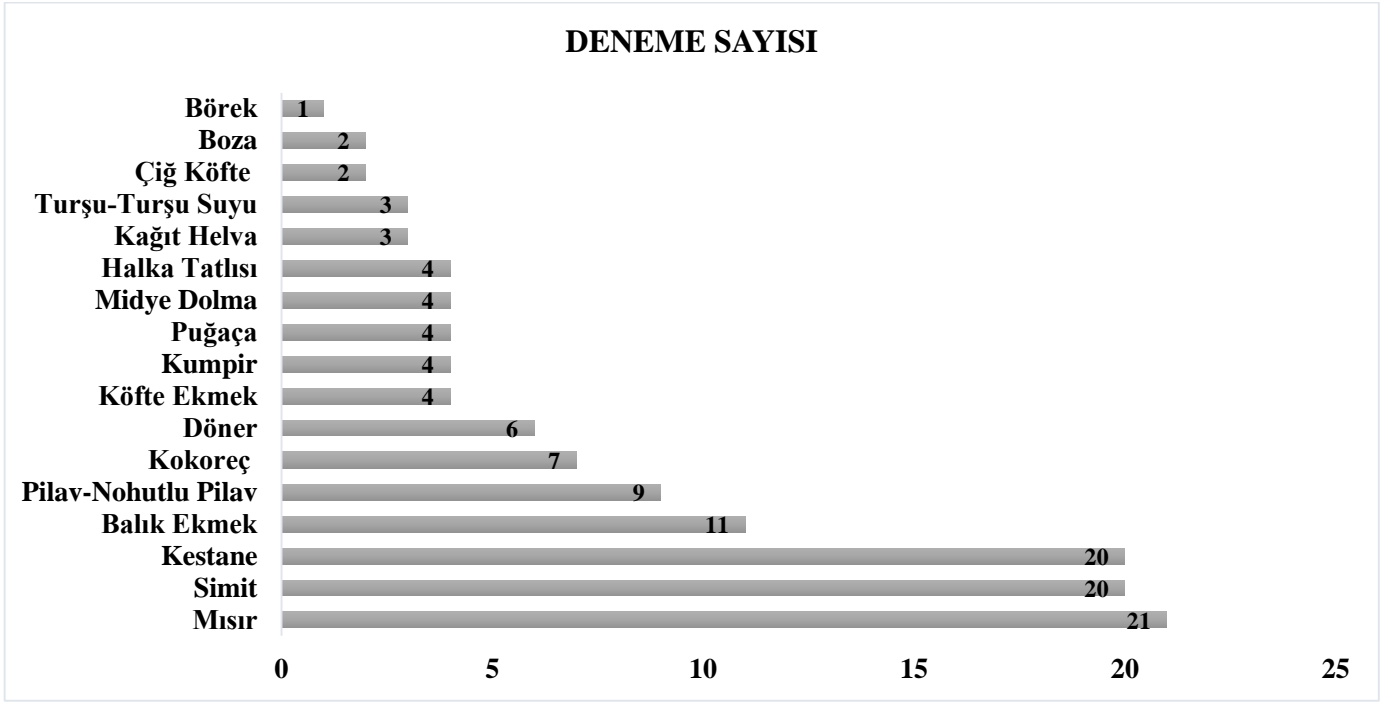
Çalışmanın yapıldığı tarihler arasında genel olarak yabancı turistlerin İstanbul sokak yemeklerine olumlu anlamda ilgi gösterdikleri tespit edilmiştir. Çalışma kapsamına alınan ve alınmayan yabancı turistler genel olarak sokak yemeklerine ilgi gösterdikleri, ne olduklarını bilmedikleri yemekleri tanıyabilmek için satıcılara sorular sordukları gözlemlenmiştir. Çalışma kapsamına alınan 21 turistin 19'unun satın aldıkları sokak yemeklerini yerken bu deneyimden keyif aldıkları gözlemlenirken sadece 3 katılımcının yemekleri yarım bıraktıkları ve keyif almadıkları gözlemlenmiştir. Sokak yemeklerini beğenmedikleri düşünülen turistlerin geneli simit alan turistlerken bu turistlerin satın aldıkları simidin sert ve/veya bayat olmasından dolayı memnun olmadıkları düşünülmektedir.

Görüşmeye İlişkin Bulgular

İstanbul'u ziyaret eden yabancı turistlerin çok farklı ülkelerden olduğu saptanmıştır. Çalışmaya katılan turistler Çin, Makedonya, Suudi Arabistan, Kore, Cezayir, Ukrayna, Rusya, Avustralya, Kanada, Arjantin gibi farklı ülkelere gelen turistlerdir. Çalışma kapsamına alınan turistlerin 11'i kadın, 10'u ise erkek turistlerden oluşmaktadır ve yaş ortalamaları 37'dir. Katılımcılar en az 2 yılda bir yurt dışı seyahate çıktıklarını ifade etmişlerdir.

Çalışma kapsamına alınan yabancı turistlerin 16'sı İstanbul'daki sokak lezzetleri hakkında daha önce bilgiye sahip olduklarını belirtirken 5'i bilgi sahibi olmadıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların İstanbul'daki sokak yemeklerine ilişkin bilgi edindikleri kaynaklar ise iki ayrı grup olarak değerlendirilebilir. Bunlardan ilki; turistlerin arkadaş, akraba, tanıdık gibi referans gruplarından aldıkları bilgiler; diğeri ise sosyal medya kanalları, youtube, internet gibi bilgi teknolojileri sayesinde elde edilen bilgilerden oluşmaktadır. Katılımcılar referans gruplarından aldıkları bilgilerin kendilerini belirli sokak yemeklerini yemeye yönelttiğini ifade etmişlerdir.

Çalışma kapsamına alınan katılımcıların tamamı (21 katılımcı) İstanbul'da bulunan sokak lezzetlerinden mısır'ı denediklerini belirtirken tamamına yakını (20 katılımcı) simit ve kestane'yi, 11'i balık ekmek'i, 9'u pilav-nohut'u, 6'sı döner'i, 4'ü halka tatlısı, midye dolma, poğaç, kumpir, köfte emek'i, 2'si boza ve çiğ köfte, 1'i ise börek denemiştir (Grafik 1).



Grafik 1: İstanbul'a Gelen Yabancı Turistlerin Denedikleri Sokak Yemeklerine Göre Dağılımı

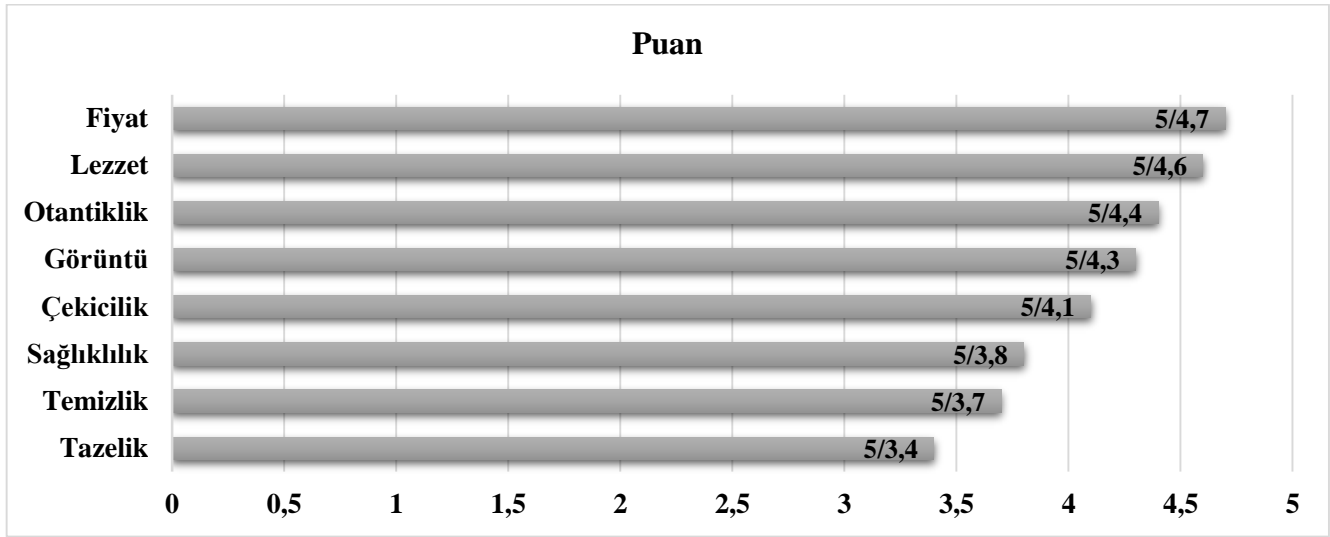
Çalışma kapsamında görüşülen yabancı turistlerin önemli bir kısmı sokak yemeklerinin İstanbul'a özgü olduğunu, şehri yansıttığını, yemek yemenin pratik yolu olduğunu ve sosyalleşmek için iyi bir fırsat olduğunu belirtmişlerdir. Buna karşın turistlerin önemli bir kısmı da İstanbul'da denedikleri sokak yemeklerinin sağlıksız olduklarını düşünmektedir. Konuyla ilgili olarak katılımcı 2, 6 ve 14 görüşlerini aşağıdaki gibi ifade etmektedir:

Katılımcı 2: *İstanbul'da denediğim sokak yemekleri oldukça güzel. İstanbul'un tarihini yansıtıyor ama benim tercih etme sebepim ucuz ve pratik olması.*

Katılımcı 6: *İstanbul'daki sokak yemekleri şehri yansıtıyor. Ucuz olmanın yanında çok çeşitli. Ayrıca sokak yemeklerini yerken farklı insanlarla tanışma fırsatım da oluyor.*

Katılımcı 14: *İstanbul'da denediğim sokak yemekleri oldukça taze. Ayrıca kendimiz görüp alabiliyoruz. Ama sokakta satıldığı için çok sağlıklı olduğunu düşünmüyorum.*

İstanbul'a gelen yabancı turistler sokak yemeklerinin beslenme değerleri açısından farklı görüşlere sahiplerdir. Turistlerin yarısı (10 katılımcı) sokak yemeklerinin aperatif yemekler olduğunu ve dolayısıyla beslenme ihtiyacını karşılamadığını belirtmişlerdir. Buna karşın 7 katılımcı yemeklerin beslenme ihtiyaçlarını karşıladığını belirtirken 4 katılımcı da sadece balık ekmek, döner, köfte ekmek gibi sokak yemeklerinin beslenme ihtiyacını karşıladığını düşünmektedirler.



Grafik 2: İstanbul'a Gelen Yabancı Turistlerin Sokak Yemeklerinin Özelliklerini Puanlama Durumlarına Göre Dağılımı

Çalışma kapsamında görüşülen yabancı turistlerden sokak yemeklerine ilişkin verilen değişkenlere 1-5 arasında puan vererek değerlendirmeleri istenmiştir. Turistlerin verdikleri yanıtlar 5 puan üzerinden değerlendirilerek her bir değişken için ortalama skorlar hesaplanmıştır (Grafik 2). Buna göre turistler en fazla fiyat değişkenine (4.7) puan verirken bunu sırasıyla lezzet (4.6), otantiklik (4.4), görüntü (4.3), çekicilik (4.3), sağlıklılık (3.8), temizlik (3.7) ve tazelik (3.4) takip etmektedir.

Katılımcılar İstanbul'daki sokak satıcıları ile ilgili olumlu görüş bildirmelerine karşın en önemli problemin satıcıların dil bilmemelerinden kaynaklandığını belirtmektedirler. Turistler genel olarak sokak yemeklerini satanların güler yüzlü, arkadaş canlısı ve işlerini severek yapan kişiler olmalarına karşın iletişim kurma konusunda dil eksikliğinden dolayı sorun yaşadıklarını belirtmişlerdir. Bununla birlikte görüşme sonucunda elde edilen önemli sonuçlardan biri de turistlerin çalışanların erkek olmasına dikkat çekmeleri olmuştur. Konuya ilişkin katılımcı 1, 7 ve 18 şunları söylemektedir:

Katılımcı 1: Genellikle satıcılar hep erkek. Kadın çalışanlara rastlamak oldukça zor. Çalışanlar oldukça güler yüzlü arkadaşça. Yalnızca yabancı dil sorunu var.

Katılımcı 7: Satıcılar çok yardım severler, güler yüzlüler, konuşkanlar ve pek çoğu arkadaş canlısı.

Katılımcı 18: Sokak satıcıların turistlere yaklaşımı oldukça iyi. Ancak yabancı dil bilmiyorlar ve iletişim sorunu yaşıyoruz.

Çalışma kapsamında görüşülen yabancı turistler sokak yemeklerinin satıldığı yerlere ilişkin değerlendirmelerinde iki farklı görüşe sahiptirler. Buna göre katılımcıların önemli bir kısmı (9 katılımcı) satış yerlerinin nostaljik ve Türk kültürüne özgü olduğunu ifade ederken diğer katılımcılar ise satış yerlerinin çok temiz olmadığını düşündüklerini ayrıca çalışanların kıyafetlerinin de sattıkları ürüne uygun olarak tasarlanabileceğini ifade etmişlerdir.

İstanbul'u ziyaret eden ve sokak yemeklerini deneyimleyen turistlerin yarısından fazlası (12 katılımcı) sokak yemeklerinin Türk kültürünü yansıttığını, 5 katılımcı yansıtmadığını ve 4 katılımcı da bu konuda bilgisi olmadığını ifade etmişlerdir. Bu konuda katılımcı 5 ve 9'un görüşleri şöyledir:

Katılımcı 5: *Bence Türk kültürünü kesinlikle yansıtıyor. Türkler samimi ve sıcak insanlar. Sokak yemeklerini denemek istediğinizde ya da yerken sıcak ve samimi bir ortam oluşuyor.*

Katılımcı 9: *Kesinlikle yansıtıyor. Türkler her özelliği ile oldukça çeşitli, sıcak ve samimi bir millet. Sokak yemekleri de öyle.*

Çalışma kapsamına alınan yabancı turistlerin tamamı Türkiye'ye geldiklerinde sokak yemeklerini çok lezzetli, çok çeşitli, ucuz olduğu için tekrar tüketeceklerini ifade etmişlerdir. Bununla birlikte bazı turistler İstanbul'da kaldıkları süre içerisinde deneyemedikleri sokak yemeklerini bir dahaki sefere mutlaka deneyeceklerini belirtmişlerdir. Turistlerin tamamı (21 katılımcı) sokak yemekleriyle ilgili deneyimlerinden keyif aldıklarını ifade ederken yine tamamı sokak yemeklerini arkadaşlarına, akrabalarına ve yakın çevrelerine mutlaka tavsiye edeceklerini, İstanbul'a gelen herkesin denemesi gereken lezzetler olduğunu ifade etmişlerdir. Bununla birlikte İstanbul Sokak yemeklerini sosyal medya hesaplarından paylaşarak sosyal medya ağına bağlı olan kişilere şimdiden tavsiye ettiklerini ifade eden turistler de söz konusudur.

Sonuç ve Öneriler

Yemek kültürünün önemli bir parçası haline gelen sokak yemekleri, ucuzluk, kolay erişilebilirlik, lezzetlilik, çeşitlilik ve taşıdığı kültürel özellikleri ile turizm endüstrisi için önemli bir çekicilik unsuru oluşturmaktadır. Sokak yemekleri hızlı hazır ve genel de ayaküstü tüketilen yiyecekler olduğu için kişiler arası iletişime ve sosyal paylaşımına daha fazla olanak sağlamaktadır. Sokak yemeklerinin bu şekilde tüketilmesi, turistlere, bölgeye ait yerel lezzetleri ve o bölgenin yemek kültürünü tanıma imkanı sağlamakla birlikte, bölge insanı ile iletişime girme, bölge kültürünü gözlemlene ve o bölgeye ait kültürü yaşama imkanı sunmaktadır. Bu nedenle sokak yemekleri yiyecekleri bir bölgede turizmin gelişmesi için önem arz etmektedir. Sokak yemekleri denildiğinde ilk akla gelen şehirlerden birisi olan İstanbul, sahip olduğu turistik değerleri ve zengin mutfak kültürüyle önemli bir turistik destinasyonu haline gelmiştir. Sokak yemekleri, İstanbul'da yaşayan nüfusun gündelik, ucuz ve beslenme ihtiyacını karşılarken, farklı lezzetler arayan turistler için cazip, ekonomik ve lezzetli alternatif yiyecekler olarak bilinmekte, ülke ekonomisine önemli katkı sağlamaktadır.

Bu araştırma da İstanbul'da bulunan yabancı turistlerin sokak yemekleri hakkındaki görüşleri çoklu veri toplama yaklaşımıyla incelenmiştir. İnceleme aşamasında turistlerin sokak yemekleri hakkında ki görüşleri, tercih etme sebepleri, tutum ve davranışları dikkate alınmıştır. İlgili literatür incelendiğinde, sokak yemekleri ile ilgili olarak yapılan çalışmalar olmakla birlikte yabancı turistlerin İstanbul sokak yemeklerine ilişkin görüşlerini ortaya koyan bir çalışmaya rastlanamamıştır. Dolayısıyla bu çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi uygulanarak yabancı turistlerin İstanbul'daki sokak yemekleri hakkında görüşleri elde edilmeye çalışılmıştır.

Yapılan araştırma sonucuna göre, turistlerin büyük bir çoğunluğunun sokak yemeği deneyiminden oldukça keyif aldıkları ve severek yedikleri tespit edilmiştir. Katılımcılar en az 1-2 yılda bir seyahat ettiklerini ve sokak yemekleri hakkında önceden bilgi sahibi olduklarını ifade etmişlerdir. Turistlerin görüşme sırasında verdikleri cevaplar doğrultusunda İstanbul'da en çok tercih ettikleri sokak yiyeceklerinin; mısır, simit, kestane ve balık ekmek gibi yiyecekler olduğunu saptanmıştır. Katılımcıların sokak yiyeceklerini tercih etme nedenleri arasında; ilk olarak fiyatının ucuz olması yer alırken hemen ardından yiyeceklerin lezzetli olması, otantiklik, görüntü, çekici, sağlıklı, temizlik ve tazelik unsurları takip etmektedir.

Çalışma kapsamında elde edilen en önemli sonuçlardan biri katılımcıların önemli bir kısmının İstanbul sokak yemekleri hakkında İstanbul'a gelmeden önce bilgi sahibi olduklarını söylemeleridir. Katılımcıların bir kısmı daha önce İstanbul'u ziyaret eden referans gruplarından İstanbul sokak yemekleri hakkında bilgi aldıklarını söylerken bir kısmı da sosyal medya, youtube kanalı ve internetten bilgi edindiklerini söylemişlerdir. Bu sonuçlardan hareketle İstanbul ile ilgili yapılan tanıtım filmlerinde sokak yemeklerine daha fazla yer verilmesi, sosyal medyada İstanbul sokak yemeklerini tanıtan bilgi ve görsellere daha fazla yer verilmesinin bu yemeklerin daha fazla denenmesine katkı sağlayacaktır.

Sokak yemeklerinin koruyucusu ve onları gelecek nesillere taşıyacak olanlar sokak yemeklerini satan kişilerdir. Yapılan araştırma da yabancı turistlerin sokak satıcılarına ilişkin görüşleri, satıcıların çoğunun arkadaş canlısı, güler yüzlü ve işlerini severek yapan kişiler olduğunu ifade etmelerinin yanı sıra sokak satıcılarının yabancı dil konusunda yetersiz oldukları ve bazı zamanlarda iletişim kurma konusunda sıkıntı yaşadıklarını belirtmişlerdir. Bununla birlikte sokak satıcılarıyla ilgili elde edilen önemli sonuçlardan biri de turistlerin çalışanların çoğunun erkek olmasına dikkat çekmeleri olmuştur. Bu noktada Büyükşehir Belediyeleri ve Milli Eğitim Bakanlığı tarafından verilen Halk Eğitim programları, Yaşamboyu Öğrenme Kursları gibi eğitim programlarıyla sokak yemeklerini satan satıcılara temel düzeyde yabancı dil öğretilir. Bununla birlikte KOSGEB gibi destek programlarıyla kadınların da sokak yemeklerini sunma ve satma konusunda kalkınma ajansları tarafından bilgilendirilebilir ve cesaretlendirilebilir.

Günümüzde sokak yemeklerinin hazırlanma ve saklanma koşulları tüketicileri düşündürse de, sokak yemekleri ait olduğu bölgenin hem ekonomisini hem de kültürünü olumlu yönde etkilemektedir. Çalışma kapsamında görüşülen yabancı turistler sokak yemeklerinin hazırlanması, saklanması ve satıldığı yerler konusunda iki farklı görüşe sahiptirler. Buna göre katılımcıların önemli bir kısmı satış yerlerinin tarihi, nostaljik bir imaj sergilediğini ve Türk kültürüne özgü olduğunu ifade ederken diğer katılımcılar ise sokak yemeklerinin satıldığı yerlerin çok hijyenik olmadığını düşündüklerini ve sokak satıcılarının kıyafetlerinin de sattıkları ürüne uygun olarak tasarlanabileceğini ifade etmişlerdir. Bu konuda belediyelerin sokak yemeklerini satan satıcılara katkısı olabileceği düşünülmektedir. Belediyelerin sokak yemeklerinin satıldığı stantlarla ilgili belirleyeceği standartlar ve bu standartlara satıcıların ne kadar uygularına ilişkin yapacakları denetimler sokak yemekleri satış yerlerinin daha temiz olmasını sağlayacaktır.

Sokak yemekleri, insanların bölgenin kültürel özelliklerini de keşfetmelerini sağlamaktadır. Araştırma kapsamında, İstanbul'u ziyaret eden ve sokak lezzetlerini deneyimleyen turistlerin yarıdan fazlası sokak yemeklerinin Türk kültürünü yansıttığını ve Türklerin samimi ve sıcak insanlar olduğunu ifade etmişlerdir. Bu sonuçlardan hareketle sokak yemeklerini satan satıcıların Türk kültürünü yansıtan sunumları yansıtmaları önerilmektedir. Ayrıca çalışma kapsamında görüşülen turistlerin tamamı İstanbul sokak yemeklerini çok beğendiklerini, tekrar İstanbul'a ya da Türkiye'ye geldiklerinde benzer sokak yemeklerini deneyeceklerini ve ülkelerine döndüklerinde de referans gruplarına tavsiye edeceklerini belirtmişlerdir. Bu sonuçlar sokak yemeklerinin Türkiye için önemli bir çekicilik unsuru olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla yurt dışındaki acentalar ile Kültür ve Turizm Bakanlığının Türkiye ile ilgili tanıtımlarda sokak yemeklerinin daha fazla yer verilmesinin yabancı turistler açısından Türkiye'nin çekicilik unsurunu arttıracığı düşünülmektedir.

Çalışmada bazı kısıtlar mevcuttur. Öncelikle çalışma nitel araştırma tasarımı kapsamında yarı yapılandırılmış görüşme ve gözlem yöntemiyle gerçekleştirilmiş, çalışmada 21 yabancı turistle görüşülmüştür. Dolayısıyla bundan

sonra sokak yemekleri ile ilgili yapılacak çalışmalarda daha fazla katılımcıya ulaşılması, çalışmanın Türkiye'nin farklı bölgelerinde yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akdağ, G., Demir, Ş., Sormaz, Ü. ve Özata, E. (2018). 'Sokaka Lezzetlerinin Gastronomik Değeri: İstanbul Sokak Lezzetleri', *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (1): 589-601.
- Akorli, S.Y., Amewowor, K., Amoono, S.E. Kofi, O. Saka, E. Prah, A. ve Ndadi, A. (2011). *Street Foods: Handling, Hygiene and Client Expectations in a World Heritage Site*, Cape Town.
- Ballı, E. (2016). 'Gastronomi Turizmi Açısından Adana Sokak Lezzetleri', *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4: 3-17.
- Blakey C. (2011). 'Consuming Place', *Hawaii Community College HOHONU*, 10: 51-54.
- Canet, C. ve Chakravarty, I. (1996). Street Foods in Calcutta, s. 30-37. <http://www.fao.org/tempref/docrep/fao/W3699t/W3699t04.pdf> (Erişim Tarihi: 01.03.2019).
- Choi, J., Lee, A., and Ok, C. (2013). 'The Effects Of Consumers' Perceived Risk and Benefit on Attitude and Behavioral Intention: A Study Of Street Food', *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 30: 222-237.
- Chung, C., Ritoper, S., and Takemoto, S. (2010). *The Importance Of Street Foods For The Poor In Bangkok, Thailand. Bangkok and Access to Food For Low-Income Residents*, Boston: Massachusetts Institute of Technology.
- Çakıroğlu, F.P. ve Sürücüoğlu, M.S. (2000). 'Ankara Üniversitesi Öğrencilerinin Hızlı Hazır Yiyecek Tercihleri Üzerine Bir Araştırma', *Tarım Bilimleri Dergisi*, 6 (3): 116-121.
- Çavuşoğlu, M. ve Çavuşoğlu, O. (2018). 'Gastronomi Turizmi e Kıbrıs Sokak Lezzetleri Üzerine Bir Araştırma', *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1): 687-651.
- Dawson, R. J. and Canet, C. (1991) 'International Activities In Street Foods', *Food Control*, 2: 135-139.
- Draper, A. (1996). 'Street Foods in Developing Countries: The Potential for Micronutrient Fortification', *London School of Hygiene and Tropical Medicine*, 1-60.
- Gezen, A. ve Polat, D. (2017). 'Gastronomide Sokak Yiyecekleri ve Satıcıları: Teorik Bir Çalışma', *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2: 117-124.
- Güzeler, N. ve Özbek, Ç. (2017). 'Conceptual Analysis of Street Flavors of Turkey', *Journal of Cukurova University*, 47 (2): 147-154.
- Hall M. and Mitchell R., (2002). *Tourism as a Force for Gastronomic Globalization and Localization*. in *Tourism and Gastronomy*, Hjalager A. M., Richards G. (Eds.), Londra ve New York, s. 71-87,
- Kapusuz, F. ve Sert, S. (2010). 'Açıktan Satılan Gıdalar: Öğrencilerin Görüşleri ve Tercih Etme Nedenleri Üzerine Bir Araştırma', *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 5 (3): 25-35.

- 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
- Karsavuran, Z., Özdemir, B. ve Yılmaz, G. (2018). 'Hedonism and Food Attributes as Predictors of Street Foods Consumption', *Gastronomic Tourism Congress*, 18-28.
- Kraig, B. ve Sen, C. T. (2013). *Street Food Around the World: An Encyclopedia of Food and Culture*. California: ABC-CLIO, LLC. s: 16-32.
- 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(4): 462-466.
- Lucca, A. and Torres, E. A. (2006). 'Street Food: the Hygiene Conditions of Hot-Dogs Sold in Sao Paulo Brazil', *Food Control*, 17 (4): 312-316.
- Matalas, A. and Yannakoulia, M. (2000). Greek Street Food Vending: An Old Habit Turned New Department of Nutrition and Dietetics. Editor(s): Bhat, R. V. and Simopoulos, A. P Athens: Harokopio University. s: 1-24
- Martins, J. H. (2006). 'Socio-economic and Hygiene Features of Street Food Vending in Gauteng. South African', *Journal of Clinical Nutrition*, 19 (1): 18-25.
- Solunoğlu, A. ve Nazik, M. H. (2018). 'Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketici Tercihleri: Gaziantep Örneği', *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (3): 40-59.
- Sezgin, A. ve Şanlıer, N. (2016). 'Street Food Consumption in Terms of the Food Safety and Health', *Journal of Human Sciences*, 13 (3): 4072-4083
- Schuermans, A. (2016). *Exploring Street Foods as an Assemblage a Case Study of the Street Food Sector in Kampala Area Uganda*. Wageningen University and Research Centre, s: 2-50
- Solunoğlu, A. (2018). *Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketici Tutumları: Gaziantep ve İstanbul Örnekleri*. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Yayınlanmış Doktora Tezi.
- Tinker, I. (1999). 'Street Foods into the 21st Century', *Agriculture and Human Values*, 16 (3): 327-333.
- Ohiokpehai, O. (2003). 'Nutritional Aspects of Street Foods in Botswana', *Pakistan Journal of Nutrition*, 2 (2), 76-81.
- Quan, S. ve Wang, N. (2004). 'Towards a Structural Model of the Tourist Experience: An Illustration from Food Experiences in Tourism', *Tourism Management*, 25, 297-305.
- Winarno, F. G. and Allain, A. (1991). *Street Foods in Developing Countries: Lessons From Asia*. Alimentation, Nutrition et Agriculture (FAO); Alimentacion, Nutricion and Agricultura (FAO).

A Study on Foreign Tourists Evaluation of Istanbul Street Meals

Özlem YILDIRIM

Master of Science, İstanbul/Turkey

Aslı ALBAYRAK

İstanbulArel University, School of Applied Science, İstanbul/Turkey

Extensive Summary

Due to the rapid urbanization of many developing countries, demand for street food is increasing. Street food has become increasingly important, as it is an income-generating strategy, fast and economical meal option. Street food is prepared and sold by sellers in public places. The street foods vary widely differences between countries and cultures, and the types of food sold differ according to the socio-economic status of consumers and the food culture of the local people. Street food is often sold on mobile cars and benches in busy public spaces such as sidewalks, school surroundings, parks, beaches, garages and tourist areas. Street food has survived almost everywhere throughout the world. Street food, which plays an important role in the formation of national identity with social, economic, technological, cultural and artistic developments, is a part of the local culinary culture, although it is widely consumed in both developed and developing countries.

Street food contributes to the development of gastronomy and tourism all over the world. Nowadays, tourists are visiting the region because they want to experience the local tastes of the region they visit and sometimes to experience the culture of eating and drinking in that region. As street food provides tourists with the opportunity to be a part of the regional culture, it becomes more and more important in the diversification and development of tourism. On the other hand, street foods direct people to explore where they go, and with street food people not only discover the taste of local dishes, but also discover the characteristics of the cultures represented by those foods.

Turkey with texture, historical background, geographic location, enriched with seasonal specialties from the past, has changed to quite a variety of street food and street food culture. The geographical location of İstanbul has a high gastronomy potential with its natural, historical and cultural riches. İstanbul, which has been the capital of the great empires for many years, is the heir of a wide range of food culture. Because it has become the meeting point of different cultures. Street food, which has an important place in this food culture, is an important source of income and alternative nutrition for the province of İstanbul, which is also quite densely populated. İstanbul has also many street foods that reflects the Turkish culture and history with a combination of cultural and culinary riches. This street food is an important cultural element that shows interest by both local people and foreign tourists. It was thought that the determination of the views of foreign tourists regarding street meals would contribute to the literature and the street meals would be positioned more accurately within the scope of tourism.

When the literature is examined, there are many studies about food and beverage management, local dishes and the opinions of tourists about Turkish cuisine culture. Although these studies' scope and content is quite large, there are limited studies about street food. When Turkey in studies conducted in connection with street food, this study evaluated overall evaluation is based on the literature review. However, the rapid preparation and presentation of street foods, its economic status and, most importantly, its unique characteristics cause it to be included in the dishes preferred by both domestic and foreign tourists. Therefore, determining the opinions of the tourists who prefer street food about these dishes will provide the current situation related to these dishes which are frequently consumed; will be informed about the issues that need to be protected and developed in terms of presentation, sale and marketing. The main purpose of this study is to reveal the views of the foreign tourists visiting Istanbul, which is one of the most touristic cities in our country, on Istanbul street foods.

As stated before, there are a lot of studies based on the literature review of street foods, but there is no study revealing the perceptions of foreign tourists about street foods in Istanbul. On the other hand, it was thought that it would be difficult to reveal the opinions of foreign tourists about the street food in Istanbul with the questions prepared as standard. For this reason, the study was carried out with a semi-structured interview method based on qualitative research approach. Multiple data collection approach was used consisting of observation and archive scanning methods. In this study, in-depth literature review was performed and related documents were evaluated. Then, the research subject was determined with the main lines, the dimensions that needed to be focused on, an interview form consisting of questions about the demographic characteristics of participants and evaluating street foods was prepared. In-depth analysis of the opinions of foreign tourists about street foods in our country through semi-structured interview method is assumed to give detailed information about the street foods situation. In addition, in order to get more detailed information about the street food evaluations, the tourists' interest in street food and their attitude after the experience were recorded with unattended observation method.

At the end of the study it is found that participants have travel at least every one or two years and had knowledge about street food before. As a result of the study, it was determined that the majority of the tourists enjoyed the street food experience very much. Corn, bagels, chestnuts and fish were the most preferred street food from tourists in Istanbul. One of the most important results obtained in the study is that a significant portion of the participants say that they have information about Istanbul street food before coming to Istanbul. Within the scope of the research, more than half of the tourists visiting Istanbul and experiencing street tastes expressed that street food reflects the Turkish culture and Turks are friendly and warm people. Moreover, all of the tourists interviewed Istanbul street food the scope of work they like, or they will be back to try the street food similar when they come to Istanbul and Turkey when they return to their country and that they would advise their reference group. At the end of the study, recommendations were made to both local managers and sellers selling street food.