



Sokak Satıcıları Açısından Safranbolu'daki Sokak Lezzetlerinin Değerlendirilmesi (Evaluation of Street Foods In Safranbolu From The Point of View of Street Vendors) **

* Ayşe Nur USLU^a , Sibel AYYILDIZ^a , Yurdanur YUMUK^b 

^a Karabuk University, Safranbolu Tourism Faculty, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Karabuk/Turkey

^b Karabuk University, Safranbolu Faculty of Tourism, Department of Tourism Guidance, Karabuk/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 21.10.2022

Kabul Tarihi: 01.12.2022

Anahtar Kelimeler

Sokak lezzetleri

Sokak satıcıları

Safranbolu

Öz

Sokak lezzetleri evde veya sokakta fazla hazırlık gerektirmeden hazırlanan, uygun fiyatlarla beslenme ihtiyacının karşılanmasına olanak sunan, günün herhangi bir saatinde ulaşılabilen ve çoğunlukla açık hava alanlarında satıcılar tarafından hareketli arabalarda ve tezgâhlarda pazarlanan yiyeceklerdir. İsmi dünyanın en pahalı bitkileri arasında yer alan safrandan alan Safranbolu da sokak lezzetleri ile ön plana çıkan şehirlerden biridir. Safranlı lokum, safran çayı, safranlı kahve, bağlar gazozu ve kiren şerbeti gibi sokak lezzetleri Safranbolu'nun tanıtımında kullanılmakta ve yörede turizmden elde edilen geliri artırmaktadır. Safranbolu'ya ait sokak lezzetlerinin sokak satıcılarının bakış açılarıyla değerlendirildiği bu çalışmada temel amaç; söz konusu sokak lezzetlerinin yöresel mutfak kültürünün devamlılığının sağlanmasındaki rolünü ve yöredeki gastronomi turizmine yönelik katkılarını ortaya koymaktır. Nitel araştırma yöntemi ve olgu bilim (fenomenoloji) desenine bağlı kalınarak gerçekleştirilen araştırmanın örneklemini Safranbolu Kıranköy ve Eski Çarşı bölgelerinde sabit veya mobil şekilde çalışan 26 sokak satıcısı oluşturmaktadır. Literatürden yararlanılarak hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formu ile elde edilen verilerin analizinde içerik ve betimsel analiz kullanılmıştır. Çalışmada Batı Karadeniz Bölgesi'nde bulunan önemli kültür turizmi rotalarından biri olan Safranbolu'ya ait sokak lezzetlerinin yöresel mutfak kültürünün tanıtımına aracılık ettiği ve yörenin gastronomi turizmine katkı sağladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Keywords

Street foods

Street vendors

Safranbolu

Abstract

Street foods are foods prepared at home or on the street without much preparation, which allow you to meet nutritional needs at affordable prices, which can be reached at any time of the day and are mostly marketed by street vendors in open-air areas in moving cars and stalls. Safranbolu, which takes its name from saffron, which is one of the most expensive plants in the world, is also one of the cities that stand out with its street foods. Street foods such as saffron delight, saffron tea, saffron coffee, bağlar soda and kiren sherbet are used in the promotion of Safranbolu and increase the income from tourism in the region. The main purpose of this study, in which the street foods of Safranbolu are evaluated from the perspectives of street vendors, is to reveal the role of these street foods in ensuring the continuity of the local culinary culture and their contribution to gastronomic tourism in the region. The sample of the research, which was carried out by adhering to the qualitative research method and the phenomenology, consists of 26 street vendors working in fixed or mobile way in Safranbolu Kıranköy and Old Bazaar areas. Content and descriptive analysis were used in the analysis of the data obtained with the semi-structured interview form prepared by making use of the literature. In the study, it was concluded that the street foods of Safranbolu, one of the important cultural tourism routes in the Western Black Sea Region, mediate the promotion of the local culinary culture and contribute to the gastronomic tourism of the region.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: aysenuruslu@karabuk.edu.tr (A.N. Uslu)

DOI: 10.21325/jotags.2022.1125

** II. Uluslararası Açık Dede Ateşbâz-ı Velî Sempozyumu'nda özet bildiri olarak sunulmuştur.

GİRİŞ

Günümüzde çok sayıda araştırma turistlerin seyahatlerinde belirli bir destinasyonun kültürel değerlerini keşfetmeye ve farklı deneyimler kazanmaya daha fazla eğilim gösterdiklerini ortaya koymaktadır. Bu nedenle çoğu zaman yalnızca fizyolojik bir ihtiyacı karşılayan yiyecek ve içeceklerin bazı destinasyonlar için önemli bir çekicilik unsuru olduğu görülmektedir (Gupta vd., 2019: s.511). Bu anlamda sokak lezzetleri turistlere ziyaret edilen bölgenin kültürünü yansıtmakta ve bir bölgenin ziyaret edilmesinde temel motivasyon kaynağını oluşturmaktadır (Demir vd., 2018: s.590-591; Gupta vd., 2019: s.512; Henderson vd., 2012: s.849). Sokak lezzetleri bir bölgenin tarihini, kültürünü, tarımını ve gastronomisini içerisinde barındırmakla birlikte, turizm planlamasında, gelişiminde, yönetiminde ve pazarlamasında söz konusu bölgenin gıda ekonomisinin ayırt edici özelliklerini teşkil etmektedir (Sgroi vd., 2022: s.6). Çoğunlukla ayaküstü olarak ve kapalı olmayan ortamlarda tüketilen sokak yiyecekleri kişilerarası iletişime ve sosyalleşmeye daha fazla olanak sağlamakta; geleneksel reçete ve yöntemlerle üretilen yiyecek-içecekler aracılığıyla turistler benzersiz bir seyahat deneyimi yaşamaktadırlar (Ballı, 2016; Chakravarty & Canet, 1996: s.32). Yerel kültür, algılanan gıda özgünlüğü, hijyen ve sanitasyon, yenilik ve yerel rehberlerin sahip olduğu nitelikler sokak lezzetleri deneyimini oluşturan bileşenlerdir. Sokak lezzetlerinin tercih edilmesi bir bölgeye ait mutfak kültürünün sürdürülebilirliğini ve dolayısıyla toplumun devamlılığını desteklemektedir (Çifçi vd., 2021: s. 4033-4036). Sokak lezzetleri ziyaret edilen bölgenin mutfak kültürünü, yeme-içme geleneklerini ve tadılan ürünün menşe bölgesinin keşfine izin verir (Bellia vd., 2022: s.2). Sokak lezzetleri yalnızca ev sahibi toplum ile ziyaretçiler arasında değil aynı zamanda turizm sektörü ve bölge arasındaki ilişkiyi de kuvvetlendirmektedir (Sgroi vd., 2022: s.1).

Bu kapsamda Safranbolu’da gerçekleştirilen araştırmanın amacı, Safranbolu’ya ait sokak lezzetlerinin yöresel mutfak kültürünün devamlılığı ve yörede gastronomi turizmi üzerindeki etkilerini sokak satıcılarının bakış açısıyla ortaya koymaktır. Safranbolu’ya ait mevcut sokak lezzetlerinin ve sokak lezzeti olarak değerlendirilebilecek bazı yiyecek-içeceklerin belirlenmesi ise çalışmanın alt amacını oluşturmaktadır.

Sokak Lezzetleri Kavramı ve Tarihi

Sokak lezzetleri, evde ya da sokakta fazla hazırlık gerektirmeden üretilen, genellikle kapalı mekanlar yerine açık havada tüketilen, yemeye hazır yiyecek ve içecekler olarak tanımlanmaktadır (Gupta vd, 2018: s.374). Hayvansal ya da bitkisel kaynaklı olabilen sokak lezzetleri ızgara, kızartma şeklinde pişirilmekte ve yerel geleneklere göre servis edilmektedir (Bellia vd., 2022: s.2). Günün herhangi bir saatinde herhangi bir yerde bulunabilen, yemeye hazır gıdalar olan sokak lezzetleri (Solunoğlu, 2018: s.11); genellikle sokak satıcıları tarafından arabalarda ve tezgahlarda pazarlanmaktadır (Çifçi vd., 2021: s.4032). Sokak satıcıları için finansal kaynaklar yaratan sokak lezzetleri, tüketicilere ortalama hijyenik ve besleyici niteliklere sahip nispeten ucuz yemek imkânı sunmaktadır (Bouafou vd. 2021: s.571; Bellia vd., 2022: s.2).

Özellikle az gelişmiş bölge ve ülkelerde popüler olan sokak lezzetleri, pek çok gelişmiş şehir veya ülkenin yeme alışkanlıklarının temel bir parçasını temsil etmektedir (Bellia vd., 2022: s.1). Sokak lezzetleri düşük ve orta gelirli gruplar için beslenme gereksinimlerini uygun fiyatlarla karşılamada sosyo-ekonomik açıdan önemli bir rol oynamaktadır (Gupta vd., 2018: s.375). Sokak lezzetlerinin güçlü yönleri, ucuz olmaları, hemen tüketilebilmeleri ve nasıl pişirildiğinin doğrudan görülebilmesidir (Sgroi vd., 2022: s.2). Zayıf yönleri ise; olası gıda güvenliği sorunu,

belirli gıdaların besin değerinin düşük olması, gıda atığı ve ticari amaçla gerçekleştirilen aşırı tanıtım durumudur (Henderson vd., 2012: s.850).

Dünyadaki birçok popülasyonun kültüründe yer alan sokak yemekleri, daha çok Afrika, Hindistan, Asya ve Latin Amerika gibi kıtalarda tüketilmektedir (Bellia vd., 2022: s.1). Sokak lezzetleri otomatları, özellikle kentin yoksul kesimleri için birer gelir kaynağı oluşturmakta, kayıt dışı ekonomide küçük ölçekli işletmeler olarak faaliyet göstermektedir (Henderson vd., 2012: s.850; Çifçi vd., 2021: s.4032). Sokak lezzetleri otomatlarının en yaygın görüldüğü ülkeler ise Güneydoğu Asya ülkelerinde Malezya, Singapur ve Tayland'dır (Henderson vd., 2012: s.849; Çifçi vd., 2021: s.4032). Bununla birlikte yerel kültürün temel parçalarından biri olan sokak lezzetleri, New York, Paris, Viyana, Lizbon, Madrid, Roma ve Palermo, Yunanistan, Türkiye ve Akdeniz Havzasının diğer ülkelerinde de birer turistik çekiciliktir (Bellia vd., 2022: s.1).

Sokak lezzetlerinin kökeni Antik Yunan'a kadar dayanmaktadır. İlk sokak lezzeti Antik Yunanlıların İskenderiye limanında satışa sunmuş olduğu kızarmış balıktır. Daha sonra Antik Roma'ya miras olarak kalan bu kültür gündelik hayatın bir parçası haline gelmiştir (Demirci & Karacaoğlu, 2021: s.45). Antik Roma döneminden modern çağ öncesine kadar olan sürede ise Asya ve Orta Doğu şehirlerinde düşük gelirli ve yemek hazırlama konusunda vakti ve ekipmanı olmayanlar ev dışında yemek yeme eğilimini göstermeye devam ettirmiştir. Bu dönemde yüksek gelirli sokak lezzetlerini tüketmenin itibar kaybı olduğunu düşündükleri için sokak yemeklerini hizmetlilerine satın aldırılmışlardır (Kargiglioğlu, 2019: s.26). Göçler, savaşlar ve mübadeleler sokak lezzetlerinin günümüze kadar süregelmesini ve yayılmasını sağlamıştır. Türk mutfak kültüründeki sokak lezzetleri ise Osmanlı Devleti'nin yeme içme kültüründen etkilenmiştir. Evliya Çelebi'nin Seyahatname adlı eserinde, sokak satıcılarının gezici esnaf olarak tanımlandığı, bunların kendine has seslenmeleri ve renkli dış görünüşleri ile tanındıkları ifade edilmiştir (Demirci & Karacaoğlu, 2021: s.45-46).

Sokak satıcısı, sabit veya mobil şekilde tüketicilere ürün satan kişi olarak tanımlanır. Sokak satıcıları farklı demografik ve sosyo-ekonomik özelliklere sahiptir. Genellikle hareketli veya sabit olarak çalışan bu bireyler, ürünlerini farklı ebatlardaki tezgâhlarda, kulübelerde veya el arabaları gibi araçlarda satmaktadır (Altunbağ & Yılmaz, 2019: s.438). Sokak satıcılarının faaliyet gösterdiği alanlar genellikle ulaşımın ve insan kalabalığının yoğun olduğu yerlerdir (Gupta vd., 2018: s.375). Bununla birlikte sokakta satış, kayıtlı işgücü piyasasından dışlanmış insanlar için bir istihdam aracı olarak görülmektedir. Ancak sokak satıcılığını koruyan ve denetleyen herhangi bir politikanın olmadığı da görülmektedir. Bu durum sokak satıcılarının sıklıkla taciz ve kısıtlamalarla karşı karşıya kalmasına sebep olmaktadır (Bouafou vd. 2021: s.571).

Sokak yemekleri, bir yerin tarihini ve geleneğini korur ve destekler. Küreselleşme ve kentleşme kültürel değişime neden olabileceğinden ait olduğu toplumun kültürünü sembolleştiren ve söz konusu toplum için yerel bir kimlik oluşturan sokak lezzetlerinin korunması gerekmektedir (Nicula vd., 2018: s.242; Henderson vd., 2012: s.850).

Gastronomi Turizmi Açısından Sokak Lezzetleri

Günümüzde gelişmiş ülkelerde daha yaygın olan sokak lezzetleri sadece düşük gelirli için bir alternatif değil, aynı zamanda turistler için otantik bir gastronomik deneyimi ifade etmektedir. Buna istinaden sokak lezzetlerinin daha geniş bir sosyolojik, felsefi ve ekonomik yaklaşımla değerlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir (Karsavuran & Özdemir, 2017: s.542). Sokak yemekleri turistleri cezbedici bir unsur olarak karşımıza çıkmakta ve seyahat

deneyimini olumlu etkilemektedir (Çifçi vd., 2021: s.4030; Sgroi vd., 2022: s.3). Turistlere sunulan yiyecek ve içecekler destinasyonların ekonomik, kültürel ve çevresel sürdürülebilirliğine katkıda bulunmaktadır (Gupta vd., 2019: s.512).

Sokak yemeklerinin kökeni büyük ölçüde hazırlandıkları ve satıldıkları ortamlara dayanır. İnsanların yaşam biçimlerine gömülü bir mutfak mirasını gösteren sokak lezzetleri (Sgroi vd., 2022: s.1), daha çok yerel malzemeler ile üretilmekte ve geleneksel tekniklerle pişirilmekte, bölge sakinlerinin etnik farklılıklarını ve mutfak kültürlerini ortaya koymaktadır (Karsavuran & Özdemir, 2017: s.542). Turist beslenme ihtiyacını karşılamaktan ziyade yöresel mutfak bileşenlerini tatmak ve unutulmaz deneyimler yaşamak istemektedir. Kokular, aromalar, eşsiz lezzetler ve mekânlar, sokak lezzetlerinin gastronomi kültürünün temel taşı haline geldiğini ve kültürel mirasın da ilgili bir parçası olduğunu göstermektedir (Schuurmans, 2016: s.2; Sgroi vd., 2022: s.2).

Mutfak kültürünün önemli bir parçası olan sokak lezzetleri aynı zamanda gastronomi turizminde de bir turistik çekicilik olarak etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Yayla (2021) yabancıların gözünden Türk sokak lezzetlerinin durumunu YouTube ortamındaki videolar aracılığıyla incelemiştir; midye dolma, döner, simit, pide, dondurma, bal ve kaymak, menemen, balık ekmeği, börek, lahmacun ve baklava ile birlikte çay, Türk kahvesi, ayran ve turşu suyunun yabancı turistler tarafından en çok bilinen ve tercih edilen sokak lezzetleri olduğunu tespit etmiştir. Erdoğan ve Özdemir (2018) İzmir’de gastronomi turizmini değerlendirmeye yönelik gerçekleştirdikleri araştırmada; İzmir gastronomisinde gevrek, boyoz, lokma, kumru, şambali, midye dolma ve buzlu badem gibi sokak lezzetlerinin önemli yer tuttuğunu ifade etmektedirler. Demirci vd. (2020) tarafından Eskişehir Sokak Lezzetleri Festivali’ne katılan ziyaretçiler üzerinde gerçekleştirilen araştırmada; katılımcıların festival memnuniyeti düzeylerinin yüksek olduğu ve bu durumun tekrar ziyaret niyetini olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Jeaheng ve Han (2020) tarafından Tayland sokak lezzetlerinin turizm üzerine etkilerini ortaya koymak amaçlı gerçekleştirilen araştırmada; turist davranışı ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde pozitif etki yarattığı sonucuna ulaşılmıştır.

Sokak lezzetleri turları, 2021 itibarıyla dünya çapındaki en iyi beş yemek turundan biri olarak gösterilmektedir (Çifçi vd., 2021: s.4030). Ancak, yerel pazarlarda ve sokaklarda satılan bazı pişmiş gıdaların tüketimine ilişkin çeşitli engeller bulunmaktadır (Henderson vd., 2012: s.849). Bazı gıdaları deneyimleyenler gıda zehirlenmesi ve hijyenik olmayan gıda uygulamalardan kaynaklanan ishal gibi rahatsızlıklar yaşayabilmektedirler. Bu nedenle sokak gıdalarına yönelik güvenlik düzenlemelerini hızla uygulamaya koymak sorunun kısmen üstesinden gelmek için bir araç kabul edilmektedir (Çifçi vd., 2021: s.4034).

Araştırmanın gerçekleştirildiği Karabük iline bağlı Safranbolu ilçesi Paleolitik dönemden günümüze pek çok medeniyete ev sahipliği yapmış bir Osmanlı kenti olarak bilinmektedir. 10 yy. itibarıyla Safranbolu’da yaşamaya başlayan Türkmenlerin ve Osmanlı Döneminde Türklerle birlikte yaşayan Rum halkının Safranbolu mutfak kültürünü etkilediği görülmektedir. Lokum, bükme, yayım, peruhi, göbü, kuyu kebabı, su böreği, etli yaprak dolması, ev baklavası ve safranlı zerde Safranbolu mutfağına ait yöresel yemekler arasındadır (Yurt & Bayraklı, 2022: s.274). Safranbolu lokumu başta olmak üzere, bağlar gazozu, safran çayı, safranlı kahve, kel simit, kiren şerbeti ve karadut suyu gibi yiyecek-içeceklerin ise satışa sunulan yöresel sokak lezzetlerinden ilk akla gelenler oldukları bilinmektedir.

Yöntem

Sokak satıcılarının bakış açısıyla sokak lezzetlerini değerlendirmeyi; sokak lezzetlerinin yöresel mutfak kültürü ve gastronomi turizmi üzerine etkilerini ortaya koymayı amaçlayan araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırma fenomenoloji desenine bağlı kalınarak yürütülmüştür. Araştırmanın evrenini Safranbolu’da İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, İl Sağlık Müdürlüğü ve yerel yönetimlerce belirli aralıklarla denetime tabi tutulan sokak satıcıları oluşturmaktadır. Kıranköy ve Eski Çarşı’da sabit veya mobil şekilde çalışan 26 sokak satıcısı çalışmanın örneklemini teşkil etmektedir. Verilerin toplanmasında kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme formu İngilizce ve Türkçe 37 dokümandan yararlanılarak hazırlanmıştır. Hazırlanan görüşme formunda yer alan sorular anlaşılabilirlik ve veri toplamaya uygunluk bakımından “Gastronomi ve Mutfak Sanatları” ve “Turizm İşletmeciliği” alanındaki 5 akademisyenin görüşüne sunulmuştur. İlgili alan yazın doğrultusunda 20 sorudan oluşan soru formu Ek-1 de sunulmuştur.

Bu araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Karabük Üniversitesi Etik Kurulu 17/08/2022 tarih ve 2022/06- 34sayılı karar/sayı numarası ile alınmıştır.

Görüşme formunda sokak satıcıları ile ilgili demografik sorular, Safranbolu’da sokak lezzetlerinin mevcut durumu ve yöresel mutfakın devamlılığına ve gastronomi turizmüne katkılarına yönelik sorular bulunmaktadır. Araştırma 22 Temmuz – 30 Temmuz 2022 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler yaklaşık olarak 20-25 dakika sürmüştür. Görüşmelerden elde edilen cevaplar her bir görüşmeye verilen harf ve rakamlar ile (K1, K2, K3...) kategorize edilmiştir. Veri çözümü süreci olan kodlama aşaması ile araştırmanın tematik analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın analizinde içerik analizi ve betimsel analiz kullanılmıştır. Bu temalar ve alt kodlar Tablo 1’de görülmektedir;

Tablo 1. Araştırmanın Ana Temaları ve Alt Kodları

Ana Temalar	Kodlar
Sokak Lezzetlerinin Mevcut Durumu	Sokak lezzetlerinin en çok hitap ettiği cinsiyet ve yaş gurubu Sokak lezzetlerinin en çok talep gördüğü turist gurubu Sokak lezzetlerinin satışa sunulduğu mevsimler Satışa sunulan sokak lezzetleri Satışa sunulan yöresel sokak lezzetleri Sokak lezzetlerinin ekonomik açıdan olumlu ve olumsuz etkileri Sokak lezzetlerinin denetimi Sokak lezzetlerinin atık, israf ve çevre kirliliğine etkileri
Sokak Lezzetlerinin Yöresel Mutfak Kültürüne ve Gastronomi Turizmüne Katkıları	Sokak lezzetlerinin yöresel mutfak kültürüne katkısı Sokak lezzetlerinin gastronomi turizmüne katkısı Safranbolu’nun yöresel yiyecek içerisinde sokak lezzeti olarak değerlendirilebilecek yiyecekler

Bulgular

Sokak Satıcılarına Ait Demografik Bulgular

Araştırmaya katılan sokak satıcılarına ait demografik bulgulara Tablo 2’de yer verilmiştir.

Tablo 2. Sokak Satıcılarına Ait Demografik Bulgular

Kod	Yaş	Medeni Durum	Eğitim Durumu	Meslek	Cinsiyet	Meslekteki Hizmet Süresi	Sabit/Mobil Tezgâh
K1	46	Evli	Lisans	Esnaf	Kadın	10	Sabit ve Mobil
K2	43	Evli	İlköğretim	Esnaf	Kadın	7	Sabit ve Mobil
K3	50	Evli	Lise	Esnaf	Erkek	20	Sabit ve Mobil
K4	27	Bekar	Lisans	Dış Ticaret Uzmanı	Erkek	2	Sabit ve Mobil
K5	60	Evli	Lise	Esnaf	Erkek	50	Sabit
K6	45	Evli	Lise	Esnaf	Kadın	3	Sabit
K7	23	Evli	Önlisans	Hemşire	Erkek	5	Sabit
K8	44	Evli	İlköğretim	Esnaf	Kadın	13	Sabit
K9	62	Evli	Lise	Mobilyacı	Erkek	5	Sabit
K10	57	Evli	İlköğretim	Esnaf	Erkek	15	Sabit ve Mobil
K11	35	Evli	Lisans	Esnaf	Kadın	3	Sabit
K12	48	Evli	Ortaokul	İnşaatçı	Erkek	4	Sabit
K13	54	Evli	Ortaokul	Pastaneci	Erkek	40	Sabit
K14	25	Bekar	Lise	Esnaf	Kadın	9	Sabit
K15	36	Evli	Lise	Esnaf	Erkek	14	Sabit
K16	40	Evli	Ortaokul	Esnaf	Erkek	3	Sabit
K17	65	Evli	İlköğretim	Esnaf	Erkek	3	Sabit
K18	60	Evli	Lise	Emekli memur	Erkek	8	Sabit
K19	74	Evli	Ortaokul	Köfteci	Erkek	45	Sabit
K20	25	Evli	Lise	Esnaf	Erkek	3	Sabit
K21	23	Bekar	Lise	Esnaf	Erkek	5	Sabit
K22	24	Evli	Lise	Esnaf	Erkek	8	Sabit
K23	45	Evli	İlköğretim	Esnaf	Kadın	2	Sabit
K24	52	Evli	Lisans	Esnaf	Erkek	3	Sabit
K25	37	Evli	Lise	Esnaf	Kadın	5	Sabit
K26	33	Evli	Lise	Esnaf	Erkek	4	Sabit

Görüşme gerçekleştirilen sokak satıcılarının 8 tanesi kadın, 18 tanesi ise erkektir. Katılımcıların 23'ü evli, 3'ü bekar. Eğitim durumları incelendiğinde; 5 kişinin ilköğretim, 4 kişinin ortaokul, 12 kişinin lise, 1 kişinin önlisans, 4 kişinin ise üniversite mezunu olduğu görülmüştür.

Araştırma kapsamında elde edilen veriler 2 ana tema; sokak lezzetlerinin mevcut durumu ve sokak lezzetlerinin yöresel mutfak kültürüne ve gastronomi turizmine katkıları olmak üzere iki ana tema çerçevesinde, on bir alt-tema üzerinden değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır.

Sokak Lezzetlerinin Mevcut Durumuna Yönelik Bulgular

Sokak Lezzetlerinin En Çok Hitap Ettiği Cinsiyet ve Yaş Gurubu

Yapılan görüşmelerde sokak lezzetlerinin her yaş ve cinsiyetten insana hitap ettiği, sokak lezzeti olarak talep gören ürünlerin ise yaş ve cinsiyete göre farklılaştığı belirlenmiştir.

“Gazoz çeşitleri küçük yaş gruplarının daha çok ilgisini çekiyor, kahve ve salep ise yetişkinler ve kadınlar tarafından daha çok rağbet görüyor” (K1).

“Tüm yaş gurubuna hitap ediyoruz. Fakat daha çok gençlerden ve orta yaş grubundan

“30-60 yaş aralığında kadın erkek müşterilerimiz var” (K4)

“Yazın çoğunlukla aileler ve gurbetçiler geliyor, kışın ise üniversite öğrencileri geliyor, mevsime göre değişiyor” (K6)

“Aslında genele hitap ediyoruz, fakat en çok 5-45 yaş aralığında olan genç ve orta yaşlılar ve en çok kadınlar müşterimiz var” (K7).

“Eskiler daha çok tercih ediyor. Orta yaş grubundakiler ve yaşlılar, bilenler daha doğrusu. Gençler pek bilmiyorlar. Gidiyorlar susamlı simit yiyorlar” (K18).

Sokak Lezzetlerinin En Çok Talep Gördüğü Turist Gurubu

Yapılan görüşmelerde sokak lezzetlerinin Covid-19 pandemisi öncesinde yerli ve yabancı turistlerce talep gördüğü, günümüzde ise daha çok yerli turistler tarafından tercih edildiği tespit edilmiştir.

“Burası tarihi çarşı... Hem yerli hem de yabancı turistlere hizmet veriyoruz. Sokak lezzetleri konusunda yabancı turistler çok rahat davranıyor, her türlü yiyeceği tadıyorlar” (K1).

“Hem yerli hem de yabancı turistlere hizmet veriyoruz. Fakat Covid 19’dan beridir daha çok yerli turistlere hizmet veriyoruz” (K4).

“Şu an en çok yerli turiste hizmet veriyoruz. Fakat Covid salgınından önce Çinli, Japon, Koreli müşterilerimiz çoktu” (K9).

“Yerli yabancı turistlere hitap ediyoruz. Yabancı turistlerden Araplar daha çok geliyor. Yerliler daha çok geliyorlar” (K14).

Sokak Lezzetlerinin Satışa Sunulduğu Mevsimler

Araştırmada katılımcılara yöneltilen ‘‘Satışını yaptığınız sokak lezzetleri nelerdir? Bu sokak lezzetleri 4 mevsim farklılık gösteriyor mu? sorusuna verilen yanıtlar Tablo 3’ te sunulmuştur.

Tablo 3. Katılımcıların Sokak Lezzetlerini Satışa Sunduğu Mevsimler

K1	4 Mevsim; Kiren suyu, üzüm suyu sunuyoruz. Kışın daha çok sahlep, safran çayı.
K2	4 Mevsim sunulan sokak lezzetleri; Kâğıt helva, akide şekeri, horoz şekeri, Osmanlı macunu, safranlı bağlar gazoz, çubukta patates, dondurmali irmik helvası. Sadece yazın çıkan sokak lezzetleri; Nar suyu, portakal suyu, karadut suyu, safranlı dondurma.
K3	Lokum, kahve, şekerleme ürünleri, helva, karadut suyu, pişmaniye, çekme helva
K4	Lokum, helva, safranlı ve meyveli (portakallı, çilekli) kahve çeşitleri... 4 mevsim aynı ürünler
K5	Türk lokum çeşitlerini Türkiye'ye tanıtan ilk üreticiyiz. 100 yıldır lokum üretiyoruz. Bununla birlikte; Safranbolu lokumu, Safranbolu helvası, Çekme helva, Fındıklı şekerlemeler, Krokan. Bu ürünlerin hepsini 4 mevsim de yapıyoruz.
K6	Safranlı kahve, safranlı gazoz, safranlı dondurma, gözleme, kiren şerbeti, karadut suyu... dondurma hariç diğerleri 4 mevsim çıkıyor
K7	4 mevsim; Karadut suyu, bağlar gazozu, çubuk patates satıyoruz. Yaz mevsiminde safranlı dondurma satıyoruz
K8	Döner, kiren suyu (kızılçık) 4 mevsim sattığımız ürünler
K9	Müşterilerimize 4 mevsim safranlı ve diğer çeşitte dondurma, irmik helva ve kiren şerbeti sunuyoruz. Kışın ise, salep, kahve sunuyoruz.

Tablo 3. Katılımcıların Sokak Lezzetlerini Satışa Sunduğu Mevsimler (devamı)

K10	4 mevsim; simit, kel simit, bağlar gazozu, gevrek, çubuk satıyoruz.
K11	Çiğ köfte, tavuk pilavı 4 mevsim sunuyoruz. Dondurmayı ise yaz mevsiminde sunuyoruz.
K12	4 mevsim çiğ köfte satıyoruz.
K13	Dondurmayı yazın satıyoruz. Kışın kapalıyız
K14	Kumpir, hamburger, bağlar gazozunu 4 mevsim satışa sunuyoruz.
K15	Kebap çeşitleri, ciğer, Adana, tavuk ızgara, köfte, ciğer dürüm, Urfa. Bunları dört mevsim satıyoruz.
K16	Köfte ekmek, İzmir kumru, ızgara, sucuk ekmek, çeşitli sandviçler, kumpir, bağlar gazozu, limonata'yı dört mevsim satıyoruz.
K17	Dört mevsim satışını yaptığımız ürünler; kır pidesi, kol böreği, küt böreği, su böreği, bağlar gazozu.
K18	Simit, kel simit, kazan simidi, çubuk ve gevreği dört mevsim satıyoruz.
K19	Dört mevsim köfte ekmek çıkıyor.
K20	Islak hamburger, sandviç bunları dört mevsim satıyoruz.
K21	Bizde çıkan ürünler, kokoreç, köfte ekmek, sucuk ekmek. Bunları dört mevsim satıyoruz.
K22	Kahve satıyoruz dört mevsim.
K23	Gözleme, safranlı şerbetler, hibiskus şerbeti, limonata satıyoruz her mevsimde.
K24	Dört mevsim, Sini böreği, safranlı bağlar gazozu, Türk kahvesi, kiren suyu, erik suyu, karadut suyu, safran çayı satıyoruz.
K25	Beyoğlu gazozu, elvan gazozu, datça gazozu, gark gazozu, çamlıca, bağlar gazoz, ayrıca leblebi tozu, horoz şekeri, Türk kahvesi, kiren şerbeti satıyoruz dört mevsim.
K26	Tüm mevsimlerde gözleme, pişi, su böreği, Türk kahvesi, bağlar gazozu satıyoruz.

Satışa Sunulan Sokak Lezzetleri

Satışı yapılan sokak lezzetlerine Tablo 4' de yer verilmektedir.

Tablo 4. Satışa Sunulan Sokak Lezzetleri

K1	Bağlar gazozu, sevda gazozu, kahve, safranlı kahve salep, safran çayı, kiren suyu, üzüm suyu
K2	Kâğıt helva, akide şeker, horoz şeker, Osmanlı macunu, safranlı bağlar gazoz, çubukta patates, dondurmalı irmik helvası, Nar suyu, portakal suyu, karadut suyu, safranlı dondurma, közlenmiş köy mısırları.
K3	Lokum, kahve, safranlı kahve, şekerleme ürünleri, helva, karadut suyu, pişmaniye, çekme helva
K4	Lokum, helva, safranlı ve meyveli (portakallı, çilekli) kahve çeşitleri
K5	Safranbolu lokumu, Safranbolu helvası, El yapımı tahin helvası, Fındıklı şekerlemeler.
K6	Safranlı kahve, safranlı gazoz, safranlı dondurma, gözleme, kiren şerbeti, karadut suyu
K7	Karadut suyu, bağlar gazozu, çubuk patates, safranlı dondurma
K8	Döner, kiren suyu (kızılıçık).
K9	Safranlı dondurma, dondurma çeşitleri, irmik helva, kiren şerbeti, salep, kahve, hibiskus çayı.
K10	Simit, kel simit, gevrek, çubuk
K11	Çiğ köfte, tavuk pilav, dondurma
K12	Çiğ köfte
K13	Dondurma
K14	Kumpir, hamburger, bağlar gazozu
K15	Kebap çeşitleri, ciğer, Adana, tavuk ızgara, köfte, ciğer dürüm, Urfa.
K16	Köfte ekmek, İzmir kumru, ızgara, sucuk ekmek, çeşitli sandviçler, kumpir, bağlar gazozu, limonata.
K17	Kır pidesi, kol böreği, küt böreği, su böreği, poğaç, bağlar gazozu.
K18	Kel simit, çubuk, gevrek
K19	Köfte ekmek
K20	Islak hamburger, sandviç
K21	Kokoreç, köfte ekmek, sucuk ekmek
K22	Kahve, salep, bağlar gazozu, karadut suyu, limonata,
K23	Gözleme, safranlı şerbetler, hibiskus şerbeti, limonata
K24	Sini böreği, safranlı bağlar gazozu, Türk kahvesi, kiren suyu, erik suyu, karadut suyu, safran çayı
K25	Beyoğlu gazozu, Elvan gazozu, datça gazozu, Gaark gazozu, Çamlıca gazozu, bağlar gazozu, leblebi tozu, horoz şekeri, Türk kahvesi, kiren şerbeti
K26	Gözleme, pişi, su böreği, bağlar gazozu, Türk kahvesi.

Satışa Sunulan Yöresel Sokak Lezzetleri

Satışa sunulan yöresel sokak lezzetleri Tablo 5’te verilmektedir.

Tablo 5. Satışa Sunulan Yöresel Sokak Lezzetleri

K1	Bağlar gazozu, kahve, salep, safran çayı, kiren suyu, üzüm suyu
K2	Safranlı bağlar gazoz, karadut suyu, safranlı dondurma, közleme köy mısırları.
K3	Lokum, safranlı kahve, helva, karadut suyu
K4	Lokum, helva, safranlı kahve
K5	Safranbolu lokumu, Safranbolu helvası
K6	Safranlı kahve, safranlı gazoz, safranlı dondurma, gözleme, kiren şerbeti, karadut suyu
K7	Karadut suyu, bağlar gazozu, safranlı dondurma
K8	Kiren suyu
K9	Safranlı dondurma, kiren şerbeti
K10	Kel simit, gevrek, çubuk
K11	-
K12	-
K13	-
K14	Bağlar gazozu
K15	-
K16	Bağlar gazozu
K17	Bağlar gazozu.
K18	Kel simit, çubuk, gevrek
K19	-
K20	-
K21	-
K22	Bağlar gazozu, karadut suyu
K23	Gözleme, safranlı şerbetler
K24	Sini böreği, safranlı bağlar gazozu, kiren suyu, karadut suyu, safran çayı
K25	Bağlar gazozu, kiren şerbeti
K26	Gözleme, pişi, su böreği, bağlar gazozu, Türk kahvesi.

Sokak Lezzetlerinin Ekonomik Açıdan Olumlu ve Olumsuz Etkileri

Sokak lezzetlerinin ekonomiye olumlu ve olumsuz etkileri konusundaki katılımcı görüşleri şu şekilde belirtilmektedir;

“Aslında burada sokak lezzetlerinin maddi katkısından ziyade manevi olan kısmıyla ilgileniyoruz. Eğer bir lezzet ilgi görüyor, dikkat çekiyorsa bu bizim şehrimizin tanıtımına katkı sağlıyor. Bu katkı nasıl olsa bize ekonomik anlamda da olumlu dönüş yapar. İlk hedef manevi kazanç (K1).

“Ekonomik açıdan katkısı büyük, özellikle gurbetçilerin geldiği dönem oldukça verimli geçen bir dönem. Evimizin geçimini ve çocuklarımızı okutmamızı sağlayan, ekonomik gücümüz sokak lezzetleri...” (K2).

“Sokak lezzetlerinin ekonomik anlamda olumsuz bir tarafı yok. Hayatımızı idame ettirmeyi sağlıyor, yani olumlu. İnsanlar restoranda yemek yemek yerine kolay, hızlı ve lezzetli bir atıştırma ile tatiline devam etmek isteyebiliyor. Bu da bizim ekonomimizi olumlu etkiliyor” (K3).

“Ekonomik getirisi olumluydu, fakat son ekonomik zamlar malzeme maliyetlerini arttırdı ve alım gücü de düştü. Bu durum bizi de olumsuz etkiliyor” (K7).

“Kışın değil de yazın ekonomik faydası daha fazla. Yazın turistlerin gelmesiyle gelişen sirkülasyon ekonomiyi olumlu etkiliyor. Fakat şu son zamlar giderleri çok zorluyor. Tüketicinin de alım gücü azaldı” (K8).

Katılımcılar yörede satışa sunulan sokak lezzetlerinin yöreye ekonomik açıdan katkıda bulunmasının yanı sıra şehir tanıtımına da katkı sağladığını ifade etmişlerdir. Ancak, ülkenin içinde bulunduğu zorlu ekonomik şartların söz konusu sokak lezzetlerine yönelik talebi azalttığını da belirtmişlerdir.

Sokak Lezzetlerinin Denetimi

Katılımcılar, sokak lezzetlerinin gerekli denetimlerinin yetkili kişiler tarafından belirli aralıklarla yapıldığını ifade etmişlerdir.

“Belediye, İl Tarım tarafından her ay düzenli bir şekilde denetimler yapılıyor. Hijyen sanitasyon ve belgelerimiz kontrol ediliyor. Ben işletme olarak hijyen ve sanıtasyona çok önem veriyorum. Bu benim için o kadar önemli ki, müşteri sirkülasyonum da bu nedenle fazla, müşterilerim bana çok güveniyor, bu güveni suiistimal edemem” (K2).

“İl tarım ve belediye çalışanları dönem dönem geliyor denetliyor, belge ve hijyen sanitasyon amaçlı denetleniyoruz” (K4).

“Gerekli denetimler il tarım, belediyeler tarafından yapılıyor. Ayda bir geliyorlar. Belediye, maliye, il tarım geliyor. Belgelere bakıyorlar. Ürünleri nasıl muhafaza ettiğimize bakıyorlar” (K13).

Sokak Lezzetlerinin Atık, İsrar ve Çevre Kirliliğine Etkileri

Katılımcılara sokak lezzetlerinin atık, israf ve çevre kirliliğine ne gibi etkileri olduğu sorulduğunda, katılımcıların büyük çoğunluğu sokak lezzetlerinin az atık çıkardığını, yiyeceklerin israf edilmediğini, çıkan atıkların çevre kirliliğine olumsuz etkide bulunmadığını ifade etmişlerdir.

“Hijyen sanitasyon bizim için çok önemli, bu nedenle çevreye karşı duyarlı hareket ediyoruz. İşletmemizde sunduğumuz çeşitler de tek kullanımlık ve çevreci ekipmanlara oldukça uygun. Ayrıca işletmemizde atık yok denecek kadar az. Bu konuda oldukça hassas davranıyoruz” (K1).

“Çubuk patatesten ötürü yağ atığımız çıkıyor, biriktiriyorum, özel işletmeler gelip alıyor yağı. Onun dışında geri dönüşümü olan ambalajları da toplayanlara teslim ediyoruz, çevreye zarar verecek herhangi bir davranışımız yok” (K2).

“Sokak lezzetlerinin çok fazla ambalajı yok, çevreye zarar veren herhangi bir atık yok. Geri dönüşümlü ürünler kullanıyoruz” (K3).

“Gıda ürününde elbette ki atık çıkıyor, fakat onu da değerlendiriyoruz. Zaman ekonomi zamanı o nedenle bilinçli hareket ediyoruz. Çevre kirliliği ile herhangi bir sorun yaşamıyoruz, bu konuda oldukça hassasız, çünkü başka bir Safranbolu yok” (K6).

“Sadece müşterinin tabağından çok küçük atıklar çıkıyor. Onları da sokak hayvanlarına veriyoruz. Herhangi bir israf veya çevre kirliliği yaratan bir durum yok. Bulduğumuz nokta zaten buna izin vermez” (K8).

“Külahı kendim yapıyorum o bile yeniliyor. Sadece peçete var atık için, yani minimum düzeyde” (K9)

“Atık, israfımız olmaz. Dikkat ediyoruz. Ne kadar satılacaksa ona göre çıkarırız. Fazla çıkarıp zayi etmeyiz” (K18).

Sokak Lezzetlerinin Destinasyona Katkısı

Sokak Lezzetlerinin Yöresel Mutfak Kültürüne Katkısı

Katılımcılara sokak lezzetlerinin yöresel mutfak kültürüne olan katkısı sorulduğunda katılımcılar, sokak lezzetlerinin Safranbolu mutfak kültürünün tanıtılmasına katkı sağladığını ifade etmişlerdir.

“Yöresel yemekler işletmeler için oldukça uğraştırıcı, bu nedenle yöresel çeşit az. Buna rağmen yöresel mutfak kültürüne katkı sağlıyoruz. Elimizdeki çeşitler Safranbolu ile özdeşleşmiş ürünler. Aynı zamanda hijyen sanitasyon o kadar önemli ki çeşit sayısı bundan çok etkileniyor. Soğuk muhafaza zinciri, gıda güvenliği ve çalışan elemanların dikkatli olması gibi konular işletme prensiplerimiz arasında. Bu durum bize az çeşit ama temiz gıda çıkarmayı hedefletiyor” (K1)

“Safran baharatı ile yapılan ürünlerin yöre tanıtımına katkısı var. Özellikle diğer şehirlerden gelen yerli turistler safran içerikli sokak lezzetlerini daha fazla talep ediyor” (K2)

“Biz işletmemizde hem ticaret yapmak hem de mutfak kültürümüzü tanıtarak daha fazla kitlelere duyurmak için yöresel ürün çıkarıyoruz” (K3).

“Yöresel mutfak kültürünün tanıtımına katkı sağladığımızı düşünüyorum. Coğrafi işaretli ürünümüz olan lokumu kahve ile Safranbolu'ya gelen ziyaretçilere sunuyoruz” (K4).

“Yöresel mutfağa katkımız büyük. Dediğim gibi 100 yıldır Safranbolu lokumu ve şekerlemeler üretiyoruz ve bunu Türkiye'ye ve Dünya'ya tanıtıyoruz ve gönderiyoruz” (K5).

“Hem bildiğimiz işi yapmak hem de Safranbolu mutfağına katkı sağlamak için yöresel sokak lezzetleri çıkarıyoruz” (K6).

“Kendi yöresel ürünlerimizi ön plana çıkarıyoruz. Örneğin dondurmamızı safranlı yapmamızın bu anlamda katkı sağladığımızı düşünüyorum” (K9).

Sokak Lezzetlerinin Gastronomi Turizmine Katkısı

Katılımcılara sokak lezzetlerinin gastronomi turizmine katkısı sorulduğunda katılımcılar sokak lezzetlerinin gastronomi turizmine katkı sağlayacağını ifade etmişlerdir.

“İşletmemizdeki sokak lezzetleri turistler tarafından ilgi görüyor, çünkü onları meraklandırıyoruz. Bu durum turizmimize de katkı sağlıyor” (K1).

“Bölge turizmine katkı sağlaması konusunda sokak lezzetleri zayıf, Safranbolu'nun mimarisi daha ön planda” (K2).

“Bölgeye gelen turistlere kaliteli hizmet vererek turizmin sürdürülebilirliğine katkı sağlıyoruz. Çünkü amaç günü kurtarmak değil, devamlılıktır. 4 mevsim turist ağırlama şansımız var” (K4).

“Tarihten bu yana ipek yolundan ötürü ziyaretçi ağırlayan bir bölgeyiz. Yani Safranbolu çok eskilerden beri sanat ve ticaret yolu. Bu bölgelerde Rum konakları da var. Bu insanların torunları da merakından sürekli gelip bölgeyi ziyarete geliyor. Bu anlamda Safranbolu'yu yaptığımız iş ile tanıttığımızı düşünüyorum. Fakat daha fazla şey yapılabilir” (K5).

“Turizme katkısının olduğunu düşünüyorum, özellikle yöresel sokak lezzetlerinin turist çektiğine inanıyorum” (K8).

“Turistler yapmış olduğumuz yemekleri ilgi ve merakla tüketiyor. Bizim damak zevkimize göre yaptığımız yemekleri sadece tadım yapmıyor, doya doya yiyorlar, bu çok keyif verici. Dolayısıyla bu anlamda katkı sağlamış oluyor” (K1).

“Bence sokak lezzetleri gastronomi turizmine katkı sağlıyor. Özellikle safrandan yapılan ürünler gurbetçiler ve yerli turist tarafından ilgi görüyor. Ayrıca babam 17 yıldır önemli bir sokak lezzeti olan Osmanlı macunu üretiyor. Bu gibi spesifik unsurlar Safranbolu tanıtımına destek oluyor. Fakat daha çok şey yapılabilir, yeterli değil” (K2).

“Sokak ortasında kahve yaparak insanları kahvenin çekici kokusuyla buluşturuyoruz. Safranbolu lokumu ve kahve ile insanların damak zevkine hitap ediyoruz. Üstelik bunu yaparken farklı alternatifler sunarak insanlara seçme şansı veriyoruz. Bu yönüyle gastronomi turizmine katkı sağlıyoruz” (K4).

“Bölgeye gelen turistler mutlaka yöresel gıda peşine düşüyor, bu bizim için çok anlamlı. Bu nedenle Safranbolu’ya özgü safranlı ürünler mutlaka denenmek istenen gastronomik unsurlar. Bu Safranbolu’nun tanınırlığını artırıyor” (K6).

“Yani gastronomi turizmine yönelik top yekün bir mücadele yok. Festival veya fuarların duyuruları çok geç yapılıyor. Organizasyonlar belli insanları kapsıyor, sınırlı kalıyor anlayacağınız. Bu konuda tam anlamıyla birlikte mücadele edilmeli” (K10).

Katılımcılar özellikle içerisinde yöreye özgü safran bitkisi bulunan başta lokum ve kahve olmak üzere çeşitli yiyecek-içeceklerin ziyaretçiler için gastronomik çekicilikler oluşturduğunu; ancak gastronomi turizmi açısından yörede gerçekleştirilen etkinliklerin daha koordineli bir şekilde gerçekleştirilmesi ve yaygınlaştırılması gerektiği fikrine sahiptirler.

Safranbolu’nun Yöresel Yiyecek İçecekleri İçerisinde Sokak Lezzeti Olarak Değerlendirilebilecek Yiyecekler

Katılımcılara göre Safranbolu’nun yöresel yiyecek içecekleri içerisinde, sokak lezzeti olarak değerlendirilebilecek yiyecekler Tablo 6.’da verilmektedir.

Tablo 6. Safranbolu’nun Yöresel Yiyecek İçecekleri İçerisinde Sokak Lezzeti Olarak Değerlendirilebilecek Yiyecekler

Su muhallebisi	Ev baklavası
Safranlı Zerde	Çingen baklavası
Cevizli Çörek	Höşmerim
Yayım	Peruhi
Safranbolu Bükmesi	Keşkek
Cevizli Lokum	Göbü

Tablo 6 incelendiğinde; sokak lezzetleri olarak değerlendirilebilecek yiyecek-içeceklerden yalnızca bir kısmının (ev baklavası, peruhi ve bükme) yörede faaliyet gösteren işletmelerde satışa sunulduğu ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, söz konusu diğer yöresel lezzetlerin de orijinal reçetelerine bağlı kalınarak üretilmesinin bu lezzetlerin unutulmaması, ziyaretçilere yönelik ürün çeşitliliğinin artırılması ve yöre turizminde kadın girişimciliğinin teşvik edilmesi bakımından önemli olduğu düşünülmektedir.

Sonuç

Farklı kültürlere ait yeme-içme deneyimini temel alan gastronomi turizminde sokak lezzetlerine olan ilginin dünyada ve ülkemizde her geçen gün arttığı görülmektedir. Bir yerin tarihinin ve kültürünün izlerini taşıyan sokak lezzetleri o yerin tanıtımında ve bir turistik destinasyon olarak pazarlanmasında sıklıkla kullanılmaktadır. Öncelikli olarak yeme-içme deneyimine dayalı olan gastronomi turizminde ise sokak lezzetleri turistlere sunulabilecek alternatif bir ürün olarak kabul edilmektedir (Gupta vd., 2019; Sgroi vd., 2022). Sokak lezzetleri sokak satıcıları tarafından sokaklarda ve halkın ortak kullanım alanlarında tüketiciye sunulan ve kısa bir süre içerisinde tüketilen yiyeceklerdir. Sokak satıcıları bu anlamda sokak yiyeceklerini geleceğe taşımakta, yerel ekonomiye katkı sağlamakta ve dolayısıyla turizm endüstrisinin gelişimini desteklemektedir (Polat & Gezen, 2017).

Bu doğrultuda Safranbolu'ya ait sokak lezzetlerinin yöresel mutfak kültürünün devamlılığının sağlanmasındaki rolünü ve yöredeki gastronomi turizmine yönelik katkılarını sokak satıcılarının bakış açılarıyla ortaya koymayı amaçlayan araştırma sonucunda; Safranbolu'ya ait sokak lezzetlerinin yöresel mutfak kültürünün tanıtımına aracılık ettiği ve yörenin gastronomi turizmine katkı sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlar literatürde yer alan ilgili konudaki bazı araştırma sonuçları ile benzerlik taşımaktadır (Çiftçi vd., 2021; Sgroi vd., 2022; Şimşek & Yeşil, 2022). Aynı zamanda sokak yiyeceklerinin hazırlanma sürecinde yüksek maliyetlerle ve hijyen ve sanitasyonu sağlama konusunda riskli durumlarla karşılaşılma olasılığının bulunması araştırmada elde edilen diğer bulgulardır. Araştırmadaki katılımcıların çoğunun sokak lezzetleri ile aile geçimini sağladıkları, ancak yükselen ürün maliyetlerinin ekonomik anlamda fazla kazanç sağlamaya engel oluşturduğu tespit edilmiştir. Söz konusu bulguların yine literatürdeki bazı araştırmalarla benzerlik gösterdiği görülmektedir (Bayraktar & Zencir, 2019; Bouafou vd. 2021).

Gastronomi turizminde önemli bir çekicilik unsuru olan sokak lezzetlerinin unutulmamasının ve turistik arz kaynağı olarak devamlılığının sağlanabilmesi için aşağıdaki önerilerde bulunulabilir;

- Sokak lezzetleri orijinal reçetelerine bağlı kalınarak üretilmelidir. O yörede ya da bölgede söz konusu lezzeti ilk olarak ortaya çıkaranlarla mutlaka fikir alışverişinde bulunulmalıdır.
- Sokak lezzetlerini üreten işletmelerin hijyen ve sanitasyon denetimleri düzenli bir şekilde yapılmalıdır.
- Şehirlerde ziyaretçilerin sokak lezzetlerine toplu bir şekilde ulaşabilecekleri noktalar belirlenmeli, satış standları kurulmalıdır. Söz konusu düzenlemelerin yapılmasının sokak satıcılarının haklarının korunmasına da katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.
- Ülkemizde yalnızca belirli şehirde gerçekleştirilen sokak lezzetleri festivalleri yaygınlaştırılmalıdır.
- Belediye ve valiliklerin web sitelerinde o yöreye ait sokak lezzetlerinin tanıtımları yapılmalıdır.
- Turizm bölgelerinin tanıtım broşürlerinde mutlaka sokak lezzetlerine yer verilmelidir.
- Sokak lezzetlerinin sunumu yiyecek ya da içeceğin tarihsel süreci göz önünde bulundurularak otantik bir ortamda gerçekleştirilmelidir. Örneğin sokak satıcılarının kıyafetlerinin en az sokak lezzetleri kadar dikkat çekebileceği düşünülmektedir.
- Turizmde ve özellikle de kültür turizminde kadın işgücü her geçen gün daha önemli hale gelmektedir. Bu doğrultuda mutfak kültürünün sürdürülebilmesinde kadınların üstlendikleri rol yadsınamaz durumdadır. Sokak lezzetlerinin üretiminde de kadın istihdamını artıracak projeler gerçekleştirilmelidir. Böylelikle sokak

lezzetlerinin nesilden nesile aktarımının daha kolay ve daha orijinaline uygun bir şekilde gerçekleştirilebileceği düşünülmektedir.

Araştırmanın Safranbolu'daki Sokak lezzetleri satıcıları ile gerçekleştirilmiş olması en önemli kısıtını oluşturmaktadır. Sokak lezzetleri ile ilgili gerçekleştirilen sınırlı sayıda çalışmanın olduğu görülmektedir. Bu nedenle gelecekte konu ile ilgili gerçekleştirilecek nicel ve nitel çalışmaların farklı destinasyonlarda ve diğer paydaşlarla (yerel halk, turist, yerel yönetimler vb.) gerçekleştirilmesinin konunun bütünsel ve derinlemesine ortaya konulması açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Altunbağ, E. & Yılmaz, H. (2019). Sokak satıcılarına göre sokak lezzetleri. 20. *Ulusal Turizm Kongresi* içinde (437-443 ss.). Eskişehir, Türkiye.
- Ballı, E. (2016). Gastronomi turizmi açısından Adana sokak lezzetleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4 (1), 3-17. doi: 10.21325/jotags.2016.18
- Bayraktar, G. & Zencir, E. (2019). Sokak satıcılarının gözünden sokak lezzetleri: İzmir örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (2), 1367-1382. doi: 10.21325/jotags.2019.425.
- Bellia, C., Bacarella, S., & Ingrassia, M. (2022). Interactions between street food and food safety topics in the scientific literature—A bibliometric analysis with science mapping. *Foods*, 11(6), 789, 1-17. doi: <https://doi.org/10.3390/foods11060789>
- Bouafou, K.G.M., Beugré, G. F. C. & Amani, Y.C. (2021). Street food around the world: A review of the literature. *Journal of Service Science and Management*, 14 (6), 557-575. doi: <https://doi.org/10.4236/jssm.2021.146035>
- Chakravarty, I. & Canet, C. (1996). Street foods in Calcutta. *Food, Nutrition and Agriculture, Publication*, 17 (18), 30-37.
- Cifci, I., Atsız, O., & Gupta, V. (2021). The street food experiences of the local-guided tour in the meal-sharing economy: the case of Bangkok. *British Food Journal*, 123(12), 4030-4048. doi: <https://10.1108/BFJ-01-2021-0069>.
- Demir, Ş., Akdağ, G., Sormaz, Ü. & Özata, E. (2018). Sokak lezzetlerinin gastronomik değeri: İstanbul sokak lezzetleri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 589-601.
- Demirci, B. & Karacaoğlu, M. (2021) Gastronomi turizminde sokak lezzetlerinin önemi. Y. Oğan (Ed.), *Gastronomi Araştırmaları* (ss 43-54) içinde, Çizgi Kitabevi, Konya.
- Demirci, B., Yılmazdoğan, O. C. & Düşmezkalender, E. (2020), Festival algısı, festival memnuniyeti, festival değeri ve aidiyet ilişkisi: Eskişehir sokak lezzetleri festivali örneği. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(1), 1096-1112 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v8i1.1425>
- Erdoğan, S. & Özdemir, G. (2018). İzmir destinasyonu'nda gastronomi turizmi üzerine bir araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 249-272. doi: 10.21325/jotags.2018.281

- Gupta, V., Khanna, K., & Gupta, R. K. (2018). A study on the street food dimensions and its effects on consumer attitude and behavioural intentions. *Tourism Review*, 73(3), 374–388. doi: 10.1108/TR-03-2018-0033
- Gupta, V., Khanna, K., & Gupta, R. K. (2019). Preferential analysis of street food amongst the foreign tourists: A case of Delhi region. *International Journal of Tourism Cities*, 6 (3), 511-528.
- Henderson, J. C., Yun, O. S., Poon, P. & Biwei, X. (2012). Hawker centres as tourist attractions: The case of Singapore. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 849-855. doi: 10.1016/j.ijhm.2011.10.002
- Jeaheng, Y. & Han, H. (2020). Thai street food in the fast growing global food tourism industry: Preference and behaviors of food tourists. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 641-655. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.11.001>
- Kargiglioğlu, Ş. (2019). *Planlı Davranış Teorisi Bağlamında Sokak Lezzetlerinin Destinasyon Seçimi ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: İstanbul İli Örneği*. (Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Karsavuran, Z. & Özdemir, B. (2017). Understanding street food consumption: A theoretical model including atmosphere and hedonism. *II. International Conference on Tourism Dynamics and Trends*, Sevilla, İspanya, 26-29 Haziran 2017, 541-553.
- Nicula, V., Privitera, D. & Spânu, S. (2018) Innovative business development—A global perspective street food and street vendors, a culinary heritage?, Springer, Switzerland, 241-250. Editors, Ramona Orăștean, Silvia Cristina Mărginean, Silvia Cristina Mărginean.
- Polat, D. D. & Gezen, A. (2017). Gastronomide sokak yiyecekleri ve satıcıları: Teorik bir çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 117-124. doi: 10.21325/jotags.2017.116
- Schuurmans, A. (2016). Exploring street foods as an assemblage a case study of the street food sector in Kampala area Uganda. *Wageningen Universty and Research Centre*, 2-50.
- Sgroi, F., Modica, F., & Fusté-Forné, F. (2022). Street food in Palermo: Traditions and market perspectives. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 27, 1-7. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100482>
- Solunoğlu, A. (2018). *Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketici Tutumları: Gaziantep ve İstanbul Örnekleri*. (Doktora Tezi) Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Şimşek, A. & Çelik Yeşil, S. (2022). Gastronomi turizmi kapsamında sokak lezzetlerinin incelenmesi: Eskişehir örneği. *Gastoria: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 6 (1), 82-102. doi: <https://doi.org/10.32958/gastoria.1011567>
- Yayla, Ö. (2021). Sosyal medya’da Türk sokak lezzetleri: Youtube örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9 (2), 1379-1400.
- Yurt, İ. & Bayraklı, B. (2022). Safranbolu’da yöresel bir lezzet: Peruhi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2): 270-287.

Evaluation of Street Foods In Safranbolu From The Point of View of Street Vendors

Ayşe Nur USLU

Karabuk University, Safranbolu Tourism Faculty, Karabuk/Turkey

Sibel AYYILDIZ

Karabuk University, Safranbolu Tourism Faculty, Karabuk/Turkey

Yurdanur YUMUK

Karabuk University, Safranbolu Faculty of Tourism, Karabuk/Turkey

Extended Summary

Street foods first appeared with the transport of fried fish, which was offered for sale in the port of Alexandria, to the Street (Demirci & Karacaoğlu, 2021: p.45). Street foods, which form an important component of local culture, are considered an important element of tourist attraction in many countries, especially in Southeast Asian countries, such as Paris, Rome and Greece. Street food, which is included in the culture of many populations around the world, is mostly consumed on continents such as Africa, India, Asia and Latin America (Bellia vd., 2022: p.1). Street food vending machines are a source of income, especially for the poor sections of the city, and operate as small-scale businesses in the informal economy. The most common countries where street food vending machines are seen are Malaysia, Singapore and Thailand in Southeast Asian countries (Henderson vd., 2012: p.850; Çifçi vd., 2021: p.4032). Street foods bearing the traces of Ottoman culinary culture in our country also mediate the introduction of the city and/or culinary culture to the visitors and contribute to the gastronomic tourism of the region (Demirci ve Karacaoğlu, 2021: p.45-46).

Street foods are mostly consumed on foot and in non-closed environments, providing more opportunities for interpersonal communication and socialization (Ballı, 2016; Chakravarty & Canet, 1996: p.32). Street foods that satisfy a physiological need, also embody the history, culture, agriculture and gastronomy of a region and they constitute the distinctive features of the food economy of the region in question in tourism planning, development, management and marketing (Sgroi vd., 2022: p.6). Street food appears as a factor that attracts tourists and positively affects the travel experience (Çifçi vd., 2021: p.4030; Sgroi vd., 2022: p.3). The food and drinks offered to tourists contribute to the economic, cultural and environmental sustainability of the destinations (Gupta vd., 2019: p.512). Street food tours are cited as one of the top five food tours worldwide as of 2021 (Çifçi vd., 2021: p.4030). Safranbolu, which takes its name from saffron, which is one of the most expensive plants in the world, is also one of the cities that stand out with its street foods. Street foods such as saffron delight, saffron tea, saffron coffee, baglar soda and kiren sherbet are used in the promotion of Safranbolu and increase the income from tourism in the region.

The main purpose of this study, in which the street foods of Safranbolu are evaluated from the perspectives of street vendors, is to reveal the role of these street foods in ensuring the continuity of the local culinary culture and their contribution to gastronomic tourism in the region. The determination of the current street foods of Safranbolu and some foods and beverages that can be considered as street foods is the sub-purpose of the study. The sample of the research, which was carried out by adhering to the qualitative research method and the phenomenology, consists of 27 street vendors working in fixed or mobile way in Safranbolu Kıranköy and Old Bazaar areas. Content and

descriptive analysis were used in the analysis of the data obtained with the semi-structured interview form prepared by making use of the literature. The current status of street foods and the contributions of street foods to the local culinary culture and gastronomic tourism were identified as the main themes of the research.

In the interviews conducted, it was determined that street foods appeal to people of all ages and genders and make positive contributions to the Safranbolu economy. The participants stated that street foods contribute to the promotion of Safranbolu culinary culture. It was also suggested that street foods will contribute to gastronomic tourism in Safranbolu. The possibility of encountering high costs in the preparation process of street food and risky situations in terms of ensuring hygiene and sanitation are other findings obtained in the research. These results are similar to some research results on the related topic in the literature (Bayraktar & Zencir, 2019; Bouafou vd., 2021; Çiftçi vd., 2021; Sgroi vd., 2022; Şimşek & Yeşil, 2022).

In order to ensure that street foods, which are an important element of attractiveness in gastronomic tourism, are not forgotten and their continuity as a source of tourist supply, the following suggestions can be made;

- Street foods should be produced by adhering to their original recipes. It is absolutely necessary to exchange ideas with those who first revealed the flavor in question in that region.
- Hygiene and sanitation inspections of enterprises producing street foods should be carried out regularly.
- In cities, points where visitors can collectively access street foods should be determined and sales stands should be established.
- Street food festivals, which are held only in certain cities in our country, should be popularized.
- Promotions of street foods belonging to that region should be made on the websites of municipalities and governorates.
- Street foods should definitely be included in the promotional brochures of tourism regions.
- The presentation of street foods should be carried out in an authentic environment, taking into account the historical process of food or drink. For example, it is believed that the clothes of street vendors can attract at least as much attention as street foods.
- Projects that will increase women's employment in the production of street foods should also be implemented. In this way, it is thought that the transmission of street foods from generation to generation can be realized more easily and in a more original way.

Due to the fact that the study is limited to Safranbolu; it is thought that the researches to be carried out in different destinations and with other stakeholders (local people, tourists, local authorities, etc.) are important in terms of revealing the subject holistically and in depth.

Ek-1: Etik Kurul İzni



**T.C.
KARABÜK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL ve BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU
KARARLARI**

TOPLANTI TARİHİ : 17.08.2022
TOPLANTI NO : 2022/06

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

Karar 34:

26/07/2022 tarihli Dr. Öğr. Gör. Sibel AYYILDIZ ve Arş. Gör. Ayşe Nur USLU'nun Etik Kurul form ve ekleri görüşüldü.

Karabük Üniversitesi Öğretim Üyesi Dr. Öğr. Gör. Sibel AYYILDIZ ve Arş. Gör. Ayşe Nur USLU tarafından yürütülen “**Sokak Satıcıları Açısından Safranbolu'daki Sokak Lezzetlerinin Değerlendirilmesi**” konulu çalışma kapsamında uygulanmak üzere ekte sunulan çalışmasının etik kurallara uygunluğu mevcudun oy birliği ile kabul edilmiştir.


ASLI GİBİDİR

Prof. Dr. Elif ÇEPNİ
Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurul Başkanı