



Araştırma Makalesi (Research Article)

TRABZON İLİ SOKAK YEMEKLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA (A RESEARCH STUDY ON STREET FOODS IN TRABZON PROVINCE)

Kaan YILMAZ^{1*} (orcid.org/0009-0006-7889-1351)

Önder YAYLA² (orcid.org/0000-0002-7967-1805)

¹Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Osmaniye, Türkiye

²Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Kadirli Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Osmaniye, Türkiye

Özet

Trabzon ili, iklimi, doğal zenginlikleri, tarihi ve kültürel mirası ile dikkat çeken, Karadeniz Bölgesi'nin önde gelen turizm destinasyonlarından biridir. Bölgenin zengin gastronomi kültürü, son yıllarda hem yerli hem de yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir. Trabzon mutfağının bir parçası olan sokak yemekleri, bu kültürün ayrılmaz bir ögesi olarak öne çıkmaktadır. Karadeniz Bölgesi'ne özgü lezzetler ve yöresel malzemelerle şekillenen Trabzon mutfağı, sokak yemekleri aracılığıyla bölgenin kültürel kimliğini yansıtan özgün bir nitelik kazanmıştır. Bu araştırma, Trabzon ilinin en çok tercih edilen sokak yemeklerini detaylı bir şekilde inceleyerek, bölgenin gastronomi kültürüne katkı sağlayan önemli unsurlarını ortaya koymayı ve bu yemeklerin bölgenin kültürel kimliği üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Ayrıca, sokak yemeklerinin yerel turistler ve sokak satıcıları açısından taşıdığı anlamlar da analiz edilmiştir. Bu yemeklerin, gastronomi turizmi bağlamında nasıl bir potansiyel taşıdığına dair kapsamlı değerlendirmeler yapılmıştır. Araştırmada nitel yöntem tercih edilmiştir. Veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme formu, yerli turistler ve sokak satıcıları için ayrı ayrı hazırlanmış olup, her iki grubun perspektiflerini detaylı bir şekilde ele almayı amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında 15 Ocak 2025 - 5 Şubat 2025 tarihleri arasında 15 yerli turist ve 15 sokak satıcısı ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçlar, Trabzon sokak yemeklerinin bölgenin kültürel mirasının önemli bir parçası olduğunu ve bu alanda gastronomi turizmi potansiyelinin artırılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu tür yemeklerin yerel ekonomiye katkı sağlayarak, turizm sektörünün daha da güçlenmesine yardımcı olabileceği düşünülmektedir. Bu süreç, bölgenin gelecekteki sürdürülebilir kalkınmasına olumlu katkılar sunabilir.

Anahtar Kelimeler: Trabzon Mutfağı, Sokak Yemekleri, Gastronomi Turizmi, Kültürel Kimlik, Yerel Ekonomi

Abstract

Trabzon Province is one of the leading tourist destinations in the Black Sea Region, attracting attention with its climate, natural riches, and historical and cultural heritage. The region's rich gastronomic culture has been drawing the interest of both domestic and foreign tourists in recent years. Street foods, which are part of Trabzon cuisine, stand out as an integral element of this culture. Shaped by flavors unique to the Black Sea Region and local ingredients, Trabzon cuisine has acquired a distinctive quality that reflects the cultural identity of the region through street food. This research aims to examine in detail the most popular street foods in Trabzon Province, reveal the important elements that contribute to the region's gastronomic culture, and examine the impact of these foods on the cultural identity of the region. Furthermore, the meanings of street foods for local tourists and street vendors have been analyzed. Comprehensive assessments have been made regarding the potential of these foods in the context of gastronomic tourism. Qualitative methods were preferred in the research. A semi-structured interview form was used as the data collection tool. The interview form was prepared separately for local tourists and street vendors, aiming to address the perspectives of both groups in detail. Within the scope of the research, face-to-face interviews were conducted with 15 local tourists and 15 street vendors between January 15, 2025, and February 5, 2025. The results obtained reveal that Trabzon street food is an important part of the region's cultural heritage and that the potential for gastronomic tourism in this area should be increased. It is believed that such foods can contribute to the local economy and help strengthen the tourism sector. This process can make positive contributions to the region's future sustainable development.

Keywords: Trabzon Cuisine, Street Food, Gastronomy Tourism, Cultural Identity, Local Economy

Giriş

Sokak yemekleri, yalnızca gündelik beslenme alışkanlıklarının bir parçası olmanın ötesinde, toplumsal hafızanın inşasına katkıda bulunan, kültürel aktarımı sağlayan ve gastronomi mirasın sürdürülebilirliğini

*Sorumlu yazar: kaan_61_yilmaz@hotmail.com

DOI: 10.33083/joghat.2025.568

destekleyen önemli bir olgudur. Gıda ve kültür arasındaki diyalektik ilişki, sokak yemeklerinin salt bir tüketim pratiği olmanın ötesinde, sosyo-kültürel dinamikler tarafından şekillendirilen ve dönüştürülen bir fenomen olduğunu ortaya koymaktadır. Saldaña (2009), bu bağlamda sokak yemeklerini geçmişle gelecek arasında bir köprü işlevi gören, toplumların kimliklerini somutlaştıran ve kültürel hafızalarını muhafaza eden unsurlar olarak değerlendirmektedir. Türkiye’de sokak yemekleri, Osmanlı mutfak kültüründen beslenen köklü bir geleneğe sahip olup, tarihsel süreç içinde bölgesel dinamiklere bağlı olarak çeşitlenmiş ve günümüzde gastronomi mirasın önemli bir bileşeni haline gelmiştir.

Teknolojik gelişmeler, küreselleşme ve kentleşme süreçleri bireylerin yaşam biçimlerini ve tüketim alışkanlıklarını derinden etkilemiştir. Özellikle mutfak teknolojilerindeki ilerlemeler ve toplumsal dönüşüm süreçleri, yemek hazırlama sürelerini kısaltarak ev dışında yemek tüketme eğilimini artırmıştır. Günümüzde bireyler, hızlı ve ekonomik beslenme alternatifleri sunan sokak yemeklerini giderek daha fazla tercih etmektedir (Alimi ve Workneh, 2016: 242; Yuen May vd., 2021: 243). Sokak yemekleri, restoran yemeklerine kıyasla daha ekonomik bir seçenek sunarken, aynı zamanda hızlı tüketim imkânı sağlamasıyla da öne çıkmaktadır (Sezgin ve Şanlıer, 2016: 4072; Yeşilyurt, 2022).

Trabzon, tarih boyunca farklı ticaret yollarının kavşak noktalarından biri olması nedeniyle kültürel etkileşime açık bir coğrafya olmuştur. Şehrin tarihsel dokusu, mutfak kültürüne de yansımış; bölgenin ekolojik çeşitliliği ve coğrafi özellikleriyle birleşerek özgün sokak lezzetlerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır (Tellioglu, 2019). Karadeniz’in zengin doğal kaynakları, özellikle deniz ürünleri başta olmak üzere tarımsal ve hayvansal üretimi şekillendirerek Trabzon mutfağının karakteristik yapısının oluşmasına katkı sağlamıştır. Ancak, Trabzon’un köklü mutfak geleneğine rağmen, bölgenin sokak yemekleri akademik literatürde yeterince incelenmemiş ve gastronomi turizmi perspektifinden değerlendirilmemiştir (Karahan ve Çakıcı, 2023).

Bu çalışma, Trabzon’un sokak yemeklerini yerel kültür, kimlik inşası ve bölgesel ekonomi üzerindeki etkileri çerçevesinde disiplinler arası bir yaklaşımla ele almayı amaçlamaktadır. Çalışma, sokak yemeklerinin bireyler ve toplumlar arasındaki etkileşim alanlarını nasıl şekillendirdiğini anlamak adına hem tarihsel hem de çağdaş perspektiflerden konuyu değerlendirmektedir. Ayrıca, Trabzon’un mutfak kimliğini oluşturan sokak lezzetlerinin, yerel halkın kültürel pratikleri ve turist deneyimleri üzerindeki rolü derinlemesine analiz edilerek bu alandaki akademik boşluk doldurulmaya çalışılacaktır. Elde edilecek bulguların, bölgenin gastronomi turizmi potansiyelinin ortaya konulmasına ve sürdürülebilir kalkınma bağlamında yerel ekonomiye katkılarının anlaşılmasına yardımcı olması beklenmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Sokak Yemekleri Kavramı ve Tarihsel Gelişimi

Dünya Sağlık Örgütü (WHO), sokak yemeklerini, halka açık alanlarda satılan, önceden hazırlanmış veya tüketicilerin gözleri önünde taze olarak hazırlanan yiyecek ve içecekler olarak tanımlamaktadır. Bu gıdalar, tüketiciye sunulmadan önce ek bir işlem gerektirmeyen, doğrudan tüketilmeye hazır besinlerdir (WHO, 1996; Yurtman, 2023). Sokak yemekleri, hem kentlerde hem de kırsal alanlarda yaşayan bireyler için hızlı, pratik ve ekonomik bir beslenme alternatifi sunarken, aynı zamanda turistler için yerel mutfakları keşfetmenin önemli bir aracı haline gelmiştir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, düşük maliyetleri ve kolay erişilebilirlikleri nedeniyle sokak satıcıları tarafından sunulan bu yiyecekler yaygın bir tüketim pratiği oluşturmıştır. Tüketiciler, bu tür gıdaları hijyen ve kalite gibi unsurlardan ziyade, sunduğu pratiklik, tatmin edici lezzet deneyimi ve erişilebilirlik nedeniyle tercih etmektedirler (Kargiglioğlu ve Aksoy, 2020: 127-128). Sokak yemeklerinin en belirgin özelliklerinden biri, genellikle tabak, çatal veya bıçak gerektirmeden hızlı tüketilebilmeleridir. Dünya genelinde farklı kültürlerle uyum sağlayarak çeşitlenen bu yiyecekler, gelişmişlik düzeyi fark etmeksizin geniş bir tüketici kitlesine hitap etmektedir (Bellia, Pilato ve Séraphin, 2016: 22).

Sokak yemekleri, bir bölgenin mutfak kültürünü ve geleneksel beslenme alışkanlıklarını yansıtan önemli bir unsur olarak kabul edilmektedir (Girgin, 2019: 8-9). Bu beslenme pratiğinin kökenleri Antik Yunan ve Roma uygarlıklarına kadar uzanmaktadır. Roma İmparatorluğu’nda “thermopolium” adı verilen sıcak yemek tezgâhları, sokak yemeklerinin ilk örneklerinden biri olarak kabul edilmektedir (Demirci ve Karacaoğlu, 2021). Roma halkı, Colosseum’da gladyatör dövüşlerini izlerken tuzlu bezelye gibi atıştırma malzemeleri tercih ederken, hamam ve pazar yerlerinde sosis ve kızarmış balık gibi sokak yemekleri tüketilmekteydi. Roma’daki satıcılar, et, peynir, şarap ve pişmiş yemekler gibi farklı yiyecekleri müşterilere sunarak, sokak yemekleri kültürünün yaygınlaşmasına katkıda bulunmuşlardır (Yurtman, 2023).

Sokak yemekleri geleneği, Roma’dan Osmanlı İmparatorluğu’na kadar uzanan bir tarihsel sürekliliğe sahiptir. Osmanlı döneminde çarşılar, hanlar ve meydanlar, sokak yemeklerinin en yaygın olarak tüketildiği alanlar

arasında yer almıştır (Samancı, 2016: 136). Özellikle ticaretin yoğun olduğu bölgelerde, seyyar satıcılar tarafından sunulan yiyecekler, şehir halkının yanı sıra tüccarlar ve yolcular için de önemli bir beslenme kaynağı olmuştur. Osmanlı'da sokak yemekleri kültürünün resmi olarak tanınması, Sultan II. Bayezid dönemine dayanmaktadır. 1502 yılında çıkarılan “Kanunname-i İhtisab-ı Bursa” fermanı ile sokak satıcılarına yiyecek satışı yapma izni verilmiş ve satılan ürünlerin kalite, hijyen ve standartları belirlenmiştir. Bu düzenlemeler, sokak yemeklerinin güvenilirliğini artırarak, Osmanlı mutfak kültürünün sürdürülebilirliğine katkıda bulunmuştur (Solunoğlu, 2018: 45).

Türkiye, tarih boyunca ticaret yolları üzerinde yer alan stratejik konumuyla farklı mutfak kültürlerinin kesişim noktası olmuştur. Bu bağlamda, pazar yerleri, çarşılar ve kervansaraylar, sokak yemekleri kültürünün şekillenmesine önemli katkılar sunmuştur (İrigüler ve Öztürk, 2016: 53). Anadolu'daki sokak yemeği kültürü, Orta Asya'dan göç eden Türkler, Hititler, Bizanslılar, Romalılar ve Selçuklu ile Osmanlı İmparatorlukları gibi büyük uygarlıkların beslenme alışkanlıklarından etkilenerek gelişmiştir. Aynı zamanda, Ortadoğu, İran, Yahudi, Akdeniz ve Balkan mutfaklarıyla etkileşim, Türkiye'deki sokak yemeklerinin çeşitlenmesine katkıda bulunmuştur (Aydın, 2020).

Modern dönemde restoran kültürünün yaygınlaşmasına rağmen, Türkiye'de sokak yemekleri hala büyük bir popüleriteye sahiptir. Ülkenin zengin mutfak mirası ve coğrafi çeşitliliği, farklı bölgelerde kendine özgü sokak lezzetlerinin oluşmasına imkân sağlamıştır. Kebap, döner, kokoreç, midye dolma, balık ekmek, ıslak hamburger ve boza gibi yemekler, Türk sokak mutfağının en tanınmış örnekleri arasında yer almaktadır. Her bölgenin kendine özgü damak zevki ve mutfak geleneği, bu yemeklerin çeşitlenmesinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Ayrıca, Osmanlı döneminden günümüze ulaşan ve sokak kültürünün ayrılmaz bir parçası olan salep, şerbet ve fermente kahve çeşitleri gibi içecekler de sokak yemekleri geleneğinin önemli bir bileşeni olarak varlığını sürdürmektedir. Örneğin, tarih boyunca bardakta sunulan turşu suyu, özellikle kış aylarında sağlık açısından faydalı bir içecek olarak tüketilmeye devam etmektedir (Demir vd., 2018; Uz, 2021).

Sokak yemekleri, hem yerel halkın hem de turistlerin ilgisini çeken, ülkelerin gastronomi kimliğini yansıtan önemli kültürel unsurlar arasında yer almaktadır. Bu yemekler, sadece bir beslenme alternatifi sunmakla kalmayıp, aynı zamanda bir bölgenin tarihi ve sosyal yapısının bir yansıması olarak da değerlendirilmelidir. Sokak yemeklerinin dünya genelinde bu denli ilgi görmesi, yerel malzemelerle hazırlanmış otantik tatların korunmasına ve kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılmasına olanak sağlamaktadır.

Sokak Yemeklerinin Kültürel ve Ekonomik Boyutu

Sokak yemekleri, yalnızca bir beslenme biçimi olmanın ötesinde, toplumların ortak yaşam biçimlerini, değerlerini ve kimliklerini yansıtan önemli bir kültürel olgu olarak değerlendirilmektedir. Kültür, bireylerin öğrenerek benimsediği gelenekler, görenekler, bilgi, beceri ve sanatsal unsurların bütününden oluşan dinamik bir yapı sergilemektedir. Toplumların kültürel yapıları, tarihsel ve sosyolojik bağlamda şekillenirken, yemek kültürü de bu değişim ve dönüşüm süreçlerinden etkilenmektedir (Çılınçoğlu ve Çam, 2021: 143). Yeme içme alışkanlıkları, yiyecek çeşitliliği ve sunum biçimleri, toplumların kimlikleriyle doğrudan ilişkilidir. Bu bağlamda, sokak yemekleri, geleneksel mutfak kültürünün sürdürülebilirliğine katkı sağlarken, aynı zamanda yerel gastronomi mirasın korunmasına ve tanıtılmasına aracı olmaktadır (Polat ve Gezen, 2017: 120).

Turizm bağlamında değerlendirildiğinde, sokak yemekleri, turistlerin bir destinasyonu ziyaret etme motivasyonları arasında yer alan kültürel deneyimlerin ayrılmaz bir parçası olarak öne çıkmaktadır. Özellikle farklı kültürleri keşfetmek isteyen turistler için sokak yemekleri, otantik gastronomi deneyimleri sunarak destinasyonun çekiciliğini artırmaktadır (Polat ve Gezen, 2017: 120). Turistlerin seyahat ettikleri destinasyonlardaki yeme içme kültürüyle etkileşime girmesi, kültürel mirasın korunmasına katkı sağlarken, yerel halk ile turistler arasında sosyal etkileşimi teşvik etmektedir. Bu doğrultuda, sokak yemekleri, yalnızca turistik bir cazibe unsuru olmakla kalmayıp, aynı zamanda destinasyon imajının güçlenmesine de katkı sunmaktadır (Ballı, 2016).

Sokak yemekleri, toplumların kültürel mirasını somut (malzemeler, pişirme teknikleri, kullanılan mutfak gereçleri) ve soyut (tatlar, kokular, yeme ritüelleri, gelenekler) unsurlar üzerinden geleceğe taşımaktadır (İğdır, 2020: 56). Ayrıca, yerel kaynakların kullanımıyla bölgesel ekonomiye katkı sağlamakta ve gastronomi turizmi kapsamında önemli bir ekonomik değer yaratmaktadır. Özellikle gastronomi turizmi ile yerel halk arasında etkileşim sağlayan sokak yemekleri, destinasyonların özgün mutfak kimliğinin korumasına yardımcı olmaktadır. Bu süreç, turistlerin yerel yemeklere olan ilgisini artırarak, bölge halkının mutfak mirasını koruma çabalarını teşvik etmektedir (Ballı, 2016; Çavuşoğlu ve Çavuşoğlu, 2018).

Sokak yemekleri, dünya genelinde büyük bir ekonomik hareketlilik yaratan geniş ve dinamik bir pazar olarak değerlendirilmektedir. Çoğu zaman gayri resmi bir sektör olarak faaliyet gösterse de, sokak yemekleri pek çok ülkede günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası hâline gelmiştir. Kentleşmenin artması, çalışma saatlerinin uzaması ve restoran maliyetlerinin yükselmesi gibi faktörler, bireyleri daha ekonomik ve erişilebilir gıdalara yönlendirmekte ve sokak yemeklerine olan talebi artırmaktadır. Özellikle ekonomik kriz dönemlerinde, işsiz kalan bireyler için sokak satıcılığı bir geçim kaynağı hâline gelmiş ve bu durum, sokak yemekleri sektörünün büyümesine katkı sağlamıştır (Bayraktar ve Zencir, 2019: 1370). Sokak satıcıları, ekonomik olarak dezavantajlı gruplara istihdam yaratırken, aynı zamanda kadınların iş gücüne katılımına da fırsat sunmaktadır.

Sokak yemekleri, ülkelerin ekonomik gelirleri içinde önemli bir yer tutmakta ve özellikle gelişmekte olan ülkelerde bu önemin giderek arttığı gözlemlenmektedir. Kentleşmenin hızlanması ve turistlerin yerel gastronomi deneyimlerine yönelik ilgisinin artması, sokak yemeklerinin tüketimini artıran temel etkenler arasında yer almaktadır. Sokak yemekleri, yalnızca satıcılarına ekonomik fayda sağlamakla kalmayıp, turistler ve yerel halk için de uygun fiyatlı, erişilebilir ve otantik bir gastronomi deneyimleri sunmaktadır (İğdır, 2020: 57). Ayrıca, restoranlarla karşılaştırıldığında, sokak yemekleri daha düşük maliyetlerle sunulabilmekte, çünkü işletme giderleri (kira, vergi, personel maaşı vb.) genellikle daha azdır. Bu durum, sokak yemekleri sektörünü ekonomik olarak cazip hâle getirmekte ve istihdam yaratma potansiyelini artırmaktadır (Solunoğlu ve Nazik, 2018: 43; Bayram, 2020: 30). Dolayısıyla, sokak yemekleri hem kültürel hem de ekonomik açıdan önemli bir rol üstlenmektedir. Kültürel mirasın korunması ve gastronomi turizminin desteklenmesi bağlamında değer taşıyan bu yemekler, aynı zamanda geniş bir tüketici kitlesine hitap ederek ekonomik sürdürülebilirlik sağlamaktadır. Sokak yemekleri sektörü, hem yerel üreticileri destekleyerek bölgesel kalkınmaya katkıda bulunmakta hem de yerel ve küresel gastronomi trendlerinin şekillenmesinde etkili olmaktadır.

Sokak yemekleri, gıda güvenliği, hijyen ve çevre temizliği gibi sağlıkla ilgili unsurlar açısından dikkatlice ele alınması gereken önemli bir konudur. Bu bağlamda, sokak yemeklerinin üretim süreçlerinde kullanılan malzemelerin temini, saklanması, muhafazası, malzeme denetimi ve atık yönetimi gibi faktörlerin uygun şekilde düzenlenmesi gerektiği vurgulanmaktadır (Balı, 2016: 11). Hijyen standartlarına uyulmaması, sokak yemeklerinin şehirlerin kültürel kimliğini yansıtsa da sağlık açısından ciddi riskler taşımaktadır. Tüketiciler, hijyen konusunda endişe duymasalar da, taze ve ulaşılabilir ürünlere olan talep artmaktadır (Yıldırım ve Albayrak, 2019). Ancak, hijyenik olmayan sokak yemeklerine rağmen, kalite ve tatmin açısından olumlu değerlendirmeler yapılmaktadır. Bu durum, gelir düzeyi düşük olan tüketicilerin hijyen kaygılarını göz ardı ederek sokak yemeklerinden sosyal ve psikolojik tatmin sağladıklarını göstermektedir (Akşit, 2019).

Sokak satıcılarının hijyen, gıda güvenliği ve sanitasyon konusunda bilgi eksiklikleri, satış yapılan ortamların temiz suya erişim sorunları ve altyapı eksiklikleri, gıda kaynaklı hastalık risklerini artıran önemli faktörlerdir (Sünnetçioğlu ve Yıldırım, 2019). Ayrıca, sokak satıcılarının yasal hijyen ve sanitasyon kurallarından muaf olmaları, bu riskleri daha da artırmaktadır (Sezgin ve Şanlıer, 2016). Sokak yemeklerinin ekonomik faydaları ve beslenme ihtiyacını karşılama potansiyeli bulunsun da, sağlık riskleri göz ardı edilmemelidir. Bu nedenle, gıda güvenliği sağlamak için hijyen tedbirlerinin alınması, ürünlerin hijyenik koşullarda ve uygun kapalı ortamda sunulması gerektiği vurgulanmaktadır (Demir vd., 2018).

Sokak yemekleri, ekonomik açıdan değerlendirildiğinde kayıt dışı ekonominin önemli sektörlerinden birini oluşturmaktadır. Dünya genelinde yaşanan sosyoekonomik değişimler, özellikle kentleşme ve buna bağlı nüfus artışı, bu sektörün gelişiminde belirleyici olmuştur (WHO, 1996). Tüketicilerin sokak yemeklerine yönelik artan talebi, satıcı sayısında da dikkate değer bir artışa yol açmıştır. Bu durumun temel nedenlerinden biri, düşük sermaye ile iş kurma olanağıdır. Küçük ölçekli aile işletmeleri, sınırlı sayıda personel ile faaliyet gösterebilmekte ve bu sayede girişimcilere ekonomik açıdan cazip bir alan sunmaktadır. Düşük başlangıç maliyetleri nedeniyle birçok birey, yüksek gelir elde etme potansiyeli dolayısıyla bu alana yönelmektedir. Ayrıca, yoğun iş temposu içerisinde ya da sosyal etkinliklerin ardından pratik ve hızlı bir şekilde gıda tüketme imkânı sunan sokak yemekleri, yalnızca beslenme ihtiyacını karşılamakla kalmayıp aynı zamanda önemli bir istihdam ve gelir kaynağı olarak da öne çıkmaktadır (Doğan, 2022).

Sokak yemeklerinin satışı, dünya genelinde milyonlarca kişiye düşük maliyetli yemekler sağlayan geniş ve karmaşık bir gıda pazarı olarak görülmekle birlikte, aynı zamanda gayri resmi bir sektör olarak da değerlendirilmektedir. Resmi tanım ve düzenlemelere tabi olmasa da, sokak yemekleri, birçok ülkede günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası hâline gelmiştir. Dünyada sokak yemeklerinin satışı büyük ekonomik hareketlilik yaratmakta ve bu sektörün ekonomik açıdan büyük bir öneme sahip olduğu gözlemlenmektedir. Ekonomik krizler sonucu işlerini kaybeden bireylerin geçim sağlamak amacıyla sokak satıcılığına yönelmesi, sokak yemeklerinin gelişimine katkı sağlamıştır. Sokak yemekleri satıcıları, şehir yaşamına önemli bir destek

sunarken, aynı zamanda kadınlar için de bir iş imkânı sağlamaktadır. Bu bağlamda sokak yemeklerinin sosyal ve ekonomik önemi daha da belirginleşmektedir (Bayraktar ve Zencir, 2019: 1370).

Gastronomi Turizmi Kapsamında Sokak Yemekleri

Sokak yemekleri, gastronomi turizminin önemli bileşenlerinden biri olup, destinasyonların çekiciliğini artıran unsurlar arasında yer almaktadır. Mutfak kültürü açısından köklü bir geçmişe ve geniş bir çeşitliliğe sahip olan bölgeler, bu gastronomi zenginlikleri sayesinde turistik açıdan cazip destinasyonlara dönüşmektedir (Yayla ve Aktaş Günay, 2017). Sokak yemekleri, bu kültürel ve mutfak çeşitliliğini yansıtarak, turistler için otantik bir deneyim sunmakta ve destinasyonların gastronomi imajını güçlendirmektedir (İrigüler ve Öztürk, 2016). Turistler, seyahat ettikleri destinasyonlarda temel beslenme ihtiyaçlarını karşılarken, aynı zamanda yerel mutfakları keşfetmek ve bölgeye özgü tatları deneyimlemek istemektedirler (Yayla, Ekincek ve Yayla, 2020). Gastro-turistler, seyahatlerinin merkezine yiyecek ve içecek deneyimlerini koyarak, farklı mutfak kültürlerini öğrenmeyi ve otantik lezzetleri tatmayı amaçlamaktadır. Sokak yemekleri, turistlerin yerel kültürle etkileşime geçmesini sağlayarak, bölgesel gastronominin sürdürülebilirliğine katkıda bulunmaktadır (Bozkurt, 2021; Pehlivanoğlu ve Aksoy, 2023).

Turistler için gastronomi deneyimlerin kalitesi, seyahat deneyimlerini şekillendiren temel faktörlerden biri olarak değerlendirilmektedir. Destinasyonlarda sunulan sokak lezzetleri, ekonomik, kültürel ve çevresel sürdürülebilirliğe önemli katkılar sağlamaktadır (Gupta, Khanna ve Gupta, 2020: 512). Sokak yemekleri, yerel malzemeler kullanılarak üretilmekte ve geleneksel pişirme teknikleriyle hazırlanmakta olup, bu yönleriyle bölge sakinlerinin mutfak kültürünü ve etnik kimliklerini yansıtmaktadır (Karsavuran ve Özdemir, 2017: 542). Turistler, yalnızca temel beslenme ihtiyaçlarını karşılamamakta, aynı zamanda yöresel mutfak ürünlerini deneyimleyerek destinasyonla daha güçlü bir bağ kurmaktadır. Sokak yemekleri, kokuları, aromaları ve otantik sunumlarıyla gastronomi kültürünün temel taşlarından birini oluşturmaktadır (Schuurmans, 2016: 2; Sgroi, Modica ve Fusté-Forné, 2022: 2; Uslu, Ayyıldız ve Yumuk, 2022).

Farklı bölgelerde yapılan çalışmalar, sokak lezzetlerinin mutfak kültürüne katkı sağladığını ve gastronomi turizmi açısından büyük bir potansiyel taşıdığını ortaya koymaktadır. İstanbul'da sokak lezzetlerinin çeşitliliği, şehrin çok kültürlü yapısıyla şekillenmiş ve tarih boyunca farklı toplulukların mutfak kültürlerinin bir araya gelmesiyle zenginleşmiştir (Demir vd., 2018). Anadolu'dan İstanbul'a gelen göçlerin etkisiyle mutfak çeşitliliği artmış, gayrimüslim toplulukların katkılarıyla topik, lakerda gibi sokak lezzetleri ortaya çıkmıştır. İzmir'de yapılan araştırmada yerli turistlerin sokak lezzetlerine yönelik genel algısının olumlu olduğunu göstermektedir. Katılımcılar, özellikle temiz malzeme kullanımı, deneyimlemenin eğlenceli ve iyi hissettirmesi, gelecekte de deneme niyeti, kokuların çekiciliği, otantiklik, satıcıların cana yakınlığı ve hizmet hızı gibi unsurlara yüksek düzeyde katılım göstermiştir. Buna karşın, seçenek çeşitliliği ve fiyat-değer dengesi algısı daha düşük bulunmuştur. Hijyen kaygılarının görece düşük olması ve deneyim sıklığı ile aylık harcama düzeylerinin yüksekliği, olumlu algıyı desteklemektedir (Ünal ve İpar, 2020). Mersin'de yapılan araştırmalarda ise sokak yemeklerinin gençler ve düşük gelirli bireyler tarafından daha sık tercih edildiği belirlenmiştir (Bektarım, Çakıcı ve Ballı, 2019). Adana'da ise sokak lezzetlerinin potansiyelinin tam anlamıyla kullanılmadığı ve gastronomi turizmi açısından daha etkin bir şekilde tanıtılması gerektiği belirtilmektedir (Ballı, 2016). Diğer taraftan, dijital platformların, gastronomi turizmi üzerindeki etkisi giderek artmaktadır. Sosyal medya aracılığıyla yapılan analizler, YouTube gibi platformların sokak lezzetlerini geniş kitlelere tanıtmada noktasında etkili bir araç olduğunu göstermektedir. Bu durum, destinasyonların dijital pazarlama stratejilerine gastronomi unsurları daha etkin bir şekilde entegre etmesi gerektiğini ortaya koymaktadır (Yayla, 2021).

Sokak yemekleri gastronomi turizmi bağlamında sadece bir beslenme alternatifi değil, aynı zamanda kültürel mirasın korunmasına katkı sunan, turistlerin seyahat deneyimlerini zenginleştiren ve destinasyonların turistik cazibesini artıran bir unsur olarak ele alınmaktadır. Ancak, bu potansiyelin tam anlamıyla değerlendirilebilmesi için hijyen standartlarının iyileştirilmesi, gıda güvenliği önlemlerinin artırılması ve sokak lezzetlerinin destinasyon tanıtım süreçlerinde daha etkin bir şekilde kullanılması gerekmektedir.

Trabzon Sokak Yemekleri

Trabzon, iklimi, coğrafi konumu, tarihi geçmişi ve zengin mutfak kültürü ile önemli bir kültürel merkez olarak öne çıkmaktadır. Şehrin mutfağının şekillenmesinde, bölgedeki bitki örtüsünün çeşitliliği ve yerel malzemelerin sunduğu özgün tatlar büyük rol oynamaktadır. Trabzon'un iklimi, Karadeniz'in ılıman etkisiyle tarıma elverişli bir ortam sunar, bu da farklı tarım ürünlerinin yetişmesini sağlar. Bölgede yer alan zengin flora ve fauna, yöresel yemeklerin çeşitliliğini ve özgünlüğünü besler. Trabzon'un mutfağındaki lezzetler, bu doğal

zenginliklerle şekillenirken, yerel halkın geleneksel pişirme yöntemleri ve geçmişten gelen tarifler de şehrin mutfak kültürünü canlı tutmaktadır. Bu harman, Trabzon mutfağının kendine has ve eşsiz tatlarını ortaya çıkarır (Kabacık, 2019; Kurt ve Badem, 2021). Trabzon mutfağında temel malzemeler olarak hamsi, pide, patates, turşu, fasulye, lahana ve mısır öne çıkmakta, bu malzemelerle yüzlerce farklı yemek hazırlanabilmektedir (Kızılırmak, Albayrak ve Küçükali, 2014; Kahraman, 2019; Şen, 2020).

Trabzon ili, Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından tescillenmiş coğrafi işaretli yerel ve gastronomi ürünleriyle öne çıkmaktadır. Akçaabat ilçesi "Akçaabat Köftesi" ile, Arsin ilçesi "Arsin Foşa Fındığı" ile, Maçka ilçesi "Hamsiköy Sütlaçı" ile, Sürmene ilçesi "Sürmene Pidesi" ile, Tonya ilçesi "Tonya Tereyağı" ile, Vakfıkebir ilçesi "Vakfıkebir Ekmeği" ve "Vakfıkebir Külek Peyniri" ile, Yomra ilçesi ise "Yomra Elması" ile özdeşleşmiştir. Trabzon'un genelinde bilinen ve coğrafi işaret almış bir diğer ürün de "Trabzon Kuymağı"dır. Bu ürünler, Trabzon'un gastronomi zenginliğini ve yöresel lezzetlerini temsil etmekte olup, bölgenin kültürel mirasının bir parçası olarak ön plana çıkmaktadır (Oğan ve Büyükyılmaz, 2020; Türk Patent ve Marka Kurumu, 2024).

Trabzon ili, tarihi mirası, doğal güzellikleri, kültürel zenginlikleri ve kendine özgü mimarisiyle önemli bir turizm merkezi konumundadır. Trabzon'un mutfak kültürü, coğrafi konumu ve tarihsel geçmişiyle şekillenmiş, zengin bir gastronomi mirasına sahiptir. Yöresel yemekler ve coğrafi işaret tescilli ürünlerin yanı sıra, bölge halkı ve ziyaretçiler tarafından sıklıkla tercih edilen sokak yemekleri de bu mutfak kültürünün ayrılmaz bir parçasını oluşturmaktadır. Sokak yemekleri, Trabzon'un kültürel kimliğini yansıtan ve bölgenin gastronomi turizmi potansiyelini artıran önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Geleneksel tariflerle hazırlanan bu yemekler, hem mutfak kültürünün sürdürülebilirliğine katkı sağlamakta hem de destinasyonun gastronomi çeşitliliğini sokaklara taşımaktadır. Trabzon'un sokak lezzetleri, bölgenin ekolojik yapısından, yerel üretim koşullarından ve tarihsel birikiminden beslenmektedir. Karadeniz'in iklimi ve bitki örtüsü, bu yemeklerin kendine özgü tat ve aroma profillerini belirleyen önemli faktörler arasında yer almaktadır (Kasap ve Büyüksalvarcı, 2021; Aksu ve Akyol, 2024; Bakkaloğlu, ve Sümerkan, 2024). Trabzon sokak yemekleri, hem bölge halkının günlük beslenme alışkanlıklarında hem de turistlerin destinasyona yönelik gastronomi deneyimlerinde önemli bir yer tutmaktadır. Trabzon sokak yemekleri başlıca şunlardır:

- **Akçaabat Köftesi:** Trabzon'un en tanınmış sokak lezzetlerinden biri olan Akçaabat Köftesi, 1930'lu yıllarda Akçaabat ilçesinde üretilmeye başlanmış ve zamanla ulusal çapta tanınan ticari bir ürün haline gelmiştir. Mahreç işaretiyle tescillenen bu köfte, sığır eti, bayat ekmek, iç yağ, sarımsak ve tuz ile hazırlanarak yoğurulmakta, ardından şekillendirilip odun kömürüyle pişirilmektedir. Bölgenin iklimi ve bitki örtüsü, köftenin kendine özgü lezzet kazanmasını sağlamaktadır (Karahan ve Çakıcı, 2023; Aksu ve Akyol, 2024).
- **Beton Helva:** 1932 yılında Akçaabat ilçesinde üretilmeye başlanan Beton Helva, Trabzon'un geleneksel tatlılarından biridir. Şekerin 150 °C'ye kadar kaynatılmasıyla elde edilen beyaz şeker ağdası, çöğen kökü suyu ve tahin ile karıştırılarak yoğun kıvamlı bir yapı oluşturulmaktadır. Helvanın sert kıvamı nedeniyle "Beton Helva" adıyla anıldığı bilinmektedir. Beton Helva fındık, fıstık ve cevizle farklı çeşitler halinde sunulmaktadır. Geleneksel şıra ile sunulan dondurma karışımı ise "Taş Helva" olarak adlandırılmaktadır (Duman, 2011; Beton Helva, 2024).
- **Trabzon Pidesi:** Trabzon mutfağında ekmek, pide ve börek çeşitleri önemli bir yer tutmaktadır. Trabzon Pidesi, özellikle kıymalı ve peynirli çeşitleriyle öne çıkmakta ve kış aylarında kahvaltılarda yaygın olarak tüketilmektedir. Bölgeye özgü peyniri ve tereyağı, Trabzon Pidesi'ni diğer pide türlerinden ayıran temel unsurlar arasında yer almaktadır (Kızılırmak vd., 2014; Öztürk ve Şahingöz, 2024).
- **Haşlanmış ve Közde Mısır:** Trabzon, süt mısır üretimiyle öne çıkan bölgelerden biridir. Yaz aylarında seyyar tezgâhlarda haşlanmış, közde pişirilmiş veya bardakta servis edilen süt mısır, bölge halkı tarafından sıklıkla tüketilmektedir. Karadeniz'in yağışlı iklim koşulları, bu mısırların tat ve dokusunu farklılaştırarak yöresel bir lezzet haline getirmektedir (Nogay, 2022; Şen, 2024).
- **Trabzon Simidi:** Trabzon Simidi, şehrin sokak kültürünün önemli bir parçasıdır. Pekmeze kaplanmadan doğrudan fırından çıkarılması ve susamlı olması, Trabzon simidini diğer simit türlerinden ayıran temel özelliklerden biridir. Küçük ve çıtır yapısıyla bilinen bu simit, bölge halkı tarafından günlük olarak tüketilmektedir. Şehirdeki simit camekânları, yalnızca satış noktaları değil, aynı zamanda Trabzon'un sosyal ve kültürel dokusunun bir parçası olarak değerlendirilmektedir (Özbay, 2020; Yılmaz, 2021).
- **Trabzon Et ve Tavuk Döneri:** Trabzon'un yaylalarında yetiştirilen büyükbaş hayvanların etleriyle hazırlanan Trabzon döneri, geleneksel pişirme teknikleri kullanılarak odun ateşinde veya tüplü ocakta

yavaşça pişirilmektedir. Yöresel lavaş ekmekle servis edilen bu lezzet, bölgeye özgü baharat karışımlarıyla tatlandırılmaktadır (Birinci, 2024). Tavuk döner ise günlük temin edilen taze tavuk ürünleriyle hazırlanmakta olup, odun ateşinde veya tüplü ocakta pişirilerek kendine özgü bir aroma kazanmaktadır (Yemek.com, 2023; Şen, 2024).

- **Kestane Kebab:** Karadeniz Bölgesi'nin zengin orman örtüsünde yaygın olarak bulunan kestane ağaçları, bölgenin doğal kaynakları arasında yer almaktadır. Kestaneler, özellikle kış aylarında seyyar satıcılar tarafından ateşte pişirilerek satılmakta ve halk arasında yaygın olan “kestane kebab yemesi sevap” söylemiyle kültürel bir değer kazanmıştır (Okan vd., 2017; Topal, 2024).
- **Balık Ekmek:** Trabzon'un sahil şeridinde gelişmiş olan balıkçılık faaliyetleri, balık ekmeğin yöresel mutfağın önemli bir unsuru haline gelmesini sağlamıştır. Özellikle Beşikdüzü, Akçaabat ve Ganita gibi kıyı bölgelerinde sıklıkla tüketilen bu lezzet, Trabzon mutfağının çeşitlenmesine katkıda bulunmaktadır (Uzundumlu ve Dinçel, 2015; Şen, 2024).
- **Kaymaklı Tatlısı:** Trabzon'da “Kaymaklı” olarak bilinen tatlı, temel olarak yumurta akı ve şekerden yapılmaktadır. Ramazan aylarında yaygın olarak tüketilen bu tatlı, katkı maddesi içermemesi nedeniyle özellikle tercih edilmektedir (Trabzon Haber, 2024).
- **Trabzon Sarı Kurabiyesi:** Trabzon Sarı Kurabiyesi, 100 yılı aşkın süredir üretilen ve bölgesel bir gelenek haline gelmiş bir tatlıdır. Üretiminde buğday unu, şeker, ayçiçeği yağı ve kabartıcı maddeler kullanılır. Sert ve kuru yapısıyla bilinen bu kurabiye, çayın içine batırılarak tüketilmektedir (Alptekin, 2013; Badem, Koç ve Şen, 2023).
- **Lokma Tatlı:** Osmanlı mutfağından günümüze uzanan lokma tatlısı, un, maya, tuz ve su karışımından hazırlanarak kızgın yağda kızartılmakta ve ardından soğuk şerbete batırılmaktadır. Trabzon'un farklı bölgelerinde “kabarcık tatlısı” (Arsin), “bal lokması” (Akçaabat) gibi adlarla bilinmektedir (Alyakut, 2020; Şen, 2024).
- **Helvalı Tırnaklı:** Trabzon'a özgü helvalı tırnaklı, tırnaklı pide içerisine tahinli helva konularak hazırlanan geleneksel bir sokak lezzetidir. Özellikle dini ve kültürel etkinliklerde ikram edilen bu yiyecek, hızlı tüketim imkânı ve doyurucu yapısıyla dikkat çekmektedir (Şen, 2024; Yılmaz, 2024).

Yöntem

Bu araştırma, Trabzon ilindeki sokak yemeklerinin tüketimi ve satışı üzerine gerçekleştirilen bir nitel araştırmadır. Çalışmanın amacı, yerli turistler ile sokak satıcılarının görüşlerine dayanarak Trabzon'un sokak yemekleri kültürünü ve bu yemeklerin halk arasındaki popülerliğini analiz etmektir. Bu doğrultuda, fenomenolojik yaklaşım benimsenmiş olup, bireylerin deneyimleri ve algıları üzerinden Trabzon'daki sokak yemeklerinin kültürel ve ekonomik boyutlarını derinlemesine incelemeyi hedeflemektedir.

Araştırmanın evrenini, Trabzon ilinde sokak yemekleri satan satıcılar ve Trabzon'a gelen yerli turistler oluşturmaktadır. Örneklem, olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden amaçlı örnekleme tekniği kullanılarak belirlenmiştir. Bu yöntem doğrultusunda, sokak satıcıları ürün çeşitliliği, satış noktalarının farklılıkları ve deneyim süreleri dikkate alınarak seçilmiştir. Yerli turistler ise Trabzon'a turistik amaçla gelen ve sokak yemeklerini deneyimleyen bireyler arasından belirlenmiştir. Çalışma kapsamında 15 Ocak 2025 - 5 Şubat 2025 tarihleri arasında 15 yerli turist ve 15 sokak satıcısı ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme formu, yerli turistler ve sokak satıcıları için ayrı ayrı hazırlanmış olup, her iki grubun perspektiflerini detaylı bir şekilde ele almayı amaçlamaktadır. Yerli turistlere yönelik görüşme formunda, demografik bilgiler, sokak yemeklerine olan ilgi ve tüketim alışkanlıkları gibi konulara odaklanılmıştır. Bu kapsamda, sokak yemeklerinin tercih edilme nedenleri, tüketim sıklığı, mevsimsel değişimler ve Trabzon'un mutfak kimliği ile olan ilişkisi üzerine veriler toplanmıştır. Sokak satıcılarıyla yapılan görüşmelerde ise, meslek seçimleri, ürün temin süreçleri, çalışma saatleri ve müşteri profilleri hakkında bilgiler edinilmiştir. Ayrıca, sokak yemeklerinin popülerliğindeki değişimler, gastronomi turizmiyle ilişkisi ve kültürel mirasa katkıları üzerine katılımcıların görüşleri alınmıştır.

Araştırmada elde edilen veriler, betimsel analiz yöntemi kullanılarak sistematik bir şekilde incelenmiştir. Betimsel analiz, verileri belirlenen temalar çerçevesinde sınıflandırarak, mevcut durumu anlamlandırmaya ve katılımcıların bakış açılarını yapılandırılmış bir şekilde sunmaya olanak tanımaktadır. Görüşme kayıtları yazılı hale getirilmiş, ardından sokak yemekleri tüketim alışkanlıkları, satıcıların sektörel deneyimleri ve gastronomi turizmi ile ilişkisi gibi başlıklar altında kodlanarak değerlendirilmiştir.

Bu çalışma, Trabzon'un sokak yemekleri kültürünü yerli turistler ve satıcılar perspektifinden ele alarak, gastronomi turizmi bağlamında değerlendirmektedir. Sokak yemeklerinin yerel halkın ve turistlerin tüketim alışkanlıklarındaki rolü, kültürel mirasın sürdürülebilirliği ve ekonomik etkileri çerçevesinde analiz edilerek, Trabzon'un gastronomi değerlerine dair kapsamlı bir bakış açısı sunulması amaçlanmaktadır.

Bu araştırmada nitel veri toplama teknikleri kullanıldığından, geçerlilik ve güvenilirlik kavramları nitel araştırma yöntemi çerçevesinde ele alınmıştır. Araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliği, elde edilen verilerin doğruluğu, tutarlılığı ve yorumlanabilirliğini artırmak amacıyla çeşitli stratejilerle desteklenmiştir. Çalışmada geçerlilik üç temel boyutta değerlendirilmiştir:

- İç Geçerlik (Doğruluk): Katılımcıların sosyal gerçekliğinin araştırmaya ne ölçüde yansıtıldığı dikkate alınmıştır. Bu kapsamda, elde edilen veriler katılımcı ifadeleriyle doğrudan ilişkilendirilmiş, yorumlar veriyle desteklenmiştir. Ayrıca, katılımcı görüşlerinin karşılaştırılması yoluyla bulguların iç tutarlılığı sağlanmıştır.
- Dış Geçerlik (Genellenebilirlik): Araştırmanın bulgularının benzer bağlamlara aktarılabilirliğini artırmak amacıyla, katılımcı profilleri, araştırma ortamı ve veri toplama süreci ayrıntılı biçimde tanımlanmıştır. Ayrıca, veri ve yöntem çeşitliliği sağlanarak üçgenleme (triangulation) tekniği uygulanmıştır.
- İlişki Geçerliği: Araştırmanın okuyucular ve uygulayıcılar açısından anlamlı ve faydalı olması hedeflenmiştir. Bu doğrultuda, elde edilen bulguların pratik sorunlara çözüm sunabilecek nitelikte olmasına dikkat edilmiştir.

Nitel araştırmalarda araştırmacı, veri toplama ve analiz sürecinin temel aracıdır. Bu nedenle, araştırmacının öznel etkilerini en aza indirmek amacıyla şu önlemler alınmıştır:

- Araştırma sürecinde alınan tüm yöntemsel ve analitik kararlar sistematik biçimde kayıt altına alınmıştır. Bu sayede, araştırmanın izlenebilirliği ve şeffaflığı sağlanmıştır.
- Görüşme kayıtları yazılı hale getirilmiş, temalara göre kodlanmış ve analiz süreci açık biçimde yapılandırılmıştır. Böylece, başka bir araştırmacının benzer yöntemlerle benzer sonuçlara ulaşabilmesi için gerekli şeffaflık sağlanmıştır.

Bu araştırma, etik ilkeler çerçevesinde yürütülmüş olup, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Etik Kurulu'ndan onay alınarak yürütülmüş olup, etik kurul raporu (*Etik Kurul No: E.209600, Onay Tarihi: 10 Ocak 2025*) referansı ile belgelenmiştir. Araştırma soruları Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Yerli Turist ve Satıcılar İçin Araştırma Soruları

Yerli Turistler İçin	Satıcılar İçin
Yaşınız?	Yaşınız?
Medeni Durumunuz?	Medeni Durumunuz?
Eğitim Durumunuz?	Cinsiyetiniz?
Mesleğiniz?	Memleketiniz?
Cinsiyetiniz?	Kaç yıldır bu ilde yaşıyorsunuz?
Memleketiniz?	Sattığınız ürün nedir, ürünü siz mi üretiyorsunuz veya nasıl tedarik ediyorsunuz?
Sizce sokak yemekleri nelerdir?	Hangi günlerde, saatlerde ve günde kaç saat çalışıyorsunuz?
Sokak yemeklerini tercih edip etmediğinizi ve bu tercihinizin sebebi nedir?	Hep aynı noktada mı bulunuyorsunuz yoksa yer değiştiriyor musunuz?
Trabzon'da en sık hangi sokak yemeklerini tercih edersiniz?	Her mevsim bu işi mi yapıyorsunuz? (Yaz ya da kış farklı ürünler mi satıyorsunuz?)
Sokak yemeklerini hangi mevsimlerde daha çok tercih edersiniz?	Sizce insanlar neden sokak yemeklerini tercih ediyor?
Sizce son yıllarda sokak yemekleri daha popüler hale geldi mi? Sebebi nedir?	Bu mesleği nasıl seçtiniz?
Sokak yemeklerinin Trabzon'un kültürünü yansıttığını düşünüyor musunuz?	Kaç yıldır bu mesleği yapıyorsunuz?
Sizce sokak yemeklerini daha çok hangi gelir grubundan insanlar tercih etmektedir?	Bu iş geçim kaynağınız mı yoksa ek iş olarak mı yapıyorsunuz?
	Bu iş baba mesleği mi?
	Sokak yemeklerinin Trabzon'un kültürünü yansıttığını düşünüyor musunuz?

Müşteri kitlesi kimlerden oluşuyor? (Kadın ya da erkek, yaş grubu, yerli yabancı, meslek grubu)
Müşteri kitlesi çoğunlukla hangi gelir grubundaki insanlardan oluşuyor?
Sizce son yıllarda sokak yemekleri daha popüler hale geldi mi? Sebebi nedir?

Araştırmada, yerli turistler ve sokak yemekleri satıcılarına yöneltilen sorular Uz (2021) tarafından hazırlanan yüksek lisans tezinden alınmıştır. Çalışmada kullanılan soru seti, Çanakkale ili sokak yiyecekleri üzerine gerçekleştirilen araştırmaya dayanmaktadır. Bu bağlamda, hem turistlerin tüketim tercihlerini, deneyimlerini ve beklentilerini ortaya koymaya yönelik; hem de satıcıların üretim, hijyen, pazarlama ve müşteri ilişkilerine dair görüşlerini belirlemeye yönelik sorular kullanılmıştır.

Bulgular

Araştırma kapsamında Trabzon ilindeki sokak yemeklerinin tüketimi ve satışı üzerine yapılan nitel görüşmeler doğrultusunda elde edilen bulgular, satıcılarla yapılan görüşmelere ilişkin bulgular ve yerli turistlerle yapılan görüşmelere ilişkin bulgular olmak üzere iki ana başlık altında sunulmaktadır. Sokak yemekleri, bölgenin mutfak kimliğinin önemli bir parçası olarak değerlendirilmekte olup, bu yemeklerin tüketim alışkanlıkları, tercih edilme nedenleri ve ekonomik boyutları, katılımcılardan elde edilen veriler ışığında analiz edilmiştir. Bulguların sunumunda betimsel analiz yöntemi kullanılmış olup, veriler tematik çerçevede sınıflandırılmış ve sistematik olarak değerlendirilmiştir.

Satıcılarla Yapılan Görüşmelere İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında, Trabzon'da sokak yemeği satışı yapan 15 sokak satıcısı ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların kimlikleri gizli tutulmuş olup, veri analizi sürecinde kolaylık sağlamak amacıyla K1, K2, K3... K15 şeklinde kodlanmıştır. Sokak satıcılarının demografik bilgilerini içeren Tablo 2, satıcıların yaş, medeni durum, cinsiyet ve ikamet süreleri gibi temel sosyo-demografik özelliklerini özetlemektedir.

Tablo 2. Satıcıların Demografik Bilgileri

Katılımcı	Yaş	Medeni Durum	Cinsiyet	Memleket	İkamet Ettiği Süre (Yıl)
K1	31	Evli	Erkek	Trabzon	31
K2	32	Evli	Erkek	Trabzon	32
K3	57	Evli	Erkek	Trabzon	57
K4	37	Bekâr	Erkek	Trabzon	37
K5	40	Bekâr	Erkek	Trabzon	40
K6	54	Evli	Erkek	Trabzon	54
K7	44	Evli	Kadın	Trabzon	44
K8	45	Evli	Erkek	Trabzon	45
K9	53	Evli	Erkek	Trabzon	53
K10	43	Evli	Erkek	Trabzon	43
K11	55	Evli	Erkek	Trabzon	55
K12	35	Evli	Erkek	Trabzon	35
K13	57	Evli	Erkek	Trabzon	57
K14	60	Evli	Erkek	Trabzon	60
K15	65	Evli	Erkek	Trabzon	65

Katılımcıların yaş aralığı 31 ile 65 arasında değişmekte olup, ortalama yaş 45,8 olarak hesaplanmıştır. Katılımcıların %86,67'si evli, %13,33'ü bekârdır. Bu oran, sokak satıcılarının büyük çoğunluğunun aile sorumluluklarına sahip bireylerden oluştuğunu göstermektedir. Katılımcıların tamamı Trabzon doğumlu olup, ikamet süreleri yaşlarıyla paralellik göstermektedir. Cinsiyet dağılımına bakıldığında, katılımcıların %93,33'ü erkek, %6,67'si kadındır. Bu durum, sokak yemeği satışının ağırlıklı olarak erkekler tarafından yapıldığını göstermektedir. Ancak kadın satıcı oranının düşük olması, geleneksel meslek kalıplarının bu alandaki etkisini de ortaya koymaktadır. Yaş grupları incelendiğinde, 40 yaş ve altındaki bireylerin oranı %33,33, 41-60 yaş arasındaki bireylerin oranı %53,33, 61 yaş ve üzerindeki bireylerin oranı ise %13,34 olarak belirlenmiştir. Bu veriler, sokak satıcılığı mesleğinin büyük ölçüde orta yaş ve üzerindeki bireyler tarafından yürütüldüğünü göstermektedir.

Sokak Yemeklerinin Tüketim Alışkanlıklarına İlişkin Bulgular

Araştırmada Trabzon'daki sokak yemeklerinin tüketim alışkanlıklarını belirlemek amacıyla sokak satıcılarıyla gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen bulgular, satılan ürünler ve tedarik süreçleri, çalışma saatleri ve çalışma yerleri, mevsimsel değişimler ve tüketici tercihleri başlıkları altında incelenmiştir. Katılımcılardan elde edilen yanıtlar, Trabzon'daki sokak yemekleri sektörünün temel dinamiklerini anlamak açısından önemli veriler sunmaktadır.

Satıcılara, “Satıştığınız ürün nedir, ürünü siz mi üretiyorsunuz veya nasıl tedarik ediyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Sokak satıcılarıyla yapılan görüşmeler sonucunda, satılan ürün gruplarının çeşitlilik gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre, haşlanmış, közde mısır ve kestane satan 5 kişi, Trabzon simidi ve poğaçaya satan 3 kişi, Trabzon Pidesi satan 2 kişi, Trabzon et ve tavuk döner satan 1 kişi, Akçaabat Köfte satan 1 kişi, balık ekmek satan 1 kişi, Beton Helva ve dondurma satan 1 kişi, lokma tatlı ve dondurma satan 1 kişi olduğu belirlenmiştir. Görüşmelerin sonucunda, satıcıların Trabzon et ve tavuk döneri, Akçaabat Köfte, balık ekmek, Beton Helva ve dondurma, lokma tatlısı ve dondurma gibi ürünlerin üretiminde kullanılan malzemeleri tedarikçilerden temin ettikleri, ancak ürünlerin pişirilmesi ve hazırlanmasının kendileri tarafından yapıldığını ifade etmiştir. Özellikle Trabzon simidi ve poğaçaya gibi unlu mamuller bazı satıcılar tarafından doğrudan Trabzon'daki fırınlardan tedarik edilerek satılmaktadır. Bu bulgular, Trabzon'daki sokak satıcıları, hazırladıkları sokak yemeklerinin malzemelerini yerel üreticilerden temin etmektedir. Satıcılar, edindikleri ürünleri tezgâhlarında hazırlayarak tüketiciye sunmaktadır. Bununla birlikte, Trabzon simidi ve poğaçaya gibi unlu mamulleri satan satıcılar, bu ürünleri pişirilmiş ve tüketime hazır hâlde anlaştıkları fırınlardan tedarik ederek satışa sunmaktadır.

Satıcılara “Hangi günlerde, saatlerde ve günde kaç saat çalışıyorsunuz?” sorusu yöneltilmiş ve katılımcıların çalışma süreleri belirlenmiştir. Görüşmelerin sonucunda, K3, K4, K5, K7, K8, K9, K11, K12, K13, K14 ve K15 kodlu satıcılar haftanın her günü çalıştığını, K1, K2, K6, K10, kodlu satıcılar ise, yalnızca pazar günü çalışmadığını ifade etmişlerdir. Çalışma süreleri açısından ise satıcıların günde 8 ila 15 saat arasında değişen çalışma sürelerine sahip oldukları belirlenmiştir. Trabzon simidi ve poğaçaya satan satıcıların satışa sabahın erken saatlerinde başladıklarını ve akşam 20.00'a kadar çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Bunun yanı sıra, Trabzon et ve tavuk döneri, Akçaabat Köfte, haşlanmış ve közde mısır, kestane kebab, Trabzon Pidesi ve lahmacunun satışına saat 10.00 itibarıyla başladıklarını ifade etmişlerdir. Satışların 14.00 ile 21.00 arasında daha yoğun olduğunu belirtmişlerdir. Bu bulgular, sokak yemeklerine yönelik talebin günün belirli saatlerine göre değişkenlik gösterdiğini ve bu durumun sokak satıcılarının çalışma saatlerini etkilediğini ortaya koymaktadır. Ayrıca, sokak satıcılarının çalışma sürelerinin kamu çalışanları ve belirli özel sektör çalışanlarıyla kıyaslandığında daha uzun olduğu görülmektedir.

Satıcılara yöneltilen “Hep aynı noktada mı bulunuyorsunuz, yoksa yer değiştiriyor musunuz?” sorusuna verilen yanıtlar doğrultusunda, tüm satıcıların sabit noktalarda satış yaptıkları tespit edilmiştir. K1 ve K15 kodlu satıcılar, işletmelerinin farklı bölgelerde şubelerinin bulunduğunu belirtmişlerdir. Ancak, diğer satıcılar sürekli aynı noktada satış yaptıklarını ve lokasyon değiştirmediklerini ifade etmişlerdir. Bu bulgular, satıcıların belediyeler tarafından kendilerine tahsis edilen yerlerde satış yaptıklarını göstermektedir.

Araştırmada, sokak yemeklerinin satışında mevsimsel farklılıkların olup olmadığı da incelenmiştir. Satıcılara yöneltilen “Her mevsim bu işi mi yapıyorsunuz? Yaz veya kış farklı ürünler mi satıyorsunuz?” sorusuna verilen yanıtlar doğrultusunda, K1, K2, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K12, K14 ve K15 kodlu satıcılar yılın her döneminde aynı ürünleri sattıklarını belirtmişlerdir. Ancak K3, K11 ve K13 kodlu satıcılar ise, yaz aylarında mısır, kış aylarında ise kestane sattıklarını ifade etmişlerdir. Bu bulgular, bazı satıcıların sezonluk ürünlere yönelerek satış stratejilerini değiştirdiğini göstermektedir. Trabzon'daki sokak satıcıları her mevsim

çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Bununla birlikte, bazı satıcılar mevsimsel talebe bağlı olarak yaz ve kış aylarında farklı ürünler sattıklarını belirtmişlerdir.

Sokak yemeklerinin tüketici tarafından tercih edilme nedenlerini anlamak amacıyla, satıcılara “Sizce insanlar neden sokak yemeklerini tercih ediyor?” sorusu yöneltilmiştir. K1, K2, K3, K4, K5, K6, K8, K10, K12, K13, K14 ve K15 kodlu satıcılar sokak yemeklerinin lezzetli ve ekonomik olması nedeniyle tüketiciler tarafından tercih edildiğini ifade etmişlerdir. K7 kodlu satıcı, sokak yemeklerinin hızlı servis edilmesinin tüketicilerin tercihlerinde etkili olduğunu vurgulamış; ayrıca, sokak satıcılarının samimi ve içten tutumlarının tüketici davranışlarını olumlu yönde etkilediğini ifade etmiştir. Benzer şekilde, K9 kodlu satıcı, sokak satıcılarının sıcak ve samimi yaklaşımlarının sokak yemeklerini cazip kıldığını dile getirmiştir. K11 kodlu satıcı ise, sokak yemeklerinin günlük ve taze olmasının, tüketicilerin bu ürünlere yönelmesini sağladığını belirtmiştir. Bu bulgular, sokak yemeklerinin yalnızca fiyat avantajı ve lezzet açısından değil, aynı zamanda satıcıların kişisel yaklaşımları, hızlı servis imkânı ve ürünlerin tazeliği gibi unsurlar nedeniyle de tercih edildiğini ortaya koymaktadır. Ayrıca, bazı satıcılar, müşteri kitlesinin alım gücüne bağlı olarak sokak yemeklerine yöneldiğini belirtmiş, ekonomik faktörlerin de tüketici tercihleri üzerinde belirleyici olduğunu ifade etmişlerdir.

Sokak Yemeklerinin Kültürel ve Ekonomik Boyutuna İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında Trabzon’daki sokak yemeklerinin kültürel ve ekonomik boyutlarını anlamak amacıyla sokak satıcılarıyla yapılan görüşmeler, meslek seçimi, iş deneyimi, ekonomik sürdürülebilirlik, kültürel kimlik ve müşteri profili başlıkları altında değerlendirilmiştir. Sokak yemekleri, bölgenin gastronomi kimliğinin korunması ve yerel ekonomiye katkı sağlaması açısından önemli bir rol oynamaktadır. Bu doğrultuda, elde edilen bulgular satıcıların meslek seçimi motivasyonları, gelir kaynakları ve müşteri profillerine ilişkin önemli veriler sunmaktadır.

Satıcılara yöneltilen “Bu mesleği nasıl seçtiniz?” sorusuna verilen yanıtlar doğrultusunda, K1 ve K15 kodlu satıcılar, baba mesleğini devam ettirdiklerini ifade ederken, K2, K4, K6, K8 ve K11 kodlu satıcılar, bu mesleği ilgi duydukları ve sevdikleri için seçtiklerini belirtmişlerdir. K3, K9, K10 ve K13 kodlu satıcılar ise, iş bulamadıkları için zorunluluktan dolayı bu mesleği seçtiklerini belirtmişlerdir. K5 kodlu satıcı ticari bir girişim olarak sokak yemekleri satışına yöneldiğini belirtirken, K7 kodlu satıcı bölgedeki balık ekmek tüketiminin yaygın olması, ürün tedarikinin kolaylığı ve ticari kazanç sağlama potansiyelinin yüksekliği gibi faktörlerin meslek seçiminde etkili olduğunu vurgulamıştır. K14 kodlu satıcı ise bu alanda eğitim alarak mesleğe başladığını ifade etmiştir. Bu bulgular doğrultusunda, meslek seçiminde farklı motivasyonların etkili olduğunu göstermektedir. Satıcıların bir kısmı baba mesleğini devam ettirdiklerini belirtirken, diğerleri bu mesleğe duyduğu ilgi ve sevgi nedeniyle tercih ettiklerini ifade etmiştir. Bazı satıcılar ise, iş bulma zorluğu nedeniyle bu mesleği seçmek durumunda kaldıklarını belirtmiştir. Ayrıca, bazı satıcılar bölgedeki ticari fırsatları değerlendirmek amacıyla bu mesleği seçtiklerini ifade ederken, bir kısmı ise eğitim alarak bu mesleğe adım attıklarını dile getirmiştir.

Satıcılara yöneltilen “Kaç yıldır bu mesleği yapıyorsunuz?” sorusuna verilen yanıtlar doğrultusunda, meslek sürelerinin 5 yıl ile 55 yıl arasında değiştiği belirlenmiştir. En uzun süredir mesleği icra eden satıcı 55 yıldır sokak yemekleri sektöründe faaliyet gösterdiğini ifade etmiştir. Diğer satıcıların meslek deneyimleri 5 ila 32 yıl arasında değişmektedir. Bununla birlikte, K5 kodlu satıcı bu mesleğe yeni başladığını belirtmiştir. Bu bulgular, Trabzon’daki sokak yemekleri sektörünün büyük ölçüde deneyimli satıcılar tarafından yürütüldüğünü ortaya koymaktadır. Sokak satıcılarının, mesleklerini sevdikleri ve ekonomik açıdan yeterli gelir sağladıkları için uzun yıllar boyunca bu alanda faaliyet gösterdikleri anlaşılmaktadır. Ayrıca, gençlerin de bu mesleğe ilgi gösterdiği gözlemlenmektedir. Sokak yemekleri satıcılarının, bu mesleği gelecek nesillere aktarması büyük bir önem taşımaktadır ve bu geleneğin nesiller boyu devam edeceği öngörülmektedir.

Araştırma kapsamında sokak satıcılarına “Bu iş geçim kaynağınız mı, yoksa ek iş olarak mı yapıyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. K2, K4, K5, K6, K7, K8, K12, K13 ve K14 kodlu satıcılar, bu işi ana geçim kaynağı olarak yaptıklarını belirtmişlerdir. K1 ve K15 kodlu satıcılar, sadece kendi geçimlerini değil, aynı zamanda işçi istihdam ederek başkalarının da geçimini sağladıklarını ifade etmişlerdir. K3, K9, K10 ve K11 kodlu satıcılar ise, bu işi hem geçim kaynağı hem de ek iş olarak yaptıklarını dile getirmişlerdir. Bu bulgular, sokak satıcılarının büyük bir kısmının bu mesleği geçim kaynağı olarak sürdürdüklerini, bazı satıcıların ise hem geçim kaynağı hem de ek bir iş olarak bu alanda faaliyet gösterdiklerini ortaya koymaktadır. Ayrıca sokak yemekleri sektörünün sadece bireysel bir gelir kaynağı olmakla kalmayıp, istihdam yaratma potansiyeline de sahip olduğunu göstermektedir.

Satıcılara yöneltilen “Bu iş baba mesleği mi?” sorusuna verilen yanıtlar doğrultusunda, K1, K8 ve K15 kodlu satıcılar, mesleğin kendilerine aileden miras kaldığını ifade etmişlerdir. Diğer satıcılar ise, bu mesleği kendileri seçtiklerini belirtmişlerdir. Bu bulgular, satıcıların bir kısmının sınırlı sayıda olsa da baba mesleğini devam ettirdiklerini, ancak büyük çoğunluğunun bu mesleği kendi tercihleriyle seçerek sürdürdüklerini ortaya koymaktadır.

Trabzon’daki sokak yemeklerinin kültürel kimlikle ilişkisini anlamak amacıyla satıcılara “Sokak yemeklerinin Trabzon’un kültürünü yansıttığını düşünüyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. K1, K2, K4, K8, K9, K10, K11, K12, K13, K14 ve K15 kodlu satıcılar, sokak yemeklerinin Trabzon’un kültürel kimliğini yansıttığını ifade etmişlerdir. K6 ve K7 kodlu satıcılar, Akçaabat Köfte, Trabzon simidi, döner, balık ekmek, pide, kestane ve mısır gibi ürünlerin Trabzon’un gastronomi mirasının önemli unsurları olduğunu belirtmişlerdir. Ancak, K3 ve K5 kodlu satıcılar ise, sokak yemeklerinin Trabzon’un kültürünü yansıttığını düşünmemektedirler. Bu bulgular, satıcıların büyük bir kısmının görüşlerine göre sokak yemeklerinin Trabzon’un kültürünü yansıttığını göstermektedir.

Satıcılara “Müşteri kitlesi kimlerden oluşuyor? (Cinsiyet, yaş grubu, yerli-yabancı, meslek grubu)” sorusu yöneltilmiştir. K1, K5, K11, K14 ve K15 kodlu satıcılar, özellikle yaz aylarında yerli ve yabancı turistlerin sokak yemeklerine olan ilgisinin arttığını belirtmişlerdir. K3, K6, K7, K8, K10, K12 ve K13 kodlu satıcılar ise, kadın, erkek, genç ve her yaş ve meslek grubundan insanlara hitap ettiklerini belirtmişlerdir. K9 kodlu satıcı, müşteri kitlesinin “7’den 70’e” her yaştan bireyleri kapsadığını ifade etmiştir. Bu bulgular, Trabzon’daki sokak yemeklerinin hem yerel halk hem de yerli ve yabancı turistler tarafından yoğun ilgi gördüğünü ortaya koymaktadır. Müşteri kitlesinin geniş bir demografik yelpazeye hitap ettiği belirlenmiş olup, farklı meslek gruplarına mensup bireylerin de bu kitlenin içinde yer almaktadır.

Müşteri kitlesinin ekonomik profiline yönelik olarak, satıcılara “Müşteri kitlesi çoğunlukla hangi gelir grubundaki insanlardan oluşuyor?” sorusu yöneltilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, sokak yemeklerinin tüketici kitlesi genellikle orta ve alt gelir gruplarından oluşmaktadır. K1 ve K2 kodlu satıcılar sokak yemeklerinin her gelir grubuna hitap ettiğini ifade etmişlerdir. K3, K9, K10 ve K11 kodlu satıcılar ise, müşteri kitlesinin çoğunlukla orta ve alt gelir grubundan oluştuğunu belirtmişlerdir. K5 kodlu satıcı ise, müşteri kitlesinin orta ve üst gelir grubundan bireylerden oluştuğunu ifade etmiştir. Bu bulgular, sokak yemeklerinin genellikle uygun fiyatlı olması nedeniyle düşük ve orta gelir gruplarına daha fazla hitap ettiğini göstermektedir. Ancak, bazı satıcıların ifadeleri, yüksek gelir grubuna mensup bireylerin de sokak yemeklerine ilgi gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Bu bulgular, Trabzon’daki sokak yemeklerinin sadece bir beslenme pratiği olmaktan öte, bölgenin kültürel kimliğinin korunmasına ve yerel ekonomiye katkı sağlayan bir unsur olarak değerlendirildiğini göstermektedir. Sokak yemekleri, yerel halkın geleneksel beslenme alışkanlıklarını sürdürmesine katkıda bulunurken, turistler için de önemli bir gastronomi deneyimi sunmaktadır. Ayrıca, bu sektörün büyük ölçüde deneyimli satıcılar tarafından yürütüldüğü, önemli bir geçim kaynağı olduğu ve özellikle orta ve alt gelir gruplarına hitap ettiği belirlenmiştir. Bu doğrultuda, Trabzon’daki sokak yemekleri, hem kültürel hem de ekonomik açıdan sürdürülebilir bir mutfak geleneğinin önemli bir parçası olarak değerlendirilmektedir.

Sokak Yemeklerinin Popülerliği ve Geleceğine İlişkin Bulgular

Araştırmada, Trabzon’daki sokak yemeklerinin popülerliğinin son yıllarda nasıl değiştiği ve geleceğe yönelik beklentiler belirlenmeye çalışılmıştır. Sokak satıcılarına yöneltilen “Sizce son yıllarda sokak yemekleri daha popüler hale geldi mi? Sebebi nedir?” sorusu doğrultusunda elde edilen bulgular, sokak yemeklerinin popülerliğini artıran veya azaltan faktörleri ortaya koymaktadır.

K1, K2, K4, K5, K6, K7, K8, K10, K14 ve K15 kodlu satıcılar, son yıllarda sokak yemeklerinin popülerliğinin arttığını belirtmişlerdir. Bu artışın şehir nüfusundaki büyüme, sokak yemeklerinin lezzetli ve pratik olması, uygun fiyat avantajı, sosyal medyanın etkisi, tüketim oranlarının artması, arkadaş çevresinde tavsiyelerin yaygınlaşması ve ekonomik nedenlerle zamandan tasarruf sağlanması gibi faktörlerle ilişkili olduğunu belirtmiştir.

Buna karşılık, K3, K9, K11, K12 ve K13 kodlu satıcılar, ise, son yıllarda sokak yemeklerinin popülerliğinde belirgin bir artış olmadığını belirtmişlerdir. K11 kodlu satıcı, vatandaşların alım gücünün düşmesi nedeniyle sokak yemeklerinin popülerliğini kaybettiğini belirtmiştir. Bu ifade, ekonomik koşulların tüketici tercihlerine doğrudan etki ettiğini ve bazı grupların sokak yemeklerini tüketme sıklığının azaldığını göstermektedir.

Bu bulgular, sokak yemeklerinin popülerliğinin genel olarak arttığını ancak bu artışın her satıcı tarafından aynı şekilde algılanmadığını ortaya koymaktadır. Özellikle şehirleşme, hızlı tüketim alışkanlıkları ve sosyal medya gibi faktörler, sokak yemeklerine olan ilgiyi artırırken, ekonomik krizler ve alım gücündeki azalma, bu eğilimi sınırlayan etmenler arasında yer almaktadır.

Bu doğrultuda, Trabzon'daki sokak yemeklerinin popülerliğinin gelecekte de devam edebilmesi için fiyat dengesi, hijyen standartlarının artırılması ve sosyal medya gibi dijital platformlarda daha fazla tanıtım yapılması gerektiği söylenebilir. Sokak yemeklerinin bölgesel kimliğin bir parçası olarak korunması ve turistik cazibesinin artırılması, bu sektörün sürdürülebilirliği açısından önemli bir strateji olarak değerlendirilmektedir.

Yerli Turistlerle Yapılan Görüşmelere İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında, Trabzon'daki sokak yemeklerine ilişkin yerli turistlerin algıları, tüketim alışkanlıkları ve tercih nedenlerini anlamak amacıyla 15 yerli turist ile birebir görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların kimlikleri gizli tutulmuş olup, analiz sürecinde kolaylık sağlamak amacıyla katılımcılar K1, K2, K3... K15 şeklinde kodlanmıştır. Çalışmaya katılan yerli turistlerin sosyo-demografik bilgileri Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3. Yerli Turistlerin Sosyo–Demografik Bilgileri

Katılımcı	Yaş	Medeni Durum	Eğitim Durumu	Meslek	Cinsiyet	Memleket
K1	30	Bekâr	Lisans	Memur	Erkek	Hatay
K2	33	Bekâr	Lisans	Özel Sektör	Kadın	Şanlıurfa
K3	35	Bekâr	Lisans	Eczacı	Erkek	İstanbul
K4	30	Bekâr	Lisans	Özel Sektör	Kadın	Adana
K5	28	Bekâr	Lisans	Hemşire	Kadın	Kars
K6	35	Evli	Lise	Ev Hanımı	Kadın	Konya
K7	35	Evli	Lise	Memur	Erkek	İstanbul
K8	38	Evli	Lisans	Memur	Erkek	İzmir
K9	40	Evli	Lisans	Memur	Kadın	Konya
K10	44	Evli	Lise	Ev Hanımı	Kadın	Ankara
K11	47	Evli	Lisans	Öğretmen	Kadın	Kütahya
K12	50	Evli	Lisans	İşletmeci	Erkek	Bursa
K13	52	Evli	Lise	Serbest Meslek	Erkek	Antalya
K14	55	Evli	Ortaokul	Ev Hanımı	Kadın	Eskişehir
K15	58	Evli	Lisans	İşletmeci	Erkek	Ankara

Görüşmelerden elde edilen bulgulara göre, katılımcıların %66,7'si evli, %33,3'ü bekârdır. Bu oran, çalışmaya katılan yerli turistlerin büyük bir kısmının aile bireyleriyle seyahat ettiğini ve gastronomi deneyimlerini bu bağlamda şekillendirdiğini göstermektedir. Eğitim düzeyine bakıldığında, katılımcıların %66,7'si lisans mezunu, %26,7'si lise mezunu ve %6,7'si ortaokul mezunudur. Bu veriler, örnekleme yükseköğrenim görmüş bireylerin ağırlıklı olduğunu göstermektedir. Meslek grupları incelendiğinde, katılımcıların %26,7'sinin kamu sektöründe memur olarak çalıştığı belirlenmiştir. Ayrıca, %20'si ev hanımı, %13,3'ü özel sektör çalışanı, %13,3'ü işletmeci, %6,7'si eczacı, %6,7'si hemşire, %6,7'si öğretmen ve %6,7'si serbest meslek sahibi olarak çalışmaktadır. Bu bulgular, Trabzon'daki sokak yemekleri tüketicilerinin büyük ölçüde çalışan kesim ve aile bireylerinden oluştuğunu ortaya koymaktadır.

Cinsiyet dağılımında, %53,3'ü kadın, %46,7'si erkek olup, kadın katılımcılar az bir çoğunluk oluşturmaktadır. Yaş grubu açısından katılımcıların yaşlarının 28 ile 58 arasında değiştiği ve ortalama yaşın 41,7 olduğu belirlenmiştir. Memleket dağılımına bakıldığında, katılımcılar Türkiye'nin farklı illerinden Trabzon'a gelen

yerli turistlerden oluşmaktadır. Özellikle İstanbul, Konya ve Ankara, her biri %13,3 oranıyla en fazla temsil edilen iller arasında yer almaktadır. Bu veriler, Trabzon’da sokak yemeklerini tüketen yerli turistlerin genellikle eğitim düzeyi yüksek, orta yaş grubuna mensup ve kamu sektöründe çalışan bireylerden oluştuğunu göstermektedir. Ayrıca, yerli turistlerin farklı illerden Trabzon’a gelmesi, Trabzon’un gastronomi turizm potansiyelinin geniş bir coğrafyaya hitap ettiğini de ortaya koymaktadır.

Sokak Yemeklerinin Tüketim Alışkanlıklarına İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında, Trabzon’da sokak yemeklerini tüketen yerli turistlerin bu yiyecekleri nasıl tanımladığı, tercih etme nedenleri ve tüketim alışkanlıkları, ayrıca bu yiyeceklerin kültürel ve ekonomik boyutları, popülerliği ve geleceği çerçevesinde değerlendirilmiştir. Bu çerçevede, konuyu anlamak amacıyla yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular aşağıda detaylandırılmıştır.

Sokak Yemekleri Kavramına Yönelik Algıları

Yerli turistlere “Sizce sokak yemekleri nelerdir?” sorusu yöneltilmiş ve katılımcıların verdikleri yanıtlar incelenmiştir. Görüşmeler sonucunda yerli turistlerin büyük çoğunluğu, tavuk döner, tavuklu pilav, Akçaabat Köfte, balık ekmek, sucuk ekmek, çiğ köfte, pide, Trabzon simidi, lahmacun, kestane ve mısır gibi geleneksel sokak lezzetlerini sokak yemeği olarak tanımlamıştır. Ayrıca, bu tür yiyeceklerin halka açık alanlarda, seyyar satıcılar veya sabit noktalarda tüketime hazır ve hızlı bir şekilde hazırlanan gıdalar olarak sunulduğu belirtilmiştir.

Bazı katılımcılar, sokak yemeklerini pratik ve hızlı tüketilebilen, ekonomik ve erişilebilir yiyecekler olarak tanımlarken, bazıları ise sokak yemeklerini geleneksel tariflerle hazırlanan ve kültürel bir mirasın parçası olarak değerlendirmiştir. Bu bağlamda, sokak yemeklerinin sadece beslenme ihtiyacını karşılayan bir unsur olmanın ötesinde, yerel kültürün ve gastronomi mirasın korunmasına katkı sağlayan önemli bir olgu olduğu söylenebilir.

Sokak Yemeklerini Tercih Etme Nedenleri

Yerli turistlere “Sokak yemeklerini tercih edip etmediğinizi ve bu tercihinizin sebebi nedir?” sorusu sorulmuş, elde edilen bulgular değerlendirilmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğu, sokak yemeklerini tercih ettiğini belirtmiştir. Bu tercih nedenleri aşağıdaki başlıklar altında toplanabilir:

- **Lezzet:** Yerli turistlerin önemli bir kısmı, sokak yemeklerini damak tatlarına uygun ve lezzetli buldukları için tercih ettiklerini ifade etmiştir.
- **Ekonomik Olması:** Katılımcılar, sokak yemeklerinin uygun fiyatlı olması nedeniyle tercih edildiğini vurgulamışlardır.
- **Pratik ve Hızlı Hazırlanması:** Sokak yemeklerinin kısa sürede hazırlanması ve tüketicilere hızlı bir şekilde sunulması, özellikle çalışan bireyler için bir avantaj olarak belirtilmiştir.
- **Günlük ve Taze Olması:** Bazı katılımcılar, sokak yemeklerinin günlük olarak taze şekilde hazırlanmasının tercih sebeplerinden biri olduğunu dile getirmiştir.
- **Hijyen Kaygısı:** K1 ve K8 kodlu katılımcılar, hijyen şartlarının sokak yemeklerini tercih edip etmemelerinde etkili bir faktör olduğunu vurgulamışlardır.
- **Zaman Zaman Tercih Edilmesi:** K11 kodlu katılımcı, sokak yemeklerini düzenli olarak değil, zaman zaman tükettiğini belirtmiştir.
- **Tercih Etmeyenler:** K14 kodlu katılımcı, sokak yemeklerini hiçbir şekilde tüketmediğini ifade etmiştir.

Bu bulgular, sokak yemeklerinin büyük oranda tercih edildiğini, ancak hijyen faktörünün bazı tüketiciler için belirleyici bir unsur olduğunu göstermektedir. Ayrıca, ekonomik koşullar, zaman tasarrufu ve lezzet gibi faktörler de sokak yemeklerine olan ilgiyi artıran etkenler arasında yer almaktadır.

Trabzon’da Tercih Edilen Sokak Yemekleri

Yerli turistlere “Trabzon’da en sık hangi sokak yemeklerini tercih edersiniz?” sorusu yöneltilmiş ve alınan yanıtlar analiz edilmiştir. Katılımcılar tarafından en fazla tercih edilen sokak yemekleri aşağıda sıralanmıştır:

- i. Trabzon Pidesi (9 kişi)
- ii. Balık Ekmek (9 kişi)

- iii. Trabzon Simidi (8 kişi)
- iv. Tavuk Döner (6 kişi)
- v. Akçaabat Köftesi (4 kişi)
- vi. Et Döner (4 kişi)
- vii. Kestane (3 kişi)
- viii. Mısır (2 kişi)
- ix. Lahmacun (1 kişi)

Bu bulgular, Trabzon'un zengin sokak yemeği kültürüne sahip olduğunu ve özellikle yerel gastronomi ile özdeşleşmiş lezzetlerin tercih edildiğini göstermektedir. Katılımcılar, Trabzon'un kendine özgü mutfak kültürünü yansıtan Trabzon Pidesi, balık ekmek, Trabzon simidi ve Akçaabat Köfte gibi yemekleri sıklıkla tükettiğini ifade etmiştir.

Özellikle balık ekmek ve Akçaabat Köftenin bölgeye özgü en önemli sokak lezzetleri olarak öne çıktığı, bunun yanı sıra Trabzon Pidesi ve balık ekmek en fazla tercih edilen geleneksel yiyeceklerden olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, kestane ve mısır gibi daha hafif ve atıştırmalık niteliği taşıyan yiyeceklerin de yaygın şekilde tüketildiği görülmektedir.

Bakkaloğlu ve Sümerkan (2024) tarafından gerçekleştirilen Trabzon Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketici Tutumlarının Belirlenmesi araştırmada, Akçaabat Köfte, Trabzon simidi, et döner, Beton Helva, Trabzon Pidesi, haşlanmış ve közde mısır en çok tercih edilen sokak lezzetleri arasında yer almaktadır. Benzer şekilde, Trabzon İli Sokak Yemekleri Üzerine Bir Araştırma ise balık ekmek, Trabzon Pidesi, Trabzon simidi, tavuk döner, Akçaabat Köfte ve et dönerin en fazla tüketilen sokak yemekleri olduğu belirlenmiştir. Bakkaloğlu ve Sümerkan (2024) çalışmasında özellikle Akçaabat Köftesi ve Trabzon simidinin en çok tüketilen ürünler olduğu vurgulanırken, diğer araştırmada balık ekmek ve Trabzon Pidesi'nin en fazla tercih edilen sokak lezzetleri olduğu tespit edilmiştir.

Her iki araştırma da Trabzon simidi, Akçaabat Köftesi, et döner ve Trabzon Pidesi'nin şehirde sıkça tüketilen sokak lezzetleri arasında yer aldığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, Bakkaloğlu ve Sümerkan (2024) tarafından yapılan araştırmada Beton Helva ve haşlanmış – közde mısırın öne çıkması, Trabzon İli Sokak Yemekleri Üzerine Bir Araştırma da ise balık ekmek ve tavuk dönerin daha fazla tercih edilmesi, araştırmalar arasındaki bulguların farklılaşmasına neden olmuştur. Bu farklılıkların, kullanılan veri toplama yöntemleri, örneklem grupları ve tüketici tercihlerindeki değişkenliklerden kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Ancak her iki araştırmanın sonuçları birlikte değerlendirildiğinde, Trabzon'un sokak lezzetleri arasında belirli ürünlerin sürekli olarak yüksek talep gördüğü söylenebilir.

Sokak Yemeklerinin Mevsimsel Tüketim Alışkanlıkları

Katılımcılara “Sokak yemeklerini hangi mevsimlerde daha çok tercih edersiniz?” sorusu sorulmuş ve yanıtlar değerlendirilmiştir.

- Yılın Her Mevsimi Tercih Edenler: K3, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K13 ve K15 kodlu katılımcılar, sokak yemeklerini yılın her mevsiminde tüketmeyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir.
- Yaz ve İlkbahar Aylarında Tercih Edenler: K1, K5 ve K14 kodlu katılımcılar, sokak yemeklerini özellikle yaz ve ilkbahar mevsiminde tüketmeyi tercih ettiklerini ifade etmişlerdir.
- Kış Mevsiminde Daha Fazla Tüketenler: K2 ve K4 kodlu katılımcılar ise, sokak yemeklerini kışın daha fazla tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

Bu bulgular, sokak yemeklerine yönelik talebin mevsimsel olarak farklılık gösterebileceğini ve hava koşullarının tüketim tercihlerinde belirleyici bir faktör olabileceğini göstermektedir. Özellikle sıcak havalarda daha hafif ve serinletici lezzetler tercih edilirken, kış aylarında daha sıcak ve doyurucu yiyeceklerin öne çıktığı görülmektedir.

Sokak Yemeklerinin Kültürel ve Ekonomik Boyutu

Trabzon'daki sokak yemeklerinin kültürel ve ekonomik boyutlarını anlamak amacıyla yerli turistlerle yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen bulgular bu bölümde ele alınmıştır.

Sokak Yemeklerinin Kültürel Yansımaları

Yerli turistlere “Sokak yemeklerinin Trabzon’un kültürünü yansıttığını düşünüyor musunuz?” sorusu yöneltilmiş ve katılımcıların verdikleri yanıtlar analiz edilmiştir.

Görüşmeler sonucunda, katılımcıların büyük bir kısmı Trabzon’daki sokak yemeklerinin bölgenin kültürünü yansıttığını ifade etmiştir. Özellikle Akçaabat Köftesi, balık ekmek, Trabzon simidi ve tırnaklı helva gibi geleneksel lezzetler, Trabzon’un mutfak kültürünü yansıtan önemli öğeler olarak belirtilmiştir.

Trabzon’un mutfak kimliği açısından sokak yemeklerinin bölgeye özgü malzemeler, pişirme yöntemleri ve sunum şekilleriyle kültürel bir öğe olarak değerlendirildiği görülmektedir. Ancak, K3, K4, K5, K6, K12 ve K14 kodlu katılımcılar, Trabzon’daki sokak yemeklerinin bölgenin mutfak kültürünü yansıtmadığını ifade etmişlerdir. Bu katılımcılar, sokak yemeklerinin birçok şehirde benzer olduğunu ve Trabzon’a özgü yeterince karakteristik özelliğe sahip olmadığını düşünmektedirler.

Öte yandan, K7, K9, K10, K11 ve K13 kodlu katılımcılar ise, sokak yemeklerinin Trabzon’un kültürel kimliğini yansıttığını, ancak bu yansımanın belirli yemeklerle sınırlı olduğunu belirtmişlerdir. Bu görüş, Trabzon mutfağının özgünlüğünün kullanılan malzemeler, baharatlar, pişirme teknikleri ve sunum şekilleriyle farklılaştığını ortaya koymaktadır.

Bu bağlamda, Trabzon’daki sokak yemeklerinin şehrin mutfak kültürünün önemli bir parçası olduğu, ancak bu yansımanın belirli yemeklerle sınırlı kaldığı söylenebilir. Özellikle Trabzon simidi, Akçaabat Köftesi ve balık ekmek gibi ürünler, yerel gastronomi mirasın önemli unsurları olarak öne çıkmaktadır.

Sokak Yemeklerinin Ekonomik Boyutu

Sokak yemeklerinin tüketici kitlesi ve ekonomik yönü hakkında daha fazla bilgi edinmek amacıyla, yerli turistlere “Sizce sokak yemeklerini daha çok hangi gelir grubundan insanlar tercih etmektedir?” sorusu yöneltilmiştir.

Katılımcıların büyük bir kısmı, sokak yemeklerinin genellikle alt ve orta gelir grubundaki bireyler, öğrenciler ve gençler tarafından tercih edildiğini belirtmiştir.

- K1, K4, K6, K10, K13 ve K14, katılımcılar, sokak yemeklerinin alt ve orta gelir grubu bireyler tarafından daha fazla tüketildiğini ifade etmişlerdir.
- K2, K3, K5, K7, K8 ve K15, katılımcılar, sokak yemeklerinin öğrenciler ve alt-orta gelir grubundaki kişiler tarafından yoğunlukla tercih edildiğini belirtmişlerdir.
- K9, K11 ve K12 katılımcılar ise, sokak yemeklerinin yalnızca belirli gelir gruplarıyla sınırlı kalmadığını, tüm gelir grupları tarafından tercih edildiğini savunmuşlardır.

Bu bulgular, sokak yemeklerinin genellikle ekonomik nedenlerle tercih edilen yiyecekler olduğu, ancak kültürel ve damak tadına dayalı seçimlerin de önemli rol oynadığı yönünde bir eğilim göstermektedir. Sokak yemeklerinin ucuz, kolay ulaşılabilir ve hızlı hazırlanabilir olması, özellikle öğrenciler ve düşük gelir grubundaki bireyler için cazip hale gelmesini sağlamaktadır.

Ancak, bütün gelir gruplarına hitap ettiğini belirten katılımcılar, sokak yemeklerinin yalnızca ekonomik gerekçelerle değil, aynı zamanda lezzet, alışkanlık, kültürel bağlam ve pratiklik gibi unsurlar nedeniyle de tercih edildiğini vurgulamaktadır.

Bu bağlamda, Trabzon’daki sokak yemekleri, hem bölgenin mutfak kültürünü yansıtan hem de ekonomik yönleriyle önemli bir pazar oluşturan bir alan olarak değerlendirilmektedir. Özellikle şehirdeki öğrenci nüfusu ve çalışan kesimin yoğunluğu, sokak yemeklerinin popülerliğini artıran başlıca faktörler arasında yer almaktadır.

Sokak Yemeklerinin Popülerliği ve Geleceği

Sokak yemeklerinin artan popüleritesi göz önüne alındığında, bu eğilimin gelecekte de devam edeceği öngörülmektedir. Özellikle sosyal medyanın etkisi, şehirleşme, ekonomik faktörler ve hızlı yaşam tarzı gibi dinamikler, sokak yemeklerine olan ilgiyi artırmaya devam edecektir. Ancak, hijyen ve gıda güvenliği konularındaki hassasiyetlerin de bu süreçte belirleyici bir faktör olacağı görülmektedir.

Katılımcıların ifadelerinden yola çıkarak, sokak yemeklerinin gelecekteki eğilimleri şu şekilde özetlenebilir:

- Daha fazla sosyal medya ve dijital pazarlama etkisi: Sokak yemekleri, sosyal medya platformlarında popülerliğini artırarak daha geniş kitlelere ulaşacaktır.
- Hijyen standartlarının iyileştirilmesi: Sokak yemeklerinin hijyen açısından bazı tüketiciler için hala endişe verici olduğu göz önüne alındığında, gelecekte hijyen standartlarını geliştiren ve güvenilir gıda hizmeti sunan satıcıların daha fazla tercih edileceği söylenebilir.
- Ekonomik faktörler nedeniyle sokak yemeklerine olan talebin devam etmesi: Artan yaşam maliyetleri, tüketicileri restoranlar yerine sokak yemeklerine yönlendirmeye devam edecektir.
- Çeşitliliğin artması ve yeni tatların keşfi: Sokak yemeklerine olan ilginin artmasıyla birlikte, yeni lezzetlerin keşfi ve geleneksel tatların modern yorumlarla sunulması, bu alandaki gelişmeleri destekleyecektir.
- Kadınların iş gücüne katılımının ve zaman kısıtlamalarının etkisi: Çalışan bireyler ve öğrenciler, hızlı ve pratik yemek alternatifleri sunan sokak yemeklerine olan ilgilerini sürdürecektir.

Genel olarak, sokak yemekleri hızlı yaşam tarzına uygunluğu, ekonomik olması, sosyal medya desteği ve kültürel mirasın bir parçası olması gibi faktörler nedeniyle gelecekte de popülerliğini koruyacaktır. Bununla birlikte, hijyen ve gıda güvenliği konularındaki iyileştirmeler, bu sektörün daha geniş bir kitleye hitap etmesini sağlayacak temel unsurlar arasında yer almaktadır.

Tartışma

Araştırma kapsamında, elde edilen bulgular, literatürdeki çalışmalarla karşılaştırılarak değerlendirilmiştir. İstanbul ilinde yapılan araştırmada, sokak yemeklerinin çeşitliliği şehrin çok kültürlü yapısıyla şekillenmiş ve tarih boyunca farklı toplulukların mutfak kültürlerinin etkileşimiyle zenginleşmiştir (Demir vd., 2018). Benzer şekilde, Trabzon sokak yemekleri de bölgenin tarihsel birikimi, kültürel çeşitliliği ve doğal kaynakları ile şekillenmiş olup, Akçaabat Köftesi, Trabzon Pidesi ve Beton Helva gibi geleneksel tatlarla öne çıkmaktadır. Her iki şehirde de sokak yemekleri, kültürel kimliğin bir göstergesi olmasının yanı sıra turistik deneyimleri zenginleştiren bir unsurdur. İzmir ilinde yapılan araştırmada, yerli turistlerin sokak yemeklerine yönelik genel algısının olumlu olduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcılar, özellikle hijyen, deneyimleme doyumunu, otantiklik, satıcıların tutumu ve hizmet hızı gibi faktörleri ön plana çıkarmış ve gelecekte bu lezzetleri tekrar deneme niyeti göstermişlerdir (Ünal ve İpar, 2020).

Çanakkale ilinde sokak yemekleri, genç ve eğitimli tüketiciler tarafından hızlı ve pratik olmaları nedeniyle tercih edilmektedir. Satıcılar ağırlıklı olarak erkek ve 55 yaş üstü olup ürün çeşitliliği fazladır. Bu potansiyelin etkin kullanımı için gıda güvenliği ve hijyen uygulamalarının güçlendirilmesi, kadınların sektörde daha aktif rol almasının teşvik edilmesi ve bölgeye özgü ürünlerin tanıtımının yapılması gerekmektedir (Uz, 2021). Trabzon ilinde yapılan araştırmada da ekonomik erişilebilirlik, hızlı ulaşılabilirlik ve otantik deneyim sunma gibi unsurlar, sokak yemeklerini hem yerli turistler hem de yerel halk için öne çıkarmaktadır. Trabzon'da hijyen konusundaki bazı kaygılar, literatürdeki bulgularla benzerlik oluşturmaktadır. Bu durum, bölgesel olarak hijyen standartlarının güçlendirilmesi ve denetimlerin artırılmasının gerekliliğini göstermektedir. Mersin ve Adana ilinde yapılan çalışmalar, sokak yemeklerinin tüketici kitlesinin ağırlıklı olarak gençler ve düşük gelirli bireylerle sınırlı olduğunu göstermektedir (Ballı, 2016; Bektarım, Çakıcı ve Ballı, 2019). Buna karşılık, Trabzon ilinde sokak yemeklerinin popülaritesini etkileyen faktörler daha geniş bir demografiyi kapsamaktadır. Özellikle kadınların iş yaşamına katılımının artışı, öğrenci nüfusunun büyümesi ve şehirleşme düzeyindeki yükseliş, Trabzon'da sokak yemeklerinin tüketiminde öne çıkan temel belirleyiciler olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu bulgular, Trabzon sokak yemeklerinin yalnızca belirli bir tüketici grubuna değil, daha geniş bir yerel ve turistik pazara hitap etme potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Literatürde dijital platformların sokak yemeklerinin tanıtımında etkin bir araç olduğu vurgulanmaktadır (Yayla, 2021). Trabzon ilinde de sosyal medyanın, sokak yemeklerinin popülerliğini artıran önemli bir faktör belirlenmiştir. Bu durum, Trabzon'un gastronomi turizmi stratejilerinde dijital pazarlamanın daha etkin bir şekilde kullanılması gerektiğini göstermektedir.

Sonuç ve Öneriler

Trabzon'un zengin mutfak kültürü, bölgenin doğal kaynakları, tarihsel birikimi ve kültürel çeşitliliğiyle şekillenmiş olup, sokak yemekleri bu gastronomi mirasın önemli bir bileşeni olarak öne çıkmaktadır. Akçaabat Köftesi, Trabzon Pidesi, Hodan Böreği, Beton Helva ve Trabzon Simidi gibi geleneksel tatlar, hem yerel halkın

günlük yaşamında hem de turistik deneyimlerde merkezi bir rol oynamaktadır. Sokak yemekleri, yalnızca yerel kültürel kimliği yansıtmakla kalmayıp, aynı zamanda ekonomik bir değer kaynağı oluşturmakta ve bölgenin tanıtımına katkı sağlamaktadır.

Yapılan araştırma, Trabzon sokak yemeklerinin kültürel mirasın korunması ve gastronomi turizmi bağlamında önemli bir potansiyele sahip olduğunu ortaya koymuştur. Sokak yemekleri, ekonomik erişilebilirlik, hızlı ulaşılabilirlik, lezzet ve otantik deneyim sunma gibi nedenlerle hem yerli turistler hem de yerel halk tarafından tercih edilmektedir. Ancak, Trabzon'daki sokak yemeklerinin kültürel yansımalarına ilişkin görüşlerin çeşitlilik gösterdiği belirlenmiştir. Bazı katılımcılar, yöresel ürünlerin Trabzon'un mutfak kimliğini güçlü bir şekilde yansıttığını belirtirken, bazıları bu yemeklerin evrensel bir niteliğe sahip olduğunu ifade etmiştir.

Araştırma bulguları, sokak yemeklerinin popülerliğinin artışında sosyal medya, şehirleşme, ekonomik koşullar ve demografik değişimlerin etkili olduğunu göstermektedir. Özellikle kadınların iş hayatına katılımının artması, öğrenci nüfusunun büyümesi ve şehirdeki varlığının yoğunlaşması, turistik faaliyetlerin gelişmesi, sokak yemeklerinin popüleritesini güçlendiren başlıca faktörler olarak belirlenmiştir. Ancak, hijyen konusundaki endişeler, bazı bireylerin sokak yemeklerini tercih etme oranını sınırlayan önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Bu durum, sokak yemeği sektörünün hijyen standartlarını yükseltecek adımlar atması gerektiğine işaret etmektedir.

Bu çalışma, sokak yemeklerinin yalnızca bir beslenme tercihi değil, aynı zamanda kültürel kimlik, ekonomik sürdürülebilirlik ve turizm bağlamında ele alınması gereken önemli bir olgu olduğunu ortaya koymuştur. Gelecekte yapılacak araştırmaların, farklı bölgelerdeki sokak yemeği kültürlerini daha geniş katılımcı kitleleriyle ele alarak, bu alanda daha derinlemesine bir anlayış geliştirmesi beklenmektedir.

Bu doğrultuda, aşağıdaki öneriler geliştirilebilir:

- Sokak yemeklerinin hijyen koşulları iyileştirilmeli, yerel yönetimler hijyen eğitimleri düzenlemeli ve denetimleri artırmalıdır.
- Satıcılar için hijyen sertifikası zorunlu hale getirilmeli ve hijyen standartlarına uyumu teşvik eden uygulamalar geliştirilmelidir.
- Trabzon'un sokak lezzetleri yerel festivaller ve gastronomi etkinlikleriyle daha fazla tanıtılmalıdır.
- Sosyal medya ve dijital pazarlama stratejileriyle sokak yemeklerinin ulusal ve uluslararası çapta tanıtımı sağlanmalıdır.
- Sokak satıcılarına ekonomik ve lojistik destekler sunulmalı, girişimcilik destek programları oluşturulmalıdır.
- Sokak satıcıları için hijyenik satış noktaları oluşturulmalı ve altyapı geliştirme çalışmaları yapılmalıdır.
- Trabzon'a gelen ziyaretçiler için sokak yemeklerini deneyimlemeye yönelik gastronomi turları ve atölyeler düzenlenmelidir.
- Trabzon'un sokak lezzetleri restoran menülerinde daha fazla yer almalı ve yerel turizm stratejilerine entegre edilmelidir.
- Trabzon mutfağına özgü coğrafi işaretli ürünlerin sokak yemeklerinde kullanımı teşvik edilmelidir.
- Sokak satıcıları ve yerel üreticiler arasında tedarik zincirini güçlendirecek iş birlikleri kurulmalıdır.

Trabzon'un sokak yemekleri, kültürel kimliği koruyarak ve hijyen standartlarını yükselterek sürdürülebilir bir gastronomi turizmi anlayışıyla geliştirilebilir. Bu alanda yapılacak düzenlemeler, hem yerel halkın geçim kaynaklarını iyileştirecek hem de Trabzon'u gastronomi turizmi açısından cazip bir destinasyon haline getirecektir.

Kaynakça

- Aksu, K. ve Akyol, C. (2024). Coğrafi işaretli yiyecek içecek ürünleri üzerine bir değerlendirme; Trabzon ili örneği. *Sinop-e: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), s. 16-31.
- Akşit, N. A. (2019). Yerli turistlerin sokak yiyeceklerine yönelik tutumlarının belirlenmesi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), s. 47-61.
- Alimi, B. A. and Workneh, T. S. (2016). Gelişmekte olan ülkelerde tüketici bilinci ve sokak gıdalarının güvenliği için ödeme yapma istekliliği: bir inceleme. *Uluslararası Tüketici Çalışmaları Dergisi*, 40(2), s. 242-248.

- Alptekin, M. Y. (2013). Sosyoloji’de coğrafyacı yaklaşım ve Trabzon’da toplumsal karakterin ekolojik yorumu. *Karadeniz İncelemeleri Dergisi*, 15(15), s. 77-98.
- Alyakut, Ö. (2020). Kitle kültürünün geleneksel Türk tatlı kültürüne etkisi: İnternet medyasında yeni nesil lokma tatlısı. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 7(51), s. 377-391.
- Aydın, B. (2020). *Sokak lezzetlerinin gıda güvenliği açısından değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gedik Üniversitesi, İstanbul.
- Badem, A., Koç, B. ve Şen, A. (2023). Trabzon mutfağının geleneksel lezzeti: Trabzon sarı kurabiyesi. *Necmettin Erbakan Üniversitesi GastroMedia Dergisi*, 2(1), s. 1-8
- Bakkaloğlu, Z., ve Sümerkan, S. C. (2024). Trabzon sokak lezzetlerine ilişkin tüketici tutumlarının belirlenmesi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1), s. 178-193.
- Ballı, E. (2016). Gastronomi turizmi açısından Adana sokak lezzetleri. *Journal of Tourism ve Gastronomy Studies*, 4(1), s. 3-17.
- Bayraktar, G., ve Zencir, E. (2019). Sokak satıcılarının gözünden sokak lezzetleri: İzmir örneği. *Turizm ve Gastronomi Araştırmaları Dergisi*, 7(2), s. 1367-1382.
- Bayram, R. (2020). *Ziyaretçilerin sokak lezzetlerine yönelik gastronomik imaj algısının satın alma niyetine etkisi: Antalya örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Alanya Hamdullah Emin Paşa Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Alanya.
- Bektarım, N., Çakıcı, A., ve Ballı, E., (2019, Eylül). Sokak lezzetleri tüketim sıklığı. (Consumption frequency of street flavors). 3.Uluslararası turizmin geleceği kongresi: İnovasyon, girişimcilik ve sürdürülebilirlik s. 678-684. Çukurova Üniversitesi, Mersin.
- Bellia, C., Pilato, M. and Seraphin, H. (2016). Sokak yemekleri ve gıda güvenliği: Turizm için bir itici güç mü? *Calitatea*, 17(1), s. 20-27.
- Beton helva tarihçe (2024). *Beton helva tarihçe*. Erişim tarihi: 11.11.2024, <https://betonhelva.com.tr/tarihce/>
- Birinci, Y. K. (2024). *Et döneri*, Erişim tarihi: 11.11.2024, <https://kasapozkan.com/>
- Bozkurt, İ. S. (2021). *Gastronomi turizmine sokak lezzetlerinin etkileri. İstanbul Avrupa Yakası örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çavuşoğlu, M. ve Çavuşoğlu, O. (2018). Gastronomi turizmi ve Kıbrıs sokak lezzetleri üzerine bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), s. 637-651.
- Çılgınoğlu, H. ve Çam, O. (2021). *Halkbilimi bağlamında Türkiye’de yeme-içme kültürü*. İstanbul: Eğitim Yayınevi. s. 135-166.
- Demir, Ş., Akdağ, G., Sormaz, Ü., ve Özata, E. (2018). Sokak lezzetlerinin gastronomik değeri: İstanbul sokak lezzetleri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), s. 589-601.
- Demirci, B. ve Karacaoğlu, M. (2021). *Gastronomi turizminde sokak lezzetlerinin önemi. Gastronomi araştırmaları*. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları. s. 43-54.
- Doğan, A. (2022). *Gastronomi turizmi kapsamında Kuzey Kıbrıs sokak lezzetlerinin tüketici tercihleri açısından değerlendirilmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). Doğu Akdeniz Üniversitesi, Kuzey Kıbrıs.
- Duman, M. (2011). *Trabzon halk kültürü (1)*. İstanbul: Heyemola Yayınları.
- Girgin, G. (2019). *Tüketicilerin sokak lezzeti tercihleri ve hijyen algılarının kişilik tiplerine göre incelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Gupta, V., Khanna, K. and Gupta, R. K. (2020). Yabancı turistler arasında sokak yemeklerinin tercihlili analizi: Delhi Bölgesi örneği. *Uluslararası Turizm Kentleri Dergisi*, 6(3), s. 511-528.
- İğdır, E. (2020). Gastronomi turizmi kapsamında sokak lezzetlerinin yeri ve gastronomik bir ürün olarak değerlendirilmesi. *Journal of Tourism Research İnstitute*, 1(2), s. 101-110.

- İrigüler, F. ve Öztürk, B. (2016). Türkiye'de gastronomik bir araç olarak sokak lezzetleri. II. Uluslararası gastronomi turizmi kongresi bildirileri, İzmir. s. 49 – 64
- Kabacık, M. (2019). *Karadeniz Bölgesi mutfağı*. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Kahraman, T. (2019). *Trabzon'da hamsi kültürünün gastronomideki yeri*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Karahan, E. ve Çakıcı, S. (2023). Trabzon ilinin yöresel ürünler ve mutfak kültürü üzerinden gastronomi turizmi potansiyelinin belirlenmesi. *Journal of Anatolian Gastronomy Researches*, 1(1), s. 37-50.
- Kargiglioğlu, Ş., ve Aksoy, M. (2020). Planlı davranış teorisi bağlamında sokak lezzetlerinin destinasyon seçimine etkisi: İstanbul ili örneği. *Otelcilik ve Turizm Sorunları Dergisi*, 2(2), s. 122-142.
- Karsavuran, Z., ve Özdemir, B., (2017, Haziran). Understanding street food consumption: a theoretical model including atmosphere and hedonism . II. International conference on tourism dynamics and trends, Seville, Spain. s. 541-553.
- Kasap, M. ve Büyükşalvarcı, A. (2021). Trabzon şehrinin gastronomi turizmi gelişmişlik göstergelerinin değerlendirilmesi. *Route Educational ve Social Science Journal*, 8(1), s. 319-330.
- Kızılırmak, İ., Albayrak, A., ve Küçükali, S. (2014). Yöresel mutfakın kırsal turizm işletmelerinde uygulanması: Uzungöl örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 4(1), s. 75-83.
- Kurt, E. ve Badem, A. (2021). Trabzon'un yöresel bir lezzeti: Simira. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(3), s. 1079-1097.
- Nogay, G. (2022). *Yaz aylarının sevilen lezzeti: süt mısır*. Erişim tarihi: 11.11.2024, <https://www.aa.com.tr/tr/sokak-lezzetleri/yaz-aylarinin-sevilen-lezzeti-sut-misir/2652263>
- Oğan, Y. ve Büyükyılmaz, S. (2020). Karadeniz bölgesinin coğrafi işaretli gastronomik ürünleri. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(3), s. 337-354.
- Okan, T., Köse, C., Aksoy, E. B., Köse, N., ve Wall, J. (2017). Türkiye'de kestane (castanea sativa mill.) ve kullanımı üzerine geleneksel terimler. *Avrasya Terim Dergisi*, 5(1), s. 19-27.
- Özbay, G. (2020). Ulusal ve uluslararası platformda gastronomik kimlik unsuru olarak simit. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(1), s. 670-683.
- Öztürk, B. ve Şahingöz, S. A. (2024). Trabzon ili gastronomi rotaları. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 8(2), s. 329-350.
- Pehlivanoglu, H. ve Aksoy, A. (2023, Ocak). Sokak lezzetlerinin multidisipliner olarak değerlendirilmesi. (Multidisciplinary evaluation of street foods). 7. International conference on evolving trends in interdisciplinary research and practice. s.783-788.
- Polat, D. D. ve Gezen, A. (2017). Gastronomide sokak yiyecekleri ve satıcıları: Teorik bir çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(Özel Sayı 2), s. 117-124.
- Samancı, Ö. (2015). Modern Çağda Fransız Mutfakının Gelişimi. H. Yılmaz, ve A. Dünder (Ed.), *Gastronomi tarihi* (s. 132-151). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Schuermans, 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*, s. 2-50.
- Sezgin, A. C. ve Şanlıer, N. (2016). Street food consumption in terms of the food safety and health. *Journal of Human Sciences*, 13(3), s. 4072-4083.
- Sgroi, F., Modica, F., and Fusté-Forné, F. (2022). Street food in palermo: Traditions and market perspectives. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 27(2), 100482.
- Solunoğlu, A. (2018). *Sokak lezzetlerine ilişkin tüketici tutumları: Gaziantep ve İstanbul örnekleri*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Solunoğlu, A. ve Nazik, M. H. (2018). Sokak lezzetlerine ilişkin tüketici tercihleri: Gaziantep örneği. *Turizm ve Gastronomi Araştırmaları Dergisi*, 6(3), s. 40-59.

- Sünnetçioğlu, S. ve Yıldırım, H. M. (2019). Sokak yiyeceklerinin tüketiminde satıcıya olan güven, algılanan risk, algılanan fayda, tutum ve satın alma niyeti arasındaki ilişkilerin incelenmesi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(3), s. 2799-2818.
- Şen, M. A. (2020). Gastronomi turizmi kapsamında Trabzon mutfağına özgü bir ürün “Kuymak”. *Karadeniz İncelemeleri Dergisi*, 15(29), s. 251-268.
- Şen, M. A. (2024). *Gelenekten geleceğe Trabzon mutfağı kültürel değerler*. Trabzon: Trabzon Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları. 1(1), s. 1-344.
- Tellioglu, İ. (2019). Trabzon kültür tarihi açısından Tonya ve çevresi. *Karadeniz İncelemeleri Dergisi*, 13(26), s. 387-396.
- Topal, E. G. (2024). *Kestane kebab yemesi sevap: Sağlığınıza sağlık katıyor!* Erişim tarihi: 11.11.2024, <https://www.denizpostasi.com/kestane-kebab-yemesi-sevap-sagliginize-saglik-katiyor>.
- Trabzon Haber, (2024). 2024. *Trabzon'un son kaymaklı ustası 67 yıldır bu işi yapıyor*. Erişim tarihi: 11.11.2024, <https://www.haber61.net/trabzon/trabzonun-son-kaymakli-ustasi-67-yildir-bu-isi-yapiyor-h560469.html>
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2024). *Türk Patent ve Marka Kurumu*, Erişim tarihi: 11.11.2024, <https://ci.turkpatent.gov.tr/>.
- Uslu, A. N. Ayyıldız, S. ve Yumuk, Y. (2022). Sokak satıcıları açısından Safranbolu'daki sokak lezzetlerinin değerlendirilmesi. *Turizm ve Gastronomi Araştırmaları Dergisi*, 10(4), s. 2955-2972.
- Uz, K. (2021). *Çanakkale ili sokak yiyecekleri üzerine bir araştırma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Uzundumlu, A. S. ve Dinçel, E. (2015). Trabzon ili Beşikdüzü ilçesinde balık eti tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi. *Alinteri Journal of Agriculture Science*, 29(2), s. 1-11.
- Ünal, A. ve İpar, M. S. (2020). Destinasyon pazarlamasının bir bileşeni olarak sokak lezzetlerinin değerlendirilmesi: İzmir örneği. *Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26, 843-863
- WHO. (1996). Essential safety requirements for street-vended foods. *Food Safety Unit-Division of Food And Nutrition*.
- Yayla, Ö. (2021). Sosyal Medya’da Türk sokak lezzetleri: Youtube örneği (Turkish street foods in social media: Case of youtube). *Journal of Tourism ve Gastronomy Studies*, 9(2), s. 1379-1400.
- Yayla, Ö. Ekincek, S. ve Yayla, Ş. (2020). Türk Mutfağı İmajının Ürün Odaklı Geliştirilmesi: Turistler Üzerinde Bir Uygulama (Product-Oriented Improvement of the Image of Turkish Cuisine: A Case Study on Tourists). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(4), 2916-2955.
- Yayla, Ö. ve Aktaş Günay, S. (2017). Türk mutfağında lezzet bölgelerinin belirlenmesi: Adana-Osmaniye-Kahramanmaraş örneği. 1. Uluslararası Turizmin Geleceği İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi (Futourism), Mersin, 231-241.
- Yemek.com. (2023). *Trabzon'da ne yenir ne içilir? Trabzon yemek turu (2023)*. Erişim tarihi: 11.11.2024, <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=q2mnF4J3KAU>.
- Yeşilyurt, H. (2022). Üniversite öğrencilerinin sokak yemeklerine yönelik tercihlerinin ve hijyen algılarının belirlenmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 6(2), s. 264-276.
- Yıldırım, Ö. ve Albayrak, A. (2019). Yabancı turistlerin İstanbul sokak yemeklerini değerlendirmeleri üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism And Gastronomy Studies*, 7(2), s. 1077- 1092.
- Yılmaz, Ç. (2021). Sokakta mis gibi bir koku: Trabzonlunun simidi. *T. Dergi* 1,(3), s. 84-87.
- Yılmaz, N. (2024). Nurgül Yılmaz. Ev Hanımı. Görüşme Tarihi: 11.11.2024.
- Yuen May, R. Y., Aziz, K. A., Latif, R. A., Abdul Latip, M. S., Kwan, T. C., ve Abdul Kadir, M. A. (2021, Haziran). The success factors affecting street food stalls for gastronomic tourism competitiveness: a case of petaling jaya old town. *International Journal of Early Childhood Special Education*, 13(1), s. 241-256.

Yurtman, N. (2023). *Gastronomi turizmi kapsamında Antakya sokak lezzetleri ve sokak lezzetlerine ilişkin paydaş görüşleri*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İskenderun Teknik Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, İskenderun.