



**ZİYARETÇİLERİN GIDA GÜVENLİĞİ BİLGİSİNİN
GASTRONOMİK ÜRÜN OLARAK SOKAK
LEZZETLERİNİ SATIN ALMAYA ETKİSİ**

**2023
YÜKSEK LİSANS TEZİ
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI**

Berna SÜNBÜL

**Tez Danışmanı
Dr. Öğr. Üyesi Samet GÖKKAYA**

**ZİYARETÇİLERİN GIDA GÜVENLİĞİ BİLGİSİNİN GASTRONOMİK
ÜRÜN OLARAK SOKAK LEZZETLERİNİ SATIN ALMAYA ETKİSİ**

Berna SÜNBL

Tez Danışmanı

Dr. Öğr. Üyesi Samet GÖKKAYA

T.C.

Karabük Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalında

Yüksek Lisans Tezi

Olarak Hazırlanmıştır

KARABÜK

Haziran 2023

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	1
TEZ ONAY SAYFASI	4
DOĞRULUK BEYANI	5
ÖNSÖZ	6
ÖZ	7
ABSTRACT.....	8
ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ.....	9
ARCHIVE RECORD INFORMATION	10
KISALTMALAR.....	11
ARAŞTIRMANIN KONUSU.....	12
ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	13
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	15
ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ / PROBLEM.....	16
EVREN VE ÖRNEKLEM	18
KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER.....	19
1. BÖLÜM: SOKAK LEZZETLERİ	20
1.1. Sokak Lezzetleri	20
1.1.1. Sokak Lezzetlerinin Tanımı	20
1.1.2. Sokak Lezzetlerinin Tarihçesi	22
1.1.3. Sokak Lezzetlerinin Önemi	23
1.1.4. Sokak Lezzetlerinin Özellikleri	24
1.1.5. Sokak Lezzetlerinin Kültürel ve Ekonomik Yönleri	25
1.2. Sokak Lezzetleri Tüketimini Etkileyen Faktörler	26
1.2.1. Motivasyonel Faktörler	27
1.2.2. Demografik Faktörler.....	27

1.2.3. Psikolojik Faktörler.....	28
1.3. Gastronomi Turizminde Sokak Lezzetleri	28
1.3.1. İzmir İli Sokak Lezzetleri.....	29
1.4. Müşterilerin Satın Alma Kararlarını Etkileyen Faktörler.....	40
1.4.1. Ürün Faktörleri	40
1.4.2. Fiyat	41
1.4.3. Yer.....	41
1.4.4. Satıcı Özellikleri.....	41
1.4.5. Yaşam tarzı	42
1.4.6. Referanslar.....	42
1.4.7. Kültürel Değerler.....	42
1.4.8. Hedonik Değer	43
1.5. Gastronomi Turizminde Sokak Lezzetlerine Yönelik Yapılan Araştırmalar	43
2. BÖLÜM: GIDA GÜVENLİĞİ.....	45
2.1. Gıda Güvenliği	45
2.2. Gıda Güvenliğinin Önemi.....	46
2.3. Sokak Lezzetlerinde Gıda Güvenliği.....	47
2.4. Sokak Lezzetlerinde Gıda Hijyeni.....	47
2.4.1. Satın Alma Sürecinde Gıda Hijyen.....	48
2.4.2. Teslim Alma Sürecinde Gıda Hijyeni	49
2.4.3. Hazırlama Sürecinde Gıda Hijyeni.....	49
2.4.4. Pişirme Sürecinde Gıda Hijyeni.....	49
2.4.5. Servis ve Bekletme Sürecinde Gıda Hijyeni	50
2.5. Sokak Lezzetlerinde Fiziki Koşullar ve Araç-Gereç Hijyeni	50
2.6. Sokak Seyyar Satıcılarının Hijyeni	51
2.7. Gastronomi Turizminde Gıda Güvenliğine Yönelik Yapılan Araştırmalar	52
3. BÖLÜM: GIDA GÜVENLİĞİ BİLGİSİNİN SOKAK LEZZETİ SATIN ALMAYA ETKİSİNE YÖNELİK ARAŞTIRMA	56
3.1. Araştırma Alanı	56
3.2. Araştırma Verilerinin Analizi.....	56
3.3. Araştırma Bulguları.....	58
3.3.1. Katılımcıların Demografik ve Diğer Özellikleri	58

3.3.2. Ölçeklerin Güvenilirlik Analizleri	60
3.3.3. Katılımcılara Yönelik Tanımlayıcı Değerler	61
3.3.4. Yerli ziyaretçilere Yönelik Ölçeklerin Faktör Analizi	63
3.3.5. Gıda Güvenliği Bilgisinin Demografik ve Diğer Özellikler İle Karşılaştırılması	66
3.3.6. Sokak Lezzeti Satın Alma Davranışının Demografik ve Diğer Özellikler İle Karşılaştırılması	68
3.3.7. Yerli Ziyaretçilerin Gıda Güvenliği Bilgisinin Sokak Lezzeti Satın Alma Davranışına Etkisine Yönelik Bulgular	70
SONUÇ	74
KAYNAKÇA	79
TABLolar LİSTESİ	97
ŞEKİLLER LİSTESİ	98
RESİMLER LİSTESİ	99
EKLER	100
Ek-1: Anket Formu	100
Ek-2: Etik Kurulu Kararı	103
ÖZGEÇMİŞ	104

TEZ ONAY SAYFASI

Berna SÜNBL tarafından hazırlanan “ZİYARETÇİLERİN GIDA GÜVENLİĞİ BİLGİSİNİN GASTRONOMİK ÜRÜN OLARAK SOKAK LEZZETLERİNİ SATIN ALMAYA ETKİSİ” başlıklı bu tezin Yüksek Lisans Tezi olarak uygun olduğunu onaylarım.

Dr. Öğr. Üyesi Samet GÖKKAYA

.....

Tez Danışmanı, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Bu çalışma, jürimiz tarafından Oy Birliği ile Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir. 16.06.2023

Ünvanı, Adı SOYADI (Kurumu)

İmzası

Başkan : Dr. Öğr. Üyesi Samet GÖKKAYA (KBÜ)

.....

Üye : Doç. Dr. Fatih TÜRKMEN (KBÜ)

.....

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Hakkı ÇILGINOĞLU (KÜ)

.....

KBÜ Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulu, bu tez ile, Yüksek Lisans Tezi derecesini onamıştır.

Prof. Dr. Müslüm KUZU

.....

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

DOĞRULUK BEYANI

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “**Ziyaretçilerin Gıda Güvenliği Bilgisinin Gastronomik Ürün Olarak Sokak Lezzetlerini Satın Almaya Etkisi**” başlıklı bu çalışmayı bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı herhangi bir yola tevessül etmeden yazdığımı, araştırmamı yaparken hangi tür alıntıların intihal kusuru sayılacağını bildiğimi, intihal kusuru sayılabilecek herhangi bir bölüme araştırmamda yer vermediğimi, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bu eserlere metin içerisinde uygun şekilde atıf yaptığımı beyan ederim.

Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak ahlaki ve hukuki tüm sonuçlara katlanmayı kabul ederim.

Adı Soyadı: Berna SÜNBÜL

İmza :

ÖNSÖZ

İnsanların yaşamlarını devam ettirebilmesi için sağlıklı bir şekilde beslenmesi gerekmektedir. Ziyaretçiler tüketecekleri yiyeceklerin güvenli gıda olmasına dikkat ederler. Bu bağlamda hem hızlı hazırlanması hem de farklı lezzetler deneyimleme adına ziyaretçiler genellikle gittikleri yerlerde sokak lezzetlerini tercih etmektedir. Bu tez çalışması ile ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgisinin sokak lezzeti satın alma davranışına etkisinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu çalışma ile başta İzmir ili olmak üzere Türkiye’deki diğer illerde gıda güvenliği bilgisinin sokak lezzetleri satın alırken daha bilinçli olunacağı konusunda katkı sağlayacağı kanısındayım.

Bu tezin oluşumu sürecinde katkısı çok olan ve beni yönlendiren, değerli görüşlerine başvurduğum tez danışmanım Sayın Dr. Öğr. Üyesi Samet GÖKKAYA hocama sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Tez jürim üyeleri olan, Sayın Doç. Dr. Fatih TÜRKMEN ve Sayın Dr. Öğr. Üyesi Hakkı ÇILGINOĞLU hocalarıma katkılarından dolayı teşekkürü borç bilirim. Tez verilerimin istatistiksel analizinde yardımlarını esirgemeyen değerli hocam Dr. Ömer Ceyhun APAK’a teşekkür ederim. Tüm hayatım boyunca beni her konuda destekleyen ve yanımda olan aileme sonsuz teşekkür ederim.

Berna SÜNBÜL

ÖZ

Son yıllarda artan gıda kaynaklı hastalıklar ciddi sağlık sorunlarına yol açabilmekte hatta ölümlerle sonuçlanabilmektedir. Bu yüzden tüketiciler güvenli gıda tüketme eğilimindedir. Turizm sektöründe bazı ziyaretçiler seyahat esnasında yiyecek ihtiyacını restoran veya kafeterya gibi işletmelerden sağlarken bazıları ise daha kolay erişebileceği sokak lezzetleri ile karşılaşmaktadır. Ancak sokak lezzetlerinin güvenilir olmasıyla ilgili endişeler bulunmaktadır. Bu araştırmanın amacı yerli ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgisinin sokak lezzeti satın alma davranışına etkisinin belirlenmesidir. Bu çerçevede İzmir ilini ziyaret ederek sokak lezzeti tüketen 533 yerli ziyaretçiden anket tekniği kapsamında araştırma verileri toplanmıştır. Elde edilen verilerle yapılan analizlerde gıda güvenliği bilgisi için beş boyut (kişisel hijyen, çapraz bulaşma, temizlik, pişirme ve koruma ve personel sağlığı) tespit edilmiştir. Sokak lezzeti satın alma davranışı için ise dört boyut (gıda kalitesi, hizmet kalitesi, hijyen ve çekicilik) belirlenmiştir. Araştırmada yerli ziyaretçilerin demografik ve diğer özellikleri ile gıda güvenliği bilgisi ve sokak lezzeti satın alma davranışları farklılık testleri kapsamında karşılaştırılmıştır. Gıda güvenliği ile medeni durum, yaş, eğitim durumu, meslek ve sokak lezzetlerini kimlerle tükettiği değişkenlerinde anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır. Bununla birlikte sokak lezzeti satın alma davranışı ile yaş, sokak lezzeti tüketim ögünü ve sokak lezzetlerini kimlerle tükettiği değişkenlerinde anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Araştırma sonucunda görülmektedir ki basit doğrusal regresyon analizi kapsamında gıda güvenliği bilgisinin sokak lezzeti satın alma davranışını etkilediği tespit edilmiştir. Bununla birlikte gıda güvenliği bilgisi alt boyutları olan kişisel hijyen ve çapraz bulaşmanın sokak lezzeti satın alma davranışını etkilediği ortaya çıkmıştır. Ancak alt boyutlardan temizlik, pişirme ve koruma ve personelin sağlığının sokak lezzeti satın almaya etkisinin bulunmadığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gıda Güvenliği, Sokak Lezzetleri, Satın Alma Davranışı.

ABSTRACT

Food-borne diseases, which have increased in recent years, can cause serious health problems and even death. Therefore, consumers tend to consume safe food. In the tourism sector, some visitors meet their food needs from businesses such as restaurants or cafes while traveling, while others meet the street foods that they can access more easily. However, there are concerns about the reliability of street foods. This research aims to determine the effect of local visitors' food safety knowledge on their street food purchasing behavior. In this context, research data were collected within the scope of the survey technique from 533 local visitors who visited the province of Izmir and consumed street food. Five dimensions (personal hygiene, cross-contamination, cleaning, cooking and protection, and personnel health) were determined for food safety information in the analyses with the data obtained. Four dimensions (food quality, service quality, hygiene, and attractiveness) were determined for street food purchasing behavior. In the research, demographic and other characteristics of local visitors, food safety knowledge, and street taste purchasing behaviors were compared within the scope of different tests. Significant differences were found in the variables of food safety and marital status, age, education level, occupation, and who consumes street flavors. On the other hand, there are significant differences in the purchase behavior of street food and the variables of age, street food consumption meal, and who consumes street food with whom. As a result of the research, it is seen that within the scope of simple linear regression analysis, it has been determined that food safety information affects the buying behavior of street food. However, it has been revealed that personal hygiene and cross-contamination, which are the sub-dimensions of food safety knowledge, affect street food purchasing behavior. However, it has been determined that the sub-dimensions of cleaning, cooking and preservation, and personnel health do not affect purchasing street food.

Keywords: Food Safety, Street Foods, Purchasing Behavior

ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ

Tezin Adı	Ziyaretçilerin Gıda Güvenliği Bilgisinin Gastronomik Ürün Olarak Sokak Lezzetlerini Satın Almaya Etkisi
Tezin Yazarı	Berna SÜN BÜL
Tezin Danışmanı	Dr. Öğr. Üyesi Samet GÖKKAYA
Tezin Derecesi	Yüksek Lisans
Tezin Tarihi	21.06.2023
Tezin Alanı	Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı
Tezin Yeri	KBÜ/LEE
Tezin Sayfa Sayısı	104
Anahtar Kelimeler	Gıda Güvenliği, Sokak Lezzetleri, Satın Alma Davranışı

ARCHIVE RECORD INFORMATION

Name of the Thesis	The Impact of Visitors' Food Safety Knowledge on Buying Street Tastes as Gastronomic Products
Author of the Thesis	Berna SÜN BÜL
Advisor of the Thesis	Dr. Öğr. Üyesi Samet GÖKKAYA
Status of the Thesis	Master Degree
Date of the Thesis	21.06.2023
Field of the Thesis	Department of Gastronomy and Culinary Arts
Place of the Thesis	UNIKA / IGP
Total Page Number	104
Keywords	Food Safety, Street Foods, Purchasing Behavior

KISALTMALAR

HACCP	: Risk Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları
WHO	: Dünya Sağlık Örgütü
FAO	: Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü
σ	: Standart Sapma
\bar{x}	: Aritmetik Ortalama
n	: Örneklem Sayısı

ARAŞTIRMANIN KONUSU

Sokak veya caddelerde sıklıkla satıldığı görülen sokak yiyecekleri destinasyonların mutfak kültürünü yansıtmaya özelliği gösteren simgeler olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda sokak yiyecek ve içecekleri destinasyonların mutfak açısından miraslarının korunmasında önemli rol oynamaktadır. Sokak lezzetleri sayesinde turistler ziyaretleri esnasında farklı tat veya mutfak kültürlerini hızlı bir şekilde deneyimleme fırsatı bulmaktadır. Bununla birlikte hemen hemen her destinasyonun kendine özgü sokak lezzetlerinin bulunması ziyaretçilere farklı deneyimleri sunarken talep yoğunluğunun olması durumunda iş istihdamını da desteklemektedir. Sokak lezzetlerinin hazırlanma sürecinin kısa sürmesi veya tüketilmeye hazır bulunması, düşük maliyetli olması ve doyurucu olması sebebiyle hem satıcılar hem de tüketiciler tarafından çok fazla rağbet görmektedir. Böylece hem satıcılar hem de ziyaretçiler için sosyo-ekonomik açıdan çift taraflı bir etkileşim gerçekleşmektedir (Barro vd., 2002; Buscemi vd., 2011; Kok ve Balkaran, 2014). Ancak sokakta satılan bu yiyeceklere yönelik gıda güvenliği endişelerinin bulunduğunu da söylemek mümkündür (Muinde ve Kuria, 2005).

Sokakta satılan yiyecek ve içeceklerin hazırlandıkları, satıldıkları veya tüketildikleri yerlerin gıda kontaminasyonuna maruz kaldığı düşünülerek güvensiz gıda olduğuna dair genel bir algının oluşmaktadır. Sokak yiyecekleri halka açık alanlarda (yol kenarları, pazar yerleri, okul yerleşkeleri, sanayi siteleri ve otobüs terminalleri vb.) sunulduğu için gıda güvenliğinin tam olarak sağlanamadığı düşünülmektedir (Bryan, Michanie, Alvarez, ve Paniaywa, 1988; Umoh ve Odo, 1999). Buna rağmen tüketiciler sokak lezzetlerini satın alıp tüketirken gıda güvenliği konusunda kaygılanırken yine de sıklıkla satın alma davranışı sergilediklerini söylemek mümkündür (Özkaya ve Ceylan, 2022).

Bu araştırmada İzmir ilini ziyaret eden yerli ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgisi ile sokak lezzeti satın alma davranışları arasındaki ilişki konu edinilmektedir. Yerli ziyaretçilerin sokak lezzetlerine yönelik gıda güvenliği bilgileri belirlenerek bir farkındalık oluşturulması ve sokak lezzeti satıcıları için yol gösterici olunması düşünülmektedir.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Tüketicilerin hangi ürünleri nereden aldığı, nasıl aldığı ve tercih etmesindeki etkenin belirlenmesi satıcıların ürünlerini tasarlamasında yardımcı olmaktadır. Bu durum satın alma karar sürecinin detaylı bir şekilde anlaşılması hususunda önem arz etmektedir. Yiyecek içecek sektörü hizmet sektörü arasında yer aldığından satın alma sürecinin ortaya çıkarılması oldukça karmaşık hale gelmektedir. Satın alma karar süreci; ihtiyaç/ihtiyaçların tanımlanması, bilgi araştırması, alternatiflerin değerlendirilmesi, satın alma kararı ve satın alma sonrası davranış/davranışlar olarak öngörülmekte ve bir pazarlama stratejisinin başarısı bu süreçle ilişkilendirilmektedir (Kotler vd., 2005: 279).

Tüketiciler yiyecek içecek satın alma kararını verirken birçok bilgidен faydalanmaktadır. Bu bilgilerden bir tanesi de toplum sağlığı açısından önemli olan gıda güvenliğidir. Gıda güvenliği; gıdaların üretilmesi, işlenmesi, depolanması, nakliye edilmesi ve saklanması aşamalarında gerekli olan fiziksel, biyolojik ve kimyasal zararların ortadan kaldırılması ve gerekli kurallara uyulması şeklinde tanımlanmaktadır. Nitekim tüketiciler güvenli gıda talep ederken, ürünü üretip satışını gerçekleştiren işletmelerden de aynı titizlikle güvenli gıda üretmelerini beklemektedir (Yılmaz vd., 2015: 673).

Tüketiciler gıdaları tüketirken tükettikleri gıdaların güvenli gıda olmasını istemektedir (Beulens, 2005: 482). Son yıllarda birçok ülkede güvenli gıda koşulları sağlanamadığı için gıda kaynaklı hastalıklar artmaktadır. Bu durum yiyecek içecek sektöründe gıda üretimi yapılmadan önce güvenliğine dikkat edilmesi zorunluluğunu meydana getirmektedir. Bu kapsamda sokak lezzetleri gıda güvenliği yönünden incelenmesi gereken yiyeceklerdendir (Sneed ve Strohbahn, 2008: 1170).

Bu kapsamda gastronomik bir ürün olarak sokak lezzetlerine yönelik gıda güvenliği şüpheleri göz ardı edilemeyecek düzeydedir. Dolayısıyla bu araştırmada *“ziyaretçilerin sokak lezzetlerini satın alma sürecinde gıda güvenliğinin etkisinin olup olmadığının ortaya çıkarılması”* amaçlanmaktadır. Bu ana amaçla birlikte araştırmanın alt amaçları şu şekilde belirlenmiştir:

- Sokak lezzetlerini tercih eden ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgisi üzerine bakış açısı geliştirmek,

- Hizmet sektöründe gıda güvenliğinin önemi ön plana çıkarılarak sokak lezzetleri satıcılarına yol göstermek,
- Ziyaretçilerin sokak lezzetlerini tercih etme nedenleri belirlemek,
- İzmir ilinin gastronomik ürünleri üzerine ziyaretçiler perspektifinden tüketim farkındalığı oluşturmak.

İlgili literatür incelendiğinde gıda güvenliğine yönelik çalışmalara (Türksoy ve Altınığne, 2008; Kabacık, 2013; Alyakurt, 2009; Bayram, 2011; Cömert, 2011; Kılıçalp, 2011; Abubakirova, 2014; Çiftçi, 2014; Çanakçı ve Çanakçı, 2017; Eren, Nebioğlu ve Şık; 2017) ve sokak lezzetlerine yönelik çalışmalara (Muinde ve Kuria 2005; Rheinlander, 2008; Manguiat ve Fang 2013; Isaacs 2014; Alimi 2016; Chavarria ve Phakdee 2017; Gönülgül ve Durlu-Özkaya, 2017; Solunoğlu ve Nazik 2018) ulaşılmıştır.

Sokak lezzetlerine yönelik yapılan çalışmalar incelendiğinde satın alınmasıyla ilgili çalışmalara ulaşılrken gıda güvenliği bilgisinin sokak lezzetlerini satın almaya etkisinin belirlenmesi kapsamında sınırlı sayıda çalışma (Latifoğlu, 2020) bulunmaktadır. Gıda güvenliğine yönelik endişelerin söz konusu olduğu göz önünde bulundurulduğunda tüketiciler sokak lezzetlerini satın alırken güvenilir gıda olup olmadığına dikkat etmektedir. Bu kapsamda araştırma gıda güvenliği bilgisinin sokak lezzeti satın almaya etkisinin ortaya çıkarılması açısından ve literatür zenginliği oluşturması bakımından özgün bir çalışmadır.

Geçmişte yapılan araştırmalar incelendiğinde daha çok satıcıların görüşleri veya gıda güvenliği bilgileri konusunda araştırmaların gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu araştırmada ziyaretçilerin görüşlerine başvurulmaktadır. Ayrıca İzmir ilinde yaklaşık olarak yirmi civarında sokak lezzetinin bulunduğunu söylemek mümkündür ve bu sokak lezzetleri İzmir ilinde yoğun bir şekilde talep görmektedir. Bu denli bir potansiyele sahip olan sokak lezzetlerinin göz önünde bulundurularak bilimsel temelli araştırmaların yapılması önem arz etmektedir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu tez çalışması, ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgisinin sokak lezzetleri satın alma davranışına etkisini belirlemeye yönelik betimsel bir araştırmadır. Mevcut durumların ortaya konulmasında önemli görülen “nedir?” ve “ne oluyor?” sorularına cevap aranan bu araştırmalar durum saptayıcı araştırmalar olarak ifade edilir (Ural ve Kılıç, 2006: 18). Var olan bir durumu olduğu şekliyle saptamayı amaç edinen ve tarama modeli kapsamında kurgulanan (Karasar, 2016: 109) bu araştırmada sayısal veriler ortaya koyularak mevcut durum nicel araştırma yöntemiyle belirlenmiştir. (www.businessdictionary.com).

İzmir ilinde sokak lezzetlerini tüketen ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgilerinin sokak lezzeti satın alma davranışına etkisinin belirlenmesine yönelik görüşler anket tekniği kapsamında veriler toplanmıştır. Araştırma verilerinin toplanması için kullanılan gıda güvenliği ölçeği Ayaz ve Türkmen (2019) tarafından yapılan çalışmalardan kullanılmıştır. Sokak lezzeti satın alma ölçeği ise İştin ve Avcı (2022) çalışmalardan kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçekler İzmir ilini ziyaret eden yerli ziyaretçilere göre uyarlanarak hazırlanmıştır. Hazırlanan anket Ek-1’de yer almaktadır.

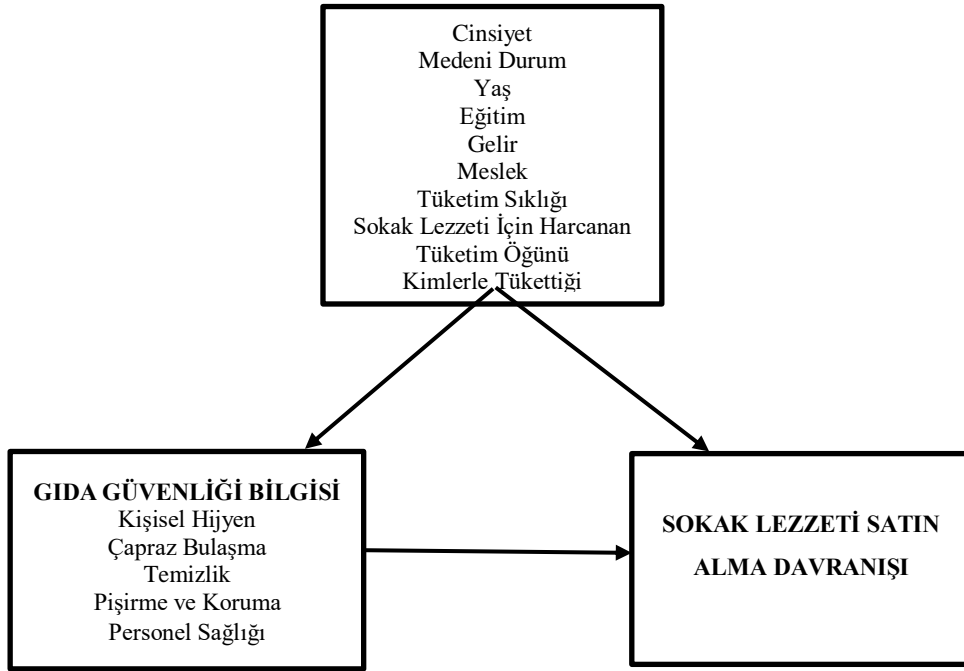
Gıda güvenliği bilgisinin sokak lezzeti satın alma davranışına etkisine yönelik ziyaretçilere uygulanan anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde ziyaretçilerin demografik ve diğer özellikleri (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim düzeyi, aylık gelir, meslek, sokak lezzeti tüketim sıklığı, sokak lezzetleri için aylık ortalama harcanan miktar, sokak lezzeti tüketim öğünü ve sokak lezzetlerini çoğunlukla kimlerle tükettiği) yer almaktadır. İkinci bölümde gıda güvenliği bilgisi ve üçüncü bölümde ise sokak lezzeti satın alma davranışına yönelik ifadeler yer verilmiştir.

İzmir ili özelinde gerçekleştirilen bu çalışmada yerli ziyaretçilerin görüşlerinin belirlenmesinde 5’li Likert tipi ölçek kullanılmıştır. Bu aralık şöyle belirlenmiştir: 1-Hiç Katılmıyorum; 2-Katılmıyorum; 3-Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum; 4-Katılıyorum; 5-Tamamen Katılıyorum” şeklindedir. Anket formu Nisan 2023 döneminde 50 ziyaretçiye uygulanarak güvenilirlik ve açıklayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. Analiz sonuçları doğrultusunda ölçeklerin güvenilir (sokak lezzeti satın alma ölçeği=0,942; gıda güvenliği ölçeği=0,963) ve geçerli olduğuna karar verilmiştir. Daha sonra çalışma Nisan 2023-Mayıs 2023 döneminde sokak lezzetlerini tüketen 533 ziyaretçi üzerinden gerçekleştirilmiştir.

ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ / PROBLEM

Bu araştırma yerli ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgisinin sokak lezzeti satın alma davranışına etkisinin bulunup bulunmadığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda araştırma problemi; sokak lezzeti tüketen yerli ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgilerinin sokak lezzetlerini satın alma davranışlarını etkileyip etkilemediğinin belirlenmesidir.

Gıda güvenliği bilgisinin sokak lezzeti satın alma davranışına etkisinin ve kategorik değişkenler ile gıda güvenliği bilgisi ve sokak lezzeti satın alma davranışı arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik araştırma modeli Şekil 1’de gösterilmiştir. Araştırma modelinde gıda güvenliği bilgisi ve alt boyutları (kişisel hijyen, çapraz bulaşma, temizlik, pişirme ve koruma ve personel sağlığı) bağımsız değişkenler, sokak lezzeti satın alma davranışı ise bağımlı değişken olarak kabul edilmiştir.



Şekil 1:Araştırma Modeli

Araştırmanın Hipotezleri

H₁: Yerli ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgileri sokak lezzeti satın alma davranışlarını etkiler.

H_{1a}: Yerli ziyaretçilerin kişisel hijyen bilgileri sokak lezzeti satın alma davranışlarını etkiler.

H_{1b}: Yerli ziyaretçilerin çapraz bulaşma bilgileri sokak lezzeti satın alma davranışlarını etkiler.

H_{1c}: Yerli ziyaretçilerin temizlik bilgileri sokak lezzeti satın alma davranışlarını etkiler.

H_{1d}: Yerli ziyaretçilerin pişirme ve koruma bilgileri sokak lezzeti satın alma davranışlarını etkiler.

H_{1e}: Yerli ziyaretçilerin personel sağlığı bilgileri sokak lezzeti satın alma davranışlarını etkiler.

H₂: Yerli ziyaretçilerin demografik ve diğer özellikleri ile gıda güvenliği bilgileri arasında farklılık vardır.

H₃: Yerli ziyaretçilerin demografik ve diğer özellikleri ile sokak lezzeti satın alma davranışları arasında farklılık vardır.

EVREN VE ÖRNEKLEM

Büyüköztürk vd. (2012) evreni, araştırma için toplanan verilerin analizi ile elde edilecek sonuçların geçerli olacağı ve yorumlanacağı grup şeklinde tanımlamaktadır. Araştırma sonuçlarının genellenmesi evrenin doğru tanımlanabilmesine bağlıdır. Evreni belirlerken önemli olan yapılacak genellemenin neleri kapsayacağını ortaya koymaktır (Karasar, 2016: 147). Yine de zaman, maliyet ve ulaşılabilirlik gibi unsurlar evrenin geneline erişimi zorlaştırmaktadır. Bu yüzden evreni temsil edebilecek düzeyde örnekleme yöntemlerinin araştırmalarda uygulanması uygun görülmektedir. Bu araştırmada zaman, maliyet ve ulaşılabilirlik gibi unsurlardan dolayı olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme yöntemine başvurulmuştur (Ural ve Kılıç, 2006: 34).

Bu araştırmada evren, 2023 yılının ilk çeyreğinde İzmir ilini ziyaret eden yerli ziyaretçi sayısı kabul edilmiştir. İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü verilerine göre İzmir ilini 136.236 yerli ziyaretçinin ziyaret ettiği belirlenmiştir. Araştırma alanının genişliği, zaman ve maliyet unsurları bakımından örnekleme başvurularak veriler kolayda örnekleme yöntemi ile toplanmıştır. Örneklem büyüklüğünü hesaplamak için Ryan'ın (1995) araştırmasında kullanmış olduğu örnekleme formülü uygulanmıştır. Örneklem sayısının hesaplanması kapsamında ulaşılması gereken örneklem sayısı aşağıdaki hesaplamaya göre 384 olarak tespit edilmiştir.

$$n = \frac{N.P.q}{\frac{(N-1).B^2 + P.q}{Z^2}}$$

n : Örneklem sayısı

N : Araştırmaya konu olan topluluğu (Evren)

P : Topluluk oranı veya tahminini

q : 1-P

B : Katlanabilir hata oranını

Z : İstenilen güven aralığı

$$N = 136.236$$

$$P = 0,5$$

$$q = 1-P \rightarrow 1 - 0,5 = 0,5$$

$$B = 0,05$$

$$n = \frac{136.236.(0,5).(0,5)}{\frac{(136.236-1).(0,05)^2 + (0,5).(0,5)}{(1,96)^2}}$$

$$n = 384$$

KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER

İzmir ilini ziyaret eden yerli ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgisinin sokak lezzeti satın alma davranışına etkisinin test edildiği bu araştırmada, sınırlılıklar şu şekilde belirlenmiştir:

-Bu çalışma İzmir ilini ziyaret eden yerli ziyaretçilerin cevapları ile sınırlıdır.

-Çalışma gıda güvenliği bilgisinin sokak lezzeti satın alma davranışına etkisinin belirlenmesine yönelik anket ölçeği ile sınırlıdır.

-Çalışma İzmir ilini Nisan-Mayıs 2023 döneminde sokak lezzeti tüketen yerli ziyaretçilerin görüşleri ile sınırlıdır.

Yerli ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgisi ile satın alma davranışı arasındaki ilişkinin test edildiği bu çalışmada varsayımlar ise aşağıdaki şekilde öngörülmüştür:

-Sokak lezzeti satın alan yerli ziyaretçiler için gıda güvenliği bilgisinin önemli olduğu varsayılmıştır.

-Sokak lezzeti satın alan yerli ziyaretçilerin satın alma davranışlarında farklılıkların olduğu varsayılmıştır.

-Sokak lezzeti satın alan yerli ziyaretçilerin yüksek gıda güvenliği bilgisinin sokak lezzeti satın alma davranışlarını olumsuz yönde etkilediği varsayılmıştır.

-Sokak lezzeti satın alan yerli ziyaretçilerin düşük gıda güvenliği bilgisinin sokak lezzeti satın alma davranışlarını olumlu yönde etkilediği varsayılmıştır.

-Sokak lezzeti satın alan yerli ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgisi ve satın alma davranışlarına anket tekniği ile ulaşılması varsayılmıştır.

-Gıda güvenliği bilgisi sokak lezzeti satın alma davranışı ilişkisi belirlemede karşılaşılabilecek sorun yerli ziyaretçilerin ankete karşı ilgisizliği olarak varsayılmıştır.

Bu çalışma için karşılaşılabilecek güçlükler; yerli ziyaretçilerin ankete karşı ilgisizliği ve anket uygulamasına olumsuz yaklaşımları şeklinde ele alınmıştır.

1. BÖLÜM: SOKAK LEZZETLERİ

1.1. Sokak Lezzetleri

Yaşam şartlarında meydana gelen değişimler, insanların dışarıda yemek yeme alışkanlığı edinmesine neden olmuştur. Bu alışkanlığın oluşmasında başlıca faktör evde yemek yapmaya zaman ayıramamaktır. Evde yemek yapmaya harcanacak zamanı dışarıda yemek yiyerek değerlendirmek tüketicilere daha cazip gelmektedir (Cuneo, 1998; Madran, 1999). Günümüzdeki tüketiciler yemek yeme ihtiyaçlarını ev dışında karşılamak için restoran veya kafe gibi mekânları tercih etmektedir. Bunun yanında sokaklarda ya da halka açık yerlerde çokça bulunabilen gıdaları almayı da tercih etmektedir. Tüketiciler sadece açlık gereksinimlerini karşılamak için değil, aynı zamanda sosyal çevreye karışmak, manzara eşliğinde oksijenli hava koşullarından zevk almak ve bu yüzden yiyeceklerini dışarıda tüketmeyi istemektedirler (Yüncü, 2010: 28). İnsanların kalabalık olduğu yerlerde sokak, okul, otobüs durakları, otogar, eğlence merkezleri, sahil kenarları gibi yerlerde sokak lezzetlerine sıkça rastlanan sokak yiyecekleri herhangi bir işleme ya da hazırlamaya gereksinim duyulmadan anında tüketilebilen yiyecekler ve içeceklerdir (Von Holy ve Makhoane, 2006; Muzaffar vd., 2009; Steyn vd., 2011).

Sokaklarda ve caddelerde satılan sokak yiyecekleri bir ülke veya destinasyonların mutfağının ayrılmaz bir parçası olarak kabul edilmektedir. Bu yiyecek ve içecekler sosyokültürel ve sosyal mirasın korunmasında da önemli rol oynamaktadır. Bir ülkeyi ya da bölgeyi ziyaret eden turistlere farklı tat ve farklı mutfak kültürü deneyimlerini de yaşatmaktadır. Sokak satıcılarına iş istihdamı sağladığı için de sokak lezzetleri oldukça önem arz etmektedir. Sokak lezzetlerinin hazırlanma sürecinin kısa sürmesi veya tüketilmeye hazır bulunması, düşük maliyetli olması ve doyurucu olması sebebiyle hem satıcılar hem de tüketiciler tarafından çok fazla rağbet görmektedirler (Barro vd., 2002; Buscemi vd., 2011; Kok ve Balkaran, 2014).

1.1.1. Sokak Lezzetlerinin Tanımı

Sokak lezzetleri, satıcılar tarafından sokaklar veya caddelerde halka açık yerlerde, hazırlama aşamasında fazla uğraş vermeden tüketime hazır yiyecek ve içecekler olarak tanımlanmaktadır (WHO, 1996; Mosupye ve von Holy, 1999). Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (The Food and Agriculture Organization of the United Nations [FAO])'nün yapmış olduğu tanımlamaya göre sokak lezzetleri;

satıcılar tarafından hazırlanan sokak, cadde veya açık alanlarda satışa sunulan yemeye hazır yiyecek ve içecek olarak tanımlanmaktadır. Aynı zamanda, sokak satıcılarının seyyar arabalarda veya tezgâhlarda sunduğu pratik hazır yiyecekler olarak da tanımlandığı bilinmektedir (Calloni, 2013). Ekenam'e göre (1998) sokak lezzetleri, insanların kolayca ulaşabildikleri, hali hazırda olup tüketmek için hazırlık getirmeyen, halka açık alanlarda satılan aperatif yiyeceklerdir.

Sokak gıda satıcıları temel olarak her kitleye uygun, nispeten besleyici ve pratik yiyecekler sunmayı amaçlamaktadır (WHO, 2010). Sokak lezzetlerinde çatal, bıçak, kaşık veya tabağa ihtiyaç duyulmaksızın fazla uğraş gerektirmeden yiyeceklerin daha hızlı tüketilmesi gerektiği düşünülmektedir (Bellia vd., 2016: 22).

Sokak yiyecekleri kolay ulaşılabilirliği sayesinde tüketiciler tarafından ilgi görmektedir. Düşük ve orta gelirli insanların sokak lezzetlerini tercih ederken hem fiyat uygunluğu hem de tükettikleri yiyeceklerin doyurucu olmasına dikkat ettiği bilinmektedir (Sert ve Kâbusuz, 2010). Ancak her ne kadar sokak yiyeceklerinin mevcut çalışmalarda düşük ve orta gelirli tüketiciler tarafından tercih edildiği belirtilmiş olsa da aslında toplumun tüm bireylerine hitap edebilmektedir (Kraig ve Taylor, 2013: 359-360). Sokak lezzetini tercih eden insanlar, ürünün kalitesinden ve güvenilir olmasından çok, yiyeceklere kolay ulaşılabilir olmayı ve sokak yiyeceklerini tüketirken haz duymalarını ön planda tutmaktadırlar (Kargiglioğlu ve Aksoy, 2020: 127-128).

Sokak yemekleri bulunduğu bölgenin sosyal, ekonomik ve kültürel özelliklerini yansıtmasında önemli rol oynamaktadır (Ballı, 2016). Her destinasyonda bulunan sokak lezzetleri bulunduğu yerin kendine has özellikleri, gelenek ve görenekleri, tarih boyunca değişen ve gelişen yemek kültürleri hakkında bilgiler sunmaktadır. Bu sayede destinasyonu seyahat eden turistler, o destinasyon hakkında doğrudan bilgi sahibi olabilmektedir (Gönülgül ve Özkaya, 2017). Sokak lezzetlerinin destinasyonlar için bir diğer faydası istihdam oluşturma yeteneğine sahip olmasıdır. Destinasyona seyahat eden turistler sayesinde o bölgenin ekonomisini canlandırmakla beraber, işsizler için yeni bir iş istihdamı sağlamaktadır (İrigüler ve Öztürk, 2016).

Sokak lezzetleri hijyenik ortamlarda üretilip satıldığı düşünülmesi de insanların tüketmeye devam ettiği vazgeçilmez lezzetlerdir. Bilhassa öğrencilerin daha çok tercih ettikleri fakat tercih etmelerine rağmen olumsuz düşünceleri de beraberinde olduğu bilinmektedir. Öğrenciler tarafından olumsuz düşünceler olsa da sık tüketilmesinin

nedeni bütçeye uygunluğu, pratik bir şekilde üretilip tüketilmesi ve bu sayede zamandan tasarruf sağlanmasıdır (Sert ve Kapusuz, 2010).

1.1.2. Sokak Lezzetlerinin Tarihçesi

Sokak yiyeceklerinin tüketimi oldukça eskiye dayanan bir yemek kültürüdür. Sokak yiyecekleri, farklı kültürlerde farklı roller ile hayatın bir parçasını oluşturmaktadır (Dawson ve Canet, 1991). Sokak lezzetlerinin tarihsel sürecine bakıldığında kökeninin Antik dönemden günümüze kadar geldiği bilinmektedir. Antik Yunanlılar ilk sokak lezzeti olgusunu, İskenderiye limanında satışı sunulan kızarmış balığı deneyimleyerek ortaya çıkarmışlardır. Antik Yunanlılar tarafından ortaya çıkan sokak lezzetleri kültürü zamanla Antik Romalılar tarafından geliştirilmiştir ve günlük yaşamın bir parçası haline gelmiştir (StreetFoody, 2014). Antik Romalıların o dönemin getirdiği koşullarıyla birlikte birçok evde ocak ve fırın bulunmadığından sokak lezzetlerinin tüketimi daha yaygın olduğu bilinmektedir (Davinder, 2015). Bu dönemde gladyatör savaşlarını izlemeye giden Romalıların atıştırma olarak tuzlu bezelye tükettikleri bilinmektedir. Aynı zamanda sosyalleşme ve spor alanı olarak kullandıkları hamamlarda temizlendikten sonra ise sokak lezzetleri olan sosis ve kızarmış balık tükettikleri bilinmektedir (TheLocal, 2015; Kargiglioğlu 2019: 26). Antik Çinliler ise sokak yemeklerini genellikle fakir halkın tükettiğini düşünmekteydi. Zengin Antik Çinlilerin evlerinde ocak ve fırın bulunduğundan dışarıda sokak lezzetleri tüketmek onlar için bir itibar kaybı olarak görülmekteydi (Higman, 2012).

Türk toplumunun mutfak kültüründe, sokak lezzetlerinin uzun yıllardır var olduğu bilinmektedir. Sokak lezzetleri alışkanlığı Osmanlıdan bu yana Türk mutfak kültürünün önemli bir parçası haline gelmektedir. Özellikle yiyecek içecek işletmelerinin yaygın olmadığı zamanlarda insanlar gıda ihtiyaçlarını dışarda hazır ürünlerle karşılayarak bir alternatif seçenek oluşturulmuştur (Kargiglioğlu ve Aksoy, 2019). Osmanlı'da sokak lezzetleri ilk kez, 1502 yılında Sultan II. Beyazıt döneminde tarih sayfalarında yerini almaktadır. Bitkisel şeker macunları, turşu ve turşu suları, aromalı şerbetler, pilav, ciğer, yoğurt, salep, boza, börek çeşitleri, simit çeşitleri Osmanlı zamanında önde gelen sokak lezzetlerini oluşturan yiyeceklerdir (İrigüler ve Öztürk, 2016).

Sokak lezzetleri Evliya Çelebi'nin yazdığı "Seyahatname" adlı eserde Osmanlı dönemi İstanbul'un sokak yiyeceklerinin önem arz ettiği bilinmektedir. O dönemde

sokak satıcılarının kendine özgü renkli kıyafetleriyle ve bağırışlarıyla o dönemi en iyi şekilde aktaran betimleme olmuştur. Çeşitli şenliklerde, askerler sefere çıkarken, köy gösterilerinde ve düğünlerin düzenlendiği meydanlarda gezici esnaf adı verilen sokak satıcılarının satış yapma olanakları bulunduğu saptanmıştır. Genellikle boza, süt, keten helva, aromatik şerbetler, simit ve macun gibi yiyecek ve içeceklerin yer aldığı bilinmektedir (And, 2006).

17. yüzyılda sokak lezzetlerine getirilen sınırlılıklar ve yasaklar ile sokak lezzetleri satışlarının önüne geçilmeye çalışmıştır. 18. Yüzyılda yiyecek içecek işletmelerinin yaygınlaşması ile beraber sokak lezzetlerine olan ilgi ve rağbette azalma görölmüştür. Fakat 19. Yüzyılda yaşam şartlarının, çalışma ortamlarının, kentleşmenin ve nüfus artışlarının değişmesiyle birlikte sokak lezzetlerine tekrar ilgi görölmüş ve tüketiminde artış olduğu belirlenmiştir. 19. yüzyıldan günümüze kadar sokak lezzetlerinde büyük bir gelişme meydana geldiği görölmektedir. Sokak lezzetleri kùltürü günümüzde dñyanın hemen hemen her yerinde rağbet göröldüğü bilinmektedir (Iędir, 2020: 55).

1.1.3. Sokak Lezzetlerinin Önemi

Sokak lezzetleri, gıda endüstrisinde en hızlı gelişen ürün olarak bilinmektedir. Sokak lezzetlerinin hemen hemen birçoğu ortak alanlarda hazırlandığından dolayı tüketime hazır olduğu bilinmektedir. Bu sayede depolama süresi uzun olmadığı için taze malzemeler kullanılmaktadır (şengel vd., 2015). Bu bağlamda sokak lezzetlerini tüketen insanlar sokak lezzetlerini, taze malzemelerden yapıldığı ve hali hazırda buldukları için tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Gelişmiş ÷lkelerde sokak lezzetlerini tüketmek o ÷lkenin yerel yiyeceklerini ve kùltürel değerlerini yansıttığı düşünölmürken, az gelişmiş olan ÷lkelerde sokak lezzetleri sıradan bir tüketim durumu haline geldiği söylenebilmektedir (Demir vd., 2018).

Sokak lezzetlerinin tüketildiği yerde, o destinasyonun kimliğini yansıttığı düşünölmektedir. Sokak lezzetleri, yerli ve yabancı turistlerin tüketmeyi sevdiği ürün olarak bilinmektedir. Ekonomik ve kolay ulaşılabilir olduğu için daha çok tercih edildiği düşünölmürken hijyen boyutunun da göz ardı edilmemesi gerekliliği vurgulanmaktadır. Hijyen boyutunu önemsemeyen tüketiciler, ürün tazeliği, hali hazırda olduğu ve kolay ulaştıkları için sokak lezzetlerini tüketmek için motive oldukları bilinmektedir (Yıldırım ve Albayrak, 2019: 1081).

Şehir merkezlerinin gelişmesi, nüfusun artması, çalışma koşullarında ve sürelerinde yaşanan değişiklik tüketicilerin daha uygun fiyatta yemek tüketme arzusuna neden olmuştur. Bu sayede sokak yiyeceklerine ve hazır gıdalara olan gereksinim artmıştır (Buted ve Ylagan, 2014). Sokak lezzetleri tüketicilere nispeten ucuz, kolay erişilebilen ve çeşitli öğünler sunduğu için sokak yemeği endüstrisi dünya çapında kısa bir zamanda çok hızlı bir şekilde yol kat etmiştir (Monney vd.; 2014). Sokak lezzetleri tüketen tüketicilerin zamandan tasarruf sağladığı, dışarıda yediklerinden dolayı herhangi bir uğraş harcamadıkları için memnun oldukları da bilinmektedir.

Gelir açısından ve özellikle kadınlar için iş istihdamı sağlayan sokak lezzetlerinin önemli sosyoekonomik etkisinin yaygın olduğu düşünülmektedir. Sokak yiyecekleri daha çok düşük gelirli kitleye hitap edeceği öngörülmektedir. Bu sayede düşük maliyetten oluşturulan sokak yiyecekleri düşük gelirli tüketicilere kolayca ulaşabilmektedir (Cardoso, Santos, & Silva, 2009; Muzaffar, Huq, & Mallik, 2009).

1.1.4. Sokak Lezzetlerinin Özellikleri

Sokak lezzetleri, hali hazırda olan aperiatif yiyeceklerdir. Bu yüzden en önemli özelliği hazırlanmış olarak tüketicilerin talep etmesi durumunda doğrudan erişilebilir olmasıdır. Sokak lezzetleri ülkelerin ve o ülkelerdeki bölgelerin yiyecek içecek kültürlerinin önemli bir parçasıdır. Sokak lezzetlerini tüketen bireyler fazla zaman harcamadan o zaman dilimi içerisinde yiyeceklerini tüketebilmektedir. Sokak lezzetlerinin kolay erişilebilirliği, hızlı bir şekilde tüketilmesi, düşük bütçeli olup her kitleye hitap etmesi, zengin çeşitliliğinin olması, doyurucu ve besleyici olması destinasyonlar için önem arz etmektedir (Ballı, 2016: 11). Sokak yiyeceklerinin başkaca bir özelliği ise genellikle motorlu veya motorsuz araçlarda, taşınabilir el tezgahlarında, çeşitli tablalarda veya camekanlı arabalarda satılmasıdır (Tinker, 1987). Sokak lezzetlerine genellikle sokak kaldırımlarında, market, okul ve hastane önlerinde, insanların çok bulunduğu kalabalık caddelerde, yaz aylarında deniz kenarlarında, plajlarda ya da parklarda, bazen de konser alanlarında sıkça rastlanmaktadır (Tuncer ve Biçer, 2009).

Sokak lezzetini tüketen bireylerin satıcılar ile birebir ilişki kurulabilmesi sağlanmakta ve sokak seyyar satıcılarının bulunduğu konum sosyal bir alan haline gelmektedir (Karsavuran ve Özdemir, 2017: 547). Hem sosyal hem ekonomik alanda ön planda olan sokak lezzetlerinin iş istihdamı sağlaması da bir diğer önemli özelliğidir.

Yüksek sermayesi bulunmayan ve yiyecek içecek işletme açma riskine girmek istemeyen girişimler için sokak seyyar satıcılığı yapması dünya genelinde ciddi bir gelir sağlamaktadır (Franck, 2005).

Son olarak sokak lezzetlerinin en önemli özelliklerinden biri de marketler, kafeteryalar veya restoranlar belirli saatlerde kapalı kalırken bu yiyeceklere günün neredeyse her saatinde ulaşılabilmesidir. Sokak lezzetleri günün her vaktinde tüketilse de sabah, öğle, akşam ve gece olmak üzere dört ayrı öğünde sınıflandırılmıştır. İzmir sokak lezzetlerinde sabah daha çok simit, boyoz, kumru tüketilirken öğlen, akşam ve gece sıcak servis edilen kumru, midye dolma, kokoreç, söğüş, lokma ve bomba gibi yiyecekler en çok tercih edilen yiyecekler arasında yer almaktadır (Yıldız, 2020).

1.1.5. Sokak Lezzetlerinin Kültürel ve Ekonomik Yönleri

Kültür, bireylerin taleplerini ve davranışlarını oluşturan en temel unsurlardan biridir. Toplumumuzda bireylerin davranışları sonradan öğrenilerek oluşturulmuştur. Bireyler genellikle sonradan öğrenilmiş davranışları aile ve sosyal çevrenin yardımıyla edinmiştir. Ortak bir kültür üzerinde buluşabilmek toplumlar arasında büyük ölçüde önem arz etmektedir. Kültürel değişiklikler veya farklı sebepler insanların satın alma davranışını doğrudan etkilediği bilinmektedir (Kotler ve Armstrong, 1999: 44-145).

Sokak lezzetleri, dünyanın hemen hemen her ülkesinde oldukça yaygındır. Sokak gıdalarının her biri ülkenin kendine öz yemek kültürüne büyük oranla katkı sağlamakta ve 2,5 milyar insanın sokak yiyeceklerini tüketmesi sokak lezzetlerinin ekonomik olarak da ülkeye fayda sağladığı bilinmektedir (FAO, 2011). Son zamanlarda hızlı ulaşılabilen ve tüketilebilen yiyeceklere talebin artmasıyla beraber sokak lezzetleri de büyük ölçüde kültürel ve ekonomik olarak gelişim sağlamaya başlamıştır. Özellikle sokak lezzetleri gelişmekte olan ülkeler tarafından tüketimi daha yaygın olduğu bilinmektedir. Bunun nedeni nüfusun artması ile beraber şehirleşmenin gerçekleşmesi, sosyal ve ekonomik durumların değişkenlik göstermesidir (İrigüler vd., 2016: 221).

Sokak lezzetleri satmanın ekonomik anlamda tercih edilmesinin nedenlerinden birisi de işletme maliyetinin olmaması, vergi ödeme zorunluluğunun bulunmaması ve satıcının kimseye gereksinim duymadan aile fertleriyle ya da tek başına kolayca çalışabilir vaziyette olmasıdır (Cardosa vd., 2014). Sokak satıcılığı kar oranı yüksek bir iş fırsatı şeklinde değerlendirilmektedir. Ayrıca satıcılar geçmişte atalarından

öğrendikleri yiyecekleri üreterek geleneksel lezzetleri devam ettirmektedir (Solunoğlu, 2018).

1.2. Sokak Lezzetleri Tüketimini Etkileyen Faktörler

Günümüzde yiyecekler ve içecekler temel ihtiyaçları karşılamaktan çok, kültürel mirasları deneyimlemek için bir fırsat olarak görülmektedir. Kültürel özellikleri içeren sokak lezzetleri, tüketiciler tarafından yeni lezzetler deneyimleme ve farklı kültürler hakkında bilgi sahibi olma gibi motivasyonlarla tüketir hale gelmiştir. Bu sayede birçok destinasyon mutfak özelliklerini sergilemek için sokak lezzetlerini kullanabilmektedir (Kozak, 2014: 60; Erkol ve Zengin, 2015: 601). Her destinasyonda farklı mutfak özelliklerini yansıtan sokak lezzetlerinin ortaya çıkmasında çevresel etmenler, tarih, iklim, gıda çeşitliliği, sosyal ve ekonomik yapılar ve yerel kültür etkili olmaktadır. Bu sokak lezzetlerini tüketen turistler açısından değerlendirildiğinde cezbedici bir araç olarak görülmektedir (Björk ve Kauppinen-Räisänen, 2014: 294). Örneğin; Türkiye açısından bakıldığında İzmir'in kendine özgü sokak lezzetlerinin bulunması farklı destinasyonlardan gelen ziyaretçilerin ilgi odağı olup, İzmir'in marka imajını kuvvetlendirmektedir (Yıldız, 2020).

Tüketiciler sokak lezzetlerini satın alırken motivasyona, psikolojik duruma ve demografik özelliklere göre farklılık gösterilebilmektedir. Demografik açıdan düşünülecek olursa gelir düzeyi, eğitim ve medeni durumu önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Psikolojik duruma göre bakıldığında yeni yiyeceklerin deneyimlenmesi, farklı kültürler lezzetlerini öğrenme, hali hazırda ürünler olduğu için zamandan tasarruf edilmeleri sokak lezzetlerini satın almasına etki eden önemli unsurlardır. Buna rağmen yiyecek neofobisi olan bireylerin ilk defa bir sokak lezzetini tüketecek olması çekimser davranmasına neden olabilmektedir. Motivasyon açısından bakıldığında ise sokak satıcılarla birebir iletişimin kurulması ve kişisel deneyimin artması gibi unsurlar da sokak lezzetlerini satın almaya etkisinin mevcut olduğu bilinmektedir (Martinez vd., 2010: 33). Bunlarla birlikte sokak lezzetlerinin satın alınması nedenleri şu şekilde ifade edilmektedir (Çavuşoğlu ve Çavuşoğlu, 2018):

- Sokak lezzetlerinde kullanılan ürünlerin daha çok tazeliğe sahip olması,
- Sokak yiyeceklerinin daha iyi lezzete sahip olması,
- Sokak lezzetleri aracılığıyla üreticiler veya seyyar satıcılarla diyalog kurarak olumlu ilişkiler geliştirilebilme imkânı sunması,

- Sokak lezzetlerinde kullanılan yiyecekler için müşteri talepleri dikkate alınması,
- Besleyici ve doyurucu özelliği olması,
- Fiyat bakımından tüketicilere cazip gelmesi.

Sokak lezzetleri tercihini etkileyen faktörlere bakıldığında; motivasyonel faktörler (kültürel deneyim yaşama, heyecan arayışı, bilgi edinme, otantik deneyim, etkileşim kurma, prestij vb.), demografik faktörler (yaş, eğitim düzeyi, gelir düzeyi, medeni durumu meslek vb.) ve psikolojik faktörler (yeni yiyecek arayışı, farklı deneyimler yaşama isteği vb.) şeklinde üç faktörün belirlendiği görülmektedir (Kim vd., 2009; Mak vd., 2012; Kim ve Eves, 2012).

1.2.1. Motivasyonel Faktörler

İnsanların davranış ve hareketlerinin meydana gelmesi sürecinde biyolojik ve psikolojik istekler olarak belirtilen motivasyon üzerine pek çok çalışmalar geliştirilmektedir (Yoon ve Uysal, 2005: 46). Bununla beraber motivasyon gastronomi turizmi araştırmalarında uzun süredir çalışılan konular arasında yerini almaktadır. Turistlere göre seyahat motivasyonları yeni yerler keşfetmek, farklı kültür deneyimlemek, merak etmek, prestij kazanmak, sosyalleşmek ve statü kazanmak şeklinde sınıflandırılmaktadır (Huang, 2009: 153). Gastronomi turizmi kapsamında ziyaretçilerin motivasyonları ziyaret sırasında başka insanlarla etkileşimde bulunma, ziyaret edilen yerlerdeki yöresel lezzetleri ve sokak lezzetlerini tatma, fiziksel ihtiyaçlarına karşılık verilecek hizmetlerin alınması şeklinde ifade edilmektedir (Fields, 2002).

Sokak lezzetlerinin satıcılar tarafından tüketicilere taze bir şekilde sunulması tüketicilerin tercih sebeplerindedir. Aynı zamanda tüketimde zamandan tasarruf sağlanması, tüketim gerçekleştirirken huzurlu vakit geçirme hissiyatı oluşması ve otantik atmosferi deneyimleme durumu tüketicilerin motivasyonlarını artırmaktadır. (Yüncü, 2010: 28).

1.2.2. Demografik Faktörler

Sokak lezzetleri tüketimini etkileyen faktörler içerisinde motivasyon ve psikolojik durum olduğu gibi demografik faktörlerin de önem arz ettiği düşünülmektedir. Sokak lezzetleri tüketimini etkilediği belirtilen demografik özellikler, bireyin kişisel özellikleri ile alakalıdır. Bu nedenle cinsiyet, medeni durum, aylık gelir,

yaş gibi değişkenlerin sokak lezzetleri tüketiminde etkili olduğu ifade edilmektedir (Kraig ve Sen, 2013).

Solonoğlu ve Nazik (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmada sokak lezzeti tüketiminin eğitim seviyesi ile ilişkili olduğu belirtilmiştir. Yapılan araştırmada lisans ve lisansüstü eğitilmiş olan bireylerin sokak lezzeti tüketiminin ilköğretim eğitilmiş olanlara göre daha yüksek olduğu ifade edilmiştir. Hastaoğlu vd. (2021) tarafından yapılan çalışmada ise sokak lezzeti tüketiminin yaş değişkeninde farklılık arz ettiği saptanmıştır. Buna göre 18-25 yaş grubuna göre 34-41 yaş grubunda olan katılımcıların daha çok sokak lezzeti tüketme niyetinde olduğu belirtilmiştir.

1.2.3. Psikolojik Faktörler

Sokak lezzetlerin tüketiminde psikolojik faktörler gıdaların güvenilir olup olmaması, hijyenik ortamlarda hazırlanıp hazırlanmaması gibidir. Sokak lezzetleri ne kadar çok sevilerek tüketilse de yiyeceklerin hijyenik olması, bu yiyeceklerin tüketiciler tarafından gönül rahatlığıyla tüketilmesini sağlamaktadır (Privitera ve Nesci, 2015). Sokak lezzeti tüketen ziyaretçilerin farklı tatlar arayışı kişiden kişiye değişkenlik gösterilebilir. Bazı tüketiciler yiyeceğin görünüşü, tadı ve göze hitap etmesi gibi özelliklere önem verirken, kimisi sağlıklı ve doyurucu olma özelliğine önem vermektedir. Dolayısıyla bu değişkenlikler bir motivasyon faktörü olarak kişiden kişiye farklılık gösterebilmektedir (Malhotra, 2016). Bir diğer konu ise yiyecek neofobisidir. Yiyecek neofobisi, bulunduğu yerden başka bir bölgeye seyahat eden ziyaretçilerin yabancı olduğu bölgedeki farklı sokak lezzetlerini deneyimlemeyi istememesi durumudur. İlk defa deneyimlenecek yiyeceklere karşı korku ve endişe olarak da bilinmektedir (Mak vd., 2017: 5).

1.3. Gastronomi Turizminde Sokak Lezzetleri

Toplumların beslenme alışkanlıkları sahip oldukları kültürel değer, buldukları bölgedeki coğrafi ve ekolojik şartlar, ekonomik faaliyetler ve tarihten bu yana yaşanan tecrübelerle şekillenmektedir (Kesici, 2012). Ziyaretçilerin destinasyon seçiminde etki olan temel unsur o bölgenin çekiciliğidir. Bir bölgenin çekiciliği; kültürel mirasın zenginliği, sanatsal değerleri, alışveriş imkanları ve yemek kültürü ile yakından alakalı olduğu bilinmektedir. Destinasyonun çekicilik faktörü olarak kabul edilen mutfak kültürü hem turizm ürünü olarak kabul edilebilmekte ve aynı zamanda bir pazarlama

aracı olarak da kullanılmaktadır. Özellikle son zamanlarda gastronomi turizmine yönelik ilginin artması ile bu alana gerekli önem verilerek farklı araştırmalar yapıldığı bilinmektedir (Cömert, 2014, s. 65).

Gastronomi özelliği bulunun her ürün turizm kapsamında gastronomik turizmi olarak nitelendirilmektedir. Gastronomik turizm ürünleri, bir bölgeye ait yiyecek ve içecekler, o bölgede üretilen ve bölgeye özgü sunulan gastronomik kimliği oluşturan önemli etkenler arasında yer almaktadır (Nebioğlu, 2017). Yiyecek ve içecekler turist deneyimleri için oldukça önem arz etmektedir (Richards, 2002). Özellikle yöresel yiyeceklerin sunulduğu ya da sokak lezzetlerinin ön planda olduğu bölgeler turistler için cezbedici ve zengin bir deneyimde bulunmalarına olanak sağlanmaktadır (Quan ve Wang 2004).

Gastronomi turizminin bir öğesi olan sokak lezzetleri destinasyonların gelişmesinde önemli rol oynamaktadır. Bazı ziyaretçiler sadece yerel ürünleri deneyimlemek için seyahat etmekte ve gittikleri bölgenin sokak lezzetlerini bir kültür öğesi olarak tanımlamak ve değerlendirmeyi istemektedirler (Demir vd. 2018, s. 590-591). Gıda sektöründe sokaktaki sunumu ile temsil edilen sokak yiyecekleri kolay ulaşılabilir olması ve maliyet açasından tüketicilerin yoğun talep ettiği bir deneyimdir. Bunun yanı sıra sokakta bulunması farklı bir deneyim sağladığı için tüketiciler tarafından çekicilik unsuru oluşturmaktadır (Privitera ve Nesci, 2015, s. 716-722).

1.3.1. İzmir İli Sokak Lezzetleri

Gevrek; Türk toplumunun önemli bir parçası olan simit, 16. yüzyıldan günümüze kadar geldiği ve bu yiyeceğin İstanbul kaynaklı olduğu bilinmektedir. Fakat Evliya Çelebi'nin 17. Yüzyıl seyahatnamesinde Balkanlar'da da simidin mevcut olduğu ve aynı zamanda gevrek olarak da isimlendirildiği belirtilmiştir. (Dikkaya, 2011; Türkiye Kültür Portalı, 2013).

Gevrek, kulak memesi kıvamından biraz daha sert hamurdan yapılmaktadır. Öncelikle hamura kemik şekli verilmekte ve daha sonra kalın uçları birleştirilip yuvarlak bir şekil oluşturulmaktadır. Ayrı bir kapta önce pekmezli suya batırıldıktan sonra kalan fazla pekmezli su süzgeç yardımı ile süzölmektedir. Tavada kavrulan susama bulanıp fırınlanarak hazır hale getirilmektedir. Simit ile gevrek arasındaki en önemli fark, pekmezleme aşaması olduğu bilinmektedir. Gevrek, sıcak pekmezleme (kaynayan

pekmezli su) yöntemi ile hazırlanırken simit soğuk pekmezli suda hazırlanmaktadır (Yentürk, 2018).



Resim 1: Gevrek

Boyoz; İzmir ili yöresel lezzetlerinde önemli bir yere sahiptir. Boyoz özellikle sabah kahvaltılarında tüketilebildiği gibi günün her zaman diliminde de tüketilebilmektedir. İspanyolca'da "bolos" adı verilen çöreklerden yola çıkarak boyoz kelimesi türetilmektedir (www.goizmirturkiye.com). 500 yıllık bir geçmişi bulunan İzmir boyozu, Osmanlı döneminden bu yana günümüze kadar ulaşmaktadır (<https://ci.turkpatent.gov.tr>). İzmir boyozunun şekli yuvarlıktır ve ebatları birbirine benzemektedir. Un, su ve tuz ile hazırlanarak fırında pişirilmektedir. Ağızda kolay dağılan boyozun kalınlığı 2,5-3,5 cm, çapı ise 7-9 cm aralığındadır (<https://ci.turkpatent.gov.tr>).

İzmir ilini simgeleyen boyoz, haşlanmış yumurta ve çay eşliğinde tüketilmektedir (Özdoğan, 2016). Ulaşılabilirliği kolay olduğu için öğrenciler ve farklı sektörlerde çalışan insanlar için hızlı ulaşılacak ve aperatif olarak hızlıca tüketilebilecek bir öğündür. Tarih boyunca birçok kültürlerle etkileşimde bulunmuş ve şu an günümüzdeki haline gelmiştir. Boyoz, İzmir sokak lezzetleri listesinin en başında yer almaktadır. Yahudilerde tahin helvalı, peynirli ve ıspanaklı boyoz mevcutken, İzmir sokak lezzetlerinde sade olarak satılmaktadır (Asal, 2014).



Resim 2: Boyoz

Kumru; Bir sandviç ekmeği olan kumrunun, İzmir ilinde yaklaşık olarak 150 yıllık bir geçmişı bulunmaktadır. İzmir Kumrusunun hamuru, gevrek hamurunun yapısına benzediği bilinmektedir. Kumru hamuruna, isteğe göre nohut mayası da eklenebilmektedir. Hamurun üzerine susam eklenerek fırında pişirilmektedir. Hazırlanan kumru hamurunun ortası bombeleştirilip kenarlarına doğru daha sivri hale getirilerek şekil verilmektedir. Kumru ismi de bu şeklin bir kuş gövdesine benzetildiği için kullanılmaktadır. İzmir'in sokak lezzetlerinde gevrek kadar sık tüketilen kumru, günün sabah saatlerinde daha çok tercih edilir durumdadır. Ulaşılması kolay olan bu atıştırmalık, akşamüstü çaylarının yanında da yerini almaktadır. İzmir' de kumru iki şekilde üretilmektedir. Bunlardan ilki soğuk servis edilerek üretilen kumrudur. Kumru ekmeği tam ortadan iki parçaya bölünmeden kesilmektedir. İçerisine İzmir tulum peyniri veya Bergama tulum peyniri, 2-3 dilim domates dilimi, tam veya verev kesilmiş yeşil biber ve son olarak isteğe göre tuz eklenerek soğuk servis edilmektedir (Yentürk, 2018).



Resim 3: Kumru (Soğuk Servis Edilen)

Bir diğerk servis biçimi de sıcak olarak sunulan kumrudur. Kumru ekmeği iki parçaya bölünmeden kömür ateşine konularak ekmeğin gevrekleştirilmesi sağlamaktadır. 5 dakika bekletildikten sonra içrisine margarin sürülerek daha önceden yine kömürde pişmiş olan sucuk, salam, kaşar peyniri, cheddar peyniri ve ince dilimlenmiş domates kumru ekmeğinin içrisine konulmaktadır. İzmir'in sıcak kumrusuna müşterinin isteğine göre sosis, turşu, ketçap ve mayonez eklenerek servis edilmektedir (Yentürk, 2018).



Resim 4: Kumru (Sıcak Servis Edilen)

Söğüş; İzmir ilinde tüketilen sokak lezzetlerinden biridir. Söğüş, soğuk olarak tüketilmektedir. İnce lavaş içrisine soğuk etler, (haşlanmış kuzu kellesi, göz çevresindeki etler, dil ve yanak) ince doğranmış soğan, domates ve maydanoz eklenip dürüm haline getirilerek hazırlanmaktadır (Yentürk, 2018).



Resim 5: Dürümde Sögüş

Lezzet ve aroma katması için kimyon, kırmızı pul biber ve tuz ilave edilebilmektedir. İsteğe göre lavaş üstü şeklinde de servis edilebilmektedir. Ayrıca beyin ve göz gibi et parçaları eklenerek teknil adı verilen dürüm elde edilmektedir (Yentürk, 2018).



Resim 6: Servis Sögüş

Kokoreç; Koyunun bağırsağının (bumbar) temizlenmesi sonucunda şişe sarılarak hazırlanmaktadır. Şişe yatak şeklinde sarılır ve odun ateşinde pişirilir. Kokoreçler piştikten sonra bıçak yardımıyla şişten halka şeklinde kesilmekte ve tahta üzerinde iri ya da ince olarak kıyılmaktadır (Yentürk, 2018).



Resim 7: Kokoreç

Midye; Türk mutfağı kültürüne Bizanslılar tarafından kazandırılmıştır. Kabuklu deniz ürünü olan midye iç pilav hazırlanarak midye dolma şeklinde ifade edilen sokak lezzeti hazırlanmaktadır. Midyeler hazırlanırken ilk olarak denizden çıkarılıp, temizlenmektedir. Temizlenen midyelerin içine soğan, pirin, sıvıyağ ve baharatlarla beraber iç harç pişirilip içleri doldurulmaktadır. Hazırlanan midyeler kendi buharında pişirilmektedir. Genellikle midyeler, sokak seyyar satıcıları tarafından tepsiye dizilerek limon ile birlikte servis edilerek sokak lezzetlerindeki yerini almaktadır (Güngörür ve Bostan, 2019; Aydın, 2020).



Resim 8: Midye

Bomba; İçi akışkan pralin dolgusu veya türevlerini içeren, dış kısmı ise ince çıtır hamurdan oluşan İzmir mutfağında önemli yere sahip bir kurabiye türüdür. İç dolgusu

zamanla çeşitlendirilerek fıstıklı, frambuazlı, beyaz çikolatalı, antep fıstığı ezmesi ve fıstıklı olarak farklılık sağlamıştır. Tüketiciler tarafından beğeni toplayan bomba, İzmir sokak lezzetlerinin başında yer almaktadır.



Resim 9: Bomba

Şammali/Şambali; İrmikle hazırlanan hamur 2-3 cm olacak şekilde fırın tepsisine yaydırılır. Üzerine badem ya da fıstık koyarak fırına verilir. Yaklaşık 40-45 dakikada 180 derecede pişirilmektedir. Fırına verildikten yarım saat sonra çıkarılıp ve dikdörtgen şeklinde kesilir tekrar fırına pişmek üzere koyulur. Pişen şambali fırından çıkarılıp üzerine şerbet dökülerek soğutulmaya bırakılmaktadır. Servis sırasında şambalinin arası açılarak isteğe göre kaymak ya da dondurma, tarçın eklenerek tüketime hazır hale getirilmektedir (www.ci.turkpatent.gov.tr).



Resim 10: Şammali/Şambali

Lokma; İslamiyet'i benimseyen Türkler, Anadolu'ya yerleştikten sonra diğer topluluklarla iyi ilişkiler kurduğu ve bu sayede birbirlerinin gelenek, görenek ve adetlerinden etkilendiği bilinmektedir. Ortodoksların geleneğine göre, vefat eden komşularının cenazelerinde ve kandillerde pişi ve helva dağıtılmaktadır. Bu pişiler geliştirilip tatlandırıldıktan sonra ölülerin ruhları için dağıtmaya başlanmıştır (Gürsoy, 2013: 59). Günümüzde de İzmir ilinde bu adet veya gelenek hala devam etmektedir.

Buğday unu, maya, tuz, toz şeker ve su ile hazırlanan lokmaya yuvarlak şekli verilmektedir. Yuvarlak şekli verilip daha sonra ortasının delinmesi İzmir iline özel lokma niteliğini oluşturmaktadır (<https://ci.turkpatent.gov.tr>). Hazırlanan hamur kızgın yağda kızartılmaktadır. Pişen lokmalar şerbette bekletildikten sonra tüketicilere sıcak olarak servis edilmektedir. Lokmaların şerbetine karanfil veya çubuk tarçınla aroma verilebilmektedir.



Resim 11: Lokma

Buzlu Badem; 1930'lu yıllardan bu zamana kadar süregelen buzlu badem, eskiden açık hava gazinolarının çevresinde Yahudi satıcılar tarafından satışa sunulduğu bilinmektedir. Genellikle yaz akşamlarında tüketilen buzlu badem, İzmir'in hemen hemen her caddesinde sıkça rastlanılan ve çok tercih edilen bir atıştırmalıktır.



Resim 12: Buzlu Badem

Sokak satıcıları bir buz kalıbının üzerine kırık bademleri dökerek cam seyyar arabalarda tüketicilere sunmaktadır. Genellikle serinlemek amacıyla tüketilen buzlu badem en çok yaz aylarında olmakla beraber dört mevsim satışı gerçekleştirilen bir sokak lezzetidir (Yıldız, 2020).

Turşu Suyu; Turşu, meyve ve sebzeleri salamura veya kendi öz suları içerisinde, laktik asit bakterileri sayesinde fermente edilmesiyle oluşturulmaktadır. Turşuya eklenen tuz koruyucu etkisi yaratmaktadır. İzmir'in caddelerinde de seyyar arabalarla turşu ve turşu suyu satılmaktadır. Turşu bağışıklık kazandıran bir yiyecek olduğundan Türk mutfak kültüründe yeri oldukça önem arz etmektedir (Aktan vd., 1998).



Resim 13: Turşu Suyu

Sübye; Kavun, sindirim sisteminde faydalı olarak bilindiği için mevsiminde taze olarak ve şerbetlerde sık sık kullanılmaktadır (Sarioğlan ve Cevizkaya 2016:242). Kavun ham meyve olarak tüketildiği gibi aynı zamanda çekirdekleri de hem taze hem de kurutulmuş olarak şerbetlerde kullanıldığı bilinmektedir. Kavun çekirdeğinde fazla miktarda

bulunan protein sayesinde zengin bir besin kaynağı olarak görülmektedir (Fidanboylu, 2020). Kavunun çekirdeğinden yapılan şerbet “sübye” olarak bilinmektedir (Bakırcı ve Zeyrek, 2017: 56). 500 yıllık bir geçmişi bulunan sübye, Ege bölgesine göç eden Yahudiler tarafından Türk mutfak kültürüne kazandırılmıştır.



Resim 14: Sübye

Kavun çekirdekleri yıkandıktan sonra havanda dövülür ve suyla karıştırılıp daha sonra süzdürülür. Sonra şekeri ekleyip durulmaya bırakılır. Dibe çöken posadan sonra üzerindeki sübye alınıp süzülür ve soğuk olarak servis edilir (Nedim, 1980).



Resim 15: Çiğ Kavun Çekirdeği

Harnup Şerbeti; Harnup (keçiboynuzu) şerbetini yaparken keçiboynuzları yıkayıp, süzdürme işlemi yapılır. Kuşbaşı doğranıp tencerede bir taşım kaynatılır ve bir gece bekletilir. Sabaha kadar bekletilen keçiboynuzları 20 dakika kaynatılır ve ateşten alınır.

Süzdürülen keçiboynuzlarına başka bir temiz kaptta şeker ilave edilir. Şeker eridikten sonra soğumaya bırakılır (Şavkay, 2000).



Resim 16: Harnup Şerbeti

Demirhindi Şerbeti; Demirhindi adı Arapçada “tamr-i hindi” olarak ifade edilmektedir. “Hint hurması” olarak da bilinen ve günümüze kadar gelen bir çeşit meyvedir. Keçiboynuzunu anımsatan koyu kestane renginde olan bu meyveler aromatik ve ekşi bir tada sahip olduğu bilinmektedir (Lükel, 2011). Olgunlaştıktan sonra koyu kahverengi veya siyahımsı renge dönüşürken, ham hali ise kıvılcık kahve renkte bulunmaktadır (Ceyhun-Sezgin, 2017).



Resim 17: Demirhindi Şerbeti

Demirhindi şerbeti, Osmanlı mutfak kültüründe en gözde şerbet olarak bilinmektedir. 1 gece önce ılık suda bekletilen demirhindi meyveleri ertesi gün bekletilen suyla beraber kaynatılır. Aroma katması için içine gül suyu, muskat cevizi eklenir. Tatlandırmak amacı ile şeker, pekmez ya da bal ilave edilir. Bir tülbent yardımı

ile süzdürülür ve soğuk servis edilmektedir. Eski kaynaklardan yola çıkarak demirhindi şerbeti sıcak havalarda serinlemek ve ferahlamak, bunun yanında mideyi rahatlatmak amacıyla tüketildiği bilinmektedir (Özdoğan ve Işık, 2007).

1.4. Müşterilerin Satın Alma Kararlarını Etkileyen Faktörler

Yemek, insan yaşamında önemli bir rol oynamaktadır. Bu sebeple, her insan kendi tüketeceği yemekleri seçerken, yemeğin türü, kişisel motivasyonlar, kişinin yaşam tarzı, kültür, din, daha önce tükettiği yemek deneyimleri ve diğer psikolojik faktörlerden etkilendiği bilinmektedir (Cruwys, Bevelander ve Hermans, 2015). Tüketicilerin satın alma süreçlerinde, psikolojik faktörler, kişisel faktörler, kültürel faktörler, sosyal faktörler, ekonomik faktörler, sosyal medya etkisi ve tüketicilerin ödeme gücünden etkilenmektedir (Trivikram, 2016).

Tüketici kararı, bireylerin eylem yolu için birden çok seçenek sunduğunda içinden geçtiği bilişsel bir problem çözme sürecidir. Alternatifler arasından seçim, seçeneklerin sayısına, tüketicilerin mevcut durumuna bağlıdır (Resnik, 1987). Gastronomi turizminde tüketicilerin rekabetçi bir ortamda satın alma kararlarını nasıl verdiklerini anlamak için karar verme süreci araştırmalarına ilgi oldukça artmaktadır (Bandara, 2014).

Vieira ve Slongo (2008), her tüketiciyi satın alma anında etkileyen birtakım özelliklerin bulunduğunu vurgulamıştır. Bu nedenle tüketicilerin bir ürünün özelliklerine göre tanımlaması ve satın alma süreçlerini algılarına göre belirlemesi yaygın olduğundan, o ürünün özellikleri ve değerleri oldukça önem arz etmektedir (Vieira ve Slongo, 2008). (De Moura, Nogueira ve Gouvêa, 2012). Bir ürünün özelliklerinin önemi, her bireyin kendine özgü özelliklerine göre bir tüketiciden diğer bir tüketiciye göre önemli ölçüde değişiklik gösterebilmektedir (Engel, vd.,1995; Alpert 1971).

1.4.1. Ürün Faktörleri

Tüketicilerin gıda satın almalarını etkileyen birçok unsurların olduğu bilinmektedir. Bu unsular; çevre hijyeni, gıda ve hizmet kalitesi, fiyat ve değer, yaşam tarzı, tüketici memnuniyeti şeklinde sıralanabilmektedir. (R. Liu, Pieniak ve Verbeke, 2013). Ürün faktörleri, tüketilecek gıdanın tadı, dokusu, tazeliği, görünümü, çekiciliğini ve servis sıcaklığını içermektedir (Mosavi Seyed ve Mahnoosh, 2013). Tüketicilerin

satın alma kararları, genel duygusal deneyimi ve memnuniyet derecelerine ve aldıkları hizmet performanslarına bağlı olduğu bilinmektedir (Oliver, 1980). Kim ve Eves'e (2012) göre, tüketicilerin satın alma eğilimlerinde yiyeceklerin tadı, göze hitap etmesi ve çeşitliliği oldukça önem arz ettiği belirtilmiştir. Tüketiciler gıda satın alırken gıdaların lezzetinin yanı sıra kalitesi ve hijyeni de önemli bir kriter oluşturmaktadır.

1.4.2. Fiyat

Kotler ve Keller (2009), ürünleri uygun fiyatlandırmanın tüketiciler tarafından ürün kalite bilincini etkileyebileceğini açıklamıştır. A. Liu ve Niyongira (2017), tüketicilerin davranışlarının fiyattan etkilenebildikleri, fiyata daha duyarlı olan tüketicilerin güvenli gıdanın daha pahalı olduğunu düşünmekte ve bu yüzden güvenli gıda satın almak istedikleri için pahalı ürün tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Radder ve Rouv (2005) çalışmasında da tüketicilerin satın alma kararı verme sürecinde fiyatın doğrudan etkili olabileceğini belirtmektedirler.

1.4.3. Yer

Bir yiyecek içecek işletmesinin başarısı için konum önemli bir yere sahip olmaktadır (Scarborough ve Zimmerer, 2000). Literatürde, perakende satış yerleri ve ulaşım arasında kırılmaz bir zincir ilişkisinin bulunduğu saptanmıştır (Lin, Chen ve Liang, 2018). Kentsel alanlarda perakende türlerinin çeşitlenmesi ile beraber perakende işletmelerinin yerleşim yeri eskiye göre karmaşık bir hale gelmektedir. Hızlı kentleşme ve farklı bölgelerdeki erişebilirliğin artmasıyla birlikte ulaşım, işletmelerin yerleşimini etkileyen önemli bir faktör haline gelmektedir. Ayrıca bir işletmenin cadde üzerinde erişebilirliği ve merkezliği önemli bir kilit faktörünü oluşturmaktadır. Cadde merkezi arazi kullanımı ve sosyo-ekonomik faaliyetleri doğrudan etkilendiği bulunmuştur (Kang, 2015). Bu sebeple en merkezi topluluk özellikle yiyecek içecek işletmeleri için, bölgesel ekonomik faaliyetlerin en sıcak noktası olduğu belirtilmiştir (Hillier, 1999).

1.4.4. Satıcı Özellikleri

Chokenukul, Sukhabot ve Rinthaisong (2018), Tüketicinin satın alma kararını, duyu organları tarafından algılanabilen gıda ile önceki deneyimlerinden etkilediğine dikkat çekmektedir. Satıcı, tüketici için tatmin edici bir deneyim sunarsa, müşterilerinin tekrar o satıcıya gelmesi için bir süreklilik oluşturma eğilimi oluşturulacağı belirtilmiştir. Hizmet kalitesinin faktörleri, hizmet personelinin hızı ve verimliliği,

tüketicilere karşı olan tavırları, güler yüzlülüğü ve yardım etme eğilimini içermektedir (Han ve Hyun, 2017).

1.4.5. Yaşam tarzı

Veal (1991) tarafından “Yaşam tarzı, bir kişinin veya bir grubun karakteristik özelliği olan bireysel ve sosyal davranış modelidir” olarak tanımlanmaktadır. Bourdieu (1984) yaşam tarzını, alışkanlıklardan meydana geldiğini düşünmektedir. Aynı zamanda tüketicilerin tercihleri doğrultusunda yaşam tarzının oluştuğunu belirtmektedir. Araba modelleri, giyim markaları, seyahat tarzları ve yemek çeşitleri yaşam tarzını oluşturan faktörlerdendir. Birçok insan yaşam tarzına göre yiyecek içecek tercihi yapmaktadır. Bu kitlenin çoğu sokak lezzetlerini tercih etmektedir (Simopoulos ve Bhat, 2000). Sobal, Bissogni, Devine ve Jastran'ın (2006) yiyecek seçimi teorisinde 3 konu ele almaktadırlar:

- 1) Kişisel yaşam tarzı (Çevre etkisi)
- 2) Ruh halini etkileyen faktörler ve Aile üyeleri kararları
- 3) Bireyin kendi tercihleri (Ürünlerin hazırlama kolaylığı, fiyatı, sağlıklı ürün seçimi.)

1.4.6. Referanslar

Chokenukul ve ark. (2018) araştırma sonuçları, tüketicilerin gıda satın almadan önce, satın alma kararı vermek için çeşitli kanallar aracılığıyla gıda bilgi arayışlarına girdiği bilinmektedir. Arama sürecinde tüketiciler, daha önce o ürünleri deneyimleyen kişilerden, kitaplardan, belgelerden, dergilerden veya sosyal medya dokümanlarından yararlandığı belirtilmiştir. Bagozzi (2012) tarafından yapılan bir araştırmanın sonuçları, bazı tüketicilerin bir ürünü satın almadan önce biraz araştırma yaptığını göstermektedir. Bu sebeple gıdanın bilgi kaynağı da tüketicilerin karar vermek sürecini önemli bir ölçüde etkilemektedir. Ayrıca aile üyelerinin de satın alma sürecinde birbirlerini etkilediği belirtilmiştir (Chokenukul vd., 2018). Chikweche ve Fletcher'ın (2010) çalışmasında aile üyeleri arasındaki etkileşimin olduğu satın alma sürecinde etki gösterildiği saptanmıştır.

1.4.7. Kültürel Değerler

Hawkins ve Mothersbaugh (2013), tüketicinin tüketim davranışı teorisi aracılığıyla, dışsal etkileyici faktörlerin (aile üyeleri gibi) ve içsel etkileyici faktörlerin

(ruh hali ve tutum gibi) teşvik ettiğini ve tüketicilerin karar verme sürecini ve satın almalarını etkilediğini öne sürmüştür. Kotler ve Keller (2009), tüketicilerin satın alma kararlarında ürünün fiyatı, ürüne ulaşılabilirlik, önceki deneyimi, psikolojik durumu önem arz etmektedir. Literatürler incelendiğinde, birçok insan seyahat ederken temel motivasyonlarını tanımak ve buna bağlı olarak yiyecek ve içecek satın aldıklarını göstermektedir (Okumuş, Okumuş ve McKercher, 2007). Aynı zamanda tüketiciler farklı kültürler hakkında bilgi edinme isteği sayesinde o bölgeye ait yiyecek ve içecekleri de tüketmektedirler (Kim, Eves ve Scarles, 2009). Bölgedeki yöresel lezzetler bölgenin turizm imajına da değer kazandırmaktadır. Yemek, bir tür kültürel turizm olarak tüketicilere kültürel deneyim sunmaktadır (Horng ve Tsai, 2010).

1.4.8. Hedonik Değer

Kim ve Eves'e (2012) göre, 20 kişi ile yapılan görüşmede, yerel gıda tüketimini etkileyen heyecan verici, deneyim, rutinden kaçmak, sağlık sorunu, öğrenme bilgisi, otantik deneyim, beraberlik, prestij, duyuşsal çekicilik ve fiziksel çevreden oluşun dokuz motivasyonel faktörün bulunduğu açıklanmıştır. Lupton (1996) yemek yeme deneyiminin insanların hayatlarına heyecan kattığını düşünürken, Fields (2003) de insanların duyuşsal algıları ile oluşun görsel, tat ve koku gibi etmenler tüketicilerin yöresel mutfağı tatma eğilimlerinin oluştuğunu düşünmektedir.

1.5. Gastronomi Turizminde Sokak Lezzetlerine Yönelik Yapılan Araştırmalar

Çekiç (2022) tarafından yapılan çalışmada sokak lezzetlerine yönelik tüketicilerin risk ve fayda algıları ile öznel norm ve davranışsal niyetleri arasında ilişkinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu amaçla sokak lezzeti tüketen 18 yaş üzeri tüketicilerden 397 anket toplanmıştır. Elde edilen bulgular çerçevesinde öznel norm ve algılanan risk cinsiyete göre farklılaşmaktadır. Bunun yanında algılanan fayda düzeylerinde cinsiyet ve medeni duruma göre anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla yapılan regresyon analizi kapsamında algılanan riskin fayda, öznel norm ve davranışsal niyet üzerinde negatif etkisi bulunmaktadır. Öznel normun davranışsal niyet üzerinde etkisi saptanmıştır. Son olarak algılanan faydanın öznel norm üzerinde pozitif etkisinin olduğu belirlenmiştir. Çalışmada tüketici davranışlarının öngörülmesi ve anlamlandırılması noktasında öznel normların önemli bir etken olduğuna dikkat çekilmiştir.

Ballı (2016) yaptığı çalışmada, insanların turizm algılarındaki ve isteklerinde hızlı değişiklikler turistik ürünlerin çeşitlendirilmesine ihtiyaç duyulduğunu belirtmektedir. Her bölgenin kendine ait yemek kültürünün olduğunu düşünmekte ve sokak yemekleri de gastronomi turizminin önemli bir parçası olduğunu savunmaktadır. Dünya genelinde sokak yiyeceklerinin tüketiminin çok yaygın olduğu bilinmektedir. Ülkemizde de bölgeden bölgeye, mevsimden mevsime göre değişiklik gösteren sokak lezzetlerinin mevcut olduğunu aktarmaktadır. Adana ilinin sokak lezzetlerini, turizmdeki yeri ve önemi üzerinde durmuş, çok geniş yiyecek seçimleri bulunan Adana ilindeki sokak lezzetlerinin geliştirilmesi için birtakım çalışmalar yürütülmesi gerektiğini düşünmektedir.

Gönülgül ve Durlu Özkaya (2017) tarafından gerçekleştirilen araştırmada, bir bölgenin yemek kültürünün oluşumunda birçok faktörün olduğu düşünülmektedirler. Bunlar coğrafi özellikler, iklim koşulları, bitki örtüsü yörenin gelenek ve yaşam tarzı gibi birçok unsurun mevcut olduğu bilinmektedir. Los Angeles ve Toronto satışı yapılan sokak yemeklerinin çoğunluğunu fast food tarzı yiyeceklerin oluşturduğu saptanmıştır. Ancak, satış yapılan konuma göre menü içeriklerinde, araç gereçlerde ve servis şeklinde farklılıklar olduğu gözlemlenmiştir. Bu çalışmanın literatüre faydalı olunabileceği düşünülmektedir.

Karsavuran (2018) çalışmasında, sokak lezzetleriyle alakalı literatür tarandığından çalışmaların gıda güvenliği ve sokak yemeklerinin düzenlemesine yönelik geliştiği halde, turizm ve gastronomiyle ilişkilendirilen çalışma konusu oldukça sınırlıdır. Sokak lezzetlerinin, gastronomi turizminin bir parçası olarak değerlendirilip çalışmalar yapılması önerisi sunulmuştur.

Sünnetçioğlu ve Yıldırım (2019) sokak lezzetlerini tercih eden tüketicilerin sokak satıcılarına olan güveni ve algılarını ele almaktadırlar. Sokak gıda satıcılarına olan güven algılanan fayda üzerinde olumlu etkisini sürdürürken, algılanan risk ve tutum ise davranışsal niyet üzerinde negatif bir etki görüldüğünü saptamıştır.

2. BÖLÜM: GIDA GÜVENLİĞİ

2.1. Gıda Güvenliği

Dünyanın dört bir yanındaki insanların sağlıklı yaşam sürmeleri için, yiyecekleri yeterli ve güvenli bir şekilde tüketmeleri gerekmektedir. Bu ihtiyaca rağmen, gıda güvenliğini sağlayan birçok faktör nedeniyle dengeli ve güvenli beslenme tam olarak sağlanamamaktadır (Erkmen, 2010). Gıda güvenliği, yiyeceklerin tedarikinden başlayıp ürünlerin işleme, depolama, dağıtım, hazırlama, pişirme ve tüketme işlemine kadar olan tüm aşamalarda gerekli kurallara uyulmadığı takdirde gıda güvenliğinde risk teşkil etmektedir (Özbek ve Fidan, 2010). Bütün bu gibi etmenler fiziksel, biyolojik ve kimyasal tehlikelerden korunmasıyla gıda güvenliği sağlanmaktadır (Eryılmaz, vd., 2018: 237-245).

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü'ne (FAO) göre; gıda güvenliği, gıdalarda tüketicilerin sağlığına zarar verebilecek tehlikelerin bulunmaması veya kabul edilebilir düzeyde olması" anlamına gelmektedir. Ayrıca gıdanın içerdiği besin değerini kaybetmemiş, doğal haliyle oynanmamış olan besinler de güvenli gıda olarak tanımlanmaktadır (Kırgız, 2014). Sezgin ve Artık'a (2015) göre gıda güvenliği, gıdalarda meydana gelebilecek fiziksel, kimyasal ve biyolojik tehlikelerin önlenmesi için alınacak tüm tedbirlerin bütünü olarak açıklamaktadırlar.

Tüketicilerin gıda tüketimiyle ilgili sorunlarının giderek artan bir eğilimi olduğu görülmektedir. Bu bağlamda gıda güvenliği ile ilgili endişeler, diğer gıda işletmeleri kadar catering işletmeleri için de önemini artırmıştır. Bu kapsamda restoranların gıda güvenliği ve gıda hijyeni bilgilerine olan ilgisi giderek artmaktadır. Bu ilginin artmasının temel nedenleri, tüketicilerin gıda güvenliğine yönelmesi, dışarıda yemek yiyenlerin sayısındaki artış, teknolojik yenilikler ve gıda tedarik zincirindeki değişimler etkili olmaktadır (Sneed ve Strohbahn, 2008: 1170).

Gıdalarda kimyasal Gıda kaynaklı mikroorganizmaların oluşmasına neden olan temel faktörler şunlardır: güvenli olmayan yiyeceklerin kullanımı, çapraz bulaşma, taşıma, saklama ve depolama esnasında yapılan yanlış uygulamalar, kişisel hijyen ve mutfak hijyenine dikkat edilmemesi etkili olmaktadır (Taha vd., 2020).

Gıda güvenliğinin sağlanması ile beraber hem hizmet kalitesini hem de tüketicilerin nerede yemek yiyeceklerini etkilemelerinde önemli rol oynamaktadır

(Worsfold, 2006). Knight vd. (2007) yapmış oldukları araştırmada, gıda güvenliğinden kaynaklanan sorunların tüketicilerde seçimlerinde önem arz ettiğini vurgulamaktadırlar. Literatürler incelendiğinde bazı araştırmalara göre tüketicilerin hem yemek seçimi tercihlerinde (Özdemir, 2010) hem de restoran seçiminde gıda güvenliğinin sağlanması önemli bir faktör olarak bilinmektedir. Taşıdığı riskler sebebiyle, satın alma kararı veren tüketiciler tarafından gıda güvenliğinin oldukça önemli olduğu bilinmektedir (Ayaz ve Sünbül, 2019:245).

Tüketicilere güvenli yemek hizmeti sunmak, tüm yiyecek içecek işletmelerinin sorumluluğu altında olduğu bilinmektedir (Sienny ve Serli, 2010: 641). Restoranların büyüklüğu, türü ve konsepti göz önünde bulundurmaksızın, tüketicilerin sağlığını olumsuz yönde etkileyebilecek riskleri ortadan kaldırıp, güvenli gıda sunmaları gerekmektedir. Bu sebeple yiyecek içecek hizmeti veren dünya çapındaki tüm işletmelerde gerekli yasalar çıkarılmakta ve düzenlemeler yapıldığı saptanmıştır. Yapılan bu düzenlemeler ve çıkarılan yasalar sayesinde tüketiciler güvenli gıdaya daha rahat ulaşabilmektedirler (Alli, 2004: 28).

2.2. Gıda Güvenliğinin Önemi

Yiyecek-içecek işletmelerinde gıda güvenliğinin temel amacı misafirin sağlığını korumak ve tüketicilerin güvenli gıdalar tüketmesini sağlamaktır. (Sökmen, 2003, s. 57). Gıda güvenliğine gereken özen gösterilmediğinde tüketicilerin sağlığını tehdit etmekte ve yiyecek içecek işletmelerinde üretilen gıdaların kimyasal, biyolojik ve fiziksel kirlenmelere yol açabilecek olumsuz sonuçlar yaratmaktadır. Bu tür gıda kontaminasyonları insanlarda besin kaynaklı hastalıklara yol açabilmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nde besin kaynaklı hastalıklar sebebiyle yılda yaklaşık olarak 9.100 kişi hayatını kaybetmektedir (Walczak, 1999, s. 21-26).

Dünya Sağlık Örgütü ile Gıda ve Tarım Örgütü, sokak yiyeceklerinin güvenliğini sağlamak ve arttırmak için çeşitli programlar geliştirmiştir. Sokak yiyeceklerine rehber olan bu programlarda; gıda güvenliği gereksinimleri ve uygulamaları, gıda güvenliği stratejilerinin geliştirilmesi, risk oluşturabilecek gıdaların uygun hazırlama, pişirme ve servis aşamalarına dikkat edilmesi ve sokak gıda satıcılarının gıda güvenliği konusunda bilgi düzeylerini geliştirmesi amaçlanmıştır. (WHO, 1996; FAO/WHO, 2001; FAO, 2009; FAO/WHO, 2010; FAO/WHO, 2013; FAO/WHO, 2017)

2.3. Sokak Lezzetlerinde Gıda Güvenliği

Sokakta satılan yiyecek ve içeceklerin hazırlandıkları yer, satıldıkları veya tüketildikleri yerlerin gıda kontaminasyonuna maruz kalacağı düşünülerek, güvensiz gıda olduğuna dair genel bir algının oluştuğu bilinmektedir (Muinde & Kuria, 2005). Sokak yiyecekleri halka açık alanlarda (yol kenarları, pazar yerleri, okul yerleşkeleri, sanayi siteleri ve otobüs terminalleri vb.) sunulduğu için gıda güvenliğinin tam olarak sağlanmadığı düşünölmektedir. Yiyeceklerin hijyen ve sanitasyon kurallarına uyularak hazırlanması ve satılmasının sağlanması doğasında var olan zorluklar sebebiyle, sokakta yiyecek otomatları, popölasyonda gıda kaynaklı hastalıklara neden olabileceği ile ilişkilendirilmektedir (Almeida, 1996; Bryan, Michanie, Alvarez ve Paniaywa, 1988; Umoh ve Odo, 1999). Bu gibi durumlarda fazla miktarda çöplerin birikmesiyle beraber satış yerleri çevresinde haşere ve böceklerin oluşması da sağlanmış olmaktadır (Bryan ve diğerleri, 1997). Bu kapsamda sokakta hazırlanan ve satılan yiyecek ve içeceklerin tüketilmesi, tüketiciler tarafından sağlık tehdidi oluşturulduğu varsayılmaktadır (Mosupye ve von Holy, 1999).

Yetersiz hijyen uygulamaları ve sokak satıcılarının hijyen koşullarını sağlayamaması nedeniyle hem gelişmiş ölkelerde hem de gelişmemiş ölkelerde sokak yiyeceklerinden meydana gelen gıda kaynaklı enfeksiyonlar oluşmaktadır (Cortese vd,2016; Wardani vd, 2013).

Sokak lezzetlerinin gıda güvenliği açısından riskli olma nedenlerinden biri satışa sunulan gıdaların oda sıcaklığında bulunmasıdır. Özellikle yaz mevsiminde hava sıcaklığı 34 gıda için büyük ölçüde risk oluşturmaktadır. Açıkta bulunan yiyecekler, hava ile temas ederek etrafta bulunan tozlar ve mikroorganizmalar sayesinde güvenli gıda olmaktan çıkıp tüketicilerin sağlığını olumsuz yönde etkilemektedir (Demirağ ve Yılmaz, 2014).

2.4. Sokak Lezzetlerinde Gıda Hijyeni

Hijyen; sağlıklı ortamın sağlanması için alınan temizlik önlemleri ve uygulanan yöntemlerin yanında, tüketicilerin sağlığının korunması ve iyileştirilmesi için yapılan tüm çalışmalar olarak tanımlanmaktadır (Kayaardı, 2012). Başka bir tanımla hijyen, sağlıklı yaşam koşullarının sağlanması (Tayfur, 2009) için alınan önlemlerin bütünü olarak ifade edilmektedir (Aktaş ve Özdemir, 2012: 242).

Gıda hijyeni ise yiyeceklerin halk sağlığına herhangi bir Şekilde olumsuz bir etki oluŐturmaması ve gıdaların besin değerinin kaybedilmeden üretim aŐamasından tüketime aŐamasına kadar geçen süreçlerde alınan hijyenik önlemleri içermektedir (Bilici vd., 2008; Tayar ve Kılıç, 2014; Motarjemi, 2016). Gıda hijyeni, yiyeceklerin üretimin aŐamasından başlanıp satın alınması aŐamasına kadar dikkat edilmesi gereken önemli bir unsurdur (Özkaya ve Cömert 2008: 149).

Yiyecekleri her türlü mikroorganizmalardan ve kirlenmelerden uzak tutmak, gıda hijyeninin en önemli parçası olarak görülmektedir (Bulduk ve Bulduk, 2018: 46). Günümüz hayat Şartlarında yemek yeme alışkanlıklarında birçok değişim meydana geldiği bilinmektedir. Tüketicilerin hali hazırda satılan ürünlere ilgisi artmakta olduğu saptanmış ve bu sayede dışarıda yemek kültürü yaygınlaşmaktadır. Bu kültürün beraberinde getirdiği ürünlerin hazırlanma, piŐirilme ve servis aŐamasındaki süreçte, gıda hijyeni daha dikkat edilmesi gereken bir husus olduğu öngörülmektedir. (Tayfur, 2009). Gıda hijyeni kurallarına uymak tüketiciler tarafından ne kadar önemliyse, hijyen kurallarına uyulmadığı takdirde ise ortaya çıkabilecek tehlikeli durumlar da bir o kadar önem arz etmektedir (Bulduk ve Bulduk, 2018).

2.4.1. Satın Alma Sürecinde Gıda Hijyen

Yiyeceklerin korunmasının sağlanması ve gıda kaynaklı hastalıkların önlenmesi için; ürün kalitesi, ürünü satın alma, depolama, hazırlama, pişirme, soğutma ve yeniden ısıdırma, servis ve en son aŐama olan bulaŐık sürecinde yiyecekler, çevre ve personel hijyeni kurallarını göz önünde bulundurulmaları ve bu kurallara uymaları gerekmektedir. Yiyecek içecek işletmeleri güven duyduğu tedarikçilerle çalışmakta ve hijyen koşullarını dahilinde satın alma sürecini tamamlamaktadırlar. Öncelikle, tedarikçilerin ve işletmelerin ürün tedarik sürecindeki potansiyel riskleri belirleyip satın alırken bu hususlara dikkat etmeleri gerekmektedir (Bilici, 2008, s. 29-30):

- Ezilmiş meyve ve sebzelerin olmamasına ve mevsimine uygun meyve sebzelerin seçilmesine dikkat edilmeli,
- Hasar görmemiş, çatlamamış yumurtaların seçilmesi,
- Ambalaj üzerindeki üretim ve son tüketim tarihlerine dikkat edilmesi,
- Bombeleşmiş konserve, kapakları gevşek ve kırık olmamasına,
- Dondurulmuş gıdalarda ise soğuk zincirin kırılmamasına,

- K f, güve ve b ceklelenmemiŐ tahlıl ve kuru baklagilin seçilmesi,
- Balıklarda ise parlak pulları, solungaçların kapalı olması ve belirgin kokuda olması gibi bazı hususlara dikkat edilmelidir.

2.4.2. Teslim Alma Sürecinde Gıda Hijyeni

Sokak gıda satıcılarının hammaddelerini uygun koşullarda saklayabileceği depolama alanları bazı durumlarda yetersiz kalabilmektedir. Hammadde ve iŐlenmiŐ gıdaların uygun koşullarda depolanması ve taşınması güvenli gıda oluşumunda önemli rol oynamaktadır. İŐlenmiŐ ya da iŐlenmemiŐ gıdaları muhafaza edilmesi sürecinde kullanılan araç ve gereçlerin, gıdaların bulunduğu alan, gıda kontaminasyonuna maruz kalınmaması, stokların sistematik olarak kontrol edilmesi gerekmektedir (Alimi, 2016; Proietti vd., 2014).

2.4.3. Hazırlama Sürecinde Gıda Hijyeni

Yiyeceklerin hazırlanması sürecinde, personellerden, kullanılan araç ve gereçlerden, gıdaların hazırladığı ortamdaki ve diğer yiyeceklerden mikroorganizma geçiŐi olabilmektedir. Bu geçiŐi önlemek için, yiyeceği hazırlayan personelin hijyeni, yiyeceği servis eden personelin hijyeni, ortamın hijyeni, ekipmanların hijyeni sağlanmalı ve bu oluŐabilecek risklerin önüne geçilmelidir. Besin gruplarının (et, balık, süt ve türevleri, sebze ve meyveler, kurubaklagiller) her biri farklı tezgahlarda ve farklı ekipmanlarla hazırlanması gıda kontaminasyon riskini en aza indirmektedir. Yiyeceklerin hazırlanmasından pişirilip, servis aşamasında kadar görevli olan tüm personellerin kişisel hijyenlerine dikkat etmesi gerekmektedir. Hazırlık aşamasında yiyecekler uzun süre dışarıda bekletilmemeli 5 C ya da altındaki sıcaklıklarda soğutucu dolaplarda muhafaza edilmelidir. Hazırlık aşamasında kullanılan tüm araç ve gereçler temiz olmamasına  zen gösterilmelidir (Girgin, 2008, s.56,57).

2.4.4. Pişirme Sürecinde Gıda Hijyeni

PiŐirmeye hazır olan et, yumurta, süt ve krema gibi yoğun protein içeren yiyecekler oda sıcaklığında uzun süre bekletilmemeli, hemen piŐirilmeli veya soğuk dolaplara kaldırılmalıdır (Girgin, 2008, s.55). Salata yapımında kullanılan malzemeler 5 C veya altında muhafaza edilmelidir. Potansiyel risk taşıyan gıdalar kısa sürede hazırlanıp, oda sıcaklığında fazla süre bekletilmemesi uygun görülmektedir. Çiğ potansiyel riskli gıdalar hazırlama sürecinde kullan-at eldiven tercih edilmelidir.

Potansiyel risk oluşturabilecek gıdalar hazırlandıktan sonra pişme sürelerine ve sıcaklıklarına dikkat edilmesi gerekmektedir. Ürünlerin pişme sürelerini ve sıcaklıklarını ayarlayabilmek için kolaylık sağlamak amacıyla dijital göstergeli yemek termometreleri kullanılabilir. Pişirilmiş olan ürünlerin tadımında da gıda hijyenine önem verilmesi gerekmektedir. Tadımı yapılan her ürün için ayrı yemek çatalı, kaşığı ve bıçağı kullanılmalı, farklı bir ürüne ikinci kez aynı tadım servisleri (çatal, bıçak, kaşık) kullanılmamalıdır (Girgin, 2008, s.56).

2.4.5. Servis ve Bekletme Sürecinde Gıda Hijyeni

Servis aşamasında da diğer tüm aşamalardaki gibi hijyen kurallarına dikkat edilmesi gerekmektedir. Aksi halde servis esnasında yapılan yanlış ve uygunsuz davranışların gıdaların kontamine olmasına sebep olabilmektedir (Bilici, 2008; Koçak, 2015; Sağlık Bakanlığı, 2020). Servis masasında yer alan kuver takımındaki gereçlerin (çatal, kaşık, bıçak takımları, tepsiler, menaj takımları vb.) bir beze sarılı olarak taşınması gerekmektedir. Servis malzemelerine asla çıplak elle temas edilmemeli, edilecekse mutlaka eldiven giyilmesine özen gösterilmelidir. Serviste kullanılacak araç gereçlerin çatlak, kırık olmamasına dikkat edilmeli ve yere düşen malzemeler uygun bir şekilde yıkanmadan kesinlikle tekrar kullanılmamalıdır. Soğuk servis edilecek yemekler sıcaklığı 10 derece altında olmalı ve 1-2 saat içerisinde servis edilmelidir. Pişmiş yiyecekler servis edilinceye kadar kısa bir süre bekletilecek ise, iç sıcaklığı en az 70 derece olmalı ve gıdaların üstü kapalı olmalıdır. Hemen servis edilmeyecekse ise pişirilmiş yiyeceklere ön soğutma işlemi yapılmalıdır (Baş, 2004; Sökmen, 2006; Mahmutoğlu, 2010; Tayar ve Kılıç, 2014; Bulduk ve Bulduk, 2018).

2.5. Sokak Lezzetlerinde Fiziki Koşullar ve Araç-Gereç Hijyeni

Gıda üretim aşamasında yeterli ve düzenli temizlik koşullarının sağlanamaması durumunda, üretilen ürünler insan sağlığını tehdit etmekte ve gıda zehirlenmesi gibi sonuçlar doğurabilmektedir. Temizlik aşamaları kendi içerisinde yüzey temizliği, ekipman temizliği ve çalışan temizliği gibi kategorilere ayrılabilir. Besinlerle direk temas halinde bulunan ekipmanlar, tezgahlar, zemin ve raf gibi yüzeylere göre daha fazla risk oluşturulabileceği bilinmektedir. Riskin olabildiğince kabul edilebilir seviyeye ulaşması için sıcak su, çeşitli deterjanlar ve dezenfektanların kullanılması gerekmektedir. Temizlik sürecinde kullanılan kimyasal ürünlerin sıcaklığı, süresi ve kullanılan miktarı göz önünde bulundurularak kullanım sağlanmalıdır (Doğan, 2018).

Sokak yiyeceklerinin güvenliği için hazırlanan yiyeceklerin pişirilmesi ve depolanması esnasında kullanılan ekipmanların ve araç gereçlerin uygun koşullarda kullanılması gerekmektedir. Kalitesiz araç gereçler ve uygun olmayan kullanım hataları gıda güvenliğini tehdit ederek patojenlerin gelişmesine, toksin oluşumuna zemin hazırlamaktadır. Kullanılan ekipmanların rutin temizliğine özen gösterilmeli, etkili bir şekilde temizlenmeli ve korunması gerekmektedir. Aksi halde insan sağlığına olumsuz yönde etki sağlamakta ve istenmeyen sonuçlarla karşı karşıya gelinebilmektedir (Rane, 2011).

2.6. Sokak Seyyar Satıcılarının Hijyeni

Yiyecek üretim yerlerinin hijyenik koşullarının sağlanması için ilk kural, çalışan personellerin kişisel hijyenlerine dikkat etmesi olduğu bilinmektedir. Üretimde görev alan personel, işlerin tamamını büyük bir titizlikle ve özenle yapmalıdır. Gıda hijyenini sağlama da personellerin önemli ölçüde sorumlulukları bulunduğu bilinmektedir. Gıda kontaminasyonunun çoğunluğu insanların bilgi yetersizliğinden kaynaklanmaktadır. Gıda kaynaklı hastalıklara öncülük eden mikroplar ve bakteriler gıdalara bulaşmadan, personeller sayesinde gıda kontaminasyonuna uğramadan tüketicilere ulaşması gerekmektedir. Bir yiyeceği satın alırken karar verme sürecini etkileyen en önemli unsur, satıcının kişisel bakımı ve temizliğidir (Karsavuran, 2018).

Sokak satıcısı kendi dış görünümüne (titizlik ve temizlik) önem vermezse tüketiciler tarafından ön yargı oluşturmakta ve o ürünü tercih etmemektedirler. Satıcıların temizliği, ürünlerin hazırlanma tezgahların temizliği ve ürünlerin estetik görüntüsü satıcı ve tüketici arasında ki güvenli gıdayı temsil etmektedir (Karsavuran, 2018). Sokak gıda satıcılarının günlük kıyafetleri ve iş yerinde kullandığı kıyafetler farklı olmalıdır. Temizliğin simgesi olan beyaz renk tercih edilirse tüketiciler açısından güven algısı oluşturularak pozitif yönde bir etki sağlanabilmektedir. Gıdaların içerisine düşme ihtimali yüksek olan ve güvenli gıdaya risk oluşturabilen saçlar ise her zaman toplu, bone içerisinde yer almalıdır (Aydın,2020).

Personellerin taktığı aksesuarlar (yüzük, saat, bileklik, kolye gibi...) gıdalarla temas halinde bulunup risk oluşturabileceğinden, personellerin aksesuar takmaması gıda hijyenine olumlu bir etki bırakmaktadır. Gıdaların hijyen kalitesinin iyi olabilmesi için personelin gıda ile tüm teması olan yerlerinin ve diğer vücut yerlerinin temiz olması

gerekmektedir. Bir gıdayı güvenilir kılmak için gıdayı hazırlamakla görevli kişi ve servisten sorumlu olan kişi ile bağlantı halinde olduğu düşünülmektedir (Doğan, 2018).

Sokak satıcıları ve gıdayı üreten kişilerin soğuk algınlığı gibi üst yolum enfeksiyon geçiren kişiler gıda ile temasının kesilip üretimde ya da serviste çalıştırılmaması gerekmektedir. Bu rahatsızlıklar taşıyan personeller ‘taşıyıcı’ olarak bilinmektedir. Vücutta bulunan mikroorganizmalar taşıyıcılar tarafından diğer tüketicilere ulaşarak gıda zehirlenmelerine sebebiyet verebilmektedir (Doğan, 2018). Gıda kaynaklı hastalıkların oluşumunda ki en temel neden, uygun koşullarda olmayan üretim ve satış aşamasıdır. Yiyeceklerin güvenliğini sağlamak ve korumak gıda kaynaklı riskleri ortadan kaldırmaktadır (Megep, 2011).

Sokak satıcıları yaptıkları alışveriş sürecinde ürünleri tüketicilere teslim ettikten sonra, tüketiciden gelen para ile temas ettiğinde mutlaka ellerini yıkamalıdır. Aynı zamanda tuvaletten çıktıktan sonra, çöp konteynerine dokunduktan sonra ve herhangi gıda için risk oluşturabilecek bakteri taşıyan nesnelere temasından sonra, hapşırık ve öksürük gibi durumlarda ve sigara içen personellerin sigara içtikten sonra da ellerini yıkaması güvenli gıda oluşumuna zemin hazırlamaktadır (FAO, 2009).

2.7. Gastronomi Turizminde Gıda Güvenliğine Yönelik Yapılan Araştırmalar

Araştırmanın temel amacını kapsayan sokak lezzetlerini tüketen tüketicilerin, gıda güvenlik bilgilerinin satın almaya etkisinin ortaya çıkarılması doğrultusunda, daha önceden yapılmış gıda güvenliği ile ilgili çalışmalar şu şekilde sıralanmıştır:

Alyakurt (2009) tarafından yapılan araştırma, gıda güvenlik eğitimini tamamlayan ve tamamlamayan Turizm Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin gıda güvenlik bilgi düzeyleri ve tutumlarının farkını ortaya çıkarmak amacıyla yapılmıştır. Öğrencilerin gıda güvenliği bilgileri, risk oluşturabilecek gıdaları tüketmeleri değerlendirildiğinde; eğitimini tamamlayan öğrencilerin gıda güvenlik bilgilerinde artış ve fark olduğu saptanmıştır. Eğitimini tamamlamamış olan öğrenciler ise risk oluşturabilecek gıdaları seçme ve gıda güvenlik ilkelerine uygun olmayan davranışlar sergiledikleri belirtilmektedir. Turizm okullarında tüm programlarda gıda güvenlik dersinin zorunlu kılınması gerektiğine vurgu yapılmıştır.

Alpuğuz vd. (2009) tarafından yapılan araştırmada ortaöğretim ve üniversite öğrencilerinin güvenli gıda satın alma eğilimleri ve ambalajlı gıdaları satın alırken son kullanma tarihi, ambalajın hasarlı olup olmamasına ve üreten şirketlerin markalarına dikkat edildiği belirtilmiştir. Ankete katılan öğrencilerin yarısından azı (%48,7) ambalajlı gıdaları satın alırken üzerindeki etiket bilgisine dikkat etmediği belirlenmiştir. Erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre okullarda bulunan kantinlerde ambalaj ürünleri daha çok tükettiklerinin ($p<0,05$), kız öğrencilerin erkek öğrencilerine göre ambalajlı gıdaların etiket bilgisine daha önem verdiklerinin ($p<0,05$), fakat gıda hijyenine yeterli düzeyde önem vermedikleri saptanmıştır.

Köksal (2010) İzmir’de bulunan bir yemek firması personellerinin gıda hijyeni ve kişisel hijyen ile ilgili bilgi düzeylerini incelediği araştırmada, personellerin büyük çoğunluğu (%96,6) yiyeceklere temas etmeden önce ellerin yıkanmasının gıda kontaminyasyon riskini azaltabileceği düşünmektedir. Personellerin %76,3’ünün gıdaların soğutucu dolaplarda saklanabilecek uygun ısıyı doğru bildiklerini ortaya çıkarmıştır. Ankete katılan çalışanların çoğu önceden hijyen eğitimini almış olmaları kendilerinde olumlu etki bıraktığını belirtmiştir.

Eren, Nebioğlu ve Şık (2017) beraberinde yürütölen bu araştırmada, Antalya’nın Alanya bölgesindeki beş yıldızlı otel mutfaklarında görev alan personellerin gıda güvenlik bilgi düzeylerini belirlemek amacıyla yazılmıştır. Çalışma verilerinden yola çıkarak mevsimsel görev alan personellere kıyasla, tüm yıl görev alan personel içinde gıda güvenliği eğitimi alanlar daha fazla olduğu saptanmıştır. Otel mutfaklarında görev alan personellerin dörtte biri HACCP kelimesini daha önce hiç duymadıklarını belirtmişlerdir. Yiyecek içecek işletmelerinde görev alacak olan personel iş ortamına göre giyinmeli, gıda güvenliğini sağlamak amacıyla bone, eldiven, maske ve kolluk kullanmalarında daha özenli olmaları vurgulanmıştır.

Açıkalin (2019) üniversitelerin farklı fakültelerinde eğitim alan kız ve erkek öğrencilerin gıda güvenliği bilgileri, tutum ve davranışlarının saptanması amacıyla yaptığı araştırmada, öğrencilerin %27,9’unun yüksek, %67,8’nin orta ve %4,3’ünün ise düşük seviyede bilgi düzeyine sahip oldukları belirtilmiştir. Araştırmacı, öğrencilerin gıda güvenlik bilgi düzeylerinin gelişmesi için üniversitedeki tüm fakültelerin, tüm bölümlerinde gıda güvenliği ve hijyen derslerinin zorunlu olarak öğrencilerin müfredatında yer verilmesi gerektiğini önerisinde bulunmuşlardır.

Abubakirova (2014) tarafından yürütülen çalışmada, Türkiye ve Kazakistan'da bulunan otellerde çalışan personellerin gıda güvenliği bilgilerinin değerlendirilmesi, gıda güvenliği konusunda bilinçlerinin ortaya çıkarılmasını hedeflemiştir. Türkiye'de çalışmaya katılan 4-5 yıldızlı otellerde çalışan personellerin gıda güvenliğine yönelik davranış ve tutumları; cinsiyete, yaş gruplarına, eğitim durumlarına, oteldeki bulunan görevleri arasında anlamlı farklılık olduğu gözlenmektedir. Türkiye ve Kazakistan otellerinde çalışan personellerin gıda hijyeni, gıda güvenliği ve sanitasyon konusunda kapsamlı eğitim verilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Martins vd. (2012) Portekiz'de bulunan bir yemek fabrikasının 18 farklı bölümde çalışan 101 personelin gıda hijyeni bilgi düzeylerinin belirlenmesi üzerine yürüttükleri çalışmada, katılımcıların yalnız %56,5'inin gıda hijyenini ele alan konularda doğru yanıtlar verdikleri bilinmektedir. Yüksek riskli besinler konusunda genel bilgi düzeyinin istenen düzeyde olmadığına ortaya koyulmasından dolayı personellere gerekli hijyen eğitimlerinin verilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Jevšnik vd. (2008) Slovenya'da bulunan insanların gıda hijyeni ve gıda güvenliği bilgi düzeylerini ölçmek amacıyla yapılan çalışmada, ankete katılan tüketicilerin %67'sinin ürünlerin hazırlanması aşamasında kesme tahtaların, bıçakların ve diğer araç gereçlerin sıcak su ile yıkamadıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların %50'sinin donuk ürünleri, buldukları ortam ısısında çözdürdükleri ve çalışan personellerin %44'ünün ise uygun saklama koşullarını bilmedikleri ortaya çıkmıştır. Araştırmacılar, gıdaların satın alınmasından tüketilmesine kadar geçen süreçte tüketicilerinin bilgi yetersizliğinin olduğu saptanmış ve buna bağlı olarak yanlış davranış ve tutum sergiledikleri bilinmektedir. Tüketicilere gıda güvenliği ve gıda hijyeni konularında eğitim verilmesinin yararlı olacağı ifade edilmiştir.

Patron (2006) İspanya'da yaşayan tüketicilerin gıda güvenliği ve gıda hijyeni uygulamaları ile ilgili bilgi düzeylerinin belirlenmesi adına ortaya çıkardığı çalışmada, tüketicilerin %89'unun gıda hijyeni konusunda yeterli bilgi düzeylerine sahip olmadığı bilinirken, %76'sının gıda güvenliğinin önem arz ettiğini belirtip gıda zehirlenmelerinin sonucunda ölümle karşılaşabileceğine inandıklarını belirtmektedirler.

Czarniecka-Skubina ve Skwierczyński (2007) İngiltere'de otel mutfaklarında görev alan 200 personelin hijyen bilgisini ölçmek amacıyla yapılan bu çalışmada, çalışanların yaklaşık %90 oranında kişisel hijyen konusunda yeterli düzeyde bilgi sahibi

oldukları ortaya çıkmıştır. Yapılan çalışmada ankete katılan çalışanların %20'sinin çalıştıkları otel mutfaklarında HACCP uygulamasının varlığından emin olmadıklarını belirtirken aynı zamanda HACCP konusundaki bilgi yetersizliğinden kaynaklanan güvenli gıda riskinin oluşmasının mümkün olduğu belirtilmiştir. Katılımcıların 11 kişinin gıdaları akan sıcak suda çözdürmenin doğru bir uygulama olduğunu savunurken, 1 kişinin de çözdürme işleminden sonra soğutucu dolaplarda besinlerin beş gün saklanabileceğini savunduğu saptanmıştır. Araştırmacılar bu sonuçlara göre ise, otel mutfaklarında çalışan personellerin yeterli gıda hijyeni bilgisine sahip olmadıklarını ve HACCP sisteminin tanıtılması konusunda özen gösterilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir.

3. BÖLÜM: GIDA GÜVENLİĞİ BİLGİSİNİN SOKAK LEZZETİ SATIN ALMAYA ETKİSİNE YÖNELİK ARAŞTIRMA

Araştırmanın bu bölümünde İzmir ilini ziyaret eden yerli ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgisinin sokak lezzeti satın almaya etkisine yönelik bilgiler ve bulgulara yer verilmiştir.

3.1. Araştırma Alanı

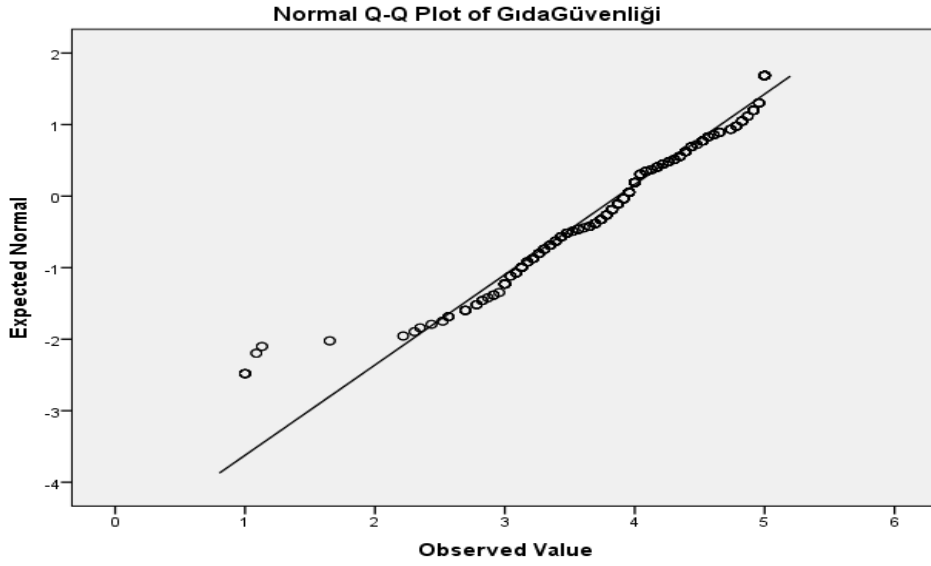
Bu araştırma İzmir ilini ziyaret eden yerli ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgileri ve sokak lezzeti satın alma davranışlarından elde edilen veriler doğrultusunda gerçekleştirilmiş olup araştırma alanına konu olan İzmir iline yönelik tanıtıcı bilgilerin yer verilmesi gerekli bulunmaktadır. İzmir ili “Ege’nin İncisi” olarak bilinmektedir. İzmir ili mimari, kültür, turizm ve sanat gibi birçok alanda gelişmiş yapıya sahiptir. Özellikle sanat, kültür ve mimari açıdan zengin olması turizme de katkı sağlamaktadır (www.izto.org.tr). Deniz-kum-güneş turizmi ile öne çıkan İzmir Çeşme, Alaçatı, Urla, Foça ve Selçuk gibi önemli destinasyonları içermektedir. Bununla birlikte Osmanlı mimarisini içeren en güzel örneklerden biri olan Hisar Camii, Atatürk Müzesi, Arkeoloji Müzesi önemli kültürel değerlerden biridir. İzmir’de tarihi turistik değerlerden eski uygarlıkların kalıntılarından oluşan Efes Antik Kenti, Meryem Ana ve Bergama Antik Kenti öne çıkmaktadır. Turistlerin ilgi odağında olan yerler arasında İzmir Kuş Cenneti, İnciraltı Sahilleri, Buca ormanlık alanları ve Çiğli ilçesinde bulunan Doğal Yaşam Parkı yer almaktadır (Pırnar, 2005). Ayrıca İzmir ili yiyecek kültürü ve gastronomi açısından geniş bir yelpazeye sahiptir. Bu yelpaze içerisinde özellikle çabuk tüketilebilen sokak lezzetleri önemli yer tutmaktadır. Araştırma kapsamı içerisinde olan İzmir ili sokak lezzetlerine yönelik bilgilere sokak lezzetleri bölümünde detaylı olarak yer verilmiştir.

3.2. Araştırma Verilerinin Analizi

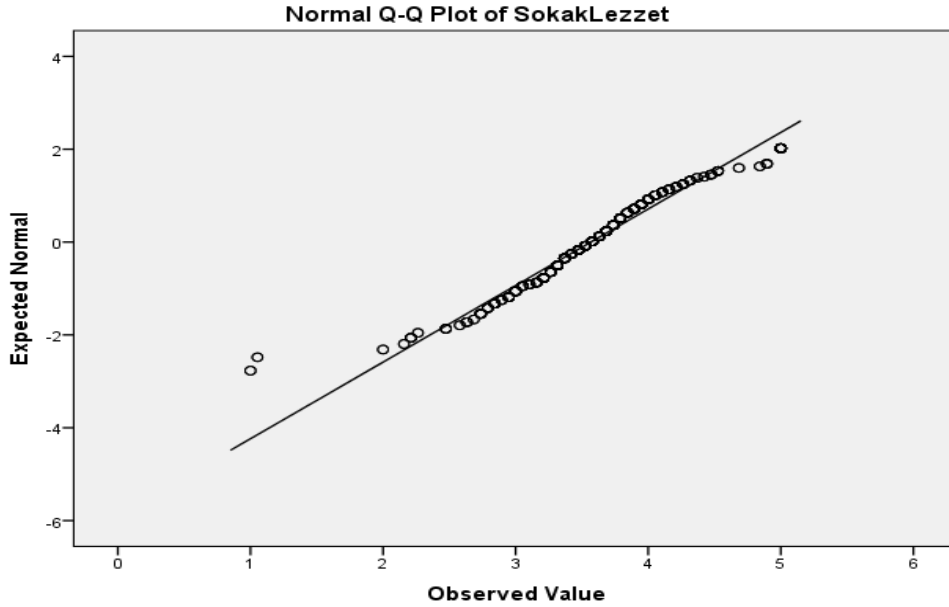
Bu çalışmada anket tekniği kullanılmış olup veriler bilgisayar ortamında SPSS veri analiz programında yapılmaktadır. Programa girilen bilgiler doğrultusunda hangi istatistik testlerin yapılacağına karar vermek için normallik dağılım incelenmiştir. Tablo 1’de yer alan çarpıklık (Skewness) ve basıklık (Kurtosis) değerleri ve ölçeklerin Q-Q Plot Dağılımı (Şekil 2 ve Şekil 3) yer verilmiştir.

Tablo 1: Normal Dağılım Testi Sonuçları

Ölçek Adı	n	Min	Max	Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık		Basıklık	
						İstatistik	Standart Hata	İstatistik	Standart Hata
Gıda Güvenliği	533	1	5	3,84	0,79	-0,796	0,106	1,430	0,211
Sokak Lezzetleri	533	1	5	3,56	0,60	-0,203	0,106	2,144	0,211



Şekil 2: Gıda Güvenliği Q-Q Plot Dağılımı



Şekil 3: Sokak Lezzetleri Q-Q Plot Dağılımı

Tablo 1 incelendiğinde yerli ziyaretçilere yönelik gıda güvenliği için çarpıklık katsayısı -0,796 ve basıklık katsayısı 1,430 olarak yer verilmektedir. Sokak lezzetleri ölçeği için çarpıklık katsayısı -0,203 ve basıklık katsayısı 2,144 olarak yer almaktadır. Yapılan normallik ve basıklık değerleri sonucunda Meyers (2013) tarafından gerçekleştirilen çalışmada çarpıklık (Skewness) ve basıklık (Kurtosis) değerlerinin (-3) ile (+3) aralığında bulunması durumunda parametrik olan testlerin kullanılabileceğini ifade etmektedir.

Bu sonuçlar bağlamında bu çalışmada iki değişkenli olan gruplar (cinsiyet, medeni durum) için “Bağımsız Örneklem t-Testi”; ikiden fazla değişkenli gruplar (yaş, meslek, gelir durumu, eğitim durumu, sokak lezzeti tüketim sıklığı, sokak lezzeti için harcanan ortalama aylık ücret, sokak lezzeti tüketim öğünü, sokak lezzetinin en çok kimlerle tüketildiği) için “Bağımsız Örneklem Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA)” sonuçlarıyla birlikte “Tukey (HSD) testi” kullanılabileceğine karar verilmiştir. Ayrıca çalışma hipotezlerinin test edilmesi için basit doğrusal ve çoklu doğrusal regresyon analizine yer verilmiştir.

3.3. Araştırma Bulguları

3.3.1. Katılımcıların Demografik ve Diğer Özellikleri

İzmir ilini ziyaret eden yerli ziyaretçilerin demografik özellikleri (cinsiyet, medeni durum, yaş, meslek, gelir durumu, eğitim durumu) ve diğer özelliklerinin (sokak lezzeti tüketim sıklığı, sokak lezzeti için harcanan ortalama aylık ücret, sokak lezzeti tüketim öğünü, sokak lezzetinin en çok kimlerle tüketildiği) frekans ve yüzde dağılım değerlerine yönelik bilgiler Tablo 2’de yer verilmektedir.

Tablo 2 ‘ye göre İzmir ilini ziyaret eden yerli ziyaretçilerin demografik özelliklerinden cinsiyet incelendiğinde %59,7’si erkek, %40,3’ü kadın olduğu saptanmıştır. Katılımcıların medeni durumlarına göre %33,8’ evli, %66,2’si bekâr olduğu tespit edilmiştir. Yerli ziyaretçilerin yaşları incelendiğinde %19,9’u 18 yaş ve altı, %33,2’si 19-25 yaş, %21,4’ü 26-32 yaş, %9,4’ü 33-39 yaş ve son olarak %16,1’i 40 yaş ve üzeri olduğu gözlemlenmiştir. Katılımcıların meslek durumlarına bakıldığında %30,0’ı kamu sektörü, %34,1’i özel sektör, %1,1’i emekli, %28,7’si öğrenci, %1,9’u ev kadını ve %4,1’i çalışmıyor olduğu görülmüştür. Katılımcıların gelir durumu incelendiğinde %16,3’ü 3000 TL ve altı, %8,6’sı 3001-6000 TL, %11,6’sı

6001-9000 TL, %15,8'i 9001-12000 TL, %16,9'u 12001-15000 TL ve %30,8'i 15001 TL ve üzeri olduğu tespit edilmiştir. Yerli ziyaretçilerin eğitim durumları %1,5'i ilköğretim, %24,0'ı ortaöğretim, %17,3'ü ön lisans, %45,2'si lisans ve %12,0'ı lisansüstü şeklinde saptanmıştır.

İzmir ilini ziyaret eden yerli ziyaretçilerin diğer özelliklerine bakıldığında katılımcıların sokak lezzeti tüketim sıklığı %8,6'si günde birkaç kez, %4,9'u günde bir kez, %34,0'ı haftada birkaç kez, %12,0'ı haftada bir kez, %23,6'sı ayda birkaç kez ve %16,9'u ayda bir kez olduğu saptanmıştır. Katılımcıların sokak lezzeti için harcanan aylık ortalama ücret incelendiğinde %52,3'ü 500 TL ve altı, %27,0'ı 501-1000 TL, %11,3'ü 1001-1500 TL, %3,8'i 1501-2000 TL ve %5,6'sı 2001 TL ve üzeri olduğu tespit edilmiştir. Yerli ziyaretçilerin sokak lezzeti tüketim öğününe bakıldığında %2,3'ü sabah, %38,6'sı öğle, %52,7'si akşam ve %6,4'ü gece olduğu gözlemlenmiştir. Katılımcıların sokak lezzetleri kimlerle tüketildiği sorulduğunda ise %16,9'u tek başına, %27,8'i ailesiyle ve %55,3'ü arkadaşlarıyla olduğu saptanmıştır.

Tablo 2: Katılımcılara İlişkin Demografik ve Diğer Özellikler

Değişkenler	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Erkek	318	59,7
	Kadın	215	40,3
Medeni Durum	Evli	180	33,8
	Bekâr	353	66,2
Yaş	18 yaş ve altı	106	19,9
	19-25 yaş	177	33,2
	26-32 yaş	114	21,4
	33-39 yaş	50	9,4
	40 yaş ve üzeri	86	16,1
Meslek	Kamu sektörü	160	30,0
	Özel sektör	182	34,1
	Emekli	6	1,1
	Öğrenci	153	28,7
	Ev kadını	10	1,9
	Çalışmıyor	22	4,1
Gelir Durumu	3000 TL ve altı	87	16,3
	3001-6000 TL	46	8,6
	6001-9000 TL	62	11,6
	9001-12000 TL	84	15,8
	12001-15000 TL	90	16,9
	15001 TL ve üzeri	164	30,8
Eğitim Durumu	İlköğretim	8	1,5
	Ortaöğretim	128	24,0
	Ön lisans	92	17,3
	Lisans	241	45,2
	Lisansüstü	64	12,0
Sokak Lezzeti Tüketim Sıklığı	Günde birkaç kez	46	8,6
	Günde bir kez	26	4,9

	Haftada birkaç kez	181	34,0
	Haftada bir kez	64	12,0
	Ayda birkaç kez	126	23,6
	Ayda bir kez	90	16,9
Sokak Lezzeti İçin Harcanan Aylık Ortalama Ücret	500 TL ve altı	279	52,3
	501-1000 TL	144	27,0
	1001-1500 TL	60	11,3
	1501-2000 TL	20	3,8
	2001 TL ve üzeri	30	5,6
Sokak Lezzeti Tüketim Öğünü	Sabah	12	2,3
	Öğle	206	38,6
	Akşam	281	52,7
	Gece	34	6,4
Sokak Lezzetinin Kimlerle Tüketildiği	Tek başıma	90	16,9
	Ailemle	148	27,8
	Arkadaşlarımla	295	55,3

3.3.2. Ölçeklerin Güvenilirlik Analizleri

Veri toplamak için geliştirilmiş olan ölçme aracındaki ifadelerin birbiri arasındaki tutarlılığın olup olmadığını belirlemek için güvenilirlik analizi kullanılmaktadır (Ural ve Kılıç, 2013: 280). Bu kapsamda güvenilirlik analizi araştırmacılar tarafından en fazla tercih edilen Cronbach Alfa (α) istatistiğinin hesaplanması ile yapılmıştır. Güvenilirlik değerleri 0 ile 1 arasında değişiklik göstermekte ve 1'e yakın olması ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir. Bunun yanı sıra ölçeğin güvenilir olarak kabul edilmesi için güvenilirlik katsayısının 0,70 üzerinde bir değere sahip olması gereklidir (Kline, 2016: 92). Kozak (2014: 146) tarafından yürütülen çalışmada ise ölçeğe ait güvenilirlik değerinin 0,60 ile 0,80 arasında olması iyi güvenilirliğe, 0,80 ile 1,00 arasında olmasının ise yüksek güvenilirliğe sahip olduğunu belirtmektedir. Bu bilgiler doğrultusunda sokak lezzeti satın alan yerli ziyaretçilerden elde edilen verilere göre gıda güvenliği bilgisi ve sokak lezzeti satın alma davranışı ölçekleri için güvenilirlik (Cronbach alfa) değerleri Tablo 3'te yer verilmiştir.

Tablo 3: Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi

Ölçekler	İfade Sayısı	Cronbach Alfa (α) Değeri
Gıda Güvenliği	23	0,963
Kişisel Hijyen	8	0,932
Çapraz Bulaşma	6	0,922
Temizlik	3	0,900
Pişirme ve Koruma	4	0,831
Personel Sağlığı	2	0,805
Sokak Lezzetleri	19	0,942
Gıda Kalitesi	7	0,894
Hizmet Kalitesi	5	0,898
Hijyen	4	0,841

Çekicilik	3	0,815
-----------	---	-------

Tablo 3 incelendiğinde gıda güvenliği ölçeğinin güvenilirlik değerinin 0,963 olduğu saptanmıştır. Bununla birlikte gıda güvenliği bilgisinin boyutlarına bakıldığında; kişisel hijyen 0,932, çapraz bulaşma 0,922, temizlik 0,900, pişirme ve koruma 0,831 ve personel sağlığı 0,805 olarak belirlenmiştir.

Sokak lezzeti satın alma ölçeğinin güvenilirlik değerinin ise 0,942 olduğu tespit edilmiştir. Sokak lezzeti satın alma ölçeğinin alt boyutlarına bakıldığında; gıda kalitesi 0,894, hizmet kalitesi 0,898, hijyen 0,841 ve çekicilik 0,815 olduğu ortaya çıkmıştır. Elde edilen bulgular neticesinde ölçeklerin ve alt boyutlarının güvenilirlik değerlerinin 0,700 üzerinde olması kullanılan ölçeklerin güvenilir olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Bu kapsamda ölçeklerin güvenilir bir sonuç vermesi ve geçerlilik analizlerinin yapılması için uygun olduğu saptanmıştır.

3.3.3. Katılımcılara Yönelik Tanımlayıcı Değerler

Yerli ziyaretçilerin gıda güvenliği algılarına yönelik değişkenlere ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo 4'e göre yerli ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgilerine ilişkin ortalama 3,86 olarak saptanmıştır. Bu bağlamda katılımcıların gıda güvenliğine yönelik bilgilerinin ortalamanın üzerinde olduğunu söylemek mümkündür. Gıda güvenliği bilgisinin boyutları özelinde bakıldığı zaman kişisel hijyen ($\bar{x}=4,03$), çapraz bulaşma ($\bar{x}=3,92$), personel sağlığı ($\bar{x}=3,83$), temizlik ($\bar{x}=3,67$), pişirme ve koruma ($\bar{x}=3,61$) şeklinde sıralanmaktadır. Dolayısıyla yerli ziyaretçilerin kişisel hijyen, çapraz bulaşma ve personel sağlığı bilgileri daha yüksek iken temizlik ve pişirme ve koruma bilgisinin daha düşük olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 4: Gıda Güvenliği Bilgisi İfadelerine İlişkin Tanımlayıcı Değerler

İfadeler	\bar{x}	σ
<i>Kişisel Hijyen</i>	4,03	0,826
Sokak lezzeti satıcılarının yere düşen bir şeyi aldıktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	4,20	0,936
Sokak lezzeti satıcılarının tek kullanımlık eldiven giyip giymediğine dikkat ederim	4,07	0,953
Sokak lezzeti satıcılarının çöpe dokunduktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	3,98	1,003
Sokak lezzeti satıcılarının çalışırken ellerini üniformaya silip silmediğine dikkat ederim.	3,91	1,137
Sokak lezzeti satıcılarının çalışma esnasında bir şeyler yiyip yemediğine dikkat ederim.	4,16	0,903

Sokak lezzeti satıcılarının hazırlık öncesi ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	4,13	0,983
Sokak lezzeti satıcılarının iş kıyafetlerinin temiz olup olmadığına dikkat ederim.	4,05	1,018
Sokak lezzeti satıcılarının evcil hayvan (kedi, köpek, kuş vb.) sevdikten sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	3,77	1,071
Çapraz Bulaşma	3,92	0,903
Sokak lezzeti satıcılarının paraya dokunduktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	4,03	1,063
Sokak lezzeti satıcılarının hapşırma veya öksürmeden sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	4,00	1,057
Sokak lezzeti satıcılarının vücudunun herhangi bir yerine dokunduktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	4,07	1,013
Sokak lezzeti satıcılarının masaları temizledikten sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	3,80	1,084
Sokak lezzeti satıcılarının sigara içip içmediğine dikkat ederim.	3,75	1,103
Sokak lezzeti satıcılarının saçlarıyla oynadıktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	3,94	1,065
Temizlik	3,67	1,004
Tabak veya bardakların parmaklar içine girecek şekilde taşınıp, taşınmadığına dikkat ederim.	3,67	1,070
Herhangi bir nedenle yere düşen malzemelerin (çatal, kaşık, bıçak vb.) temizlenmeden yerine geri konulup konulmadığına dikkat ederim.	3,60	1,123
Sokak lezzeti satıcılarının aynı kurulama bezi ile birçok farklı malzemeyi (bardak, tabak vb.) silip silmediğine dikkat ederim.	3,73	1,106
Pişirme ve Koruma	3,61	0,952
Dondurulmuş gıdaların tezgâh üzerinde çözdürülüp çözdürülmediğine dikkat ederim.	3,46	1,205
Pişmiş yiyeceklerin buzdolabı dışında sıcak olarak tutulup tutulmadığına dikkat ederim.	3,30	1,287
Pişmiş yiyeceklerin buzdolabında korunup korunmadığına dikkat ederim.	3,82	1,107
Sokak lezzetlerinin zemine temas edecek şekilde bekletilip bekletilmediğine dikkat ederim.	3,87	1,067
Personel Sağlığı	3,83	0,974
Herhangi bir parmak kesikliğine uğramış satıcının gıda hizmetlerinde çalışıp çalışmadığına dikkat ederim.	3,74	1,110
Soğuk algınlığı bulunan satıcının gıda hizmetlerinde çalışıp çalışmadığına dikkat ederim.	3,91	1,017
Gıda Güvenliği Bilgisi (Genel)	3,86	0,792

Sokak lezzetleri ölçeğindeki ifadelerle ilişkin yerli ziyaretçilerin katılım dereceleri ve standart sapma değerleri ise Tablo 5'te gösterilen şekildedir.

Tablo 5: Sokak Lezzetleri İfadelerine İlişkin Tanımlayıcı Değerler

İfadeler	\bar{x}	σ
Gıda Kalitesi	3,76	0,673
İzmir sokak lezzetleri lezzetlidir.	3,87	0,825
İzmir sokak lezzetlerinde yerel/taze malzemeler kullanılır.	3,82	0,880
İzmir sokak lezzetleri doğaldır/katkı maddesi içermez.	3,79	0,847
İzmir sokak lezzetleri doyurucu ve besleyicidir.	3,84	0,861
İzmir sokak lezzetleri değişik ve farklı tatlar sunar.	3,63	0,846
İzmir sokak lezzetleri bana kendimi iyi hissettiriyor.	3,59	0,887
İzmir sokak lezzetlerinin hazırlanma teknikleri farklıdır.	3,79	0,883

Hizmet Kalitesi	3,17	0,734
İzmir sokak lezzetleri satıcıları samimi ve dost canlısıdır.	3,17	0,837
İzmir sokak lezzetleri satıcıları hızlı hizmet sunar.	3,11	0,847
İzmir sokak lezzetleri kolay ulaşılabilir konumdadır.	3,16	0,849
İzmir sokak lezzetlerini sipariş etmek kolaydır.	3,00	0,994
İzmir sokak lezzetleri için verilen paraya değer.	3,43	0,819
Hijyen	3,81	0,698
İzmir sokak lezzetleri satıcıları bakımlı ve temizdir.	3,83	0,803
İzmir sokak lezzetleri temiz ve hijyeniktir.	3,82	0,842
İzmir sokak yiyecek stantları ve arabaları temiz ve hijyeniktir.	3,78	0,863
İzmir sokak lezzetleri sağlığımıza zarar vermez.	3,83	0,883
Çekicilik	3,44	0,754
İzmir sokak lezzetleri her zaman ve her yerde tüketilebilir.	3,20	0,960
İzmir sokak lezzetleri görsel olarak çekicidir.	3,58	0,849
İzmir sokak lezzetlerinin kokusu çekicidir.	3,54	0,837
Sokak Lezzetleri Bilgisi (Genel)	3,56	0,606

Tablo 5'e göre yerli ziyaretçilerin sokak lezzetlerine ilişkin ortalama 3,56 olarak tespit edilmiştir. Bununla birlikte katılımcıların sokak lezzetlerine yönelik satın alma davranışlarının orta düzeyde olduğunu söylemek mümkündür. Sokak lezzetleri alt boyutları özelinde incelendiği zaman hijyen ($\bar{x}=3,81$), gıda kalitesi ($\bar{x}=3,76$), çekicilik ($\bar{x}=3,44$) ve hizmet kalitesi ($\bar{x}=3,17$) şeklinde sıralanmaktadır. Dolayısıyla boyutlar arasında en yüksek ortalama kişisel hijyende, en düşük ortalama ise hizmet kalitesinde görülmektedir.

3.3.4. Yerli ziyaretçilere Yönelik Ölçeklerin Faktör Analizi

Araştırmaya yönelik veriler elde edildikten sonra güvenilirlik analizi yapılmış olup ölçeklerin güvenilir çıkmasından sonra geçerlilik testinin gerçekleştirilmesine karar verilmiştir. Bu doğrultuda açıklayıcı faktör analizi (AFA) yapılarak Kasier-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett Sphericity (Bartlett) testi sonuçları gözden geçirilerek ölçeğin faktör analizine uygun olup olmadığı tespit edilmiştir.

Gıda güvenliği bilgisine yönelik yapılan açıklayıcı faktör analizi sonuçlarına göre kişisel hijyen, çapraz bulaşma, temizlik, pişirme ve koruma ve personel sağlığı olmak üzere beş boyutta ölçülmüştür. 23 ifadeye ait 5 faktör için KMO Örneklem Ölçüm Değer Yeterliliği (Kasier-Meyer-Olkin) 0,946 Bartlett's Küresellik Testi ($\chi^2=10465,636$; $df=253$) anlamlılık düzeyi; $p=0,000$ olup, varyans açıklama oranı ise 75,120 olarak belirlenmiştir (Tablo 6).

Açıklayıcı faktör analizinde ölçek yargılarının iki veya daha fazla boyut içinde bulunması durumunda yük değerleri arasında en az 0,10 farkın bulunmasına dikkat edilmelidir. Belirlenen değerlerin altında kalan ölçek yargılarına binişik madde şeklinde

ifade edilmektedir (Yavuz, 2005: 21; Demir ve Koç, 2013: 1770). Gıda güvenliği bilgisi faktör analizi kapsamında temizlik boyutu (“Sokak lezzeti satıcılarının aynı kesim tahtasını birçok kesim işinde kullanıp kullanmadığına dikkat ederim.”, “Sokak lezzeti satıcılarının aynı bıçağı birçok kesim işinde kullanıp kullanmadığına dikkat ederim.” ve “Kaşık, çatal ve bıçakların hijyenik olmayan biçimde tutularak masaya bırakılıp bırakılmadığına dikkat ederim.”) ile pişirme ve koruma boyutunda (“Et ve et ürünlerinin tam olarak pişirilip pişirilmediğine dikkat ederim.”) bulunan dört ifade binişik olmasından dolayı ölçek içerisinden sıra ile çıkarılarak analize devam edilmiştir.

Tablo 6: Yerli Ziyaretçilerin Gıda Güvenliği Bilgilerine Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi

Faktör	Faktör Yüğü	Varyans Açıklama (%)
Kişisel Hijyen		
Sokak lezzeti satıcılarının yere düşen bir şeyi aldıktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	0,748	21,399
Sokak lezzeti satıcılarının tek kullanımlık eldiven giyip giymediğine dikkat ederim	0,747	
Sokak lezzeti satıcılarının çöpe dokunduktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	0,726	
Sokak lezzeti satıcılarının çalışırken ellerini üniformaya silip silmediğine dikkat ederim.	0,675	
Sokak lezzeti satıcılarının çalışma esnasında bir şeyler yiyip yemediğine dikkat ederim.	0,652	
Sokak lezzeti satıcılarının hazırlık öncesi ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	0,588	
Sokak lezzeti satıcılarının iş kıyafetlerinin temiz olup olmadığına dikkat ederim.	0,547	
Sokak lezzeti satıcılarının evcil hayvan (kedi, köpek, kuş vb.) sevdikten sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	0,542	
Çapraz Bulaşma		
Sokak lezzeti satıcılarının paraya dokunduktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	0,792	19,767
Sokak lezzeti satıcılarının hapşırma veya öksürmeden sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim	0,791	
Sokak lezzeti satıcılarının vücudunun herhangi bir yerine dokunduktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	0,745	
Sokak lezzeti satıcılarının masaları temizledikten sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	0,676	
Sokak lezzeti satıcılarının sigara içip içmediğine dikkat ederim.	0,634	
Sokak lezzeti satıcılarının saçlarıyla oynadıktan sonra ellerini yıkayıp, yıkamadığına dikkat ederim.	0,617	
Temizlik		
Tabak veya bardakların parmaklar içine girecek şekilde taşınıp, taşınmadığına dikkat ederim.	0,818	13,531
Herhangi bir nedenle yere düşen malzemelerin (çatal, kaşık, bıçak vb.) temizlenmeden yerine geri konulup konulmadığına dikkat ederim.	0,779	
Sokak lezzeti satıcılarının aynı kurulama bezi ile birçok farklı malzemeyi (bardak, tabak vb.) silip silmediğine dikkat ederim.	0,771	
Pişirme ve Koruma		
Dondurulmuş gıdaların tezgâh üzerinde çözdürülüp çözdürülmediğine dikkat ederim.	0,772	12,397
Pişmiş yiyeceklerin buzdolabı dışında sıcak olarak tutulup tutulmadığına dikkat ederim.	0,675	
Pişmiş yiyeceklerin buzdolabında korunup korunmadığına dikkat ederim.	0,544	
Sokak lezzetlerinin zemine temas edecek şekilde bekletilip bekletilmediğine dikkat ederim.	0,510	

Personel Sağlığı		
Herhangi bir parmak kesikliğine uğramış satıcının gıda hizmetlerinde çalışıp çalışmadığına dikkat ederim.	0,746	8,027
Soğuk algınlığı bulunan satıcının gıda hizmetlerinde çalışıp çalışmadığına dikkat ederim.	0,662	
Toplam Varyans Açıklama (%)		75,120

Sokak lezzetlerine yönelik yapılan açıklayıcı faktör analizi sonuçlarına göre ise gıda kalitesi, hizmet kalitesi, hijyen ve çekicilik olmak üzere dört boyut belirlenmiştir. 19 ifadeye ait 4 faktör için KMO Örneklem Ölçüm Değer Yeterliliği (Kasier-Meyer-Olkin) 0,932, Bartlett's Küresellik Testi ($\chi^2=6928,310$; $df=171$) anlamlılık düzeyi; $p=0,000$ olup, varyans açıklama oranı ise 69,721 olarak saptanmıştır (Tablo 7). Ölçek içerisindeki hizmet kalitesi boyutunda bulunan bir maddenin (“İzmir sokak lezzetleri daha ucuzdur.”) gıda kalitesi boyutunda yer almasından dolayı ölçekten çıkarılmıştır. Bununla birlikte çekicilik boyutunda yer alan bir maddenin (“İzmir sokak lezzetleri doğru sıcaklıkta servis edilir.”) de binişik madde olmasından ötürü ölçekten çıkarılarak analize devam edilmiştir.

Tablo 7: Ziyaretçilerin Sokak Lezzetlerine Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi

Faktör	Faktör Yüğü	Varyans Açıklama (%)
Gıda Kalitesi		
İzmir sokak lezzetleri lezzetlidir.	,781	22,512
İzmir sokak lezzetlerinde yerel/taze malzemeler kullanılır.	,778	
İzmir sokak lezzetleri doğaldır/katkı maddesi içermez.	,730	
İzmir sokak lezzetleri doyurucu ve besleyicidir.	,683	
İzmir sokak lezzetleri değişik ve farklı tatlar sunar.	,632	
İzmir sokak lezzetleri bana kendimi iyi hissettiriyor.	,625	
İzmir sokak lezzetlerinin hazırlanma teknikleri farklıdır.	,588	
Hizmet Kalitesi		
İzmir sokak lezzetleri satıcıları samimi ve dost canlısıdır.	,856	20,433
İzmir sokak lezzetleri satıcıları hızlı hizmet sunar.	,844	
İzmir sokak lezzetleri kolay ulaşılabilir konumdadır.	,826	
İzmir sokak lezzetlerini sipariş etmek kolaydır.	,727	
İzmir sokak lezzetleri için verilen paraya değer.	,532	
Hijyen		
İzmir sokak lezzetleri satıcıları bakımlı ve temizdir.	,771	15,893
İzmir sokak lezzetleri temiz ve hijyeniktir.	,753	
İzmir sokak yiyecek stantları ve arabaları temiz ve hijyeniktir.	,646	
İzmir sokak lezzetleri sağlığıma zarar vermez.	,639	
Çekicilik		
İzmir sokak lezzetleri her zaman ve her yerde tüketilebilir.	,734	10,884
İzmir sokak lezzetleri görsel olarak çekicidir.	,653	
İzmir sokak lezzetlerinin kokusu çekicidir.	,517	
Toplam Varyans Açıklama (%)		69,721

3.3.5. Gıda Güvenliği Bilgisinin Demografik ve Diğer Özellikler İle Karşılaştırılması

Gıda güvenliği bilgisinin demografik ve diğer özellikler ile karşılaştırılmasında iki değişkenli gruplar (cinsiyet ve medeni durum) için t-Testi uygulanmıştır. İki'den fazla değişkeni olan gruplar (yaş, eğitim düzeyi, aylık gelir, meslek, sokak lezzeti tüketim sıklığı, sokak lezzetleri için aylık ortalama harcanan miktar, sokak lezzeti tüketim öğünü ve sokak lezzetlerini çoğunlukla kimlerle tükettiği) için ise ANOVA testi uygulanmıştır (Tablo 8).

Tablo 8'deki sonuçlara göre yerli ziyaretçilerin demografik ve diğer özellikleri ile gıda güvenliği bilgilerinin karşılaştırılmasında; cinsiyet ($p=0,123$, $p>0,05$), aylık gelir ($p=0,099$, $p>0,05$), sokak lezzeti tüketim sıklığı ($p=0,251$, $p>0,05$), sokak lezzetleri için aylık ortalama harcanan miktar ($p=0,805$, $p>0,05$) ve sokak lezzeti tüketim öğününe ($p=0,137$, $p>0,05$) göre 0,05 anlamlılık düzeyinde herhangi bir farklılık bulunamamıştır.

Medeni durum ($p=0,000$, $p<0,05$), yaş ($p=0,000$, $p<0,05$), eğitim durumu ($p=0,024$, $p<0,05$), meslek ($p=0,000$, $p<0,05$) ve sokak lezzetlerini kimlerle tükettiği ($p=0,001$, $p<0,05$) değişkenlerinde anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır. Elde edilen bu sonuçlar kapsamında araştırmanın H_2 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 8: Gıda Güvenliği Bilgisinin Demografik ve Diğer Özellikler İle Karşılaştırılması

Değişkenler	Gruplar	n	\bar{x}	σ	t/F	P	Tukey																																																																																																
Cinsiyet	Erkek	318	3,86	0,77	0,788	0,431																																																																																																	
	Kadın	215	3,81	0,81				Medeni Durum	Evli	180	4,00	0,68	3,401	0,000*		Bekâr	353	3,76	0,83	Yaş	18 ve altı (a)	106	3,54	0,96	6,434	0,000*	a-b a-c a-d a-e	19-25 (b)	177	3,80	0,76	26-32 (c)	114	3,99	0,70	33-39 (d)	50	4,00	0,69	40 ve üzeri (e)	86	3,99	0,66	Eğitim	İlköğretim (a)	8	3,76	0,49	2,685	0,031*	b-e	Ortaöğretim (b)	128	3,71	0,86	Ön Lisans (c)	92	3,72	0,85	Lisans (d)	241	3,92	0,69	Lisansüstü (e)	64	3,99	0,85	Gelir	3000 TL ve altı	87	3,74	0,78	1,199	0,309		3001-6000 TL	46	3,65	0,67	6001-9000 TL	62	3,85	0,87	9001-12000 TL	84	3,85	0,79	12001-15000 TL	90	3,85	0,81	15001 TL ve üzeri	164	3,93	0,77	Meslek	Kamu sektörü (a)	160	3,96	0,68	4,044	0,001*	a-d b-d
Medeni Durum	Evli	180	4,00	0,68	3,401	0,000*																																																																																																	
	Bekâr	353	3,76	0,83				Yaş	18 ve altı (a)	106	3,54	0,96	6,434	0,000*	a-b a-c a-d a-e	19-25 (b)	177	3,80	0,76		26-32 (c)	114	3,99	0,70				33-39 (d)	50	4,00	0,69	40 ve üzeri (e)	86	3,99	0,66	Eğitim	İlköğretim (a)	8	3,76	0,49	2,685	0,031*	b-e		Ortaöğretim (b)	128	3,71	0,86				Ön Lisans (c)	92	3,72	0,85	Lisans (d)	241	3,92	0,69	Lisansüstü (e)	64	3,99	0,85	Gelir	3000 TL ve altı	87	3,74		0,78	1,199	0,309					3001-6000 TL	46	3,65	0,67	6001-9000 TL	62	3,85	0,87	9001-12000 TL	84	3,85	0,79	12001-15000 TL	90	3,85	0,81	15001 TL ve üzeri	164	3,93	0,77	Meslek	Kamu sektörü (a)	160	3,96	0,68	4,044	0,001*	a-d b-d
Yaş	18 ve altı (a)	106	3,54	0,96	6,434	0,000*	a-b a-c a-d a-e																																																																																																
	19-25 (b)	177	3,80	0,76																																																																																																			
	26-32 (c)	114	3,99	0,70																																																																																																			
	33-39 (d)	50	4,00	0,69																																																																																																			
	40 ve üzeri (e)	86	3,99	0,66																																																																																																			
Eğitim	İlköğretim (a)	8	3,76	0,49	2,685	0,031*	b-e																																																																																																
	Ortaöğretim (b)	128	3,71	0,86																																																																																																			
	Ön Lisans (c)	92	3,72	0,85																																																																																																			
	Lisans (d)	241	3,92	0,69																																																																																																			
	Lisansüstü (e)	64	3,99	0,85																																																																																																			
Gelir	3000 TL ve altı	87	3,74	0,78	1,199	0,309																																																																																																	
	3001-6000 TL	46	3,65	0,67																																																																																																			
	6001-9000 TL	62	3,85	0,87																																																																																																			
	9001-12000 TL	84	3,85	0,79																																																																																																			
	12001-15000 TL	90	3,85	0,81																																																																																																			
15001 TL ve üzeri	164	3,93	0,77																																																																																																				
Meslek	Kamu sektörü (a)	160	3,96	0,68	4,044	0,001*	a-d b-d																																																																																																
	Özel sektör (b)	182	3,90	0,80																																																																																																			

	Emekli (c)	6	3,89	1,44			
	Öğrenci (d)	153	3,61	0,84			
	Ev Kadını (e)	10	4,10	0,38			
	Çalışmıyor (f)	22	3,96	0,57			
Sokak Lezzeti Tüketim Sıklığı	Günde birkaç kez	46	3,85	0,97	0,797	0,552	
	Günde bir kez	26	3,73	0,82			
	Haftada birkaç kez	181	3,80	0,74			
	Haftada bir kez	64	3,94	0,77			
	Ayda birkaç kez	126	3,80	0,78			
	Ayda bir kez	90	3,94	0,80			
Sokak Lezzetleri İçin Aylık Ortalama Harcanan Miktar	500 TL ve altı	279	3,83	0,78	0,582	0,676	
	501-1000 TL	144	3,79	0,87			
	1001-1500 TL	60	3,95	0,66			
	1501-2000 TL	20	3,95	0,46			
	2001 TL ve üzeri	30	3,88	0,86			
Sokak Lezzeti Tüketim Ögünü	Sabah	12	3,37	1,00	1,854	0,136	
	Öğle	206	3,89	0,74			
	Akşam	281	3,83	0,80			
	Gece	34	3,75	0,84			
Sokak Lezzetlerini Çoğunlukla Kimlerle Tükettiği	Tek başıma (a)	90	3,65	0,84	5,203	0,006*	a-b
	Ailemle (b)	148	3,98	0,73			
	Arkadaşlarımla (c)	295	3,83	0,79			

*($p < 0,05$)

Bu sonuçlar doğrultusunda farklılıkların hangi değişkenler arasında olduğunu ortaya koymak için Tukey analizine başvurulmuştur. Tukey sonuçlarına göre medeni durumdaki farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda evli olan katılımcıların gıda güvenliği bilgisi bekâr olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu saptanmıştır. Sünbül (2018) araştırmasında gıda güvenliği bilgisi ile medeni durum arasında herhangi bir farklılığa ulaşamamıştır. Ancak bu çalışmada medeni durum değişkeninde anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır.

Tukey sonuçlarına göre yaş değişkenindeki farklılık 18 yaş ve altı ile 19-25, 26-32, 33-39, 40 yaş ve üzeri arasındadır. Bu bağlamda katılımcıların yaşı arttıkça gıda güvenliği bilgilerinin de arttığı söylenebilir. Eğitim durumu değişkenindeki farklılık Tukey sonuçlarına göre incelendiğinde ortaöğretim ve lisansüstü arasındadır. Eğitim seviyesi yükseldikçe ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgisi de artabilmektedir. Tukey sonuçlarına bakıldığında meslek değişkenindeki farklılık öğrenci ile kamu sektörü ve özel sektörü arasındadır. Ziyaretçilerden öğrenci olanların gıda güvenliği bilgisi düşükken kamu ve özel sektör çalışanlarının öğrenciye kıyasla daha yüksek olduğu ifade edilebilir. Katılımcıların sokak lezzetlerini çoğunlukla kimlerle tükettiği sorusuna verilen cevaplar doğrultusunda Tukey sonucu incelendiğinde ziyaretçilerin kendisi ve ailesiyle arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu farklılık doğrultusunda ziyaretçiler sokak lezzetlerini ailesiyle daha fazla tükettiği saptanmıştır.

3.3.6. Sokak Lezzeti Satın Alma Davranışının Demografik ve Diğer Özellikler İle Karşılaştırılması

Sokak lezzeti satın alma davranışının demografik ve diğer özellikler ile karşılaştırılmasında iki değişkenli gruplar (cinsiyet ve medeni durum) için t-Testi uygulanmıştır. İki'den fazla değişkeni olan gruplar (yaş, eğitim düzeyi, aylık gelir, meslek, sokak lezzeti tüketim sıklığı, sokak lezzetleri için aylık ortalama harcanan miktar, sokak lezzeti tüketim öğünü ve sokak lezzetlerini çoğunlukla kimlerle tükettiği) için ise ANOVA testi uygulanmıştır (Tablo 9).

Tablo 9'daki sonuçlara göre yerli ziyaretçilerin demografik ve diğer özellikleri ile sokak lezzeti satın alma davranışlarının karşılaştırılmasında; cinsiyet ($p=0,415$, $p>0,05$), medeni durum ($p=0,646$, $p>0,05$), eğitim durumu ($p=0,183$, $p>0,05$), aylık gelir ($p=0,893$, $p>0,05$), meslek ($p=0,937$, $p>0,05$), sokak lezzeti tüketim sıklığı ($p=0,485$, $p>0,05$) ve sokak lezzetleri için aylık ortalama harcanan miktara ($p=0,816$, $p>0,05$) göre 0,05 anlamlılık düzeyinde herhangi bir farklılık bulunamamıştır.

Tablo 9: Sokak Lezzeti Satın Alma Davranışının Demografik ve Diğer Özellikler İle Karşılaştırılması

Değişkenler	Gruplar	n	\bar{x}	σ	t/F	P	Tukey																																																																																																																												
Cinsiyet	Erkek	318	3,55	0,59	0,815	0,415																																																																																																																													
	Kadın	215	3,59	0,62				Medeni Durum	Evli	180	3,58	0,52	0,460	0,646		Bekâr	353	3,55	0,64	Yaş	18 ve altı (a)	106	3,42	0,63	2,862	0,023*	a-c	19-25 (b)	177	3,58	0,64	26-32 (c)	114	3,68	0,57	33-39 (d)	50	3,61	0,53	40 ve üzeri (e)	86	3,52	0,54	Eğitim	İlköğretim	8	3,57	0,34	1,563	0,183		Ortaöğretim	128	3,48	0,57	Ön Lisans	92	3,49	0,66	Lisans	241	3,62	0,57	Lisansüstü	64	3,62	0,67	Gelir	3000 TL ve altı	87	3,57	0,60	0,333	0,893		3001-6000 TL	46	3,56	0,62	6001-9000 TL	62	3,50	0,75	9001-12000 TL	84	3,61	0,61	12001-15000 TL	90	3,59	0,56	Meslek	15001 TL ve üzeri	164	3,54	0,55	0,255	0,937		Kamu sektörü	160	3,58	0,55	Özel sektör	182	3,58	0,59	Emekli	6	3,54	1,41	Öğrenci	153	3,52	0,63		Ev Kadını	10	3,46	0,32					Çalışmıyor	22	3,58	0,70			
Medeni Durum	Evli	180	3,58	0,52	0,460	0,646																																																																																																																													
	Bekâr	353	3,55	0,64				Yaş	18 ve altı (a)	106	3,42	0,63	2,862	0,023*	a-c	19-25 (b)	177	3,58	0,64		26-32 (c)	114	3,68	0,57				33-39 (d)	50	3,61	0,53	40 ve üzeri (e)	86	3,52	0,54	Eğitim	İlköğretim	8	3,57	0,34	1,563	0,183			Ortaöğretim	128	3,48	0,57				Ön Lisans	92	3,49	0,66	Lisans	241	3,62	0,57	Lisansüstü	64	3,62	0,67	Gelir	3000 TL ve altı	87	3,57		0,60	0,333	0,893					3001-6000 TL	46	3,56	0,62	6001-9000 TL	62	3,50	0,75	9001-12000 TL	84	3,61	0,61	12001-15000 TL	90	3,59	0,56		Meslek	15001 TL ve üzeri	164	3,54				0,55	0,255	0,937		Kamu sektörü	160	3,58	0,55	Özel sektör	182	3,58	0,59	Emekli	6	3,54	1,41	Öğrenci	153	3,52	0,63		Ev Kadını	10	3,46	0,32					Çalışmıyor	22	3,58
Yaş	18 ve altı (a)	106	3,42	0,63	2,862	0,023*	a-c																																																																																																																												
	19-25 (b)	177	3,58	0,64																																																																																																																															
	26-32 (c)	114	3,68	0,57																																																																																																																															
	33-39 (d)	50	3,61	0,53																																																																																																																															
	40 ve üzeri (e)	86	3,52	0,54																																																																																																																															
Eğitim	İlköğretim	8	3,57	0,34	1,563	0,183																																																																																																																													
	Ortaöğretim	128	3,48	0,57																																																																																																																															
	Ön Lisans	92	3,49	0,66																																																																																																																															
	Lisans	241	3,62	0,57																																																																																																																															
	Lisansüstü	64	3,62	0,67																																																																																																																															
Gelir	3000 TL ve altı	87	3,57	0,60	0,333	0,893																																																																																																																													
	3001-6000 TL	46	3,56	0,62																																																																																																																															
	6001-9000 TL	62	3,50	0,75																																																																																																																															
	9001-12000 TL	84	3,61	0,61																																																																																																																															
	12001-15000 TL	90	3,59	0,56																																																																																																																															
Meslek	15001 TL ve üzeri	164	3,54	0,55	0,255	0,937																																																																																																																													
	Kamu sektörü	160	3,58	0,55																																																																																																																															
	Özel sektör	182	3,58	0,59																																																																																																																															
	Emekli	6	3,54	1,41																																																																																																																															
	Öğrenci	153	3,52	0,63																																																																																																																															
	Ev Kadını	10	3,46	0,32																																																																																																																															
	Çalışmıyor	22	3,58	0,70																																																																																																																															

Sokak Lezzeti Tüketim Sıklığı	Günde birkaç kez	46	3,68	0,82	0,894	0,485	
	Günde bir kez	26	3,40	0,66			
	Haftada birkaç kez	181	3,56	0,53			
	Haftada bir kez	64	3,63	0,67			
	Ayda birkaç kez	126	3,54	0,60			
	Ayda bir kez	90	3,54	0,54			
Sokak Lezzetleri İçin Aylık Ortalama Harcanan Miktar	500 TL ve altı	279	3,56	0,60	0,390	0,816	
	501-1000 TL	144	3,54	0,58			
	1001-1500 TL	60	3,57	0,60			
	1501-2000 TL	20	3,72	0,54			
	2001 TL ve üzeri	30	3,59	0,79			
Sokak Lezzeti Tüketim Öğünü	Sabah (a)	12	3,17	0,93	2,545	0,034*	a-c a-d
	Öğle (b)	206	3,53	0,56			
	Akşam (c)	281	3,60	0,63			
	Gece (d)	34	3,59	0,47			
Sokak Lezzetlerini Çoğunlukla Kimlerle Tükettiği	Tek başıma (a)	90	3,40	0,68	4,540	0,011*	a-c
	Ailemle (b)	148	3,56	0,58			
	Arkadaşlarıyla (c)	295	3,61	0,58			

*($p < 0,05$)

Yaş ($p=0,023$, $p < 0,05$), sokak lezzeti tüketim öğünü ($p=0,034$, $p < 0,05$) ve sokak lezzetlerini kimlerle tükettiği ($p=0,011$, $p < 0,05$) değişkenlerinde anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır. Elde edilen bu sonuçlar kapsamında araştırmanın H_3 hipotezi kısmen kabul edilmiştir. Tukey sonuçlarına göre yaş değişkeninde farklılık 18 yaş ve altı ile 26-32 yaş arasındadır. Bu bağlamda 18 yaş ve altı ziyaretçilerin beslenmesinde ebeveynlerin karar verici olduğu göz önünde bulundurulduğunda sokak lezzeti satın alma davranışları 26-32 yaş grubuna göre daha düşük görülmektedir.

Ziyaretçilerin sokak lezzeti tüketim öğünündeki farklılık sabah ile öğle ve akşam arasında olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre öğle ve akşam öğünlerinde sabaha göre daha fazla sokak lezzeti satın alındığı söylenebilir. Özellikle çalışanların yoğun iş temposu içerisinde kısıtlı öğle yemeği vaktinde hızlı satın alıp tüketebileceği sokak lezzetlerini tercih ettikleri ifade edilebilir. Ayrıca araştırmanın İzmir ilinde gerçekleştirildiği göz önünde bulundurulduğunda akşam vakitlerinde sahil kenarı yürüyüşü yapan bireylerin daha fazla sokak lezzeti satın alıp tükettiği düşünülebilir.

Ziyaretçilerin sokak lezzetlerini çoğunlukla kiminle tükettiği değişkenindeki anlamlı farklılık tek başına ile arkadaşları ile tüketme arasındadır. Bu kapsamda ziyaretçilerin arkadaşlarıyla geçirdiği eğlenceli zaman diliminde daha çok sokak lezzetini satın aldığı söylenebilir.

3.3.7. Yerli Ziyaretçilerin Gıda Güvenliği Bilgisinin Sokak Lezzeti Satın Alma Davranışına Etkisine Yönelik Bulgular

Korelasyon analizi, değişkenler arasında herhangi bir ilişkinin var olup olmadığını ortaya çıkarmak için kullanılmaktadır. Aynı zamanda değişkenler arasında bir ilişki bulunuyorsa bu ilişkinin gücünü ve yönünü de ortaya koymak için kullanılır. Korelasyon analizinde katsayı “r” olarak gösterilir. Analiz sonucunda elde edilen “r” katsayısı -1,00 ise analize tabi tutulan değişkenler arasında negatif bir ilişkinin bulunduğu söz konusudur. Tam tersi şekilde 1,00 katsayısı belirlenirse pozitif ilişkinin olduğundan bahsedilmektedir. Değişkenler arasındaki ilişkiyi, varsa bu ilişkinin gücünü ve yönünü belirten korelasyon analizinde hesaplanan “r” değerinin 0,00-0,29 arasında olması “düşük”, 0,30-0,69 arasında olması “orta”, 0,70 ve üzeri olması ise “yüksek” ilişkinin olduğu ifade edilmektedir (Ural ve Kılıç, 2006).

Sokak lezzeti satın alan yerli ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgilerinin sokak lezzeti satın alma davranışına etkisinin belirlenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada hipotezlerin test edilmesi için ilk olarak korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizi ile gıda güvenliği bilgisi ile sokak lezzeti satın alma davranışı arasında anlamlı bir ilişkinin bulunup bulunmadığı ortaya koyulmuştur (Tablo 10).

Tablo 10: Ziyaretçilerin Şikâyet Etme Davranışı ile Gıda Güvenliği Bilgisi Arasındaki İlişkiye Ait Korelasyon Analizi

Değişkenler	Sokak Lezzeti Satın Alma Davranışı
Kişisel Hijyen	0,362*
Çapraz Bulaşma	0,347*
Temizlik	0,245*
Pişirme ve Koruma	0,251*
Personel Sağlığı	0,281*
Gıda Güvenliği Bilgisi	0,355*

*(p<0,001)

Tablo 10’da yerli ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgileri ve alt boyutları (kişisel hijyen, çapraz bulaşma, temizlik, pişirme ve koruma ve personel sağlığı) ile sokak lezzeti satın alma davranışı arasındaki ilişkinin bulunup bulunmadığına yönelik korelasyon analizi sonuçları yer almaktadır. Elde edilen bulgular neticesinde gıda güvenliği bilgisi ve alt boyutları (kişisel hijyen, çapraz bulaşma, temizlik, pişirme ve

koruma ve personel sağlığı) ile sokak lezzeti satın alma davranışı arasında pozitif ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

Kişisel hijyen alt boyutu ile sokak lezzeti satın alma davranışı arasındaki “r” değeri 0,362 olup orta düzeyde ($0,30 < r < 0,69$) pozitif ve anlamlı bir ilişkinin bulunduğu saptanmıştır. Çapraz bulaşma alt boyutu ile sokak lezzeti satın alma davranışı arasındaki “r” değeri 0,347 olup orta düzeyde ($0,30 < r < 0,69$) pozitif ve anlamlı bir ilişki ortaya çıkmıştır. Temizlik alt boyutu ile sokak lezzeti satın alma davranışı arasındaki “r” değeri 0,245 olup düşük düzeyde ($0,00 < r < 0,29$) pozitif ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Personel sağlığı alt boyutu ile sokak lezzeti satın alma davranışı arasındaki “r” değeri 0,281 olup düşük düzeyde ($0,00 < r < 0,29$) pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca gıda güvenliği bilgisi ile sokak lezzeti satın alma davranışı arasındaki “r” değeri 0,355 olup orta düzeyde ($0,30 < r < 0,69$) pozitif ve anlamlı bir ilişkinin bulunduğu tespit edilmiştir.

Araştırmada korelasyon analizinin neden-sonuç bağlamında değerlendirilebilmesi için gıda güvenliği bilgisi ve sokak lezzeti satın alma davranışı arasındaki ilişkinin ortaya koyulmasında basit doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Benzer şekilde gıda güvenliği bilgisi alt boyutları (aktivite ve etkinlikler, doğal ve kültürel çekicilikler, genel alt yapı, tarihi doku ve yöresel lezzetler) ile sokak lezzeti satın alma davranışı arasındaki ilişkinin açıklanması için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır.

Yerli ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgisinin (bağımsız değişken) sokak lezzeti satın alma davranışına (bağımlı değişken) etkisine yönelik regresyon analizi sonuçları Tablo 11’de yer almaktadır. Yapılan analiz sonuçlarına göre gıda güvenliği bilgisinin sokak lezzeti satın alma davranışına olumlu yönde anlamlı ($\beta=0,355$ ve $p=0,000$, $p < 0,05$) etkisi bulunmaktadır.

Tablo 11: Gıda Güvenliği Bilgisinin Sokak Lezzeti Satın Alma Davranışına Etkisine Yönelik Basit Doğrusal Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	(β)	t	p	F	R ²
Sokak Lezzeti Satın Alma Davranışı	Gıda Güvenliği Bilgisi	0,355	8,763	0,000*	76,794	0,126

*($p < 0,05$)

Ayrıca Tablo 11’deki verilere bakıldığında regresyon modeline ait 76,794 (F) ve 0,126 (R^2) değerleri ile birlikte modelin $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlardan yola çıkarak yerli ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgilerinin bir birim artması durumunda sokak lezzeti satın alma davranışlarının %13 artacağı ifade edilebilir. Böylece araştırmanın ana hipotezi olan H_1 kabul edilmiştir.

Araştırmada öngörülen alt hipotezlerin test edilmesi için çoklu regresyon analizi gerçekleştirilmiş ve Tablo 12’deki sonuçlara ulaşılmıştır.

Tablo 12: Gıda Güvenliği Bilgisi Alt Boyutlarının Sokak Lezzeti Satın Alma Davranışına Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	(β)	t	p	F	R^2
Sokak Lezzeti Satın Alma Davranışı	Kişisel Hijyen	0,239	3,000	0,003*	17,890	0,145
	Çapraz Bulaşma	0,180	2,564	0,011*		
	Temizlik	-0,007	-0,122	0,903		
	Pişirme ve Koruma	-0,094	-1,425	0,155		
	Personel Sağlığı	0,078	1,302	0,193		

*($p < 0,05$)

Yerli ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgisi alt boyutlarının (bağımsız değişkenler) sokak lezzeti satın alma davranışına (bağımlı değişken) etkisine yönelik çoklu regresyon analizi sonuçları Tablo 12’de yer almaktadır. Yapılan analiz sonuçlarına göre kişisel hijyen ($\beta=0,239$ ve $p=0,000$, $p < 0,05$) ve çapraz bulaşmanın ($\beta=0,180$ ve $p=0,000$, $p < 0,05$) sokak lezzeti satın alma davranışına olumlu yönde anlamlı etkisi bulunmaktadır. Ayrıca Tablo 11’deki sonuçlar kapsamında regresyon modeline ait 17,890 (F) ve 0,145 (R^2) değerleri ile birlikte modelin $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlardan yola çıkarak bağımsız değişkenlerdeki (kişisel hijyen ve çapraz bulaşma) bir birim bir birim artması durumunda sokak lezzeti satın alma davranışlarının %14 artacağı ifade edilebilir. Tespit edilen sonuçlarla H_{1a} ve H_{1b} hipotezleri kabul edilmiştir.

Ayrıca temizlik ($p=-0,007$, $p > 0,05$), pişirme ve koruma ($p=-0,094$, $p > 0,05$) ve personel sağlığı ($p=0,078$, $p > 0,05$) boyutlarının yerli ziyaretçilerin sokak lezzeti satın alma davranışlarını etkilemediği görülmektedir. Bu sonuçlar kapsamında araştırma kapsamında önerilen H_{1c} , H_{1d} ve H_{1e} hipotezleri kabul edilmemiştir.

Test edilen ana hipotezlerin ve alt hipotezlerin kabul edilme ya da kabul edilmeme durumları şöyle özetlenmiştir:

H₁: Yerli ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgileri sokak lezzeti satın alma davranışlarını etkiler, hipotezi kabul edilmiştir.

H_{1a}: Yerli ziyaretçilerin kişisel hijyen bilgileri sokak lezzeti satın alma davranışlarını etkiler, hipotezi kabul edilmiştir.

H_{1b}: Yerli ziyaretçilerin çapraz bulaşma bilgileri sokak lezzeti satın alma davranışlarını etkiler, hipotezi kabul edilmiştir.

H_{1c}: Yerli ziyaretçilerin temizlik bilgileri sokak lezzeti satın alma davranışlarını etkiler, hipotezi kabul edilmemiştir.

H_{1d}: Yerli ziyaretçilerin pişirme ve koruma bilgileri sokak lezzeti satın alma davranışlarını etkiler, hipotezi kabul edilmemiştir.

H_{1e}: Yerli ziyaretçilerin personel sağlığı bilgileri sokak lezzeti satın alma davranışlarını etkiler, hipotezi kabul edilmemiştir.

H₂: Yerli ziyaretçilerin demografik ve diğer özellikleri ile gıda güvenliği bilgileri arasında farklılık vardır, hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

H₃: Yerli ziyaretçilerin demografik ve diğer özellikleri ile sokak lezzeti satın alma davranışları arasında farklılık vardır, hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

SONUÇ

Sağlıklı yaşamın korunarak sürdürülebilir olması için yeterli ve dengeli beslenmenin yanında güvenilir gıdaların vücuda alınması önem arz etmektedir. Gıdalar müşteri tarafından satın alınana kadar tedarik edilmesinden başlayarak depolama, hazırlama ve pişirme süreçlerinde gerekli kurallara uyum sağlanmadığı takdirde riskli hale gelebilmektedir (Özbek ve Fidan, 2010). Bu riski barındırabilecek durumda olan sokak lezzetlerinde hijyen koşullarının sağlanamaması veya satıcılar tarafından bir farkındalık olmaması sebebiyle gıda kaynaklı enfeksiyonlar meydana gelebilmektedir. Bununla birlikte sokak lezzetlerinin satılmasıyla veya üretilmesiyle ilgili herhangi bir standart bulunmamaktadır. Yine de tüketiciler gıda güvenliği konusunu arka planda tutarak sokak lezzetini tüketirken duyacağı hazzı ve heyecanı ön planda tutmaktadır. Bu yüzden bu tez çalışmasında sokak lezzeti satın alan ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgilerine başvurarak satın alma işlemi gerçekleştirip gerçekleştirmediklerine odaklanılmıştır. Bu bağlamda araştırmanın amacı yerli ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgilerinin sokak lezzeti satın alma davranışlarını etkileyip etkilemediğinin ortaya koyulmasıdır. Ayrıca gıda güvenliği bilgisi alt boyutlarının (kişisel hijyen, çapraz bulaşma, temizlik, pişirme ve koruma ve personel sağlığı) sokak lezzeti satın alma davranışına etkisinin bulunup bulunmadığı da araştırmanın amacı içerisinde yer almaktadır.

Yerli ve yabancı literatür incelendiğinde gıda güvenliği ve sokak lezzetleri ile ilgili birçok çalışmaya rastlanmaktadır. Bunun yanında tüketicilerden ziyade sokak lezzeti satıcılarının gıda güvenliği bilgi düzeyleri (Ma vd., 2019; Hossen vd., 2021; Letuka vd., 2021; Nkosi ve Tabit, 2021; Verma vd., 2023) üzerine çalışmalar bulunmaktadır. Ancak ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgisinin sokak lezzeti satın alma davranışı üzerine etkisinin olup olmadığıyla ilgili herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu açıdan sokak lezzeti satın alımında gıda güvenliğinin rolünün var olup olmadığını ortaya çıkarmak amaçlı gerçekleştirilen bu araştırma önem arz etmektedir.

Bu tez çalışmasında yerli ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgisinin sokak lezzeti satın alma davranışına etkisi araştırılmıştır. Bununla birlikte yerli ziyaretçilerin demografik ve diğer özellikleri ile gıda güvenliği bilgileri ve sokak lezzeti satın alma davranışları arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığı test edilmiştir. Bu bağlamda

Nisan-Mayıs 2023 döneminde İzmir ilini ziyaret eden ve İzmir sokak lezzetlerini satın alan 533 yerli ziyaretçiden veri toplanmıştır. Elde edilen verilerin analizi neticesinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

İzmir iline ziyaret gerçekleştiren yerli turistlerin demografik özelliklerinde cinsiyet durumu açısından erkekler (%59,7), medeni durum yönünden bekarlar (%66,2), yaş açısından 19-25 yaş grubu (%33,2), eğitim durumunda lisans mezunları (%45,2), gelir durumunda 15000 TL ve üzeri (%30,8) ve meslek yönünden özel sektör (%34,1) öne çıkmıştır. Diğer özelliklere bakıldığında sokak lezzeti tüketim sıklığında haftada birkaç kez (%34), sokak lezzeti için harcanan ortalama ücrette 500 TL ve altı (%52,3), sokak lezzeti tüketim öğününde akşam (%52,7) ve sokak lezzetinin kimlerle birlikte tüketildiğinde arkadaşlarla birlikte tüketildiği (%55,3) öne çıkan unsurlardır.

Yerli ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgileri ile tanımlayıcı özelliklerinin karşılaştırılmasında medeni durum, yaş, eğitim durumu, meslek ve sokak lezzetlerini kimlerle tükettiği değişkenlerinde anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır. Medeni durumda evli olanların gıda güvenliği bilgileri bekâr olanlara göre daha yüksektir. Yaş değişkeninde 18 yaş ve altına göre 19-25 yaş, 26-32 yaş, 33-39 yaş ve 40 yaş ve üzeri arasında farklılık bulunmaktadır. 18 yaş ve altı katılımcıların gıda güvenliği bilgisi daha düşük iken 40 yaş ve üzerine doğru giderek yükseliş görülmektedir. Bu bağlamda yaş düzeyi arttıkça gıda güvenliği bilgisinin de arttığı söylenebilir. Eğitim durumunda lisansüstü eğitilmiş olanların gıda güvenliği bilgisi daha yüksek düzeyde görülmektedir. Dolayısıyla eğitim düzeyinin artması ve eğitim süreci içerisinde hijyen veya gıda güvenliğine yönelik eğitimlerin alınması elde edilen bu sonucun sebebinin ortaya koymaktadır. Meslek değişkenindeki farklılık öğrenci ile kamu sektörü arasında görülmektedir. Bu sonuçtan hareketle kamu sektöründe isteğe bağlı alman bazı kurslar veya eğitimler gıda güvenliği bilgisi açısından faydalı bulunarak bu farklılığı ortaya çıkarmış olabilir. Son olarak sokak lezzetlerini kimlerle tükettiği değişkenindeki farklılık kendi başına ve ailemlerle arasında bulunmuştur. Bu sonuç kapsamında tüketicilerin ailesiyle birlikte sokak lezzeti tükettiğinde gıda güvenliği bilgisine daha fazla başvurduğu söylenebilir.

Yerli ziyaretçilerin sokak lezzeti satın alma davranışları ile demografik ve diğer özelliklerinin karşılaştırılmasında ise yaş, sokak lezzeti tüketim öğünü ve sokak lezzetlerini kimlerle tükettiği değişkenlerinde anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır. Yaş

değişkeninde bulunan farklılık 18 yaş ve altı ile 26-32 yaş arasında tespit edilmiştir. 18 yaş ve altı grubunda olan bireylerin beslenmesinde ebeveynlerinin rolü göz önünde bulundurulduğunda sokak lezzeti tüketiminin düşük olduğu anormal bir durum olarak görülmemektedir. Ancak orta yaş bireylerin sokak lezzeti satın alma olasılıklarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Buna sebep olan faktörün ise iş yaşamında kısıtlı zamanların olması, orta yaş bireyleri sokak lezzeti tüketmeye daha fazla sevk ettiği şeklinde düşünülebilir. Sokak lezzeti tüketim öğününde sabah ile öğle ve akşam arasında farklılıklar saptanmıştır. Öğle ve akşam sokak lezzeti tüketimi oldukça fazla görülmüştür. Çalışanların kısıtlı öğle aralarında yiyecek ihtiyacını gidermesi için sokak lezzetlerini tercih ettikleri düşünülmektedir. Akşam ise özellikle İzmir’de sahil kenarında yürüyüş yapanların sokak lezzetlerini daha fazla tercih ettikleri söylenebilir. Bu yüzden öğle ve akşam vakitlerinde sokak lezzetleri sabah vakitlerine göre daha fazla tercih edilmektedir. Son olarak sokak lezzetlerini kimlerle beraber tükettiği değişkeninde tek başıma ile arkadaşlarımla arasında farklılık belirlenmiştir. Bu sonuçtan hareketle yukarıda bahsedildiği gibi özellikle akşam vakitlerinde sahil kenarı yürüyüşleri esnasında sokak lezzeti satın alma davranışının daha fazla gerçekleştiği için bu sonucun ortaya çıktığı ifade edilebilir.

Yerli ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgisi ile sokak lezzeti satın alma davranışı arasındaki ilişkinin neden-sonuç kapsamında değerlendirilebilmesi gerçekleştirilen regresyon analizi sonucunda gıda güvenliği bilgisinin sokak lezzeti satın alma davranışını olumlu şekilde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Bu sonuç gıda güvenliği bilgisinin artması durumunda tüketicilerin daha bilinçli davranışlarla sokak lezzetlerini satın alacağı algısını ortaya çıkarmaktadır. Literatürde bazı araştırmalar gıda güvenliği bilgisinin organik gıda satın alma davranışını olumlu yönde etkilediği sonucuna varmıştır (Ustaahmetoğlu ve Toklu, 2015).

Yerli ziyaretçilerinde gıda güvenliği bilgisinin alt boyutlarından kişisel hijyen ve çapraz bulaşmanın sokak lezzeti satın alma davranışını olumlu bir şekilde etkilediği sonucu ortaya çıkmıştır. Araştırmada önerilen alt hipotezlerden H_{1a} ve H_{1b} kabul edilmiştir. Belirlenen bu sonuçlarla birlikte ziyaretçilerin kişisel hijyene ve çapraz bulaşmaya dikkat ettikleri ve bunun neticesinde sokak lezzeti satın alma davranışlarının arttığı söylenebilir. Araştırma bulgularına bakıldığında sokak lezzeti satın alan ziyaretçilerin kişisel hijyen ve çapraz bulaşmaya daha fazla dikkat ettikleri gözlenmiştir.

Dolayısıyla sokak lezzeti satan satıcılarının da özellikle kişisel hijyen ve çapraz bulaşmaya dikkat ederek ürün hazırlaması beklenmektedir.

Ulaşılan sonuçlar bağlamında sokak lezzeti üreten satıcılar ve tüketen yerli ziyaretçiler için öneriler şöyle sıralanmaktadır:

- Araştırma sonuçlarına bakıldığında ziyaretçilerin sokak lezzeti satın alırken kişisel hijyen ve çapraz bulaşmaya daha fazla dikkat ettikleri belirlenmiştir. Bu kapsamda sokak lezzeti satan satıcıların üretim yaparken ziyaretçilerin dikkat ettikleri noktalara daha fazla önem vermesi ürün satışını artırabilir.
- Sokak lezzeti satıcılarının ürettikleri ürünlerin tüketilmesiyle gıda zehirlenmelerinin meydana gelebilme ihtimalini göz önünde bulundurmaları gereklidir. Çünkü sokak lezzeti satın alınırken (özellikle seyyar tezgâhlarla üretim yapan satıcılardan) çoğunlukla herhangi bir fatura veya fiş kesilmemesi durumu olduğundan gıda zehirlenmesi vakası yaşandığında sorumlu tutulabilecek bir kişi ya da kurum bulunmamaktadır. Bu yüzden satıcılardan sorumluluk sahibi olabilecek davranışlar beklenmektedir.
- Gıda güvenliği bilgisi sokak lezzeti satın alma davranışını olumlu etkilemektedir. Ancak hızlı üretim, satın alma ve tüketimin olması sokak lezzeti satın alınırken gıda güvenliği bilgisine çokça başvurulmadığı söylenebilir. Sokak lezzeti tüketenler farklı tatları deneyimlemek ve haz almak için genellikle tüketim gerçekleştirmektedir. Bu açıdan gıda güvenliği yönünden neredeyse bütün sorumluluğun satıcılara ait olduğu unutulmamalıdır.
- Benzer şekilde gıda güvenliği bilgisinin alt boyutları olan kişisel hijyen ve çapraz bulaşma sokak lezzeti satın alma davranışını olumlu etkilemektedir. Ancak temizlik, pişirme ve koruma ve personel sağlığının sokak lezzeti satın alma davranışına anlamlı etkisi bulunmamaktadır. Bu sonuçlardan yola çıkarak her ne kadar etkisi bulunmayan boyutlar olsa da temizlik ile pişirme ve korumaya dikkat edilmesi önerilmektedir. Sokak lezzeti tüketmek isteyen bireylerin özellikle temizlik unsurlarına dikkat ederek satın alma ve tüketme işlemi gerçekleştirmesi bireysel sağlık açısından faydalı olacaktır.

Sokak lezzeti satın alma davranışında gıda güvenliği bilgisinin rolünün ortaya çıkarılmaya çalışıldığı bu araştırma ile gelecekte gerçekleştirilebilecek benzer çalışmalar için aşağıdaki hususların dikkate alınması faydalı olabilecektir.

Bu araştırmada;

- İzmir ili sokak lezzetleri üzerine odaklanılmıştır. Bu yzden araştırmada elde edilen sonuçlar genellenemeyebilir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda farklı destinasyonların seçilmesi ve farklı sokak lezzetlerinin seçilen destinasyonda bulunması ziyaretçi görüşlerini farklılaştırabilir.
- Yerli ziyaretçilerin gıda gvenliği bilgisi kişisel hijyen, çapraz bulaşma, temizlik, pişirme ve koruma ve personel sağlığı şeklinde beş boyutta incelenmiştir. Benzer araştırmalarda farklı boyutlar dâhil edilerek daha kapsamlı sonuçlar elde edilebilir.
- Yerli ziyaretçilerin sokak lezzeti satın alma davranışları gıda kalitesi, hizmet kalitesi, hijyen ve çekicilik olarak dört boyutta incelenmiştir. Gelecekte yapılacak araştırmalarda çeşitli boyutlar dâhil edilerek farklı sonuçlara ulaşılabilir.
- Bu çalışmada gıda gvenliği bilgisinin sokak lezzeti satın alma davranışına etkisi incelenmiştir. Gelecekte yapılacak araştırmalarda gıda gvenliği bilgisinin yöresel yiyecekler veya organik gıdalar gibi yiyeceklerin satın alınması davranışına etkisi incelenebilir.
- İki taraflı bakış açısının olduğu üretim ve tüketim kapsamında bu araştırma sokak lezzetlerini tüketen yerli ziyaretçiler perspektifinden gerçekleştirilmiştir. Ancak gelecekte bu araştırmanın sokak lezzetleri satıcılarına uygulanması farklı bulguları ortaya çıkarabilir.

KAYNAKÇA

- Abubakirova, A. (2014). Türkiye ve Kazakistan'daki 4-5 Yıldızlı Otellerdeki İşgörenlerin Gıda Güvenliğine İlişkin Bilgi, Tutum ve Davranışlarının Saptanması. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Açıklım B. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Gıda Güvenliğine Yönelik Bilgi Tutum ve Davranışları. Yüksek Lisans Tezi, Biruni Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Aktan, N., Yücel, U. ve Kalkan, H. (1998). Tursu teknolojisi, *Ege Üniversitesi Ege Meslek Yüksek Okulu Yayınları*, 23, 1-138.
- Aktaş, A. ve Özdemir, B. (2012). *Otel İşlemelerinde Mutfak Yönetimi*. Detay Yayıncılık. Ankara.
- Alimi, B. A. (2016). Risk factors in street food practices in developing countries: A review. *Food Science and Human Wellness*, 5(3), 141-148.
- Almeida, P. (1996). Knowledge Resourcing by Foreign Multinationals: Patent Citation Analysis in the U.S. Semiconductor Industry. *Strategic Management Journal*, 17, 155-165.
- Alpert, M. I. (1971). Identification of Determinant Attributes: A Comparison of Methods, *Journal of Marketing Research*, 8(2), 184-191.
- Alpuğuz, G., Erkoç, F., Mutluer, B. ve Selvi, M. (2009). Investigation on the knowledge and behaviors of young individuals (ages 14-24) about food hygiene and packaged food consumption. *Turkish Bulletin of Hygiene and Experimental Biology*, 66(3), 107-115.
- Alyakurt, Ö. (2009). Turizm Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Gıda Güvenliği Bilgi ve Uygulamaları. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Alyakurt, Ö. (2009). Turizm Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Gıda Güvenliği Bilgi ve Uygulamaları. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- And, M. (2006). Sokakların Renkli Sesi Gezici Esnaf. *Skylife*, Ağustos-2006.

- Asal, R. R. (2014). Sefarad mutfağından vazgeçemeyenlerin adresi “Angelina Patisserie”. <http://raselrakellaasal.blogspot.com/2014/01/sefaradmutfagndan-vazgecemeyenlerin.html>. Erişim Tarihi: 28.12.2022.
- Ayaz, N. ve Sünbül, K. (2019). Turistlerin Gıda Güvenliği Bilgisinin Şikâyet Etme Davranışına Etkisi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(2), 244-258. DOI: 10.24010/soid.541767.
- Ayaz, N. ve Türkmen, B. M. (2019). Yöresel yiyeceklere yönelik gıda güvenliği algısı: Mersin tantunisi örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 199-219.
- Aydın, B. (2020). Sokak Lezzetlerinin Gıda Güvenliği Açısından Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gedik Üniversitesi, Gastronomi Mutfak Sanatları Programı, İstanbul.
- Bagozzi, R. P. (2012). Alternative approaches for thinking about and modeling consumer decisions in relationships. *Journal of Consumer Psychology*, 22(3), 315-319. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jcps.2012.05.001>
- Bakırcı, G. T. ve Zeyrek, A. (2017). The importance of ottoman sherbets in today's Turkish cuisine and gastronomic preference for melon seed sherbet (Sübye). *International Gastronomic Tourism Congress*, 52-63. İzmir: Türkiye
- Ballı, E. (2016). Gastronomi turizmi açısından adana sokak lezzetleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 3-17.
- Bandara, W. W. M. C. (2014). Consumer Decision-Making Styles and Local Brand Biasness: Exploration in the Czech Republic. *Journal of Competitiveness*, 6(1), 3-17.
- Barro, N., Nikiéma, P., Ouattara, C. A. T. ve Traoré, A. S. (2002). Evaluation de l'hygiène et de la qualité microbiologique de quelques aliments rue et les caractéristiques des consommateurs dans les villes de Ouagadougou et de Bobo-Dioulasso (Burkina Faso). *Rev Sci Tec Sci Santé*, (25), 7-21.
- Baş, M. (2004). *Besin Hijyeni Güvenliği ve HACCP*. Sim Matbaacılık. Ankara.
- Bayram, F. (2011). Otel Mutfaklarında Çalışan Mutfak Personelinin Gıda Güvenliği Konusundaki Bilgi Tutum ve Davranışları. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Bellia, C., Pilato, M. ve Séraphin, H. (2016). Street food And food safety: A driver for the tourism? *Quality-Access to Success*, (17), 20-27.
- Beulens, A. J. M., Broens, D. F., Folstar, P. ve Hofstede, G. J. (2005). Food safety and transparency in food chains and networks. *Food Control*, 16(6), 4818-486.

- Bilici, S. (2008). *Toplu Beslenme Sistemleri Çalışanları İçin Hijyen El Kitabı*. T.C. Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Beslenme Bilgi Serisi 1, Ankara. Sağlık Bakanlığı Yayınları.
- Bilici, S., Uyar, F., Beyhan, Y. ve Sağlam, F. (2008). *Besin Güvenliği*. Ankara: Klasmat Matbaacılık.
- Björk, P. ve Kauppinen-Räsänen, H. (2014). Culinary-gastronomic tourism-A search for local food experiences. *Nutrition & Food Science*, 44(4), 294-309.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Cambridge: Harvard University Press.
- Bryan, F. L., Michanie, S., Alvarez, P. ve Paniaywa, A. (1988). Critical control points of street-vended foods. *Journal of Food Protection*, 51, 373-383.
- Bryan, F.L., Michanie, S.C., Alvarez, P. ve Paniagua, A. (1988). Critical control points of street-vended foods in the Dominican Republic, *Journal of Food Protection*, 51(5), 373-383.
- Bulduk, S. ve Bulduk, E. Ö. (2018). *Gıda ve Personel Hijyeni*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Buscemi, S., Barile, A., Maniaci, V., Batsis, J. A., Mattina, A. ve Verga, S. (2011). Characterization of street food consumption in Palermo, possible effects on health. *Nutrition Journal*, (10), 1-9.
- Buted, D. ve Ylagan A. P. (2014). Street food preparation practices. *Asia Pasific Journal of Education, Arts and Sciences*, 1(2), 53-60.
- Büyüköztürk, Ş., Çokluk, Ö. ve Köklü N. (2012). *Sosyal Bilimler İçin İstatistik*. (10. Baskı). Ankara: A Pagem Akademi.
- Calloni, M. (2013). Street food on the move: Asocio-philosophical approach. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, (93), 306-341.
- Cardosa R. C. V., Companion M. ve Marras S. R. (2014). *Street Food: Culture, Economy, Health and Governance*. New York: Routledge.
- Cardoso, R. C. V., Santos, S. M. C. ve Silva, E. O. (2009). Street food and intervention: Strategies and proposals to the developing world. *Ciência & Saúde Coletiva*, 14(4), 1215-1224.
- Ceyhun Sezgin, A. (2017). Türk mutfak kültüründe Demirhindi şerbeti ve gastronomi turizmine katkısı. *International Rural Tourism and Development Journal*, 1(1), 1499-1518.

- Ceyhun Sezgin, A. ve Artık, N. (2015). Toplu tüketim yerlerinde gıda güvenliği ve HACCP uygulamaları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 56-62.
- Ceyhun Sezgin, A. ve Şanlıer, E. (2016). Street food consumption in terms of the food safety and health. *Journal of Human Science*, 13(3), 4072-4083.
- Chavarria, L. C. T. ve Phakdee-auksorn, P. (2017). Understanding International Tourists' Attitudes Towards Street Food in Phuket, Thailand. *Tourism Management Perspectives*, 21, 66-73.
- Chikweche, T. ve Fletcher, R. (2010). Understanding factors that influence purchases in subsistence markets. *Journal of Business Research*, 63(6), 643-650. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.04.024>
- Chokenukul, P., Sukhabot, S. ve Rinthaisong, I. (2018). A causal relationship model of purchasing behavior of consumers in Thailand regarding processed fish products. *Kasetsart Journal of Social Sciences*. doi:<https://doi.org/10.1016/j.kjss.2017.10.006>
- Cortese, R. D. M., Veirosa, B. M., Feldmanb, C. ve Cavallia, S. B. (2016). Food safety and hygiene practices of vendors during the chain of street food production in Florianopolis, Brazil: A cross-sectional study. *Food Control*, 62, 178-186.
- Cömert, M. (2011). Otel İşletmeleri Mutfak Personelinin Gıda Güvenliği Algılamaları ve Ankara'da Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Cömert, M. (2014). Turizm pazarlamasında yöresel mutfakların önemi ve Hatay mutfağı örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(1), 64-70.
- Cruwys, T., Bevelander, K. E. ve Hermans, R. C. J. (2015). Social modeling of eating: A review of when and why social influence affects food intake and choice. *Appetite*, 86, 3-18. doi:<https://doi.org/10.1016/j.appet.2014.08.035>
- Cuneo, A. (1998). DDB Wins Makeover Bid From Heins. *Advertising Age*, 69(33): 47.
- Czarniecka-Skubina, E. ve Skwierczyński, S. (2007). Examination of Hygiene Knowledge of Personnel Employed in Hotel Catering Establishments. *Polish Journal of Food and Nutrition Sciences*, 57 (4A): 95-99.
- Çanakçı, S. D. ve Çanakçı, T. (2017). Konaklama işletmelerinde gıda güvenliği uygulamaları. *The Journal of International Social Research*, 10(52), 1410-1415.
- Çavuşoğlu, M. ve Çavuşoğlu, O. (2018). Gastronomi turizmi ve Kıbrıs sokak lezzetleri üzerine bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 637-651.

- Çekiç, İ. (2022). Sokak yemeklerine yönelik algılanan risk ve faydanın öznel normlar ile davranışsal niyetler üzerindeki etkisi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 21(3), 1780-1794.
- Çiftçi, B. (2014). 5 Yıldızlı Otellerde Aşçılık Eğitimi Alan ve Almayan Yönetici Pozisyonundaki Mutfak Personelinin Gıda Güvenliği Konusundaki Bilgi ve Uygulamaları. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Davinder, K. (2015). History of Street Food. <https://www.worldchefs.org/world-news/05dfb5ac392306ffd7bbbed67db575d31df63673b>. Erişim Tarihi: 23.01.2023.
- Dawson, R. J. ve Canet, C. (1991). International activities in street foods. *Food Control*, (2), 135-138.
- De Moura, F. A., Nogueira, C. M. ve Gouvêa, M. A. (2012). Atributos determinantes na decisão de compra de consumidores de alimentos orgânicos. *Agroalimentaria*, 18(35), 75-86.
- Demir, S. ve Koç, B. (2013). Coğrafya dersi tutum ölçeği: Geliştirilmesi, geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Electronic Turkish Studies*, 8(8), 1765-1777.
- Demir, Ş., Sormaz, Ü., Akdağ, G. ve Özata, E. (2018). Sokak lezzetlerinin gastronomik değeri: İstanbul sokak lezzetleri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 589-601.
- Demirağ, K. ve Yılmaz, H. (2008). Gıda Güvenliği, Sürdürülebilirliği Ve Yerel Yönetimler. *Tmmob İzmir Kent Sempozyumu*, Ziraat Mühendisleri Odası, 647-651. İzmir.
- Dikkaya, F. (2011). Evliya Çelebi Seyahatnâmesi'nde simit ve simitçiler. *Milli Folklor*, 23(92), 72-76.
- Doğan, M. (2018). *Toplu Beslenme Sistemleri ve Catering Hizmetleri Yönetimi*, Ankara: Nobel Akademik Yayınları.
- Ekanem, E. O. (1998). The street food trade in Africa: Safety and socio environmental issues. *Food Control*, 9(4), 211-215.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D. ve Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior*, (7th Edition). Fort Worth, TX: Dryden Press.
- Eren, R., Nebioğlu, O. ve Şık A. (2017). Otel işletmeleri mutfak çalışanlarının gıda güvenliği konusunda bilgi düzeyleri: Alanya örneği. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 1(2), 47-64.

- Erkmen, O. (2010). Gıda kaynaklı tehlikeler ve güvenli gıda üretimi. *Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Dergisi*, (53) 220-235.
- Erkol, G. ve Zengin, B. (2015). Şanlıurfa'da bulunan yöresel yiyecek-içecek işletmelerinin pazarlama stratejilerinin şehrin turizm açısından pazarlanabilirliğine etkileri. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(9), 599-614.
- Eryılmaz, G., Kılıç, O. ve Başer, U. (2018). Gıda güvenliği konusunda tüketici davranışlarının belirlenmesi: Samsun ili kentsel alan örneği. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 4(2), 237-245.
- FAO, (2011). Selling Street and Snack Foods. <http://www.fao.org/docrep/015/i2474e/i2474e00.pdf>. Erişim Tarihi: 30.05.2021.
- FAO, (2001). To bring about coordination in the street food sector and consumer advocacy programmes: ATCP/SAF/Italy.
- Fidanboylu, A. (2020). Kavun Çekirdeği Şerbeti (Sübye). <https://www.gidabilgi.com/Makale/Detay/kavun-cekirdegi-serbeti-subye-110899> Erişim Tarihi: 06.04.2023.
- Fields, K. (2002). Demand for the Gastronomy Tourism Product: Motivational Factors. A. M. Hjalager ve G. Richards (Ed.), *Tourism and Gastronomy* içinde (ss. 37-50). London: Routledge.
- Fields, K. (2003). Demand for the gastronomy tourism product: motivational factors: *Tourism and gastronomy. London and New York: Routledge.*
- Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), (2018). Street foods. www.fao.org. Erişim Tarihi: 30.07.2021.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), (2009). *Good Hygienic Practices in The Preparation And Sale of Street Food in Africa*. Roma: Viale delle Terme di Caracalla.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations/World Health Organization (FAO/WHO). (2013). Regional code of practice for street vended foods (Near East). CXC 71-R-2013.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations/World Health Organization (FAO/WHO). (2017). Regional code of hygienic practice for street-vended foods in Asia. CAC/RCP 76R-2017.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations/World Health Organization (FAO/WHO). (2001). Regional code of hygienic practice for the preparation and

- sale of street foods (Latin America and the Caribbean) (CAC/RCP 43R-1995, Rev. 1-2001).
- Franck, K. (2005). The city as dining room, market and farm. *Architectural Design*, 75(3), 5-10.
- Girgin, G. K. (2008). HACCP Sisteminin Otel İşletmeleri Açısından Değerlendirilmesi: 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Gönülgül, S. ve Durlu Özkaya, F. (2017). Los Angeles ve Toronto sokak lezzetlerinin menü içeriği ve üretim bakımından incelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 454-465.
- Güngörür, M. N. ve Bostan, K. (2019). İstanbul'da satışa sunulan midye dolmaların mikrobiyolojik kalitesi. *Aydın Gastronomy*, 3(1), 55-63.
- Gürsoy, D. (2013). *Tarihin Süzgecinden Mutfak Kültürümüz*, (2. Baskı). İstanbul: Oğlak Yayınları.
- Han, H. ve Hyun, S. S. (2017). Impact of hotel-restaurant image and quality of physical-environment, service, and food on satisfaction and intention. *International Journal of Hospitality Management*, 63, 82-92. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.03.006>
- Hastaoğlu, E., Sünbül, B. ve Demircioğlu, S. (2021). Sivas sokak lezzetleri ve tüketicilerin sokak lezzetlerine bakış açısı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(1), 299-313.
- Hawkins, D. I. ve Mothersbaugh, D. L. (2013). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill.
- Higman, B. W. (2012). *How Food Made History*. West Sussex, UK: A jon Wiley & Sons, Ltd. Publication.
- Hillier, B. (1999). Centrality as a process: accounting for attraction inequalities in deformed grids. *Urban Design International*, 4(3-4), p.107-127.
- Hjalager, A. M. ve Richards, G. (2002). Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption? A. M. Hjalager ve G. Richards içinde, *Tourism and Gastronomy* (ss. 3-20). Londra: Routledge.
- Hornig, J. S. ve Tsai, C. T. (2010). Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross-national analysis. *Tourism Management*, 31(1), 74- 85. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.01.009>
- Hossen, T., Ferdaus, J., Hasan, M., Lina, N. N., Das, A. K., Barman, S. K., Paul, D. K. ve Roy, R. K. (2021). Food safety knowledge, attitudes and practices of street

food vendors in Jashore region, Bangladesh. *Food Sci. Technol, Campinas*, 41(Suppl. 1), 226-239.

<http://www.businessdictionary.com/definition/quantitative-analysis.html>. Erişim Tarihi: 03.02.2023.

<http://www.izto.org.tr/portals/0/pusuladergisi/2009/07-08/4.pdf>. Erişim Tarihi: 25.02.2023.

<https://bizimtarifler.com/kose-yazilari/izmir-kumrusunun-hikayesi>. Erişim Tarihi: 07.02.2023.

<https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/00c1de5f-319a-4a07-9fa2-0e850a39fd5a.pdf>. Erişim Tarihi: 09.02.2023.

<https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/7b203269-15df-44cd-88b4-8e92bf338efc.pdf>. Erişim Tarihi: 15.02.2023.

<https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/c69c7d04-dbe6-4274-96e9-62b8430d72c1.pdf> Erişim Tarihi: 20.02.2023.

<https://getir.com/yemek/restoran/izmir-sandvic-odunpazari-istiklal-mah-odunpazari-eskisehir/>. Erişim Tarihi: 06.02.2023.

<https://getir.com/yemek/restoran/tam-tekmil-izmir-sogus-midye-bostanci-mah-kadikoy-istanbul/>. Erişim Tarihi: 27.02.2023.

<https://goizmirturkiye.com/tr/izmirde-yapmadan-donme>. Erişim Tarihi: 01.02.2023.

<https://harbiyiyorum.com/izmirde-en-iyi-sambali-nerede-yenir-meshur-hisaronu-sambalicisi-kemeralti-izmir/>. Erişim Tarihi: 03.03.2023.

<https://izmir.ktb.gov.tr/TR-196339/izmir-kumrusu.html>. Erişim Tarihi: 07.03.2023.

<https://izmirmag.net/boyoz-nedir-nasil-yapilir-iste-boyozun-az-bilinen-hikayesi/>. Erişim Tarihi: 10.03.2023.

<https://www.aksam.com.tr/cumartesi/hem-sofralarin-hem-sokaklarin-susu-izmir-lokmasi/haber-537455>. Erişim Tarihi: 20.03.2023.

<https://www.droetker.com.tr/tr-tr/tarifler/r/izmir-bomba-tatlisi>. Erişim Tarihi: 15.03.2023.

<https://www.hurriyet.com.tr/lezizz/izmir-gevregi-tarifi-41356104>. Erişim Tarihi: 01.04.2023.

<https://www.lezzet.com.tr/yemek-tarifleri/diger-tarifler/kuruyemisli-tarifler/buzlubade>. Erişim Tarihi: 12.04.2023.

- <https://www.lezzet.com.tr/yemek-tarifleri/diger-tarifler/tahinli-ve-pekmezli-tarifler/harnup-serbeti>. Erişim Tarihi: 20.03.2023.
- https://www.yasarbey.com/cig_kavun_cekirdegi-urunicerik-1267-1006-https://www.yasemin.com/saglik/haber/2700585-demirhindinin-faydalari-nelerdir-duzenli-demirhindi-serbeti-icerseniz-ne-olur. Erişim Tarihi: 01.03.2023.
- <https://www.yemektekeyifvar.com/dolma-tarifleri/midye-dolma-tarifi>. Erişim Tarihi: 13.03.2023.
- <https://www.yeniakit.com.tr/haber/tursu-suyunun-cok-sasiracaginiz-faydalari-319387.html>. Erişim Tarihi: 15.01.2023.
- <https://yemek.com/kavun-cekirdegi-serbetinin-hikayesi/>. Erişim Tarihi: 25.01.2023.
- Huang, S. S. (2009). Measuring tourism motivation: Do scales matter? *Tourismos*, 5(1), 153-162.
- İğdır, E. (2020). Sokak lezzetlerinin kültür, ekonomi, hijyen ve kadın istihdamı açısından değerlendirilmesi. *Review of Tourism Administration (ROTA) Journal*, 1(1), 53-62.
- Isaacs, B. (2014). The tastiest food is in the small streets: The politics of flavor and nostalgia in Bangkok. R. C. Vieira-Cardoso, M. Companion ve S. R. Marras içinde, *Street Food: Culture, economy, health and governance* (ss. 195-213). Oxon: Routledge.
- İrigüler, D. ve Öztürk, B. (2016). Street Food As A Gastronomic Tool In Turkey. II. *Uluslararası Gastronomik Turizm Kongresi*, ss. 49-64, İzmir/Türkiye.
- İrigüler, F., Öztürk, B. ve Güven, S. (2016). Sokak Yemekleri Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler. O. N. Özdoğan (Editör), Ankara: Detay Yayıncılık.
- İştin, A. E. ve Avcı, C. (2022). Adana sokak lezzetlerine ilişkin tutumların ve Adana sokak lezzetlerinin belirlenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(3), 1581-1603.
- Jevşnik, M., Hlebec, V. ve Raspor, P. (2008). Food safety knowledge and practices among food handlers in Slovenia, *Food Control*, 19, 1107-1118.
- Kabacık, M. (2013). Dört ve beş yıldızlık otel mutfaklarında çalışan personelinin gıda güvenliği konusunda bilgi düzeylerinin saptanması. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 10(12), 112-120.
- Kang, C. D. (2015). The effects of spatial accessibility and centrality to land use on walking in Seoul, Korea. *Cities*, 46, 94-103. doi:<https://doi.org/10.1016/j.cities.2015.05.006>

- Karasar, N. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler ve Teknikler*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kargıglioğlu, Ş. ve Aksoy, M. (2019). Sokak lezzetlerini tatma amacıyla İstanbul'u ziyaret eden turistlerin İstanbul seyahatlerinin değerlendirilmesine yönelik bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3), 1821-1835.
- Kargıglioğlu, Ş. ve Aksoy, M. (2020). The effect of street foods on destination selection in the context of planned behavior theory: The case of Istanbul province. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 2(2), 122-142.
- Kargıglioğlu, Ş. (2019). Planlı Davranış Teorisi Bağlamında Sokak Lezzetlerinin Destinasyon Seçimi ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: İstanbul İli Örneği. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Karsavuran, Z. (2018). Sokak Yemekleri: Farklı Disiplinlerin Yaklaşımı ve Gastronomi Turizmi Alanında. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 246-265.
- Karsavuran, Z. ve Özdemir, B. (2017). Understanding street food consumption: a theoretical model Including atmosphere and hedonism. *II. International Conference On Tourism Dynamics And Trends Proceedings Book*. Spain 541-553.
- Kayaardı, S. (2012). *Gıda Hijyeni ve Sanitasyon*. İzmir: Sidas Yayıncılık.
- Kesici, M. (2012). Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü, Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 33-37.
- Kılıçalp, M. (2011). Türkiye'yi Ziyaret Eden Turistlerin Gıda Güvenliği Algılamaları Üzerine Bir Araştırma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Kırgız, A. C. (2014). Organik gıda sertifikasyonlarının ve etiketlemelerinin Türkiye gıda sektörü işletmelerinin itibarı üzerindeki etkisi. *Sosyal Bilimler Metinleri*, 14(1), 1-12.
- Kim, Y. G., Eves, A. ve Scarles, C. (2009). Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach. *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 423-431. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2008.11.005>
- Kim, Y. G. ve Eves, A. (2012). Construction and validation of a scale to measure tourist motivation to consume local food. *Tourism Management*, 33(6), 1458-1467. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.01.015>

- Kline, R. B. (2016). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (4th ed.). New York: The Guilford Press.
- Koçak, N. (2015). *Yiyecek İçecek İşletmelerinde Gıda ve Personel Hijyeni*. Detay Yayıncılık. Ankara.
- Kok, R. ve Balkaran, R. (2014). Street food vending and hygiene practices and implications for consumers. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 6(3),188-193.
- Kotler, P. ve Armstrong G. (1999). *Principles of Marketing* (Eight Edition). New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Kotler, P. ve Keller, K. L. (2009). Marketing management: Upper Saddle River. *Frenchs Forest*, 13, N.S.W.: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J. ve Armstrong, G. (2005). *Principles of Marketing*. (Fourth European Edition). Edinburgh: Pearson Education Limited.
- Kozak, M. (2014). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köksal Ş, (2010). İzmir’de Bazı Sağlık Kurumlarına Yemek Üretim ve Dağıtım Hizmeti Veren Bir Firmada Çalışanların Besin Hijyeni ile İlgili Bilgi ve Davranışları. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Kraig, B. ve Taylor, S. C. (2013). Street Food around the World. An Encyclopedia of Food and Culture.
- Latifoğlu, A. H. (2020). Sokak Yemeklerinin Bilinirlik, Beğeni, Gastronomik Hareketlilik ve Gıda Güvenliği Açısından İncelenmesi. Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Bolu.
- Letuka, P., Nkhebenyane, J. ve Thekiso, O. (2021). Street food handlers’ food safety knowledge, attitudes and self-reported practices and consumers’ perceptions about street food vending in Maseru, Lesotho. *British Food Journal*, 123(13), 302-316.
- Lin, G., Chen, X. ve Liang, Y. (2018). The location of retail stores and street centrality in Guangzhou, China. *Applied Geography*, 100, 12-20. doi:<https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2018.08.007>
- Liu, A. ve Niyongira, R. (2017). Chinese consumers food purchasing behaviors and awareness of food safety. *Food Control*, 79, 185-191. doi:<https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2017.03.038>

- Liu, R., Pieniak, Z. ve Verbeke, W. (2013). Consumers' attitudes and behaviour towards safe food in China: A review. *Food Control*, 33(1), 93-104. doi:<https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2013.01.051>
- Lupton, D. (1996). *Food, the Body and the Self*. Australia: University of Canberra.
- Lükel, G. (2011). Demirhindi: Faydaları Saymakla Tükenmeyen Meyve. https://www.tavsiyeediyorum.com/makale_7272.htm. Erişim Tarihi: 25.12.2022.
- Ma, L., Chen, H., Yan, H., Wu, L. ve Zhang, W. (2019). Food safety knowledge, attitudes, and behavior of street food vendors and consumers in Handan, a third tier city in China. *BMC Public Health*, 19, 1-13.
- Madran, C. (1999). Türk Tüketicisinin Gıda Tüketim Davranışları ve Türkiye Dondurulmuş Gıda Pazarında Tüketici Davranışları Üzerine Bir İnceleme. 4. *Ulusal Pazarlama Kongresi*, 18-20 Kasım, Antakya/Hatay, 321-328.
- Mahmutoğlu, T. (2010). *Gıda Endüstrisinde Güvenli Gıda Üretmek*. ODTÜ Yayıncılık. Ankara.
- Mak, A. H. N., Lumbers, M., Eves, A., ve Chang, R. C. Y. (2012). Factors influencing tourist food consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 928-936. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.10.012>
- Mak, A. H., Lumbers, M., Eves, A. ve Chang, R. C. (2017). The effects of foodrelated personality traits on tourist food consumption motivations. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22 (1), 1-20.
- Malhotra, S. (2016). Food safety issues related to street vendors. In R. K. Gupta, P. Dudeja, A. S. Minhas (Editors), *Food safety in the 21st century: Public health perspective is an important* (pp. 395-402). London: Academic Press. ISBN: 978-0-12-801773-9.
- Manguiat, L. S. ve Fang, T. J. (2013). Microbiological quality of chicken- and pork-based street-vended foods from Taichung, Taiwan and Laguna, Philippines. *Food Microbiol*, 36(1), 57-62.
- Martinez, S., Hand, M., Da Pra, M., Pollack, S., Ralston, K., Smith, T. ve Newman, C. (2010). *Local food systems; Concepts, impacts, and issues* (Economic Research Report No. 97). Washington, DC: Economic Research Service, U.S. Department of Agriculture.
- Martins R. B., Hogg, T. ve Otero, J. G. (2012). Food Handlers' Knowledge on Food Hygiene: The Case of a Catering Company in Portugal. *Food Control*, 23 (1): 184-190.

- Megep. (2018). Yiyecek İçecek hizmetleri. http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller. Erişim Tarihi: 23.01.2023.
- Meyers, A. (2013). *Introduction to Statistics and SPSS in Psychology*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Monney, I., Agyei, D., Ewoenam, B. S., Priscilla, C. ve Nyaw, S. (2014). Food hygiene and safety practices among street food vendors: an assessment of compliance, institutional and legislative framework in Ghana. *Food and Public Health*, 4(6), 306-315.
- Mosavi Seyed, A. ve Mahnoosh, G. (2013). Behavioral intention in the luxury fast food restaurant. *African Journal of Business Management*, 7(18), 1845-1853.
- Mosupye, F. ve von Holy, A.(1999). Microbiological quality and safety of ready-to-eat street-vended foods in Johannesburg, *South Africa. Journal of Food Protection*, (62), 1278-1284.
- Motarjemi, Y. (2016). The Starting Point: What is Food Hygiene? *Handbook of Hygiene Control in the Food Industry*. 1(11), Woodhead Publishing, London.
- Muinde, O. K. ve Kuria, E. (2005) Hygienic and sanitary practices of vendors of street foods in Nairobi, Kenya. *African Journal of Food Agriculture and Nutritional Development*, 5, 1-15.
- Muzaffar, A. T., Huq, I. ve Mallik, B. A. (2009). Entrepreneurs of the streets: An analytical work on the street food vendors of Dhaka city. *International Journal of Business and Management*, 4(2), 80-88.
- Nebioğlu, O. (2017). Gastronomik kimlik ve gastronomik turizm ürünlerinin sınıflandırılması üzerine nitel bir araştırma: Alanya örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 39-60.
- Nedim, F. (1980). *Alaturka-Alafranga Yemek, Tatlı-Pasta Kitabı*. İstanbul: İnkılap ve Aka Kitabevleri.
- Nkosi, N. V. ve Tabit, F. T. (2021). The food safety knowledge of street food vendors and the sanitary conditions of their street food vending environment in the Zululand District, South Africa. *Heliyon*, 7, e07640.
- Okumus, B., Okumus, F. ve McKercher, B. (2007). Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management*, 28(1), 253-261. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.12.020>
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.

- Özbek, F. Ş. ve Fidan, H. (2010). Türkiye ve Avrupa Birliği'nde gıda standartları. *Selçuk Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 24(1), 92-100.
- Özdemir, B. (2010). Dışarıda Yemek Yeme Olgusu: Kuramsal Bir Model Önerisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2): 218-232.
- Özdoğan, O. N. (2016). Ege Bölgesi'nin Yöresel Mutfağı. E. Zencir (Editör). *Yöresel Mutfaqlar*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Özdoğan, Y. ve Işık, N. (2007). Geleneksel Türk Mutfağında Şerbet. 38. *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi*, Ankara.
- Özkaya, F. D. ve Ceylan, V. (2022). İstanbul'da sokak lezzeti tüketen bireylerin tüketim sebeplerinin ve tüketimine ilişkin kaygılarının belirlenmesi. *Aydın Gastronomy*, 6(2), 107-118.
- Özkaya, F. D. ve Cömert, M. (2008). Gıda Zehirlenmelerinde Etken Faktörler. *Türk Hijyen ve Deneysel Biyoloji Dergisi*, 65 (3): 149-158.
- Patron, D. D. (2006). An Observational Study of the Awareness of Food Safety Practices in Households in Trinidad. *Internet Journal of Food Safety*, 8, 14-18.
- Pınar, İ. (2005). İzmir ili için turizmin yeri ve geliştirme önerileri. *Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 12(1), 47-60.
- Privitera, D. ve Nesci, F.S. (2015). Globalization vs. local. The role of street food in the urban food system. *Procedia Economics and Finance*, (22), 716-722.
- Proietti, I., Frazzoli, C. ve Mantovani, A. (2014). Identification and management of toxicological hazards of street foods in developing countries. *Food and Chemical Toxicology*, 63, 143-152.
- Quan, S. ve Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, (25), 297-305.
- Radder, L. ve Roux, R. (2005). Factors affecting food choice in relation to venison: A South African example. *Meat Science*, 71(3), 583-589. doi:<https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2005.05.003>
- Rane, S. (2011). Street vended food in developing world: Hazard Analyses. *Indian Journal of Microbiology*, 51(1), 100-106.
- Resnik, M. (1987). *Choices: An Introduction to Decision Theory*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Rheinländer, T., Olsen, M., Bakang, J. A., Takyi, H., Konradsen, F. ve Samuelsen, H. (2008). Keeping Up Appearances: Perceptions of Street Food Safety in Urban

- Kumasi, Ghana. *Journal of Urban Health: Bulletin of the New York Academy of Medicine*, 85 (6), 952-964.
- Richards, G. (2002). Gastronomy: An Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption??. Hjalager, A. M. ve G. Richards, G. (Eds.), *In: Tourism and Gastronomy*, 3-20, London: Routledge.
- Ryan, C. (1995). *Researching Tourist Satisfaction Issues*, London: Routledge.
- Sağlık Bakanlığı, (2020). *Toplu Beslenme Sistemleri (Toplu Tüketim Yerleri) için Ulusal Menü Planlama ve Uygulama Rehberi*. Sağlık Bakanlığı Yayın No: 1184, Ankara.
- Sarioğlan, M. ve Cevizkaya, G. (2016). Türk mutfak kültürü: şerbetler. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 6, 237-250.
- Scarborough, N. ve Zimmerer, T. (2000). Effective small business management: An entrepreneurial approach. *USA: Prentice Hall*, Upper Saddle River.
- Sert, S. ve Kapusuz, F. (2010). Açıkta satılan gıdalar: Öğrencilerin görüşleri ve tercih etme nedenleri üzerine bir araştırma. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 5(3), 25-35.
- Sienny, T. ve Serli, W. (2010). The concern and awareness of consumers and food service operators towards food safety and food hygiene in small and medium restaurants in Surabaya, Indonesia. *International Food Research Journal*, (17), 641-650.
- Simopoulos, A. P. ve Bhat, R. V. (2000). *Street foods*. Basel Switzerland, 86, 155-168.
- Sneed, J. ve Strohbehn, C. H. (2008). Trends impacting food safety in retail foodservice: implications for dietetics practice. *Journal of the American Dietetic Association*, 108(7), 1170-1177.
- Sobal, J., Bissogni, C. A., Devine, C. M. ve Jastran, M. (2006). A conceptual model of the food choice process over the life course. *The psychology of food choice*, 26(3), 247-65.
- Solunoğlu, A. (2018). Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketici Tercihleri: Gaziantep ve İstanbul Örnekleri. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Solunoğlu, A. ve Nazik, M. H. (2018). Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketici Tercihleri; Gaziantep Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 40-59.
- Sökmen, A. (2003). *Ağırlama Endüstrisinde Yiyecek ve İçecek Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Sökmen, A. (2006). *Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Steyn, D., Labadarios, L. ve Nel, J. (2011). Factors which influence the consumption of street foods and fast foods in South Africa-a national survey. *Nutrition Journal*, (10), 2-10.
- Street Foody, (2014). Street Food: The Story. <https://www.streetfoody.it/en/street-food-the-story/>. Erişim Tarihi: 23.01.2023.
- 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), 2799-2818. DOI: 10.33206/mjss.481779
- Şavkay, T. (2000). *Osmanlı Mutfağı*. İstanbul: Şekerbank ve Radikal Yayınları.
- Şengel, T., Karagöz, A., Çetin, G., Dinçer, F., Ertuğral, S. ve Balık, M. (2015). Tourists' approach to local food. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, (195), 429-437.
- Taha, S., Osaili, T. M., Saddal, N. K., Al-Nabulsi, A. A., Ayyash, M. M. ve Obaid, R. S. (2020). Food Safety Knowledge Among Food Handlers In Food Service Establishments In United Arab Emirates. *Food Control*, 110, 106968.
- Tayar, M. ve Kılıç, V. (2014). *Gıda Endüstrisinde Hijyen ve Sanitasyon*. Dora Yayıncılık. Bursa.
- Tayfur, M. (2009). *Gıda Hijyeni, Gıda Kaynaklı Enfeksiyonlar ve Zehirlenmeler*. Kuban Matbaacılık. Ankara.
- The Local (2015). <https://Www.TheLocal.Gt/20150803/Thank-The-Ancient-RomansFor-Street-Food>. Erişim Tarihi: 23.01.2023.
- Tinker, I. (1987). Street Foods. *Current Sociology*, 35(3), 51-68.
- Trivikram, S. (2016). Consumer Behavior and Purchase Decisions. myventurepad, Marketing.
- Tuncer, B. ve Biçer, S. (2009). Seyyar yemekçiler/seyyar kent heykelleri. <http://v3.arkitera.com/arsgratiaartis.php?action=displayNewsItem&ID=43766>. Erişim Tarihi: 05.05.2022.
- Türkiye Kültür Portalı, (2013), Geleneksel Mutfak, Gevrek-İzmir. İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün mutfak kültürü konulu alan araştırmaları, <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/izmir/neyenir/gevrek-simit> Erişim tarihi: 01.04.2023

- Türksoy, A. ve Altınığne N. (2008). Konaklama işletmelerinde gıda güvenliği ve Çeşme ilçesinde yer alan turizm belgeli konaklama tesislerinde gıda güvenliği uygulamalarının değerlendirilmesi. *Ege Academic Review*, 8(2), 605-629.
- Umoh, V. J. ve Odoaba, M. B. (1999). Safety and quality evaluation of street foods sold in Zaria, Nigeria. *Food Control*, 10(1), 9-14.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*, (4.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ustaahmetoğlu, E. ve Toklu, İ. T. (2015). Organik gıda satın alma niyetinde tutum, sağlık bilinci ve gıda güvenliğinin etkisi üzerine bir araştırma. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(1), 197-211.
- Veal, A. J. (1991). Lifestyle and leisure: A review and bibliography. *Sydney : Centre for Leisure & Tourism Studies*, University of Technology.
- Verma, R., Patel, M., Shikha, D. ve Mishra, S. (2023). Assessment of food safety aspects and socioeconomic status among street food vendors in Lucknow city. *Journal of Agriculture and Food Research*, 11, 100469.
- Von Holy, A. ve Makhoane, F. M. (2006). Improving street food vending in South Africa, achievements and lessons learned. *Intern. J. Food Microbiol*, (111), 89-92.
- World Health Organization (WHO), (2010). Basic steps to improve safety of street-vended food. International Food Safety Authorities Network (INFOSAN) Information Note No. 3/2010-Safety of street vended food. 2010 Jun.
- World Health Organization, (1996). Essential Safety Requirements for Street-vended Foods.
https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/63265/WHO_FNU_FOS_96.7.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Erişim Tarihi: 24.01.2023.
- Worsfold, D. (2006). Consumer information on inspection of food premises. *Journal of Foodservice*, 17, 23–31.
- Yavuz, S. (2005). Developing a technology attitude scale for pre-service chemistry teachers. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 4(1), 17-25.
- Yentürk, N. (2018). İzmir’de Yemek, Sokak ve Özel Günler. E. Akçiçek, N. K. Çevik, M. Duranlı, P. D. Fedakar, S. Ötleş, A. Uhri (Eds). İzmir’in Lezzet Öyküsü ve Mutfak Kültürü. İzmir: Studio Promosyon.

- Yıldırım, Ö. ve Albayrak, A. (2019). Yabancı turistlerin İstanbul sokak yemeklerini değerlendirmeleri üzerine bir çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1077-1092.
- Yıldız, E. (2020). Gastronomik ürün olarak sokak lezzetleri: İzmir sokak lezzetleri üzerine bir araştırma. *The Journal of Academic Social Science*, 8(104), 353-366.
- Yılmaz, Y., Semerci, A., Tapkı, N., Dağistan, E. ve Konuşkan, D. B. (2015). Consumers' knowledge, attitudes and behavior assessment about food safety: The case study of Hatay Province of Turkey. *Turkish Journal of Agriculture-Food Science and Technology*, 3(8), 672-679.
- Yoon, Y. ve M. Uysal. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism management*, 26(1), 45-56.
- Yüncü, H. R. (2010). Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası. S. Şengel (Editör) *10. Aybastı-Kabataş Kurultayı Yerel Değerler ve Yatla Turizmi* içinde (s. 27-35). Ankara: Detay Yayıncılık.

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 1: Normal Dağılım Testi Sonuçları	57
Tablo 2: Katılımcılara İlişkin Demografik ve Diğer Özellikler.....	59
Tablo 3: Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi.....	60
Tablo 4: Gıda Güvenliği Bilgisi İfadelerine İlişkin Tanımlayıcı Değerler.....	61
Tablo 5: Sokak Lezzetleri İfadelerine İlişkin Tanımlayıcı Değerler.....	62
Tablo 6: Yerli Ziyaretçilerin Gıda Güvenliği Bilgilerine Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi	64
Tablo 7: Ziyaretçilerin Sokak Lezzetlerine Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi	65
Tablo 8: Gıda Güvenliği Bilgisinin Demografik ve Diğer Özellikler İle Karşılaştırılması	66
Tablo 9: Sokak Lezzeti Satın Alma Davranışının Demografik ve Diğer Özellikler İle Karşılaştırılması	68
Tablo 10: Ziyaretçilerin Şikâyet Etme Davranışı ile Gıda Güvenliği Bilgisi Arasındaki İlişkiye Ait Korelasyon Analizi	70
Tablo 11: Gıda Güvenliği Bilgisinin Sokak Lezzeti Satın Alma Davranışına Etkisine Yönelik Basit Doğrusal Regresyon Analizi.....	71
Tablo 12: Gıda Güvenliği Bilgisi Alt Boyutlarının Sokak Lezzeti Satın Alma Davranışına Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi	72

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Araştırma Modeli	16
Şekil 2: Gıda Güvenliği Q-Q Plot Dağılımı	57
Şekil 3: Sokak Lezzeleri Q-Q Plot Dağılımı	57

RESİMLER LİSTESİ

Resim 1: Gevrek	30
Resim 2: Boyoz	31
Resim 3: Kumru (Soğuk Servis Edilen)	32
Resim 4: Kumru (Sıcak Servis Edilen).....	32
Resim 5: Dürümde Söğüş	33
Resim 6: Servis Söğüş	33
Resim 7: Kokoreç.....	34
Resim 8: Midye	34
Resim 9: Bomba	35
Resim 10: Şammali/Şambali	35
Resim 11: Lokma	36
Resim 12: Buzlu Badem	37
Resim 13: Turşu Suyu.....	37
Resim 14: Sübye.....	38
Resim 15: Çiğ Kavun Çekirdeği	38
Resim 16: Harnup Şerbeti.....	39
Resim 17: Demirhindi Şerbeti.....	39

EKLER

Ek-1: Anket Formu

Değerli Katılımcı,

Bu araştırma İzmir ilinde sokak lezzeti tüketen ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgisinin sokak lezzetlerini satın almaya etkisinin ortaya çıkarılmasını amaçlamaktadır. Bu kapsamda siz değerli katılımcıların görüşleri bizim için önem arz etmektedir. Vereceğiniz cevaplar kesinlikle araştırmanın amacı dışında kullanılmayacaktır. Bize aşağıdaki sorular kapsamında beş dakikanızı ayırdığımız için teşekkür ederiz.

Berna SÜNBUĞ
Karabük Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Anabilim Dalı

Dr. Öğr. Üyesi Samet GÖKKAYA
Karabük Üniversitesi
Safranbolu Turizm Fakültesi
Rekreasyon Yönetimi Bölümü

1. BÖLÜM: KİŞİSEL BİLGİ FORMU

Cinsiyetiniz?		Medeni Durumunuz?	
Erkek	()	Evli	()
Kadın	()	Bekâr	()
Yaşınız?		Eğitim Durumunuz?	
18 ve altı	()	İlköğretim	()
19-25	()	Ortaöğretim	()
26-32	()	Ön Lisans	()
33-39	()	Lisans	()
40 ve üzeri	()	Lisansüstü	()
Aylık Geliriniz?		Sokak Lezzeti Tüketim Sıklığı?	
3000 TL ve altı	()	Günde birkaç kez	()
3001-6000 TL	()	Günde bir kez	()
6001-9000 TL	()	Haftada birkaç kez	()
9001-12000 TL	()	Haftada bir kez	()
12001-15000 TL	()	Ayda birkaç kez	()
15001 TL ve üzeri	()	Ayda bir kez	()
Mesleğiniz?		Sokak Lezzetleri İçin Aylık Ortalama Harcanan Miktar?	
Kamu sektörü	()	500 TL ve altı	()
Özel sektör	()	501-1000 TL	()
Emekli	()	1001-1500 TL	()
Öğrenci	()	1501-2000 TL	()
Ev Kadını	()	2001 TL ve üzeri	()
Çalışmıyor	()		
Sokak Lezzeti Tüketim Öğününüz?		Sokak Lezzetlerini Çoğunlukla Kimlerle Tüketirsiniz?	
Sabah	()	Tek başıma	()
Öğle	()	Ailemle	()
Akşam	()	Arkadaşlarımla	()
Gece	()		

2. BÖLÜM: SOKAK LEZZETİ SATIN ALMA ÖLÇEĞİ

Hiç Katılmıyorum (1)	Katılmıyorum (2)	Orta Düzeyde Katılıyorum (3)	Katılıyorum (4)	Tamamen Katılıyorum (5)
-------------------------	---------------------	---------------------------------	--------------------	----------------------------

Sokak lezzetlerine ilişkin aşağıdaki ifadelere katılım düzeyinizi işaretleyiniz.

1	İzmir sokak lezzetleri lezzetlidir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2	İzmir sokak lezzetlerinde yerel/taze malzemeler kullanılır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3	İzmir sokak lezzetleri doğaldır/katkı maddesi içermez.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	İzmir sokak lezzetlerinin kokusu çekicidir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5	İzmir sokak lezzetleri doyurucu ve besleyicidir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	İzmir sokak lezzetleri görsel olarak çekicidir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	İzmir sokak lezzetleri değişik ve farklı tatlar sunar.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8	İzmir sokak lezzetleri her zaman ve her yerde tüketilebilir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9	İzmir sokak lezzetleri doğru sıcaklıkta servis edilir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10	İzmir sokak lezzetlerinin hazırlanma teknikleri farklıdır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11	İzmir sokak lezzetleri satıcıları samimi ve dost canlısıdır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12	İzmir sokak lezzetleri satıcıları hızlı hizmet sunar.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13	İzmir sokak lezzetlerini sipariş etmek kolaydır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
14	İzmir sokak lezzetleri kolay ulaşılabilir konumdadır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
15	İzmir sokak lezzetleri bana kendimi iyi hissettiriyor.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
18	İzmir sokak lezzetleri sağlığıma zarar vermez.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
19	İzmir sokak lezzetleri satıcıları bakımlı ve temizdir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
20	İzmir sokak lezzetleri temiz ve hijyeniktir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
21	İzmir sokak yiyecek stantları ve arabaları temiz ve hijyeniktir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
22	İzmir sokak lezzetleri daha ucuzdur.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
23	İzmir sokak lezzetleri için verilen paraya değer.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

3. BÖLÜM: GIDA GÜVENLİĞİ BİLGİSİ ÖLÇEĞİ

Hiç Katılmıyorum (1)	Katılmıyorum (2)	Orta Düzeyde Katılıyorum (3)	Katılıyorum (4)	Tamamen Katılıyorum (5)
-------------------------	---------------------	---------------------------------	--------------------	----------------------------

Gıda güvenliği ile ilgili aşağıdaki ifadelere katılım derecenizi işaretleyiniz.

1	Sokak lezzeti satıcılarının yere düşen bir şeyi aldıktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2	Sokak lezzeti satıcılarının evcil hayvan (kedi, köpek, kuş vb.) sevdikten sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3	Sokak lezzeti satıcılarının tek kullanımlık eldiven giyip giymediğine dikkat ederim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	Sokak lezzeti satıcılarının çalışırken ellerini üniformaya silip silmediğine dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5	Sokak lezzeti satıcılarının çalışma esnasında bir şeyler yiyip yemediğine dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	Sokak lezzeti satıcılarının çöpe dokunduktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	Sokak lezzeti satıcılarının hazırlık öncesi ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

8	Sokak lezzeti satıcılarının iş kıyafetlerinin temiz olup olmadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9	Sokak lezzeti satıcılarının paraya dokunduktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10	Sokak lezzeti satıcılarının sigara içip içmediğine dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11	Sokak lezzeti satıcılarının vücudunun herhangi bir yerine dokunduktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12	Sokak lezzeti satıcılarının hapşırma veya öksürmeden sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13	Sokak lezzeti satıcılarının saçlarıyla oynadıktan sonra ellerini yıkayıp, yıkamadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
14	Sokak lezzeti satıcılarının masaları temizledikten sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
15	Sokak lezzeti satıcılarının aynı kurulama bezi ile birçok farklı malzemeyi (bardak, tabak vb.) silip silmediğine dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
16	Tabak veya bardakların parmaklar içine girecek şekilde taşınıp, taşınmadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
17	Sokak lezzeti satıcılarının aynı kesim tahtasını birçok kesim işinde kullanıp kullanmadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
18	Herhangi bir nedenle yere düşen malzemelerin (çatal, kaşık, bıçak vb.) temizlenmeden yerine geri konulup konulmadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
19	Sokak lezzeti satıcılarının aynı bıçağı birçok kesim işinde kullanıp kullanmadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
20	Kaşık, çatal ve bıçakların hijyenik olmayan biçimde tutularak masaya bırakılıp bırakılmadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
21	Et ve et ürünlerinin tam olarak pişirilip pişirilmediğine dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
22	Dondurulmuş gıdaların tezgâh üzerinde çözdürülüp çözdürülmediğine dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
23	Pişmiş yiyeceklerin buzdolabı dışında sıcak olarak tutulup tutulmadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
24	Pişmiş yiyeceklerin buzdolabında korunup korunmadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
25	Sokak lezzetlerinin zemine temas edecek şekilde bekletilip bekletilmediğine dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
26	Herhangi bir parmak kesikliğine uğramış satıcının gıda hizmetlerinde çalışıp çalışmadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
27	Soğuk algınlığı bulunan satıcının gıda hizmetlerinde çalışıp çalışmadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Ek-2: Etik Kurulu Kararı



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

TOPLANTI TARİHİ :29.03.2023
TOPLANTI NO : 2023/03

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

Karar 30:

22/03/2023 tarihli Dr. Öğr. Üyesi Samet GÖKKAYA'nın Etik Kurul form ve ekleri görüşüldü.

Karabük Üniversitesi Öğretim Üyesi Dr. Öğr. Üyesi Samet GÖKKAYA danışmanlığında yürütülen “Ziyaretçilerin Gıda Güvenliği Bilgisinin Gastronomik Ürün Olarak Sokak Lezzetlerini Satın Almaya Etkisi” konulu çalışma kapsamında uygulanmak üzere ekte sunulan çalışmasının etik kurallara uygunluğu oy birliği ile kabul edilmiştir.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Elif Çepni'.
AŞLI GİBİDİR

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

ÖZGEÇMİŞ

Berna SÜNBL, ilköğrenimini ve ortaöğrenimini İzmir’de tamamlamıştır. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünden lisans eğitimini 2020 yılında tamamlamıştır. Ardından Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı’nda 2020 yılında yüksek lisans eğitimine başlamıştır.