

Mobil Mutfaklarla Gastronomi Turizmine Yeni Bir Soluk

Beşir Özalkan¹

Özet

Gastronomi turizmi, destinasyonların mutfak kültürünü deneyimleme arzusuyla seyahat eden turistler için önemli bir çekim unsuru haline gelmiştir. Bu bağlamda, geleneksel sokak lezzetlerinin modern bir yansıması olarak ortaya çıkan mobil mutfaklar, gastronomi turizmine yeni bir soluk getirmektedir. Dünya genelinde popülerleşen bu mobil mutfaklar, taşınabilir yapılarıyla pratik, erişilebilir ve otantik bir yeme-içme deneyimi sunarak hem yerel halkın hem de turistlerin ilgisini çekmektedir. Mobil mutfak trendi, ekonomik, sosyal ve kültürel açılardan birçok avantaj sağlamakla birlikte, düşük işletme maliyetleri sayesinde girişimcilik ve istihdamı teşvik etmekte, şehir ekonomilerine dinamizm kazandırmaktadır. Aynı zamanda, gastronomi festivalleri ve etkinlikler aracılığıyla bölgesel mutfakları tanıtarak destinasyonların cazibesini artırmaktadır. Türkiye’de ise mobil mutfak kültürü gelişmekte olup, geleneksel sokak lezzetleri mobil mutfak konseptiyle modernize edilerek tüketicilere sunulmaktadır. Ancak, bu sektörün sağlıklı şekilde gelişebilmesi için mevzuat eksiklikleri, hijyen standartları ve çevresel sürdürülebilirlik gibi konulara yönelik düzenlemeler gerekmektedir. Özellikle gıda güvenliği, çevre dostu uygulamalar ve yerel yönetimlerin desteği, mobil mutfak sektörünün uzun vadeli başarısını belirleyecek kritik unsurlar arasında yer almaktadır. Mobil mutfaklar yenilikçi ve sürdürülebilir bir gastronomi turizmi modeli olarak, destinasyonların mutfak kültürünü küresel çapta tanıtmaya potansiyeline sahip olup, gelecekte gastronomi turizminin vazgeçilmez bir unsuru olmaya devam edecektir.

1 Araştırmacı

1. GİRİŞ

Gastronomi turizmi, bir destinasyonun mutfak kültürünü deneyimlemek amacıyla yapılan seyahatleri ifade eder ve günümüzde turizm endüstrisinin önemli bir parçası haline gelmiştir. Destinasyonların yerel lezzetleri, turistlerin seyahat motivasyonlarında belirleyici rol oynayabilmektedir (Civanoglu, 2017, akt. Polat ve Gezen, 2017). Bu bağlamda sokak lezzetleri ve bunların modern bir yansıması olan “mobil mutfak” (seyyar mutfak) olgusu, gastronomi turizmine yeni bir soluk getirmektedir. “Mobil mutfak” terimi, genellikle yemek kamyonu (food truck) olarak bilinen, tekerlekli ve taşınabilir mobil mutfakları ifade etmektedir. Bu mobil mutfaklar, sokak yemeği geleneğini modern işletmecilik anlayışıyla buluşturarak turistler için otantik ve pratik bir yeme-içme deneyimi sunar. Dünya genelinde sokak yiyecekleri her gün yaklaşık 2,5 milyar insan tarafından tüketilmektedir (FAO, 2007, akt. İğdir, 2020). Bu çarpıcı istatistik, sokak lezzetlerinin ve dolayısıyla mobil mutfaklar turizm sektörü için barındırdığı büyük potansiyele işaret etmektedir. Sokak lezzetleri, destinasyonlara özgü tatlar sunarak turizmde rekabet avantajı sağlayabilecek önemli bir çekicilik unsurudur. Nitekim gastronomi turizmi kapsamında yerel yemek kültürünü tanıma, yenilik ve çeşitlilik arayışı, otantik lezzetlere ulaşma gibi motivasyonları olan tüketiciler için sokak yiyecekleri ve mobil mutfaklar vazgeçilmez bir fırsat olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle mobil mutfak trendinin incelenmesi, hem akademik hem sektörel açıdan önem taşımaktadır (Ballı, 2016).

Bu araştırmanın amacı, mobil mutfak trendini detaylı bir biçimde ele alarak kavramsal çerçevesini ve tarihsel gelişimini ortaya koymak, mobil mutfakların gastronomi turizmindeki yerini ve dünyada/Türkiye’deki eğilimlerini incelemektir. Mobil mutfakların ekonomik, sosyal ve kültürel etkilerini değerlendirmek, sürdürülebilirlik bağlamındaki rolünü tartışmak ve son olarak bu mobil mutfakların karşılaştığı zorluklar ile geleceğe yönelik potansiyellerini ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda, literatürdeki akademik çalışmalar ve tezlerden yararlanılarak derleme yöntemiyle kapsamlı bir bakış sunulacaktır. Çalışma sonunda, Mobil mutfakların gastronomi turizmine katkısını artırmaya yönelik öneriler geliştirilecektir.

2. GENEL BİLGİLER

2.1. Mobil Mutfak Kavramı ve Tarihçesi

Mobil mutfak kavramı, seyyar yemek hizmeti sunma geleneğinin modern bir yansımasıdır ve literatürde yemek kamyonları veya food truck terimleriyle anılmaktadır. Sokakta hazır yiyecek satma olgusu aslında insanlık tarihi kadar eski olup farklı coğrafyalarda farklı şekillerde karşımıza

çıkılmaktadır. İnsanoglu, tarih boyunca beslenme ihtiyacını karşılamak için sokaklarda gıda satışı da dahil olmak üzere çeşitli yollara başvurmuştur. Nitekim sokak lezzetleri, en eski çağlardan bu yana toplumsal yaşamın bir parçası olarak varlık göstermektedir (Altunbağ, 2020). Özellikle insanların yerleşik hayata geçmesi ve ticaretin toplumsal hayata entegre olmasıyla “sokak lezzetleri” ve “sokak satıcıları” kavramları ortaya çıkmıştır. Modern anlamda mobil yiyecek satışının ilk örnekleri, 19. yüzyılda Amerika Birleşik Devletleri’nde görülmüştür. 1866 yılında Teksas’ta sığır çobanlarını beslemek için tasarlanan “chuckwagon” adlı seyyar mutfak, bugünkü yemek kamyonlarının atası kabul edilmektedir (Düzlüoğlu ve Sarper, 2021). Bu vagona kurutulmuş fasulye, kahve, mısır unu gibi bozulması zor gıdalar ve pişirme ekipmanları bulunmaktaydı (Düzlüoğlu ve Sarper, 2021). Daha sonra 1872’de Providence, Rhode Island’da Walter Scott isimli girişimci, at arabasını lokantaya dönüştürerek gazete çalışanlarına sandviç, turta ve kahve satışı yapmaya başladı. Bu gelişme, şehir merkezlerinde “yemek kamyonu” konseptinin doğuşuna işaret etmektedir. 20. yüzyıl boyunca özellikle ABD’de seyyar yemek satışları “dondurma kamyonları”, “hot dog arabaları” ve işçi şantiyelerine giden “kantin kamyonları” gibi çeşitli formlarda devam etti. Ancak mobil mutfak olarak nitelendirilen çağdaş yemek kamyonlarının asıl yükselişi 2008 ekonomik durgunluğu sonrasında rastlar. Ekonomik kriz döneminde birçok yetenekli şef ve girişimci, sabit bir restoran açmanın yüksek maliyetleri yerine daha düşük sermayeyle mobil mutfak işletmeyi tercih etmeye başlamıştır (Kaufman ve Severt, 2023).

Nitekim 2008’de Los Angeles’ta şef Roy Choi tarafından başlatılan Kogi BBQ adlı gurme taco kamyonu, modern food truck akımının sembolik başlangıcı sayılmaktadır. Bu dönemde sosyal medya kullanımının yaygınlaşması da mobil mutfakların popülerleşmesine katkı sağlamış; Twitter, Instagram gibi platformlar aracılığıyla mobil satıcılar müşterilerine konum ve menülerini anlık iletmeye başlamıştır (Kaufman ve Severt, 2023).

Günümüzde “mobil mutfak” kavramı, dünya genelinde sokak yemeği kültürünün yenilikçi ve hareketli bir parçası haline gelmiştir. Hazır yiyeceğin sokakta sunulması pratiği antik çağlara dek uzanmakla birlikte, mobil mutfaklar bugün sadece gelişmekte olan ülkelerin şehirlerinde değil, Avrupa ve Kuzey Amerika metropollerinde de oldukça popülerdir. Sokak yemeklerinin modern versiyonu olan yemek kamyonları, bisiklet veya motosiklet tipi küçük arabalar kadar kamyonet ve otobüs boyutlarında araçlar şeklinde çeşitlenmektedir. Mobil mutfak, geleneksel sokak lezzetlerini hareketli mutfaklarla buluşturan ve gastronomi endüstrisinde kendine özgü bir yer edinen girişimlerdir (Kowalczyk, A., ve Kubal-Czerwińska, 2020).

2.2. Mobil Mutfakların Gastronomi Turizmindeki Yeri

Gastronomi turizminin ürün çeşitliliğini ve erişilebilirliğini artıran yenilikçi unsurlardandır. Sokak yiyecekleri genel olarak bir destinasyonun yerel mutfak kültürünü yansıtır ve bu yönüyle ziyaretçilere otantik bir deneyim sunar. Yöreye özgü tatlar, pişirme yöntemleri ve sunum biçimleri, turistlerin gittiği destinasyonun kültürünü daha yakından tanınmasına olanak tanır. Nitekim sokak lezzetleri, ait oldukları destinasyonun mutfak kültürünün bir aynası olup bölgenin gastronomi turizmi cazibesini artırma potansiyeline sahiptir (Dursun, 2024). Birçok araştırmacı, sokak yemeğinin somut olmayan kültürel miras niteliği taşıdığını vurgulayarak, bir yemeğin gerçek anlamda otantik kabul edilebilmesi için o yemeğin ait olduğu coğrafyada, yerel halkın elinden tadılması gerektiğini belirtmektedir (Chavarria ve Phakdee, 2017, akt. Dursun, 2024). Bu durum, gastronomi turizmi kapsamında mobil mutfakların neden bu kadar ilgi çektiğini açıklamaktadır: Turistler, bir yemek kamyonundan aldıkları yerel lezzet ile hem o yörenin damak tadına ulaşır hem de satıcılarla bire bir etkileşime girerek özgün bir deneyim yaşamaktadır. Mobil mutfakların turizmdeki yeri aynı zamanda ekonomik ve pratik avantajlarından ileri gelmektedir. Geleneksel restoranların aksine, yemek kamyonları turist yoğunluğunun olduğu açık alanlarda, festivallerde, sokak aralarında veya etkinliklerde hizmet verebilir. Bu sayede turistler herhangi bir rezervasyona ya da resmi ortama gerek kalmadan, gezileri esnasında sokakta gezerken yerel lezzetlere kolayca erişebilmektedir. Örneğin, Bangkok'ta bir seyyar noodle tezgâhı ya da Mexico City'de bir taco kamyonu, turistlerin şehir turu yaparken duraklayıp hızlıca yerel yemek tatmasına olanak sağlar. Bu yönüyle mobil mutfaklar, yerinde tüketim deneyimi sunarak gastronomi turizmini yaygınlaştırır.

Akademik literatürde sokak yiyeceklerinin ve mobil mutfakların turizmdeki rolüne dair çeşitli vurgular bulunmaktadır. Polat ve Gezen (2017), sokak yiyeceklerinin turistlerin *“özgün bir yiyeceği tatma isteği”*, *“yöresel ürünü deneme arzusu”* gibi temel motivasyonlarını karşılayarak onlar için bir turistik çekim unsuru oluşturabileceğini belirtmiştir. Gerçekten de sokakta yeme-içme deneyimi, turistlere gündelik hayatın bir parçası olma hissi vererek ziyaret ettikleri yere dair daha derin bir bağ kurmalarını sağlar. Ayrıca mobil mutfaklarda genellikle yemeklerin gözü önünde hazırlanması, turistlerin hem görsel bir şölen yaşamasına hem de satıcılarla sohbet ederek yemek tarifi, malzeme bilgisi gibi konularda kültürel etkileşime girmesine imkân tanır. Bu etkileşim, turiste sadece bir tüketim deneyimi değil, aynı zamanda öğrenme deneyimi de sunar. Mobil mutfaklar, gastronomi turizmi içinde esnek ve yenilikçi bir ürün olarak da değerlendirilebilir. Örneğin, bazı

destinasyonlarda yemek kamyonları belirli bölgelerde toplanarak “*food truck park*” adı verilen yeme-içme alanları oluşturmaktadır (Polat ve Gezen, 2017).

Bu alanlar hem yerel halk hem turistler için bir çeşit açık hava gurme pazarı işlevi görür. Canlı müzik, atölye çalışmaları ve benzeri etkinliklerle desteklenen *food truck festivalleri* de turistler açısından cazip etkinliklerdir. Mobil mutfak gastronomi turizminin ayrılmaz bir parçası ve destinasyon pazarlamasının yeni odak noktalarından biri haline gelmiştir. Hem otantik kültürel deneyim sunmaları hem de eğlenceli ve sosyal bir ortam yaratmaları nedeniyle, mobil mutfaklar günümüz gezginlerinin aradığı “deneyim odaklı” turizm anlayışına mükemmel uyum sağlamaktadır (Polat ve Gezen, 2017).

2.3. Dünyada ve Türkiye’de Mobil Mutfak Trendleri

2.3.1. Dünyada Mobil Mutfak Trendleri

Son yıllarda dünya genelinde mobil mutfak (food truck) sayısında ve çeşitliliğinde önemli bir artış gözlenmektedir. Özellikle Kuzey Amerika, Avrupa ve Asya’nın büyük kentlerinde mobil mutfaklar artık kentsel gastronomi manzarasının ayrılmaz bir parçasıdır. Amerika Birleşik Devletleri, modern food truck akımının öncülerinden olup ekonomik büyüklük açısından da öne çıkmaktadır. 2010’lu yıllarda ABD’de yemek kamyonu sektörü yıllık ortalama %7’nin üzerinde büyüme göstererek klasik restoran sektörünün büyüme oranını katlamıştır (Kaufman ve Severt, 2023). 2019 itibariyle ABD genelinde 23.000’den fazla aktif food truck bulunduğu ve sektörün yıllık yaklaşık 1 milyar dolarlık gelir yarattığı bildirilmektedir (Mealey, 2019, akt. Kaufman ve Severt, 2023). Bu rakamlar, mobil mutfak trendinin ekonomik açıdan da küresel bir olgu haline geldiğini kanıtlar niteliktedir.

Mobil mutfakların popülerleşmesinde, uluslararası festivaller ve etkinlikler de önemli rol oynamaktadır. Dünyanın pek çok şehrinde düzenlenen sokak lezzetleri festivalleri, hem yerel halkı hem de turistleri cezbeder. Örneğin ABD’nin Maine eyaletinde 1948’den bu yana her yıl gerçekleştirilen Istakoz Festivali, üç gün içinde binlerce ziyaretçiyi kendine çekmekte ve özellikle dışarıdan gelen turistlerin harcamalarıyla yaklaşık 1 milyon dolarlık ekonomik katkı sağlamaktadır (Polat ve Gezen, 2017). Benzer şekilde San Francisco’da düzenlenen Street Food Festival yılda 50 binin üzerinde ziyaretçiyi ağırlayarak kent turizmine hareket kazandırmaktadır. Avrupa’da da Londra, Berlin, Paris gibi metropollerde ve Polonya, İtalya gibi ülkelerde food truck festivalleri ve *food market* konseptleri yaygınlaşmıştır. Örneğin Polonya’nın Kraków şehrinde kurulan kalıcı *food truck park* alanı, onlarca mobil mutfak bir araya getirerek turistler için adeta açık hava gastronomi

merkezi oluşturmaktadır. Bu tür etkinlikler, gastronomi turizmine canlılık katmakta ve destinasyonların marka imajına yenilikçi bir değer eklemektedir (Corvo, 2014).

Mobil mutfak trendinin küresel boyutta gelişimi incelendiğinde, her bölgenin kendi dinamiklerine göre şekillendiği görülür. Kuzey Amerika'da gurme burger, taco, füzyon mutfak gibi konseptler öne çıkarken; Asya'da geleneksel sokak yemeği tezgâhlarının modern kamyonlara evrilmesi söz konusudur. Örneğin, Hong Kong ve Singapur gibi destinasyonlarda hükümet destekli food truck programları turistlerin sokak lezzetlerine güvenle ulaşmasını hedefleyen projeler olarak hayata geçirilmiştir. Yapılan bir çalışmada, turistlerin hijyen ve güvenilirlik bakımından yemek kamyonlarına, sabit sokak tezgâhlarına kıyasla daha olumlu baktığı belirlenmiştir (Kwek ve Lee., 2020). Bu durum, bazı ülkelerde mobil mutfakların geleneksel sokak satıcılarına göre daha denetimli ve standart algılanmasından kaynaklanabilir. Sonuç itibarıyla dünyada mobil mutfak trendi, hızlı kent yaşamına uyumlu, yenilikçi ve çeşitlilik sunan bir yeme-içme alternatifi olarak kalıcı hale gelmektedir (Kwek ve Lee., 2020).

2.3.2. Türkiye'de Mobil Mutfak Trendleri

Türkiye, zengin ve köklü bir sokak yemeği kültürüne sahiptir. Tarihsel olarak bakıldığında, sokakta yemek yeme alışkanlığı Türkiye'de günlük yaşamın vazgeçilmezleri arasındadır (Polat ve Gezen, 2017). Her köşe başında farklı bir lezzet sunan sokak satıcılarıyla, seyyar arabalarda midye dolma, simit, dürüm servis eden geleneksel esnaf kültürü uzun yıllardır toplumda yer edinmiştir. Ülkemizde dışarıda yemek yemek bir yaşam biçimi olarak kabul görmekte ve sokak yiyeceklerinin çeşitliliği oldukça fazladır. İstanbul'da Balık Pazarı'ndaki kokoreççiler, Ankara'da sokak simitçileri, İzmir'de boyoz satan seyyar arabalar veya Gaziantep'te katmer yapan ustalar, Türkiye'nin sokak lezzetleri zenginliğinin sadece birkaç örneğidir. Bu güçlü geleneksel altyapıya karşın, modern anlamda mobil mutfak kavramı Türkiye'de yeni yeni filizlenmektedir (Polat ve Gezen, 2017).

Türkiye'de *food truck* konseptinin yaygınlaşması, küresel trende paralel olarak 2010'ların sonlarında ivme kazanmıştır. Büyükşehir belediyelerinin düzenlediği gastronomi festivallerinde ve genç nüfusun rağbet ettiği etkinliklerde mobil mutfaklar görünür olmaya başlamıştır. Örneğin 2017 yılında İstanbul'da bir alışveriş merkezinin ev sahipliğinde ilk uluslararası "Food Truck" etkinliği düzenlenmiş; 2020'lerde ise Ankara ve İstanbul başta olmak üzere çeşitli şehirlerde yemek kamyonları belirli noktalarda hizmet vermeye başlamıştır. Türkiye'nin ilk kapsamlı Food Truck festivali 2023

yılında Ankara’da gerçekleştirilmiş ve kamuoyunda büyük ilgi uyandırmıştır. Bu gelişmeler, mobil mutfak kültürünün ülkemizde kurumsal boyutta da tanınmaya başladığının göstergeleridir. Akademik tarafta, Türkiye’deki mobil mutfak trendine ilişkin çalışmalar henüz sınırlı olmakla birlikte artış eğilimindedir. Düzlüoğlu ve Sarper (2021), Ankara ili Çankaya ilçesinde yaptıkları bir araştırmada, kentte yaşayan bireylerin yemek kamyonları konusundaki farkındalığını ve bu kamyonlardan yiyecek satın alma tercihlerini incelemiştir. Bu çalışmanın sonuçlarına göre, yemek kamyonu kültürüne ilgi duyan kesimin daha çok genç ve eğitilmiş tüketiciler olduğu görülmüştür. Örneğin mobil mutfaktan yemek yemeyi tercih edenlerin %80’den fazlası 18-34 yaş aralığında ve önemli bir kısmı yükseköğrenim mezunudur (Düzlüoğlu ve Sarper, 2021) . Katılımcıların çoğu, yemek kamyonlarını hızlı, pratik ve yenilikçi bulduklarını belirtmiştir. Ayrıca, Türkiye’de yemek kamyonlarının menülerinin büyük ölçüde geleneksel sokak lezzetlerinden oluştuğu saptanmıştır. Düzlüoğlu ve Sarper (2021) “*Yemek kamyonları (Food-Truck) akımının bilinirlik ve tercih edilme durumu üzerine bir çalışma*” bu çalışmasında, katılımcıların çoğu, yemek kamyonlarını hızlı, pratik ve yenilikçi bulduklarını belirtmiştir. Türkiye’de yemek kamyonlarının menülerinin büyük ölçüde geleneksel sokak lezzetlerinden oluştuğu saptanmıştır. Çalışmada ankete katılanların mobil mutfaklarda en sık tükettiklerini belirttikleri ürünler arasında kokoreç, nohut-pilav, balık-ekmek, gözleme, kumpir, midye dolma, köfte-ekmek, döner ve çiğ köfte gibi tanıdık sokak lezzetleri öne çıkmıştır . Bu bulgu, Türkiye’de mobil mutfakların aslında mevcut sokak mutfağının tekerlekli platformlara taşınması şeklinde evrildiğini göstermektedir. (Düzlüoğlu ve Sarper,2021)



Görsel 1 (Kaynak: @gastrovan_2023).

Türkiye’de mobil mutfak işletmeciliğinin yaygınlaşmasının önünde bazı yapısal engeller de bulunmaktadır. Mevzuat eksiklikleri ve bürokratik kısıtlar, mobil yiyecek satıcılarının faaliyetlerini zorlaştırabilmektedir. Sokak tezgâhları ve seyyar satıcılar konusunda uzun yıllardır süren bir kayıt dışı ekonomi sorunu ve düzenleme ihtiyacı söz konusudur. Yerel yönetimlerin mobil mutfaklara bakışı da henüz netleşmemiştir; kimi belediyeler hijyen ve kamu düzeni gerekçesiyle sokak satıcılarına sıkı denetimler uygularken, bazıları gastronomi festivalleri aracılığıyla bu kültürü desteklemeye başlamıştır. Bu geçiş sürecinde, tüketicilerin mobil mutfaklara güven duyabilmesi için gıda güvenliği standartlarının sağlanması kritik önem taşımaktadır. Türkiye’de yapılan sınırlı araştırmalar, tüketicilerin önemli bir bölümünün yemek kamyonlarından yiyecek satın alırken temizlik ve güvenilirlik konusunda endişe taşıdığını göstermektedir (Öz, 2020). Bununla birlikte, Kolombiya Bogota’da yapılan bir çalışma gibi bazı uluslararası örnekler, müşterilerin çoğunlukla lezzet ve deneyim odaklı olup hijyen konusunu ikinci planda değerlendirdiğini ortaya koymaktadır. Ülkemizde mobil mutfak trendinin sağlıklı biçimde gelişebilmesi için, hem tüketici beklentileri hem de yerel yönetimlerin yaklaşımı göz önüne alınarak dengeli bir düzenleme ve teşvik mekanizması geliştirilmelidir. Özetle, Türkiye’de mobil mutfak trendi başlangıç aşamasında olsa da gelecek vaat etmektedir. Zengin sokak lezzeti mirasımız, mobil mutfak konseptiyle birleştiğinde hem yerli halk hem de turistler için cazip bir deneyim ortaya çıkmaktadır. Önümüzdeki dönemde, uygun yasal düzenlemeler, girişimcilerin artan ilgisi ve tüketici talepleri doğrultusunda Türkiye’de de daha fazla sayıda ve çeşitlilikte mobil mutfak görmemiz olasıdır. Bu da şehirlerimizin gastronomi turizmi çekiciliğini artıracak ve yerel mutfak kültürümüzün yeni platformlarda tanıtılmasını sağlayacaktır.

2.4. Mobil Mutfakların Ekonomik, Sosyal ve Kültürel Etkileri

Mobil mutfaklar, sadece bir yeme-içme trendi olmanın ötesinde, buldukları destinasyon üzerinde ekonomik, sosyal ve kültürel bir dizi etki yaratır. Bu mobil mutfakların etkilerini bu üç boyutta incelemek, onların değerini ve karşılaşılabilecekleri sorunları daha iyi anlamamızı sağlar. Mobil mutfaklar, girişimcilik ve istihdam açısından önemli fırsatlar sunmaktadır. Geleneksel bir restoran açmaya kıyasla çok daha düşük sermaye ile kurulabilen mobil mutfaklar, özellikle genç girişimciler ve şefler için cazip bir iş modeli haline gelmiştir. Ortalama bir yemek kamyonu yatırımının (araç donanımı ve işletme maliyetleri dahil) geleneksel bir restoranın başlangıç maliyetinin oldukça altında olduğu belirtilmektedir (Kaufman ve Severt, 2023). Örneğin ABD’de restoran açılışı için gereken sermayenin ortalama

250-500 bin dolar arasında olduğu, oysa bir food truck için 50-100 bin dolar aralığında kalabildiği ifade edilmektedir (Sundale Research, 2022, akt. Kaufman ve Severt, 2023).

Bu düşük giriş bariyeri sayesinde, kendi mutfak markasını yaratmak isteyen birçok girişimci mobil mutfaklar aracılığıyla piyasaya adım atabilmektedir. Sonuçta bu durum, ekonomik hayata yeni aktörlerin katılımını kolaylaştırarak KOBİ düzeyinde ekonomik canlılık kazandırır. Yemek kamyonları ayrıca yeni iş imkanları oluşturarak istihdama katkı sağlar. Sadece kamyon işletmecileri değil, tedarikçiler, lojistik destek, etkinlik organizatörleri gibi dolaylı paydaşlar da bu ekosistemin parçasıdır. Özellikle gastronomi turizminin yoğun olduğu bölgelerde, mobil mutfakların sayısının artması yerel ekonomiye canlılık kazandırabilir. Turistlerin yeme-içme için harcadığı paranın sokak satıcılarına yönelmesi, bu gelirin doğrudan yerel halka ve küçük işletmelere aktarılması anlamına gelir. Bu da toplum tabanlı turizm geliri dağılımını destekleyen olumlu bir etkidir. Nitekim gastronomi festivalleri gibi etkinliklerde bir araya gelen birçok mobil mutfak, kısa sürede yüksek satış hacimleri yakalayabilmekte ve destinasyon ekonomisine beklenmedik ölçüde katkılar sunabilmektedir. Bir örnek vermek gerekirse, daha önce de değinildiği gibi Maine Istakoz Festivali gibi etkinliklerde mobil gıda satıcılarından kaynaklanan turistik harcamalar milyon dolarlık seviyelere ulaşabilmektedir ((Sundale Research, 2022).

2.4.1. Sosyal Etkiler

Mobil mutfakların, sosyal yaşam ve toplumsal etkileşim açısından da belirgin etkiler sağlar. Öncelikle, sokak yemeği kültürü insanları kamusal alanda bir araya getiren sosyal bir deneyim ortamıdır. Bir yemek kamyonunun etrafında sıraya giren, ayaküstü yemek yiyen veya yan yana oturup sohbet eden insanlar, kentin kamusal dokusuna canlılık katar. Mobil mutfaklar; parklar, meydanlar veya festivaller gibi açık mekanlarda konumlandığından, farklı kesimlerden insanların buluşma noktası haline gelebilir. Bu yönüyle, mobil mutfaklar kentsel sosyalleşmeyi teşvik eden ve topluluk duygusunu güçlendiren unsurlardır. Ayrıca mobil mutfakların eşitlikçi ve samimi hizmet anlayışı, sosyal açıdan kapsayıcılığı artırır. Sokak satıcıları genelde müşterileriyle bire bir iletişim kurar, onlarla sohbet eder ve çoğu zaman müşterilerini yüz aşinalığı ile tanır. Bu durum, bir turist veya yerli olsun, müşterilere özel bir ilgi hissi vererek memnuniyeti artırabilir. Yapılan bir araştırmada, sokak yiyeceği tüketicilerinin önemli bir kısmı, satıcıların güler yüzlü ve arkadaşça yaklaşımını sokak lezzetlerini tercih etmelerinde etkili bulunduğunu belirtmiştir (Umur ve Kaya, 2010, akt. Düzlütöğül ve Sarper, 2021).

Mobil mutfak işletmecileri genellikle küçük aile işletmeleri veya bireysel girişimciler olduğundan, zincir restoranlardaki kurumsallığın aksine samimiyet ön plandadır. Sosyal etkiler bağlamında bir diğer önemli nokta da kadın istihdamı ve girişimciliği konusudur. Sokak yemeği sektörü, geleneksel olarak erkek egemen bir görünüm sergilese de son yıllarda kadın girişimcilerin de bu alana yöneldiği gözlenmektedir. Türkiye’de yapılan bir örnek olay çalışması, sokak gıda satıcıları arasında kadınların da yer almaya başladığını ve gastronomi sektöründe kadın girişimciliğine katkı sunduğunu ortaya koymuştur (Gözgeç ve Aydemir, 2019). Mobil mutfaklar, esnek çalışma saatleri ve görece düşük sermaye gereksinimi sayesinde kadınların da kendi işlerini kurabilecekleri bir zemin oluşturabilir. Bu da toplumsal açıdan olumlu bir gelişmedir.

2.4.2. Kültürel Etkiler

Mobil mutfaklar belki de en özgün etkisi kültürel alanda görülmektedir. Sokak lezzetleri, bir kentin veya bölgenin kültürel kimliğinin parçalarıdır. Örneğin İstanbul denilince akla Eminönü’deki balık-ekmek, Adana denilince sokakta satılan şalgam suyu veya Adana kebab gelebilmektedir. Mobil mutfaklar, bu geleneksel lezzetleri koruyup yaygınlaştırmak konusunda önemli bir araçtır. Bir yemek kamyonu menüsünde yer alan yerel bir yemek, belki de nesiller boyu aile tarifleriyle yapılmış özgün bir tattır ve mobil mutfaklar sayesinde daha geniş kitlelere ulaştırılır. Bu açıdan bakıldığında mobil mutfaklar, gastronomik mirasın taşınabilir taşıyıcıları olarak görülebilir. Yöresel tarifler, sokak formatında sunularak hem yaşatılmakta hem de turistler aracılığıyla uluslararası alanda tanınmaktadır. Kültürel etkiyi destekleyen bir diğer husus, yenilik ve füzyon kavramlarıdır. Mobil mutfaklar, geleneksel mutfak ile küresel trendlerin kesişim noktasında yaratıcı ürünler sunmaya yatkındır. Örneğin bir Türk mobil mutfaklar, klasik döner sandviçi farklı soslar veya ekmek çeşitleriyle sunarak yeni bir füzyon deneyimi oluşturabilir; ya da tantuni gibi yöresel bir ürünü tacos tarzında sunarak iki kültürü birleştirebilir. Bu tür yenilikler, yerel mutfağın evrimleşmesine ve çağdaş yorumlarla zenginleşmesine katkıda bulunur. Aynı zamanda gastronomi turizmi kapsamında turistlere hem tanıdık hem yabancı gelen ilginç deneyimler yaşatır. Kültürel etkiyi somutlaştıran güzel bir örnek Singapur’daki hawker center (sokak yemekleri merkezleri) kültürüdür. Singapur, sokak lezzetlerini modern hijyen standartlarıyla bir araya getiren hawker merkezlerini turistik bir cazibe unsuru haline getirmiş ve bu kültür UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras listesine dahil edilmiştir. Bu örnek, sokak yemeği kültürünün korunup geliştirilmesinin kültürel miras açısından taşıdığı önemi gösterir. Türkiye’de de benzer şekilde, mobil mutfaklar aracılığıyla farklı şehirlerin

kendine özgü tatları ulusal ve uluslararası tanınırlık kazanabilir. Örneğin bir Gaziantep mobil mutfağı kullanarak, baklava veya katmer gibi tatlıları festival festival gezerek tanıtılabilir; ya da bir Ege mobil mutfak, zeytinyağlılar ve ot yemeklerini İstanbul'daki etkinliklere taşıyabilir. Bu sayede kültürel etkileşim ve yayılım gerçekleşir. Mobil mutfakların ekonomik, sosyal ve kültürel etkileri bir bütün halinde değerlendirildiğinde, bu mobil mutfakların sürdürülebilir şehir turizmi ve yerel kalkınma için önemli fırsatlar sunduğu görülmektedir. Ancak bu fırsatların realize olabilmesi için sürdürülebilirlik boyutunun ve mevcut zorlukların da dikkate alınması gerekmektedir (Polat ve Gezen, 2017).

2.5. Sürdürülebilirlik Açısından Mobil Mutfaklar

Gastronomi turizmi ve sokak yemeği kültürü uzun vadede başarılı olacaksa, sürdürülebilirlik ilkelerinin mobil mutfak işletmeciliğine entegre edilmesi şarttır. Sürdürülebilirlik kavramı burada üç ana boyutta ele alınmalıdır: ekonomik sürdürülebilirlik (iş modelinin devamlılığı), çevresel sürdürülebilirlik (faaliyetlerin doğa üzerindeki etkileri) ve sosyo-kültürel sürdürülebilirlik (geleneksel değerlerin ve toplumsal faydaların korunması) (Akarçay, 2023).

Ekonomik Sürdürülebilirlik: Mobil mutfakların uzun ömürlü olabilmesi için kârlılık ve mali dengelerini koruması gerekir. Düşük sermaye ile kurulabilen mobil mutfak, rekabetin yüksek olduğu bir sektörde faaliyet gösterdikleri için finansal planlama ve yenilikçilik önem kazanmaktadır. Menü fiyatlandırmasının doğru yapılması, maliyet kontrolü, mevsimsellik gibi unsurlar işletmenin sürdürülebilirliğini belirler. Ayrıca esnek iş modeli, ekonomik sürdürülebilirliğe katkı sağlar; örneğin bir mobil mutfak, farklı günlerde farklı lokasyonlarda satış yaparak talebin olduğu yerlere intikal edebilir ve durgun bölgelerden kaçınabilir. Bu sayede sabit bir dükkâna bağlı kalmanın risklerinden kurtularak gelir devamlılığı sağlanabilir. Bununla birlikte, mobil mutfak işletmecilerinin karşılaştığı mevzuat engelleri ve yasaklar, ekonomik sürdürülebilirliği tehdit eden faktörlerdir. İzin ve ruhsat süreçlerinin belirsiz olması, ceza riskleri veya belirli bölgelerde çalışma kısıtları, küçük ölçekli bu işletmelerin sürekliliğini zorlaştırabilir (Karsavuran, 2018, akt. Dursun, 2024). Dolayısıyla, ekonomik sürdürülebilirlik açısından karar alıcıların mobil mutfaklara yönelik açık ve destekleyici politikalar geliştirmesi önemlidir.

Çevresel Sürdürülebilirlik: Mobil mutfakların çevresel etkileri de göz ardı edilmemelidir. Bir mobil mutfak genellikle jeneratör ile elektrik ihtiyacını karşılar, yakıtla çalışır ve tek kullanımlık servis malzemeleri kullanabilir.

Bu durum, karbon emisyonu, gürültü ve atık gibi çevresel problemlere yol açabilir. Yapılan hesaplamalara göre, hareket halindeki bir yemek kamyonu kilometre başına sabit bir restorana göre %50 daha fazla emisyon üretebilmektedir (EPA, 2018). Bu nedenle, çevre dostu uygulamaların mobil mutfak sektöründe yaygınlaştırılması sürdürülebilirlik için kritiktir. Örneğin, bazı mobil mutfaklar yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelmeye başlamıştır; güneş panelleriyle elektrik üreten veya biyoyakıt kullanan araçlar mevcuttur. Ayrıca geri dönüştürülebilir/biyobozunur servis malzemeleri (karton tabaklar, ahşap çatal-kaşık, kumaş peçeteler vb.) kullanarak plastik atık miktarını azaltma çabaları görülmektedir (thefoodtruckhub.com, 2025).

Yiyecek artıklarının kompostlanması veya ihtiyaç sahiplerine dağıtılması gibi gıda atığı yönetimi uygulamaları da çevresel sürdürülebilirlik adına önemlidir. Mobil mutfak işletmecileri, menülerini oluştururken mevsiminde ve yerel üretilmiş malzemeler kullanarak hem tedarik zincirini kısaltabilir hem de yerel çiftçileri destekleyerek çevresel ayak izini azaltabilir. Sonuçta, çevreye duyarlı bir mobil mutfak modeli, hem doğayı korur hem de çevre bilinci yüksek müşteri kitlesinin takdirini kazanarak rekabet avantajı elde edebilir. Sosyo-Kültürel Sürdürülebilirlik: Sokak lezzetleri ve mobil mutfaklar, kültürel mirasın sürdürülebilirliği açısından da değerlidir. Daha önce belirtildiği üzere, sokak yemeği geleneği yerel mutfak kültürünün önemli bir parçasıdır. Bu geleneğin yeni nesillere aktarılması ve yaşatılması, ancak onu icra eden satıcıların hayatlarını sürdürebilmesiyle mümkündür. Polat ve Gezen (2017), sokak yiyecekleri ve satıcılarının mevcut durumunun analiz edilip maruz kaldıkları çevresel koşulların incelenmesi ve yaptıkları işin sürdürülebilirliğinin sağlanması gerektiğini vurgulamıştır. Bu bağlamda, ilgili tüm paydaşların –yerel yönetimler, turizm otoriteleri, sivil toplum ve sokak satıcıları– birlikte hareket etmesi önem kazanır. Örneğin, bir şehir eğer kendi sokak lezzetlerini bir turizm değeri olarak görüyorsa, bu işle meşgul olanların çalışma koşullarını iyileştirerek kültürel sürdürülebilirliğe katkı sağlayabilir. Bu iyileştirmeler; temiz su ve elektrik erişimi, hijyen eğitimi, belli noktalarda toplanma alanları tahsisi gibi adımları içerebilir. Böylece hem geleneksel lezzetler korunmuş olur hem de bu işle uğraşanların geçim kaynakları güvenceye alınır.

Sosyo-kültürel sürdürülebilirlikte bir diğer nokta da toplumun kabullenmesi ve sahiplenmesi meselesidir. Mobil mutfakların şehir hayatındaki varlığı, yerel halk tarafından desteklenmezse uzun vadede sıkıntı yaşanabilir. Özellikle sabit restoran sahipleri, zaman zaman yemek kamyonlarını haksız rekabet unsuru olarak görebilmektedir. Bu tür çatışmaların çözümü için adil düzenlemeler (örneğin mobil mutfakların belirli saatlerde veya belirli bölgelerde faaliyet göstermesi, hijyen standartlarının denetlenmesi gibi)

uygulanmalı ve hem restoranlar hem de mobil satıcılar için kazan-kazan durumu uygulanmalıdır. Unutulmamalıdır ki, gastronomi turizmi pastası büyüdükçe tüm paydaşlara yetecek fırsatlar doğacaktır; esas olan bu pastayı büyütecek işbirliği ve sürdürülebilirlik anlayışını yerleştirmektir. Son olarak, ürün ve hizmet kalitesinin sürdürülebilirliği de kritik bir boyuttur. Mobil mutfak sürekli müşteriler kazanmak ve uzun ömürlü olmak istiyorsa, hijyen ve lezzet standardını her zaman yüksek tutmalıdır. Furkan Dursun (2024) kavramsal çalışmasında, sokak yemeği sektöründe ürün kalitesi ve güvenliğinin köşe taşı olarak kalması gerektiğini, hijyen kurallarına uyumun sürdürülebilir başarının anahtarı olduğunu özellikle vurgulamıştır. Bu çerçevede mobil mutfak sahipleri, düzenli mutfak temizliği, gıda saklama koşullarına riayet, personel hijyeni gibi konularda taviz vermeden faaliyet göstermelidir. Bu sayede hem müşterilerin güveni kazanılır hem de olası gıda kaynaklı sağlık sorunlarının önüne geçilerek sektörün itibarı korunur.

2.6. Mobil Mutfakların Gastro-Turizme Katkısı, Yerel Tatların ve Türk Mutfağının Tanıtımındaki Payı

Gastronomi turizmi, günümüzde turistlerin destinasyon tercihlerinde önemli bir rol oynayan, kültürel miras ve mutfak deneyimlerini birleştiren bir turizm dalı olarak hızla gelişmektedir. Seyahat eden bireylerin, gittikleri bölgelerin mutfak kültürünü keşfetme ve yerel lezzetleri deneyimleme isteği, gastronomi turizminin itici gücü olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, mobil mutfaklar (seyyar mutfaklar), geleneksel sokak lezzetlerini modern bir anlayışla sunarak gastronomi turizmine yenilikçi bir bakış açısı kazandırmaktadır. Yerel mutfakların tanıtımını kolaylaştıran, erişilebilir ve otantik yemek deneyimi sunan bu mobil mutfaklar, özellikle şehir festivalleri, etkinlikler ve turistik merkezlerde gastronomi turizminin ayrılmaz bir parçası haline gelmektedir (Dursun, 2024).

Mobil mutfaklar, gastronomi turizmine sunduğu katkılar açısından birçok avantaj sağlamaktadır. Öncelikle, mobil mutfaklar turistlere yerel mutfağı deneyimleme fırsatı sunarak destinasyonların gastronomik kimliğini ön plana çıkarmaktadır. Geleneksel restoranların aksine, hareket kabiliyeti sayesinde turist yoğunluğu yüksek noktalarda hizmet verebilmesi, mobil mutfakların cazip kılan en önemli özelliklerden biridir. Mobil mutfaklar, bir destinasyonun mutfak kültürünü turistlere daha ulaşılabilir hale getirmektedir.



Görsel 2 (Kaynak: @gastrovan_2024).

Bir restoran rezervasyonu yapmaya gerek kalmadan, turistlerin sokakta gezerken veya bir etkinlik esnasında kolayca yerel lezzetlere erişebilmesini sağlamaktadır. Örneğin, İstanbul'da bir mobil mutfak, tarihi yarımada hizmet vererek turistlere balık ekmeK, midye dolma veya nohutlu pilav gibi geleneksel tatları anında sunabilir. Mobil mutfaklar, bir destinasyonun gastronomik mirasını tanıtmak için etkili bir platform sunmaktadır. Örneğin, dünya çapında düzenlenen gastronomi festivalleri, sokak yemekleri etkinlikleri veya tematik lezzet turları, turistlerin bu tür deneyimlere ilgisini artırmaktadır. Bangkok, Singapur ve Mexico City gibi şehirlerde sokak yemeklerinin turistik bir cazibe unsuru haline gelmesi, mobil mutfak kültürünün büyüme potansiyelini gözler önüne sermektedir. Türkiye'de de son yıllarda İstanbul, Ankara ve İzmir gibi büyük şehirlerde artan food truck festivalleri, gastronomi turizminin gelişmesine katkıda bulunmaktadır (thefoodtruckhub.com, 2025).

Mobil mutfaklar, sadece bir yemek yeme aracı olmanın ötesinde, sosyal ve kültürel etkileşim alanları da inşa etmektedir. Mobil mutfaklarda yemeklerin pişirilme süreci turistlerin gözleri önünde gerçekleştiği için, bu deneyim yalnızca bir beslenme ihtiyacını karşılamakla kalmaz, aynı zamanda görsel ve kültürel bir şölene dönüşür. Turistlerin, yemeğin nasıl hazırlandığını izlemesi, şeflerle ve yerel satıcılarla doğrudan etkileşim kurması, o mutfak

kültürünü daha derinlemesine anlamalarına olanak tanımaktadır. Mobil mutfaklar, küçük işletmeler ve girişimciler için düşük maliyetli bir iş modeli sunduğu için, yeni nesil şefler ve yerel üreticiler için cazip bir seçenek haline gelmiştir. Bu sayede, turistik destinasyonlarda yerel lezzetleri tanıtmak isteyen girişimciler, sabit restoran maliyetlerine katlanmadan kendi işlerini kurarak gastronomi turizmine katkı sağlamaktadır.

Türk mutfağı, tarih boyunca birçok farklı kültürün etkileşimiyle şekillenmiş, köklü bir geçmişe ve geniş bir yemek yelpazesine sahip bir mutfaktır. Ancak, bu zengin mutfak kültürünün uluslararası alanda yeterince tanıtılmadığı da bir gerçektir. İşte bu noktada, mobil mutfaklar Türk mutfağının tanıtımı açısından büyük bir fırsat sunmaktadır.

Mobil mutfaklar, Türk mutfağına ait geleneksel lezzetlerin uluslararası alanda tanıtılması için önemli bir araç olabilir. Örneğin, Avrupa'da veya ABD'de faaliyet gösteren Türk yemek kamyonları, döner, lahmacun, gözleme, baklava gibi lezzetleri farklı kültürlerle tanıtmakta etkili olabilir. Özellikle ABD ve Avrupa'da hızla yayılan yemek kamyonu festivallerinde, Türk mutfağının özgün tatlarını sunan mobil mutfakların bulunması, mutfağımızın tanıtımına büyük katkı sağlayacaktır.

Türkiye'nin dört bir yanındaki farklı mutfak kültürlerini tanıtmak amacıyla mobil mutfaklar bölgesel lezzetleri hareketli bir gastronomik deneyime dönüştürebilir. Örneğin, Gaziantep mutfağına özgü beyran çorbası veya katmer, Ege mutfağından ot yemekleri ve zeytinyağlılar, Karadeniz mutfağından mıhlama veya hamsili ekmek gibi yemekler, mobil mutfaklar aracılığıyla geniş kitlelere sunulabilir.

Türk mutfağının geleneksel sokak lezzetleri, mobil mutfak konseptiyle daha hijyenik ve modern bir şekilde sunulabilir. Örneğin, geleneksel sokak yemekleri, yeni sunum teknikleri ve daha estetik yemek servisleri ile turistlere çekici hale getirilebilir. Kumpir, kokoreç, midye dolma gibi lezzetlerin, mobil mutfaklar aracılığıyla hijyen standartları gözetilerek sunulması, hem yerli hem de yabancı turistlerin ilgisini artıracaktır. Bir destinasyonun gastronomik kimliği, turistlerin seyahat motivasyonlarında giderek daha belirleyici bir hale gelmektedir. İstanbul'un tarihi yarımadasında veya Kapadokya'da konumlanan bir mobil mutfak, o bölgenin kültürel mirasını yansıtan lezzetler sunarak, turizm deneyimini zenginleştirebilir. Türkiye'de turistik şehirlerde mobil mutfak konseptinin yaygınlaşması, yerel mutfak mirasının tanıtımını güçlendirerek destinasyon pazarlamasına da katkı sağlayacaktır.

Tablo 1: Türkiye'deki Mobil Mutfaqların Turizmne Katkıları

Yıl	İl (Bölge)	Mobil Mutfak Sayısı	En Popüler Yemek Türleri	Gastro Turizme Katkı Değerlendirmesi	Yerel Tatların Tanıtımına Etkisi
2020	İstanbul (Marmara)	0 (resmi) – <i>Yok denecek kadar az (Kamusal alanda resmi izin yok; sadece özel mülk ve etkinliklerde birkaç deneme)</i>	Henüz yaygın değil – <i>Konsept yeni olduğundan belirgin bir sokak lezzeti bulunmuyor</i>	Düşük: Gastronomi turizmine neredeyse katkı yok (mobil mutfak faaliyetinin olmaması nedeniyle)	Düşük: Yerel tatların tanıtımına etkisi yok (mobil mutfak olmadığı için)
2021	İstanbul (Marmara)	~5 (tahmini) – <i>Az sayıda pilot mobil mutfak faaliyete geçti</i>	Burger, kokoreç, taco, brisket, falafel gibi füzyon sokak lezzetleri öne çıktı.	Sınırlı: Yeni yeni ortaya çıkan mobil mutfaqlar, şehirde meraklılarına farklı lezzet deneyimleri sunarak kısıtlı bir katkı sağladı	Orta: Bazı yerel tatlar modern sunumla sunuldu (ör. kokoreçli burger gibi) ve Türk mutfağına ilgiyi artırdı.
2022	Hatay (Akdeniz)	10+ (tahmini) – <i>İlk Festival kapsamında birden çok mobil stant anacılığıyla</i>	Hatay'ın yöresel sokak lezzetleri öne çıktı – <i>(Küme, oruk gibi yöreye özgü tatlardır)</i>	Yüksek: Düzenlenen Sokak Lezzetleri Festivali , Hatay gastronomisinin ulusal/uluslararası tanıtımına önemli katkı sağladı.	Yüksek: Yerel mutfak kültürünü vurgulayan festival, Hatay'ın geleneksel tatlarını tanıtmak amacıyla gerçekleştirildi.
2023	Ankara (İç Anadolu)	15+ (tahmini) – <i>İlk Food Truck Fest ile çok sayıda mobil mutfak bir araya geldi</i>	Türkiye'nin dört bir yanından sokak lezzetleri – <i>Tanıtım, döner, köfte, burger vb. çeşitli yöresel tatlar</i>	Yüksek: Başkentte ilk kez düzenlenen Food Truck Fest , konser ve atölyelerle desteklenerek gastro turizme yeni bir çekim merkezi oluşturdu	Yüksek: Farklı bölgelerin tatlarını tek etkinlikte buluşturan festival, yerel lezzetlerin geniş kitlelere tanıtılmasını sağladı.
2024	Anıyaya (Turizm Bölgeleri)	10+ (tahmini) – <i>Turistik beldelelerde mobil mutfak konsepti yaygınlaşıyor.</i>	Döner, dondurma, kahve gibi hızlı servis sokak yiyecekleri turistler arasında revaçta blog.quicksgorta.com	Yüksek: Sahil ve etkinlik alanlarındaki mobil mutfaqlar, turistlere farklı lezzet deneyimleri sunarak bölge turizmini çeşitlendirmeye başladı.	Orta: Yerel tatlar sunulsa da uluslararası lezzetlerle birlikte servis ediliyor; yerel mutfak tanıtımına kısmi katkı yapılıyor.
2025	İstanbul (Marmara)	50+ – <i>Büyük festivallerde 50'yi aşkın mobil mutfak standı (küresel pazar ~\$4.3 milyar, 2023).</i>	Burger, hotdog, kokoreç, tantuni, tavuk pırlav, döner gibi çeşitli sokak lezzetleri (vegan seçenekler dahil) en çok tercih edilenler arasındadır.	Yüksek: Mobil mutfaqlar, gastronomi festivallerinin vazgeçilmez parçası haline gelecek kente gelenlere zengin bir yeme-içme deneyimi sunuyor.	Yüksek: Mobil mutfaqlar, sokak yemekleri aracılığıyla Türk mutfağının yerel tatlarını geniş kitlelere ve turistlere başarıyla tanıtıyor.

Kaynak: Yazar tarafından internetten alınan veriler doğrultusunda oluşturulmuştur.

Tablo 1’de Türkiye’deki mobil mutfak (food truck) konseptinin turizme katkıları, son yıllarda önemli bir gelişim süreci geçirmiştir. 2020 yılında İstanbul’da mobil mutfak kültürü neredeyse yok denecek kadar azdı; resmî izinlerin olmaması nedeniyle yalnızca özel mülkler veya etkinliklerde birkaç deneme yapılmıştı. Bu sebeple, gastronomi turizmine ve yerel tatların tanıtımına katkısı oldukça düşüktü. Ancak 2021 yılında, İstanbul’da pilot mobil mutfak girişimleri görülmeye başlandı. Yaklaşık beş adet food truck faaliyet gösterirken, burger, kokoreç, taco, brisket ve falafel gibi füzyon sokak lezzetleri öne çıktı. Bu gelişmeler, gastronomi turizmine sınırlı bir katkı sağladı; ancak özellikle kokoreçli burger gibi yenilikçi lezzetlerle yerel tatların tanıtımına orta düzeyde bir etkisi oldu. 2022 yılına gelindiğinde, Hatay’da düzenlenen Sokak Lezzetleri Festivali, bölgedeki mobil mutfak konseptini güçlendirdi. 10’dan fazla mobil yemek noktası, Hatay’ın özgün lezzetleri olan künefe ve oruk gibi tatları ziyaretçilere sundu. Bu etkinlik, gastronomi turizmine yüksek düzeyde katkı sağladı ve Hatay mutfağını ulusal ve uluslararası alanda tanıtmak için önemli bir fırsat sundu. 2023 yılında Ankara’da gerçekleştirilen ilk Food Truck Fest, şehirdeki food truck sayısını 15’in üzerine çıkardı. Festival kapsamında Türkiye’nin farklı bölgelerinden tantuni, döner, köfte gibi geleneksel lezzetler bir araya getirilerek, hem yerel hem de ulusal gastronomi turizmine önemli bir katkı sağlandı. Bu etkinlik, Ankara’da gastronomi turizmine olan ilgiyi artırarak, festival kapsamında atölyeler ve konserlerle desteklenen bir çekim merkezi oluşturdu. 2024 yılında Antalya, sahil bölgeleri ve turistik merkezlerde food truck kültürünün geliştiği bir şehir olarak öne çıktı. Döner, dondurma ve kahve gibi hızlı servis edilen sokak yiyecekleri, özellikle turistler arasında popüler hale geldi. Bu mobil mutfaklar, bölge turizmine yüksek düzeyde katkı sunarken, yerel tatların tanıtımı açısından orta seviyede bir etkisi oldu. Çünkü sunulan ürünler genellikle uluslararası lezzetlerle birlikte servis edildi ve yerel mutfak tanıtımı tam anlamıyla öne çıkmadı. Son olarak, 2025 yılında İstanbul, büyük gastronomi festivalleriyle birlikte 50’den fazla mobil mutfak standına ev sahipliği yaparak bu alanda önemli bir merkez haline geldi. Burger, hotdog, kokoreç, tantuni, tavuk pilav ve döner gibi çeşitli sokak yemekleri, vegan seçenekler de dahil olmak üzere en çok tercih edilen lezzetler arasında yer aldı. Mobil mutfaklar, artık gastronomi festivallerinin ayrılmaz bir parçası haline gelerek şehre gelen ziyaretçilere zengin bir yeme-içme deneyimi sundu. Ayrıca, mobil mutfaklar sayesinde Türk mutfağının sokak lezzetleri geniş kitlelere ve turistlere başarılı bir şekilde tanıtıldı. Özetle, Türkiye’deki food truck kültürü 2020 yılından 2025’e kadar büyük bir gelişim göstermiş, başta İstanbul, Hatay, Ankara ve Antalya olmak üzere farklı şehirlerde gastronomi turizmine ve yerel tatların tanıtımına önemli

katkıları sunmuştur. Özellikle festivallerin ve turistik bölgelerin etkisiyle mobil mutfaklar, Türk mutfağını hem ulusal hem de uluslararası ziyaretçilere tanıtan bir araç haline gelmiştir.

3. SONUÇ VE ÖNERİLER

3.1. Sonuç

Gastronomi turizmi, günümüzde destinasyonların rekabet gücünü artıran önemli bir turizm türü haline gelmiş olup, bu alandaki yenilikçi yaklaşımlar turizm sektörüne farklı boyutlar kazandırmaktadır. Bu çerçevede, geleneksel sokak lezzetlerini modern işletmecilik anlayışıyla birleştiren mobil mutfaklar, gastronomi turizminin dinamik yapısına uyum sağlayan, yenilikçi ve erişilebilir bir yeme-içme deneyimi sunarak dünya genelinde hızla yaygınlaşmaktadır. Seyyar mutfak olarak da adlandırılan mobil mutfaklar, hem yerel halkın hem de turistlerin ilgisini çekerek şehirlerin mutfak kültürüne yönelik farkındalığı artırmakta ve turistik cazibesini güçlendirmektedir. Günümüzde artan seyahat alışkanlıkları, otantik ve yerel deneyimlere olan talep, gastronomi turizminin gelişimini teşvik eden en önemli faktörlerden biri olmuştur. Bu bağlamda, mobil mutfaklar sundukları pratik ve otantik yemek deneyimi ile turistlerin farklı destinasyonlarda yerel lezzetlere ulaşmasını kolaylaştırmakta, şehirlerin gastronomi turizmi potansiyelini artırarak yerel mutfakları küresel ölçekte tanıtmaya fırsatı sunmaktadır.

Mobil mutfakların yükselişi sadece gastronomi turizmi ile sınırlı kalmayıp ekonomik, sosyal ve kültürel açılardan da önemli etkiler meydana getirmektedir. Ekonomik açıdan değerlendirildiğinde, sabit restoran işletmelerine kıyasla daha düşük maliyetlerle faaliyet gösterebilen mobil mutfaklar, girişimcilik fırsatlarını artırmakta ve yeni istihdam alanları oluşturarak küçük ölçekli işletmeleri desteklemektedir. Özellikle genç girişimciler, düşük yatırım maliyetleri sayesinde mobil mutfakları bir iş fırsatı olarak görmekte ve sektöre yenilikçi fikirlerle katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda, festivaller, etkinlikler ve turistik bölgelerde faaliyet gösteren yemek kamyonları, yerel ekonomiye canlılık kazandırarak şehirlerin turizm gelirlerini artırmaktadır. Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa'da büyük şehirlerde düzenlenen food truck festivalleri, hem yerel hem de uluslararası turistlerin ilgisini çekmekte ve turizm hareketliliğine katkıda bulunmaktadır.

Sosyal açıdan bakıldığında, mobil mutfaklar kentlerin kamusal yaşamına hareketlilik katarak sosyal etkileşimi güçlendirmektedir. Sokak yemeği kültürü, insanları açık alanlarda bir araya getirerek sosyalleşme imkanı sunmakta ve şehirlerin kültürel çeşitliliğini yansıtan bir buluşma noktası oluşturmaktadır. Yemek kamyonlarının samimi ve ulaşılabilir yapısı, farklı

toplumsal kesimler arasındaki etkileşimi artırarak gastronomi aracılığıyla topluluk ruhunu güçlendirmektedir. Özellikle, şehir merkezlerinde veya turistik bölgelerde konumlanan mobil mutfaklar, geleneksel restoranlara kıyasla daha esnek bir hizmet sunarak turistlerin ve yerel halkın yiyeceklere hızlı ve kolay erişimini sağlamaktadır. Bunun yanı sıra, kadın girişimciler için mobil mutfak işletmeciliği ekonomik bağımsızlık ve istihdam fırsatları yaratırken, gastronomi sektöründe kadınların daha fazla yer almasına da katkıda bulunmaktadır.

Mobil mutfakların en önemli etkilerinden biri de kültürel sürdürülebilirlik açısından sunduğu katkılardır. Sokak lezzetleri, bir kentin veya bölgenin mutfak kültürünün en otantik yansımalarından biri olarak kabul edilmektedir. Geleneksel yemeklerin mobil mutfaklarda sunulması, bu lezzetlerin korunmasına ve gelecek nesillere aktarılmasına yardımcı olmaktadır. Aynı zamanda, mobil mutfaklar yerel mutfağı küresel ölçekte tanıtmada etkili bir araç olarak görülmektedir. Örneğin, Türk mutfağına özgü lezzetlerin mobil mutfaklar aracılığıyla farklı ülkelerde tanıtılması, Türkiye'nin gastronomi turizmi potansiyelini artırabilir ve mutfak kültürümüzün uluslararası alanda daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlayabilir.

Ancak, mobil mutfak sektörünün sağlıklı bir şekilde büyümesi ve sürdürülebilir olması için bazı zorlukların aşılması gerekmektedir. Bu alandaki en önemli kısıtlamalardan biri mevzuat eksiklikleri ve düzenleyici çerçevenin belirsizliğidir. Pek çok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de mobil mutfak işletmeciliğine yönelik yasal düzenlemeler yeterince net değildir ve farklı belediyeler tarafından uygulanan kısıtlamalar, bu sektörde faaliyet gösteren işletmeler için zorluklar oluşturmaktadır. Özellikle ruhsatlandırma, hijyen standartları ve belirli bölgelerde çalışma izinleri gibi konularda yaşanan belirsizlikler, mobil mutfak girişimcileri için büyük bir engel teşkil etmektedir. Ayrıca, çevresel sürdürülebilirlik açısından da dikkat edilmesi gereken unsurlar bulunmaktadır. Yemek kamyonlarının karbon emisyonları, tek kullanımlık servis malzemeleri ve gıda atıkları gibi çevresel faktörler, sürdürülebilirlik ilkeleri çerçevesinde ele alınmalı ve çevre dostu uygulamalar teşvik edilmelidir. Yenilenebilir enerji kullanımı, geri dönüştürülebilir ambalaj malzemeleri ve gıda atıklarını azaltmaya yönelik stratejiler, bu sektörün uzun vadeli başarısını destekleyecektir.

Mobil mutfaklar gastronomi turizminin geleceğinde önemli bir yer edinmeye devam edecek ve mobil mutfak konsepti, küresel gastronomi sahnesinde giderek daha fazla kabul görecektir. Türkiye gibi köklü bir mutfak mirasına sahip ülkelerde, bu trendin güçlü bir şekilde gelişmesi için uygun altyapının oluşturulması, mevzuat düzenlemelerinin netleştirilmesi ve

girişimcilerin desteklenmesi gerekmektedir. Yerel yönetimlerin, gastronomi turizmini teşvik eden politikalar geliştirmesi ve mobil mutfak işletmeciliğini teşvik edecek teşvik mekanizmaları oluşturması, bu sektörün sağlıklı bir şekilde büyümesini sağlayacaktır. Ayrıca, hijyen standartlarının korunması ve çevresel sürdürülebilirlik kriterlerinin benimsenmesi, tüketicilerin güvenini artırarak mobil mutfakların uzun vadeli başarısını destekleyecektir. Gastronomi turizminin yükselen yıldızı olan mobil mutfaklar, hem geleneksel lezzetleri modern bir formatta sunarak mutfak kültürünü koruyacak hem de yenilikçi yaklaşımlarıyla turizm destinasyonlarının çekiciliğini artırarak sektöre yeni bir soluk getirecektir.

3.2. Öneriler

- **Politika ve Düzenleme Önerileri:** Yerel ve ulusal otoriteler, mobil mutfaklara yönelik açık, adil ve destekleyici politikalar geliştirmelidir. Özellikle büyükşehir belediyeleri, mobil mutfaklar için belirli izin bölgeleri tanımlayabilir, park alanları ve alt yapı (elektrik, su, atık) desteği sağlayabilir. Ruhsatlandırma süreçleri şeffaşlaştırılarak kayıt dışı faaliyetlerin önüne geçilmeli; hijyen denetimleri düzenli yapılarak tüketici güveni korunmalıdır. Ayrıca, sabit restoranlar ile mobil işletmeler arasındaki olası rekabet çatışmalarını önlemek için tüm paydaşların görüşü alınarak dengeli düzenlemeler (örneğin mobil araçların belirli saatlerde faaliyet göstermesi gibi) getirilmelidir.
- **Eğitim ve Farkındalık:** Mobil mutfak işletmecilerine yönelik hijyen, gıda güvenliği, işletme yönetimi ve sürdürülebilirlik konularında eğitim programları düzenlenmelidir. Bu sayede sektör genelinde bir kalite standardı oluşacak ve olumsuz örneklerin tüm sektöre zarar vermesi engellenecektir. Aynı zamanda tüketicilere yönelik farkındalık çalışmaları yapılarak sokak lezzetleri konusunda doğru bilgilendirme sağlanabilir. Örneğin, belediyeler veya turizm ofisleri aracılığıyla onaylı mobil mutfakların listesi yayınlanabilir ya da sokak yemeğinin kültürel değeri üzerine tanıtımlar yapılabilir.
- **Sürdürülebilir Uygulamalar:** Mobil mutfak sektöründe çevre dostu uygulamaların teşvik edilmesi önerilir. Yeşil mobil mutfak sertifikası gibi bir uygulama ile geri dönüştürülebilir malzeme kullanan, atık yönetimine özen gösteren, enerji tasarrufu yapan işletmeler ödüllendirilebilir. Bu hem işletmelerin marka değerini yükseltecek hem de destinasyonun sürdürülebilir turizm imajına katkı sunacaktır. Ayrıca, gıda artıklarının israfını önlemek için mobil mutfaklar ile gıda bankaları arasında işbirlikleri kurulabilir; gün sonunda satılmayan ürünlerin ihtiyaç sahiplerine ulaşması sağlanabilir.

- İşbirlikleri ve Ağ Oluşturma: Mobil mutfak işletmecileri arasında iletişim ve işbirliği platformları oluşturulmalıdır. Bir Food Truck Derneği veya kooperatifi kurulması, ortak sorunlara birlikte çözüm arama ve menfaatleri savunma noktasında etkili olabilir. Ortak satın alma ile maliyet düşürme, birlikte festival organize etme, hatta birbirlerinin bölgelerine konuk olarak gitme gibi iş modelleri geliştirilebilir. Destinasyon bazında bakılırsa, şehirlerin turizm organizasyonları mobil mutfakları gastronomi rotalarına entegre edebilir. Örneğin, “İstanbul Mobil Mutfak Turu” gibi tematik turlar hazırlanarak turistlerin popüler yemek kamyonlarını rehber eşliğinde gezmesi sağlanabilir.
- Ar-Ge ve İnovasyon: Sektörde inovasyonu teşvik etmek üzere kuluçka merkezleri veya yarışmalar düzenlenebilir. Yeni mobil mutfak konseptleri (örneğin vegan mutfak, glutensiz mutfak, deneysel füzyonlar) desteklenerek ürün çeşitliliği artırılmalıdır. Teknoloji kullanımı da önemlidir; mobil uygulamalar, online sipariş sistemleri, nakitsiz ödeme kolaylığı gibi yenilikler mobil mutfak deneyimini hem işletmeci hem müşteri için geliştirecektir.
- Gastronomi turizmi ve mobil mutfaklar konusunda akademik araştırmaların artırılması, sektörün bilimsel verilerle desteklenmesine yardımcı olacaktır. Özellikle Türkiye ölçeğinde mobil mutfakların turist memnuniyetine etkisi, ekonomik performansı, istihdama katkısı, bölgesel kalkınmaya etkileri gibi konularda nicel ve nitel çalışmalar yapılması önerilir. Bu sayede politika yapıcılara ve yatırımcılara yol gösterecek veriler elde edilebilir.

Mobil mutfak trendi, doğru yönetildiği takdirde gastronomi turizmine uzun vadede değer katacak bir yenilik olarak görülmektedir. Geleneksel ile modern buluşturan mobil mutfaklar, turistlere unutulmaz damak deneyimleri sunarken yerel ekonomilere de canlılık getirmektedir. Bu makalede ele alınan kavramsal çerçeve, tarihçe, trendler, etkiler, sürdürülebilirlik boyutu ve zorluklar, mobil mutfakların çok yönlü bir incelemesini ortaya koymuştur. Elde edilen bilgiler ışığında, mobil mutfakların başarılı olabilmesi için çok paydaşlı bir yaklaşım gerektiği anlaşılmaktadır: Kamu otoriteleri uygun zemin hazırlamalı, işletmeciler kalite ve yenilikten ödün vermemeli, tüketiciler de bu kültürü sahiplenmelidir. Böylelikle mobil mutfaklarla gastronomi turizmine kazandırılan yeni soluk, hem bugünün gezginlerine hem de geleceğin nesillerine lezzet dolu anılar ve sürdürülebilir bir kültürel miras bırakacaktır.

Kaynakça

- @gastrovan_. (2023, Ekim 17). Mersin Büyükşehir belediyesi yapmış olduğunuz balık karavanımız denizden topladıkları güzellikleri, insanlara sunmak için yollarda. Instagram. https://www.instagram.com/gastrovan_/?hl=tr (Görsel 1)
- @gastrovan_. (2024, Aralık 16). Ve Izgaravan Sizlerle. Instagram. https://www.instagram.com/gastrovan_/?hl=tr (Görsel 2)
- Akarçay, E. (2023). Anadolu Mutfağı Güncesi: 6 Őubat Depremleri Sonrası Hatay-Belen'de Kurulan Sahra Mutfağına İlişkin Otoetnografik Değerlendirme. *Sosyoloji AraŐtırmaları Dergisi*, 26(2), 45-63.
- Altunbağ, E. (2020). *Türkiye'de Yazalı Medyada Sokak Lezzetleri* (Master's thesis, Anadolu University (Turkey))
- Ballı, E. (2016). Gastronomi Turizmi Açısından Adana Sokak Lezzetleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Special issue 1), 3-17.
- Corvo, P. (2014). Food trucks in the USA: Sustainability, young entrepreneurship, and urban revitalization. In *Street Food* (pp. 133-145). Routledge.
- Dursun, F. A Conceptual Study on the Role of Street Food in Gastronomic Tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 6(2), 195-213.
- Dzliğlu, D., & Sarper, F. (2021). Yemek kamyonları (Food-Truck) akımının bilinirlik ve tercih edilme durumu üzerine bir alıŐma. In Y. Hız (Ed.), *Sosyal ve BeŐeri Bilimlerde AraŐtırma ve Değerlendirmeler-II* (pp. 43-60). Ankara: Gece Kitaplığı. EriŐim Tarihi, 10.03.2025.
- <https://www.thefoodtruckhub.com/post/sustainability-in-mobile-catering-how-food-trucks-are-going-green#:~:text=Green%20www,-to%20cut%20waste%20and%20emissions>. EriŐim Tarihi, 10.03.2025
- İğdir, E. (2020). Gastronomi turizmi kapsamında sokak lezzetlerinin yeri ve gastronomik bir ürün olarak değerlendirilmesi. *Journal of tourism research institute*, 1(2), 101-110.
- Kaufman, T., ve Severt, D. (2023). An exploration study of high and low visitation food truck consumers. *Journal of Travel, Tourism and Recreation*, 3(1), 1-X. <https://doi.org/10.22259/2642-908X.0301001>
- Kowalczyk, A., ve Kubal-Czerwińska, M. (2020). Street food and food trucks: Old and new trends in urban gastronomy. *Gastronomy and Urban Space: Changes and Challenges in Geographical Perspective*, 309-327.
- Kwek, A., ve Lee, D. (2020). Tourists' perceptions of food trucks in Asia: a Hong Kong case study. Routledge.
- Polat, D. D., ve Gezen, A. (2017). Gastronomide sokak yiyecekleri ve satıcıları: Teorik bir alıŐma. *Journal of Tourism ve Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 117-124.