



Ulusal ve Uluslararası Platformda Gastronomik Kimlik Unsuru Olarak Simit (Simit as An Element of Gastronomic Identity in National and International Platforms)

* Gülçin ÖZBAY ^a 

^a Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Sakarya/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:03.01.2020

Kabul Tarihi:07.02.2020

Anahtar Kelimeler

Simit

Gastronomik kimlik

Zincir simit işletmesi

Simit tarihi

Öz

Türk sokak yiyecekleri ve fast-food kategorisinde değerlendirilen simit, her yaş grubundaki insanın beslenmesinde doyuruculuğu ve kolay ulaşılabilir olması nedeniyle önemli bir yer teşkil etmekte ve konu birçok araştırmacı tarafından incelenmektedir. Ancak simidi doğrudan konu alan az sayıda çalışmaya rastlanmıştır. Bu çalışmada ilgili yazın incelenerek ulusal ve uluslararası platformda simide ilişkin bir durum analizi yapılmış amaçlanmıştır. Gastronomik unsur olarak tescillenmiş Samsun, Ankara, Manisa, Rize, İzmit ve Kastamonu simitlerinin yanısıra Osmaniye, Giresun, İzmir, Zonguldak ve Antakya simitleri de yörelere özel ürün ve tekniklerle hazırlanmaktadır. Ürünlerin ayırtedici özellikleri çalışmada aktarılmıştır. Simidin sokak yiyeceği kategorisinden işletme menülerine geçişinde yiyecek-içecek endüstrisindeki küreselleşme etkilerinden bahsedilmektedir.

Keywords

Simit (Turkish bagel)

Gastronomic identity

Chain simit business

History of simit

Abstract

Simit, which is evaluated in the Turkish street food and fast food category, is an important place in the nutrition of people of all age groups due to its satisfying and easy reach and the subject is examined by many researchers. However, a small number of studies have been found that directly examining the simit. In this study, it is aimed to analyze the situation of simide in national and international platforms by examining the relevant literature. Besides Samsun, Ankara, Manisa, Rize, Izmit and Kastamonu simits registered as gastronomic elements, Osmaniye, Giresun, Izmir, Zonguldak and Antakya simits are also prepared with special products and techniques for the regions. The distinguishing characteristics of the products are explained in the study. In the transition of simit from street food category to business menus, the effects of globalization in the food and beverage industry are mentioned.

Makalenin Türü

Derleme Makale

* Sorumlu Yazar

E-posta: gozbay@subu.edu.tr (G. Özbay)

DOI: 10.21325/jotags.2020.571

GİRİŞ

Fırın ürünleri arasında yer alan simit, Türkiye'ye özgü geleneksel-yerel gıdalardan biri olarak nitelendirilmekte (Asker, 2011: 95; Şentürk & Ötleş, 2017: 432), buğday unu, içme suyu, tuz, ekme mayası ve katkı maddelerinin karışımından elde edilmektedir. Yoğurma işleminden sonra şekli verilip üzerine susam, pekmez yada çörekotu gibi maddeler koyularak elde edilen özel tat ve aroması olan unlu mamule simit adı verilmektedir (Şentürk & Ötleş, 2017: 432). Ortaları dar ya da geniş delikli, yumuşak ya da sert kabuklu, büyük ya da küçük, farklı adlarla bilinse de temelinde benzer özelliklere sahip yuvarlak ekme ya da halka şeklinde üretilmektedir (Asker, 2011: 95).

Simit açlık bastırmada bir kurtarıcı olarak değerlendirilmekte, cebinde az para kalındığında da sağladığı ekonomik avantajdan dolayı tercih edilmektedir. Ayrıca özellikle pazar günleri sıcak aile sofralarının vazgeçilmezi olarak masada yerini almaktadır. Türk kültüründe simit her zaman baş tacı niteliğindedir. Önceleri kandil simidi, susamlı ve susamsız simit gibi sınırlı sayıda çeşide sahipken günümüzde zeytinli, sucuklu, peynirli, ayçekirdekli, tahinli ve kepekli ve birçok farklı türde simide rastlamak mümkündür (Ünsal, 2010).

Lezzet ve dayanıklılığını artırmak amacıyla simit üzerinde çalışmalar yapılmaktadır. Şentürk ve Ötleş'in (2017: 442) bu doğrultuda yaptıkları araştırma sonuçlarına göre; kefir tanesi içeren simit örneklerinin lezzet açısından diğerlerinden daha üstün olduğu ve daha çok tercih edildiği tespit edilmiştir. Bu şekilde yapılacak üretimin gevrekliği arttırdığı ve ekonomik açıdan faydalı olacağı da vurgulanmıştır.

Simidin yemek yapımında ana malzeme olarak kullanımına da rastlanılmaktadır. Kastamonu simidi, et suyu, yoğurt, sarımsak, kıyma, tereyağı, domates salçası, tuz, pul biber ve maydanoz kullanılarak simit tiridi hazırlanmaktadır (Aydoğdu & Mızrak, 2017: 368, 374, 379; Web I, 2018). Simit tiridi, Kastamonu'da en çok sevilen yöresel yemeklerden birisidir (Akkuş & Akkuş, 2019: 1458; Akkuş, 2019: 735; Aydoğdu & Mızrak, 2017: 368). Simit bazı yerlerde gelenek unsuru olarak nitelendirilmektedir. Yüksel (2011: 16) çalışmasında yine Kastamonu'daki dini bayramlara ilişkin kutlama geleneklerini ele almış ve bu gelenekler içinde yiyecekleri incelemiştir. Yöredeki insanların dini bayramlardaki mezar ziyaretlerinde dağıtılan yiyecekler arasında simidin önemli yer tuttuğu belirtilmektedir.

Her ne kadar fırın ürünleri kapsamında değerlendirilse de simidin fırınlarda üretilen unlu mamul çeşitleri içinde %9'luk üretim oranına sahip olduğu ve bu oranın çok düşük olduğu Demiraslan'ın (2013: 11) çalışmasında vurgulanmaktadır. Bunun nedeni ise simit üretiminin genelde pastane işletmeleri tarafından yapılması ile açıklanmaktadır. Aslında bu ayrım 17. yüzyıla dayanmaktadır. Dikkaya'nın (2011: 73) çalışmasında o dönemdeki simit ve simitçi esnafının, diğer unlu yiyeceklerden ve fırıncılardan ayrı olarak değerlendirildiği aktarılmaktadır.

Yerli fast food olarak nitelendirilen simidin (Dalgın & Kızgın, 2012: 40; Görkem, 2015: 269; Ulaş Kadioğlu, 2019: 205, 207) dışarıda tüketilen yiyecekler içinde önemli yer tuttuğu bilinmektedir. Simit, diğer fast food ürünlerine kıyasla uzmanlarca en zararsız fast food ürünü olarak nitelendirilmektedir (Asker, 2011: 100).

Kavramsal Çerçeve

Etimolojik Açıdan Simit

Simit kelimesinin hangi dilden geldiği konusunda kesin bilgi bulunmamaktadır. Ancak arkeolojik çalışmalar sonucunda tarih boyunca farklı dil ve dinlerden toplumlarda simit benzeri ürünlere rastlanılmıştır. Kökeni İ.Ö.

300'lere kadar giden, Doğu Türkistan (Uygurlar) ve İran'da *girde nan* (kirde, yuvarlak ekme) denilen simide, Türkiye'de *gevrek*, *açma*, *halka*, *gilik*, *kahke*, *taplama*, *kuru ekme* isimleriyle de rastlamak mümkündür. Bulgaristan'da *gevrek*, Romanya'da *covrigi*, İtalya'da *taralli* ve *ciambella all'anice* (anasonlu halka), Finlandiya'da *vesirinkeli*, Rusya'da *bublik*, Mısır'da *semeet* ve *kaak*, Portekiz'de *rosquilba*, Meksika'da *pan del muerto* (ölü ekmeği) ve *Rosca de reyes* (kralların halkası, tacı), Almanya'da *brezel* olarak görülmektedir. Sırbistan'da *devrek* ya da *çevrek*, Yunanistan'da *koulouri* ve *lambropsomo* şeklinde isimlendirilmektedir. Dünyanın birçok yerinde *bagel* adı altında da simit benzeri ürünlere rastlanılmakta ve Asker'in (2011: 95) çalışmasında simidin bu denli yaygın hal almasında göçlerin etkisi olduğundan bahsedilmektedir.

Simit sözcüğünün Arapça has beyaz un anlamındaki *samīd* kelimesinden geldiği bilinmektedir. Türkçe'de halk ağzında Arapça anlamına yakın olarak ince bulgura da simit adı verilmektedir (Dikkaya, 2011: 73). Simit kelimesi Türkçeleşme sürecinde ilk olarak 'semid' olarak kullanılmış, daha sonra 'e' harfi daralarak 'simid' şeklinde anılmıştır. Türkçeleşmiş ilk hali olan 'simit' şeklindeki kullanımının Seyahatname'de geçtiği belirtilmektedir (Kartallıoğlu, 2016: 110). Kanuni Sultan Süleyman dönemi Osmanlı saray mutfağında padişaha özel hazırlanan ürünler arasında 'sakızlı simit' olduğu Yiğit ve Ay'ın (2016: 18) çalışmasında aktarılmaktadır. 1871 yılında Pera ve Galata'da simidin sokak yiyeceği olarak tüketildiği bilinmektedir (Onaran, 2016). Kılıçkaya (2016: 57) 1874 yılında yayınlanan 'Tiyatro' isimli mizah gazetesinden yaptığı alıntıda şekerli simitten Osmanlı İstanbul'unda gastronomik bir unsur olarak bahsetmektedir. II. Dünya Savaşı döneminde buğday krizi yaşanmış ve Türkiye'de buğday tüketimi kısıtlaması getirilmiş, simit 1942 yılında üretimi durdurulan unlu mamuller arasında yer almıştır (Onaran, 2016).

Gastronomik Kimlik Unsuru Olarak Simit

Gastronomik kimlik bir toplumu diğerlerinden ayıracak nitelikteki kendine özgü beslenme alışkanlık ve bileşenleri için kullanılan bir kavramdır (Diker & Deniz, 2017: 191). Simidin uluslararası platformlarda Türk simidi şeklinde Türk mutfağına ait bir gastronomik unsur olarak isimlendirildiği bilinmektedir. Bunun yanısıra çoğu uluslararası kaynakta 'Turkish bagel' şeklinde yer alan 'simit' kelimesi, Eylül 2019 tarihinde Oxford İngilizce Sözlüğe ait veritabanına (Web IV, 2019) eklenmiştir.

Ulusal lezzet olarak bilinen simidin yöresel olarak da farklı şekillerde sunulduğu bilinmektedir. Türkiye'de simit her yörede tüketilmekle birlikte bazı bölgelerde yöresel lezzet açısından farklılaşması sebebiyle gastronomik kimliğin belirleyicileri arasında değerlendirilmektedir. Bu yöreler simidin gastronomik bir unsur olarak isimleriyle birlikte anılması için gerekeni yapmak üzere harekete geçmiştir. İlk olarak simidiyle tescillenmiş olan il Samsun'dur. Türk Patent ve Marka Kurumu'ndan (2019) coğrafi işaret belgesi olarak tescillenen 6 farklı simit bulunmaktadır. Bunlar Samsun Simidi (2013), Ankara Simidi (2017), Manisa Taban Simidi (2018), Rize simidi (2019), İzmit Simidi (2019), Kastamonu Simididir (2019). Bunlara ilave olarak Osmaniye, Giresun, İzmir, Zonguldak-Devrek ve Antakya ayırteci özellikleri sebebiyle simit ürününü kendi isimleriyle bütünleştirmiştir. Şanlıurfa'da ise simit, 'kahke' adıyla bilinmektedir (Kürkçüoğlu & Kürkçüoğlu, 2011: 59). Gastronomik bir ürün olan simidin yörelere göre farklılıkları aşağıda kısaca açıklanmaktadır:

- *Samsun Simidi*: Az maya ile hazırlanan hamur, kısa süreli fermantasyona tabi tutulmaktadır. Üzüm, dut, elma veya armut pekmezi karıştırılarak şekil verilen yarı sert yapıdaki hamur karışıma batırıldıktan sonra susamlama işlemi gerçekleştirilmektedir (Web II, 2019).
- *Ankara Simidi*: Hamurlara şekil verilerek pekmezli-susamlı suya batırılıp çıkartılarak hafifçe kuruması

beklendikten sonra pişirilir, sıcak tüketilmesi önerilmektedir (Ankara Kültür Portalı, 2019; Saatçı, 2019: 363).

- *Manisa Taban Simidi*: Şeklinin yassı olması nedeniyle bu adı almıştır. Yapımında nohut mayası kullanılmaktadır. Nohut mayasında bulunan tuz haricinde tuz ilavesi yapılmamakta, Sultaniye üzümünden elde edilen pekmez kullanılmaktadır (Mahreç İşareti 349, 2018).

- *Rize Simidi*: Pekmezli suya batırılması ve susamsız olması temel özelliğidir (Rize Kültür Portalı, 2017; Saatçı, 2019: 363).

- *İzmit Simidi*: Gevrekliği, kızarmış susamları ve odun ateşiyle pişirilmesi temel özellikleridir (Kocaeli Kültür Portalı, 2019).

- *Kastamonu Simidi*: Elma pekmezine batırılması ve susamsız olması ayırtedici niteliğidir (Kastamonu Kültür Portalı, 2018). Susamsız olmasından dolayı 'kel simit' adıyla da bilinmektedir (Aydoğdu & Mızrak, 2017: 368; Kargiglioğlu, Çetin & Erkol Bayram, 2019: 1039; Türker, Türkmen & Caymaz, 2019: 274).

- *Osmaniye Simidi* (Saatçı, 2019: 364; Yılmaz Akçaözöğlü & Koday, 2019: 542, 547), yerken ağza gelen şeker tadından dolayı simitlerin en tatlısı olarak nitelendirilmektedir (Örs, 2010).

- *Giresun Simidi*: Ekşi mayalı hamurdan yapılmakta ve üzüm pelmezli suya batırılarak, susamsız / tuzsuz bir şekilde odun ateşinde pişirilmektedir (Giresun Kültür Portalı, 2018)

- *İzmir Simidi* (Gevrek): Şekil verilen hamur kaynayan pekmez dolu kazanlarda ön pişirmeye tabi tutulup susama batırılarak fırına verilmektedir (İzmir Kültür Portalı, 2019).

- *Zonguldak-Devrek Simidi*: Devrek simidi, yumurta, yeşil/siyah zeytin, sucuk, soğan, maydanoz, sivri biber, kaşar ve tereyağı kullanılarak hazırlanmaktadır (Zonguldak Kültür Portalı, 2019).

- *Antakya Simidi*: Un, yaş maya ve sudan hazırlanan hamur susamlandıktan sonra taş fırında pişirilmektedir. Antakya simidi tuz&kimyon karışımına batırılarak tüketilmektedir (Web III, 2018).

Gündelik Hayatta Simit

İlköğretim öğrencilerinin okul kantininden yiyecek alma tercihlerini ve satın alma davranışlarını inceleyen birçok çalışmada simit ilk sıralarda yer almaktadır (Ateşoğlu, 2011: 327; Aydoğdu, Çiçeklioğlu, Baran, Mutlu & Aydoğdu, 2010: 120; Orhan & Çelik, 2014: 55; Sabbağ & Sürücüoğlu, 2011: 8; Taşdemir, 2019: 51). Televizyon reklamlarının ilköğrencilerinin beslenme alışkanlıklarına etkisi üzerine yapılan başka bir çalışmaya göre (Kurt & Altun, 2014: 406); öğrenciler, harçlıklarını reklamlarda gördükleri gıdaları almak için kullanılmaktadırlar. Bunun yanı sıra öğrencilerin kantinden almayı en çok tercih ettiği gıdalardan biri, doyuruculuk özelliğinden dolayı simittir. Birçok çalışmada da benzer sonuçlara ulaşılmıştır (EARGED, 2008: 18, 25; Özpulat & Sivri, 2013: 207; Şimşek, Yabancı & Turan, 2009: 105).

Ortaöğretim öğrencilerinin de kantinde en fazla tükettikleri yiyecekler arasında simit-poğaça (%54) ilk sırada yer almaktadır (Aksakal & Oğuzöncül, 2017: 16, 17). Özdoğan ve Altuhul (2012: 151) da çalışmalarında ilköğretim ikinci kademe öğrencilerinin kahvaltılık alışkanlıklarını incelemiştir. Yine ikinci kademe öğrencilerin kantinden besin seçimlerini inceleyen Büyükkoyuncu'nun çalışmasında da (2010: 35) öğrencilerin okulda yiyecek içecek tüketim tercihlerinin başında simidin yer aldığı görülmüştür.

Önder, Kurdoğlu, Oğuz, Özben, Atilla ve Oral (2000: 4) çalışmalarında *lise* son sınıf öğrencilerinin beslenme alışkanlıklarını değerlendirmeye almış ve çalışma sonuçlarında simidin %44.9 tercih edilme oranıyla kantinden en çok alınan gıda maddesi olduğu tespit edilmiştir. Türk, Gürsoy ve Engin (2007: 85) çalışmalarında ise lise 1. sınıf

öğrencilerinin beslenme alışkanlıkları içinde simidin tahıl grubuna dahil ürünler içinde ekmekten sonra ikinci sırada tercih edildiği ve %72 oranında yararlı bir gıda maddesi olarak nitelendirildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Üniversite öğrencilerinin öğün düzenlerinin araştırıldığı Özdoğan, Yardımcı, Özçelik ve Sürücüoğlu (2012: 67) çalışmasında; gençlerin karın doyurmayla beslenmeyi eşdeğer tuttıkları ve çoğunun simit ve çay gibi besinleri fazla tükettiklerine yönelik bilgi dikkat çekmektedir. Üniversite öğrencilerinin kahvaltı alışkanlıklarının değerlendirildiği başka bir çalışmada (Önay, 2011: 101) kahvaltıda tost, simit, poğaçaya tüketenlerin oranının %21 olduğu tespit edilmiştir. Batman, Sarıışık ve Gökçe (2015) çalışmalarında yükseköğrenim öğrencilerinin beslenme alışkanlıklarındaki kısıtları incelemiş ve fast food ürünlerin beslenmelerindeki yeri değerlendirilmiştir. Açıkta satılan gıda kategorisinde değerlendirildiğinde üniversite öğrencileri için simit-poğaçanın (%56) en çok tercih edilen ürün olduğu tespit edilmiştir (Sert & Kapusuz, 2010: 27, 29).

Canbolat ve Çakıroğlu'na ait (2016: 480) çalışmada da üniversite öğrencilerinin fast food tüketim alışkanlıkları değerlendirmeye alınmış, hızlı, doyurucu ve ucuz olması nedeniyle tercih edildiği sonucuna ulaşılmıştır. Onurlubaş, Doğan ve Demirkıran (2015: 65) yap tıkları yine üniversite öğrencilerinin beslenme alışkanlıklarını temel alan çalışmada da simit önemli bir besin olarak görülmektedir. Üniversite öğrencilerinin beslenme düzenlerini esas alan ve bu düzen içinde simidin yerini vurgulayan çok sayıda çalışma bulunmaktadır (Zemzemoğlu, Erem, Uludağ & Uzun, 2019: 190; Aslan, Yardımcı & Özçelik, 2017: 42; Faydaoğlu, Energin & Sürücüoğlu, 2013: 306; Güleç, Yabancı, Göçgeldi & Bakır, 2008: 104; Korkmaz, 2010: 410; Pekşen Akça, Arslan & Demirbaş, 2013: 6; Pehlivan & Alkoy, 2019: 13; Yılmaz & Özkan, 2007: 90). Küçük (2019: 5, 6) de çalışmasında; üniversite birinci sınıf öğrencilerinin beslenme durumlarını incelemekte ve simidin hem sabah kahvaltısında hem de öğle ve akşam yemeklerinde tüketildiğini aktarmaktadır. Bu bulguları destekler nitelikte Sevinç (2019: 845, 846) simidin genellikle günün ilk öğünü olan kahvaltıda tercih edildiğini belirtmektedir.

Özçelik ve Sürücüoğlu'na (1998: 437) ait çalışmada; tüketicilerin fast food türü yiyecek tercihleri içinde simit hergün poğaçadan sonra tüketilen ikinci ürün olarak nitelendirilmiştir. Yıldırım ve Renklibay'ın (2014: 414) davranışsal ofis ortamının verimlilik üzerine etkilerini incelediği çalışmada ise; kurum tarafından çalışanlara sağlanması istenen yiyecek-içecek ikramları tespit edilmiştir. Buna göre; çay/kahve makinelerinden sonra çalışanlar tarafından tercih edilen ürünlerin sabahları simit-poğaçaya olduğu ortaya çıkmıştır. Çekal (2008: 95) ise çalışmasında vardiyalı çalışan kadın işçilerin beslenme alışkanlıklarını incelemiş ve işletmeler tarafından çalışanlarına %84.6 oranında simit verildiği sonucuna ulaşılmıştır. Derin, Keskin ve Çelikörs (2015: 433) de memurların beslenme alışkanlıklarını araştırmış ve simidin yine beslenme alışkanlıkları içinde önem arz ettiği analiz sonuçları arasında belirtilmiştir.

Yıldırım ve Albayrak'ın (2019: 1084) İstanbul sokak yemeklerini yabancı turistlerin nasıl değerlendirdiklerini araştırdıkları çalışmada; katılımcıların neredeyse tamamı (20/21) simidi mısırdan sonra ikinci olarak denediğini aktarmakta ve simidi yabancı turistlerin İstanbul'da en çok tercih edilen sokak yiyecekleri arasında değerlendirmektedir. Benzer şekilde Güzeler ve Özbek (2017: 152) araştırmalarında; simidi İstanbul'un vazgeçilmezi olarak nitelendirmektedir. Akşit (2019: 53) ise 1231 yerli turistin sokak yiyeceklerine tutumlarına ilişkin bir araştırma yürütmüş ve yine %17.1'lik dilimle simit en çok tercih edilen sokak yiyecekleri arasında üçüncü sırada yer almıştır. Sünnetçioğlu ve Yıldırım'ın (2019: 2810) sosyal medyada yer alan gastronomi ve yemek topluluklarına üye 308 kişi üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada simit %74.6 oranla en çok tercih edilen sokak yiyeceği olarak

değerlendirilmiştir.

Kılıç ve Şanlıer (2007: 41) ev dışında tüketilen yiyecekleri üç kuşak kadınlar üzerinden değerlendirmiş ve kızların %46'sının simit-poğaç-kraker gibi ürünleri, annelerin %36'sı ile anneannelerin %35'inin kebab türü yiyecekleri daha fazla tercih ettikleri sonucuna ulaşmıştır. Yapılan değerlendirme, yeni neslin fast food gıdalara eğilimini destekler niteliktedir.

Simit & Çay İkili ve Globelleşme Süreci:

Sokak Tezgahından Uluslararası Zincir İşletmeye

Simit, kültürün bir parçası olarak nitelendirilmekte ve diğer kültürlerle aktarılmaya çalışılmaktadır. Demir (2014: 60) çalışmasında yabancılara Türkçe öğretmek için hazırlanan kitaplardaki kültürel metinleri analiz etmiş ve günlük hayatta en çok kullanılan kültürel öğeler arasında simit ve çayın yer aldığını tespit etmiştir.

Geleneksel bir ürün olan sokak yiyeceği kapsamında (Ballı, 2016: 6; Polat & Gezen, 2017: 119) tezgahlarda ya da küçük çocukların sepetlerinde sokak sokak dolaşarak sattığı simit (Asker, 2011: 98; Güngör & Erdurak, 2016: 15; Keskinlik Kara & Çalık, 2012: 689) akademik çalışmalara konu olmuştur. Alparslan ve Karaoğlan (2012: 273) sokakta çalışan çocukların %49.5'inin simit sattığını belirtmektedir. Şişman (2006: 266) da çalışmasında sokakta çalışan çocukların yaşam koşulları ve gelecek beklentilerini incelemiş ve simit satan çocukların %30'luk oranla birinci sırada yer aldığı sonucuna ulaşmıştır.

Yeni üretim modelinde geleneksel olarak yoksulluğu ifade eden simit, bu anlamını yitirmiştir. Artık modern yaşamın bir parçası olarak yer almaktadır. Önceleri 'görünmez iş' türleri arasında nitelendirilen (Yıldız, 2008: 356) simitçilik ve simit, artık ekonomik olarak alt kesimde olanların yaptığı bir iş olarak görülmemektedir. Bununla birlikte yoksulların yiyeceği ve işi olmaktan çıkarak sektörel bir yere oturmuştur (Asker, 2011: 101).

Ünsal (2010) da çalışmasında simidi, susamlı halka olarak isimlendirmiş ve kara fırından simit saraylarına geçiş sürecini, simidin hikayesini ve sırlarını anlatmıştır. Kitap, 2010 'Dünya Ehlikeyf Yılın Gastronomi Kitabı Ödülü'nü almaya layık bulunmuştur. Simidin Topkapı Sarayı'ndan simit saraylarına geçişine, İstanbul ve simit kültürüne yer vermiştir. Simit artık geleneksel fırınların dışında son teknoloji ile üretilmekte ve modern pazarlama yöntemleriyle satışa sunulmaktadır. Küreselleşen dünya içinde yerel kültürel zenginlikleri gelecek kuşaklara aktarmanın taşıdığı önem yadsınamaz bir gerçektir. Simit, Türk genlerine geçmiş bir alışkanlık olarak nitelendirilmekte ve geleneksel değerleri gelecek kuşaklara aktarmada bir araç olarak kullanılmaktadır. Asker (2011: 88) simidi küresel-yerel etkileşim sürecinde ele alarak Simit Sarayı örneğini incelemiştir. Simidin fast foodlaşması olarak nitelendirdiği bu sürece ilişkin açıklamalarda bulunmuştur.

Tempolu iş hayatı içinde zamanın değerli hale gelmesi, insanların yemek için ayırdıkları vakitten fedakarlık etmelerine ve fast food tarzı ürünleri tüketim eğiliminin artmasına yol açmaktadır. Özellikle sabah işe erken giden insanların evde kahvaltı yapmak yerine, iş yerinde simit, poğaç ve benzeri unlu mamulleri tercih etmeleri, son yıllarda yükselen trend olan unlu mamul üreten ya da satan işletmelere ve buralarda insan kaynağına gereksinim yaratmıştır (İri & İnal, 2008: 73).

Türkiye'de 1980 sonrasında yaşanan toplumsal ve kültürel ortam fast-food kültürü için uygun zemini oluşturmuştur. Türk insanı önce McDonald's hamburgeriyle daha sonra benzeri fast food ürünlerle tanışmıştır. Türk

damak kültüründe yer alan birçok ürün gibi simit de fast-food kategorisinde değerlendirilmeye başlanmıştır. Özellikle ekonomik kriz dönemlerinde fast food işletmelerin daha fazla iş yaptıkları ve kazançlarının arttığı bilinmektedir. 2001 finansal krizinde, simidin diğer yerli ve yabancı fast food ürünleriyle kıyaslandığında daha ucuz olması, alternatif bir ürün olarak öne çıkmasına neden olmuştur. Önceleri sokakta satılan simit, bu süreçte işletme menülerinde yerini almıştır. Ulaşılan başarı üzerine McDonald's modeliyle farklı bir yapılanma içine girmiştir. Bu bağlamda Simit Sarayı Türkiye'de bir ilke imza atmıştır. Kurucularından birisi, üniversitedeki çay-simit ikilisine öğrencilerin ilgisinden esinlenmiş ve Çıtır Simit adında bir işletme açmıştır. Bu işletmenin başarısı üzerine Simit Sarayı adı altında başka şubeler açarak yiyecek içecek endüstrisinde önemli bir yer almıştır. Simidin hem ucuz olması hem de günlük yaşam kültürünün bir parçası olması tanıtım için çaba harcanmasına gerek bırakmamıştır (Asker, 2011: 98).

Simitle, çayın ayrılmaz bir birlikteliği bulunmaktadır (Asker, 2011: 97). Bu birlikteliğe Ünsal çalışmasında (2010) peyniri de dahil etmiş ve 'simit, peynir ve çayın türküsü' şeklinde nitelendirmiştir. Simit Sarayı, Simit House ve Simit Center gibi firmalar da yurtdışında açtıkları birçok şube ile başta bu iki ürün olmak üzere yöresel kültürün ihracında önemli rol oynamaktadır (Koç, 2013: 222). Simit işletmelerinin zincir hale gelmesi ve dünyaya açılma çabalarıyla simit, ulusal ve uluslararası platformda daha tanınır hale gelmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Türk mutfak kültürü içinde ulusal gastronomik kimlik bileşeni olarak simit her bölgede, her ilde/ilçede bulunmakta ve severek tüketilmektedir. Bununla birlikte 6'sı tescillenmiş olmak üzere 11 ilde şehrin ismiyle birlikte anılmakta ve yöreye has özellikleri yansıtmaktadır. Simitle ilgili ilk mahreç işareti 2013 yılında Samsun simidine alınmıştır. Türk Patent ve Marka Kurumu'na başvuruların son yıllarda arttığı dikkat çekmektedir. Yörelere ait simitlerde kullanılan malzemeler değişmekte, şekil verme işleminden sonra batırılan pekmez; üzüm, elma, armut ve dut pekmezi olarak farklılaşmaktadır. Kimi zaman bol susamlı, kimi zaman ekstra kavrulmuş susamlı, kimi zaman az susamlı, bazen de susamsız hazırlanmaktadır. Rize, Giresun ve Kastamonu simitleri, susamsız olması sebebiyle benzerlik göstermektedir.

Simit, ekonomik, lezzetli, doyurucu olması ve kolay ulaşılması sebebiyle Türk beslenme alışkanlıkları içinde oldukça büyük önem arz etmektedir. İlköğretim, ortaöğretim, lise, üniversite düzeyi olmak üzere her kademedeki öğrencilerin beslenmelerine ilişkin çok sayıda çalışma yapılmış, hemen hemen bütün çalışmalarda simit, incelenen ürünler arasında ilk sıralarda yer almıştır. Her öğün tüketilen simidin, farklı pozisyon ve görevlerde çalışanların beslenme alışkanlıklarına ilişkin yapılan çalışmalarda da benzer sonuçlara ulaşıldığı görülmüştür.

Gündelik hayatta, sokaktaki tezgah ve seyyar satıcı arabalarında satılan simit önceleri ulusal platformda yiyecek-içecek işletmelerinin menülerine girmiş, daha sonra sadece bu ürünü temel alan işletmeler kurulmuştur. Yerelden, ulusala taşınan simit işletmeleri zincir işletmeler olarak hayatlarına devam etmiş ve sonrasında uluslararası platforma giriş yapmıştır. Uluslararası zincir simit işletmeleri, girişimcilik başarı hikayeleri sebebiyle birçok akademik çalışmaya da konu olmuştur. Küreselleşmenin etkisiyle fast food tüketim eğiliminin engellenemez yükselişi ise ulusal fast food olan simidin önünü açmıştır. Zincir simit işletmeleri de bu tüketim tarzı için farklı alternatifler sunmak üzere menülerinde çeşitli simit türlerine yer vermektedir.

Bu çalışma, simide ilişkin genel bir değerlendirme niteliği taşımaktadır. Simit; kelime kökeni, tanımı, yapımı,

tarihçesi, Türk beslenme alışkanlıkları içindeki önemi ve yiyecek içecek sektöründeki yeri gibi farklı açılardan ele alınmıştır. Çalışma sonucunda araştırmacı ve yerel yönetimlere bazı öneriler sunulabilir:

- Çalışma kapsamında incelenen konuların her biri akademisyenler için ayrı birer çalışma konusu olarak değerlendirilebilir.
- Ulusal ve uluslararası simit işletmelerindeki müşteri istek ve beklentileri, algılanan hizmet kalitesi üzerine çalışmalar yapılabilir.
- Simit işletmelerinde menü planlama süreci incelenebilir.
- Simit sokak satıcıları ve müşterileri üzerinde bir araştırma yürütülebilir.
- Dünyadaki simit benzeri ürünler ayrıntılı şekilde ele alınarak simit ile benzerlik ve farklılıkları araştırılabilir.
- Mahreç işareti almamış illerde yerel yönetimler tarafından konuyla ilgili çalışmalara başlanabilir.
- Coğrafi işaret almış simitler için ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilebilir.

KAYNAKÇA

- Akkuş, Ç. & Akkuş, G. (2019). Yöresel Yiyeceklerin Pazarlanması Hususunda Yönetici Tutumlarının İncelenmesi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 13 (19), 1447-1471 .
- Akkuş, Ç. (2019). Yemek Kültürünün Sürdürülebilirliğini Kadınların Demografik Özellikleri Etkiliyor Mu? *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (2), 731-750.
- Aksakal, B. Y. & Oğuzöncül, A.F. (2017). Elazığ Kent Merkezinde Bulunan Ortaöğretimde Okuyan Öğrencilerde Obezite Sıklığı ve Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi, *Dicle Tıp Dergisi / Dicle Medical Journal*, 44 (1), 13-23.
- Alparslan, Ö. & Karaoğlan, B. (2012). Sokakta Çalışan Çocukların Yaşam Koşulları, *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 15 (4), 268-274.
- Ankara Kültür Portalı (2019).
<https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/ankara/neyenir/beypazari-simidi> (Erişim Tarihi: 03.11.2019).
- Zemzemoğlu, T.A., Erem, S., Uludağ, E. & Uzun, S. (2019). "Sağlık Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin Beslenme Alışkanlıklarının Belirlenmesi". *Food and Health*, 5, 185-196.
- Asker, A. (2011). Küresel – Yerel Etkileşimi: Yerelin Dönüşümü Olarak Simit Sarayı Örneğinde Simidin “Fast – Food”laşması, *Erciyes İletişim Dergisi “akademia”*, 2 (1), 88-104.
- Aslan, N. N., Yardımcı, H. & Özçelik, A. (2017). Üniversite Sınavına Hazırlanan Öğrencilerin Makro Besin Ögesi Alımları ve Antropometrik Ölçümlerle İlişkisi, *Erciyes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 4 (1), 39-48.
- Akşit, N. A. (2019). "Yerli Turistlerin Sokak Yiyeceklerine Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi". *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 47-61.
- Ateşoğlu, İ. (2011). İlköğretim Öğrencilerinin Okul Kantinlerinde Satın Alma Davranışları Üzerine Bir Araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13, 327-337.
- Aydoğdu, A. & Mızrak, M. (2017). Yöresel Yemeklerin Sürdürülebilirliğinde Standart Reçetelendirmenin Önemi: Kastamonu Mutfağı Örneği- *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(20), 366-394.
- Aydoğdu, S., Çiçeklioğlu, M., Baran, S., Mutlu, M. & Aydoğdu, N. (2010). İzmir Güzelbahçe İlçesi İlköğretim 3. Sınıf

- Öğrencilerinin Beslenme Alışkanlıkları, *Ege Pediatri Bülteni*, 17 (3), 103-168.
- Ballı, E. (2016). Gastronomi Turizmi Açısından Adana Sokak Lezzetleri, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4/Special issue1, 3-17.
- Batman, O., Sarıışık, M. & Gökçe, A. (2015). Öğrencilerin Beslenme Alışkanlıklarına Dair Kısıtlar Nelerdir? Yükseköğrenim Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *International Conference On Eurasian Economies*, 257-265.
- Büyükkoyuncu, N. (2010). Gaziantep İl Merkezindeki İlköğretim İkinci Kademe Öğrencilerinin Okul Kantininden Besin Seçimleri ve Annelerinin Besin Güvenliği Bilgi Düzeylerinin Saptanması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çocuk Gelişimi ve Ev Yönetimi Anabilim Dalı, Konya.
- Canbolat, E. & Çekiroğlu, F. P. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Fast Food Tüketim Alışkanlıkları, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4 (26), 473-481.
- Çekal, N. (2008). Vardiyalı Çalışan Kadın İşçilerin Beslenme Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma, *Aile ve Toplum*, Yıl: 10, 4 (14), 83-95.
- Dalgın, T. & Kızgın, Y. (2012). Yerli ve Yabancı Fast Food Ürünlerinin Tercih Nedenlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Alan Çalışması: Muğla Örneği, *Mesleki Bilimler Dergisi*, 1 (1), 38-49.
- Demir, D. (2014). Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretim Kitaplarının Kültürel İçeriği, *Hacettepe Üniversitesi Yabancı Dil Olarak Türkçe Araştırmaları Dergisi*, Yaz (1), 53-61.
- Demiraslan, V. (2013). Türkiye'deki Un ve Unlu Mamul İşletmelerinin Pazarlama Yönetimleri Açısından İncelenmesi: Edirne İli Örneği, *Akademik Bakış Dergisi*, 34, 1-18.
- Diker, O. & Deniz, T. (2017). "Kars Kültürel ve Gastronomik Kimliğinde Kaz", *Doğu Dergisi*, 22(38), 189-204.
- Dikkaya, F. (2011). Evliya Çelebi Seyahatnamesi'nde Simit ve Simitçiler, *Milli Folklor*, 23 (92), 72-76.
- Polat, D. D. & Gezen, A. (2017). Gastronomide Sokak Yiyecekleri ve Satıcıları: Teorik Bir Çalışma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5/Special issue, 117-124.
- EARGED (2008) Milli Eğitim Bakanlığı, Eğitimi Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığı MEB (2008). Öğrencilerin Okul Kantinlerindeki Tüketim Tercihleri ve Kantinlerin Değerlendirilmesi (Erişim Tarihi: 10.10.2019).
- Faydaoğlu, E., Energin, E. & Sürücüoğlu, M. S. (2013). Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesinde Okuyan Öğrencilerin Kahvaltı Yapma Alışkanlıklarının Saptanması, *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2 (3), 299-311.
- Giresun Kültür Portalı (2018).
<https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/giresun/nealinir/giresun-simidi> (Erişim Tarihi: 03.11.2019).
- Görkem, O. (2015). Franchising Sistemi Uygulanan Fast Food İşletmelerinde Örgütsel Bağlılık: Denizli Örneği, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7 (1), 267-279.
- Güleç, M., Yabancı, N. Göçgeldi, E. & Bakır, B. (2008). Ankara'da İki Kız Öğrenci Yurdunda Kalan Öğrencilerin Beslenme Alışkanlıkları, *Gülhane Tıp Dergisi*, 50, 102-109.
- Güngör, F. & Erdurak, Y. (2016). Çocuk Hakları ve Uygulama Stratejileri Bağlamında Sokakta Çalıştırılan Çocuklar, *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (12), 11-35.
- Güzeler, N. & Özbek, Ç. (2017). 'Conceptual Analysis of Street Flavors of Turkey', *Journal of Cukurova University*, 47 (2), 147-154.

- İri, R. & İnal, M. E. (2008). B Simit Sarayı: Niğde Halkının Ağız Tadı. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 1(1), 73-78.
- İzmir Kültür Portalı (2019). <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/izmir/neyenir/gevrek-simit> (Erişim Tarihi: 03.11.2019).
- Kargiglioğlu, Ş., Çetin, Y. & Erkol Bayram, G. (2019). Gastronomi Turlarının Coğrafi İşaretle Ürünler Aracılığı İle Oluşturulması: Batı Karadeniz Turları Örneği, VIII. National IV. International Eastern Mediterranean Tourism Symposium, (19-20 April), Anamur/ Mersin / Turkey, 1032-1043.
- Kartallıoğlu, Y. (2016). Osmanlı Türkçesinde Ara Biçim-I: Arapça ve Farsça Kelimeler, *Dil Araştırmaları*, 18, 103-124.
- Kastamonu Kültür Portalı (2018). <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/kastamonu/nealinir/kastamonu-smd> (Erişim Tarihi: 03.11.2019).
- Keskinkılıç Kara, S. & Çalık, T. (2012). Sokakta Çalışan Çocukların Eğitim İhtiyaçları, *GEFAD / GUJGEF*, 32 (3), 673-695.
- Kılıç, E. & Şanlıer, Ş. (2007). Üç Kuşak Kadınının Beslenme Alışkanlıklarının Karşılaştırılması, Cilt:15, No:1, *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 31-44.
- Kılıçkaya, D. (2016). “Hayâl” ve “Tiyatro” Adlı Mizah Gazeteleri Işığında Osmanlı İstanbul’u Hakkında Gastronomik Bir Değerlendirme, *Dede Korkut*, 10, 51-60.
- Kocaeli Kültür Portalı (2014). <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/kocaeli/nealinir/zmit-simiti> (Erişim Tarihi: 03.11.2019).
- Koç, B. (2013). Yabancılaşma ve Modern Tüketim Mabetleri Üzerine Bir Çözümleme, *Bingöl Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 2, 205-225.
- Korkmaz, N. H. (2010). Uludağ Üniversitesi Öğrencilerinin Spor Yapma ve Beslenme Alışkanlıklarının İncelenmesi, *Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23 (2), 399-413.
- Kurt, E. & Altun, T. (2014). Televizyon Reklamlarının İlkokul Öğrencilerinin Beslenme Alışkanlıklarına Etkisi Üzerine Bir İnceleme, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2 (7), 393-408.
- Kürkçüoğlu A. C. & Kürkçüoğlu, S. S. (2011). Şanlıurfa Çarşıları- Hanları ve El Sanatları, Şanlıurfa Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü Yayınları.
- Küçük, U. (2019). Paramedik Öğrencilerinin Beslenme Durumları ve Etkileyen Faktörler. *Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 3 (1), 1-10.
- Mahreç İşareti 349 (2018). <https://www.ci.gov.tr/Files/GeographicalSigns/349.pdf> (Erişim Tarihi: 03.11.2019).
- Onaran, B. (2016). Mutfak Tarih, Yemeğin Politik Serüvenleri, İletişim Yayınları.
- Onurlubaş, E., Doğan, H.G. & Demirkıran, S. (2015). Üniversite Öğrencilerinin Beslenme Alışkanlıkları, *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 32 (3), 61-69.
- Orhan, A. & Çelik, İ. (2014). İlköğretim Okulu Öğrencilerinin Kahvaltı Alışkanlıkları ve Okul Kantini İle İlişkilerinin Belirlenmesi, *Akademik Gıda*, 12 (1), 51-56.
- Derin, D. Ö., Keskin, S. & Çelikörs, D. (2015). Konya İl Merkezinde Çalışan Bazı Kamu Memurlarının Beslenme Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma, *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 4 (3), 421-439.
- Önay, D. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Kahvaltı Alışkanlıklarının Değerlendirmesi: Akşehir Sağlık Yüksekokulu Örneği, *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, 27, 95-106.
- Önder, F. O., Kurdoğlu, M., Oğuz, G., Özben, B., Atilla, S. & Oral, S.N. (2000). Gülveren Lisesi Son Sınıf Öğrencilerinin Bazı Beslenme Alışkanlıklarının Saptanması ve Bunun Malnütrisyon Prevalansı İle Olan İlişkisi, *Hacettepe Toplum Hekimliği*

Bülteni, 1-5.

Örs, A. (2010). Türkiyenin Simit Haritası,

https://www.sabah.com.tr/galeri/yasam/turkiyenin_simit_haritasi (Erişim Tarihi: 03.11.2019).

Özçelik, A. & Sürücüoğlu, M.S. (1998). Tüketicilerin Fast Food Türü Yiyecek Tercihleri, *Gıda*, 23 (6), 437-447.

Özdoğan, Y. & Altuhul, A. (2012). İlköğretim II. Kademe Öğrencilerinin Kahvaltı Alışkanlıkları, *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, 141-156.

Özdoğan, Y., Yardımcı, H., Özçelik, A. & Sürücüoğlu, M.S. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Öğün Düzenleri, *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29, 66-74.

Özpuat, F. & Sivri, B.B. (2013). Köy ve Kasaba İlköğretim Okulu Öğrencilerinin Beslenme Durumları, *STED*, 22 (6), 207-219.

Pehlivan, Ö. & Alkoy, S. (2019). Bir Tıp Fakültesindeki Altıncı Sınıf Öğrencilerinin Beslenme Davranışlarının Değerlendirilmesi, *Abant, Tıp Dergisi*, 8 (1), 13-18.

Pekşen Akça, R., Arslan, R. & Demirbaş, E. (2013). Farklı Üniversitelerde Eğitim Gören Lisans ve Önlisans Öğrencilerinin Beslenme Alışkanlıkları, *Akademik Bakış Dergisi*, 38, 1-18.

Rize Kültür Portalı (2017). <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/rize/nealinir/rize-simiti> (Erişim Tarihi: 03.11.2019).

Saatçı, G. (2019). Coğrafi İşaretli Yiyeceklerin Tanıtım Unsuru Olarak Yöresel Yemekler Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (1), 358-374.

Sabbağ, Ç. & Sürücüoğlu, M. S. (2011). İlköğretim Öğrencilerine Verilen Beslenme Eğitiminin Beslenme Tutum ve Davranışlarına Etkisinin Değerlendirilmesi, *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 6 (3), 1-13.

Sert, S. & Kapsuz, F. (2010). Açıkta Satılan Gıdalar: Öğrencilerin Görüşleri ve Tercih Etme Nedenleri Üzerine Bir Araştırma, *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 5 (3), 25-35.

Sevinç, B. (2019). Yaşam Tarzı, Kuşaklararası Gıda Tüketim Kalıpları Farklılaşması ve Gastromilliyetçilik: Trabzon Örneği. *Journal of International Social Research*, 12 (62), 839-867.

Sünnetçioğlu, S. & Yıldırım, H. M. (2019). "Sokak Yiyeceklerinin Tüketiminde Satıcıya Olan Güven, Algılanan Risk, Algılanan Fayda, Tutum ve Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi". *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (3), 2799-2818.

Şentürk, A. & Ötleş, S. (2017). Farklı Düzeylerde Kefir Kullanımının Simidin Bazı Fiziksel, Kimyasal ve Duyusal Özellikleri Üzerine Etkisi, *Harran Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 21 (4), 431-443.

Şimşek, I., Yabancı, N. & Turan, Ş. (2009). Okul Çağı Çocuklarının Beslenme Çantalarının Değerlendirilmesi, *Aile ve Toplum*, Yıl: 11, 5 (19), 99-110.

Şişman, Y. (2006). Sokakta Çalışan Çocukların Yaşam Koşulları ve Gelecek Beklentileri, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 252-276.

Taşdemir, A. (2019). İlköğretim Öğrencilerinde Beslenme Eğitimi Üzerine Bir Araştırma, *Sağlık Akademisi Kastamonu*, 4 (1), 34-52.

Toplu Yaşlıoğlu, D. (2019). Ters İnovasyon: Türkiye ve Dünyadan Örnekler. *Journal of International Social Research*, 12 (63).

Türk Patent ve Marka Kurumu (2019). <https://www.ci.gov.tr> (Erişim Tarihi: 03.11.2019).

Türk, M., Gürsoy, Ş.T. & Engin, I. (2007). Kentsel Bölgede Lise Birinci Sınıf Öğrencilerinin Beslenme Alışkanlıkları, *Genel*

Tıp Dergisi, 17 (2), 81-87.

Türker, N., Türkmen, M. & Caymaz, E. (2019). Geleneksel Bir Ürün Olarak Kastamonu Pastırması, *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 3 (2), 264-277 . DOI: 10.32958/gastoria.527286

Ulaş Kadioğlu, B. (2019). Küreselleşmeyle Artan Fast Food ve Küreselleşmeye Karşı slow Food, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (95), 204-213.

Ünsal, A. (2010). Susamlı Halkanın Sırrı: İstanbul'da Kara Fırından Simit Saraylarına Simit, Peynir ve Çayın Türküsü, Yapı Kredi Yayınları.

Web I (2018). <https://www.simit.gen.tr/simit-tiridi.html> (Erişim Tarihi: 03.11.2019).

Web II (2019). <https://www.samsun.com.tr/konum.aspx?id=380#.Xb5ExLTb2cw> (Erişim Tarihi: 03.11.2019).

Web III (2018). <http://gohatay.org/gastronomi-detay/antakya-simidi>, (Erişim Tarihi: 03.11.2019).

Web IV (2019). <https://oed.com/view/Entry/61488496> (Erişim Tarihi: 04.11.2019).

Yıldırım, A. B. & Renklibay, U. (2014). Fiziksel ve Davranışsal Ofis Ortamının Verimlilik Üzerine Etkilerinin İncelenmesi, *UYMS*, (8-10 Eylül), KKTC, 406-418.

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

Yıldız, M. C. (2008). Kent Yaşamının Değişmeyen Marjinaleri: Seyyar Satıcılar ve İşportacılar, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18 (2), 343-366.

Yılmaz, E. & Özkan, S. (2007). Üniversite Öğrencilerinin Beslenme Alışkanlıklarının İncelenmesi, *Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 2 (6), 87-104.

Yılmaz Akçaözöğlü, E. & Koday, S. (2019). Kültürel Coğrafya Bakımından Osmaniye İlinin Mutfak Kültürü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (2), 537-552 .

Yiğit, Y. & Ay, E. (2016). Osmanlı Mutfak Kültürü, *3rd International Congress on Social Sciences*, China to Adriatic, Antalya Türkiye, 8-22.

Yüksel, G. (2011). Kastamonu'da Dini Bayramları Kutlama Gelenekleri ve Bu Geleneklerin İnsan İlişkilerine Etkisi, *Akademik Bakış Dergisi*, 26, 1-26.

Zonguldak Kültür Portalı 2019.

<https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/zonguldak/neyenir/firinda-yumurtali-devrek-simidi> (Erişim Tarihi: 03.11.2019).

Simit as an Element of Gastronomic Identity in National and International Platforms

Gülçin ÖZBAY

Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Sakarya/Turkey

Extensive Summary

Simit, which is one of the bakery products, is described as one of the traditional and local foods unique to Turkey (Asker, 2011: 95; Şentürk and Ötleş, 2017: 432) and is derived from a mixture of wheat flour, drinking water, salt, bread yeast and additives. After the kneading process is given the shape of the Sesame, molasses or doughnut on the substances such as the special taste and aroma obtained by putting the name of mamule simit with flour (Şentürk and Ötleş, 2017: 432). It is produced in round bread or annular form with narrow or wide holes in the middle, soft or hard shells, large or small, although known by different names (Asker, 2011: 95).

Gastronomic identity is a concept used to distinguish a society from others for its specific nutritional habits and components (Diker and Deniz, 2017: 191). It is known that the simit has been named as a gastronomic element of Turkish cuisine in the form of a Turkish simit on international platforms. The English September 2019 database of the Oxford English Dictionary (Web IV, 2019) has been added to the word 'simit' in the form of 'Turkish bagel' in most international sources.

Known as the national flavor, simit is also known to be presented in different forms locally. In Turkey, simit is consumed in every region, but in some regions they are evaluated among the determinants of gastronomic identity due to their differentiation in terms of local flavor. These regions have moved to do what is necessary to commemorate simit together with its names as a gastronomic element. First of all, Samsun is the province registered with simit. There are 6 different bagels registered with a Geographical Indication certificate from Turkish Patent and Trademark Authority (2019). These are Samsun's Simit (2013), Ankara's Simit (2017), Manisa Taban Simit (2018), Rize's Simit (2019), Izmit's Simit (2019), Kastamonu's Simit (2019). In addition to these, Osmaniye, Giresun, Izmir, Zonguldak-Devrek and Antakya have integrated the bagel product under their own names due to its distinctive features. The distinguishing characteristics of the products are explained in the study.

There are numerous studies examining the place and importance of simit in the eating habits of simit in primary, secondary and university students in everyday life. In addition, studies have been conducted on simit in the consumption of working people. In these studies, simit is frequently consumed in everyday life and are considered and a popular product. Yildirim and Albayrak (2019: 1084) in their study of how foreign tourists rate Istanbul street food; almost all of the participants (20/21) reported that they tried the bagel second after corn and rated it among the most preferred street food of foreign tourists in Istanbul. Aşık Aksit (2019: 53) conducted a survey of the attitudes of 1231 local tourists to street food and again ranked bagel third among the most preferred street foods with a slice of 17.1%. In a study conducted by Sünnetçioğlu and Yildirim (2019: 2810) on 308 members of the gastronomy and food communities on social media, bagel was rated as the most preferred street food by 74.6%.

Simit, economical, delicious, satisfying and easy to reach because of the Turkish eating habits are very important. In almost all studies, simit was ranked first among the products studied. Similar results were found in the studies on the eating habits of employees in different positions and tasks. In everyday life, simit sold in street stalls and peddler cars first entered the menus of food and beverage businesses on the national platform, and later businesses based

solely on this product were established. Simit enterprises, which moved from local to national, continued their lives as chain companies and then entered the international platform. International chain simit businesses have also been the subject of many academic studies due to their entrepreneurial success stories. The unobtrusive rise of the fast food consumption trend due to globalization has paved the way for the national fast food simit. Chain simit also offer various types of simit on their menus to offer different alternatives for this style of consumption.

This study is a general evaluation of simit. Simit has been discussed in different ways such as word origin, definition, construction, history, importance in Turkish eating habits and place in food and beverage sector. Each of these subjects can be considered as a separate study topic for academics. Studies can be done on customer requests and expectations, perceived service quality in simit enterprises. Menu planning process can be examined in simit enterprises. A study can be carried out on bagel street vendors and their customers. Simit-like products in the world can be examined in detail and their similarities and differences with simit can be investigated. In provinces that have not received the Mahreç Mark, local governments may be advised to start work on the issue. Efforts should be made to promote geographical marked bagels at national and international levels.