

Research Article / Araştırma Makalesi

Türk yemek kültüründe esnaf lokantaları

Artisan restaurants in Turkish food culture

Bahar Taner  ^{1*}

Şule Çetin  ¹

¹ Gastronomy and Culinary Arts Department, Faculty of Fine Arts, Design and Architecture, Toros University, Turkey

Article info

Anahtar Kelimeler:

Esnaf Lokantası, Türk Yemek Kültürü, Küçük İşletme, Mersin

Keywords:

Artisan Restaurants, Turkish Food Culture, Small Business, Mersin

Received: 19.12.2022

Accepted: 30.04.2023

E-ISSN: 2979-9511

DOI: 10.58625/jfng-2092

Taner & Çetin; Türk yemek kültüründe esnaf lokantaları

Available online at <https://jfng.toros.edu.tr>

Corresponding Author(s):

* Bahar Taner, bahar.taner@toros.edu.tr

Özet

Esnaf lokantaları yıllar boyu çevrelerinde yer alan esnafa Türk yemek örneklerini makul fiyatlarla sunan lezzet duraklarıdır. Esnaf tanımına iş yerlerinde çalışanlar, ticaretle uğraşanlar ve işletme sahipleri girmektedir. Esnaf lokantalarının bazıları mikro ölçekte olsa da genellikle küçük işletmelerdir. Yaşadıkları sorunlara bağlı olarak zaman içinde kapananların dışında, ülkemizdeki esnaf lokantalarının bir bölümü halen üçüncü-dördüncü kuşak ve/veya el değiştirme yoluyla günümüzde de varlıklarını sürdürmektedir.

Esnaf lokantaları Türk mutfağına özgü yemekleri ile son yıllarda gastronomi turizminden pay alabilecek bir potansiyele sahiptir. Günümüzde seyahat eden altı turisten biri gastronomi turizmi kapsamındadır.

Araştırmanın amacı, Mersin'deki esnaf lokantalarının yiyecek sektöründeki konumlarını ve müşteri profillerini belirlemek, sorunlarını ortaya koymak ve ülke turizminde etkili olabilecek bu işletmelerin sürdürülebilirliklerine yönelik öneriler geliştirmektir.

Araştırmada nitel yöntem kullanılmıştır. Veriler esnaf lokantalarının yöneticileri ile yüz yüze görüşmeler yapılarak toplanmıştır. Verilen yanıtlar çerçevesinde lokantaların müşteri profilleri ve yaşadıkları sorun kategorileri belirlenmiştir. Sonuç olarak; Mersin'deki esnaf lokantalarının enflasyonun getirdiği fiyat artışları, sermaye yetersizliği, finansman güçlükleri, müşteri kaybı gibi sorunlar yaşamalarına karşın, esnaf lokantası kültürünü yaşatma azminde oldukları belirlenmiştir. Ayrıca, Mersin'deki esnaf lokantalarının sürdürülebilirliği ve gastronomi turizminde etkili olabilmeleri için önerilerde sunulmuştur.



EXTENDED ABSTRACT

Introduction and aim

The aim of this research is to determine the position of Mersin artisan restaurants in the food sector, to identify their customer profile, to reveal their problems and to develop suggestions for them to be sustainable and effective in gastronomy tourism.

Material and method

The universe of the research is the artisan restaurants in Mersin. The sample group consists of the managers of 26 artisan restaurants in different residential areas, including the center and business circles. In the research, qualitative data analysis method and snowball sampling was used.

A questionnaire form consisting of 22 questions was prepared. In addition to the questions about the demographic variables of the artisan restaurants, questions prepared on the basis of the problems of small and medium-sized businesses in the literature were also included. The questionnaire included questions about the general characteristics of the restaurant, its menu, its performance during the past epidemic, open-ended questions about the definition of artisan restaurants, the difficulties of artisan restaurant management today and the role of artisan restaurants in reflecting our culture.

Data were collected through face-to-face interviews with restaurant managers between June and September 2022. Among the questionnaires 23 were found suitable for evaluation.

Discussion and conclusion

The results of the research, which aims to determine the position of the artisan restaurants in Mersin in the food sector, to determine the customer profile, to reveal their problems and to develop suggestions for the sustainability of these businesses are given below.

1. Most of the artisan restaurants in the sample are small-scale and they experience problems such as price increases, lack of capital, financing difficulties and loss of customers due to inflation in our country. It was determined that during the research period many businesses were closed because of the problems mentioned.

2. Despite the difficulties, the establishments are determined to maintain their cuisine that reflects the Turkish food culture. While some of them have served for three to four generations (40-50 years), a few others increased their scale and diversified their product categories, serving more customers, mainly white-collar clients at higher prices.

3. Artisan restaurants have included in their menus the foods that reflect Mersin's culinary culture, such as "tantuni" and wrap varieties, in addition to the traditional dishes they serve in line with their customer profile. In one third of the restaurants within the scope of the research, the main foods served are tantuni and wraps.

4. The research has a unique quality as it puts forward that the artisan restaurants' dishes reflect our culture; both the Turkish food culture and types of dishes specific to Mersin cuisine. An example of this is the following statements from the definition of artisan restaurants by the restaurant managers interviewed:

- to prepare the dishes of various regions of our culture and present them to the customers, without losing their originality.
- to provide catering services by considering and understanding the budgets of middle and lower income customers,
- to consistently provide quality food and friendly service at affordable prices,
- to ensure that all customers leave the premises satisfied and happy.

The following views on the role of artisan restaurants in keeping our culture alive are another indication of the originality of the research:

- artisan restaurants are businesses that keep our food culture alive,
- artisan restaurants are the kitchen of the neighborhood and the meeting point of the local working population,
- artisan restaurants are places that can appeal to all segments of the society, prepare the dishes of various regions of our culture without losing their originality and present them as if they are welcoming guests at home,
- artisan restaurants are places where local delicacies are prepared in accordance with traditions and offered at affordable prices,
- artisan restaurants are places where customers can share a loaf of bread, meet at the same table and help each other, regardless of seniority or position in the society.

5. Tourism planners, Mersin tourism operators and food producers, the Ministry of Culture are working hard to find and reveal forgotten flavors as an effective means of promoting Turkish culture in each of our provinces. In this context, it is suggested that artisan restaurants, which have a high potential in gastronomy tourism in terms of both domestic and foreign

tourism with their dishes reflecting the traditional Turkish food culture and Mersin cuisine, should receive sufficient government support in solving their problems, thus ensuring their sustainability.

As a result, these businesses, which are the faithful guardians of Turkish food culture, can play a leading role in the development of gastronomic tourism in the food sector of Mersin, which includes various cultures and carries the traces of Turkish food culture as well as Arabian food culture and nomadic culture.

GİRİŞ

Dünyada son yıllarda sıklıkla yaşanmaya başlayan doğal afetler, iklim değişiklikleri, küresel ısınma, salgınlar, atmosferdeki sera gazı salınımları canlı yaşamını ve sağlıklı beslenmeyi de olumsuz etkilemektedir. İnsanların en temel ihtiyacı olan yeme-içme, doğal ürünlerin yetişebileceği ortam koşullarındaki olumsuzluklar sonucu giderek sağlıklı olma niteliğini yitirmektedir. Zamanımızda katkı maddeleri eklenmiş ürünler, genetiği değiştirilmiş organizmalar (GDO), hormonlu gıdalar, fast-food gibi sağlıksız beslenme yaygın duruma gelmiştir.

Öte yandan, çalışma yaşamının getirdiği zorunluluklar nedeniyle, birçok kişi artık yemek için fazla zaman ayıramamakta, mümkün olan en seri biçimde karınlarını doyurma yoluna gitmektedir. Böylelikle, yemeğin temel bir ihtiyaç olması ve besleyici niteliğinden öte, çoğu kişi için yemeğin zevkli bir deneyim olması ve verebileceği haz da ortadan kalkmaktadır. Oysa yeme-içme ihtiyacının bir ülkenin yemek kültürü çerçevesinde hazırlanmış yiyeceklerle karşılanması, sağlıklı olmanın yanı sıra lezzetli deneyimler de yaratabilir. Günümüzde seyahat eden kişiler için farklı ülkelerin ve yörelerin kültürlerini tanımada yemekler önemli bir işlev görmektedir. Araştırmalara göre turistler seyahat bütçelerinin yaklaşık %25'ini yiyecek-içecek için harcamaktadırlar. Pahalı destinasyonlarda bu oran %35'i bulabilirken, bütçe dostu destinasyonlarda %15'e kadar düşmektedir (1). Yeme içme harcamalarının dünya turizm gelirleri içindeki payı %30 olup, destinasyon seçiminde yeme içme faktörü %88 oranında çok önemli görülmektedir (2).

Köklü bir yemek kültürüne dayanan Türk mutfacı dünyada önde gelen mutfakları arasında yer almaktadır. Doğal girdilerin kullanıldığı, hazırlanması emek gerektiren geleneksel yemekler genellikle evlerde ve boş zamana bağlı olarak hazırlanmaktadır. Modern yaşamın getirdiği zorluklar nedeniyle korunması ve yaşatılması güç olmasına karşın, Türk yemek kültürüne sadık kalarak varlıklarını sürdüren işletmelerin bir kısmı şehir merkezlerinde, orta-yüksek gelir grubuna hizmet veren, geleneksel yemeklerimizin yanı sıra günümüzde popüler olan değişik ülke yemeklerini de sunan restoranlardır. Yine şehir merkezlerinde ve iş merkezlerine yakın yerlerdeki göreceli olarak küçük ölçekli lokantalar ise geleneksel Türk mutfacının yemeklerini makul fiyatlarla sunan, genellikle çevredeki işletmelerin çalışma saatleri içinde faaliyet gösteren esnaf lokantalarıdır. Bu işletmelerin küçük ölçekleri nedeniyle literatürde geçen finansman darboğazı, büyük miktarlarda satın almalarındaki fiyat avantajlarından yararlanamama, yönetim bilgi ve becerilerindeki yetersizliklere bağlı sorunlar yaşadıkları bilinmektedir.

Bu araştırmanın amacı, Mersin'de kökleri eskiye dayanan esnaf lokantalarının yiyecek sektöründeki konumlarını belirlemek, müşteri profillerini tespit etmek, (var ise) sorunlarını ortaya koymak turizmde etkili olabilecek bu işletmelerin sürdürülebilirliklerine yönelik öneriler geliştirmektir.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde Türk yemek kültürü, esnaf lokantaları ve bir küçük işletme türü olarak esnaf lokantalarının sorunlarına ilişkin bilgiler verilecektir. Daha sonra araştırmanın yöntemi, bulgular ve değerlendirme ile öneriler yer alacaktır.

1.1. Türk yemek kültürü

Beslenme insanın en temel gereksinimlerinden biridir. Önceden çevreden topladıkları besin maddelerini hiçbir işleme tabi tutmadan olduğu gibi yiyen insanlar, ateşin keşfi ile bunları pişirmeye başlamıştır. Besin maddelerinin pişirilmesindeki amaç, ham koku ve tadın giderilmesi ve daha yumuşak, daha lezzetli, daha sindirilebilir özellik taşıyan yiyeceklerin elde edilmesidir.

İnsanoğlu yerleşik düzene geçip toprağı işlemeye ve hayvanları evcilleştirmeye başladıktan sonra, yemek pişirme yöntemleri ortaya çıkmış ve bu kurallar günümüze kadar geçen sürede, teknolojinin de etkisiyle süzgeçten geçirilip değişmiş ve gelişmiştir. Geliştirilen bu kurallar toplumun gelenekleri ve göreneklerini, diğer bir deyişle mutfak kültürünü oluşturmuştur(3).

Türk mutfağı, Türk tarihi ile paralel gelişme göstermiş ve sosyal düzeni simgelemiştir(4). Türk mutfağı ev mutfağı olduğu gibi bir tören ve topluluk mutfağı olarak da gelişmiştir. Türklerin sosyal yaşantısında; kışlalarda, tekke ve dergâhlarda, loncalarda ve medreselerde yenen toplu yemekler bu mutfağın özelliklerinin oluşmasında önemli bir role sahiptir.

Orta Asya'daki göçlerden önce, Türklerin beslenme alışkanlıkları tahıl ve hayvansal ürünlerle dayanmakta idi. Bu dönemde süttten yağ, yoğurt, peynir ve benzeri gıdalar üretilmiş, tahıllardan elde edilen unla çeşit çeşit ekmekler, yağ, şeker ve kuru meyve eklenerek çörekler, çorbalar ve yemekler hazırlanmıştır.

Türkler Anadolu'ya geldikten sonra, burada da aynı alışkanlıkları sürdürmüşler, geldikleri yörede bulunan değişik yiyecek maddelerini mönülerine eklemişlerdir. Yörelere göre farklılıklar gösteren Türk mutfağı; kent mutfağı-köy mutfağı veya saray mutfağı-yöresel halk mutfağı olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır(5).

Mersin ve yöresinde göçebe kültüründen gelen bazı özgün yemekler vardır. Buğday (buğdaydan elde edilen bulgur ve un) bu yemek kültüründe çok önemlidir. Bulgurdan yapılan yiyeceklerin bazılarını örnek olarak analı kızlı, kısır, batırık, sini köftesi, etli döğme, arabaşı, topalak çorbası gibi yemekler verilebilir.

Sebze yemekleri, sarma ve dolmalar çok çeşitli ve lezzetlidir. Kırlarda yetişen bazı otlar, bol baharatlı yemekler ve yemek sonrası yenen tatlılar, bu yemek kültüründe yer alır. Ayrıca, et yemekleri de yöre halkının beslenmesinde çok önemlidir. Dana, koyun, keçi, sığır etleri ile balık ve diğer deniz ürünleri bolca kullanılmaktadır. Bu etler "et yemeğı" veya "sebzeli et yemeğı" olarak kullanılırlar. Et yemekleri daha çok öğleyin, sebze yemekleri ise akşam yenir. Ayaküstü yene-

bilen börek, sıkma, dürüm, tantuni gibi hamur işleri tok tuttuğı için yine gündüz yenir. Arapça "yumuşak yemek" anlamına gelen ve yöre yemekleri arasında çok bilinen tantuninin hazırlanmasında da nohut büyüklüğünde doğranan etler kullanılır. Üstüne tatlı olarak, sarı kabak tatlısı, un helvası, kerebiç, mamul ve havuç tatlısı (cezerye) çok yaygın olarak kullanılır (6).

1.2. Esnaf lokantası

Yerleşim yerlerinde, kasaba ve daha sonra şehirlerde yöre insanların ihtiyaçları için bakkal, berber, kasap, kumaş satan dükkânlar ve benzer esnaf ve zanaat erbabının atölyeleri yer alır. Öncelikle burada çalışan esnafa ve alış-verişe gelen, yöreyi gezmeye gelen kişilere hatta bazen yöre halkına gün içerisinde yeme-içme hizmeti veren lokantalar da sözü edilen işletmeler arasındadır. Evliya Çelebi 1635 yılında İstanbul'da bekar esnafın karnını doyurduğu 555 aşçı dükkanından söz eder. Aşçıların aşlarını sattıkları bu küçük dükkanlar, Galata'da, Eminönü'nde limanların ve ticaretin yapıldığı yerlerde esnafın karnını doyurmak için açılmıştır. Muhtemelen çok eskiden beri var olan bu dükkanlar bugünkü esnaf lokantalarının ilk örnekleridir (7).

On sekizinci yüzyılda sanayi devriminden sonra, köyden kente göç başlamış, bu süreçte çalışmak için kentlere gelenlerin barınma ve beslenme sorunları ortaya çıkmıştır. Yeme-içme ihtiyacını gidermek için öncelikle iş yerlerine yakın küçük lokantalar (dükkânlar) açılmıştır. Esnaf lokantalarına bu isim, çoğunlukla esnafın tercih ettiği yiyecek işletmeleri olduğu için verilmektedir. Ancak bu lokantaları her meslek grubundan müşteriler, yöre halkı ve turistler kullanmaktadır (8).

Esnaf lokantaları genellikle servis elemanının bulunmadığı, "kendin al" türü bir yiyecek işletmesidir. Bu lokantalarda geleneksel Türk mutfağı yemekleri toplu pişirilir ve müşterilerin bunlardan seçim yapması beklenir. Bu lokantalarda servis ücreti talep edilmez(7).

Esnaf lokantalarını "birbirini tanımayan insanların aynı masayı paylaşarak yeme-içme hizmetinden çekinmedikleri, ızgara ateşinin gün boyu yandığı, tencere yemeklerinin başrollerde bulunduğu, gerekirse tepsi servisiyle iş yerinden

ayrılmayan çalışanlara hizmetin sağlandığı ve güven ilkesine dayalı yeme-içme işletmeleri” olarak da tanımlanmıştır. Bir başka deyişle esnaf lokantaları ağırlıklı olarak ev yemeklerinin pişirildikten sonra, dikdörtgen tepsiler içinde satış tezgâhında sunulduğu, uzun yıllar hizmet veren, müdavimlerinin çok olduğu, sokak aralarında bulunan işletmelerdir (9).

Günümüzde sağlıklı beslenme bilincinin yaygınlaştırılması çabası, esnaf lokantası geleneğini gündeme getirmiştir. Ev yemeklerinin sokaktaki yansıması anlamını taşıyan bu lokantalarda çoğu kişi kendi damak zevkine uygun tatlar bulabilmektedir. Esnaf lokantaları zaman içerisinde turistik anlamda da ülkemizin yöresel zenginliğini tanıtmaya adına vitrin özelliğini taşımaktadır. Zeytin yağlılardan, tencere yemeklerine, şerbetli tatlılardan çorba türlerine, ülkemize ait yöresel tatların bir arada sunulması, Türk damak zevkinin dünyaya tanıtılmasında önemli bir fırsat oluşturmaktadır. Yemeklerin günlere göre değişmesi, “günün münüsü” kavramının oluşmasını sağlamakta olup bu durum esnaf lokantalarında her zaman taze yemekler sunulduğunun göstergesidir(10). Son zamanlarda doğal yaşam, çevre bilinci ve sağlıklı beslenmenin önemi anlaşılma-ya başlanmış, bu nedenle yöresel gıdalara ve yöresel yemeklere verilen önem artmıştır. Yöresel işletmeler konukları için gıda çeşitliliği sağlamaya çalışırken tüketiciler de alacakları ürünlerde sağlıklı ve sürdürülebilir özellikler aramaktadır. Bu nedenlerle müşteriler yöresel yemeklere yönelmektedir (11). Sonuçta, esnaf lokantası ustalık belgesine sahip aşçı/aşçıların bulunduğu, sıhhi müessese kriterlerini ve yerel idarelerce (belediye, vergi dairesi vb.) istenen belgeleri tamamlamış, ağırlıklı olarak ev yemekleri olmak üzere kebab ve pide çeşitlerine de yer veren işletmelerdir(12). Günümüzün gerek pandemi gerekse yüksek enflasyon ortamında esnaf lokantalarının da artan işletme maliyetleri ve müşteri kaybı başta olmak üzere çeşitli sorunlar yaşamaları beklenebilir.

1.3. Bir küçük işletme türü olarak esnaf lokantalarının sorunları

İşletmeleri büyüklük açısından sınıflandırmakta kullanılan çeşitli ölçüler bulunmaktadır (13):

- İşletmenin sermayesi,
- İşletmenin belirli bir sürede yaptığı satışların tutarı,
- İşletmenin fiziki alanı, bina sayısı,
- İşletmenin personel sayısı,
- İşletmenin üretim miktarı,
- İşletmede kullanılan makine ve tezgâh sayısı,
- İşletmede belirli bir sürede harcanan enerji miktarı,
- İşletmede belirli bir dönemde çalışanlara ödenen ücret.

İşletmenin amacı ve faaliyet konusuna göre bu ölçülerden biri veya birkaçı büyüklük belirlemede kullanılabilir. İşletmeler büyüklük açısından mikro, küçük, orta boy, büyük ve dev işletmeler olarak beş gruba ayrılabilir. 2022 yılında yürürlüğe giren ‘Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkındaki Yönetmelik’te yapılan değişiklik ile 10 kişiden az çalışanı olan mikro işletmelerin yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosu 3 milyon liradan 5 milyon liraya çıkartılmıştır. Yine 50 kişiden az personeli olan küçük işletmeler için limit, 25 milyon liradan 50 milyon liraya yükseltilmiştir (14).

Ülkemizde lokantaların turizm sektöründeki diğer işletmeler arasındaki payı %11,5’tur ve bu işletmeler genel olarak küçük ölçeklidirler(15). Bu işletmelerin literatürde yer verilen belli başlı sorunları aşağıdaki gibidir (13, 16):

- Profesyonel yönetim eksikliği,
- Sermaye yetersizliği nedeniyle optimal büyüklükte olamamaları ve optimal büyüklüğün yararlarından faydalanamamaları,
- Finansal kurumlar açısından güvencesiz (riskli) görülme ve uygun koşullarla kredi olanaklarından yararlanamama gibi nedenlerle varlıklarını sürdürememe.

Fiziki alanlarının küçük olması, personel sayılarının azlığı, sermayelerinin düşük olması nedenleriyle, esnaf lokantaları genel olarak küçük işletme kategorisine girmekte ve küçük iş-

letmelerin yukarıda belirtilen sorunlarını yaşayabilmektedir. Türk yemek kültürünü yaşatan bu işletmelerin iyi yönetilmeleri ve finansal desteklerden yararlandırılmalarıyla kalıcı olmaları, turizm sektörüne ve ülke ekonomisine verebilecekleri katkılar açısından önemlidir. Bu işletmelerden güçlü olanlar zaman içinde büyümekte ve geleneksel Türk mutfağının yanı sıra münülerine değişik yemekler ekleyerek, şehir merkezlerinde daha üst gelir düzeyine hizmet verebilmektedirler.

2. MERSİN'DE ESNAF LOKANTALARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

2.1. Araştırmanın yöntemi ve örnekleme

Araştırmanın amacı Mersin'deki esnaf lokantalarının yiyecek sektöründeki konumlarını belirlemek, müşteri profillerini tespit etmek, sorunlarını -özellikle içinden geçtiğimiz salgın döneminde- ortaya koymak ve işletmelerin sürdürülebilirliğine yönelik öneriler geliştirmektir.

Araştırma Mersin'deki esnaf lokantaları ve Mersin'de merkez ve iş çevreleri olmak üzere değişik yerleşim bölgelerindeki 26 esnaf lokantası yöneticisi kapsamında yürütülmüştür. Lokanta yöneticileriyle Haziran-Eylül 2022 döneminde yüz yüze görüşmeler yapılarak bilgiler toplanmıştır. Görüşme formlarından 23'ü değerlendirilme uygun bulunmuştur. Görüşme yönteminin kullanıldığı bu araştırmada örneklem belirleme yöntemi olarak kartopu örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bilindiği gibi evrendeki çeşitlilik, zenginlik, farklılık ve aykırılıkları çalışmaya dâhil ederek bütüncül bir yaklaşımla, araştırılan konuyu katılımcılardan detaylı ve derinlemesine bilgi alarak, tüm olası ayrıntıları ile incelemek amaçlandığında bu yöntem tercih edilmektedir. Kartopu örnekleme önce herhangi bir şekilde evrene dâhil olduğu düşünülen bir kişiye ulaşmakta, daha sonra bu kişinin yardımıyla bir başkasına ve aynı şekilde başkalarına ulaşılmaktadır. Böylelikle, kartopu etkisi ile zincirleme olarak örnek büyütülmektedir (17).

Yüz yüze görüşmelerle yöneticilerinden bilgi toplanan esnaf lokantalarının seçilmesindeki temel ölçüt, işletmelerin temelde iş çevrelerine ve Mersin halkına Türk mutfağının yemekleri-

ni sunarak onlarca yıllar boyu Mersin yiyecek sektöründe başarıyla faaliyetlerini sürdürmeleri olmuştur. Verilerin toplanmasında esnaf lokantalarının sahip yöneticileri ve/veya yöneticileri ile önceden araştırmacılar tarafından hazırlanan ve birkaç işletme yöneticisi üzerinde deneyerek geliştirilen bir soru formu kullanılmıştır. Sorular arasında esnaf lokantalarının demografik değişkenlerine ilişkin olanların yanı sıra literatürde küçük ve orta ölçekli işletmelerin sorunları dikkate alınarak hazırlanmış sorular yer almıştır. Araştırma Mersin merkez (çarşı), Metropol (Kuruluş cıvarı), Toroslar mahallesi, Demirtaş mahallesi ve Adnan Menderes Bulvarında yer alan, esnaf lokantası özelliği taşıyan işletmeler üzerinde yapılmıştır.

2.2. Soru formu

Soru formunda katılımcılara lokantanın genel özellikleri, yemekleri, münüleri, geçtiğimiz salgın dönemindeki performansları, esnaf lokantacılığı tanımını ve esnaf lokantalarının kültürümüzü yansıtmadaki rolüne ilişkin açık uçlu sorular yer almıştır.

3. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE DEĞERLENDİRİLMESİ

3.1. Lokantanın genel özellikleri

Esnaf lokantaları yöneticileri ile yapılan görüşmelerde kullanılan soru formunun ilk bölümünde işletmenin hizmet süresi, el değiştirme durumu, tam zamanlı ve yarı zamanlı personel sayısı, kapasitesi, sandalye devir durumu, müşteri profili, sahiplik durumu ve işletme ölçeği ile ilgili sorular yer almıştır.

Araştırma yapılan esnaf lokantalarının genel özelliklerine ilişkin sonuçlara göre:

Esnaf lokantalarının yaklaşık üçte birinin hizmet süresinin 1-5 yıl arası olduğu; üçte ikisinin ise, 10-40 yıldır hizmet verdiği görülmektedir. Mersin'de bulunan esnaf lokantalarının yaklaşık yarısı yöre yemek kültürünü genç kuşaklara aktaracak kadar uzun süredir hizmet vermektedirler. Misafir kapasitesi açısından işletmelerin yaklaşık %40'ının günde 1-40 kişiye, yaklaşık %25'inin 41-70 kişiye, %35'inin ise 71 kişiye ve üzerine aynı anda hizmet verebilmektedirler. Alan açısından esnaf lokantalarının yaklaşık yarısının alanı 100

metre kareden az, diğer yarısı ise 100 metre kareden fazladır. Esnaf lokantalarının yaklaşık üçte ikisinde bir sandalyenin devir durumunun günde 1-5 arasında olduğu görülmektedir. İşletme yöneticilerinin büyük çoğunluğu tam zamanlı personel çalıştırdıklarını; yarı zamanlı çalışanların sayısının geçici olduğunu ve ihtiyaca göre belirlendiğini söylemişlerdir. Esnaf lokantala-

rının el değiştirme durumuna ilişkin olarak, büyük çoğunluğun el değiştirmedeği ve 1. soruya verilen yanıtları desteklediği görülmektedir. İşletme yöneticilerinin büyük çoğunluğu tam zamanlı personel çalıştırdıklarını; yarı zamanlı çalışanların sayısının geçici olduğunu ve ihtiyaca göre belirlendiğini söylemişlerdir.

Tablo 1. Araştırma yapılan lokantaların genel özellikleri

		Firma sayısı	% oran	
Hizmet Yılı	1-5	7	30,4	
	6-10	1	4,3	
	11-20	3	13	
	21-30	5	21,7	
	31-40	4	17,4	
	41-50 ve üzeri	3	13	
Misafir Kapasitesi, kişi	1-20	4	17,4	
	21-40	5	21,7	
	41-50	3	13	
	51-70	3	13	
	71-90	3	13	
	91 ve üzeri	5	21,7	
Alan Büyüklüğü, m²	1-25	1	4,3	
	26-50	7	30,4	
	51-100	3	13	
	101-200	8	34,8	
	201-300 ve üzeri	4	17,4	
Sandalye Devir Oranı	1-5 kez	15	65,2	
	6-10 kez	2	8,7	
	10 kez ve üzeri	6	26,1	
Çalışan personel sayısı	Tam zamanlı	1-10	11	47,8
		11-20	4	17,4
		21-30	3	13
	Yarı zamanlı	31-40	1	4,3
		41-50 ve üzeri	4	17,4
		Cevapsız	13	56,5
Lokantanın mülkiyet durumu	Evet	5	21,7	
	Hayır	18	78,3	
Lokantanın el değiştirme durumu	Evet	2	8,7	
	Hayır	21	91,3	

Lokantaların mülkiyet durumuna ilişkin toplanan bilgilerde lokantaların yaklaşık %80'nin kira olduğu verisine ulaşılmıştır.

Ayrıca esnaf lokantaları sahipleri ve yöneticilerine yöneltilen “Lokantanızda masaya servis hizmeti var mı?” sorusuna çalışmanın örneklem grubu olan 23 lokantanın 22'sinin masaya servis verdikleri cevabı alınmıştır, 1 lokantanın ise masa servisi yapmayıp self servis uyguladığı bulgusuna ulaşılmıştır. Esnaf lokantalarına yöneltilen *Yıllar içinde çevredeki esnafın yanı sıra müşteri profilinizde bir değişiklik oldu mu?* Sorusuna ise 23 lokantanın 15'i “Evet” yanıtını verirken 5'i ise “Hayır” yanıtı vermiştir.

Esnaf lokantaları yöneticilerine uygulanan soru

formunun ikinci bölümünde günlük yemek sayısı, gıda tedariki, stoklar, günlük ortalama ağırlanması gereken müşteri sayısı, en çok artış gösteren maliyet kalemleri ile ilgili sorular sorulmuştur. İşletmelerin yaklaşık %20'si 1-80 kişi, %60'ı 81-400 kişi ve kalan%20'lik bölümü ise günlük 400'den fazla kişi için yemek hazırladıklarını belirtmişlerdir. Yöneticilerin yaklaşık %50'si toptancıdan, % 25'i perakendeciden, yaklaşık %25'i ise, her ikisinden de alış-veriş yaptığını söylemektedirler. İşletmelerin yaklaşık yarısı 90 kişilik yemek sattıkları takdirde, günlük masraflarını karşılayabildiklerini belirtmişlerdir. İşletmeciler en çok et-tavuk, sıvı yağ, tüm gıda ürünleri, yakıt, kira ve içeceklerdeki maliyet artışlarından şikâyet etmişlerdir. Ayrıca işletme

Tablo 2. Lokantalarda sunulan yemeklere ilişkin sayısal bilgiler

Sorular	Genel Bilgiler	Firma Sayısı	% Oran
1. Günlük Hazırlanan Yemek, kişi sayısı	1-40	3	13,04
	41-80	2	8,70
	81-120	8	34,78
	121-400	6	26,09
	401-600 ve üzeri	4	17,39
2. Gıda ürünlerinin tedariki	Toptancı	11	47,83
	Perakendeci	6	26,09
	Her ikisi	5	21,74
	Diğer (kadın üretici)	1	4,35
3. Stoklanan ürünler	Evet	13	56,52
	Hayır	10	43,48
4. Sabit masrafları karşılamak için günlük ortalama ağırlanması gereken müşteri sayısı	1-30	4	17,39
	31-60	3	13,04
	61-90	4	17,39
	91-120	3	13,04
	121-150	3	13,04
	151 ve üzeri	6	26,09
5. En çok artan maliyet kalemleri	Et, tavuk	16	69,57
	Süt ve süt ürünleri	6	26,09
	Yağ (sıvı)	12	52,17
	Tüm gıda ürünleri	10	43,48
	Baklagiller	4	17,39
	Yakıt	6	26,09
	Kira	5	21,74
	İçecekler	7	30,43

yöneticilerine sorulan “Her ihtimale karşı stokladığımız ürünler olur mu?” sorusuna yöneticilerin %55’i belirli gıdalarda stok yaptıklarını, %45’i ise stok yapmadıklarını söylemişlerdir.

3.3. Mönüye ilişkin bilgiler

Soru formunun üçüncü bölümünde esnaf lokantalarının fiyatlı menü durumu, hazırlanan yemekler, fiyatları ve en uygun mönülerine ilişkin sorular yer almıştır. Toplanan cevaplardan 23 lokantanın 19’unda fiyatları gösteren bir mönü olduğu, 4’ünde ise herhangi bir mönü bulunmadığı tespit edilmiştir

Esnaf lokantaları yöneticileri ‘Geleneksel mönünüzde bulunan yemekler ve fiyatları hakkında bilgi verebilir misiniz?’ sorusuna 8 işletme mönülerinin çorba, sebze yemeği ve pilavdan oluştuğu ve fiyatın 35 TL olduğu, 4 işletme mönülerinin çorba, tavuk yemeği ve pilavdan oluştuğu ve fiyatın 40 TL olduğu, 6 işletme ise mönülerinin çorba, et yemeği ve pilavdan oluştuğu ve fiyatın 40 - 45 TL olduğu yanıtını vermişlerdir. 5 işletme ise mönülerinde ekmek arası döner ve salata (50 TL), tavuk dürüm ve içecek (35 TL) ve çorba, lahmacun ve salata (50 TL) olduğunu belirtmişlerdir.

Yöneticilerin ‘en uygun mönünüzü bizimle paylaşır mısınız?’ sorusuna yanıtları ise; ekmek arası tavuk ve içecek (25 TL), ekmek arası döner, salata ve içecek - ayran, şalgam, su - (35 TL), taze fasulye, pilav ve cacık (40 TL), kuru fasulye, pilav ve cacık (40 TL) ve lahmacun ve içecek (40 - 45 TL) şeklinde olmuştur.

3.4. Salgın dönemi

Esnaf lokantalarının salgın dönemindeki performanslarına ilişkin sorularda müşteri sayısındaki değişiklik, personel sayısındaki değişiklik, mönü değişikliği, tedarikçi değişikliği ve personel sorunlarına ilişkin çözüm yöntemleri hakkında bilgi istenmiştir.

İşletmelerin %87’si “Salgın döneminde müşteri sayısında değişiklik oldu mu?” sorusuna “evet” yanıtı vermiştir. Evet cevabı veren işletmeler %20-%25 oranında müşteri kaybını vurgulamıştır.

“Salgın döneminde personel sayısında değişiklik oldu mu?” sorusuna yöneticiler müşteri sayısındaki azalmaya bağlı olarak personel sayısında da azalma yapıldığını belirtmişlerdir.

Tablo 3. Salgın döneminde lokantaların performansları

Sorular	Cevaplar	Firma Sayısı	% Oran
1. Müşteri sayısı değişiklik durumu	Evet	20	86,96
	Hayır	3	13,04
2. Personel sayısı değişikliği	Evet	17	73,91
	Hayır	6	26,09
3. Mönü değişikliği	Evet	8	34,78
	Hayır	12	52,17
	Kısmen	3	13,04
4. Gıda ürünleri tedarikçileri değişikliği	Evet	5	21,74
	Hayır	8	34,78
	Cevapsız	10	43,48
5. Personel sorunları çözüm yöntemleri	Personel desteği olarak (Kalifiye eleman)	7	30,43
	İşten çıkarma	5	21,74
	Diğer (aile işletmesi)	3	13,04
	Diğer (içimizde çözüyoruz)	4	17,39
	Cevapsız	4	17,39

“Salgın döneminde mönüde değişiklik oldu mu?” sorusuna “evet” cevabı veren işletmeler porsiyon sayısı ve miktarında %20-30 azalma olduğunu belirtmiştir.

“Salgın döneminde gıda ürünlerini aldığımız tedarikçilerde değişiklik yaptınız mı, değişiklik yaptınız ise nedenini yazar mısınız?” sorusuna, 23 işletmenin 5’i öncelikle maliyetleri düşürmek ve ulaşım kolaylığı gibi nedenleri ileri sürerek “evet” yanıtı vermişlerdir. 8 işletme ise tedarikçilerinde herhangi bir değişiklik yapmadıklarını belirtmişlerdir. İşletme yöneticilerinin yaklaşık yarısı bu soruyu yanıtlamamıştır.

Personelle ilgili sorunlarını nasıl çözdükleri soruların yöneticilerin yaklaşık %30’u daha eğitilmiş ve deneyimli personel istihdam etmeye çalıştıklarını; %30’u işletmelerinin aile işletmesi olduğunu veya sorunları kendi aralarında çözdüklerini belirtmişlerdir. İşletmelerin %22’si personel sorununu çözme konusunda “işten çıkarma” seçeneğini belirtmiştir. Hiçbir işletme kayıtsız personel çalıştırdıklarını beyan etmemiştir.

3.5. Açık uçlu sorular

Esnaf lokantası yöneticilerine uygulanan görüşme formunun son bölümünde yer alan açık uçlu sorularda esnaf lokantacılığı tanımı, günümüzde lokantacılığın zorlaşan yönleri, esnaf lokantalarının kültürümüzü yaşatmadaki rolü üzerindeki görüşlerini bildirmeleri istenmiştir. Sorulara verilen yanıtlar içerik analizi uygulanarak esnaf lokantası ana teması altında ilgili kategori ve kodlarla birlikte değerlendirilmiştir.

Esnaf Lokantacılığı nedir?

Görüşülen esnaf lokantası yöneticilerinin esnaf lokantası tanımına ilişkin olarak verdikleri yanıtlar kendi ifadeleriyle aşağıdaki gibidir:

- Esnaf lokantaları toplumun her kesimine hitap edebilen lokantalardır. G01, G03, G05, G08, G11, G12, G14, G17, G19, G20, G22.

-Esnaf lokantaları kültürümüzün çeşitli yörelerinin yemeklerini, özgünlüğünü kaybetmeden hazırlayıp müşteriye sunabilirler. G01, G02, G04, G07, G08, G09, G13, G15, G17, G18, G20, G22.

- Esnaf lokantaları kapıdan mutsuz bir müşteri

göndermemek için çabalarlar, onlar için müşteri memnuniyeti her zaman ön plandadır. G02, G03, G04, G06, G09, G12, G14, G16, G17, G21.

- Esnaf lokantaları kaliteli yemekleri, dostane hizmeti, uygun fiyatla ve belli bir yörede, sürekli olarak sunarlar. G01, G04, G07, G10, G11, G14, G16, G17, G19, G21, G22.

-Esnaf lokantaları orta ve alt gelir sahibi müşterilerin bütçesini düşünerek ve onları anlayarak yemek hizmeti sunarlar. G01, G03, G09, G10, G12, G20.

- Esnaf lokantaları sınırlı sayıdaki müşteriye hitap ederler, temizlik, hijyen ve ürün kalitesinde en üst düzeyde hizmet vermek için gayret gösterirler. G01, G05, G06, G09, G13, G16, G22, G23.

- Esnaf lokantaları işletmelerinin istikrarını koruyabilmek için çok gayret gösteren lokantalardır. G05, G11, G16, G19, G23.

“Size göre Esnaf Lokantacılığı nedir?” sorusuna işletme yöneticilerinin verdikleri yanıtların toplu olarak ifadesi “esnaf lokantaları başta çalışanlara olmak üzere toplumun her kesimine, Türk kültürünün farklı yöre yemeklerini özgünlüğü bozulmadan ve kaliteye özen gösterilerek hazırlayıp, aile ortamında, uygun fiyatla ve sürekli sunan, müşteri memnuniyetini ön planda tutan yerler” şeklinde bir tanım olmaktadır.

Günümüzde lokantacılığın zorlaşan yönleri nelerdir?

Görüşülen esnaf lokantası yöneticilerinin günümüzde esnaf lokantacılığının zorlaşan yönlerine ilişkin olarak verdikleri yanıtlar kendi ifadeleriyle aşağıdaki gibidir:

- Günümüzde esnaf lokantacılığının zor yönü kira, yakıt, girdi maliyetlerindeki artışlar nedeniyle fiyatlara yaptığımız zamlardır. G04, G05, G06, G09, G11, G12, G16, G17, G19, G21, G23.

- Kalifiye eleman bulmakta güçlük yaşamaktayız. G01, G03, G05, G09, G10, G12, G16, G21, G23.

- Müşteri beklentilerindeki değişim biz lokantacıları zorlamaktadır. G06, G07, G09, G12, G13, G19, G20.

-İşi bilmeyenlerin işyeri açması işlerimizi olumsuz etkilemektedir. G02, G14, G17, G21, G23.

Günümüz esnaf lokantacılığının zorlaşan yönleri için, işletme yöneticileri kira, yakıt, girdi maliyetlerindeki artışlar nedeniyle ürünlerin zamlanmasını, kalifiye personel bulmadaki güçlükleri ve müşteri beklentilerindeki değişimi işaret etmişlerdir.

Esnaf lokantalarının kültürümüzü yaşatmadaki rolü üzerindeki görüşleriniz nelerdir? Görüşülen esnaf lokantası yöneticilerinin esnaf lokantalarının kültürümüzü yaşatmadaki rolü üzerindeki görüşleri kendi ifadeleriyle aşağıdaki gibidir:

- Esnaf lokantaları toplumun her kesimine hitap edebilen lokantalardır. G01, G03, G05, G08, G11, G12, G14, G17, G19, G20, G22.

- Esnaf lokantaları kültürümüzün çeşitli yörelerinin yemeklerini, özgünlüğünü kaybetmeden hazırlayıp müşteriye sunabilirler. G01, G02, G04, G07, G08, G09, G13, G15, G17, G18, G20, G22.

- Esnaf lokantaları kapıdan mutsuz bir müşteri göndermemek için çabalarlar, onlar için müşteri memnuniyeti her zaman ön plandadır. G02, G03, G04, G06, G09, G12, G14, G16, G17, G21.

- Esnaf lokantaları kaliteli yemekleri, dostane hizmeti, uygun fiyatla ve belli bir yörede, sürekli olarak sunarlar. G01, G04, G07, G10, G11, G14, G16, G17, G19, G21, G22.

-Esnaf lokantaları orta ve alt gelir sahibi müşterilerin bütçesini düşünerek ve onları anlayarak yemek hizmeti sunarlar. G01, G03, G09, G10, G12, G20.

- Esnaf lokantaları sınırlı sayıdaki müşteriye hitap ederler, temizlik, hijyen ve ürün kalitesinde en üst düzeyde hizmet vermek için gayret gösterirler. G01, G05, G06, G09, G13, G16, G22, G23.

- Esnaf lokantaları işletmelerinin istikrarını koruyabilmek için çok gayret gösteren lokantalardır. G05, G11, G16, G19, G23.

Esnaf lokantalarının kültürümüzü yaşatmadaki rolü konusunda yöneticiler kendilerinin yemek kültürümüzü yaşatan kuruluşlar olduklarını,

yemeklerini toplumun her kesimine uygun fiyatlarla, güler yüzle ve samimi bir ortamda sunduklarını ifade etmişlerdir. Yöneticilerin küçük bir bölümü de Türk kültürünü yansıtan yemekleriyle dış turizmi de çekebileceklerini belirtmişlerdir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Mersin'deki esnaf lokantalarının yiyecek sektöründeki konumlarını belirlemek, müşteri profilini tespit etmek, (var ise) sorunlarını ortaya koymak ve yemeklerinin Türk kültürünü yansıtmaları nedeniyle ülkemizin turizmde etkili olabilecek bu işletmelerin sürdürülebilirliklerine yönelik öneriler geliştirmeyi amaçlayan araştırmanın sonuçları şöyle özetlenebilir; esnaf lokantalarının büyük bir bölümü küçük ölçeklidir ve ülkemizdeki enflasyonun getirdiği fiyat artışları, sermaye yetersizliği, finansman güçlükleri, müşteri kaybı gibi sorunları yaşamaktadırlar. Araştırma sırasında sözü edilen sorunlar nedeniyle çok sayıda işletmenin de kapanmış olduğu belirlenmiştir. İşletmeler bu sorunları yaşamalarına karşın Türk yemek kültürünü yansıtan mutfaklarını sürdürme azmini taşımaktadırlar. Bazıları üç-dört kuşak boyunca (40-50 yıldır) hizmet verir iken, birkaçı ise ölçeklerini yükselterek ve ürün kategorilerini çeşitlendirerek beyaz yakalı çalışanlar ağırlıklı olmak üzere daha çok müşteriye, daha yüksek fiyatlarla hizmet vermektedirler.

Esnaf lokantaları müşteri profiliyle uyumlu olarak sundukları geleneksel yemeklerin yanısıra tantuni, dürüm çeşitleri gibi Mersin'in mutfak kültürünü yansıtan yiyecekleri de mөнüleri kapsamına almışlardır. Ağırlıklı olarak tantuni, dürüm çeşitleri gibi yiyecekler bulunmaktadır. Araştırma Mersin'deki esnaf lokantalarının Türk yemek kültürü ve Mersin mutfağına özgü yemek çeşitlerini ortaya koymasını ve bu işletmelerin yemek kültürümüzü yansıttıklarını irdelemesi açısından özgün bir nitelik taşımaktadır.

Turizm planlamacıları, Mersin turizm işletmecileri ve gıda üreticileri, Kültür Bakanlığı her ilimizde Türk kültürünün etkin bir tanıtım aracı olarak unutulmuş lezzetlerin bulunup ortaya çıkarılmasına yönelik yoğun çaba içindedir. Bu bağlamda geleneksel Türk yemek kültürünü ve

Mersin mutfağını yansıtan yemekleriyle gerek iç turizm gerekse dış turizm açısından gastronomi turizminde yüksek bir potansiyele sahip olan esnaf lokantalarının sorunlarının çözümünde devlet desteklerinden yeterince yararlandırılmaları, bu şekilde sürdürülebilirliklerinin sağlanması önerilmektedir. Böylece Türk yemek kültürünün temsilcileri olan bu işletmeler Türk yemek kültürü yanısıra Arap yemek kültürü ve yörük kültürünün de izlerini taşıyan Mersin'in yiyecek sektöründe gastronomi turizminin geliştirilmesinde de öncü rol oynayabilir.

KAYNAKLAR

1. <https://worldfoodtravel.org/news-the-economic-impact-of-food-tourism/> (erişim tarihi 15.06.2022).
2. Erdem, Ö., Mızrak, M., Kemer, A. K. "Yöresel Yemeklerin Bölge Restoranlarında Kullanılma Durumu: Mergen Örneği". Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi 3 (2017): 44-61.
3. Yıldız, E. (2019). Yaşayan ve Yaşatılan Mutfak Kültürü; İzmir Esnaf Lokantaları Üzerine Bir Değerlendirme. III. Uluslararası Eğitim Bilimleri ve Sosyal Bilimler Sempozyumu, Nevşehir, 1123-1135.
4. Yücecan, S. (1991). Türklerde Beslenme Kültürü. *Milli Kültür Dergisi*. Kültür Bakanlığı, Sayı:87, (Ağustos).
5. Tezcan, M. (1982). Türklerde Yemek Yeme Alışkanlıkları ve Buna İlişkin Davranış Kalıpları. Türk Mutfak Sempozyumu Bildirileri (31 Ekim-1 Kasım). Kültür ve Turizm Bakanlığı MİFAD Yayınları: 41 Seminer, Kongre ve Bildirileri Dizisi: 12. A.Ü. Basımevi, Ankara, 113-131.
6. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/mersin/kulturatlasi/mersinde-mutfak-kulturu> (erişim tarihi 29.08.2022).
7. Çebi, C. (2012). <https://www.ruhundoysun.com/yazilar/esnaf-lokantaları/> (erişim tarihi: 22.08.2022).
8. Şehrin Lezzet Durakları Esnaf Lokantaları (2019). www.hurriyet.com.tr, 24 Şubat (erişim tarihi: 12.07.2022).
9. Ekşigil, H. (2017). Esnaf Lokantaları Neden Vaz Geçilmezdir? www.hurriyet.com.tr, 29 Eylül (erişim tarihi: 16.9.2022).
10. Kozak, M. A., Zencir, E. (2012). Esnaf Lokantaları Yöneticilerinin İşletme Performansı Hakkında Görüşleri: Eskişehir Örneği, 13. Ulusal Turizm Kongresi, 845-860.
11. Türkiye'nin Gastronomi Vitrini: Esnaf Lokantaları. Yunus Emre Enstitüsü. <https://trdergisi.com/kategori/sofra/> (erişim tarihi: 9.10.2022).
12. Lang, M., Stanton, J., Qu, Y. (2014). Consumers' Evolving Definition and Expectations For Local Foods, *British Food Journal*, 116, (11), 1808-1820.
13. Şimşek, M. Ş., Çelik, A. (2019). *İşletme Bilimlerine Giriş*. 23. Baskı. Eğitim Yayınevi: Konya.
14. www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/8173/kobi-tanimi-guncellendi (erişim tarihi 12.9.2022).
15. www.turizm.gov.tr istatistikleri.
16. https://saylordotorg.github.io/text_small-business-management-in-the-21st-century/s05-02-success-and-failure-in-small-b.html (erişim tarihi 12.2.2023)
17. Yıldırım, A., Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayınları: Ankara.