

ESNAF LOKANTACILIĞI VE VAN İLİNDE ESNAF LOKANTALARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

A Study on Artisan Restaurants and Artisan Restaurants in the Province of Van

Dr. Öğretim Üyesi Gülser YAVUZ
Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
gulser@mersin.edu.tr
Orcid ID: 0000-0001-9740-9045

Ergin BOZAZ
erginbozaz@gmail.com
Orcid ID: 0000-0001-8165-8979

Öz

Türkiye'ye özgü önemli bir gastronomik değer olan esnaf lokantacılığının ele alındığı bu araştırmanın amacı, Van ili özelinde esnaf lokantalarının özelliklerini ve mevcut durumlarını işletme sahipleri ve aşçıların bakış açısıyla incelemektir. Ayrıca katılımcıların esnaf lokantalarının; Van mutfak kültürüne ve gastronomi turizminin gelişimine katkıları, ilin yöresel ve coğrafi işaretli ürünlerine yer verme durumları, zayıflıkları ve üstünlükleri hakkındaki görüşlerini de belirlemek amaçlanmıştır. Nitel araştırmada veriler Ağustos-Ekim 2022 tarihleri arasında Van ili merkez ilçelerindeki 20 esnaf lokantasının sahipleri ve aşçıları ile yüz yüze görüşme yöntemi ile toplanmıştır. Elde edilen veriler MAXQUDA programı ile içerik analizine tabi tutulmuştur. Bulgulara göre esnaf lokantaları, samimiyet ve güler yüzün esas alındığı, diğer restoranlara göre düşük fiyatlı, lezzetli, çeşitli, yöresel ve sulu yemekler sunan, temiz, düzenli, sade, kaliteli hizmet anlayışına sahip, genellikle aile işletmeleri şeklinde faaliyet gösteren, halkın her kesimine ve yerli ve yabancı turistlere hitap eden yiyecek içecek işletmeleridir. Esnaf lokantalarında genel olarak Türk mutfak kültürüne özgü bazı geleneklerin hala devam ettiği, bazı unsurlarda ise değişiklikler olduğu tespit edilmiştir. **Anahtar kelimeler:** Esnaf lokantası, Restoran, Van Mutfağı, Yöresel Mutfak, Kùltür.

Abstract

The aim of this study, which focuses on the significant gastronomic value unique to Turkey, artisan restaurant culture, is to examine the characteristics and current state of artisan restaurants in the province of Van from the perspective of business owners and chefs. Additionally, the intention is to determine participants' views on the contributions of artisan restaurants to Van's culinary culture and the development of gastronomic tourism, their inclusion of local and geographically labeled products, as well as their weaknesses and strengths. Data for the study were collected through face to face

interviews with the owners and chefs of 20 artisan restaurants located in the central districts of Van province between August and October 2022. The obtained data were subjected to content analysis using the MAXQDA program. According to the findings, artisan restaurants are establishments that primarily prioritize warmth and friendliness. They offer affordable, delicious, diverse, regional and soupy dishes compared to other restaurants. They follow a service approach that is clean, orderly, simple and of high quality. These restaurants are generally family own enterprises and cater to all segments of the population, as well as local and foreign tourists. In artisan restaurants, it has been observed that certain traditions unique to Turkish culinary culture are still upheld, while some elements have undergone changes.

Key words: Artisan restaurants, Tradesman Restaurant, Van Cuisine, Local Cuisine, Culture.

Giriş

Ulusal ve yerel kültürel değerlerin öneminin anlaşıldığı son yıllarda, üzerinde sıkça durulan ve eleştiri konusu olan bir husus, dünyanın küresel bir köy olarak homojenleşmesi ve yerel-ulusal kültürel değerlerin olumsuz etkilenmesi hatta giderek kaybolmasıdır (Yağcı, 2009:17). Fast food (hızlı yemek) gibi tüketim alışkanlıkları yerel mutfak kültürlerini de olumsuz etkilemekte, küreselleşme ile diğer dünya mutfaklarından etkilenmeler karşısında, son derece zengin olan Türk mutfak kültürünün yaşatılması ve gelecek kuşaklara aktarılması gerekmektedir (Güler, 2010). Gastronomi turizminin en gelişmiş unsuru olarak görülen yöresel lezzetler özellikle düzenli etkinliklerle tanıtıldığında binlerce kişiyi destinasyona çekebilmektedir (TURSAB, 2015: 3). Bu bilinçle son yıllarda destinasyonlar tarafından yöresel yemekler turizmde sürdürülebilir bir rekabet unsuru olarak görülmekte ve pazarlanmaktadır (Okumuş vd., 2007).

Türkiye'ye özgü bir değer olan ve uzun yıllar varlıklarını sürdürerek yerel mutfak kültürünü tarihsel süreçte aktarmada önemli katkısı bulunan esnaf lokantaları günümüzde ya özelliklerini yitirmekte ya da birer birer kapanmaktadır. Nitekim Yalçıntaş (2014), artık yok olmak üzere olan zenginliklerimizden birinin esnaf lokantaları olduğunu ve esnaf lokantalarının Türkiye'nin ticaretten yemek kültürüne uzanan çok geniş bir yönünü temsil ettiğini belirtmiştir. Esnaf lokantalarının tanınmış örneklerinde de olduğu gibi bu işletmeler çoğunlukla ailede uzun yıllar nesilden nesile geçerek ve bölge ile özdeşleşerek varlığını sürdürmüştür. Aynı zamanda geçmişten günümüze kuşaklar arasında yerel yemek kültürüne dair önemli bir köprü görevi görmüş ve bölgenin yerel yemek kültürünü yansıtmaya özelliğiyle birçok kişinin tercih ettiği yiyecek içecek işletmeleri olmuşlardır (Yalçınkaya, 2022).

Evliya Çelebi'nin seyahatnamelerine "*Beşer, altışar tencere yemekli ocakları bulunan aşçı esnafı*" olarak yer vermesinden çok uzun bir geçmişe sahip olduğu anlaşılan esnaf lokantaları (Karataş, 2015:1), İstanbul'da ticari hayat içerisinde oldukça yaygınken daha sonra tüm Anadolu'ya yayılarak, tarihsel süreçte değişerek, farklılaşarak ve gitgide azalarak günümüze kadar varlıklarını devam ettirmiştir. Günümüzde hem halka hem de yerli ve yabancı turistlere Türk mutfak kültürünün özgün ve önemli birer unsuru

olarak hizmet veren esnaf lokantalarının günümüzdeki durumuna ve gastronomi turizmi açısından potansiyel misyonunun varlığına duyulan merak bu araştırmanın çıkış noktasını oluşturmaktadır. Buradan hareketle araştırmanın temel amacı; Türkiye'nin önemli bir gastronomik değeri olan ve köklü bir geçmişe sahip olan esnaf lokantacılığı kültürünü, tarihsel geçmişi ve günümüzdeki durumu ile birlikte Van ili özelinde incelemektir. Esnaf lokantalarının; Van mutfak kültürüne ve gastronomi turizminin gelişimine katkıları, kuruluş yeri seçimi ve menü oluşturmada izledikleri yollar, menülerinde yerel gastronomik ürünlerin ve Van coğrafi işaretli ürünlerinin varlığı ve sunumu, tercih edilme durumu, varsa sorunları ve çözüm önerileri hakkında işletme sahipleri ve aşçıların bakış açısıyla bilgi edinmek amaçlanmaktadır.

Van Mutfak Kültürü

Van ili, Türkiye'nin en büyük illerinden bir tanesi olup, ülkenin en büyük kapalı havzası olan Van Gölü çevresine kurulmuştur. Doğu Anadolu bölgesinde yer alan Van'ın topraklarının verimli, akarsularının bol ve iklim koşullarının oldukça elverişli olması nedeniyle tarihin eski çağlarından beri birçok medeniyetin hâkim olduğu bir yer olmuştur (Van Valiliği, t.y.). Van, bölgede eski dönemlerde yaşamış olan Urartu, Pers, Makedonya ve Bizans medeniyetleri ile Büyük Selçuklu ve Osmanlı İmparatorluğu'nun mutfak kültürünün (Samsa, 2019: 33; Ocak vd., 2021: 2658) ve bölgedeki coğrafi, iklimsel, ekonomik ve sosyal koşulların etkisiyle zengin bir mutfak kültürüne sahip olmuştur (Çakır, 2017: 23). Van'ın temel geçim kaynağı hayvancılıktır. Bundan dolayı Van mutfağının temelleri et, süt ürünleri ve bakliyat üzerine kuruludur (Belli, 2004: 44-47). Bununla birlikte zamanla sebze yönünden de çeşitlilik artmış, ancak Van iklimi kuru ve soğuk olduğu için turp, havuç ve lahanaya gibi sebzeler kuyulama tekniği ile karanlık ve serin yerde muhafaza edilmiş ve evde hazırlanan kavurma, keşkek, peynir gibi yiyecekler kilerde, daha çok toprağa gömülerek muhafaza edilmiştir (Ertaş ve Gezmen Karadağ, 2013: 132). Van Mutfak kültüründe öne çıkan gastronomik ürünler: etli köfte, tuzlu balık, ravanda şerbeti, gavut, kade (kete), ciğer köftesi, kürt köftesi, tandırda Van balığı, sütlü buğday, keledoş, ayran aşısı, patates mıhlaması, avait, helise, mercimekli bulgur pilavı, cılbır, erikli yavan dolma, murtuğa, çirişli bulgur pilavı, bostaniye, kış yoğurdu, hurma (kalbura bandı), Van pastası, bulgur aşısı, yumurtalı erişte, bulgur şilesi (çirişli), piti çiriş mıhlaması, çiriş kavurması, balık sarması, uşkun, helim aşısı, pancar kavurma, püşürük, balık sarması, tereyağı, üzüm aşısı, işbabyan, ayva yemeği, ilitme, Van çöreği, Van cacığı, yoğurtlu yaprak sarmalı, den şilesi, gül reçeli, ağuz tatlısı, güzebez tatlısı, Yumuşan, yabani melengiç, mercimek ve cevizli keledoş, Erciş üzümü, Erciş patatesi, Gevaş fasulyesi, kabaklı Gevaş keledoşu asuda ve paluza tatlısı, soğan dolması, balık bostaniyesi, eşgili, lor (lorik), tirite, su eriştesi, kabak gağı (kaki), keşkek ve koyun sütünden özel maya ve yöre otlarıyla yapılan otlu peynirdir (Ünsal, 2016; Özbir, 2017: 30; Çakır, 2017; Ocak, vd., 2021). Ayrıca Van'da tandırda pişirme hala yaygın olup, evin bir köşesindeki tandırda lavaş ve taptapa isimli ekmekler günümüzde de yapılmaktadır (Ertaş ve Gezmen Karadağ, 2013: 133).

Van Mutfağına Ait Coğrafi İşaretli Ürünler

Coğrafi işaret, kendisine has bir veya birkaç özelliği ile bir bölgenin veya ülkenin özgün yöresel ürünlerini o bölge sınırına ait olduğunu belirten bir markalama sürecini ifade etmektedir (Şahin, 2013). Coğrafi işaret sistemi kendi içerisinde menşe adı ve mahreç işaretli olarak iki şekilde ayrılmaktadır. Menşe adı sadece bir bölgeye özgü olan, başka bir bölgede bulunmayan ve sadece bulunduğu bölgede temin edilebilen ve üretilen ürünlerdir. Mahreç işaretli ürünler ise yine bir bölgeye özgü olan ancak üretim temin veya işleme aşamalarından sadece bir tanesinin bulunduğu bölgede gerçekleşen ürünlerdir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022). Van'a ait Menşe Adlı Ürünler; Bahcesaray Cevizi, Erciş Üzümü, Van Gül Reçeli, Çatak Cevizi, Van Otlı Peyniri, Mahreç İşaretli Ürünler ise Murtuğa, Van Keledoşu, Van Kavut, Van Kahvaltısı, Van Pastası, Van Sengeseri, Tandırda Van Balığı, Van Ayran Aşı ve Van Kürt Köftesi'dir.

Esnaf Lokantaları

Türkiye'ye özgü yiyecek içecek işletmesi denildiğinde akla ilk gelen işletmeler esnaf lokantalarıdır. Türkiye'ye özgü bir yiyecek işletme türü olan ve Türk mutfak kültüründe önemli bir yeri olan esnaf lokantalarının tanımı ve özelliklerini ortaya koyan kesin bir tanım bulunmasa da geleneksel bir özellik taşıdığı için halkın genel bir algısının oluştuğu söylenebilir. Esnaf lokantaları Şen Negizözen ve Yılmaz (2020: 104) tarafından *"genellikle Türk mutfağında klasikleşmiş yemek çeşitlerinin, ev tipi yemeklerin ve sulu diye tabir edilen yemek türlerinin yer aldığı ve özellikle öğle saatlerinde çalışanlar ve ev tipi yemekler yiyerek sağlıklı beslenmek isteyen öğrencilerin talep gösterdiği düşünülen yiyecek içecek işletmeleri"* olarak ifade edilmektedir. Bulut (2019: 542) ise *"birbirini tanımayan insanların aynı ortamı, aynı masayı paylaşarak yiyecek ve içecek faaliyetlerinde bulunan, ızgaranın alevinin gün boyunca yandığı, genellikle tencere tipi yemeklerinin başrolde bulunduğu, servisin çeşitli tepsilere ile yapıldığı ve kendine has masa adabının olduğu işletmeler"* olarak betimlemiştir. Esnaf lokantaları sürekli müşteri ağırlayan, genellikle çarşı esnafına yönelik hizmet, güler yüz, huzur ve samimiyet ilkelerine dayalı yiyecek ve içecek kurumları olarak görülmektedir (Çelik, vd., 2020). Yıldız (2019), yüzyıllardır geleneksel Türk mutfağının yemeklerini sunan esnaf lokantalarının Türk mutfağının önemli bir değeri olduğunu ve Anadolu'nun her yerinde eşsiz lezzetleriyle yerli ve yabancı misafirlerin yemek ihtiyaçlarını karşıladığını belirtmektedir.

Bazı yazarlar esnaf lokantalarının bölgenin mutfak kültürünü yansıtmaya özelliğine yer veren tanımlamalar yapmışlardır. Çebi (2019), *"genelde ufak ama parmak izi gibi birbirinden farklı olan şehrin en taze ve en lezzetli yemeklerinin yapıldığı ve yemeklerin bittiğinde servisin kapandığı işletmeler"*, Ekşigil (2017) ise *"geleneksel Türk mutfağının lezzetlerini sadakatle üreten, ev yemek hasretini dindiren, o yöreye ait yemeklerin yapıldığı nesilden nesille aktarılan işletmeler"* olarak ifade etmişlerdir. Öyle ki günümüzde Türk gastronomi geleneğini yaşatma ve tanıtmaya adına önemli rol oynadığı ve Türkiye'nin gastronomi vitrini olma özelliği gösterdiği belirtilmektedir. Önemi giderek daha iyi anlaşılabilen sağlıklı beslenme bilincinin yaygınlaştırılma çabasının da esnaf lokantası geleneğini gündeme getirdiği vurgulanmaktadır (TR Dergisi, t.y).

Esnaf lokantalarının giderek azaldığı ve bu kültür ögesinin yıllar itibariyle kaybolmaya yüz tuttuğu sıkça ifade edilmektedir. Erkara, (2018) son 8 yılda 13 tarihi lokantanın kapandığını vurgularken, esnaf lokantaları üzerine bir eser yayınlayan Erdeğirmenci (2015), çıkış noktasının Türkiye’de bu geleneksel restoranlara sahip çıkılmaması olduğunu belirtmektedir. Zincir lokantaların, fast food kültürü, popülizm, bireyselleşme, lüks tüketim düşkünlüğü gibi etkenlerle inatla yaşam savaşı vermeyi sürdüren esnaf lokantalarının sayısının giderek azaldığını belirten yazar, esnaf lokantalarının ilk müdavimlerinin azalmasının çarşılarda esnafın kalmaması, halkın esnafla ilgilenmemesi, esnafın kiralarını ödeyememesi ve başka yerlere gitmek zorunda kalması olduğunu ifade etmiştir. Bu restoranların etrafında gelişen kültürel unsurlarının da onlarla yok olduğunu vurgulamıştır (akt. Kayayerli, 2016).

Literatür Taraması

Literatürde Van mutfağı üzerine sınırlı sayıda çalışmaya ulaşılmıştır. Bu çalışmalar incelendiğinde daha çok Van kahvaltısı ve Van mutfak kültürü üzerine araştırmalar yapıldığı anlaşılmaktadır. Daşdemir (2020), Van kahvaltısını deneyimleyen yerli turistler, Köşker (2020) Van kahvaltı salonları hakkındaki müşteri e-şikâyetleri ve Kılıçhan ve Köşker (2015) destinasyon markalaşmasında Van kahvaltısı örneği, Bozkoyun ve Baytar (2020) tuzlu balık ve ayran aşının ilin gastronomi turizmindeki yeri, Demirhan ve Cihangir (2021) Van otlı peyniri üzerine, Oğur (2019) Van’da mutfak kültürü ve ramazan ayında sokak mutfak kültürü ve Ocak vd. (2021) Van gastronomi rotası önerisi üzerine araştırmalar yapmışlardır.

Literatürde esnaf lokantaları üzerine de sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Çelik vd. (2020) Afyonkarahisar Aşçı Bacaksız Lokantası otantikliğini ve Yıldız (2019) İzmir mutfak kültürünün zenginliğine esnaf lokantalarının etkilerini incelemişlerdir. Özel ve Zencir (2018) Cumhuriyetin ilk yıllarında Ankara’da açılan Karpiç (Şehir) Lokantası’nın sunduğu hizmetler, Akoğlan Kozak ve Zencir (2012) ise esnaf lokantaları yöneticilerinin işletme performansı hakkında görüşleri üzerine araştırmalar yürütmüşlerdir. Güldemir(2014), 1888’de kurulan Hacı Abdullah Lokantası’nın işleyişi ve öyküsünü ortaya koymuş, Bulut (2019) Sivas Aşçıbaşı Et lokantasının menüsü örnekleminde esnaf lokantalarının turistik değerini ele almış, Altunöz (2022) ise esnaf lokantalarının güçlü ve zayıf yönlerini müşterilerin görüşlerine göre değerlendirmiştir. Sektörel yayın ve araştırmalarında ise esnaf lokantaları ile ilgili en kapsamlı araştırma Gökyıldız (2014) tarafından yapılarak İstanbul Ticaret Odası’nın Almanca ve İngilizce dillerinde de yayınladığı bir gastronomi rehberi haline getirilmiştir. Yazar bu eserde, İstanbul’daki esnaf lokantalarını incelemiş ve bu mekânların tarihi değeri ve önemini aktarmıştır. Buralarda sunulan Türk yemekleri tanıtılmış ve geçmişten günümüze gelen köklü yemek kültürünün esnaf lokantalarında nasıl sergilendiğini açıklanmıştır.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada, amaca ve alan yazın araştırmasına dayalı olarak nitel araştırma yöntemi tercih edilmiş, araştırmanın verileri ise yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak yüz yüze görüşme tekniği ile toplanmıştır. Araştırma sorularının oluşturulmasında Safi vd.'nin (2020) çalışmasından yararlanılmış, araştırmacıların merak ettiği sorular da eklenmiştir. Ayrıca araştırmacı lokantanın yemek sunum bölümü ve yeme içme alanlarında gözlem yapmış ve işletmecilerden alınan izinler doğrultusunda fotoğraf çekimi gerçekleştirmiştir. Araştırmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

- Esnaf lokantası sahibinin/aşçısının demografik özellikleri nelerdir?
- Katılımcılar lokantaları nasıl tanımlamaktadır?
- Katılımcılara göre esnaf lokantaları hangi özellikleri taşımalıdır? Esnaf lokantasının faaliyet süresi, işletme sahipliği hakkındaki özellikleri nelerdir?
- Lokantaların konumu seçilirken hangi unsurlar göz önüne alınmaktadır?
- Lokantanın hizmet ettiği müşteri profili nedir?
- Lokantaya gelen müşteriler, kişi başı ortalama ne kadar ödemektedir? Lokantanın porsiyon fiyat tespiti nasıl belirlenmektedir?
- Lokantada müşterilere sunulan bir menü kartı var mıdır? Varsa menü kartları hangi unsurlar göz önüne alınarak hazırlanmaktadır?
- Lokantada menü oluştururken en çok önem verilen unsurlar nelerdir?
- Van mutfak kültürü denildiğinde akla gelen yöresel yemekler nelerdir? Katılımcıların Van'ın yöresel yemekleri hakkındaki bilgileri ne düzeydedir?
- Katılımcılar coğrafi işaretli ürün konusunda bilgi sahibi midir? Lokanta menüsünde coğrafi işaretli ürünler kullanılmakta mıdır? Varsa nelerdir?
- Katılımcılara göre esnaf lokantaları Van mutfak kültürüne katkı sağlamakta mıdır? Sağladığı düşünülüyorsa bu katkılar nelerdir?
- Lokantada yöresel yemeklerin bulundurulma ve bulundurmama sebepleri nelerdir?
- Lokanta menüsünde Van mutfağına ait olmayan hangi yemekler vardır?
- Esnaf lokantalarının bir gastronomik değer olarak nasıl korunabileceği konusunda katılımcıların görüşleri nelerdir?
- Esnaf lokantacılığının sorunları var mıdır? Varsa çözümü konusunda katılımcıların görüşleri nelerdir?
- Katılımcıların esnaf lokantalarının diğer türdeki restoranlara göre üstünlükleri ve zayıflıkları konusunda görüşleri nelerdir?

Araştırma soruları temelinde oluşturulan bir görüşme formu için iki turizm ve gastronomi akademisyeninin görüşlerine başvurulmuş, ayrıca bu görüşme formu ile Van Esnaf Lokantacılar Oda üyesi bir lokanta sahibi ve bir esnaf lokantası aşçısı ile soruların anlaşılabilirliğini belirlemek üzere bir ön görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda form son şekline getirilmiştir. Görüşmenin gerçekleştirilmesi için gerekli olan Etik Kurul İzni Mersin Üniversitesi'nin 23.08.2022 tarih ve 2022 / 319 sayılı kararı ile verilmiştir. Araştırmada amaçlı örnekleme uygulanmış ve Van ili merkezini oluşturan İpekyolu ve Tuşba ilçelerindeki çalışmaya katılmayı kabul eden 20 esnaf

lokantasının sahipleri veya aşçıları ile 15-45 dakika süren görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılardan izin alınarak görüşme sırasında, ses kaydı ve görüntü kaydı alınmıştır. Elde edilen verilere MAXQUDA programı ile içerik analizi ve frekans analizi uygulanmıştır. Araştırmacı, katılımcılarla yapılan görüşmelerde sık sık geri dönüşlerle katılımcının teyidini ve veriler üzerinde başka bir meslektaş veya uzman incelemesiyle teyit sağlayarak geçerliği artırmaya çalışmıştır (Baltacı, 2019: 378). Araştırma, zaman ve maddi kısıtlar nedeniyle Van ili merkezini oluşturan İpekyolu ve Tuşba ilçesi esnaf lokantaları ile sınırlı tutulmuştur.

Bulgular ve Yorumlar

Esnaflık Lokantası Sahiplerinin/Aşçılarının Demografik Özellikleri

Araştırma sorularının ilkinde yanıt aramak üzere, demografik özelliklerini belirlemeye yönelik olarak esnaf lokanta sahiplerine/aşçılarına sorulan sorulardan elde edilen cevapların dağılımı Tablo 3'te sunulmuştur. Tabloya göre katılımcıların birisi dışında hepsi erkektir. Bunlardan 5 katılımcının esnaf lokantası sahibi olduğu, 6'sının hem işletmenin sahibi hem de aşçılık yaptığı, 8 katılımcının ise aşçı olduğu görülmektedir. Katılımcıların mesleki deneyim sürelerine bakıldığında yarısından fazlasının 10 yıldan fazla deneyime sahip oldukları ve dördü dışında hepsinin Vanlı olduğu belirlenmiştir. 25 ile 61 yaş aralığında olan katılımcıların eğitim düzeyleri ilköğretimden lisans düzeyine kadar değişiklik göstermektedir.

Ayrıca araştırma kapsamındaki restoranların sadece bir tanesinin 38 yıllık bir geçmişi olduğu (K5), diğerlerinin ise 1 yıldan 18 yıla kadar değişen sürelerde faaliyet geçmişleri olduğu tespit edilmiştir. Lokantaların bir tanesinin anonim şirket olduğu, diğerlerinin şahıs/aile işletmesi olduğu belirlenmiştir. 5'er lokanta 2-5 kişi ve 12-17 kişi çalışana sahipken, diğer 10 lokantanın ise 7 ila 10 kişi arasında çalışanı bulunmaktadır.

Tablo 3. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcı Kodu	Cinsiyet	Yaş	Doğum Yeri	Eğitim Durumu	Medeni Durum	Meslek	Meslek Deneyimi (Yıl)	Aylık Ortalama Gelir (TL)
K1	E	30	Van	Lisans	B	İşletme Sahibi/Aşçı	1	7000
K2	E	53	Bitlis	Lise	E	İşletme Sahibi	44	4250
K3	E	28	Van	Lise	B	İşletme Sahibi	8	40000
K4	E	40	Hakkâri	Ortaokul	B	İşletme Sahibi/Aşçı	17	Belirtilmedi
K5	E	61	Van	Lise	E	İşletme Sahibi	38	10000
K6	E	38	Van	Lise	E	Aşçı	10	4250
K7	E	32	Van	Lise	E	İşletme Sahibi	22	8000

K8	E	51	Van	İlkokul	E	İşletme Sahibi/Aşçı	25	7500
K9	E	38	Van	İlkokul	E	İşletme Sahibi	15	Belirtilmedi
K10	E	32	Van	Ön Lisans	E	Aşçı	6	7500
K11	E	25	Van	Lisans	B	Aşçı/Diyetisyen	2	5250
K12	E	33	Van	Ortaokul	E	İşletme Sahibi/Aşçı	22	4250
K13	K	50	İzmir	İlkokul	E	İşletme Sahibi/Aşçı	6	Belirtilmedi
K14	E	30	Van	Ön Lisans	B	Aşçı	6	8500
K15	E	27	Van	Ön Lisans	B	Aşçı	7	6250
K16	E	32	Hakkâri	İlkokul	E	Aşçı	18	7000
K17	E	27	Van	Lise	B	Aşçı	4	6000
K18	E	32	Van	Ortaokul	E	İşletme Sahibi/Aşçı	11	10000
K19	E	45	Van	İlkokul	E	Aşçı	20	8000
K20	E	37	Van	İlkokul	E	Aşçı	15	5800

Esnaflık Lokantası Tanımlarına Yönelik Bulgular

Araştırmanın bir başka araştırma sorusu esnaf lokantalarının katılımcılar açısından nasıl tanımlandıklarına yöneliktir. Verilen cevaplardan elden edilen bulgular Tablo 4'te sunulmuştur. Buna göre; samimiyet, güler yüz, düşük maliyet ve hesaplı fiyat, tat ve lezzet yerleri, yöresel ve sulu yemek, kaliteli hizmet anlayışı, tercih eden müşteriler, öğün ve aile işletmeleri olmak üzere dokuz ifade en çok dile getirilen ifadeleri oluşturmaktadır. Tabloda sıklığı en yüksek ifadeler olan samimiyet ve güler yüz ifadelerini katılımcıların esnaf lokantalarını açıklarken birlikte kullandıkları belirlenmiştir.

Tablo 4. Esnaf Lokantalarının Tanımlarında Yer Alan İfadeler

İfade	Katılımcı	Sıklık	Yüzde(%)
Samimiyet	K5, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K13, K14, K15, K16, K17	12	18,2
Gülyüz	K5, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K13, K14, K15, K16, K17	12	18,2
Düşük maliyet ve hesaplı fiyat	K1, K4, K6, K10, K15, K16, K17, K18, K19, K20	10	15,2
Yöresel ve sulu yemek	K1, K6, K8, K11, K12, K14, K15, K20	8	12,1
Tat ve lezzet yerleri	K2, K5, K8, K9, K10, K13, K18, K19	8	12,1
Kaliteli hizmet anlayışı	K2, K8, K9, K11, K14, K17	6	9,1
Her kesimden tercih edilen	K1, K6, K18, K19, K20	5	7,6

Öğün	K6, K17, K19	3	4,5
Aile işletmeleri	K15, K17	2	3
Toplam		66	100

K1 kodlu katılımcı bu konuda “Dışarıdan gelen müşterilerin ve çevre esnafın yöresel ve sulu yemek yemek istedikleri, maliyetin düşük ve hesaplı fiyatın olduğu, herkese uygun görülen diğer kurumsallaşmış işletmelere göre daha uygun ikramların daha fazla olduğu küçük aile işletmeleridir.” şeklinde görüşlerini açıklarken K14, “esnaf lokantalarında güler yüz ve samimiyetin ön planda olması lazım. Çünkü buraya gelen insanlar genellikle birbirini tanıyan insanlardır. Birbiri ile iletişimleri vardır. Çoğu da aslında komşudur. Komşuluktan bahsettiğim bu semtte hepsinin dükkânı var birbirlerini tanır... Birbirimizi bir aile gibi görüyoruz. Yani esnaf lokantası düşüncem benim bu. Tabii sulu yemeklerin de yöresel yemeklerin de olduğunu ve yapıldığı yerlerdir.” diyerek lokantaları betimlemiştir. Diğer öne çıkan görüşler aşağıda yer almaktadır:

“Bana göre esnaf lokantaları tadım olduğu, damak zevkini arayan müşterilere sınırsız hizmet sunum samimiyet sohbet ve diyalogun olduğu yerlerdir.”(K2)

“Memurların, garibanların temiz, lezzetli ve uygun fiyatlı yemek yedikleri her öğün açık olan sosyal mekânlar olarak tanımlayabilirim. Esnafın sulu yemekleri ve yöresel yemekleri tercih ettiği, yemeklerin aynı masalarda yenildiği yerlerdir.”(K4)

“Her kesimden insanın gelip yemek yediği, özellikle orta gelirli kişilerin her öğün yemek yediği ve muhabbet ettiği herkesin birbirini tanıdığı ve lezzetli yemekleri tatmak için bir araya gelinen aile işletmeleri olarak tanımlayabiliriz. Bu tür lokantalarda yemeğin yanında sohbet ve muhabbet buraların vazgeçilmezlerindedir.”(K5)

“Esnaf lokantası benim için kişilerin hem psikolojik hem fizyolojik olarak doyuma ulaşabildiği, hizmetin aksamadan hızlı bir şekilde kesintisiz olarak sunulduğu, güler yüzün ve samimiyetin olduğu nazik ferah işletmelerdir.”

“Esnaf lokantası diğer restoranlara nazaran her bütçeye ve her kesime uygun olan küçük aile işletmeleridir. Esnaf lokantasında yapılan yemekler başta sulu yemek olup her yöreden farklı lezzet kültürlerini tattırabilen, samimi ve güler yüzlülüğün olduğu yerlerdir benim için...”(K15)

“...belli bir kesime hitap eden fiyat performans açısından diğer işletmelere göre daha ekonomik yerler... bu yerlere ulaşım kolaydır çünkü hemen hemen her sokakta, her caddede esnaf lokantası bulabilirsiniz. Gelen müşterilerin çoğu birbirini tanır. Sohbet muhabbet buralarda diğer restoranlara göre daha güzeldir. Yemek olarak da her türden yemek bulabileceğiniz yerlerdir.” (K16)

“Esnaf lokantası genellikle esnaf halkının ve memurların geldiği ve dışarıya da tepsiler ile yemek servisi yapan daha çok öğlen saatlerinde yoğun olduğu ve birkaç çeşit yemeğin olduğu temiz ve güzel yemek kokuların olduğu esnafların yemek alanlarıdır.” (K19)

Esnaf Lokantalarının Özelliklerine Yönelik Bulgular

Esnaf lokantalarının özelliklerine yönelik bulguların sunulduğu Tablo 5'e göre hijyen/temizlik başta olmak üzere, masa düzeni, samimiyet, sadelik ve ferahlık' en sık ifade edilen özelliklerdir. Esnaf lokantalarının geçmişten gelen bazı belirleyici özellikleri olduğunu belirten katılımcılardan, geleneksel olarak masalarda sürahi ile su bardakları ve ekmek sepeti olması ile otantik olması gerektiğini belirtenlerin bulunması, hala bu işletmelerin bazılarının geleneksel ve aslına sadık bir yapıda hizmet verdiğini göstermektedir.

K12 bu konuda, "Bizim beklediğimiz işte masada sürahide su olsun, peçete olsun, baharatlık olsun temiz olsun..." derken, K20 "... Masaların insanların sığabileceği şekilde, cam sürahilerde suyun olması, tuz, pul biber..." şeklinde görüşlerini aktarmıştır. K2'nin ise "...Esnaf lokantaları ışıltılı yerler, keleklerin uçtuğu yerler değildir. Ambiyansın sade olduğu hatta çalınan radyodaki müziğin bile sade olduğu yerlerdir..." şeklindeki görüşleri radyo vurgusu nedeniyle dikkat çekmektedir.

Araştırmada esnaf lokantalarının tanım ve özelliklerine yönelik bulgulardan hareketle esnaf lokantalarının tanımı şu şekilde yapılabilir: Samimiyet ve güler yüzün esas alındığı, diğer restoranlara göre düşük fiyatlı, lezzetli, çeşitli, yöresel ve sulu yemekler sunan, temiz, düzenli, sade, kaliteli hizmet anlayışına sahip, genellikle aile işletmeleri şeklinde faaliyet gösteren, halkın her kesimine ve yerli ve yabancı turistlere hitap eden yiyecek içecek işletmeleridir.

Tablo 5. Esnaf Lokantalarının Özelliklerine Yönelik Bulgular

İfade	Katılımcılar	Sıklık	Yüzde (%)
Hijyen/Temizlik	K1, K2, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K13, K14, K15, K16, K17, K18, K19, K20	19	25,33
Masalar düzenli olmalı	K1, K2, K3, K4, K5, K10, K11, K12, K14, K15, K16, K17, K19, K20	14	18,67
Samimiyet	K1, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K13, K14, K16, K17	11	14,67
Sade ve ferah olmalı	K2, K3, K5, K6, K11, K13, K20,	7	9,33
Yemek çeşidi fazla olmalı	K4, K10, K16, K18, K20	5	6,67
Sürahi ve su bardakları olmalı	K1, K4, K5, K12, K20	5	6,67
Menü olmalı	K3, K4, K5, K16	4	5,33
Ekmek sepeti olmalı	K1, K4, K5	3	4
Benmari ve açık sunulan yemekler	K1, K12, K14	3	4
Otantik olmalı	K3, K5	2	2,67
Tuzluk ve baharatlık olmalı	K5, K12	2	2,67
Toplam		75	100

Esnaf Lokantalarının Konum Seçimlerini Belirlemede Şekillerine Yönelik Bulgular

Katılımcıların, esnaf lokantalarının konum seçiminde hangi unsurların göz önüne alındığı konusundaki görüşlerinden elde edilen bulgular Tablo 6’da sunulmuştur. Buna göre diğer kurumlara yakınlık, işlek cadde, mesleki tecrübe, piyasa değerlendirilmesi kira maliyeti en sık göz önüne alınan unsurlardır. Bir lokantanın hem sahibi hem aşçısı olan lisans eğitilmiş bir katılımcının ise otellere yakınlık cevabı dikkat çekmektedir.

Tablo 6. Esnaf Lokantaların Konum Seçimlerini Belirlemeye Yönelik Bulgular

İfade	Katılımcı	Sıklık	Yüzde (%)
Diğer kurumlara yakınlık	K3, K5, K6, K9, K10, K12, K13, K15, K19, K20	10	25
İşlek cadde	K1, K4, K8, K9, K11, K14, K15, K16	8	20
Mesleki tecrübe	K2, K4, K7, K8, K13, K17	6	15
Piyasa değerlendirmesi	K8, K9, K11, K18, K20	5	12,5
Kira maliyeti	K1, K4, K9, K11, K16	5	12,5
Piyasa açığı	K4, K7, K9, K17	4	10
Otellere yakınlık	K1	1	2,5
Kafelere yakınlık	K3	1	2,5
Toplam		40	100

Katılımcıların, lokanta konumu seçilirken dikkat ettiği unsurları bazı katılımcılar şu şekilde ifade etmiştir:

“2005’ten beri bu sektörün içindeyim haliyle tecrübe kazandım. Meslekteki deneyimlerime güvenerek ve buranın esnaf ve cadde merkeze yakın olduğu için burayı uygun gördüm. Aynı zamanda kira gibi maliyetler noktasında da burası uygundu, bu sokağa baktığımda kebabçı, dönerci var ama sulu yemek tarzı yapan bir yer yoktu. Ben de bu alanda işletmeyi burada açmaya karar verdim.” (K4)

“Öncelikle kurumlara yakın olması ve ulaşım kolaylığını dikkate alarak buraya uygun olacağını düşündük. Kurum olarak dediğim şu karşıda belediye ve tapu ve kadastro binaları var buradaki memurlara büyük çoğunlukla hizmet veriyoruz.”(K6)

“Mesleği bildiğim için kendime güvendim. Bu sokakta o zamanlar hem caddeye hem de diğer arka tarafa çok yakındı ve insanlar genellikle bu caddeden ve sokaktan geçiyorlardı.” (K8)

“Öncelikle günümüzde ulaşım oldukça zor bir hal almaya başladı...bizler de işletmemizi kurarken daha çok merkeze yakın, insanların kolaylıkla ulaşabileceği tarif edilebilir bir şekilde olması için uygun yeri seçtik, tabi seçerken ekonomik durumu göz önüne almamız gerekiyordu.” (K11)

Esnaf Lokantalarının Hizmet Ettiği Tüketici Profiline Yönelik Bulgular

Katılımcıların esnaf lokantalarının hizmet ettiği tüketici profiline yönelik cevaplarına göre oluşturulan Tablo 7’ye göre, lokantaların hizmet verdiği tüketicilerin başında %19 ile “esnaf” gelmektedir. Ardından sıklık sırasına göre öğrenciler, memurlar, turistler öğrenci ve işçiler en çok bu esnaf lokantalarını tercih etmektedir.

Tablo 7. Esnaf Lokantalarının Hizmet Ettiği Tüketici Profiline Yönelik Bulgular

İfade	Katılımcı	Sıklık	Yüzde (%)
Esnaf	K1, K2, K3, K4, K5, K8, K9, K10, K11, K12, K14, K15, K17, K18, K19, K20	16	19
Öğrenci	K2, K3, K4, K6, K8, K9, K10, K11, K13, K14, K15, K16, K17, K18, K20	15	17,9
Memur	K1, K2, K3, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K14, K15, K17, K18, K19	14	16,7
Turist	K1, K6, K7, K8, K10, K11, K12, K14, K15, K18	10	11,9
Öğretmen	K2, K4, K8, K15, K17, K18	6	7,1
İşçi	K1, K2, K5, K15, K17, K18	6	7,1
Diğer meslek grupları	K2, K3, K4, K15, K18	5	6
Polis	K4, K9, K15, K17, K18	5	6
Asker	K9, K11, K13, K15, K18	5	6
Yoksul	K1, 15	2	2,4
Toplam		84	100

Önceki sorularda da katılımcıların her kesime hitap ettiğini belirttikleri lokantaların aynı zamanda yabancılara da sıklıkla hizmet verdiği bulgulardan anlaşılmaktadır. K1 bu soru kapsamında görüşlerini “Bizlere gelen müşteriler esnaf kesimi, memur, inşaat işçileri, mevsimlik işçiler, garibanlar, İranlı turistler, Afganlar son zamanlarda onlarda sık gelmeye başladı. Suriyeliler, ha bir de geçen gün bir kafilе Koreli geldi.” şeklinde aktarırken, K10 “Öncelikle esnaf, öğrenci, memur hemen her kesimden insanlar geliyorlar. İranlı turistler de bizleri tercih eden bir diğer misafir kitlemiz.” demiştir.

Esnaf Lokantası Müşterilerinin Kişi Başına Ödediği Ücretlere Yönelik Bulgular

Katılımcıların verilerin toplanma tarihinde, esnaf lokantası müşterilerinin kişi başına ödediği ücretlere yönelik verdikleri cevaplara göre Tablo 8 oluşturulmuştur. Buna göre, kişi başı ödenen en az ücretin 26 TL olduğu, en fazla ödenen ücretin ise 196 TL olduğu belirlenmiştir. Yine esnaf lokantalarına özgü olduğu belirtilen üç çeşit yemek tarifesi 35 ila 45 TL arasında değişmektedir. Kişi başına ödenen ücretlerin yemeğin çeşidine göre değiştiği, ızgara tarzı yemeklerin, sulu yemeklere oranla daha fazla pahalı olduğu belirlenmiştir.

Tablo 8. Esnaf Lokantasında Kişi Başına Ödenen Yemek Ücretlere Yönelik Bulgular

Kişi başına ödenen ücret (TL)	Sıklık	Yüzde (%)
26-45	8	40
35-45 (3 çeşit yemek)	5	25
50-55	4	20
60-196	3	15
Toplam	20	100

Esnaf lokantası katılımcılarının, kişi başına ödenen yemek ücretlerine yönelik ifadelerinde fiyat artışlarına dikkat çektikleri görülmektedir. K4, "şu an lokantamıza gelen bir kişi ortalama 37 TL ödüyor. Pandemi ve zamlardan önce kişi başı 15 TL ödüyorlardı üç çeşit yemek için..." (K4) derken, K11, "Lokantamıza gelen bir kişi ortalama 50 TL içeceği ile birlikte ödüyor. Tabii böyle devam ederse fiyatlarımızda artış yapmayı düşünüyoruz çünkü maddi koşullar bizleri zorlamaya başladı." şeklinde görüşlerini detaylandırmıştır.

Ayrıca araştırmada esnaf lokantalarında porsiyon fiyatlarının nasıl belirlendiği sorusuna da yanıt aranmıştır. Katılımcılar porsiyon fiyat tespitini belirlerken en yüksek oranda "gelir gider maliyetlerini göz önüne alarak" (%52,4) ve "Esnaf Lokanta Odalar Birliği'nin belirlediği fiyatlara göre" (%33,4) yaptıklarını ifade etmişlerdir.

Esnaf Lokantalarında Menü Kartının Varlığı ve Hazırlanışına Yönelik Bulgular

Araştırma kapsamında katılımcılara yöneltilen bir diğer soru "Lokantanızda müşterilere sunulan bir menü kartınız var mı? Varsa menü kartınızı hangi unsurları göz önüne alarak hazırlıyorsunuz?" sorusudur. Menü kartı varlığı hakkındaki sorunun cevaplarından elde edilen bulguların sunulduğu Tablo 9'a göre katılımcıların yarısının menü kartı kullanmadıkları görülmektedir. Diğerlerinde müşterilerin menü kartından ya da garson rehberliğinde sipariş verdikleri ayrıca tabldot usulünde hizmet verdikleri belirlenmiştir. Menü kartına sahip olmayanların yemek çeşitlerinin az olduğu, esnaf lokantalarında çıkan yemeklerin aşağı yukarı aynı yemek tarzları olduğu ve tabldot usulünün olduğu vurgulanmış ve bundan dolayı menü kartlarına gerek olmadığı belirtilmiştir. Menü kartına sahip olan lokantaların katılımcıları ise menülerini hazırlarken öncelikle müşteri tercihleri, yemek maliyetleri, diğer lokantalardan farklı olma, lezzet gibi unsurları göz önüne alarak hazırladıklarını belirtmiştir.

Tablo 9. Esnaf Lokantalarında Menü Kartının Varlığına Yönelik Bulgular

İfade	Katılımcı	Sıklık	Yüzde (%)
Menü kartı yok	K1, K2, K4, K5, K6, K9, K10, K11, K12, K13, K14, K18, K19, K20	14	50
Menü kartı var	K3, K7, K8, K15, K16, K18	6	21,4
Garson rehberliğinde sipariş	K12, K14, K17, K19	4	14,3
Tabldot usulü	K4, K5, K6, K14	4	14,3
Toplam		28	100

Menü kartı bulunmayan lokanta katılımcıların ifadeleri ve araştırmacının yaptığı gözlemler esnaf lokantalarında vitrinde sergileme şeklinde geleneksel yapının devam ettiğini göstermektedir. K1, "...bizde çıkan yemekler hepsi gözüktüğü için müşteri gelip ben şunu şunu almak istiyorum diyor. Ondan sonra servis ediyoruz. Menü kartına gerek yok bence esnaf lokantalarında çünkü aşağı yukarı ne çıktığı bellidir." şeklinde, K4 "Tabldot menü kullanıyoruz. O da günlük olarak değişiyor. Beğen seç al mantığıyla çalışıyoruz. Tabldot menümüzü oluştururken sulu yemeklerin olmasına dikkat ediyor ve kişilerin neleri daha fazla tercih ettiğini görerek ona göre yakın ürünler ve yemekler yapmaya çalışıyoruz..." ve K5 "...Yaptığımız yemekleri vitrinde sunuyoruz gelen müşteri oradan alıyor." şeklinde görüşlerini aktarmıştır.

Esnaflık Lokantalarında Menü Oluşturulurken En Çok Önem Verilen Unsurlara Yönelik Bulgular

Esnaflık lokantalarında menü oluşturulurken en fazla önem verilen unsurlara yönelik cevaplardan elde edilen bulgular Tablo 10'da sunulmuştur. Bulgular esnaflık lokantalarında menü oluşturulurken en fazla önem verilen unsurların müşteri tercihleri başta olmak üzere, uygun bütçe, kalite, lezzet ve görünümü olduğu belirlenmiştir.

Tablo 10. Esnaflık Lokantalarında Menü Oluşturulurken En Fazla Önem Verilen Unsurlara Yönelik Bulgular

İfade	Katılımcı	Sıklık	Yüzde (%)
Müşteri tercihleri	K1, K4, K5, K8, K10, K11, K12 K13, K14, K15, K16, K17, K19, K20	14	35,85
Uygun bütçe	K6, K8, K9, K10, K12, K14, K17, K18, K19	9	18,87
Kalite	K2, K3, K7, K8, K17, K18	6	13,21
Lezzet ve görünüm	K6, K8, K10, K18	4	9,43
Piyasa menü farkındalığı	K3, K16, K18	3	7,55
Mevsimsel sebze/ yemeklere yer verme	K8, K15, K19	3	5,66
Yöresel yemekler	K7, K13	2	3,77
Konsept menü	K15, K20	2	3,77
Ürün tazeliği	K2	1	1,89
Toplam		44	100

Van Mutfağı Kültürüne Ait Yöresel Yemeklere İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında katılımcılara yöneltilen bir diğer soru "Van mutfağı kültürü denildiğinde aklınıza gelen yöresel yemekler nelerdir?" sorusudur. Verilen yanıtlardan elde edilen bulgulara göre oluşturulan Tablo 11 ve Şekil 1'de, Van mutfağı kültürüne ait aklı ilk gelen yemeğin Keledoş olduğu görülmektedir. Onu izleyen Ayran aşısı, Tandırda Van balığı, Kürt köftesi ve Van otlı peyniri aynı zamanda coğrafi işaret tescilli olan yöresel yemeklerdir. Diğer sıralanan yemeklerin de Van mutfağı kültürü bölümünde aktarılan yemeklerden olduğu görülmektedir. Buradan hareketle katılımcıların Van'a ait yöresel yemeklere oldukça hâkim olduğu, bunun da katılımcıların çoğunluğunun Vanlı olmasından kaynaklandığı yorumu yapılabilir.

Tablo 11. Van Mutfağı Kültürüne Ait Yöresel Yemeklere İlişkin Bulgular

Van Yöresel Yemekleri	Sıklık	Yüzde (%)
Keledoş	18	11,04
Ayran aşısı	13	7,98
Tandırda Van balığı	11	6,75
Kürt köftesi	9	5,52
Otlı peynir	9	5,52

Eşgili	7	4,29
Helise	7	4,29
Acem köftesi	7	4,29
Murtuğa	7	4,29
Kavut	6	3,68
Van çöreği	6	3,68
Sengeser	5	3,07
Ciğer köftesi	5	3,07
Tırşık yemeği	5	3,07
Bostaniye	4	2,45
Kuzu kavurma	4	2,45
Mumbar	4	2,45
Çiriş pilavı	3	1,84
Ot kavurmaları	2	1,23
Van ekmeği	2	1,23
Mende	2	1,23
Soğan dolması	2	1,23
Siyabo	2	1,23
Balık sarması	2	1,23
Sucuklu yumurta, Kurut aşısı, Kavurmalı yumurta, Avanit, Etli köfte, Den şilesi Tuzlu balık, Aya köfte, Piti, Bulgur aşısı, Pirinç çorbası, Bulgurlu kuzu kellesi, Müküs tatlısı, Kaşık tatlısı, Van cacığı, Kadesuk, Uşkun reçeli, Ceviz reçeli, Van pastası, Kayısı kızartması, Erik kızartması	1'er	0,61*21
Toplam	163	100

Van mutfak kültürüne ait yöresel yemeklerin kod bulutu Şekil 1’de gösterilmiştir. Kod bulutunda yöresel yemeklere ait sıklıklar iki ve üzeri olarak sınırlandırılmıştır. Tabloda 21 sıklıkla birer kez ifade edilen yemekler kod bulutu analizine dâhil edilmemiştir.



Şekil 1. Van Yöresel Yemeklerine İlişkin Kod Bulutu

Katılımcıların Coğrafi İşaretli Ürünler Hakkındaki Bilgi Düzeyleri ve Menülerde Van Coğrafi İşaretli Ürünlerin Varlığına Yönelik Bulgular

Araştırma sorularından bir diğeri olan katılımcıların coğrafi işaretli ürün konusunda bilgi düzeylerine ve lokantada coğrafi işaretli ürünlerin kullanımına yöneliktir. Elde edilen bulgular katılımcıların %75 gibi yüksek bir oranının katılımcının coğrafi işaret konusu hakkında hiçbir bilgisi olmadığını göstermektedir. Burada araştırmacı bu katılımcılara coğrafi işaret hakkında bilgi aktararak görüşmeye devam etmiştir. Genel olarak araştırma kapsamındaki lokantaların %60’ında Van Coğrafi İşaretli Ürün/yemeklere yer verilmediği anlaşılmıştır. Bunlar, Keledoş, Van Ayran Aşısı, Sengeser ve Kürt köftesidir. Bazı katılımcıların Van Coğrafi İşaretli Ürünler olarak Acem köftesi, Tuzlu balık, Ciğer köftesi ve Eşgili yemeğini coğrafi işaretli ürün olarak belirttikleri ancak bunların Van yöresel mutfağına ait olsa da henüz tescillenmediği belirlenmiştir.

Tablo 12. Coğrafi İşaretli Ürünler Hakkında Bilgi ve Lokanta Menüsünde Kullanılan Van Coğrafi İşaretli Ürünlerine Yönelik Bulgular

İfade	Sıklık	Yüzde (%)	İfade	Sıklık	Yüzde (%)
Coğrafi işaret bilgisi yok	15	75	Van Coğrafi İşaretli Ürünleri menüde yer almıyor	12	60
Coğrafi işaret bilgisi var	5	15	Van Coğrafi İşaretli Ürünleri menüde yer alıyor	8	40
Toplam	20	100	Toplam	20	100

Bazı katılımcılar coğrafi işaret hakkındaki görüşlerini “Evet, bilgim var. Bir yöreye ait olan ürünlerin o yöreye ait olduğunu bildiren sistem. Biz Van coğrafi işaretli ürün olarak sadece Keledoş yapıyoruz.”(K1) sözleriyle, “...Coğrafyaya ait olması nedeni tamamen bu yöreye has ürünlerden yapılan yemekler ve diğer kültürel ürünler ile bölgenin ekonomisine kültürüne, değerine katkılar sağlayan ve bölgenin tanınırlığını ön plana çıkartan bir markalama diyebilirim.”(K7) şeklinde ve “Evet, bilgim var. Beli bir bölgeye ait olan ürünleri o yöreye ait olduğunu kanıtlayan bir markalama ve tescilleme yöntemidir. Ayran aşısı ve keledoş yapıyoruz.” (K10) diyerek aktarmışlardır.

Katılımcıların Van Esnaf Lokantalarının Van Mutfak Kültürüne Sağladığı Katkılara İlişkin Görüşleri

Araştırma sorularından bir diğeri olan esnaf lokantalarının Van mutfak kültürüne katkısı konusundaki görüşlerinden elde edilen bulgular Tablo 13’te sunulmaktadır. Katılımcıların esnaf lokantalarının en çok tanıtım ve ekonomik katkısı üzerinde durduğu görülmektedir. Ayrıca esnaf lokantalarının Van yöresel yemekleri hakkında bilgi verdiğini, bölgenin mutfak geçmişini yansıttığını/mutfak kültürünün geleceğe aktarılmasını sağladığını ve gastronomi turisti çektiğini belirtmişlerdir. Bu konuda görüşler şu şekilde örneklendirilebilir:

“...bir şehre gittiğimizde oranın lokantalarında yemek yediğimizde o yöreye ait yemekleri yiyebiliriz ve böylelikle oranın yöresel yemekleri hakkında az çok bilgi sahibi oluruz. Yani kısacası bizler için bir tanıtım...” (K1)

“Esnaf lokantaları Van’a ait yemekleri daha fazla tanıtmaya yardımcı olur. Ayrıca gelen iç ve dış turistler Van mutfak kültürü öğrenmesine yardımcı olacaktır. Bununla birlikte ekonomik olarak Van mutfak kültürüne ve Van esnaf lokantalarına katkılar sağlar.” (K4)

“Öncelikle Van’ın yemeklerinin bilinmesini sağlar. Gençlerin daha fazla sulu ve yöresel yemesini sağlar. Yemeklerin unutulmasını engeller. Daha zengin bir mutfak kültürümüz olur. Van’a daha fazla İranlıların gelmesini sağlar...” (K6)

“Esnaf lokantaları Van yemeklerini yaparak daha fazla tanınmasına ve daha fazla dışarıdan gelen insanlara pazarlanabilir. Böylelikle hem bizlere hem de yöre halkı için ekonomik fayda sağlayacaktır...” (K9)

“...Kültürün devamlılığını, sonraki kuşaklara aktarılmasını sağlar. Ayrıca yabancı insanlara tanıtma ve sevdirmeye açısından oldukça önemlidir...” (K11)

“...İranlılar geliyor burada yemek yiyerek Van’ın Türkiye’nin yemeklerini öğreniyorlar Bu da bizi mutlu ediyor. Bölgeyi ve şehri tanıtım ve turist gelmesi açısından önemli...” (K14)

Tablo 13. Katılımcıların Van Esnaf Lokantalarının Van Mutfak Kültürüne Sağladığı Katkılara İlişkin Görüşleri

İfade	Sıklık	Yüzde (%)
Van’ı tanıtır	14	31,82
Ekonomik katkı sağlar	13	29,55
Van yöresel yemekleri hakkında bilgi verir	9	20,45
Bölgenin mutfak geçmişini yansıtır/geleceğe aktarılmasını sağlar	5	11,36

Gastronomi turisti çeker	3	6,82
Toplam	44	100

Esnafların Menülerinde Yer Alan Van Mutfağına Ait Olmayan Yemeklere İlişkin Bulgular

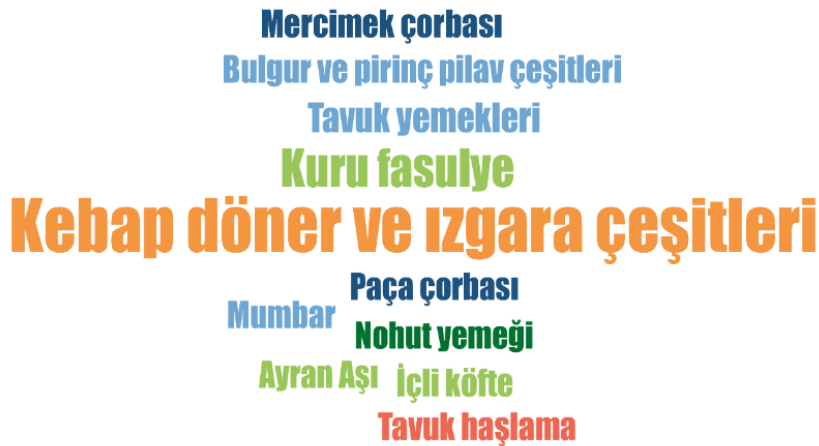
Katılımcıların sundukları yemeklerde menülerinde Van Mutfağına ait olmayan yemeklere verdikleri yanıtların analiziyle oluşturulan kod bulutu Şekil 2’de gösterilmiştir. Kod bulutunda sıklık en az iki ve en fazla sıklığa sahip olan yemek ortada ve büyük punto olacak şekilde düzenlenmiştir. Buna göre %19,23 oranında kebab ve ızgara çeşitleri, %13,46 oranında kuru fasulye ve tavuk yemekleri, %5,77 oranında içli köfte, bulgur ve pirinç pilavları ve mercimek çorbası sıklığı en yüksek yanıtlar olmuştur. Ayrıca ayran aşının bu yöreye ait olmadığını düşünen katılımcılar olduğu anlaşılmaktadır. Detaylı görüşlerden örnekler şu şekilde aktarılabilir:

“Bizde yapılan yemeklerin hepsi sulu yemek tarzıdır. Her yerde bulabileceğiniz yemekleri yapıyoruz. Hemen hepsi Van’a ait değil işte tavuk haşlama, kuru fasulye, bulgur pilavı, pirinç pilavı, türlü, kavurma gibi her yerde yapılan yöresel yemekleri yapıyoruz.” (K4)

“Ben burada 30- 35 tane farklı yemek çıkartıyorum bunların hepsinin Van’a ait olması imkânsız Tabii Van’a ait yemekler var...Keledoş, Sengeser ve Ayran Aşı ama diğer çeşitler herkesin yiyebileceği yemeklerdir.” (K6)

“...biz müşteri neyi talep ediyorsa onu yapmaya çalışıyoruz genellikle de ızgara döner tarzı yemekler yapıyoruz ondan dolayı elbette Van’a olmayan çoğu yemek var hatta hiçbiri Van’a ait değil.” (K12)

“...hiçbiri Van’a ait değil çünkü kuru fasulye her yerde yapılıyor, mumbar da her yerde yapılıyor. Izgaralar da her yerde yapılıyor. Çünkü biz ekonomi boyutunu düşündüğünüz için işte ne çok satabiliriz onları yapıyoruz.” (K14)



Şekil 2. Esnaf Lokantalarının Menülerinde Yer Alan Van Mutfağına Ait Olmayan Yemeklere İlişkin Kod Bulutu

Esnaf Lokantalarının Menülerinde Yöresel Yemeklerin Yer Alma Durumlarının Nedenlerine İlişkin Bulgular

Katılımcılar Van yöresel yemeklerinin sundukları yemekler arasında yer almasında Tablo 14’te yer alan ifadelerin belirleyici olduğunu belirtmişlerdir. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların yaklaşık yarısının müşteri taleplerine göre bu kararları almaktadır. Ancak her ne kadar tanıtım için bu yemekleri sunmaya önem verseler de, bu geleneksel yemekleri yapabilecek düzeyde nitelikli aşçı gerekmesi ve maliyet unsuru bu konuda belirleyici olabilmektedir. K5 bu konuda “...Van’a ait yemekleri yapacak kapasiteye sahip değiliz; hem fiziki hem de mesleki olarak, ikincisi biz gelen müşteri tercihlerini göz önünde bulunduruyoruz onlarda genellikle geleneksel dediğimiz yemekleri tercih ediyorlar.” diyerek klasik sulu yemek taleplerine vurgu yaparken, K6 “...Bulundurma sebepimiz dışarıdan gelen insanların talep etmesi, çünkü ilk açtığımızda birkaç kişi keledoş sormuşlardı. Biz de hemen menüye ilave ettik...” şeklinde cevap vermiştir. K9 “Bu taraflarda genellikle yöresel yemekler evlerde yapılıyor. Esnaf daha çok ızgara tarzı yemekler tercih ediyor ondan dolayı yöresel yemek bulunduruyoruz. Buradaki temel hedefimiz esnaf ve halk bizden ne istiyor.” ve K11 “...Öncelikle yapabilirlik çünkü bir yemeği yapamayacak veya ona uygun malzemeyi bulamıyorsak meydanı getirmesi imkânsız bundan dolayı bulundurma sebepimiz pratik ve insanların tercih etmeleri, bulundurmamız ise müşteri tercihlerin az ve yapılmasının maliyetli olduğunu söyleyebilirim.” şeklinde görüşlerini aktarmıştır.

Tablo 14. Esnaf Lokantalarının Menülerinde Yöresel Yemeklerin Yer Alma Durumlarının Nedenlerine İlişkin Bulgular

İfade	Sıklık	Yüzde (%)
Müşteri talebi	15	46,88
Tanıtım	5	15,63
Mesleki bilgi ve yeterlilik	4	12,5
Tercih edilebilirlik	4	12,5
Maliyet	4	12,5
Toplam	32	100

Van Esnaf Lokantalarının Gastronomi Turizm Değeri Olarak Korunması ve Tanıtılmasına İlişkin Bulgular

Katılımcıların Van esnaf lokantalarının gastronomi turizm değeri olarak korunması ve tanıtılmasına yönelik görüşlerinden elde edilen ifadeler Tablo 15’te sunulmaktadır. Katılımcıların ifadelerinde en sık tanıtım ve reklam başta olmak üzere, gastronomi ve yemek fuarlarında yer alma ve paydaş kurumların desteği ifadelerinin yer aldığı görülmektedir. Katılımcılar bu konuda oldukça dikkat çeken açıklamalar yapmışlardır.

“...son yıllarda gelişen fast food ve zincir restoranlar ile bu kültürün yok olduğunu veya yok olmaya yüz tuttuğunu söyleyebilirim ne yazık ki...” (K11)

“Bence esnaf lokantalarının korumak ve tanıtım için haftada en az bir kere de olsa buralarda yemeklerin yenilmesi ve tercih edilmesi gerekiyor. Böylelikle hem tanıtım hem de lezzetli kültürel

bir yemek yenmiş olur. Esnaf lokantalarına ne kadar çok talep olursa o kadar çok tanınır ve devam niteliği artar.” (K1)

“Öncelikle tanıtım çok önemli günümüzde çünkü kendimizi bir şekilde fark ettirmeliyiz yoksa insanlar bizlerden bir haber yemek yerler...esnaf lokantalarının gerektiği kadar değer görmediğini düşünüyorum. İnsanlar farklı bir şekilde diğer sağlıklı yemeklerin yapıldığı fast food mekânlarına yöneliyor. Bu da bizim geleceğimizi tehlikeye atıyor. Bu noktada kendimizi daha fazla insanlara göstermeliyiz, bunu medya yoluyla veya yaptığımız işe daha fazla özen göstererek gerçekleştirerek esnaf kültürünü yaşatabiliriz. Bunun aksine gün geçtikçe biz de kalıplaşmış düşünceler içerisinde kalarak sadece çevre esnaf belki biz esnaf lokantalarında yemek yer ve bu kültür devam eder.” (K2)

“Esnaf lokantaları gastronomi turizmine illaki faydası vardır çünkü yöresel yemekler esnaf lokantalarında daha fazla çıkıyor. Bir Kuru fasulyeyi restoranda yiyemezsiniz çünkü oralar daha fazla alakart tarzı ve dünya mutfağından yemekler çıkarıyor. Bizim esnaf lokantası kültürü ise daha çok yöresel bu noktada esnaf lokantaları daha fazla tanıtılmalı tanıtımaya çaba göstermeliyiz daha fazla daha fazla tanıtırsa daha çok insanlar tercih eder ve böylelikle daha çok ayakta kalabilir. Bence belediyeler ve esnaf sanatkâr odası esnaf ve lokantalar Birliği, aşçı dernekleri bu noktada daha fazla önem verilerse daha iyi olacağını düşünüyorum. Siz bir kafeye veya restorana gittiğinizde ekstra fazla bir ürün istediğinizde sizlere maliyet olarak yansıtılır ama esnaf kültüründe bu yok sınırsız ekmek sınırsız, su sınırsız hizmet vardır.” (K6)

“Biz lokanta esnafları olarak biraz daha teknoloji cihazları kullanamıyoruz eski usul yöntem ile ilerliyoruz ama günümüz buna müsait değil ondan dolayı sadece çevre dükkânlar ve bu sokakları yolu düşen biri olursa ancak öyle kendimizi belli edebiliyoruz. Daha önce lokantaların önünde bir kişi durur bağırarak milleti yemek için içeri davet ederdi Şimdi bu da yok yani bizim daha fazla ses getirecek yöntemler denememiz lazım yoksa böyle devam eder. Bizim lokanta esnafları olarak daha fazla etkinliklerde bulunmalıyız hatta lokanta festivalleri bile düzenlenebilir.” (K9)

“Biz esnaf lokantalarına gerekli maddi desteklerin sağlanması, nitelikli (ara) eleman desteğinin sağlanması ile bu lokanta kültürünü daha iyi tanıtılabilir ve daha fazla maddi kazanç sağlayarak daha uzun ayakta kalabiliriz.” (K10)

“Bulunduğu bölgenin tanıtım reklamlarında açılışlarda illerin var olan bir tanıtım broşürlerinde esnaf lokantalarına yer vererek hem de yöreye ait yemeklerin insanların tanınmasına ve tanıtılmasına neden olur Böylelikle korumada gerçekleşmiş olur.” (K11)

“Bizlere destek sağlamalı çünkü Esnaf Lokantalar Oda Birliği yeterince biz lokantalara bir fayda sağlamıyorlar. Yine aynı zamanda festivaller gibi yerlerde esnaf lokantaları hakkında tanıtımlar yapılmalıdır. Böylelikle daha fazla insanın dikkatini çeker ve bu kültürün devam etmesini sağlarız. Aksi halde gün geçtikçe yok oluyoruz.” (K12)

“...asında bir müze gibi söyleyebilirim şöyle insanlar müzeye niye gider oradaki eski eşyaları görmek için ve onları tanımak için, esnaf lokantaları da böyle dışarıda gelen insanlar buralarda yemek yiyerek buradaki kültürü, yemek çeşitlerini, sofrayı düzenini öğrenmiş ve tatmış olur. Eğer bir müzeyi temizlemez ve bakım yapmazsanız oradaki eşyalar çürüyüp yok olur. Esnaf lokantaları da böyle düşünerek daha farklı yollarla insanlara tanıtılmalı ama öncelikle kendi yerli insanımıza bunları kabul ettirmeliyiz yoksa dışarıdaki yabancı 1-2 gün içerisinde gidecektir. O yüzden önce bizim mutfağımıza sahip çıkmamız lazım.” (K17)

“Öncelikle ticaret odası ve esnaf ve lokantalar odasını bizlerin daha fazla haklarımız ve sorumluluklarımız belirtmeli. Türkiye de tüm esnaf lokantaların bağlı olduğu ve esnaf lokanta kültürünü sürekli ön plana çıkartmaya çalışan bir dernek veya kuruluş kurulmalıdır. Yabancı insanların daha fazla bizleri tercih etmesini sağlamalıyız.” (K19)

Tablo 15. Van Esnaf Lokantalarının Gastronomi Turizmi Değeri Olarak Korunması ve Tanıtılmasına İlişkin Bulgular

İfade	Sıklık	Yüzde (%)
Tanıtım ve reklam olmalı	7	35
Gastronomi ve yemek fuarlarında esnaf lokantalarının yer alması gerekir	4	20
Paydaş kurumların desteği gerekir	4	20
Kalite standartlarını oluşturmak gerekir	2	10
Müşteri memnuniyetini sağlamak gerekir	1	5
Kalifiye personel olmalı	1	5
Yöresellik olmalı	1	5
Toplam	20	100

Esnaf Lokantacılığının Sorunları ve Sorunlara Yönelik Çözüm Önerilerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların ikisi dışında diğer tüm katılımcılar esnaf lokantacılığının bazı sorunları olduğunu belirtmiştir. Elde edilen bulgulara göre katılımcılar tarafından en çok esnaf lokantalarında ekonomik problemler, hijyen sorunları, sürdürülemezlik, mali destek yetersizliği, tanıtım, kalifiye eleman ve deneyim yetersizliği sorunları olduğu ortaya konmuştur. Katılımcıların esnaf lokantaların sorunlarına yönelik çözümler konusunda ise Z kuşağına esnaf lokanta kültürünün aktarılması, esnaf lokantalarına uygun perakendeler oluşturma, medya ve il paydaşları yolu ile tanıtım yapma, diğer kuruluşlardan esnaf lokantalarına destek sağlama gibi öneriler sunulmuştur.

K2 ekonomik sorunlar konusunda destek verilmesi gerektiğini belirterek *“Esnaf ve Lokantalar Birliği veya İl Kültür Turizm bizleri daha fazla tanıtabilecek ve bizlere destek bulabilecek uygulamalar üretmelidir. Bu tanıtım noktası bence Türkiye’deki tüm lokantalar için geçerlidir. Çünkü bugün lokanta dediğimiz yerler o ilin o bölgenin kültürünü mutfağını yapısını sofrasını anlatan yerlerdir.”* şeklinde görüşlerini aktarmıştır. K6 *“Ekonomik yetersizlikler bizleri yapmış olduğumuz yemeklere yansıtılmak adına daha fazla zora sokuyor...bence her ilde bir esnaf lokanta tanıtım kitapçığı olmalı Otogar ve hava limanlarında ücretsiz olarak dağıtılmalı. İkincisi ise esnaf lokantaları vergi dilimlerinde daha az etkilenmelidir. Böyle olursa daha düşük maliyeti daha lezzetli ve güzel yemekler yapılabilir.”* (K6) derken, K12 *“...Ekonomik olarak kötü durumdayız. Esnaf ve Lokantalar oda Birliği’nden yeterli destek alamıyoruz...hatta köstek oluyorlar. Ekonomik pahalılık herkesi etkilediği için artık kimse eskisi kadar gelip buralarda yemek yemiyor. Kiralar çok fazla yakıt sizi çok fazla yani şu an sadece günü birlik kendimizi kurtarmaya çalışıyoruz...kimse bizleri fazla bilmiyor çünkü reklam konusunda eksiklikler var bence yerel kanal esnaf lokantaları sesini duyurmalıdır. Bunun dışında il Kültür turizm müdürlükleri de tanıtım noktasında yardımcı olmalılar.”* şeklinde görüşlerini aktarmıştır.

Esnaf Lokantalarının Diğer Restoranlara Göre Algılanan Üstünlükleri ve Zayıflıklarına İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında esnaf lokantalarının diğer restoran türlerine göre üstünlükler ve zayıflıkları sorusuna da yanıt aranmıştır. Katılımcılar esnaf lokantalarının üstünlüklerini özellikler bulgusunda da ortaya konduğu gibi çalışanların müşterilerle olan samimiyetinin ve güler yüzlülüğünün olduğu, genel olarak hesaba yansıtılmayan ekmek, su, çay gibi ikramların daha fazla olması ve düşük fiyat, her kesimden insana hitap etmesi ve menü çeşitliliğinin belirli sayıda olması olarak değerlendirmişlerdir. Esnaf lokantalarının diğer restoranlara göre zayıf yönleri ise talep eden kişi sayısının az olması, yemek sunum hizmetlerinin zayıf olması, düşük fiyat algısı ve talebi nedeniyle esnaf lokantalarında yemeklerin istenilen fiyatlara satılamaması, esnaf lokantalarının ikinci sınıf lokantalar kapsamında değerlendirilmesi, küçük işletmeler olması, kalifiye eleman ile gerekli olduğu belirtildiği halde zayıf kalan hijyen ve temizlik yetersizliğidir. Esnaf lokantalarının diğer restoranlar ile karşılaştırıldığında üstünlüklerini belirterek, zayıf yönünün olmadığını belirten katılımcılar da bulunmaktadır. (K4, K8)

Gözleme Dayalı Bulgular

Araştırma kapsamında Van ilinde gerçekleştirilen araştırmada esnaf lokantaları, esnaf lokantası sahipleri, çalışanları ve müşterilerin bulunduğu ortamla birlikte gözlemlenmiştir. Esnaf lokantalarının Van'ın yöresel yemekleri ve gastronomik ürünlerine menülerinde çok az yer verdikleri gözlemlenmiştir. Esnaf lokantalarının birçoğunda menü kartı olmadığı garsonun "ne vereyim abime" şeklinde samimi bir hitapla gelen müşterilerin siparişini aldığı ve herhangi bir şekilde not tutmadığı görülmüştür. Esnaf lokantalarının genelinin vitrininde yemeklerin sergilendiği, masalarında ekmek sepeti, sürahi, su bardakları, peçete ve baharatlıkların olduğu, kullanılan ekipmanlar ve yöresel kilim, mobilya, dekor gibi unsurlar ile otantik ve geleneksel bir şekilde faaliyetlerini sürdürmeye devam ettiği görülmüştür. Daha modern esnaf lokantalarında ise hazır su şişeleri ve kapalı ekmekler olduğu ve kullanılan ekipmanların daha modern olduğu belirlenmiştir. Bazı esnaf lokantalarında aile salonları olarak ayrı bir bölüm olduğu ve çalışan servis ve mutfak elemanların genellikle erkek olduğu, çalışan kadın sayısının çok az olduğu gözlemlenmiştir. Lokantalarda çalışanların genel olarak kıyafetlerinin tek tip olmadığı ve bazı kıyafetlerinin yeteri kadar temiz olmadığı görülmüş, çalışanların birbirlerine hitaplarında diğer restoranlara göre daha rahat ve samimi oldukları gözlemlenmiştir. Esnaf lokantalarında yemeklerden sonra müşterilere ücretsiz bir şekilde çay ikramında buldukları ve hemen her müşteriye "çay gelsin mi?" sorusunun yöneltildiği izlenmiştir. Aşağıda görüşme yapılan esnaf lokantalarında araştırmacı tarafından çekilen fotoğraflar yer almaktadır.





Sonuç ve Öneriler

Araştırmada Van ilinde esnaf lokantalarının özellikleri, gastronomi turizmi açısından gelişime katkıları, yöresel ve coğrafi işaretli ürünlerin menülerinde bulunması, sorunları, zayıflıkları ve üstünlükleri gibi mevcut durumlarını işletme sahipleri ve aşçıların bakış açısıyla incelemek amaçlanmıştır. Araştırma bulgularından elde edilen sonuçlar Van esnaf lokantalarının özelliklerini ve gastronomi alanı açısından mevcut durumlarını ortaya koymuştur. Bu çerçevede literatürde ve sektörel yayınlarda yer alan tanımlar ve betimlemeler ile katılımcıların aktardığı birçok görüşünün örtüştüğü belirlenmiştir. Elde edilen bu bulgulardan özellikle “sulu yemek” ifadesi literatürdeki çalışmalarda da görülmektedir. Hatta esnaf lokantası bazı araştırmacılar tarafından sulu yemek ile eş anlamlı kullanılabilir (Karaosmanoğlu, 2013: 375). Esnaf lokantaları konulu bir söyleşide de; esnaf lokantaları denilince ilk akla gelen şeyin “samimiyet” ve “ev yemeği” olduğu belirtilmiştir. Bu lokantalarda her kesimden insanın güvenle ve uygun fiyatla karnını doyurduğu, yemeği taze sebzelerle mevsiminde yediği, ikram edilen çayını yudumladıktan sonra bir gülümsemeyle ayrıldığı küçük işletmeler olarak betimlenmiştir (BuGusto, 2012).

Esnaf lokantalarının Van mutfak kültürüne katkısı, yöresel yemekler, müşteri profili, tanıtım gibi konularda katılımcılar tarafından turizm boyutu sıklıkla vurgulanmıştır. Özellikle yöresel yemeklerin turistlere sunumunda esnaf lokantalarının önemini altı çizilmiştir. Benzer şekilde bir araştırmada günümüzde uygulanan her şey dâhil sistem gibi uygulamalarla turistlere otel restoranlarında bazı Türk mutfak kültürüne ait yemeklerin sunulmadığı dolayısıyla tanıtılmadığı, geleneksel yemeklerin günümüzde esnaf lokantalarında yer aldığı belirtilmiştir (Yavuz, 2021: 442). Bulut ise (2019), esnaf lokantalarının başlangıçta toplumun çalışan kesiminin gündelik temel yeme-içme ihtiyaçlarını karşılamak üzere ortaya çıktığını, zamanla yerel halktan ailelerin ve arkadaş gruplarının uğrak yeri ve gastronomik değerlerin yerli ve yabancı turistlere sunumunu sağlama görevini üstlenen Türk mutfak kültürünün yapı taşı olarak tanımlamaktadır.

Çeşitli yazarlarca geçmişten günümüze lokantaların değişikliklere uğramış olduğu belirtilmiştir. Örneğin Öztürk ve Ertamay (2017) esnaf lokantası geleneğinin modern bir

yapıda sürdürüldüğünü, Ünsal (2010: 402) ise modernleşmeyi ve batı tarzı ızgaralık etleri geleneksel yemeklerle birlikte menülerine koymaya başladıklarını belirtmiştir. Bu çalışmada da bu durumun tespit edildiği söylenebilirken bazı unsurların geçmişten itibaren aynı şekilde devam ettiği de tespit edilmiştir. Örneğin cam sürahide su sunumunun bazı restoranlarda devam ettiği gözlenirken bazı restoranların kapalı su servisi yaptığı görülmüştür. Araştırmada dikkat çeken bir bulgu olarak alışlagelmiş bir davranış olan Türkiye’de yemek sonrası ücretsiz demlenmiş çay ikramının Van esnaf lokantalarında hala devam ettiği ve Türklere özgü olduğu söylenebilecek bu geleneğin sürdürüldüğü görülmüştür. Günümüz restoranlarında çayın ücretli bir şekilde, siparişe servis edildiği bilinmektedir. Oğur’a göre (2019) çay, Türkiye’deki bazı şehirler gibi Van’da da bir içecek olmanın ötesinde anlamlar içeren bir kültür unsuru olarak insanların bir araya geldiği her yerde bolca tüketilmektedir. Nitekim Türkiye çay kültürü 2022’de UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması kapsamında listeye girmiştir. Bu bağlamda esnaf lokantalarının da kendine özgü hizmet özellikleriyle geleneksel Türk gastronomik unsurlarının sunumu, sürdürülmesi, tanıtımı ve nesillerce taşıyıcı özelliğiyle önemli bir kültür mirası olduğundan hareketle katılımcılar tarafından sıkça belirtildiği gibi korunması ve yaşatılması gerekmektedir. Erkara (2018) tarihi lokantaların birer ikişer kapatılması karşısında bazı öneriler getirmiştir. Yazara göre, öncelikle devletin bu tarihi alanları koruyucu kanunlar çıkarmasının şart olduğunu, tıpkı somut kültür mirasları olan tarihi eserlere çıkarılan kanunlar gibi somut olmayan kültür miraslarının da kanun gücüyle korunması gerektiğini belirtmiştir. Maddi zorluğa düşenlere maddi destek, işletmeci bulamayanlara işletmeci desteği ve teşvik, mülk sahibi ile sorun yaşayanlara arabuluculuk gibi birçok şey yapılabileceğini ifade eden yazar, sivil toplum örgütlerinin kampanyalarla ve vatandaşların buralarda yemek yemeye giderek göstereceği desteğin önemini altını çizmektedir. Bu araştırma özelinde elde edilen sonuçlara dayanarak bu öneriler getirilebilir.

Araştırmada dikkat çeken bir bulgu olarak katılımcıların çoğunluğunun coğrafi işaret konusu hakkında hiçbir bilgisi olmaması ve menülerde bu ürünlere yeterince yer vermemesi bulgusu, Kayran’ın (2021) Şanlıurfa restoranlarında menülerde coğrafi işaretlere yer verilmemesi ve aşçıların bu konuda yetersiz bilgiye sahip olması bulgularıyla benzerlik göstermektedir. Dolayısıyla başka bölgelerde de benzer sorunların varlığı nedeniyle bu konuya dikkat çekilmesi gerektiği söylenebilir. Ayrıca Van mutfağı öğeleri incelendiğinde, yöreye ait çok sayıda yemek çeşidinin bulunmasına rağmen coğrafi işaretli ürünlerin yeteri sayıda olmadığı görülmektedir. Van mutfağı denilince akıllara ilk olarak kahvaltısı ve otlu peynirinin gelmesi Van mutfak kültürünün ulusal ve uluslararası alanda yeterince tanınmadığı göstermektedir. Bu nedenle yerel gastronomik ürünlerin tescillenmesi için Van yerel paydaşlarının çalışmalar yapması ve etkin tanıtım yapılması önerilebilir. Ayrıca bu konuda yerel yönetimler ve odalar birliği gibi sivil toplum kuruluşları tarafından bu ürünlere yönelik farkındalık oluşturacak eğitimler verilmeli ve önemi aktarılmalıdır. Bununla beraber eksiklikleri bildirilen ve gözlemler sonucu da tespit edilen hijyen, temizlik, menü planlama vb. konularda eğitim destekleri verilmesi, yine katılımcıların aktardığı esnaf lokantalarının Van mutfağına sağladığı katkıları etkin ve devamlı bir hale getirebilecektir.

Ayrıca katılımcılar tarafından belirtilen tanıtım ve reklam, gastronomi ve yemek fuarlarında esnaf lokantalarının yer alması, paydaş kurumların desteği, kalite standartlarının oluşturulması, müşteri memnuniyetinin sağlanması, kalifiye personel vb. gereklilikleri çözüm önerileri olarak dikkate alınmalıdır. Özellikle bölgede yerel ve ulusal fuar, festival vb. etkinlikler düzenlenmesi ile başka bölgelerdeki etkinliklerde Van mutfak kültürünün yer alarak tanıtılması bölgeye katkı sağlayacaktır.

Esnaf lokantalarının işletmecileri de kendilerini ve çalışanlarını geliştirmeli ve kaliteli hizmet için çaba göstermelidirler. Esnaf lokantalarının diğer restoranlara göre üstünlükleri değerli birer bulgudur ve bu işletmeler rekabet stratejilerinde bu unsurları ön plana çıkarmalıdır. Aynı zamanda zayıflıkların giderilmesi, kurum paydaşlarının desteği kadar özellikle halkın kendi değerlerini koruması ve sahip çıkmasıyla mümkün olabilecektir. Hem kişileri buraya çekecek çekici unsurlar ön plana çıkarılmalı hem de itici unsurlar ile esnaf lokantaları cazip hale getirilmelidir. Ayrıca esnaf lokantaları ve Van gastronomik değerleri üzerine paydaş iş birliği ile yapılacak maddi destekli bilimsel proje ve araştırmalar, gastronomi alanının ve turizminin gelişimi açısından yadsınamaz bir gerekliliktir. Bundan sonraki araştırmalarda araştırmacıların bu kapsamda tüketicilerin beklentilerinin de ele alındığı esnaf lokantaları ve mutfak kültürü odaklı araştırmalar yapması önerilebilir. Van ili özelinde yapılan bu araştırmanın bulgularının diğer destinasyonlar açısından örnek oluşturabileceği ve mevcut durum ile ilgili elde edilecek bilgilerin esnaf lokantalarına dikkati çekerek, gastronomi turizmi kapsamında hem sektöre rekabet avantajı yaratmada hem de alan yazını zenginleştirmede katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Kaynakça

- Akoğlan Kozak, M. ve Zencir, E. (2012). Esnaf Lokantaları Yöneticilerinin İşletme Performansı Hakkında Görüşleri: Eskişehir Örneği. *13. Ulusal Turizm Kongresi*, 845-860.
- Altunöz, P. (2022). *Esnaf Lokantalarına Yönelik Algılar: Tüketici Memnuniyetini Ve Davranış Niyetini Ne Etkiler*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Belli, O. (2004). Van Bölgesinin En Eski Tahıl Bakliyat ve Meyve Türleri, (Ed). Belli, O. *I. Van Gölü Havzası Sempozyumu*. 41-55.
- Bozkoyun, M., ve Baytar, İ. (2020). Tuzlu Balık ve Ayran Aşının Van İlinin Gastronomi Turizmindeki Yeri, *Journal of Humanities and Tourism Research*, 41-58.
- Bulut, S.H. (2019). Türk Gastronomisinde Esnaf Lokantası Kavramının Turistik Değeri: Sivas Aşçıbaşı Et Lokantası Örneği. *Atlas International Refereed Journal on Social Sciences*, 5, 541449.
- Çakır, T. (2017). Şehir markalaşmasında gastronomi pazarlamasının önemi ve Van örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Nişantaşı Üniversitesi, İstanbul.
- Çelik, S., Sandıkçı, M., ve Cerit, A. (2020). Esnaf Lokantalarında Otantiklik: Aşçı Bacaksız Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (2), 1291-1305.
- Daşdemir, A. (2020). Gastronomi turizmi kapsamında yerel yiyecek tüketim motivasyonlarının yerli turistlerin tekrar ziyaret etme niyetlerine etkisinin belirlenmesi: Van kahvaltısı örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya.
- Demirhan, Ö. ve Cihangir, E. (2021). Van Otlı Peynirinin Geleneksel Üretim Hikâyesi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(3), 2286-2319.
- Erdeğirmenci, R. (2015). *Lokanta*. İstanbul: Jotun Yayınevi.

- Ertaş, Y. ve Gezmen-Karadağ, M. (2013). Sağlıklı Beslenmede Türk Mutfak Kültürünün Yeri. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(1), 117-136.
- Gökayıldız, S. (2014). İstanbul'un Esnaf Lokantaları "40 Mekân". İstanbul: İTO yayıncılık.
- Güldemir. (2014). 1888'den günümüze Hacı Abdullah Lokantası. III. *Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi*, (ss. 747-757). Kuşadası Aydın
- Güler, S. (2010). Türk Mutfak Kültürü ve Yeme İçme Alışkanlıkları, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26, 1-7
- Karaosmanoglu, D. (2013). Globalised Cuisine, Non-National Identities and The Individual: Staging Turkishness in Turkish-Speaking Restaurants In London, *Journal of Intercultural Studies*, 34(4), 371-386.
- Kayran, M. F., ve Atçı D. (2021). *Şanlıurfa'nın Coğrafi İşaretli Ürünleri ve Gastronomi Turizmi Potansiyeli*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kılıçhan, R., ve Köşker, H. (2015). Destinasyon Markalaşmasında Gastronominin Önemi: Van Kahvaltısı Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 102-115.
- Köşker, H. (2020). Van Kahvaltı Salonları Hakkındaki Müşteri E-Şikâyetlerinin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(3), 524-539.
- Ocak, E., Ceylan, Z., Okat, Ç., Koç, P., Torusdağ, B. G. ve Çakır, U. M. (2021). Yerel Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği Kapsamında Van Gastronomi Rotası Önerisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9 (4), 2655-2669.
- Oğur, Ü. (2019). Kutsal Zaman Olarak Ramazan Ayının Sokak Kültürüne Yansıması: Van Örneği. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (44), 109-130.
- Okumus, B., Okumus, F., & McKercher, B. (2007). Incorporating Local And International Cuisines in The Marketing of Tourism Destinations: The Cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management*, 28(1), 253-261.
- Özbir, N. (2017). Van bölgesinde geleneksel mutfak ile modern mutfak tasarım kriterlerinin incelenmesi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul.
- Özel, H. Ç., ve Zencir, E. (2018). Karpiç (Şehir) Lokantası'nın Hizmet Kalitesinin Dineserv Modeliyle İncelenmesi. N. Kozak, H. Kılıç, M. Kozak, A. Öztüren (Ed.), 9. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi (s. 152-157). Gazimağusa, K.K.T.C: Doğu Akdeniz Üniversitesi.
- Öztürk, B., & Ertamay, S. İ. (2017). 21. Yüzyıla Doğru Türk Gastronomisi ve Geçmişten Günümüze Gelişiminin Etkileri. *ResearchGate Dergisi*, 756-763.
- Safi, İ., Atnur, G., ve Küçükayıldız, D. (2020). Dışarda Yeme Kültürü ve Lokantalar: Rize Örneği. *Mukadidime*, 11(1), 124-153.
- Samsa, R. (2019). Van'ı ziyaret eden İranlı turistlerin alışveriş davranışları ve alışveriş memnuniyet düzeylerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van.
- Şahin, G. (2013). Coğrafi İşaretlerin Önemi ve Vize (Kırklareli)'nin Coğrafi İşaretleri. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (15), 23-37.
- Şen Negizözen, F. N., ve Yılmaz, İ. (2020). Artisan Yemekler ve Gıdalar. *Aydın Gastronomy*, 4(2), 101-111.
- Ünsal, A. (2010). *Geçmişten Günümüze İstanbul'un Lokantaları*. Bilgili, A. E. Ed. *Şehir ve Kültür İstanbul* (s. 385-424). İstanbul Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü Yayını.
- Ünsal, M. (2016). *Van Kültür ve Turizm Envanteri III*. D. Tatlı, Y. Önay Ed., *Van Mutfak Kültürü* (s. 199-239). Van Valiliği il Kültür ve Turizm Müdürlüğü.

- Yağcı, M. İ. (2009). *Stratejik Küresel Pazarlama*. Timur N. ve Özmen, A. Ed. Ankara: Eflatun Yayınevi.
- Yalçıntaş, M. (2014). İstanbul'un Esnaf Lokantaları "40 Mekân", (s.5). İstanbul: İTO Yayıncılık
- Yavuz, G. (2021). Tanınmış Türk Şeflerin Bakış Açısıyla Türk Mutfağında İnovasyon. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(1), 426-447.
- Yıldız, E. (2019). Yaşayan ve Yaşatılan Mutfak Kültürü; İzmir Esnaf Lokantaları Üzerine Bir Değerlendirme. *Route Educational and Social Science Journal*, 6(7), 1123-1135.
- Zencir, E. (2017). *Restoran Yönetimi Kavramlar ve Süreçler*. Kozak, M.A. Ed. Ankara: Detay Yayıncılık.

İnternet Kaynakçası

- Çebi, C. (2019). *Esnaf Lokantaları*.
<https://www.ruhundoysun.com/yazilar/esnaf-lokantaları/>
[Erişim Tarihi: 07.03.2022].
- Ekşigil, H. (2017). *Esnaf Lokantaları Neden Vazgeçilmezdir?*
<https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/hurriyet-cumartesi/esnaf-lokantaları-nedenvazgeçilmezdir-40594438>
[Erişim Tarihi: 08.03.2022].
- Erkara, O. (2018). *100 Tarihi Lokanta*.
<https://www.100tarihilokanta.com/konyali-lokantasi/>
[Erişim Tarihi: 05.11.2022].
- <https://trdergisi.com/turkiyenin-gastronomi-vitrini-esnaf-lokantaları/>
[Erişim Tarihi: 05.03.2022].
- <http://bugusto.blogspot.com/>
[Erişim Tarihi: 06.11.2022].
- http://www.tursab.org.tr/dosya/12302/Tursab-GastronomiTurizmiRaporu_12302_3531549.Pdf
[Erişim Tarihi: 24.08.2022].
- <https://ci.turkpatent.gov.tr/>
[Erişim Tarihi: 05.03.2022].
- Karataş, Ş. (2015). *Aşçı Tabacağı*. <https://sivekaratass.wordpress.com/2015/05/21/asci-tabagi/>
[Erişim Tarihi: 15.05.2023].
- Kayayerli, D. (2016). *Tradesmen Restaurant: A Classic Spin On The Turkish Culinary Scene*.
<https://www.dailysabah.com/food/2016/01/04/tradesmen-restaurant-aclassic-spin-on-the-turkish-culinary-scene>
[Erişim Tarihi: 04.11.2022].
- Van Valiliği (t.y.). Tarihçe.
<http://www.van.gov.tr/tarihce>
[Erişim Tarihi: 21.10.2022].
- Yalçınkaya, M. (2022). Aşçılığın Kalesi Esnaf Lokantaları.
<https://afsiadtrend.afsiad.org.tr/master-chef-mehmet-yalcinkaya-asciligin-kalesi-esnaf-lokantaları/>
[Erişim Tarihi: 10.11.2022].

Ek 1.



T.C.
MERSİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURULU
ONAY BELGESİ



Mersin Üniversitesi Lisansüstü Öğrencisi Ergin BOZAZ'ın "Esnaf Lokantacılığı ve Van İlinde Esnaf Lokantaları Üzerine Bir Araştırma" adlı çalışması kurulumuz tarafından incelenmiş ve;

Etik yönden uygun bulunmuştur.

Etik yönden geliştirilmesi gerekmektedir.

Etik yönden uygun bulunmamıştır.



Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu Kararı	
Başvuru Formunun Etik Kurula Ulaştığı Tarih	15/08/2022
Etik Kurul Karar Toplantı Tarihi ve Karar No	23/08/2022-319
Yer	Mersin Üniversitesi, Uğur Oral Kültür Merkezi
Katılımcılar	Formda imzası bulunan üyelerimiz toplantıya katılmıştır.

KURUL BASKANI VE ÜYELER:

Prof. Dr. F. Ayşe BALCI KARABOĞA

Prof. Dr. Arzu AYDIN ACI

Prof. Dr. Devrim ALICI

Prof. Dr. Neriman AÇIKALIN

Prof. Dr. Hürriyet GÖKDAYI

Prof. Dr. Leyla SARAC

Prof. Dr. Hasan YÜREK

Acıklama:

Başkan

Üye

Üye

Üye

Üye

Üye

Üye

İMZA

Av. Türkan UĞUR CAN
Hukuk Müşaviri