



ISSN: 2146-1961

Kılınç Şahin, S. & Özgürel, G. (2022). Covid-19 Pandemisinin Esnaf Lokantalarına Etkisi, *International Journal of Eurasia Social Sciences (IJOESS)*, 13(50), 1353-1358.

DOI: <http://dx.doi.org/10.35826/ijoess.3110>

Makale Türü (ArticleType): Araştırma Makalesi

COVID-19 PANDEMİSİNİN ESNAF LOKANTALARINA ETKİSİ

Songül KILINÇ ŞAHİN

Öğr. Gör. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla, Türkiye, songulkilinc@mu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-3510-9220

Gizem ÖZGÜREL

Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir, Türkiye, gizemozgurel@hotmail.com
ORCID: 0000-0002-1161-3721

Gönderim tarihi: 02.02.2022

Kabul tarihi: 12.10.2022

Yayım tarihi: 01.12.2022

Öz

Yeme-içme alışkanlığı toplumdan topluma farklılık göstermekte olup bu alışkanlıklar o toplumun kültürel bir parçasını oluşturmaktadır. Türk mutfak kültüründe önemli bir yere sahip olan işletmelerden biri de esnaf lokantalarıdır. Bu çalışmanın temelini de esnaf lokantaları oluşturmaktadır. Mart 2020 itibari ile Dünya Sağlık Örgütü tarafından pandemi olarak tanımlanan Covid-19 diğer pek çok sektörü olduğu gibi yiyecek-içecek sektörünü de derinden etkilemiştir. Böyle bir salgının esnaf lokantalarını nasıl etkilediğini ortaya çıkarmak oldukça önemlidir. Ayrıca, bu kriz döneminde esnaf lokanta yetkililerinin alacakları kararlar işletmelerinin geleceği açısından kritik öneme sahiptir. Bu çalışmanın amacı, Covid-19 krizinde esnaf lokantalarının yaşadıkları sorunları ortaya çıkartmak ve söz konusu sorunlarla başa çıkma yöntemlerinin ve sorunlara yönelik çözüm önerilerinin neler olduğunu belirlemektir. Bu amaçlar doğrultusunda, nitel araştırma yönteminin benimsendiği çalışmada, Muğla'nın Ula ve Balıkesir'in Edremit ilçelerinde faaliyet gösteren toplam 10 esnaf lokantası yetkilisinden mülakat tekniği yolu ile veriler toplanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanmak suretiyle toplanan veriler içerik analizi yöntemiyle değerlendirilerek bulgulara ulaşılmaya çalışılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda, esnaf lokantalarının Covid-19 krizinin olumsuz etkileri ile yüzleştikleri, özellikle satış hacmi ve gelirlerde düşüş ile nitelikli işgücü kaybı yaşadıkları tespit edilmiştir. Bu bulgulara ek olarak krizin sadece ekonomik açıdan değil aynı zamanda psikolojik açıdan da olumsuz etkiler yarattığı sonuçlarına ulaşılmıştır. Elde edilen bulgular; esnaf lokantalarının Küçük ve Orta Ölçekli İşletme (KOBİ) olarak kırılabilirliklerinin yüksekliğini, krizlere hazırlıklı olmadıklarını ve kriz yönetim planlarının bulunmadığını göstermiştir. Bu araştırma, pandemi ve diğer krizlerin küçük işletmeler olan esnaf lokantaları üzerindeki etkilerini ortaya koyarak literatüre önemli bir katkı sağlamaktadır. Ayrıca araştırmadan elde edilen sonuçlarının sektöre ve sektör çalışanlarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar kelimeler: Kriz yönetimi, covid-19, esnaf lokantaları, Ula, Edremit.

THE IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON ARTISAN RESTAURANTS

ABSTRACT

Eating and drinking habits differ from society to society and constitute a cultural part of that society. One of the businesses that have a vital place in Turkish culinary culture is artisan restaurants. Therefore, the basis of this study is comprised of examining artisan restaurants. Coronavirus (Covid-19) which was announced pandemic by WHO on 11 March 2020 has also profoundly affected the food and beverage industry besides other many industries. It is important to understand how such a large-scale epidemic has affected the artisan restaurant. In addition, the decisions to be taken by the artisan restaurant managers during this crisis period are of critical importance for the future of their businesses. The aim of this study is to reveal the problems experienced by the artisan restaurants during Covid-19 crisis and to determine the methods of coping with these problems and develops solutions for them. The data were collected with semi-structured interview form and analyzed by content analysis. In the accordance with these purposes, the qualitative research method had been adopted, data were collected through the interview technique from a total of 10 artisan restaurant operating in Mugla's Ula and Balikesir's Edremit districts. As a result of the research, it has been determined that the artisan restaurants have faced the negative effects of the Covid-19 crisis at a high level, particularly the sudden decline in sales volume and revenues, and the loss of qualified workforce due to the dismissal of employed personnel. In addition, it has been determined that the crisis has negative effects not only economically but also psychologically. Obtained findings; it has been shown that artisan restaurants are highly vulnerable to crisis as a Small and Medium Sized Enterprises (SMEs), they are not ready for crises and they do not have a crisis management plans. This research makes an important contribution to the literature by revealing the effects of the pandemic and other crises on small businesses like artisan restaurants. Also, it is thought that the results obtained will contribute food and beverage industry and sector employees.

Keywords: Crisis management, covid-19, artisan restaurant, Ula, Edremit.

GİRİŞ

Tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 ve yarattığı kriz, hemen hemen tüm sektörleri etkilemiş, yiyecek içecek sektörü de kendisine düşen payı almıştır. Sınırlı süreli kapatma kararlarının alındığı, paket servis hizmetlerinin başlatıldığı, eş zamanlı açılan kuver sayılarının azaltıldığı, fiziki mesafe ve hijyen (maske, dezenfektan vb.) kurallarının yoğun biçimde uygulandığı önlemler ve krizin etkileri altında yiyecek içecek sektörü ölüm kalım mücadelesini sürdürmektedir. Yiyecek içecek sektörü içerisinde yer alan, insanların yeme içme gereksinimlerine ev lezzeti tadında yemekler ve/veya pide-lahmacun gibi ürünlerle cevap veren esnaf lokantaları, Türk Mutfağının önemli temsilcileri arasındadır. Taze, günlük yemeklerin yapıldığı, mahalle aralarında açılmış, ticari faaliyetlerin olduğu yerlerde çevre esnafa yeme içme hizmeti sunan esnaf lokantaları KOBİ (Küçük ve Orta Ölçekli İşletme) statüsündedir. Esnaf lokantalarında çalışan personel sayısı genellikle 10 kişinin altında olduğu için çoğunluğunun mikro ölçekli, çalışan personel sayısının 10-50 kişi arasında olduğu durumda ise küçük ölçekli yapıya sahip olduğu söylenebilir (Kosgeb, 2005). Covid-19, insanların günlük yaşam rutinlerini alt üst eden bir sürece neden olmuştur. Sadece küresel ekonomiyi değil aynı zamanda yerel ekonomiyi de farklı boyutlarda etkilemiştir. Bu süreçten olumsuz etkilenen yerel işletmelerin başında esnaf gelmektedir (İnce, 2020). Covid-19'un hızla yayılması sürecinde dışarıya çıkma yaşayışının gelmesi, insanların fiziksel temastan kaçınmaya çalışması gibi nedenlerden dolayı insanlar esnaftan alış-veriş yapmak yerine internetten alış-veriş yapmayı tercih etmişlerdir (Güven, 2020). Bu durum özellikle berber, küçük dükkanlar, lokanta-restoran gibi işletmelerin büyük zarara uğramasına neden olmuştur (İnce, 2020). Esnaf lokantalarının krizlerdeki kırılganlıkları, özellikle sermaye güçlerinin yetersizliği, kriz yönetim planlarının olmaması ve profesyonel yönetimden görece uzak kalmalarının etkisiyle daha şiddetli bir boyuta ulaştırabilmektedir. Bir diğer taraftan esnaf lokantaları; hızlı karar alabilme, üretim, pazarlama ve sunulan hizmetlerde daha esnek bir yapıya sahip olma ve hem müşteri hem de çalışanlarla yakın ilişkiler kurabilme yetenekleriyle krizin etkilerini daha düşük şiddette hissetmelerine yol açabilmektedir.

Yüzlerce yıllık geçmişi olan esnaf lokantalarının, bir sağlık krizi olarak başlayan ve beraberinde çeşitli kısıtlamalar, tedbirler getiren, çeşitli boyut ve düzeylerde etkiler yaratan, Covid-19 pandemi dönemindeki durumları çalışma kapsamında araştırılmıştır. Yapılan araştırma ile Balıkesir ve Muğla il sınırları içerisinde bulunan, esnaf lokantalarından 10'unun yetkilileri ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiş, Covid-19 krizini nasıl gördükleri ve nasıl etkilendiklerine ilişkin bir durum tespiti yapılmaya çalışılmıştır. Covid-19 pandemisinin yiyecek içecek sektöründe yarattığı etkilerin araştırılması ve esnaf lokantalarının mevcut durum ve stratejilerinin anlaşılması, çalışmanın önemini ortaya çıkarmaktadır. Nitel araştırma yönteminin benimsendiği çalışmada; esnaf lokantalarının pandemide neler yaşadıkları, ne gibi tedbirler aldıkları, yarattıkları çözümler, kamu otoritesinin pandemiye ilişkin kararlarını nasıl değerlendirdikleri, aldıkları maddi destekler ve pandemiden nasıl etkilendikleri çalışma kapsamında ortaya konmuştur. Çalışma kapsamında öncelikle alan yazında Covid-19 krizi ve yiyecek içecek endüstrisine etkileri ile esnaf lokantaları açıklanmaya çalışılacaktır.

Covid-19 Pandemisi ve Yiyecek İçecek Endüstrisine Etkileri

Covid-19 pandemisi dünyada ekonomileri, insanoğlunun sağlığını, sektörleri ortaya çıktığı günden bugüne kadar yüksek düzeyde etkiledi ve etkilemeye de devam etmektedir. Bir sağlık krizi olarak ortaya çıkan Covid-19 bir taraftan belirsizliği getirmekte bir diğer taraftan barındırdığı tehditlerle acil çözümler üretmeyi zorunlu kılmaktadır (Brinks ve Ibert, 2020). Özgürel ve Esenkale Çözel (2021) krizin; ekonomik, sosyal, psikolojik, siyasal veya idari durumu tehdit eden ve önlemlerle karşılanması gereken özel bir durumu kapsadığını, etkilerinin ve başa çıkma stratejilerinin araştırılmasının gerekliliğinin altını çizmektedirler. Pandemiden etkilenen birçok sektör arasında kısa vadede benzersiz biçimde etkilenen yiyecek ve içecek sektörü dikkat çekmektedir (Galanakis vd., 2021). Yiyecek içecek sektörünün insanlığın en temel ihtiyacı olan yeme-içme ihtiyacının bazılarını ve sınırsız isteklerinin de bir kısmını karşıladığı görülmektedir (Chowdhury vd., 2020).

Yiyecek-içecek sektörü, sağlık krizinin ötesine geçen Covid-19 krizinin yarattığı etkileri; sınırlı süreler ile kapanma politikasına yönelik düzenlemeler ve kısıtlamalar, beraberinde gelen ekonomik kriz ile kaçınılmaz bir biçimde yüzleşmektedir. Bununla birlikte krizin yarattığı kısa vadeli sonuçların ötesinde uzun vadeli, kalıcı ve geri döndürülemez sonuçları tartışılmaktadır. Covid-19 pandemisi düşük talep yaratarak endüstrideki birçok yiyecek işletmesinin kalıcı olarak kapanması riskini ortaya çıkarmaktadır. Bir diğer taraftan Türkiye'nin dahil olduğu dünyadaki birçok ülke, işletmeleri bu krize karşı desteklemek adına kısmi önlemlerle müdahalelerde bulunmuş ancak arz ve talepteki düşüşler çalışanların işini kaybetmesine, işsiz kalmalarına yol açmıştır (Nicola vd., 2020; Demirdelen Alrawadieh ve Çifçi, 2021). Covid-19 krizi; gelirlerin azalması, tedarik zincirlerinde yaşanan aksamalar, personelin Covid olması durumunda temaslı olan tüm çalışanların karantinaya alınması, çalışma saatlerinde kısıtlamalar ve kısa süreli kapanma kararlarının uygulanmasıyla yiyecek içecek işletmelerinin sürekliliğini, bütünlüğünü ve genel işleyişini bozmuştur (Yarbrough ve Coole, 2021). Bunlara ilave olarak yiyecek içecek işletmelerinin içerisindeki yemek kısıtlamaları tüketicilerin bir kısmı tarafından restoran yemeklerinin genel olarak diğer yiyeceklerden daha az güvenli olduğu algısına yol açmış ve restoranlara olan talebi azaltmıştır (Byrd vd., 2021). Covid-19'un gözlemlenen olumsuz etkileri; restoranlar, yemek servisi dağıtımları ve lider markalar üzerinde yüksek düzeydedir. Krizler beraberinde fırsatları da getirmektedir. Gözlemlenen olumlu etkiler arasında ise paket servis için tasarlanmış yemek takımlarına ve dondurulmuş gıdalara yönelik artan talep, değerli markaların verdiği tüketici güveni nedeniyle daha çok tercih edilmesi ve özel etiketlere sahip yiyecek-içeceklerin elde ettiği avantajlar sayılabilir. Covid-19'un uzun dönemli olumlu etkileri arasında ise e-ticaretin artması, soğuk hava depolamalarına daha çok yatırım yapılması ve gıda güvenliğinin yüksek düzeyde sağlanması beklenmektedir. Covid-19 yiyecek içecek sektöründe çevrimiçi alışverişin artması, hammadde ve ürün nakliyelerinin hızlanması, daha fazla depolama yatırımı, yiyecek üretiminde ve tedarik zincirinde gıda güvenliği ve izlenebilirliğin artırılması, marka ürünlere talepte artış, evde yemek yeme nedeniyle mutfak araç ve gereçlerine (tencere, yemek takımı vb.) yönelik talepteki yükseliş, gıda güvenliği endişesiyle ithal ürünler yerine yerli ürünlerin tercih edilmesi, gıda üretiminin otomasyona yönelmesi gibi fırsatları da beraberinde getirmiştir (advisory.kpmg.us). Daha açık bir ifadeyle, pandemi tüketici davranışlarında değişikliklere yol açmış, dışarıda yemek yerine evde yemek yapmaya ve yemeye yönelimler artmış, paket servis ile yemek siparişi ve çevrimiçi alışveriş platformlarından yiyecek-içecek gereksinimleri çok daha yoğun biçimde temin edilmeye başlanmıştır.

Söz konusu bu durumların yiyecek içecek endüstrisinde yapısal değişiklikleri ve değişimi hızlandırdığı görülmektedir. Örneğin restoranda/lokantada en iyi ve en taze ürün yelpazesine sahip olma durumunun yakında en iyi teslimat ve sipariş karşılama hizmetlerine sahip olma durumuyla eşleşeceği öngörülmektedir. TD Reply (2021)'in Covid-19'un Avrupa'da yiyecek içecek sektörüne etkilerine odaklanan raporunda; 2020 yılı yaz döneminde Avrupalı çevrimiçi tüketicilerin (16-64 yaş arası) %34'ünün, küresel tüketicilerin yaklaşık %64'ünün paket servis yemek siparişi verdiği belirtilmektedir. Raporda hem tüketicilerin hem de sektör çalışanlarının yeni teknolojiler ve teknik özelliklerle karşılaşmalarının, işletmeler için verimliliği tüketiciler içinse tatmin ve memnuniyeti artırma potansiyeli barındırdığı ifade edilmektedir (www.reply.com). Bu bağlamda sektörün daha fazla çevrimiçi hale gelmesinin önünü açan Covid-19'un tüketicileri de kendi ihtiyaç ve isteklerine cevap veren sektör işletmelerine yönelteceği çıkarımı yapılabilir.

Esnaf Lokantaları

Dünya'daki ilk yeme içme yerlerinin gelişimi insanların ticari ve askeri amaçlarla seyahat etmeye başladığı döneme denk gelmektedir. İnsanlar evlerinden uzakta olduğu seyahat dönemlerinde, yeme içme ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri hayati önem taşımaktaydı. Seyahat halindeki bu insanların yeme içme ihtiyacının karşılanabilmesi için bu hizmetleri sunan ticari işletmelerin kurulması ve gelişmesine yol açmıştır. Özellikle 15.yy'da İngiltere seyahat edenlere hitap eden yeme-içme ve konaklama işletmeleri ile tanınır hale gelmiştir. Bu ticari işletmeler o dönemlerde sadece transit geçiş yapan yolculara yönelik olarak hizmet vermekteydi. 18.yy'ın sonuna gelindiğinde ise ticari aktivitelerin sayısındaki artışa bağlı olarak kafe, otel gibi yeme-içme yerlerinin de sayılarında patlama yaşanmıştır (Shahrim, 2006). Osmanlılar döneminde açılan ilk restoran 1888 yılında İstanbul'un Galata bölgesinde Viktorya adıyla açılmış daha sonra ismi Abdullah Efendi olarak değiştirilmiş olan işletmedir (Korkmaz, 2010). İnsanların temel fizyolojik ihtiyaçlarından biri olan yeme-içme eyleminin gerçekleştiği ev dışındaki mekanlardan biri de esnaf lokantalarıdır. Bulut (2009)'a göre esnaf lokantası; tencere yemeklerinin başrolde olduğu, gerektiğinde işyerinden ayrılamayan civardaki esnaf çalışanlarına paket yemek servisinin yapıldığı, kendine has sofrada bulunan, samimiyet ve güven ilkesine dayalı iş ahlakı olan birincil amacı civarındaki esnafın yeme-içme ihtiyacını karşılayan işletmelerdir. Bir başka tanıma göre ise esnaf lokantası; daha çok ev yemeklerinin satış tezgahlarında sunulduğu, müdavimlerinin çok olduğu ve uzun yıllar hizmet veren, sokak aralarında konumlanmış küçük işletmelerdir (Akoğlan Kozak ve Zencir, 2012). Yıldız'a (2019) göre ise esnaf lokantaları, mahalle aralarında, esnaf ve işçilerin yoğun oldukları yerlerde, tarihi çarşı vb. mekânlarda müşterilerinin yemek ihtiyaçlarını hem ev yemekleri lezzetinde hem de ekonomik olarak karşılamak için kurulmuş küçük işletmeler olarak tanımlanmıştır.

Türkiye'nin her bölgesinin kendine has özellikleri ve yöresel yemekleri bulunmaktadır. Türkiye'nin sahip olduğu zengin mutfak kültürüne sahip çıkması ve bunu gelecek nesillere aktarması hem kültürel kimlik açısından hem de turizm açısından çok önemlidir (Karaca ve Sarıışık, 2018). Çelik, Sandıkçı ve Cerit'in (2020) esnaf lokantalarından biri olan Aşçı Bacaksız Lokantası ile ilgili yapmış oldukları çalışmalarında, lokanta içerisinde kullanılan masa ve sandalyelerin kurulduğu günden bu yana yaklaşık 130 yıldır hiç değiştirilmeden kullanıldığı, 1938 yılından bu yana da esnaf lokantasının aynı dükkanda faaliyet gösterdiğini belirtmişlerdir. Tarihi yüzyıllar öncesine dayanan ve Türk mutfak kültürümüzün önemli bir parçası olan esnaf lokantaları buldukları bölgenin

yöresel yemeklerinin en iyi örneklerini sunarak ön plana çıkarması, bulunduğu bölgenin/ülkenin yemek kültürünü yaşatması, kaliteli yemeği uygun fiyata sunarak civardaki bir çok kişinin yeme içme ihtiyacını karşılaması bakımından önemli bir işlevi yerine getirmektedir. Bu nedenle, esnaf lokantalarının 2019 yılından beri yaşanan pandemi gibi büyük çaplı krizden minimum zararla çıkması ve varlıklarını devam ettirmeleri toplumun sahip olduğu yeme içme kültürünün gelecek nesillere aktarılması bakımından önem arz etmektedir.

Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı, Muğla'nın Ula ve Balıkesir'in Edremit ilçelerindeki esnaf lokantalarının Covid-19 pandemi sürecinden nasıl etkilendiklerini belirlemektir. KOBİ özelliği gösteren esnaf lokantalarının kriz deneyimlerinin, kriz süreçlerinden hangi düzeyde etkilendiklerinin literatürde ihmal edilmiş bir alan olması çalışmanın önemini ortaya koymaktadır. Pandemi sürecinden en çok etkilenen işletmelerden biri olan esnaf lokantalarının bu süreçteki yaşadıkları sıkıntıların tespit edilmesinin ve durumlarının aydınlatılmasının ilgili alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın temel amacına ulaşılmasını sağlayacak ana problem sorusu; esnaf lokantalarının Covid-19 krizinden nasıl etkilendiğidir? Bu kapsamda araştırmanın alt problemlerini oluşturan aşağıdaki sorulara katılımcıların nasıl yanıt verdikleri aranacaktır:

- Krizi nasıl tanımladıkları?
- Covid-19'u bir kriz olarak görüp görmedikleri?
- Geçmiş kriz deneyimleri? (Cevapları evet ise nasıl başa çıktığı)
- Pandemiye yönelik tedbir amaçlı neler yaptıkları?
- Pandemi sürecinde ne gibi çözümler ürettikleri?
- Yeni normale yönelik görüşlerinin neler olduğu?
- Yetkili mercilerin Covid-19 kararlarını nasıl değerlendirdikleri?
- Covid-19 döneminde verilen devlet destekleri ile ilgili görüşleri?
- Covid-19 krizinin olumlu ve olumsuz etkilerine yönelik düşüncelerinin neler olduğu?

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Saha araştırmasında nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Yıldırım ve Şimşek (2013) tarafından nitel araştırma; "kuram oluşturmayı temel alan bir anlayışla sosyal olguları bağlı buldukları çevre içerisinde araştırmayı ve anlamayı ön plana alan bir yaklaşımdır" şeklinde tanımlanmıştır. Esnaf lokantalarının mevcut durumunun tespit edilmesine odaklanılan çalışmada, çalışma grubu amaçlı örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Çalışma kapsamında yapılacak olan görüşmeler Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Etik Kurulu, 20.05.2021 tarihli ve 187 sayılı etik kurul onayı ile çalışma gerçekleştirilmiştir.

Çalışma Grubu

Araştırma yönteminde kullanılan amaçlı örnekleme yöntemi kapsamında ölçüt örnekleme kullanılmıştır. Buna göre, önceden belirlenmiş ölçütlere göre örneklemin seçilmesi gerekmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bu kapsamda saha araştırmasına Muğla iline bağlı Ula ve Balıkesir iline bağlı Edremit ilçelerinde covid-19 öncesinde kurulmuş, çok bilinen ve tanınan 5'er toplamda 10 esnaf lokantası dahil edilmiştir. Bu çalışmada ayrıca katılımcılar gönüllülük ilkesi baz alınarak tercih edilmiştir.

Veri Toplama Araçları ve Uygulama Süreci

Veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Konu ile ilgili alan yazın taraması yapılmış ve araştırmanın amacına uygun taslak görüşme formu hazırlanmıştır. Daha sonra, görüşme formu turizm alanında uzman iki akademisyenin görüşleri alınarak tekrar düzenlenmiştir. Görüşme formunun amacına uygun olup olmadığını test etmek için bir esnaf lokantası ile pilot uygulama gerçekleştirilmiştir. Uygulama sonrasında elde edilen bilgilerden yola çıkılarak görüşme formuna son hali verilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm, esnaf lokantası yetkililerinin demografik özelliklerini ve lokantaların özelliklerini belirlemeye odaklanmış 9 soru içermektedir. Görüşme formunun ikinci bölümü ise lokanta yetkililerinin Covid-19 kriz deneyimlerine yönelik görüşlerini belirlemeyi amaçlayan 11 sorudan oluşmaktadır.

Araştırmada veri toplama aşamasına geçilmeden önce esnaf lokantalarına telefon ile ulaşılmış, yetkililerden randevu alınmış ve sonrasında görüşmeler 15-30 Kasım 2021 tarihleri arasında Ula ve Edremit ilçelerinde gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmeler yaklaşık olarak 20-35 dakika aralığında sürmüştür. Yetkili kişilerle yapılan görüşme esnasında çalışmanın amacı hakkında bilgi verilmiş, izin veren katılımcıların cevapları kayıt cihazı ile kaydedilmiş, araştırmacılar tarafından görüşme sürecinde ayrıca notlar alınmıştır.

Verilerin Analizi

Araştırma verilerinin analizinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Böylece veriler önceden belirlenen başlıklar altında özetlenerek yorumlanmıştır. Araştırmadan elde edilen verilen katılımcılara U1, U2, U3, U4, U5, U6, U7, U8, U9 ve U10 şeklinde kodlar verilmiş ve araştırma genelinde bu kodlarla yorumlama yapılmıştır. Araştırma sürecinde elde verilerin analizinden sonra önceden belirlenen başlıklarla ilişkisi kontrol edilmiş ve böylece bulgular arasında bütünlük sağlanmaya çalışılmıştır. Araştırma boyunca nesnel olmaya azami özen gösterilmiş ve bulgular bölümünde doğrudan alıntılara yer verilmiştir.

BULGULAR

Saha araştırmasından elde edilen bulgular; esnaf lokantaları ile ilgili genel bulgular ve esnaf lokantası yetkililerinin Covid-19 kriz deneyimlerine ilişkin bulgular olmak üzere iki başlık altında verilmiştir.

Esnaf Lokantaları ile İlgili Genel Bulgular

Araştırma kapsamında ele alınan esnaf lokantalarının tamamı Covid-19 krizi öncesinde kurulmuş ve kriz öncesi dönemi deneyimlemiş olan işletmelerdir. Edremit ve Ula ilçelerinde bulunan esnaf lokantalarının tamamının KOBİ ve bu sınıflandırma içinde de küçük ölçekli işletmeler oldukları tespit edilmiştir. Katılımcıların %80'i erkek (n=8), %20'si (n=2) kadındır. Eğitim düzeylerine göre katılımcıların %60'ı (n=6) ortaöğretim, %30'u (n=3) lisans ve %10 (n=1) ilköğretim mezunudur. Katılımcıların %80'i (n=8) esnaf lokantasının sahibidir ve 8 katılımcıdan 4'ü aynı zamanda mutfak şefidir. Görüşme yapılan diğer katılımcılardan 1'i mutfak şefi, diğer katılımcı ise lokantanın müdürüdür. Katılımcıların %50'si (n=5) 20 yıl ve üzeri, %30'u (n=3) 10-15 yıl arası ve %20'si (n=2) 2-5 yıl arası sürelerdir yiyecek içecek sektöründe çalışmaktadırlar. Esnaf lokantalarının %50'si 3-5 yıl arası; %30'u 6-12 yıl arası süredir faaliyettedir. 1 lokanta 110 yıldır, bir diğeri ise 30 yıldır faaliyetlerini aralıksız sürdürmektedir. Esnaf lokantalarının %60'ında (n=6) 3 ile 7 arası çalışan, %40'ında (n=4) ise 12 ile 25 arası çalışan bulunmaktadır. Hizmet şekline göre esnaf lokantalarının %90'ı (n=9) tabldot ve alakart hizmetleri bir arada vermektedir. Günlük çıkarılan yemek çeşitleri açısından %60'ı (n=6) 5-10 arası sayıda yemek çıkartırken %20'si (n=2) 11-20 arası ve diğer %20'si (n=2) de 25-35 arası çeşitte yemek çıkartmaktadır. Esnaf lokantalarının %80'i (n=8) 3 öğün yemek servisi vermekte iken bu lokantalardan biri pandemi döneminde 2 öğün yemek servisi vermeye başlamış ve toplamda 2 öğün yemek servisi sunan 3 adet esnaf lokantası olduğu tespit edilmiştir. Lokantaların tamamında sulu yemek/tencere yemeği sunulmaktadır. Bunun yanı sıra esnaf lokantalarının %50'sinde (n=5) döner/iskender kebab, %40'ında (n=4) ızgara köfte, %30'unda (n=3) ızgara çeşitleri bulunmaktadır. U1'de sadece sulu/tencere yemekleri, U10'da sıcak büfede 9 çeşit, soğuk büfede 11 çeşit yiyecek bulunmaktadır ve U10 pandemi döneminde pizza ve kokoreç çeşitlerini de menüsüne dâhil etmiştir. Katılımcılara esnaf lokantalarını nasıl tanımladıkları sorulmuş, alınan cevaplarda farklı biçimlerde tanımlamalar ile karşılaşmıştır. Aşağıda Tablo 1'de katılımcıların esnaf lokantası tanımlamaları doğrudan verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Esnaf Lokantası Tanımları

Katılımcı	Tanımlama
U1	"Kaliteli ev yemeklerini uygun fiyata sunan yerler."
U2	"Herkesin aradığı yemeği uygun fiyata bulabildiği yerler."
U3	"İnsanların karınlarını uygun fiyata doyurabildiği lokanta."
U4	"Çevredeki esnafın ucuza yemek yiyebildikleri küçük işletmeler."
U5	"Kaliteli anne yemeklerini ucuza yiyebilecekleri lokantalar."
U6	"Küçük işletmelere deniyor. Günümüzde artık büyümüş işletmeler. Esnafın tercih ettiği lokanta olduğu için adı esnaf lokantası oluyor."
U7	"İnsanlar ile içiçe olan, sulu yemeklerin bulunduğu, çevredeki çalışanların yemek yemeyi tercih ettiği lokantalar."
U8	"Çevredeki esnafın kendisi, gelen misafirleri ve çalışanların arzu ettiği sıcak yemekleri, çorba, ızgara, pide, lahmacun, döner gibi ürünleri satın alabildiği ve tükettiği bir yer."
U9	"Eskiden sanayi lokantaları için denirdi, şimdilerde orta ve dar gelirli olan gidebildiği yerler esnaf lokantaları."
U10	"Geçmişten gelen bir tabirdir. İnsanların, çalışanın, civardaki, yakın çevredeki işletmelerin sahipleri, devlet memurları gibi toplumun aktif iş alanında faaliyet gösteren kimselerin öğle saatinde karınlarını doyurmak üzere gitmiş oldukları lokantadır."

Esnaf Lokantası Yetkililerinin Covid-19 Kriz Deneyimlerine İlişkin Bulgular

Araştırmada esnaf lokantası yetkililerine Covid-19 kriz deneyimlerini tespit edebilmek amacıyla toplam 11 soru sorulmuştur. Bu sorulardan ilki *"Pandemi Sizce Bir Kriz Mi?"* sorusudur. Katılımcıların cevapları incelendiğinde; Covid-19 salgını ile yaşanan pandemi sürecinin bir kriz olduğu ve daha önce işletmelerinin buna benzer bir kriz yaşamadıkları, pandemi sürecinden işletmelerinin olumsuz etkilendiği ortak görüşleri olarak ortaya çıkmıştır (U1, U2.....U10). Katılımcılardan;

U3: *"Uzun süren bir kriz."*,

U5: *"Mahvetti bizi, kriz tabii..."*,

U8: *"Kriz tabii... Elbette. Dünyaca sorun."* ve

U10: *"Özellikle lokantacılık anlamında tamamıyla büyük bir kriz."* ifadelerinde bulunmuşlardır.

"İşletmeniz Daha Önce Kriz Yaşadı mı? Nasıl Atlattınız?" sorusuna katılımcıların verdiği cevaplardan bazıları aşağıda verilmiştir.

U3: *"Böyle birşeyi daha önce yaşamadık. Çalışanlarımı işten çıkarmak durumunda kaldım. Önceden bir iki ay zorlanır sonrasında toparlardık."*,

U6: *"Evet. Dünyada, Türkiye'de, özellikle hizmet sektöründe ekonomik krizler çokça yaşanıyor. Yaşadık. İşletme olarak aldığımız kararlarda kötü günlerin de olabileceği düşüncesiyle tedbirli gitmeye, parasal açıdan çok borçlanmamaya, açılmamaya çalışıyoruz. Gerek çevremizden maddi destekler alarak, gerekse çalışanlarımızla bir arada olarak atlattık."*

U9: *"Hayır yaşamadık. 2008-2009... Kurulduğundan bu yana hiç kepenklerine kilit vurulmamışken pandemi ve kriz yüzünden kilit vuruldu. Lüzumsuz yasaklar yüzünden. Bankalar açık. Gıda sektörü kapalı. Bulaşma her yerde. Tüm kanalları dinliyorum. Pandemi neden bir tek gıda sektörünü etkiliyor? Esnaf niye zarar ediyor?."*

Katılımcıların pandemi sürecinde yaşadıkları ve aldıkları tedbirlere ilişkin ifadelerden bazıları şu şekildedir:

U1: *"Maliyetleri kısmak için uzun süre işletmemizi kapatmak zorunda kaldık."*

U5: *"Belli bir süre işletmemizi kapatmak zorunda kaldık, çok sıkıntılar çektik."*

U6: *"Pandemi sürecinde kapalı kaldık. Çalışanlar yarım maaş devlet desteği aldılar ve işletme sahibimiz de maddi ve manevi anlamda yetebildiği ölçüde çalışanlarımıza gereken desteği gösterdi."*

U8: *"Zordu. En ağır krizdi. Paket servise geçtik. 4-5 kişi çalıştırabildik. Zarar ettik. İşletme kapandı. Kısa çalışma ödeneği aldık. İşten mecburen çıkarılanlar inşaatta çalışmaya gitti."*

U10: *"İnsanoğlu bir zaman sonra her duruma alışıyor. Tüm gezegen böyle... Ticari anlamda fast food ve take away alanlarda iş potansiyeli arttı. Sulu yemek ve tabakta yemek paket servise uygun değil. Bu dönemde ayakta kalmak durumundaydık ve daha çok paket servise yöneldik."*

Pizza denedik. Kokoreç yaptık. Kapanma döneminde, yapınca iyi yaparız düşüncesinde olduğumuz için tercih edildik ve ürünlerimiz cezbediciydi. Bu şekilde ayakta kaldık. Pandemi döneminde asla personel çıkartmadık. Ayakta kalmak için üretmek gerektiğine hep inandık ve istihdam sağlamaya devam ettik. Kaliteden asla ödün vermedik. Arabamız yok. Bir motorumuz var. Ören'e kadar her yere servis yaptık. Talep görmeyen hiçbir ürünümüzü yapmadık."

Katılımcıların ifadeleri genel olarak değerlendirildiğinde esnaf lokantalarının tamamının pandemi sürecinde kendi inisiyatifleri dışında geçici kapanma (kamu otoritesi kararları doğrultusunda) durumunun da bir kriz yarattığı ve birçok sorun ile mücadele etmelerine yol açtığı sonuçlarına ulaşılmıştır. Pandemi ile katılımcılardan U6: hazırlıksız yakalandıklarını, U9: belirsizlik yaşadıklarını, esnaf lokantalarından 2'sinin kendi inisiyatifleri ile faaliyetlerini geçici olarak uzun süreli durdurdukları (U1-8 ay ve U3-12 ay); bazı esnaf lokantalarının personelinin bir kısmını işten çıkartmak (ücretsiz izin ve/veya kalıcı olarak) zorunda kaldıkları (U7, U8 ve U9); elektrik tasarrufuna gittikleri (U7); maliyetlerini kısıtladıkları (U1); talep ve gelirlerindeki düşüş ile maddi zorluklar ve sıkıntılar yaşadıkları (U2, U5, U7, U8, U9); ödemelerini öteledikleri (U10); paket servise geçmelerine rağmen zarar ettikleri (U8), belirsizlikler yaşadıkları (U9); Covid-19 pozitif olanlara hizmet verirken risk aldıkları (U2); hazırlıksız yakalandıkları (U6), paket servise yetişemedikleri için müşteri kaybı yaşadıkları (U4) ve geleceğe yönelik ümitsiz oldukları (U9) tespit edilmiştir. Katılımcılar ayrıca pandemi sürecinde çalışanların kısa çalışma ödeneği aldığını (U6, U8); işletme sahiplerinin maddi ve manevi destekler verdiklerini (U6, U10); paket servise geçtiklerini (U2, U4, U5, U7, U8, U9, U10); yakın çevreye tabakla servis hizmeti sunduklarını (U6); personele çoklu görev verdiklerini (komi ve kurye gibi); paket servise uygun yeni ürünler hazırladıklarını ve paket servise uygun olmayan ürünlerini üretmediklerini (U10) belirtmişlerdir. Ek olarak esnaf lokantalarında; hijyen kurallarına yüksek düzeyde dikkat edildiği, özellikle çalışan personelin "maske-mesafe-hijyen" kurallarına uygun hareket etmesinin sağlanarak virüse yakalanmaması noktasında sıkı tedbirler uygulandığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte araştırmada; paket servis hizmetine başlama ve paket servise uygun ürünler geliştirme çabaları ile açık alan/terası hizmete sokma (U5) girişimi ile esnaf lokantalarının pandemi sürecinde krizle başa çıkma stratejileri geliştirdikleri sonuçlarına ulaşılmıştır.

Katılımcıların "Yeni Normali Nasıl Değerlendiriyorsunuz?" sorusuna verdikleri cevaplardan bazılarını aşağıda doğrudan ifadeleri ile yer verilmiştir:

U1: "Kriz halen devam ediyor, insanlar tedirgin ve korkuyorlar. Elimizden geldiğince hijyen kurallarına uyuyoruz ama insanları nasıl ikna edeceksin?,"

U4: "İnsanlar korkularından gelmiyorlar. Lokantayı sürekli havalandırıyoruz. Bir sürü kimyasallar aldık bunlar da ekstra maliyet. Bugün aldığımız bir gıdayı yarın aynı fiyata alamıyoruz, her şey çok pahalandı. Hiç iyiye gitmiyoruz."

U8: "Kanaatimizce kısa zamanda bitmez. Ekonomi kötü. Hayat pahalı. Kapanma olursa insanlar aç kalır. Psikolojik olarak çöker. Porsiyonlara dikkat edilebilir. Personel 8 saat yerine 6 saat çalıştırılabilir. Bir şekilde fedakârlıklarla ayakta kalmaya çalışacağız."

U9: *"Tam kapanmadan sonra geline nokta korkunç. Müthiş derecede kriz var. Perakende fiyatları, kiralar, giderler çok yükseldi. Piyasada herşeye sürekli zam geliyor."*

Katılımcılar için yeni normalin kriz ile bütünleştiği; krizin ekonomik (U2, U4, U5, U8, U9), sosyal (U1, U2) ve psikolojik (U1, U2, U3, U8, U9) açıdan yarattığı olumsuz etkileri yüksek düzeyde hissettikleri; krizin devam ettiğini ve kısa sürede de bitmeyeceğini öngördükleri (U1, U2, U8, U9); bulaş riskini azaltacak tedbirler aldıkları (hijyen kurallarına uyma, havalandırma, servise hazırlık vb.) araştırmadan elde edilen bulgular arasındadır.

Katılımcılara; *"Yetkililerin Yiyecek-İçecek İşletmeleri ile İlgili Aldığı Kararları Nasıl Değerlendiriyorsunuz? İşletmeniz Bu Kararlardan Nasıl Etkilendi?"* soruları sorulmuş ve verdikleri cevaplardan bazıları aşağıda sunulmuştur.

U1: *"Kapatılmayabilirdi. Alınan kararların yeterli ve doğru olduğunu düşünmüyorum."*

U2: *"Krizi yönetemediklerini söyleyebilirim. Esnaf lokantaları zaten küçük işletmeler. Bu gibi kapatmalara uzun süre dayanabilecek güce sahip değiller."*

U8: *"Kapanma olursa bir daha kendini toparlayamaz. Piyasalar da kaldırmaz. Herkes dikkat edecek. Pek dikkat edilmiyor. Maçlar maskesiz izleniyor. Takibi yapılmıyor. Tedbirler sıkı değil."*

U9: *"Alınmış çok saçma bir karardı bence. Birçok yer açıkken bizlerin ilk kapatılan yerler olması bizi çok zor durumda bıraktı. Elbette çok kötü etkilendik. Hem personelimiz dağıldı hem de ekonomik olarak nasıl toparlayacağız bilmiyorum. Herşey belirsiz..."*

Esnaf lokantası yetkililerinin verdikleri cevaplar genel olarak değerlendirildiğinde; alınan kararları yeterli görmedikleri (U1, U2, U3, U4, U5); özellikle lokantaların geçici olarak kapatılması kararını doğru bulmadıkları (U1, U6, U9, U10); geçici kapatılmalarının işletme yapılarını, operasyonel süreçlerini bozduğu ve zor durumda kaldıkları (U3, U4, U9); kapatılmanın gerçekten gerekli olup olmadığını sorguladıkları (U7); zamanında doğru müdahale edilemediğini düşündükleri (U4, U6); tedbirlerin sıkı uygulanmadığı ve denetimleri yetersiz buldukları (U6, U8); masa sayısının azaltılmasını mantıklı, 2 kişinin 1 masaya oturtulmasını ise mantıksız buldukları (U7) ve bir daha kapanma olursa toparlayamayacakları (U8) öngörüsüne sahip oldukları sonuçlarına ulaşmıştır.

Görüşme yapılan esnaf lokantası yetkililerine *"Pandemi Sürecinde Devletten Destek Aldınız mı? Ne Tür Destekler Aldınız?"* ve *"Aldığınız Destekler Sizce Yeterli Oldu mu?"* soruları sorulmuştur. Katılımcıların verdikleri cevaplardan bazıları aşağıda sunulmuştur:

U1: *"Pandemi sürecinde çok fazla zararımız oldu. Uzun süre işlememizi kapatmak zorunda kaldık. Sadece 1 defalık 1.000 TL'lik bir destek aldım."*

U3: *"Bir defa 3.000 TL destek aldım ama kesinlikle yeterli değil."*

U8: *"Evet aldık. Yeterli değil ama fayda faydadır. Düşük yardımlar aldık. Sigortaları devlet ödedi."*

U9: *"Hayır, gelir kaybı ve kira için destek almadık, alamadık. Çalışanlara kısa çalışma ödeneği sadece."*

Katılımcıların cevapları genel olarak değerlendirildiğinde; U1, U2, U3, U5, U8 ve U10'un esnaf lokantalarını da kapsayan hibe desteği programına katılarak kira ve gelir kaybı için destek aldıkları; çalışanların sigortalarının devlet tarafından ödenmesi yardımını aldıkları ve lokanta çalışanlarının kısa çalışma ödeneğinden faydalandıkları (U6, U8, U9) ancak esnaf lokantası yetkililerinin çoğunluğunun aldıkları destekleri yetersiz gördükleri (U1, U2, U3, U5, U6, U8 ve U10) tespit edilmiştir.

Pandeminin yarattığı kriz sürecinin getirdiği olumsuzluklara, muhtemel tehditlere ve fırsatlara yönelik bakış açılarını öğrenmek üzere esnaf lokantası yetkililerine; "Pandemi Sürecinin İşletmenize Olan Fayda ve Zararları Hakkında Kısaca Bilgi Verir Misiniz?" ve "Bu Süreçte Yaklaşık Ne Kadar Maddi Zararınız Oldu?" soruları sorulmuştur. Katılımcılardan bazılarının verdikleri cevaplar şu şekildedir:

U1: "Krizin pek faydasını görmedik. Yaklaşık 8 ay kapatmak zorunda kaldım. Ödemeler birikti, borçların ödenmesi gerekti, bir miktar birikimim vardı. Hepsini harcadık, yeterli olmadığı için üstüne borçlandık. Elde avuçta ne varsa hepsi gitti. Evde oturmaktan canımız sıkıldı ve psikolojimiz bozuldu. Yaklaşık olarak 200.000 TL zararım oldu."

U3: "Pandemi öncesinde 9 kişi çalışırken bu süreçte bazı çalışanlarımı işten çıkarmak zorunda kaldım. Halen de eski dönemi yakalayamadık. İnsanlarda korku devam ediyor. Pandemi döneminde 1 yıl kapatmak zorunda kaldım. 300.000 TL maddi kaybım oldu bu süreçte."

U7: "Faydası yoktu, zararı vardı. %70-80 oranında işlerde düşüş oldu, durma noktasına geldik. İş hacmi kaybedildi. Psikolojik olarak yıprandık. Maddi ve manevi açıdan zarar çok. 750.000 TL yaklaşık olarak kaybımız oldu."

U8: "Ekonomik kayıp, çalışmama. İyi tarafından bakacak olursak tatil yapmış olduk. %70-75 kaybımız var."

Araştırmadan elde edilen bulgular esnaf lokantalarının pandemi sürecinde yıkıcı etkileri olan bir krizi yaşadıklarını ve pandemi ile gelen krizin varlıklarını tehdit edici olarak algıladıklarını göstermektedir. Krizin ekonomik etkileri içerisinde katılımcıların tamamı ciro kaybı ve zararlarının yüksek düzeyde olduğunu ifade etmektedirler. Ayrıca katılımcılar; ödeme sıkıntısı (U5), birikimlerin harcanması (U1), borçların artması (U1), maliyetlerle baş edememe (U2), fiyat artışları nedeniyle müşteri kaybı (U2), personeli işten çıkartmak zorunda kalma (U3, U6, U9) ve ihtiyaç halinde personel bulamama (U6) gibi durumlarla karşılaştıklarını ve bu durumların lokantaların geleceğini tehdit ettiğinin altını çizmektedirler. Krizin ekonomik açıdan getirdiği problemlerin yanısıra psikolojik açıdan da sorunlara yol açtığını ifade eden katılımcılar, "psikolojimiz bozuldu" (U1, U2, U4, U7) diyerek krizin çok yönlü etkilerine dikkat çekmektedirler. Krizler beraberinde fırsatlar da sunabilmektedir. Bu görüşü destekleyen, esnaf lokantası yetkililerinin ifadelerinden bazılarını aşağıda yer verilmiştir:

U10: "...Hiçbir arkadaşımın yolunu ayırmadım. Psikolojik olarak faydası da zorlukla mücadele ede ede mücadele ruhu arttı. Ekipte bağ arttı. Hiçbir zaman kapatmadık. Hep ayakta kaldık...Bizi güçlendirdi pandemi."

U8: "... İyi tarafından bakacak olursak tatil yapmış olduk."

TARTIŞMA ve SONUÇ

Covid-19 pandemi sürecinden en çok etkilenen sektörlerden biri de hiç kuşkusuz yiyecek-içecek işletmeleridir. Yiyecek-içecek işletmeleri bünyesinde yer alan ve KOBİ özelliği gösteren esnaf lokantalarının Covid-19 kriz deneyimlerinin, kriz sürecinden hangi düzeyde etkilendiklerinin ve bu süreçte karşıya karşıya kaldıkları sıkıntılarının tespiti, kriz sürecine ilişkin görüşlerinin belirlenmesinin amaçlandığı bu çalışmada elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibidir:

Katılımcılara esnaf lokantasını tanımlaması istendiğinde her biri kendi görüşlerine göre ifade etmişlerdir. Bu bağlamda tencere yemeği, uygun fiyat, kalite, civardaki esnafın yeri, küçük lokanta gibi ifadeleri daha fazla vurguladıkları tespit edilmiştir. Yıldız'a (2019) esnaf lokantalarını; mahalle aralarında, esnaf ve işçilerin yoğun oldukları yerlerde, tarihi çarşı vb. mekânlarda müşterilerinin yemek ihtiyaçlarını hem ev yemekleri lezzetinde hem de ekonomik olarak karşılamak için kurulmuş küçük işletmeler olarak tanımlanmıştır. Katılımcıların esnaf lokantasını tanımlamak için kullanmış oldukları ifadeler ilgili alan yazında yer alan tanımlarla paralellik göstermektedir.

Pandemiden etkilenen birçok sektör arasında kısa vadede benzersiz biçimde etkilenen yiyecek ve içecek sektörü dikkat çekmektedir (Galanakis vd., 2021). Saha araştırması sırasında katılımcıların ilgili sorulara vermiş oldukları cevaplar da bu sonucu destekler niteliktedir. Katılımcıların ifadeleri genel olarak değerlendirildiğinde esnaf lokantalarının tamamının pandemi sürecinde kendi inisiyatifleri dışında geçici kapanma (kamu otoritesi kararları doğrultusunda) durumunun da bir kriz yarattığı ve birçok sorun ile mücadele etmek zorunda kaldıkları sonuçlarına ulaşılmıştır. Ulaşılan bu sonuç doğrultusunda katılımcıların genel olarak krizlere hazırlıklı olmadıkları ve Covid-19 krizinden yoğun şekilde etkilendikleri ifade edilebilir.

Araştırmadan elde edilen bulgular dikkate alındığında, katılımcıların tamamı pandemi sürecinde yıkıcı etkileri olan bir krizi yaşadıklarını ve günümüzde hâlihazırda yaşanan pandemi ile gelen krizin varlıklarını tehdit edici olarak algıladıklarını göstermektedir. Krizin ekonomik etkileri içerisinde katılımcıların tamamı ciro kaybı ve zararlarının yüksek düzeyde olduğunu, bazı katılımcılar çalışan personelinin işten çıkarmak zorunda kaldığını ifade etmektedirler. Benzer şekilde Yarbrough ve Coole'ın (2021) Covid-19 krizinin yiyecek içecek işletmelerinde; gelirlerin azalması, tedarik zincirlerinde yaşanan aksamalar, personelin Covid olması durumunda temaslı olan tüm çalışanların karantinaya alınması, çalışma saatlerinde kısıtlamalar ve kısa süreli kapanma kararlarının uygulanmasıyla yiyecek içecek işletmelerinin sürekliliğini, bütünlüğünü ve genel işleyişini bozduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bir diğer taraftan Türkiye'nin dahil olduğu dünyadaki birçok ülke, işletmeleri bu krize karşı desteklemek adına kısmi önlemlerle müdahalelerde bulunmuş ancak arz ve talepteki düşüşler çalışanların işini kaybetmesine, işsiz kalmalarına yol açmıştır (Nicola vd., 2020; Demirdelen Alrawadieh ve Çifçi, 2021). Katılımcıların yaşadıkları kriz süreci ile ilgili cevaplarda; paket servis hizmetine başlama ve paket servise uygun ürünler geliştirme, hijyen kurallarına yüksek düzeyde dikkat ederek ve müşterileri için açık alan/terası gibi yerleri hizmete sunma gibi faaliyetlerle kendilerince krizle başa çıkma stratejileri geliştirdikleri sonuçlarına ulaşılmıştır.

Araştırma kapsamında verilen cevaplar dikkate alındığında, katılımcıların krizin sadece ekonomik açıdan değil psikolojik açıdan da sorunlara yol açtığını ifade etmişlerdir. Özgürel ve Esenkal Çözel (2021) krizin; ekonomik, sosyal, psikolojik, siyasal veya idari durumu tehdit eden ve önlemlerle karşılanması gereken özel bir durumu kapsadığını, etkilerinin ve başa çıkma stratejilerinin araştırılmasının gerekliliğinin altını çizmektedirler.

Araştırmada yapılan görüşmeler neticesinde; Balıkesir ve Muğla illerinde bulunan ve görüşme yapılan esnaf lokantalarının krizlere hazırlıklı olmadıkları, krizle başa çıkmada zorlandıkları, kriz karşısında ancak günü kurtaracak tedbirler aldıkları, Covid-19 krizinden yoğun biçimde etkilendikleri ve bu durumun devam ettiği, katılımcıların bir kısmının devlet yardımlarını alamadığı, yüksek oranda ciro ve nitelikli işgücü kaybı yaşadıkları, bir kısmının işletme faaliyetlerini durdurma (lokantayı kapatma) noktasına geldiği, bu süreçte sadece ekonomik açıdan değil psikolojik açıdan da olumsuz etkilendikleri sonuçlarına ulaşılmıştır.

ÖNERİLER

Araştırmadan elde edilen sonuçlar bağlamında aşağıda yer alan öneriler geliştirilmiştir:

- Kamu otoritesinin krizlere hazır olması, sektör bazlı eylem planlarının hazırlanması ve kaynak tahsislerinin yapıldığı, ödeneklerin ayrıldığı kriz bütçesi oluşturulması önem arz etmektedir.
- Pandemi sürecinde alınan tedbirlerin ve gerçekleştirilen uygulamaların gerekçeleri ile kurallara uymanın getireceği toplumsal kazanımların toplumun tüm kesimlerine anlatılması noktasında ilgili bakanlıklar, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, odalar ve eğitim kurumlarının üzerlerine düşen görev ve sorumluluklarını yerine getirmelidir.
- Esnaf ve Sanatkarlar Odalarının; üyelerinin KOBİ olması nedeniyle krizlerdeki kırılganlıklarına karşı yüksek düzeyde korunmalarını sağlamak için üyelerini bilinçlendirme, eğitim verme, karar mercilerine ek tedbirler alma noktasında bilgilendirme ve yönlendirme misyonlarını yerine getirmeleri gerekmektedir.
- Esnaf lokantalarının devam eden Covid sürecinde; operasyonlarını yeniden değerlendirmesi, gerek menüleri gerekse dağıtım seçeneklerini göz önünde bulundurarak yeniden tasarlaması gerekmektedir.
- Muğla ve Balıkesir illerinde bulunan esnaf lokantalarının yerelde tanıtılması, zincir ya da çok uluslu işletmeler yerine geleneksellikleri ile ön plana çıkan esnaf lokantalarına yerel halkın ve kentleri ziyaret eden kişilerin dikkatini çekecek biçimde çalışmaların Esnaf ve Sanatkarlar Odası öncülüğünde yürütülmesi gerekmektedir.
- Bundan sonra yapılacak akademik çalışmalarda Türkiye'nin farklı bölgelerinde bulunan esnaf lokantalarının durumu nicel ve nitel araştırma yöntemleri kullanılarak ortaya çıkarılabilir.

Etik Metni

Bu makalede dergi yazım kurallarına, yayın ilkelerine, araştırma ve yayın etiği kurallarına, dergi etik kurallarına uyulmuştur. Makale ile ilgili doğabilecek her türlü ihlallerde sorumluluk yazarlara aittir. Makalenin etik kurul izni Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Yayın Etiği Kurulu tarafınca 20/05/2021 tarih 187sayılı kararı ile alınmıştır.”

Yazarların Katkı Oranı Beyanı: Bu çalışmada birinci yazarın katkı oranı %50, ikinci yazarın katkı oranı %50'dir.

KAYNAKÇA

- Akoğlan Kozak, M. & Zencir, E. (2012). Esnaf lokantaları yöneticilerinin işletme performansı hakkında görüşleri: Eskişehir örneği, *13. Ulusal Turizm Kongresi*, 06-09 Aralık 2012, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 845-860.
- Brinks, V. & Ibert, O. (2020). From corona virus to corona crisis: The value of an analytical and geographical understanding of crisis, *Ijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 111(3), 275-287, <https://doi.org/10.1111/tesg.12428>
- Bulut, S. H. (2019). Türk gastronomisinde esnaf lokantası kavramının turistik değeri: Sivas Aşçıbaşı et lokantası örneği, *Atlas International Refereed Journal On Social Sciences*, 5(20),541-449, <http://dx.doi.org/10.31568/atlas.339>
- Byrd, K., Her, E., Fan, A., Almanza, B., Liu, Y. & Leitch, S. (2021). Restaurants and COVID-19: What are consumers' risk perceptions about restaurant food and its packaging during the pandemic?, *International Journal of Hospitality Management*, 94(1), 1-9. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102821>
- Chowdhury, M. T., Sarkar, A., Paul, S. K. & Moktadir, M. A. (2020). A case study on strategies to deal with the impacts of COVID-19 pandemic in the food and beverage industry, *Operations Management Research*, 1-13. <https://doi.org/10.1007/s12063-020-00166-9>
- Çelik, S., Sandıkçı, M. & Cerit, A. (2020). Esnaf lokantalarında otantiklik: Aşçı Bacaksız örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 1291-1305, <http://dx.doi.org/10.21325/jotags.2020.608>
- Demirdelen Alrawadieh, D. & Çifçi, İ. (2021). Covid-19 salgını sonrası yiyecek ve içecek sektörü: Mutfak şeflerinin perspektiflerine yönelik bir araştırma, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 439-454, <https://doi.org/10.32572/guntad.944613>
- Galanakis, C. M., Rizou, M., Aldawoud, T. M., Ucak, İ. & Rowan, N. J. (2021). Innovations and technology disruptions in the food sector within the covid-19 pandemic and post-lockdown era, *Trends in Food Science & Technology*, 110 (2021), 193-200, <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2021.02.002>
- Güven, H. (2020). COVID-19 pandemik krizi sürecinde e-ticarette meydana gelen değışimler. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(5), 251-268. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/asead/issue/54658/735825>
- İnce, C. (2020). Küresel Afetin Yerel Yansımaları: Covid-19'un Bitlis esnafı üzerindeki etkileri. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(8), 130-145. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/asead/issue/56449/775149>
- Karaca, E. & Sarıışık, M. (2018). Yöresel mutfakların kendi destinasyonları dışındaki faaliyetlerinde karşılaşılan sorunlar üzerine bir araştırma, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 2(1), 1-10. <https://doi.org/10.30625/ijctr.437392>
- Korkmaz, E. (2010). Geçmişten günümüze restoranlar: Türkiye'de restorancılığın gelişimi, *V. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi Bildirileri*, 27-30 Mayıs 2010, Erciyes Üniversitesi, Nevşehir. 120-130.

- Kosgeb, (2015). *Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik*. https://webdosya.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Mevzuat/ KOBİ'lerin_Tanımı,_Nitelikleri_ve_Sınıflandırılması_Hakkında_Yönetmelik.pdf [Erişim Tarihi: 10. 01. 2022].
- Neise, T., Verfürth, P. & Franz, M. (2021). Rapid responding to the COVID-19 crisis: Assessing the resilience in the german restaurant and bar industry, *International Journal of Hospitality Management*, 96 (2021), 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102960>
- Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., Agha, M., & Agha, R. (2020). The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (COVID-19): A review, *International Journal of Surgery*, 78, 185-193. <https://doi.org/10.1016/j.ijisu.2020.04.018>
- Özgürel, G. & Esenkal Çözeli, F. (2021). How much is Turkey ready for the covid-19 crisis in tourism? An evaluation on tourism enterprises in Marmaris. In V. Krystev, S. Çelik Uğuz, R. Efe, & E. Kapluhan (Eds.), *Tourism Studies and Social Science* (pp. 92-118). St. Kliment Ohridski University Press
- Shahrim A. K. (2006). *Culinary tourism as a destination attraction: An empirical examination of the destination's food image and information sources* [Unpublished doctoral dissertation]. Oklahoma State University.
- Yarbrough, J. & Coole, N. (2021). *COVID-19's impact on food industry reaches far beyond supermarket shelves*. <https://foodsafetytech.com/column/covid-19s-impact-on-food-industry-reaches-far-beyond-supermarket-shelves> [Erişim Tarihi: 09. 01. 2022].
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, E. (2019). Yaşayan ve yaşatılan mutfak kültürü; İzmir esnaf lokantaları üzerine bir değerlendirme, *Route Educational and Social Science Journal*, 6(7), 1123-1135. doi: 10.17121/ressjournal.2294