

COVID-19 Salgınının Restoran İşletmeleri Üzerine Etkisi: Sapanca Örneği

Ayşegül ÇAY*, Mehmet SARIİŞİK**

Öz

COVID-19 birçok sektörde olumsuz etkiler ortaya çıkarmıştır. Yiyecek içecek işletmeleri bu etkiyi en çok hisseden sektörlerden birisi olarak dikkat çekmektedir. Bu araştırmada Sapanca'da faaliyet gösteren restoran işletmelerinin COVID-19 salgınından nasıl etkilendiğini ve salgın sonrasına yönelik işletmecilerin görüş ve beklentilerini belirlemek amaçlanmıştır. Araştırma nitel yöntemle hazırlanmıştır. Toplam 15 restoran işletme yöneticisi ile telefon görüşmeleri gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler içerik analizi ile belirli temalara ayrılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre COVID-19'un Sapanca'daki restoranlar üzerinde olumsuz ekonomik etkileri dikkat çekmektedir. Bunun yanı sıra personelin psikolojik yönden olumsuz etkilenmesi ve işini kaybetme korkusu, müşteri sayısının düşmesi ve müşterilerde kaygı oluşumu gibi etkileri de söz konusudur. Yöneticilerin önemli bir kısmının geleceğe yönelik beklentileri olumsuz yönde olup sokağa çıkma kısıtlamasının devam etmesi, önlemler alınarak işletmelerin açılması ve ekonomik destek verilmesi gibi görüş ve beklentileri ilk sıralarda yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: COVID-19 Salgını, Turizm Endüstrisi, Yiyecek İçecek Sektörü, Yiyecek İçecek İşletmeleri, Restoran

The Effect of the COVID-19 Pandemic on Restaurant Businesses: Sample of Sapanca

Abstract

The COVID-19 has had negative effects in many sectors. Food and beverage businesses stand out as one of the sectors that feels this effect the most. In this study, it was aimed to determine how restaurant businesses operating in Sapanca were affected by the COVID-19 epidemic and the opinions and expectations of the operators for the post-epidemic. The research has been prepared with a qualitative method. With a total of 15 restaurant business managers were made telephone interviews. The data obtained are divided into specific themes with content analysis. According to the results of the research, the negative economic effects of COVID-19 on the restaurants in Sapanca draw attention. In addition to this, there are effects such as psychologically negative effects of



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 18.02.2021

Kabul/Accepted: 22.11.2021

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbdt.881447>

* Doktora Öğrencisi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Sakarya, Türkiye, E-posta: aysegulcay@outlook.com

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-6212-7811>

** Prof. Dr., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Sakarya, Türkiye, E-posta: msariisik@subu.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0002-0681-6137>

the personnel and fear of losing their job, decrease in the number of customers and anxiety in customers. An important part of the managers' expectations for the future are negative and their opinions and expectations such as the continuation of the curfew, opening of the businesses by taking precautions and providing economic support are at the first ranks.

Keywords: COVID-19 Pandemic, Tourism Industry, Food and Beverage Sector, Food and Beverage Businesses, Restaurant

1. Giriş

Geçmişten bugüne dünya birçok salgın hastalıkla yüzleşmek zorunda kalmıştır. Özellikle 21. yüzyılda ebola, kuş gribi, domuz gribi, deli dana hastalığı, kırım-kongo kanamalı ateşi, SARS ve MERS gibi hastalıklar en çok olumsuz etki yaratan salgınlar arasında gösterilmektedir (Alpago & Alpago, 2020, s. 103). İlk olarak aralık ayının sonlarına doğru Çin'in Vuhan Eyaleti'nde ortaya çıkan COVID-19 (Yeni Koronavirüs Hastalığı), insanlarda ateş, öksürme, nefes darlığı gibi solunum yolu şikâyetleri ile beliren ve bir grup hastada yapılan inceleme sonucu 13 Ocak 2020'de tanımlanmış bir virüsdür. Başlangıçta salgın bu eyaletteki deniz ürünleri ve hayvan pazarında bulunan kişilerde tespit edilmiş ve daha sonra insandan insana bulaşarak tüm dünyaya yayılmıştır (Url-1). 2003 yılında ortaya çıkan şiddetli akut solunum sendromuna (SARS) benzer şekilde insanlar arasında hava yoluyla bulaşan bir hastalıktır (Yang vd., 2020, s. 1). Sağlığın yanı sıra insanlar üzerinde psikolojik etkiler yaratırken (Cao vd., 2020, s. 3; Rajkumar, 2020, s. 2; Zhang vd., 2020, s. 49), insanların günlük yaşamını ve sosyal hayatını da etkilemiştir (Mishra vd., 2020, s. 2). Aynı zamanda genel refah üzerinde ciddi riske yol açan ve ekonomik faaliyetleri durduran bir salgındır (Mofijur vd., 2020, s. 37).

COVID-19 dünya genelinde çoğu sektör üzerinde olumsuz sıkıntılar ortaya çıkarmıştır. Dünya ekonomisini, farklı ticaret ve iş sektörlerini ve turizm sektörlerini ciddi şekilde etkilemiştir (Mishra, 2020, s. 2). Bu sektörlerden biri de yiyecek içecek sektörüdür. Yiyecek içecek işletmelerinde insanların toplu olarak bir araya gelmesi salgın riskini artırdığı düşünüldükçe birçok ülkede kapatılmış ve paket servise yönelmişlerdir. Bu da yiyecek içecek işletmeleri üzerinde olumsuz etkiler ortaya çıkarmıştır. Fakat salgının yiyecek içecek işletmeleri üzerindeki etkileri henüz tam anlamıyla bilinmemektedir. Bu neden doğrultusunda araştırmanın amacı, Sapanca ilçesinde bulunan restoranların COVID-19 salgınından nasıl etkilendiğini ve salgın sonrasına yönelik sektör temsilcilerinin görüşlerini belirlemek ve buna yönelik çözüm önerilerini ortaya koymaktır. Salgının yiyecek içecek işletmeleri üzerine etkisi hakkında çalışma sayısı alan yazında az sayıda yer almaktadır. Bu anlamda bu çalışmanın alan yazına katkı sağlayacağı da düşünülmektedir.

2. COVID-19 Salgınının Turizm Endüstrisi Üzerindeki Etkisi

Genel bir yaklaşımla turizm endüstrisi, ekonomik krizler (Yıldız & Durgun, 2010, s. 11), terör olayları (Akıncı & Yılmaz, 2015, s. 51; Arana & Leon, 2008, s. 299; Sönmez vd., 1999, s. 1), salgın hastalıklar (McAler vd., 2010, s. 106; Seabra vd., 2013, s. 502), savaşlar (Smith, 1998, s. 202) ve doğal afetler (Rossello, 2020, s. 2) başta olmak üzere bir çok olumsuz gelişmelerden olumsuz etkilenmiştir. Salgın hastalıklar arasında, SARS, kuş gribi, domuz gribi ve ebola bu endüstriyi sıkıntıya sürükleyen en önemli salgınlar arasında gösterilmiştir (Çeti & Ünlüoğan, 2019, s. 122). Salgın hastalık dönemlerinde insanların turizme katılımda çekimserlik gösterdikleri dikkat çekmektedir (Kiper vd., 2020, s. 529).

Çünkü turistler gidecekleri destinasyonda salgın hastalık olup olmaması konusunda hassastır (İçöz, 2005, s. 148). Bu açıdan değerlendirildiğinde salgın gibi durumlarda turizm faaliyetlerinin en çabuk vazgeçilen seçenek haline geldiği görülmektedir. Bununla birlikte COVID-19 salgını nedeniyle gerçekleştirilen seyahat kısıtlamaları yolcu hareketliliğini sonlandırmış, konaklama sektörü faaliyetlerini durma noktasına getirmiş ve turizm gelirlerinde düşüslere neden olmuştur (Soylu, 2020, s. 183). Salgının hem turizm talebi (Kuo vd., 2008, s. 917; Polyzos vd., 2020, s. 1; Seabra vd., 2013, s. 502) hem de arzı üzerinde (konaklama, yeme-içme, eğlence yerlerinin kapatılması) sert olumsuz etkileri olmuştur (Uğur & Akbiyık, 2020, s. 2).

3. COVID-19 Salgınının Yiyecek İçecek Sektörü Üzerinde Etkisi

Geçmişte yiyecek içecek işletmeleri kuş gribi, domuz gribi, deli dana hastalığı (BSE), salmonella virüsü gibi pek çok salgın hastalıkla karşı karşıya kalmış ve bu salgın hastalıklar işletmeleri finansal yönden olumsuz etkilemiştir (Kim vd., 2020, s. 33). Bunun yanı sıra SARS salgını da restoranlar üzerinde olumsuz etkiler yaratmıştır. Örneğin, 2003 yılında SARS salgını nedeniyle Hong Kong'daki restoranların işlerinde önemli azalmalar meydana gelerek likidite sorunu yaşandı ve binlerce işçiyi işten çıkarmak veya ücretsiz izin almaya zorlamak zorunda kalındı (Tse vd., 2006, s. 7). Benzer şekilde COVID-19 nedeniyle de yiyecek içecek işletmeleri üzerinde olumsuz etkiler ortaya çıkarmış ve çıkarmaya da devam etmektedir. Örneğin, salgın nedeniyle birçok restoran işletmesi kapanmış ve istihdam kayıpları yaşanmıştır (Brizek vd., 2020, s. 3). Norveç Turizm Örgütü'nün 31 Mart 2020'de yayınladığı raporda oteller, yiyecek işletmeleri ve diğer turistik tesislerin personel sayılarında en büyük düşüşün gerçekleştiğine dikkat çekilmektedir (Gössling vd., 2020, s. 8).

COVID-19, Kuzey Amerika, Avrupa, Asya Pasifik ve dünyanın birçok yerindeki bölgelerde yiyecek içecek sektörünü etkilemiş ve virüsün ortaya çıktığı yer olan Çin'de ilk olarak restoran ve kafeler kapatılmış ve daha sonra virüsün yayıldığı diğer ülkelerde de bu uygulama sürdürülmüştür (Sürme, 2020, s. 23). COVID-19 salgınının başlangıcında Türkiye'de kalabalık ve yakın teması engellemek için cami, kilise, müze, restoran, kafe, adliye ve kuaför gibi iş yerleri ve kamu kurumlarında kapanma kararı alınmıştır (Kıvılcık, 2020, s. 19). Daha sonra 1 Haziran 2020 tarihinde belirli kurallar çerçevesinde yeniden açılma kararı verilmiştir (Url-2). Bu kuralların yanı sıra otel işletmelerine de belirli kurallar getirilmiştir (Url-3). Örneğin, otellerin restoranlarında açık büfedeki yiyeceklerin servisinin personel tarafından yapılmaya başlanmasıdır (Url-4). Daha sonrasında vaka sayılarında artış görülünce 20 Kasım 2020 tarihinde restoran, lokanta, kafeler gibi yiyecek içecek işletmelerinde yalnızca paket servis veya gel al hizmeti başlatılmıştır (Url-5). Bunun sonucunda özellikle yüksek ücretli kiralar ödeyen bazı işletmeler mekanlarını kapatarak farklı 2-3 noktada butik ve küçük alanlar açarak tamamen paket servise yönelmiştir (Url-6). İşletmelere getirilen bu kurallar işletmelerde mali yönden fazladan bir gider oluşturmuş ve birçok yönden kayıp yaşanmıştır. Düzenlemeler işletmelerin maliyetlerine yansiyabilir ve dolayısıyla fiyatları etkileyebilir ama bu uygulamalar tüm tesislere uygulanacağı için fiyatın artması talebi ters yönde etkilemeyecektir (Demir vd., 2020, s. 97). Salgın sonrası bazı yiyecek içecek işletmelerinin sunduğu ürünlerin talep fiyat esnekliği %24 azalma göstermekte ve bunun nedeni olarak normalleşme döneminde üst üste yapılan zamlar gösterilmektedir (Oğuz, 2020). Yiyecek içecek işletmeleri yöneticilerine göre COVID-19 nedeniyle sektörde ekonomik daralmalar, işten çıkarmalar olabileceği ve bu nedenle stres ve sorumluluğun artacağı belirtilmektedir (Bucak & Yiğit, 2020, s. 4-5).

Hazır yemek üreten bazı firmalarda ise önemli derecede kapasite kaybı yaşanmıştır (Şen, 2020, s. 93). Koronavirüs'ün personelden gıda ürünlerine ve gıda

yüzeylerine yayılma riski olabileceğinden (Yekta vd., 2020, s. 2) salgın sonrası tek kullanımlık ekipmanlar kullanılmış ve yiyecek ürünleri ambalajlı hale getirilerek sunulmaya başlamıştır. Müşterilerin ise çorba, ana yemek vb. yerine sandviç gibi yiyecekleri daha çok tercih ettiği ifade edilmektedir (Şen, 2020, s. 96).

4. Araştırma Yöntemi

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı, Sapanca ilçesinde faaliyet gösteren restoranların yöneticilerinin COVID-19 salgınından etkilenme düzeyleri ve salgın sonrasına yönelik olası gelişmelere ilişkin görüşlerini belirlemek ve buna ilişkin çözüm önerileri sunmaktır. Böylece gelecekteki olası salgınlara ilişkin yaşanan sorunlar ve uygulamalar konusunda yol haritasının belirlenebilmesine yardımcı olunabilecektir. Ayrıca sınırlı sayıdaki ilgili alan yazında yer alan araştırmalara destek sağlanabilecek ve yapılacak yeni çalışmalara da kaynak teşkil edebilecektir.

4.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Sapanca'daki T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı ve belediye işletme belgeli restoranlar oluşturmaktadır. Araştırma evreninin Sapanca'daki restoran işletmeleri olarak seçilmesinin nedeni, araştırmacının ikametgâh yerine yakın olması, Sapanca'nın önemli turizm çekim merkezlerinden birisi olması, kısa süreli tatiller ve göl civarına kurulan yiyecek içecek işletmeleri için çokça tercih edilmesi, hafta sonu çok sayıda günübirlikçi ağırlaması unsurlarının önem taşımasından kaynaklıdır. Turizm endüstrisinin COVID-19 salgını nedeniyle olumsuz etkilenmesinin restoran işletmelerini de etkileyeceği varsayılmıştır.

Sakarya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden temin edilen verilere göre Sapanca'da 1 adet bakanlığa bağlı işletme belgeli restoran bulunmaktadır. Belediye belgeli restoranlar hakkında bilgi edinmek amacıyla gerekli yerlere müracaat edilmiştir ancak belediye belgeli restoranların tam sayısına ulaşamamıştır. COVID-19 salgınında restoranlara uygulanan yeni kurallar nedeniyle işletmelerin birçoğu kapanmıştır. Bu nedenle görüşme talebini kabul eden ve telefon ile ulaşılabilen restoran yöneticileri ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu açıdan araştırma örneklemini belirlerken olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemine başvurulmuştur. Kolayda örnekleme tekniği, araştırmacının çalışması için gerekli gördüğü büyüklükteki örnekleme sayısına ulaşmaya kadar en kolay ve ulaşılabilir deneklerden veri toplamaya çalışmasıdır (Gürbüz & Şahin, 2018, s. 132).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı işletme belgeli 1 adet restorana telefon ile ulaşılmaya çalışılmıştır fakat ulaşamamıştır. Bu nedenle araştırma kapsamına yalnızca belediye belgeli restoranlar alınmıştır. Telefon aracılığıyla ulaşılabilen ve görüşme talebini kabul eden 15 işletme ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırma örneklemine dahil edilen işletmeler 1 Haziran 2020 sonrası hizmet veren işletmelerdir. İşletmelerin COVID-19 salgını dolayısıyla kapalı olması araştırmanın önemli kısıtlarından biri olduğu söylenebilir. Ayrıca araştırmanın yalnızca Sapanca bölgesindeki restoran işletmelerini kapsamaması da diğer bir kısıttır.

4.3. Veri Toplama Yöntemi ve Analizi

Araştırma konusu, mevcut alan yazın araştırması yapılarak ikincil kaynaklarla açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırma konusuyla ilgili derinlemesine bilgi ve birincil kaynakları elde edebilmek amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden yarı-biçimsel

görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme tekniği, iki veya daha fazla kişi arasında belirli bir düzende ve belirli bir amaç için yapılan soru-cevap şeklindeki söyleşilerdir (Coşkun vd., 2017, s. 99). Görüşme tekniği ile deneyim, tutum, düşünce, niyet, yorum, tepki ve zihinsel algılar biçiminde gözlenemeyen hususları anlamaya çabalanmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2018, s. 130). Yarı-biçimsel görüşme tekniği ise araştırmacının genel olarak bir yol haritasına sahip olması ve katılımcıların ilgi ve bilgisine göre genel bir çerçeve içerisinde farklı sorular yönelterek konunun değişik boyutlarını ortaya çıkarılmasını kapsamaktadır (Coşkun vd., 2017, s. 101). COVID-19 salgını nedeniyle risk oluşturulmaması açısından görüşmeler telefon aracılığı ile gerçekleştirilmiştir. Telefonda sorular yöneltilerek katılımcıların yanıtları not edilmiştir. Görüşmeler 15.12.2020-18.12.2020 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

Görüşmeler sonucu elde edilen bulgular nitel veri analizi yöntemlerinden biri olan içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. İçerik analizi, toplanan verileri açıklamak amacıyla kavramlara ve bilgilere ulaşmak, birbirine benzer verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya toplamak ve ortaya çıkarılacak okuyucunun anlayacağı şekilde düzenleyerek yorumlamaktır (Yıldırım & Şimşek, 2018, s. 242). Araştırma soruları ise mevcut alan yazından elde edilen bulgular ve akademisyen görüşleri ışığında geliştirilmiştir. Sorular oluşturulduktan sonra Sapanca'daki 4 adet restoran işletmesi ile pilot görüşmeler yapılmıştır ve sorulara son şekli verilerek toplamda 13 soru sorulmuştur.

5. Bulgular

Bu bölümde görüşme gerçekleştirilen katılımcıların yanıtları analiz edilerek ortaya koyulmuştur. Katılımcılara öncelikle demografik özellikleri ve işletmelerin özellikleri sorulmuştur. Katılımcıların demografik özelliklerinin sorulmasının nedeni COVID-19 salgını durumunda işletmeleri için aldıkları kararların cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve deneyim sürelerine göre bir farklılık gösterip göstermediğine dair fikir edinebilmek içindir. Katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1'de yer almaktadır.

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Düzeyi	Deneyim (yıl)	İşletme Pozisyonu
K1	Kadın	21-30	Üniversite	1-5	İşletme müdürü
K2	Erkek	21-30	Lise	1-5	İşletme sahibi
K3	Erkek	41-50	Üniversite	21+	İşletme sahibi
K4	Erkek	31-40	Üniversite	6-10	İşletme sahibi
K5	Erkek	21-30	Lise	11-15	İşletme sahibi
K6	Erkek	51-60	İlkokul	16-20	İşletme sahibi
K7	Kadın	41-50	Lise	21+	İşletme sahibi
K8	Erkek	61+	Üniversite	1-5	İşletme sahibi
K9	Erkek	31-40	Üniversite	6-10	İşletme sahibi
K10	Erkek	31-40	Lise	11-15	İşletme sahibi
K11	Erkek	51-60	Lise	21+	İşletme sahibi
K12	Erkek	41-50	Üniversite	6-10	İşletme sahibi
K13	Erkek	31-40	Lise	16-20	İşletme sahibi
K14	Kadın	31-40	Lise	16-20	İşletme sahibi
K15	Erkek	31-40	İlkokul	16-20	İşletme sahibi

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular

Katılımcıların 3'ü kadındır. Katılımcıların yaşları ise en fazla 31-40 arası (n=6) olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyleri ağırlıklı olarak lise (n=7) düzeyindedir. Sektörde deneyim süreleri ise en çok 16-20 yıl (n=4) arası değişmektedir. Bir katılımcı müdür olmak üzere diğerleri işletme sahibidir. İşletme hakkında bilgilerin sorulmasının nedeni ise hem araştırmaya dahil edilen işletmenin evreni temsil edebilme yeteneğini ortaya koyabilmek hem de işletme özelliklerine göre COVID-19 salgını etkilerinin durum tablosunda bir farklılık olup olmadığını görebilme için. İşletme özelliklerine yönelik bulgular Tablo 2'de yer almaktadır.

İşletme	İşletme Şekli	İşletmenin Hizmet Süresi	İşletme Servis Kapasitesi	Personel Sayısı	COVID-19 Sonrası Personel Sayısı	Servis Şekli	Ürün Konsepti	Paket Servis Hizmeti
İ1	Otele bağlı	11-15	101+	50	10	A'la Carte	Hepsi	Yok
İ2	Bağımsız	1-5	21-40	3	3	A'la Carte	Hepsi	Var
İ3	Bağımsız	1-5	101+	24	5	A'la Carte	Et	Var
İ4	Bağımsız	6-10	81-100	6	3	A'la Carte	Et	Var
İ5	Bağımsız	6-10	101+	8	2	A'la Carte	Et	Var
İ6	Bağımsız	1-5	81-100	5	5	A'la Carte	Et	Yok
İ7	Bağımsız	1-5	101+	8	8	A'la Carte	Hepsi	Yok
İ8	Bağımsız	1-5	101+	6		A'la Carte	Hepsi	Yok
İ9	Zincir	6-10	21-40	4	3	A'la Carte	Pizza ve yan ürünleri	Var
İ10	Bağımsız	16-20	101+	17	17	A'la Carte	Hepsi	Yok
İ11	Bağımsız	11-15	41-60	13	3	Açık büfe	Et	Var
İ12	Bağımsız	1-5	21-40	0	0	A'la Carte	Hepsi	Var
İ13	Bağımsız	6-10	101+	8	5	A'la Carte	Hepsi	Yok
İ14	Bağımsız	11-15	101+	6	0	Self servis	Balık, gözleme, kahvaltı	Yok
İ15	Bağımsız	1-5	101+	12	1	A'la Carte	Et	Var

Tablo 2: İşletme Özelliklerine Yönelik Bulgular

İşletmelerden ikisi zincir ve otele bağlı olmak üzere geri kalanı bağımsız işletmelerdir. İşletmelerin hizmet süreleri ağırlıklı olarak 1-5 yıl (n=7) arasında değişmektedir. İşletmelerin servis kapasiteleri genel olarak 100 ve üzeridir. Personel sayılarının ise COVID-19 döneminde azaldığı görülmektedir. İşletmelerin servis şekilleri ise genel olarak A'la Carte şeklindedir. Ürün konseptleri en çok hepsi (n=7) ve et (n=6) olarak belirtilmiştir. Paket servis, alınan yeni kararlar uygulanmaya başlamıştır. Bu anlamda her işletmede paket servis hizmeti verilmemektedir. Paket servis hizmeti olan işletme sayısı 8 adettir. Paket servis hizmeti olmayan işletmeler ise 20 Kasım 2020 kararı sonrası kapatmıştır.

Katılımcılara COVID-19'un restoranlara etkilerine yönelik 13 soru yöneltilmiştir. Elde edilen yanıtlar içerik analizi sonucu Tablo 3'te özetlenmiştir.

SORU	TEMA	N	KATILIMCI
1.COVID-19 salgınının işletmenize ekonomik yönden ne gibi etkileri oldu?	Satışların azalması	10	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K9, K11, K12, K14
	Maddi kayıp	5	K1, K2, K3, K11, K13
	Personel sayısını düşürmek zorunda kalmak	4	K1, K2, K8, K11
	İşletmenin kapanması	4	K6, K7, K10, K13
	Müşteri kaybı	3	K5, K10, K14
	İşletme giderlerini ödemedeki zorluk	2	K3, K5
	Paket servis yapılmaması	2	K1, K10
	Paket servise talep olmaması	1	K3
	Toplu organizasyonları yapamama	1	K7
	Personel giderlerini ödemedeki zorluk	1	K3
	Paket serviste yan ürünlere (tatlı, içecek vb.) talep olmaması	1	K4
2.Ekonomik etkiler için nasıl bir çözüm yoluna gittiniz?	Çözüm yok	8	K1, K3, K4, K7, K8, K10, K14, K15
	Kendi bütçelerinden harcamak	3	K6, K11, K13
	Devlet kredi desteğinden yararlanmak	2	K9, K13
	Broşür bastırmak	1	K2
	Online satış platformuna üye olmak	1	K2
	Başka bir iş kurmak	1	K5
	Reklam çalışmalarını yoğunlaştırmak	1	K12

Tablo 3: Katılımcıların COVID-19'un Restoranlara Etkilerine Yönelik Görüşleri

3.COVID-19 salgını nedeniyle sizde ve personelde stres artışı, motivasyon düşüşü veya iş dolayısıyla hastalık kaygısı gibi psikolojik yönlü etkilerle karşılaştınız mı?	Hastalık kaygısı	10	K1, K2, K3, K4, K6, K7, K9, K11, K12, K13
	Stres	3	K1, K2, K9
	Moral düşüklüğü	2	K5, K9
	Psikolojik yönlü bir etkiyle karşılaşmadık	2	K8, K14
	Ekonomik kaygı	2	K10, K15
	İş kaygısı	1	K5
	Gelecek kaygısı	1	K2
	İşini rahat yapamama	1	K7
4.COVID-19 salgını nedeniyle işletmede sunulan ürünlerde fiyat değişikliği yapıldı mı?	Yapılmadı	13	K1, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K11, K12, K13, K14, K15
	Yapıldı	2	K2, K10
5.COVID-19 salgını sonrası müşterilerin yemek tercihlerinde değişim oldu mu?	Değişmedi	13	K1, K2, K3, K6, K7, K8, K9, K10,

			K11, K12, K13, K14, K15
	Ekmek arası yemeğe talep artışı	1	K4
	Pakete yönelme	1	K5
6.COVID-19 salgını dolayısıyla gelen müşteri sayınız düştü mü?	Evet	14	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K11, K12, K13, K14, K15
	Hayır	1	K10
7.Size göre gelen müşterilerde kaygı veya normal zamana göre farklı bir durum var mıydı?	Kaygı	7	K2, K3, K4, K7, K8, K12, K13
	Farklı bir durum yoktu	7	K1, K6, K9, K10, K11, K14, K15
	Yurtdışından gelen turistlerden tedirgin olmak	1	K3
	İşletme mutfağını kontrol etmeyi istemek	1	K5
8.COVID-19 salgını nedeniyle işletmede işini kaybedenler oldu mu? Ücretsiz izin veya dönüşümlü çalışma gibi uygulamalarda bulundunuz mu?	Ücretsiz izin	8	K1, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K11
	İşini kaybedenler oldu	5	K2, K5, K11, K13, K15
	İşini kaybeden olmadı	5	K1, K3, K4, K6, K10
	Dönüşümlü çalışma	2	K1, K5
	Kendi tercihleri ile ayrılanlar oldu	2	K9, K14
	Kısa çalışma ödeneğine başvurmak	1	K10

Tablo 3: Katılımcıların COVID-19'un Restoranlara Etkilerine Yönelik Görüşleri (devamı)

9.Sağlık Bakanlığı'nın 1 Haziran'dan sonra uygulanan COVID-19 rehberi uygulamalarıyla işletmelerde oluşan yeni düzen işletmeyi olumlu/olumsuz nasıl etkiledi?	Sağlık açısından olumlu	6	K1, K6, K7, K13, K14, K15
	Temizlik/dezenfektan ürünlerinin maliyetinin olumsuz etkisi	5	K4, K7, K8, K9, K11
	Maliyetlerin artması	3	K1, K2, K3, K13, K14
	Masa düzeni sonucu kişi sayısı düşmesi	3	K5, K10, K11
	Ürünlerin tek kullanımlık hale gelmesi	2	K8, K9
	Hijyene önem arttı	1	K1
	Çalışma saatlerinin kısıtlanmasından dolayı iş yapamama	1	K2

	Müşterilerin uygulamaları beğenmemesi	1	K3
	Ambalaj giderlerinin artması	1	K9
	İş hacminin düşmesi	1	K12
10.COVID-19 pandemi süreci meydana geldikten sonra yeni stratejiler belirlediniz mi?	Belirlenmedi	6	K2, K3, K7, K9, K11, K12
	Personel çalışma saatlerini düzenlemek	1	K1
	Mekânı genişletmek	1	K4
	Hijyene dikkat etmek	1	K5
	Arap turistleri almamak	1	K6
	İşletmeyi temelli kapatmak	1	K8
	Masa düzenini değiştirmek	1	K10
	Personel sayısını azaltmak	1	K13
	COVID-19 sürecindeki önlemleri sonrasında da devam ettirmek	1	K14
Online satış platformuna üye olmak	1	K15	
11.COVID-19 salgını sonrası restoran işletmelerinin geleceğine yönelik beklentileriniz nelerdir?	Her şey normale dönecek	5	K4, K5, K7, K9, K10, K14
	Bir fikrim yok	3	K6, K8, K13
	Kötüye gidecek	2	K1, K2
	COVID-19 dönemi algısı kalıcı olacak	1	K1
	Ekonomiyi etkileyecek	1	K2
	Bu işi bırakmak zorunda kalanlar olacak	1	K3
	Normale döndüğünde paket servis bırakılacak	1	K7
	Dışarıda yemek lüks olmaya başlayacak	1	K9
	Normale dönülse bile insanlar korkacak	1	K11
	Yükseliş olacak	1	K12
	Restoranlar zor duruma düşecek	1	K15

Tablo 3: Katılımcıların COVID-19'un Restoranlara Etkilerine Yönelik Görüşleri (devamı)

12.Turizm faaliyetleri normale döndüğü zaman işletmeniz faaliyetlerinin de normale döneceğini düşünüyor musunuz?	Evet	13	K1, K2, K4, K5, K6, K7, K9, K10, K11, K12, K13, K14, K15
	Hayır	2	K3, K8
13.COVID-19 salgını döneminin restoran işletmeleri üzerine etkilerine yönelik çözüm önerileriniz nelerdir?			
	Önerim yok	6	K1, K5, K6, K13, K14, K15

	İnsanlara ve işletmelere belirli bir süre kısıtlama getirilmeli	3	K2, K3, K12
	Önlemler alınarak işletmeler açık kalmalı	2	K10, K11
	Paket ve gel al yapılamayan işletmelere devlet destek vermeli	1	K4
	Son kısıtlama olmadan önce denetimler arttırılmalydı	1	K7
	Devlet dairelerine olan borçlar ertelenmeli	1	K9
	Ekonomik destek olmalı	1	K9

Tablo 3: Katılımcıların COVID-19'un Restoranlara Etkilerine Yönelik Görüşleri (devamı)

COVID-19'un restoranlar üzerine ekonomik yönlü etkileri arasında en çok satışların azalması (n=10) belirtilmiştir. Bunun yanı sıra diğer öne çıkan etkiler ise maddi kayıp, personel sayısını düşürmek zorunda kalmak, işletmenin kapanması ve müşteri kaybıdır. Katılımcıların yanıtlarına göre ekonomik etkiler için işletmeler en çok çözüm yok (n=8) yanıtını vermişlerdir. Diğer öne çıkan temalar ise kendi bütçelerinden harcamak ve devlet kredi desteğinden yararlanmak şeklindedir. İşletmelerde personelin önemi çok büyüktür. Bu açıdan personelin de salgın durumundan nasıl etkilendiği belirlenmek istenmiştir. COVID-19 döneminde işletmeciler ve personellerinin en çok hastalık kaygısı (n=10) duydukları ortaya çıkarılmıştır. Stres, moral düşüklüğü, ekonomik kaygı gibi hususlar da etkiliyken psikolojik yönlü etkiyle karşılaşmadığını belirten işletmelerde olmuştur. Çoğu katılımcı işletmelerinde COVID-19 döneminde fiyat değişikliği (n=13) yapmadığını belirtmiştir. Müşterilerin yemek tercihlerindeki değişim işletmeleri de etkileyecektir. Bu anlamda bu husus önem arz etmektedir. Katılımcıların çoğu müşteri tercihlerinde değişim olmadığını (n=13) ifade etmiştir. Bunun yanı sıra ekmeğin arası yemeğe ve pakete talep olduğunu belirtenler de bulunmaktadır. Katılımcıların çoğunluğu COVID-19 nedeniyle müşteri sayılarının düştüğünü ifade etmiştir. İşletmelerin odak noktasında müşteriler bulunmaktadır. Müşterilerin durumlarındaki farklılık işletmelere yansiyabilir. Örneğin, kaygılı olmaları tercihlerini etkileyebilir. Bu da dolaylı olarak işletmeye etki edebilir. Bu açıdan müşterilerin salgın sonrası değişimlerinin olup olmadığını belirlenmesi önem taşımaktadır. Bu anlamda işletmecilerin gözlemleri sorulmuştur. Katılımcıların yanıtlarına göre bir kısmı müşterilerde kaygı (n=7) olduğunu düşünürken diğer bir kısmı herhangi bir farklı durum olmadığını (n=7) belirtmiştir. İşletmelerin çoğu çalışanlarını ücretsiz izne (n=8) yönlendirmiştir. İşletmelerde işini kaybedenler (n=5) olmuştur. Bunun yanı sıra dönüşümlü çalışma uygulamaları da bulunmaktadır. Katılımcıların yanıtlarına göre en sık verilen yanıt sağlık açısından olumlu (n=6) olduğunu düşündükleridir. Öte yandan temizlik/dezenfektan ürünlerinin maliyetinin olumsuz etkisi, maliyetlerin artması, masa düzeninin etkisi gibi sonuçlar da ortaya çıkmıştır. Katılımcıların en sık verdikleri yanıt COVID-19 döneminde yeni bir strateji belirlemedikleri (n=6) yönündeyken mekânı genişletmek, hijyene dikkat etmek, Arap turistleri almamak, işletmeyi tamamen kapatmak şeklinde öne çıkan yanıtları da bulunmaktadır. COVID-19 salgını sonrası yiyecek sektörünün geleceğine ilişkin görüşlerine dair yanıtlar incelendiğinde katılımcılar her şeyin normale döneceğini (n=5), fikirleri olmadığını, kötüye gideceği yanıtlarının öne çıktığı görülmektedir. Katılımcıların geneli turizm faaliyetleri normalde döndüğü zaman işletmelerinin faaliyetlerinin de normale döneceğini (n=13) belirtmişlerdir. Katılımcıların

yanıtlarına göre insanlara ve işletmelere belirli bir süre kısıtlama getirilmeli, önlemler alınarak işletmeler açık kalmalı, paket ve gel al yapılamayan işletmelere devlet destek vermeli gibi hususlar öne çıkmıştır.

6. Sonuç

Tüm dünyada etkili olan COVID-19 salgını ile çoğu sektörde olumsuz etki meydana geldi. En çok da ulusal ve uluslararası seyahatin kısıtlanmasıyla turizm endüstrisi etkilendi. Turizm bölgelerinde turizmden beslenen alt sektörlerden biri olan yiyecek içecek işletmeleri de aynı şekilde olumsuz etkilenmektedir. Bu anlamda araştırmada Sapanca bölgesindeki restoran işletmelerinin COVID-19 salgınından nasıl etkilendiğini ve salgın sonrasına yönelik sektör temsilcilerinin görüşlerini belirlemek ve buna yönelik çözüm önerilerini ortaya koymak amaçlanmıştır.

Elde edilen bulgulara göre COVID-19'un Sapanca'daki restoranlar üzerinde ekonomik yönde olumsuz etkileri olduğu ortaya çıkarılmıştır. Bu etkiler işletmelerin gelirlerinin düşmesine neden olmuş ve bazı işletmeler kapanmak zorunda kalmıştır. Özellikle bu dönemde yeni koyulan paket servis ve gel al kuralıyla çoğu işletmeci işletmelerini iş yapamadığı için kapatmak durumunda kalmıştır. Sapanca turistik bir bölge olduğu için genellikle hizmet veren restoranlar turizmin fırsatlarından faydalanıyordu. Restoranların tercih edilmesinde Sapanca'nın turizm yönünden çekiciliklerinin olması, özellikle göl kenarında bulunan restoranların tercihinde göl manzarasının olması etkilidir. Bu açıdan işletmeler paket servise dönünce turistlerin gelişi kalktı ve yerli halkında bu işletmelerden paket yemek alma ihtiyacı olmamaktadır. Katılımcıların yarısı COVID-19'un ekonomik etkilerine yönelik çözüm bulamadıklarını belirtmişlerdir. Bunun haricinde işletme ismini duyuran faaliyetler yapan veya online satış platformuna üye olan işletmelerde olmuştur. Bu tür yönelimler işletmelere ek bir gider olarak yansımaktadır.

COVID-19'un restoranlara ekonomik etkileri olduğu kadar psikolojik yönlü etkileri de olmuştur. Turizm endüstrisi hizmete dayalı olduğu için çalışanların birebir müşterilerle temas halinde olduğu durumlar bulunmaktadır. Bu açıdan araştırma sonuçlarında da işletme sahiplerinin ve personelinin ve dönemde işlerine bağlı olarak hastalık kaygısı duydukları belirlenmiştir. Bunun yanı sıra gelecek kaygısı, ekonomik kaygı gibi kaygıları yaşayabildikleri de bahsedilmiştir. Personelin kaygı durumları görevlerini yerine getirmede olumsuz etki edebilir. Dube vd. (2020) araştırmalarında COVID-19'un restoran işletmelerinde önemli istihdam ve gelir kaybı yarattığını ortaya koymuşlardır. Etyemez ve Kemer (2021)'in araştırma bulgularına göre de restoran işletme ve işletmecileri maddi ve manevi yönden olumsuz etkilendiği belirtilmiştir. Bu araştırmada da benzer sonuçlar elde edilmiştir.

İşletmecilerin çoğu salgın döneminde sundukları ürünlerde fiyat değişiklikleri yapmadıklarını belirtmişlerdir. Fiyat değişikliği yaptıklarını belirtenler ise enflasyon oranı veya elektrik gibi unsurların fiyatlarını dikkate alarak zamma gittiklerini ifade etmişlerdir. Bu açıdan salgına özel bir fiyat politikasının belirlenmediği söylenebilir. Salgın sonrası müşterilerin yemek tercihlerinde değişim fark edilmemiştir. Fakat iki katılımcı ekmek arası ve pakete yönelmenin olduğunu belirtmişlerdir. Bu durum fast food işletmelerinde araştırıldığında daha farklı bir sonuçla karşılaşılabılır.

Salgın sürecinde restoranların açık olduğu dönemlerde müşterilerin gelişlerinde azalma olduğu belirlenmiştir. Bu unsur da işletmeleri ekonomik açıdan olumsuz etkilemiştir. Müşterilerin normal zamana göre kaygı gibi farklı durumlarının olduğunu gözlemleyen katılımcılar vardır. Byrd vd. (2021) araştırmalarında müşterilerin restoran yiyeceklerinden COVID-19 kapma kaygısı içerisinde olduklarını belirtmişlerdir. Kaygısı giderilmeyen müşteriler zamanla restoranları tercih etmeyebilir. Bu süreçte işletmelerde

çalışan personellerden işlerini kaybedenler de olmuştur. Ücretsiz çalışma veya dönüşümlü olarak çalışma programı olsa bile kişiler eski kazancını elde edememektedir. İşletmeler ise personelin sigortasını ödemeye devam etmektedir. Bu durum da işletmeleri ekonomik olarak zorlamaktadır. İşletmeler bu anlamda sürdürülebilirlikleri açısından kaygıya düşebilmektedir (Okat vd., 2020).

Sağlık Bakanlığı'nın yiyecek içecek işletmelerinde uygulamaya koyduğu COVID-19 rehberi bazı katılımcılar tarafından olumlu görülse de işletmelerine mali açıdan olumsuz dönüş yaptığını belirtenler de bulunmaktadır. Masa düzeni, tek kullanımlık malzemeler gibi hususlar işletmelere fazladan bir gider çıkarmıştır. Bu dönemde işletmeler yeni stratejiler belirleme yoluna gidebilmiştir. Sürecin olumsuz seyretmesinden ötürü işletmeler çoğunlukla buna yönelik stratejiler belirlemiştir. İşletmelerde belirlenen yeni stratejiler de işletmelere ekonomik anlamda ekstra bir yük çıkarabilmektedir. Katılımcıların restoran işletmelerinin geleceğine yönelik beklentileri ise olumlu ve olumsuz olarak ayrılabilir. Her şeyin normale döneceğini düşünen katılımcıların yanı sıra daha da kötüye gideceğini düşünen katılımcılar da bulunmaktadır. 1 Haziran 2020 sonrası alışveriş merkezlerindeki restoranlar gibi yerli halkın daha çok tercih ettiği restoranların turistik yerdeki restoranlara göre daha fazla iş yapabileceği düşünülebilir. Bunun nedeni genel olarak turizm hareketlerinde azalma olduğu için turistik mekanlarda olan işletmelerde eskiye nazaran işlerinde azalma olabilir. Bu açıdan katılımcıların çoğu da turizm faaliyetlerinin normale dönmesiyle işlerinin normale döneceğini düşünmektedir. Katılımcıların önerileri ise işletmelerinin gördüğü etkileri azaltmaya yönelik önerilerdir. Genel olarak katılımcılar bu dönemde işletmelerinin gördüğü etkiyle umutsuzluk içerisinde. Hastalığın önüne geçilmeden normal zamandaki imkânlarla dönem zor olacaktır. Salgının olumsuz etkilerinin yanı sıra işletmelerde hijyene dikkat edilmesini sağlayan olumlu etkileri de olduğu belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlar ve katılımcıların görüşleri doğrultusunda aşağıdaki öneriler getirilebilir.

Sektöre öneriler: Personelin kaygı durumlarını giderecek şekilde işletmelerde önlemler alınmalıdır. Gerekirse personele psikolojik destek verilmelidir. Müşterilerin kaygı veya farklı durumlarının ne olduğu anlaşılmalı ve buna yönelik çözümlerde bulunulmalıdır. İşletmeler paket servis döneminde online yemek satış platformlarına üye olarak faaliyet gösterebilir.

Kamuya öneriler: İşletmelere ve insanlara belirli bir süre sokağa çıkma kısıtlaması getirilebilir. Daha sonrasında daha sıkı önlemler ve denetimlerle işletmeler açılabilir ve işletmelere alınan kişi sayısı düşürülerek işletim devam ettirilebilir.

Sektör çalışanlarına öneriler: Çalışanlar, kaygılarını müşteriye yansıtmemelidir. Müşteriye güven hissi verilmelidir. Bunun nedeni, personelin kaygılı olduğunu gören müşterinin bu durumdan etkilenme ihtimalidir. Bu etki ise salgın döneminde daha fazla müşteri kaybına yol açabilir.

Araştırmacılar öneriler: Araştırma, restoran işletmelerinin kapatıldığı ve paket servise geçildiği dönemde gerçekleşmiştir. Bundan sonraki araştırma restoran işletmeleri için uygulanan kısıtlamanın kalktığı zamanda yapılırsa daha çok işletmeye ulaşılabilir ve daha fazla bilgi elde edilebilir. Turistik özelliği olmayan bölgelerdeki restoran işletmelerinde aynı çalışma uygulanabilir.

KAYNAKÇA

- AKINCI, M., & YILMAZ, Ö. (2015). Bir turizm krizi olarak uluslararası terörizm: ülke grupları itibarıyla panel veri analizi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 30.
- ALPAGO, H., & ALPAGO, D. O. (2020). Koronavirüs salgınının sosyoekonomik sonuçları. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (8).

ARANA, J. E., & LEON, C. J. (2008). The impact of terrorism on tourism demand. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 299-315.

BRIZEK, M. G., FRASH, R. E., & MCLEOD, B. (2020). Independent restaurant operator perspectives in the wake of the COVID-19 pandemic (R3). *International Journal of Hospitality Management*.

BUCAK, T., & YİĞİT, S. (2020). The future of the chef occupation and the food and beverage sector after the COVID-19 outbreak: Opinions of Turkish chefs. *International Journal of Hospitality Management*, (92).

BYRD, K., HER, E., FAN, A., ALMANZA, B., LİU, 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, 102821.

CAO, W., FANG, Z., HOU, G., HAN, M., XU, X., DONG, J., & ZHENG, J. (2020). The psychological impact of the COVID-19 epidemic on college students in China. *Psychiatry Research*.

COŞKUN, R., ALTUNIŞIK, R., & YILDIRIM, E. (2017). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri spss uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

ÇETİ, B., & ÜNLÜÖNEN, K. (2019). Salgın hastalıklar sebebiyle oluşan krizlerin turizm sektörü üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi. *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 22(2), 109-128.

DEMİR, M., GÜNAYDIN, Y., & DEMİR, Ş. Ş. (2020). Koronavirüs (COVID-19) salgınının Türkiye'de turizm üzerindeki öncülleri, etkileri ve sonuçlarının değerlendirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 80-107.

DUBE, K., NHAMO, G., & CHIKODZI, D. (2021). COVID-19 cripples global restaurant and hospitality industry. *Current Issues in Tourism*, 24(11), 1487-1490.

ETYEMEZ, S., & KEMER, E. (2021). COVID-19 Salgınının Turistik Restoranlara Etkisi Üzerine Nitel Bir Çalışma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 493-503.

GOSSLING, S., SCOTT, D., & HALL, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20.

GÜRBÜZ, S., & ŞAHİN, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

İÇÖZ, O. (2005). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Turhan Kitabevi.

KIM, J., KIM, J., LEE, S. K., & TANG, L. (2020). Effects of epidemic disease outbreaks on financial performance of restaurants: Event study method approach. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 32-41.

KİPER, V. O., SARAÇ, Ö., ÇOLAK, O., & BATMAN, O. (2020). COVID-19 salgınıyla oluşan krizlerin turizm faaliyetleri üzerindeki etkilerinin turizm akademisyenleri tarafından değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(43).

KIVILCIM, B. (2020). COVID-19 (yeni koronavirüs) salgınının turizm sektörüne muhtemel etkileri. *USOBED Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(1), 17-27.

KUO, H.I., CHEN, C.C., TSENG, W.C., JU, L.F., & HUANG, B.W. (2008). Assessing impacts of SARS and Avian Flu on international tourism demand to Asia. *Tourism Management*, 29, 917-928.

MCALEER, M., HUANG, B.W., KUO, H.I., CHEN, C.C., & CHANG, C.L. (2010). An econometric analysis of SARS and Avian Flu on international tourist arrivals to Asia. *Environmental Modelling & Software*, 25, 100-106.

MISHRA, N. P., DAS, S. S., YADAV, S., KHAN, W., AFZAL, M., ALARIFI, A., . . . NAYAK, A. K. (2020). Global impacts of pre- and post- COVID-19 pandemic: focus on socio-

economic consequences. *Sensors International*, 1.

<https://doi.org/10.1016/j.sintl.2020.100042>

MOFIJUR, M., FATTAH, I. R., ALAM, M. A., ISLAM, A. B., ONG, H. C., RAHMAN, S. M., . . . MAHLIA, T. (2020). Impact of COVID-19 on the social, economic, environmental and energy domains: lessons learnt from a global pandemic. *Sustainable Production and Consumption*.

OKAT, Ç., BAHÇECİ, V., & OCAK, E. (2020). COVID-19 (Yeni Koronavirüs) Salgınının Neden Olduğu Krizin Yiyecek İçecek İşletmeleri Üzerindeki Etkisinin Değerlendirilmesi. *Uluslararası Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 201-218.

POLYZOS, S., SAMITAS, A., & SPYRIDOU, A. E. (2020). Tourism demand and the COVID-19 pandemic: an LSTM approach. *Tourism Recreation Research*.

RAJKUMAR, R. P. (2020). COVID-19 and mental health: a review of the existing literature. *Asian Journal of Psychiatry*, 52.

ROSSELLO, J., BECKEN, S., & SANTANA-GALLEGO, M. (2020). The effects of natural disasters on international tourism: a global analysis. *Tourism Management*, 79.

SEABRA, C., DOLNICAR, S., ABRANTES, J. L., & KASTENHOLZ, E. (2013). Heterogeneity in risk and safety perceptions of international tourists. *Tourism Management*, 36, 502-510.

SMİTH, V. L. (1998). War and tourism an american ethnography. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 202-227.

SOYLU, Ö. B. (2020). Türkiye ekonomisinde COVID-19'un sektörel etkileri. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 7(5), 169-185.

SÖNMEZ, S. F., APOSTOLOPOULOS, Y., & TARLOW, P. (1999). Tourism in crisis: managing the effects of terrorism. *Journal of Travel Research*, 3(1), 13-18.

SÜRME, M. (2020). *Turizm ve Kovid-19*. Ankara: İksad Yayınevi.

ŞEN, M. A. (2020). Koronavirüs (COVID-19) salgınının türkiye'deki yemek firmalarında oluşturduğu etkinin belirlenmesi üzerine bir araştırma. *Afet ve Risk Dergisi*, 3(1), 89-100.

TSE, A. C., SO, S., & SIN, L. (2006). Crisis management and recovery: how restaurants in Hong Kong responded to SARS. *Hospitality Management*, 25, 3-11.

UĞUR, N. G., & AKBIYIK, A. (2020). Impacts of COVID-19 on global tourism industry: a cross-regional comparison. *Tourism Management Perspectives*, 36.

YANG, Y., ZHANG, H., & CHEN, X. (2020). Coronavirus pandemic and tourism: dynamic stochastic general equilibrium modeling of infectious disease outbreak. *Annals of Tourism Research*, 83.

YEKTA, R., VAHID-DASTJERDI, L., NOROUZBEIGI, S., & MORTAZAVIAN, A. M. (2020). Food products as potential carriers of SARS-Cov-2. *Food control*. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2020.107754>.

YILDIRIM, A., & ŞİMŞEK, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

YILDIZ, Z., & DURGUN, A. (2010). 2008 küresel ekonomik krizi ve turizm sektörü üzerine etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 2(1), 1-15.

ZHANG, J., LU, H., ZENG, H., ZHANG, S., DU, Q., JIANG, T., & DU, B. (2020). The differential psychological distress of populations affected by the COVID-19 pandemic. *Brain, Behavior, and Immunity*, 87, 49-50.

İnternet Kaynakları

OĞUZ, M. Koronavirüs yiyecek içecek sektöründe neleri değiştirecek? İşletmeler nasıl ayakta kalacak? (03.10.2020) Erişim Tarihi: 18.10.2020,

<https://www.turizmgunlugu.com/2020/10/03/koronavirus-yiyecek-icecek-sektorunde-neleri-degistirecek-isletmeler-nasil-ayakta-kalacak/>

Url 1: T.C. Sağlık Bakanlığı COVID-19 Bilgilendirme Sayfası. (20.07.2020) Erişim Tarihi: 17.10.2020, <https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66300/COVID-19-nedir-.html>

Url 2: T.C. Sağlık Bakanlığı COVID-19 Bilgilendirme Sayfası. Erişim Tarihi: 12.10.2020, <https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66393/COVID-19-salgin-yonetimi-ve-calisma-rehberi.html>

Url 3: Genelge. (12.05.2020) Erişim Tarihi: 29.11.2020, <https://www.ktb.gov.tr/Eklenti/72780,genelge20206pdf.pdf?0>

Url 4: Turizmde normalleşme planındaki yeni kuralların listesi. (05.05.2020) Erişim Tarihi: 29.11.2020, <https://www.turizmgunlugu.com/2020/05/05/turizmde-normallesme-planindaki-yeni-kuralların-listesi/>

Url 5: Koronavirüs Salgını Yeni Tedbirler. (18.11.2020) Erişim Tarihi: 26.11.2020, <https://www.icisleri.gov.tr/koronavirus-salginı-yeni-tedbirler>

Url 6: Kapatma kararının ardından restoranlardan yeni hamle! (22.11.2020). Erişim Tarihi: 26.11.2020, <https://www.milliyet.com.tr/galeri/kapatma-kararının-ardından-restoranlardan-yeni-hamle-6360887/2>

Summary

The COVID-19 outbreak has had a worldwide impact. It has had negative effects on most sectors. One of these sectors is the food and beverage sector. Food and beverage businesses have been closed due to the risk of contamination. In June 2020, businesses were opened within the framework of certain rules. Later, it was closed in November and the package service was started. With these practices, businesses have been exposed to some negative effects. In order to determine what these effects are, interviews were provided with the restaurant businesses in Sapanca, which became a center of attraction with its natural beauties and food and beverage businesses around the lake.

The purpose of the research is to determine how restaurant businesses in Sapanca were affected by the COVID-19 outbreak, and to determine the opinions of the sector representatives regarding the post-epidemic and to present the solution suggestions for this. Within the scope of this purpose, in order not to create a risk due to the COVID-19 outbreak, interviews were provided with the owner / official of 15 restaurant businesses in Sapanca via phone. In order to obtain in-depth information and primary sources on the research subject was used Semi-structured interview technique, one of the qualitative research methods. The answers of the participants were noted by asking questions on the phone. The findings obtained as a result of the interviews were analyzed using content analysis method, which is one of the qualitative data analysis methods. 13 questions were asked to restaurant business owners / officials.

In the light of the findings obtained, it has been determined that the COVID-19 epidemic has negative economic effects on restaurants in Sapanca, lack of package service, psychological effects on personnel, job losses, decrease in the number of customers. Many of the participants have negative expectations about the future of the restaurants. It has proposals such as curfew restrictions, opening businesses by taking measures, and providing economic support.

It will be difficult to return to a normal state without preventing the disease. In addition to the negative effects of the epidemic, it has been determined that there are also positive effects that ensure attention to hygiene in enterprises. Some suggestions can be made in line with the results obtained and the opinions of the participants. Measures should be taken in enterprises to eliminate the anxiety of the personnel. If necessary, psychological

support should be given to the staff. It should be understood what the customers' concerns or their different situations are and solutions should be made accordingly. Businesses can operate as a member of online food sales platforms during the takeaway period. Businesses and people may be restricted to go out for a certain period of time. Later, businesses can be opened with more stringent measures and inspections, and the operation can be continued by reducing the number of people taken into the enterprises. Employees should not reflect their concerns to the customer. If the next research is done when the restriction on restaurant businesses is abolished, more businesses can be reached and more information can be obtained. The same study can be applied to restaurant businesses in non-touristic regions.