

## COVID -19'UN YIYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNE OLAN ETKİSİ

### *THE EFFECT OF COVID-19 ON FOOD AND BEVERAGE BUSINESSES*

Yasemin KOÇAK BİLGİN<sup>(1)</sup>, Hacer Neyir TEKELİ<sup>(2)</sup>

**Öz:** Covid-19, dünya çapında yiyecek içecek işletmelerini önemli ölçüde etkilemiştir. Bu etkilerin yiyecek içecek işletmelerinin sahip olduğu komplike yapısı itibari ile geniş çaplı incelenmesi gerekmektedir. Araştırmanın amacı İstanbul'da bulunan yiyecek içecek işletmelerinde Covid-19 pandemisinin etkilerini ortaya koymaktır. Bu bağlamda 57 yiyecek içecek işletmesi ile derinlemesine yapılan görüşmeler Maxqda 2021 desteği ile betimsel analize tabi tutulmuştur. Bu veriler ışığında ekonomik etkiler, menüye etkisi, işgücüne etkisi, ürün tedarikine etkisi ve tüketici tercihlerine olan etkisi olmak üzere 5 ana temaya ulaşılmıştır. Bu temalar ile pandeminin yiyecek içecek işletmelerine genel anlamda yarattığı olumsuz etkileri ortaya koymaktadır. İşletmeler ekonomik anlamda büyük zorluklar yaşamaktadır. Bununla birlikte pek çok ürün için tedarik sıkıntısı ortaya çıkmıştır. Pandemi ile değişen tüketici davranışları işletmelerin, hem menülerinde değişikliğine gitmesine sebep olmuş hem de paket servis hizmetini mecbur hale getirmiştir. İşletmelerin özellikle sokağa çıkma yasaklarının olduğu dönemlerde aldığı paket servis, web sitesinden sipariş imkanı gibi yenilikler işletmelerin geleceğe ayak uydurmasında önemli adımlar olmakla birlikte işten çıkarma, zorunlu izin kullandırma gibi uygulamalar sektördeki tecrübeli iş gücünün kaybına sebep olmaktadır. Nitekim, alınan önlemlerin yetersizliği ve pandeminin beklenenden uzun süre devam etmesi gibi sebepler ile görüülen işletmelerden 3 tanesi kapanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Covid-19, Pandemi, Yiyecek İçecek İşletmeleri, Ekonomik Etki, Tüketiciye Etki

**Abstract:** Covid-19 has significantly affected Food and Beverage Businesses worldwide. These effects need to be studied extensively due to the complicated nature of food and beverage businesses. The aim of the research is to reveal the effects of the Covid-19 pandemic on Food and Beverage enterprises located in Istanbul. In this context, in-depth interviews with 57 Food and Beverage businesses were subjected to descriptive analysis with the support of Maxqda 2021. In the light of these data, 5 main themes have been reached: economic effects, effect on menu, effect on workforce, effect on product supply and effect on consumer preferences. With these themes, it reveals the negative effects of the pandemic on food and beverage businesses in general. Businesses are experiencing great economic difficulties. However, supply problems arise for many products. Changing consumer behavior with the pandemic has caused businesses to change their menus and made takeaway service compulsory. Innovation, such as package service, ordering from the website, which businesses receive especially during periods of curfews, is important steps in keeping pace with the future, while practices such as layoffs, mandatory permits, are leading to the loss of experienced workforce in the industry. As a matter of fact, 3

<sup>(1)</sup> Doğuş Üniversitesi, Meslek Yüksek Okulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı; ykocak@dogus.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3393-709X

<sup>(2)</sup> İstanbul Kültür Üniversitesi; Meslek Yüksekokulu, Sivil Havacılık Ulaştırma İşletmeciliği Programı, n.tekeli@iku.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4627-2840

Geliş/Received: 24-12-2021; Kabul/Accepted: 22-02-2022

*of the businesses that were interviewed were closed due to the inadequacy of the measures taken and the persistence of the pandemic for longer than expected.*

**Keywords:** Covid-19, Food and Beverage Businesses, Pandemic, Economic Effect, Consumer Effect

**JEL:** A13, L66, I18

## 1. Giriş

SARS-CoV-2 virüsü bir çeşit Covid-19 hastalığına neden olmaktadır ve bu hastalık ilk olarak 2019 senesinin aralık ayında Çin'in Wuhan şehrinde görülmüştür (Alanagreh vd., 2020: 9). Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), 12 Ocak 2020'de şikâyetlerin nedeninin yeni tür bir Coronavirüs olduğunu (2019-nCoV) açıklamış ve 11 Şubat 2020'de yeni tip virüs SARS-CoV-2 olarak isimlendirilmiştir. Covid-19 pandemisi başta Çin olmak üzere; Asya kıtası ülkeleri ve daha birçok ülkeyi etkisi altına alarak tüm dünyayı etkileyen uluslararası bir boyuta ulaşmıştır (Tüba, 2020: 87).

Devletlerin tedbirleri, sağlık endişesi ile dünyada ve Türkiye'de Covid-19 pandemisi ekonomik ve sosyal sektörlerde yıkıcı bir etki oluştururken, yiyecek içecek işletmeleri sektörü de durumdan en fazla etkilenen sektörlerin başında yer almıştır. Gıda sektörünün ana işlevi tarımsal ham maddeyi işleyerek, en yüksek kalitede yiyecek ve içecek mamulleri elde etmektir. Üretimin sonunda; nihai tüketiciye ulaşan proseste hammaddenin temininden başlayıp, kaynak kullanımı, enerji kullanımı ve dağıtım kanalları, atık idaresine, ambalajlamaya, kadar pek çok değişik birleşeni içerisinde barındırmakta olan bir sektördür (Açıkgöz ve Günay, 2018: 77). Tüm sektörlerde olduğu bu sektörde küresel bir salgından etkilenmemesi olası değildir. Salgının turizmden sağlığa, otomotivden tekstile, eğitimden, medyaya, tarımdan kamu hizmetlerine kadar birçok sektörü olumsuz yönde etkilediği aşikârdır ve bu etkiyi en aza indirmek için hükümetler çeşitli önlemler almaya gayret göstermiştir. Pandemi yiyecek içecek işletmelerini sektörünü çok yönlü olarak etkilemiştir; çünkü sokağa çıkma yasakları ile birlikte lokanta ve kafelerin kapatılması ve dışarıda yemek yeme imkânının olmaması gıda sektörünün üretim, dağıtım ve lojistik gibi birçok bileşenine tesir etmiştir.

## 2. COVID-19'un Yiyecek İçecek İşletmelerinde Yarattığı Etkiler

Yiyecek içecek işletmeleri, küresel ekonomiye büyük katkı sağlayan önemli sosyo-ekonomik bir sektörün en önemli unsurlarını meydana getirmektedir. Bununla birlikte, bu sektörler, Covid-19 salgını ve bunun sonucunda ortaya çıkan ekonomik gerilemeler gibi doğal tehlikelere; karşı savunmasız ve hassastır. Covid-19 global olarak benzeri görülmemiş bir istihdam ve gelir kaybına yol açarak milyonlarca iş ve milyarlarca dolarlık potansiyel gelir kaybına neden olmuştur (Dube, Nhamo ve Chikodzi, 2021:1488).

Covid-19, yeme içme endüstrisini küresel çapta ekonomik olarak etkilemiştir. Buna bağlı olarak da tüm dünyada yiyecek içecek işletmelerine yönelik çeşitli önlemler alınmıştır.

Amerika'da; eyalet bölgesi ve topluluğuna göre değişse de, hemen hemen her eyalet ve yerel yönetim, restoranların akşam yemeği servislerini yasaklayarak fiziksel mesafenin sağlanması amacıyla pek çok kararlar uygulamıştır. Türkiye'de kısıtlamalar 12 Mart tarihinde başlamış, kademeli olarak dönemsel bir şekilde uygulanmıştır. Bu kısıtlamalar arasında yiyecek içecek işletmeleri bazen sadece paket servis hizmeti sunabilmiş bazen de tamamen kapatılmıştır. Bu müdahale çabaları, kişisel etkileşimi en aza indirip virüsün yayılmasını hafifletirken, restoran endüstrisinin hayatta kalmasını büyük ölçüde tehdit etmiştir. Ulusal Restoran Derneği'nin Nisan ayı ortasında 6.500 restoran sahibiyile yaptığı ankete göre, ABD restoranlarının yaklaşık %60'ı, yemek yiyen müşterilerin kaybindan kaynaklanan mali sıkıntı nedeniyle kapanmak zorunda kalmıştır (Yang, Liu ve Chen, 2020: 21). Sözcü gazetesine göre (2021); Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nin hazırladığı istatistiklerinden derlediği verilere göre; Türkiye de 2020 senesinde "lokantalar ve seyyar yemek hizmeti" alanında faaliyet gösteren 1.733 işletme faaliyetini durdurmuştur. Bu işletmelerin 1.170'i şahıs, 495'i limited ve 68'i anonim şirkettir. 2020 yılında günde 5 firma faaliyetini sonlandırmıştır.

Covid-19'un sürekli artan bir ivme ile küresel yayılımı; gıda tedarik zincirini tehdit etmektedir. Tüketicilerin de gıda güvenliğiyle ilgili endişelerini arttırmaktadır. Covid-19 pandemisi gibi küresel bir salgın durumu veya doğal afet gibi durumlarda gıda tüketicileri alışkanlıklarını değiştirmektedir. Özellikle, Covid-19 küresel virüs salgını sürecinde ülkelerin tarım ve gıda ürünlerine olan ihtiyaç tanımının farklılaşması, virüs salgınıyla mücadele için alınan karantina tedbirlerinin tarım ve gıda üretimi üzerinde neden olduğu negatif etkiler ve ülkelerin aniden ortaya çıkan bu tür küresel krizlere yönelik olarak tarım ve gıda ürünlerini stoklama eğilimleri, global tarım ve gıda arz güvenliğine yönelik tartışmalara yol açmaktadır (Lippert, Furnari, ve Kriebel, 2021:14). Önlemler ve duyulan sağlık endişesi ile pek çok yiyecek içecek işletmesi faaliyetlerine ara vermiş, bu durumun nihayetinde tüketiciler evde yemek yemeye yönelmiştir. Sağlık nedenli kriz dönemi süresince, tüketici talebi; yiyecek içecek işletmelerine yönelik değerlendirmeleri ve beklentileri, önemli hale getirmiştir. Sağlık ile ilgili kriz koşulları, tüketici talebinin; yiyecek içecek işletmeleri talebine ilişkin değerlendirmeleri, bu bağlamda çok daha önemli hale gelmiştir. Yiyecek içecek işletmelerinin; tüketicilerin sosyalleşme ortamı olduğu da göz önünde bulundurulduğunda; pandemi prosesinde bilhassa, hükümetlerin uyguladığı "evde kal" propagandası ile "sosyal mesafe" gibi kısıtlamalardan sarsıcı bir şekilde etkilendiği görülmektedir (İflazoğlu ve Aksoy, 2020: 3364). Yiyecek içecek sektöründe çalışanların hareketlerinin kısıtlanması ise; istihdam ve gelir kaybı yaratırken, dünyada yoksulluk oranları mühim derecede ivme kazanmıştır. Sokağa çıkma kısıtlamaları ve gelir kaybı sektöre erişimi oldukça kısıtlamıştır (Zurayk, 2020: 20). Yaşanan sürecin olumsuz etkileri neticesinde Türkiye'de de bazı önlemler alınmıştır. Resmi Gazete 17 Şubat 2021 tarihinde ilan edilen "Ciro Kaybı" destek programından şu şekilde bahis edilmektedir; "2019 senesinden evvel veya 2019 senesinde faaliyeti devam eden ve 2019 senesindeki karı 3 milyon TL ile altında olup, cirosuna oranla 2020 senesindeki karı %50 ve daha yüksek bir oranda eksilen yiyecek ve içecek sektöründe faaliyet gösteren, katma değer vergisi mükellefiyeti olan işletmeler ana faaliyet konusu üzerinden bir defaya mahsus yararlanabilirler. Ciro kaybı desteği, bir defada ödenmek üzere; 2.000 TL az ve 40.000 TL'den daha fazla olmak kaydı ile bu işletmelerin 2020

senesindeki cirolarının, 2019 senesindeki cirolarına göre eksilen meblağ tutarının %3'üdür. Cirolarının tespit edilmesinde 27/1/2021 tarihinden, 2019 ve 2020 yıllarındaki vergilendirme dönemlerinin katma değer vergisi beyannameleri temel alınır. Ciro kaybı desteği ile 22/12/2020 tarihli ve 3323 sayılı Esnaf ve Sanatkarlar ile Gerçek Kişi Tacirlere Covid-19 Salgını nedeni ile verilecek destekler hususunda Cumhurbaşkanı Kararının 3. maddesinin 2. ve 3. fıkraları kapsamında verilen hibe desteğini birlikte hak eden işletmelerin, 3323 sayılı Cumhurbaşkanı Kararı kapsamında hak ettikleri 3.000 TL tutar, bu Tebliğ kapsamında verilecek ciro kaybı desteğinden mahsup edilir; var ise kalan tutar işletmelere ciro kaybı desteği olarak verilir'' (Resmi Gazete, 2020). 24 Aralık 2020 de resmi gazetede yayımlanan Covid-19 salgını nedeniyle verilecek hibe desteği programı ve uygulama esasları hakkındaki bir diğer tebliğde; Destek programında yer alan hibe desteği; gelir kaybı desteği ile kira desteği olarak iki şekildedir. Destek programından, 14/12/2020 tarihinden evvel vergi mükellefiyetini tesis ettirmiş, ticari kazançları basit usulde tespit edilenler, Bakanlık tarafından belirlenen sektörlerde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkarlar ve gerçek kişi tacirler ile yine bu tarih itibarıyla esnaf ve sanatkarlar siciline kayıtlı vergiden muaf esnaf ve sanatkarlar faydalanmışlardır. Desteğe ilişkin hususlar; gelir kaybı desteği ticari kazançları basit usulde tespit edilenlere, vergiden muaf esnafa ve bunların haricinde kalan esnaf ve sanatkarlar ile gerçek kişi tacirlere aylık 1.000 TL olmak üzere toplamda 3.000 TL hibe desteği sağlanır. Kira desteği ise; gelir kaybı desteğinden faydalanabilecek gerçek kişilerin vergi sicil kayıtlarına göre esas faaliyetlerini yürüttükleri iş yerlerinin kira olması halinde, bu kişilere büyükşehir belediyelerinin bulunduğu yerlerde aylık 750 TL olmak üzere üç aylık toplamda 2.250TL, diğer yerlerde aylık 500 Türk Lirası olmak üzere toplamda 1.500 TL kira desteği sağlanır. İş yeri kira bedelinin kira desteği tutarının altında olması durumunda; kira bedeli kadar kira desteği ödenir. (Resmi Gazete, 2020).

### 3. Yöntem

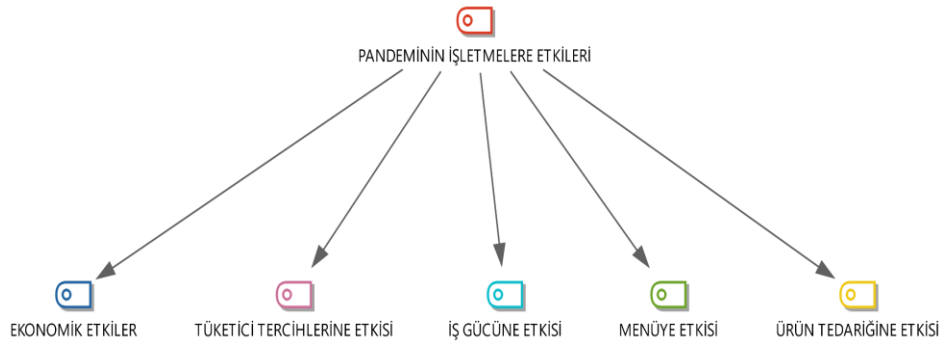
Covid-19 pandemisinin yiyecek içecek sektörüne olan etkileri İstanbul ili örneği kapsamında araştırılmıştır. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden görüşme, veri analiz yöntemlerinden betimsel analiz kullanılmıştır. Bu amaç doğrultusunda Haziran 2021'de başlayan görüşmeler Ekim 2021' e kadar devam etmiştir. Görüşmeler için Türkiye'nin en fazla yiyecek içecek işletmesine sahip kenti İstanbul seçilmiş ve işletmelerden önceden randevu alınmış sonrasında söz konusu işletmeye gidilmiştir. Gerçekleştirilen 57 görüşmede kullanılan yarı yapılandırılmış 11 soru bulunmakla birlikte, konuyu derinleştirmek için alt sorular sorulmuştur. MAXQDA 2021 programı kullanılarak kodlamalar gerçekleştirilmiştir. Toplamda 579 kod ortaya çıkmıştır. Kod birlikte oluşma modelleri, kod alt kod bölümler modeli, kod haritaları gibi pek çok teknik kullanılarak, kodlar arası ilişkiler görselleştirilmiştir.

### 4. Bulgular

Araştırma kapsamında İstanbul'da bulunan 57 yiyecek içecek işletmesi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. İşletmelerin gerçek işletme adı yerine harfler kullanılmıştır ve uluslararası faaliyet gösteren işletmeler, ulusal çapta faaliyet gösteren işletmeler, sadece İstanbul'da faaliyet gösteren ve şubeleri olan işletmeler, sadece İstanbul'da faaliyet gösteren, şubesiz ve çoğunlukla şahıs işletmeleri olanlar, bir otel bünyesinde hizmet veren

yiyecek içecek işletmeleri ve catering hizmeti sunan işletme olmak üzere 6 ayrı gruba ayrılmışlardır. Söz konusu yiyecek içecek işletmelerinin 4 tanesi uluslararası fast food ve cafe zincirlerinin şubesidir (UA) ile isimlendirilmişlerdir, 9 tanesi ulusal çapta şubeleri olan işletmedir (u) ile isimlendirilmiştir. 15 tanesi sadece İstanbul ilinde faaliyet göstermekle birlikte 2 ile 15 arasında değişen şubeye sahip yiyecek içecek işletmesidir ve (i) ile isimlendirilmişlerdir. T kodu ifade edilen şubesi bulunmayan, İstanbul'da faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleridir. 22 görüşme gerçekleştirilmiştir.

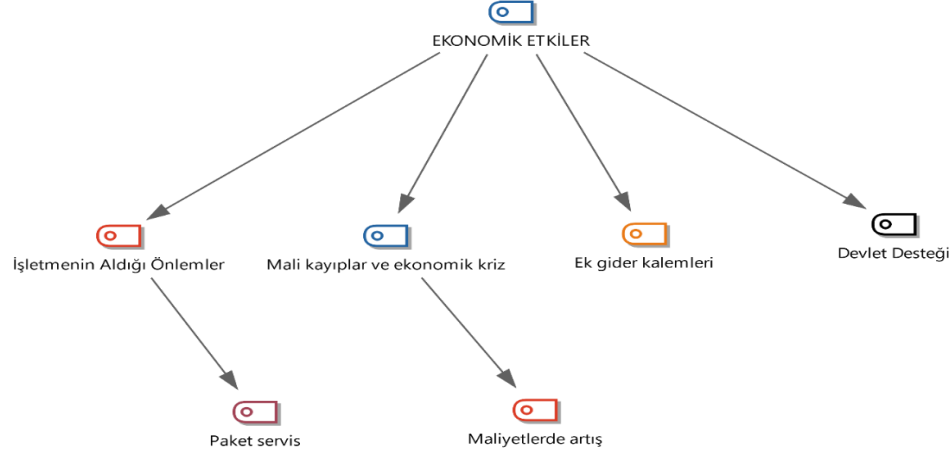
Görüşme yapılanlardan (H) kodu ile ifade edilen 6 işletme ise otel bünyesinde faaliyet göstermekte olan restoranlar olmakla birlikte görüşme yapılan 1 yer fabrika, ofis, düğün vb. etkinliklere yemek hizmeti sağlayan bir catering firmasıdır ve (C) ile belirtilmiştir. 579 kod oluşmuş ve bunlar 5 temel koda dağılmış sonrasında alt kodlara ayrılmışlardır.



**Şekil 1. Covid-19'un Yiyecek İçecek İşletmelerine Etkileri**

Pandeminin İstanbul'daki yiyecek içecek işletmelerine etkisi hiyerarşik kod- alt kodda 5 temel koda ayrılmıştır. Bunlar: Ekonomik Etkiler, Tüketici Tercihlerine Olan Etkisi, İş Gücüne Olan Etkisi, Menüye Etkisi ve Ürün Tedariğine olan etkisidir.

#### 4.1. Pandeminin Yiyecek-İçecek İşletmelerine Ekonomik Etkileri



**Şekil 2. Covid-19'un Yiyecek-İçecek İşletmelerine Ekonomik Etkileri**

Ekonomik etkilerde incelendiğinde yoğunluk, mali kayıpta görünmektedir. Mali kayıpla ilgili 67 farklı kodlama gerçekleşmiştir. İstanbul' da ki yiyecek içecek işletmelerinden görüşme yapılan 57 tanesinden 1'i dışında tamamı mali kayıptan söz etmiştir. Ciro kaybını bazı işletmeler net bir şekilde aylık tl bazında ifade ederken pek çoğu bunu yüzdelik olarak belirtmişlerdir. Belirtilen ciro kayıpları özellikle tam kapanma dönemlerinde %60 - %90 arasında olduğu ifade edilmektedir.

İstanbul çapında faaliyet gösteren 5 şubeli bir fast food restoranın işletme sahibinin ifadeleri şu şekilde olmuştur:

*İşletmem adına 70.000-80.000TL içeri girdiğimiz oldu. Bu parayı toparlayabilmek için de 3-5 ay çalıştık ki borcumuzu ödeyelim diye. Biz batmadık ama batan birçok esnaf arkadaşımız var (İ15).*

*Pandemi öncesinde 250 kişiyi misafir eden bir işletmeydik, pandemi sonrasında ise 140 kişiye kadar düştük. Ekonomik açısından ise yarı yarıya bir düşüş oldu. Ciromuz pandemi öncesine göre %40'a yakın bir düşüş yaşadı. Rakamsal olarak verecek olursak kış aylarında 800-900 bin civarındayken pandemi sonrası bu düşüş 400-350 bine kadar düştü (T2).*

Görüşmenin gerçekleştiği tüm işletmeler mali kayıplardan söz etmiştir. Sadece uluslararası fast food zincirlerinden birisi mali kayıp yaşamadığını aksine cirosunda artış olduğunu ifade etmiştir. Bu durum diğer 3 uluslararası zincir yiyecek içecek işletmesi için ise geçerli değildir.

*...İlk bir ay sıkıntı yaşadık fakat sonrasında herhangi bir sıkıntı yaşamadık aksine ciromuzda %40' a varan büyük bir artış oldu (UA4).*

Görüşmelerde ekonomik etkilerde en fazla bahsedilen ikinci nokta ise ek gider kalemleri olmuştur. Yiyecek içecek işletmelerinde ek gider kalemlerini dezenfektan, tek kullanımlık eldiven, maske, tek kullanımlık diğer hijyen ürünleri oluşturmaktadır. Görüşmenin gerçekleştirildiği 57 yiyecek içecek işletmesi ek gider kalemlerinin pandemi ile birlikte arttığı ve olumsuz etkilediği yönünde olmuştur. Söz konusu ek gider kalemlerinin pek çok pandemi öncesi kullanılsa bile pandemi ile birlikte kullanılan miktar çok artmıştır. Ayrıca bu malzemeler için fiyatlandırma sıkıntısı söz konusu olmuştur. Çok talebin olması nedeni ile maske, eldiven, ateş ölçer vb. pek çok malzemenin fiyatları normalinden çok yüksek hale gelmiştir. Bununla birlikte özellikle pandeminin başlarında bu ürünler bulunamaz hale gelmiştir. Bu durum toplu alım yapan yiyecek içecek işletmeleri için ayrıca bir olumsuzluk yaratmıştır.

*Ambalaj malzemelerimiz artmaya başladı. Islak mendil, peçete, dezenfektan gibi ürünlerin kullanımı artmaya başladı. Kasalarda eldiven siperlik gibi ürünler personeller için temin edildi. Tek kişilik kullanımı olan ürünler, çatal-kaşık gibi tekli ambalaj halinde verildi (I11).*

*...maske, eldiven, dezenfektan ve düzenli ilaçlama işlemi. %10 oranında zararı oldu (T20).*

*Çok yoğun bir şekilde maske alımım oldu benim. Çalışanların hiçbiri maske getirmiyorlar ve hepsi bizden talep ediyorlardı. Biz saatte bir olmak üzere günde ortalama 10-15 maske değiştiriyoruz. Bu yönden maske çok büyük bir masraf oluşturdu. ...Bunun yanında ateş ölçerlerde buradaki eczanelerde olması gerekenden çok daha pahalıya satıldığı için internetten satın almaya yöneldik ve bu şekilde masrafları olabildiğince düşürmeye çalıştık. Ayrıca her yere tabelalar, uyarı levhaları astuk, aynı şekilde belirli yerlere dezenfekte cihazları koyduk bunlar tabii bize ekstra masraf oldu. Çatal bıçaklarda bildiğiniz gibi artık tek kullanımlık oldu, bunun yanında masaya tuzluklar koymak yerine küçük paket tuzlar kullanmak zorunda kaldık. Bunların hepsi ele alınınca ciddi bir masraf yapıldığı zaten görülüyor (T3).*

Ekonomik etkilerde ortaya çıkan sonuca göre, Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerinin tamamına yakını krize hazırlıklı değildir. Uluslararası işletmelerin ve otel restoranları dışında kalan işletmeler Covid-19 kaynaklı oluşan ekonomik kriz için hazırlıklı olmamakla birlikte, krizin devam etme durumuna göre gerçekçi bir eyleme geçmemişlerdir. Bu işletmelerin aldıkları önlemler, personel azaltma (işten çıkarma/ücretsiz izin), bankadan kredi çekme, stokları en aza indirme, elektrik, doğal gaz vb. kullanımları azaltma şeklinde olmuştur.

*Malzemelerimizi 3 dolaptan, 1 adet dolaba düşürdük. Yani elektrik anlamında tasarruf etmek için. Çünkü gelir belli gideri kontrol altına almak zorundasın. O yüzden de elektrik, su, doğalgaz gibi yakıtların harcamalarına daha çok dikkat ediyoruz. O da elden geldiğince (T12).*

*İşçi ücretlerinin kısa çalışma ödeneğiyle teşvik üzerinden gidermeye çalıştık. Aynı zamanda verilen siparişlerde azaltma yaparak daha az ürün siparişleri verdik (İ1).*

Covid-19 başlangıcı ve sonrasında meydana gelen kısmi kapanma ve tam kapanma dönemleri işletmelerde paket servis açısından büyük değişiklikler yaratmıştır. Görüşmenin gerçekleştirildiği işletmelerden 34 tanesi paket servis hizmeti vermektedir. 13 işletme paket servis hizmeti vermemektedir. Paket servis hizmeti vermeyen işletmelerden 3 tanesi bu dönemde faaliyetini sonlandırmıştır. 10 tanesi pandemi sebebi ile paket servis hizmetine başlamıştır. Paket hizmeti vermeyen işletmeler, otel restoranlarının tamamı, fine dining hizmeti veren konseptte bağlı işletmeler ve uluslararası çapta hizmet veren bir restorandan oluşmaktadır. Covid-19, yiyecek içecek işletmelerinde paket servisi zorunlu hale getirmiştir.

*Paket servis kullanmayan çoğu firma şubelerini kapatmak zorunda kaldı. Paket servisimiz bulunmadığı için gel al servis olarak devam ettik. Temmuz başında self servis için "Whatsapp" sipariş hattı oluşturduk gelecek olan müşterilerimiz, gelmeden önce sipariş veriyor geldiğinde beklemeden paketlerini teslim alıyor. Bu da yeterli gelmedi ve paket servise başladık. Hatta web sitemizden de sipariş almak için gerekli altyapıyı oluşturduk (İ1).*

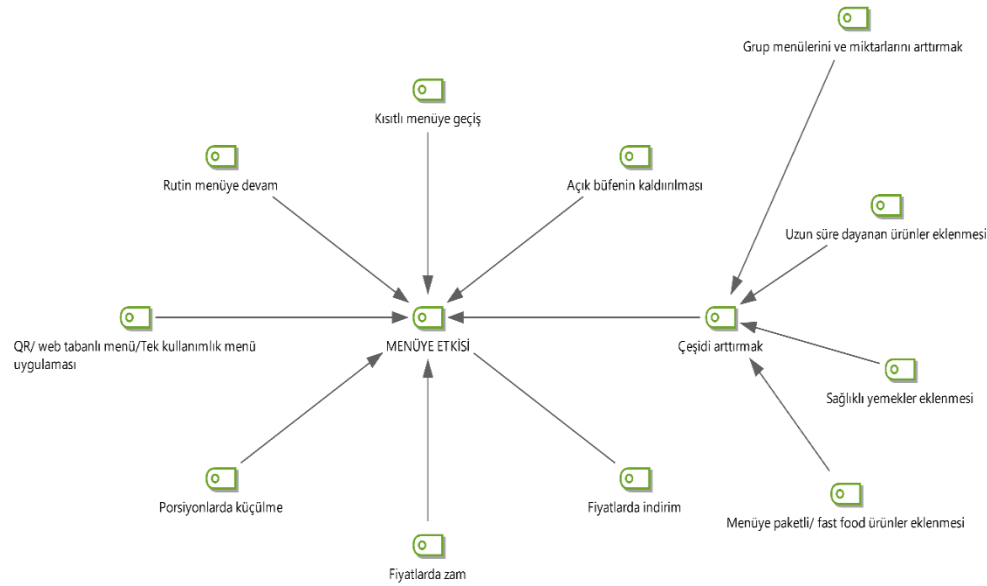
Bu noktada ortaya çıkan son kod ise devlet desteği kodu olmuştur. Yiyecek içecek işletmeleri devlet tarafından sunulan desteklerin yetersiz olduğuna değinmişlerdir. Fakat burada yaşadıkları en büyük sıkıntıyı kiralar oluşturmaktadır. İş yeri sahiplerinin kapanma dönemlerinde bile kiralarda erteleme gibi kolaylıklar tanımaması en çok zorlayan kısmı oluşturmuştur.

*Bizim ülkemizin sisteminde bütün her şey nerdeyse normalleşirken tüm suç restoranlara yıkıldı tüm olay ve yiyecek içecek işletmeleri sektörüne yıkıldı. Pandemiye sanki restoranlar başlatmışçasına bir muamele görür olduk. Kongreler ve diğer türlü şeyler hep doluluk gösterirken sadece kısıtlamaları yiyecek içecek bölümlerinde gördük denebilir. Evet bir yandan da mücadele edilecek her türlü ne de olsa dünyayı dize getiren bir hastalıktan bahsediyoruz ama sonuç olarak neden sadece yiyecek içecek sektörü diye sorgulayabiliriz. Şöyle söyleyecek olursak arkadaşlarımız ve ben de desteklerden faydalandım örneğin benim sigorta günüm fazlayken bana bağladıkları sigortada adaletsizlik olduğunu düşünüyorum benden daha az çalışan ve sigorta günü az olan bir birey benden daha fazla maaş almış oluyordu ve ben de buradaki adaletsizlikten bahsetmek istedim. Bir de günlük nakdi ücret çıkardılar günlük 39tl gibi bir rakamı vardı yanlış hatırlamıyorsam ondan da sigortası yeten arkadaşlarımız faydalandı ama Avrupa ülkelerinde sunulan destekler bizlere sunulmadı (T22).*



#### 4.2. COVID-19'un Menüye Etkisi

COVID-19'un menüye etkisi, kısıtlı menüye geçiş, rutin menüye devam edilmesi, QR/ web tabanlı menüler/tek kullanımlık menüler, porsiyonlarda küçülme, fiyatlarda zam, fiyatlarda indirim ve menüde çeşidi artırmak yönünde olmuştur.



Şekil 3. Covid-19'un Menüye Etkisi

Süreç içerisinde menülerde birden fazla kez değişikliğe gidildiği görülmüştür. Özellikle sadece İstanbul'da faaliyet gösteren ve şubesi olmayan işletmeler bu değişikliği daha hızlı yapabilmekteyken, uluslararası hizmet veren yiyecek içecek işletmelerinin şubeleri ve otel restoranlarında menü değişikliği daha az yapılabilmektedir. Bu durumun sebeplerinden başlıcası ise menünün işletmenin merkezi tarafından hazırlanarak şubelere dağıtılması ve işletmenin menü değişikliği konusunda katı prensipleri sayılabilir. Nitekim uluslararası çapta hizmet veren fast food firmaları paket menüler sundukları için menü değişikliğine ihtiyaçları bulunmamaktadır. Otel restoranları bu anlamda sadece açık büfede self servis hizmetlerini kaldırmışlardır ya da açık büfeden personel aracılığıyla hizmet sağlamışlardır. Misafirin yiyecekler ile teması engellenmiştir. Bu durum gereksiz tüketim açısından fayda sağlamış ve maliyeti de azaltmıştır.

Pandemin başlangıcı ile birlikte yiyecek içecek işletmelerinin büyük kısmının aldıkları ilk önlemlerin başında QR, web tabanlı ya da tek kullanımlık menü kartlarının hizmete sunulması olmuştur. COVID-19'un temas kaynaklı bulaşması, bu gibi uygulamaların hızlı bir şekilde faaliyete geçmesini sağlamıştır.

*Android ve App Store'dan insanların sipariş verebileceği şekilde mobil uygulamalar geliştirdik. İsteyenlerin de web sitesinden girebilecekleri bir ortam oluşturduk. Arzu edene de eski usul klasik menü verdik yani toplamda üç çeşit menü hazırladık. İçerik olarak değiştirmedik ama insanlara ulaşım açısından web menü, klasik menü ve app menü olarak üç tane menü sunulmuş oldu (İ13).*

Görüşme yapılan işletmelerde, en fazla menüde çeşidi arttırma yoluna gidilmiştir. İşletmeler menülerinde paketli gıdalar, fast food ürünler, sağlıklı yemekler, uzun süre dayanan yemekler ve grup menüleri ekleyerek çeşidi arttırma yoluna gitmişlerdir. Bunun sebepleri ise şu şekilde sıralanabilir;

1- Pandemin özellikle başlarında yaşanan talebin azalması neticesinde çabuk bozulan yiyecekler yerine daha uzun süre dayanan yiyecekler eklenmiştir.

*İnsanlar çok tercih etmediği için çabuk bozulan ürünleri çıkardık, biraz daha kapalı ürünlere yöneldik. Tabii ki menüyü yarı yarıya değiştirdik (T17).*

2- Pandemi başlangıcından itibaren sektör için çok önemli bir hal alan paket servise uygun yiyecekler özellikle hamburger ve sandviçler gibi fast food ürünleri eklenmiştir.

*Covid-19 sebebiyle değişikliklere gittik. Menü değişikliğimizde genellikle açık ambalajlı ürünleri çıkartıp daha çok paketli ürünleri ekledik (T9).*

*.....Bu vesileyle hızlı üretilen yemekler saktuk. Köftelerimiz, patateslerimiz, karışık pizzalarımız daha hızlı tüketildi ve daha cazip geldi (T13).*

3- Ambalajlama yapılabilen ürünler menüye dahil edilmiştir.

*Satılan muffinlerde ambalaj yapılmaya başlandı, poğaçalar servise giderken tek tek paketlenmeye başlandı, günlük yapılan sandviçlerde artma ve ambalaj değişikliği yapılmaya başlandı. Bunların yapılmasını müşteriler istedi virüsten sonra böyle bir değişime gidildi (U3).*

4- Pandeminin yarattığı sağlık endişesi ile tüketicilerin tercihleri daha sağlıklı ürünlere kaydığı gözlenmiş, bunun sonucunda salatalar gibi besleyici özellikteki yiyecekler menüye eklenmiştir. Görüşme yapılan işletmelerden catering hizmeti veren firma (C1) menüleri tamamen bu şekilde değiştirmişlerdir.

*Menülerimizde normalde sulu yemek, protein ağırlıklı, karın doyurucu besinlerden ziyade yine aynı protein oranı yüksek menüleri yaratıp aynı zamanda vitaminler ekledik mesela meyve, meyve salatası tarzında COVID-19'un ilk başlarında her yer kapatıldıktan sonra tekrar açılım olduğu zamanlar biz menülerimize vitamin ağırlıklı şeyler ekledik tek menü değişikliğimiz bu oldu (C1).*

*Daha önceleri insanlar genel olarak tamamen lezzet, görünüş ve sunum odaklı bakıyorlardı ama bu dönemden sonra büyük bir kitle protein, karbonhidrat dengesine ve ürünün mevsimsel olmasına bakıyorlar. Bunlar daha önceden de konuşulurdu fakat sözde kalırdı ama böyle bir dönemde insanlar yediklerine, içtiklerine, aldıkları besin değerlerine, miktarlarına özellikle dikkat etmeye*

*başladılar. Buna göre menü çalışmalarımızda ufak tefek değişiklikler oldu elbette ve bu dengeyi kurmaya çalıştık. İnsanlar daha çok belli oranda karbonhidrat belli oranda protein, sebze, balık vb. sağlıklı ve mevsimsel ürünleri tercih etmekten yana ısrarcı oldular (H2).*

5- Özellikle tam kapanma dönemlerinde tüm aile bireylerinin konutlarda olması sebebi ile menülerde özellikle aile üyelerine yetecek şekilde büyük boylarda talep olmuştur. Bu durumun farkında olan yiyecek içecek işletmeleri yeni grup menüleri oluşturmuşlardır.

*Yeni menüler oluşturduk özellikle "4 kişilik kova" menülerinde. Yapmış olduğumuz menülerde rakip firmalar ile kıyaslamalar yaparak rakiplerimizi geçmeye hedefledik. Karşılaştırma yapıldığında zaman özellikle avantaj olarak öne geçmek istedik (I11).*

Menülerinde bulunan çeşidi artırma uygulamasının yanı sıra, bazı işletmeler ise kısıtlı menü uygulamasına geçerek, menülerinde pandemi öncesi yer alan pek çok yiyeceği çıkarma yoluna gitmiştir. Burada sebep menüde çeşidi arttırmaya geçişteki sebeple benzer görünmektedir. Paket servis pek çok işletmenin menüdeki yiyecek çeşidini farklı şekillerde artırmasına sebep olmuşken, bir kısmı için de çeşidi azaltmasına sebep olmuştur. Bunun sebebi olarak bazı gıdaların paket servise uymaması, özellikle pandeminin ilk dönemlerinde yaşanan bazı yiyeceklere olan talebin düşmesi ve yurt dışından tedarik yapılan ürünlerde yaşanan tedarik sıkıntısı yer almaktadır.

*Yani biz burada 16-17 çeşit yemek çıkartıyorduk ama 5-6 kaleme düşürdük. Çünkü yemek servisinde bütün yemekler paket servisle gitmiyor. Bazı yemeklerin burada gelip yenmesi lazım. Mesela ben bir kuru fasulye pilavı paketle gönderdiğim zaman buradaki gibi olmuyor tadı tuzu. Yani aşağı yukarı 16-17 çeşit yemeği 3-4 kaleme düşürdüm (T19).*

*Menü değişiminde; yurt dışından gelen gıdalar, mozerella stickler gibi yurt dışından Türkiye'de ithal ettiğimiz ürünleri menüden çıkarttık. Çünkü pandemiden dolayı yurt dışından yiyecek getirtilemedik (T13).*

Menüdeki çeşidi artırma ya da kısıtlı menüye geçiş gibi pandemi kaynaklı krize hızlı cevap veren işletmeler ile birlikte menüde değişikliğe gitmeyen, rutin menüleri ile devam eden 7 işletme söz konusudur

*Herhangi bir menü değişikliği yapmadık. Aynı menümüz devam etti bununla alakalı indirim kampanya veya farklı bir şey yapmadık, pandemiden önce ve sonra aynıydı (T15).*

COVID-19'un oluşturduğu sağlık krizi beraberinde ekonomik krizi de getirmiştir. Yiyecek içecek işletmeleri de çeşitli kısıtlamalar, kapanmalar sebebi ile en olumsuz etkilenen sektörlerin başında gelmektedir. Buna bağlı olarak işletmeler, menülerinde de bazı değişikliklerin yapılarak ekonomik anlamda zararlarını azaltmayı amaçlamışlardır. En çok uygulanan ise menüde yer alan yiyecek-içeceklerin fiyatlarına yapılan zamlardır. Söz konusu zamlara tüketiciler tepkisiz kalmamıştır.

*Her şeye aşırı şekilde zam geldi. Dolar yükseldi. Tedarikçiler keyfi zam yaptı. Keyfi zam olunca biz de otomatik zam yapmak zorunda kaldık. Bir de motorcu/kurye piyasası o kadar yükseldi ki... Bir yıl önce piyasanın saati 12-13 lira iken şu anda 17-18 lira bandında ilerliyor. 10 tane motorcumuz olduğunda bu da aylık 1.000 lira demektir, aylık 10.000 lira demektir. Bu 10.000 lirayı çıkarmak gerekiyor. Nasıl çıkarabiliriz? Zam yaparak çünkü benim de para kazanmam gerekiyor. Mecbur menülere de zam yaptık (I15).*

*Menüde bir değişiklik oldu elbette bu değişiklik menü çeşidi olarak değil de daha çok maliyetlerin yükselmesi ve yapılan harcamalar doğrultusunda fiyat olarak menüye yansdı. Bu dönemde yemek fiyatlarında %15'lik bir artış oldu (T2).*

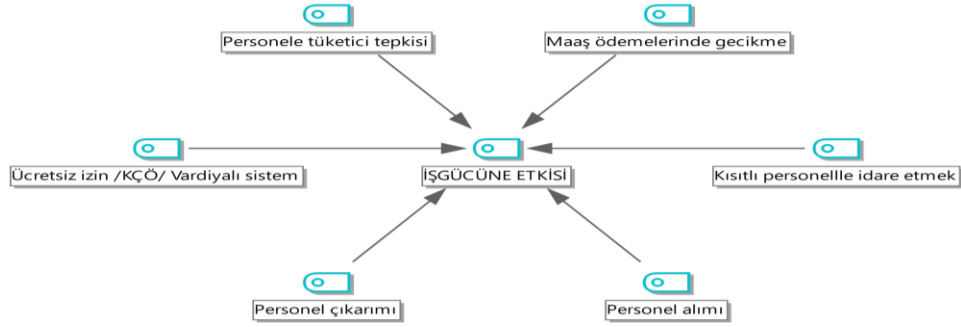
İşletmelerin giderlerindeki artışın bunu menülerine yansıtması durumunun aksine satışların arttırılması ile de söz konusu durumun çözümü konusunda yardımcı olacağını düşünen işletmeler menülerinin içeriklerinde indirim gitmişlerdir ya da bir alana bir bedava gibi kampanyalar düzenleme yoluna gitmişlerdir.

*Pandemiden önceki eve servis fiyatlarımız daha pahalıydı, pandemide eve servis fiyatlarında %30'a varan indirim yapıldı. Genel ülke ekonomisi düşerken biz indirimler yaptık (UA4).*

*Menü kampanyaları yapmaya başladık. Mesela bugün yeni bir kampanya yaptık. İşte 2 pide alana kola, salata, seçtiği mezelerden 1 adet bedava'. Yani ayakta durabilmek için aklımıza ne geliyorsa yapıyoruz (T19).*

### 4.3. İş Gücüne Etkisi

COVID-19pandemisinin etkileri yiyecek içecek işletmelerinde çalışan personeli de pek çok yönden etkilemiştir. Görüşme sonucunda oluşan kodlara göre 6 etkiden söz edilebilir. Bu etkiler maaş ödemelerinde gecikme, işletmenin kısıtlı personelle idare etmesi, ücretsiz izin/KÇÖ/ vardiyalı sistem, personel çıkarımı ve diğerlerine göre az miktarda personel alımı ve personele karşı tüketicilerin tepkisi şeklinde olmuştur.



**Şekil 4. Covid-19'un İş Gücüne Etkisi**

Görüşmeye katılan 26 işletme; ücretsiz izin, kısa çalışma ödeneği, vardiyalı sistemi uygulamıştır.

*Yasak olduğundan dolayı çıkarım yapamadım ama ücretsiz izin yapturdum (T20).*

*Devletin yeni çıkartmış olduğu kanunlara göre işçi çıkartımı yapılamıyordu. Kısa çalışma ödeneği desteğiyle birçok personelimizi bundan yararlandırdık. Böylelikle hem toplumun genel sağlığı hem de çalışanlarımızın kendi sağlığını korumuş oldu. Kısa çalışma ödeneğinden yararlanabilmek için belirli şartlar bulunmaktaydı. Bu şartlardan yararlanabilen personelleri tamamen yararlandırdık. Şartları kapsayamayan diğer personelleri ise daha çok otel kadromuzda tutup onlara iş olanağı sağladık. Otel politikası olarak bu dönemde kimseyi işten çıkarma gibi bir durum söz konusu olmadı (H2).*

Covid-19 sebebi ile kısa çalışma ödeneğinden personelin faydalanabilmesi için son 60 gün hizmet akdine tabi olmak kaydıyla son 3 yıl içinde 450 gün prim ödemiş olması şartı getirilmiştir (<https://www.iskur.gov.tr>). Yiyecek içecek işletmelerinde personel devir hızının yüksek olması gibi sebepler ile Kısa çalışma ödeneğinden faydalanamayan personel için işletmelerin bir kısmı vardiyalı çalışmaya geçerek oluşabilecek mağduriyetleri önlemeye çalışmışlardır.

Kısa çalışma ödeneği, vardiyalı çalışma ve ücretsiz izin görüşmeye katılan işletmelerin en çok başvurduğu uygulamalar olmuştur. Bununla birlikte 20 işletme ise yasak bile olsa işten çıkarma yaptığını belirtmiştir. Bu dönemde işten çıkarmanın resmi olarak yasaklanması, yiyecek içecek İşletmeleri işverenini önce ücretsiz izin sonrasında işten çıkarma durumuna sevk etmiştir.

*Personel çıkarımı yaptık çünkü burası ufak bir müessese olduğu için paket ağırlıklı değildik ilk etapta. Paketimizde olmadığı için müşteriye hitap edemiyoruz. Dolayısıyla personele ihtiyaç kalmıyor. Servis departmanı daha çok azaldı (T18).*

*Müşteri olmadığı için en çok kafe bölümünde çıkarım yaptım. Kafe mutfağı etkilediği için mutfakta da düşüş oldu. Pastane kısmı kafeyi ayakta tutan yer oldu (T20).*

İşten çıkarma yaptığını belirten işletmelerin tamamına yakını T kodu ile ifade edilen herhangi bir şubesi bulunmayan çoğunluğunu küçük işletmelerin oluşturması dikkat çekicidir. Bununla birlikte personel çıkarımı konusunda direnen fakat maaşlar konusunda sıkıntı yaşadığını belirten 4 işletme olmuştur. Bunlar arasında 5 yıldızlı uluslararası çapta faaliyet gösteren bir otelin restorani da bulunmaktadır.

*Personel çıkarımı yapmadık kadromuz hep stabildi. Pandemi sürecinde işler aksadığından dolayı kimi zaman maaşlar konusunda sıkıntı yaşadık bu yüzden soğuk bölümümüzden bir ustamız işten ayrıldı. Bunun dışında herhangi bir değişiklik yaşamadık (H5).*

*Aylık cirolara ulaşamama nedeniyle personel maaşlarında geç yatırılma gibi durumlar oluştu (U7).*

*Personel çıkarımı yapmadın ama personele de şu anda maaş veremiyorum (T19).*

Görüşme yapılan 4 işletme ise personel çıkarımı ya da alımı yapmadan mevcut personeli ile devam ettiğini belirtmiştir.

*Personel alımı yapmadık. Personel de çıkartmadık, çıkartmak zaten yasaktı. Personel alımı da olmadı. Çalışan arkadaşlarımızla devam ettik (UA3).*

Diğer kodlar kadar yoğun olmasa da işe alım yaptığını belirten işletmeler söz konusudur. Bu işletmelerin işlerinin ve dolayısı ile cirolarının azaldığı bir dönemde personel almasının en büyük sebebi ise paket servistir. Paket servise yeni başlamaları ya da işlerinin tamamına yakının paket servise kayması gibi sebepler nedeniyle motorlu kurye alımı yapılmıştır.

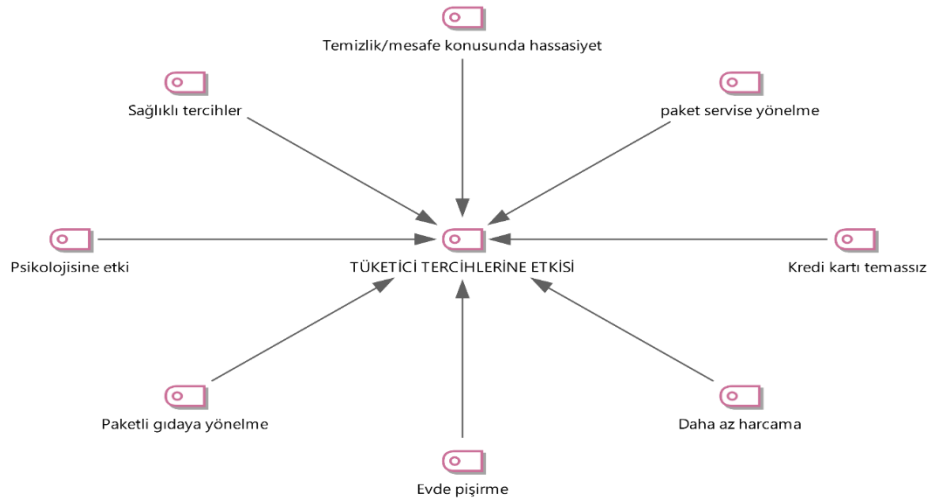
*Kurye bizim için olmazsa olmazımız çünkü paket servisi yapıyoruz. Kuryelerde artışımız oldu. Şu anda mevcut 10 tane kuryemiz var. O zamanlar kurye 5 tane falandı 1-2 tane alım oldu (İ15).*

*Personel çıkarımı yapmadık, servis elemanı sayısını arttırdık. İkinci bir servis elemanı aldık personeli alırken kendi motorunun olmasına dikkat ettik bunun sebebi ise pandemi dolayısıyla motorlu taşıt fiyatlarının artmasıdır (U8).*

#### 4.4. Tüketici Tercihlerine Etkisi

COVID-19'un etkileri sadece işletmelere değil tüketiciler üzerine de olmuştur. Kod-Teori modeli ile oluşturulan modele göre bu etkiler 8 türde meydana gelmiştir. Bu etkiler, temizlik/mesafe konusunda hassasiyet, daha sağlıklı tercihlere yönelme, tüketicilerin psikolojine olan etki, paketlenmiş gıdaya yönelme, evde pişirmeyi tercih etme, daha az harcama yapmaya yönelme, ödemeleri kredi kartı ile ve temassız yapma ve paket servis tercihidir.

Oluşan kodlardan en fazla görüş bildirilen 'kredi kartı/ temassız' kodu olmuştur. (50 kod) Hemen hemen katılımcıların tamamı pandeminin tüketiciler üzerinde yarattığı en önemli değişkenin nakitten kredi kartına geçiş olduğunu ve kredi kartlarının temassız özelliği kullanıldığını belirtmiştir. Kredi kartlarında temassız özelliği ile kredi kartlarına farklı temasın önlenmiş olması sebebi ile tercih edilmektedir.



**Şekil 5. Covid-19'un Tüketici Tercihlerine Etkileri**

*Ödeme şekillerinde ciddi bir değişiklik oldu. Önceden daha çok nakit kullanan ve kredi kartına normal şifre girmek isteyen müşterilerimizin ziyade bu dönemde %90'a yakını nakit yerine bir kart ve kredi kartı kullananların %80 - %85'i temassız kart kullanmak istedi hatta cep telefonundan ödemeler başladı (113).*

Müşterilerin tercihlerinde en önemli değişimlerden birisi de temizlik/mesafe konusunda hassasiyet olmuştur. Burada oluşan 39 kodda pandemi öncesi döneme göre müşterilerin temizliğe daha çok dikkat ettiklerinden, diğer masalar arasında belli bir mesafe aradıklarından, servis personelinin maske kullanımını kontrol etmelerinden bahsedilmiştir. Katılımcılardan H2, H4, H5, T2 müşterilerin mutfağı görmek istediklerini belirtmişlerdir.

*Müşteri davranışlarında da değişiklik oldu. Maskesiz lavabolara giden bir müşteri görmedim. Uyarıya gerek duymadan herkes kendince tedbirli davranmaya çalışıyor. Temizliğine özen gösteriyor. Müşterinin kalktığı masaya yeni müşteri hemen oturmuyor, uzaktan temizlememizi bekliyorlar, önceden masada oturup beklerlerdi. Çocukları ile gelen müşteriler oyun alanına direkt girmiyor ne zaman dezenfekte edildiğini sorup bizimle teyitleşiyorlar (19).*

Tüketiciler pandemi kaynaklı olarak yiyecek içecek işletmelerinde daha az harcamaya yönelmişlerdir. Bu durum tüketici tercihlerindeki değişimlerde 15 kod ile ortaya çıkmaktadır. İşten çıkarılmanın yasak olduğu dönemlerde yaşanan işten çıkarılma korkusu, ücretsiz izine çıkarılma, pek çok sektörde yaşanan maaşlarda düşüş, genel olarak maaş ödemelerinde yaşanan aksaklıklar gibi durumlardan dolayı önlem olarak yiyecek içecek işletmesinden satın alma alışkanlıklarında azalmalar meydana gelmiştir.

*Menüden ziyade miktarlarda daha büyük değişiklikler oldu, miktarlar eskiye oranla azaldı. Önceden üç alıyorsa şimdi bir alıyor. Bu da insanların maddi kaybından. Bu dönemde işinden olan çok insan var. İşinden olmasa bile korkusu var. Bu hastalığın ne olacağı belli değil. Haliyle korkuyor yarın işsiz kalırım diye. Ekonomik kriz zaten çok şiddetli. Bunu bizler çok iyi gözlemliyoruz. (I14).*

Yiyecek içecek işletmeleri tam/kısmi kapanma dönemlerinden sonra da tüketicinin daha az harcama yönelmesi ile zararlarının telafisi daha zor bir duruma düşmüşlerdir. 'Paketli gıdaya yönelme' de 12 kod oluşmuştur. Burada dikkat edilmesi gereken nokta ise paketli gıdaya yönelmenin özellikle tam kapanmanın yaşandığı, işletmelerin sadece paket servise ya da gel-al servise izin verildiği dönemlerde yoğunlaşmasıdır.

*Özellikle paketli/ambalajlı ürünler tercih edildi. Virüs öncesi dönemde satmakta zorlandığımız paketli ürünlere ilgi arttı. Öncesinde paket servis daha az olduğu için hazır yemekleri ve mezeleri satmakta zorlanıyorduk, müşteriler bu ürünleri paket serviste daha çok tercih ediyorlar (U8).*

COVID-19 pandemisi sebebi ile tüketicilerin tercihlerinde oluşan kodlardan diğeri sağlıklı tercihler olmuştur. Daha sağlıklı kabul edilen fast food yiyecekler ya da karbonhidrat ve yağlı gıdalar yerine daha sağlıklı kabul edilen salatalar, taze sıkılmış meyve suları daha çok talep görmüştür. Özellikle tam ve kısmi kapanmanın olduğu dönemlerde sağlıklı olarak görülmeyen yiyeceklere karşı talep daha fazla düşmüştür.

*Fast food ürünleri satılmadığı için vitamin deposu içeren şeyler örneğin salatalar ekledik. Ve gayet güzel talep gördü (T3).*

*Otel mutfağından tükettiği yiyecekler de hep protein ve karbonhidrat ağırlık enerji veren besinler gereksiz yağ ve şekerden kaçıyorlar. Özellikle kapanmada pastanenin tatlı satışları da baya düştü bu yüzden (H3).*

Pandemi insanların psikolojisinde de olumsuz etkiler yaratmıştır. Bunun davranışlarına olan etkileri ise agresiflik, sinirlilik, tedirginlik ve korku gibi kendini göstermiştir.

*Çok fazla değişim oldu insanlar çok tedirgin ve korkarak gelmeye başladılar ve tedirgin oturuyorlar (T17).*

*...insanlar çok agresif ve sinirliler bu dönemde. Bunun sebebini ise evlere kapanmamız ve maskeler olduğunu düşünüyorum. Uzun süre evlerde oturmaktan dolayı herkeste psikolojik olarak çökme ve öfke kontrolü sağlayamama meydana gelmiş durumda (T3).*



Yiyecek içecek işletmelerinin ekonomik etkilerinde yer alan paket servis, tüketici tercihlerinde ayrı olarak yer almaktadır. Pandemi ile birlikte tüketicilerdeki tedirginlik sebebi ile paket servis talebinde artış meydana gelmiştir.

#### 4.5. Ürün Tedariğine Etkisi

Pandemi döneminde işletmelerin yaşadığı tedarik sıkıntısı 43 kod ile ortaya çıkmıştır. Tüm dünyanın olumsuz yönde etkilendiği COVID-19 pandemisi süresince özellikle dünya çapında kapanmaların ve kısıtlamaların yaşandığı dönemde tedarik sıkıntısı daha çok şiddetlenmiştir. Ekmek gibi günlük kullanılan ürünlerin yanında yurt dışından ithal edilen gıdaların tedariklerinde daha büyük problemler yaşanmıştır. Bu problemler işletmelerin menülerinde değişiklik yapmalarına, ithal malzemelerin kullanıldığı yiyeceklerin tamamen çıkarılmasına sebep olmuştur.

- Sürekli kullanılan malzemelerin tedariklerinde sıkıntı: Ekmek, taze sebzeler, günlük süt ve süt ürünleri
- Hijyen malzemelerinin tedariklerinde sıkıntı: Dezenfektan, maske, tek kullanımlık eldiven
- Yurt dışından ithal edilen ham madde ve ara maddeler

*Elbette yaşadık aldığımız birçok ürün ithal olarak gelen ürünler. Bu dönemde ithalat konusunda sıkıntılar yaşandığı için biz de bundan etkilendik. İthalatın sıkıntılı olması ve yurt dışından ürünlerin gelmemesi bunlar hep tedariklere yansdı bu yüzden bizlere de yansdı. Birçok ürünü almakta zorlandık (T2).*

*Ürün tedariklerinde şöyle bir sıkıntı yaşadık kurumsal bir firma da olsak yaptığımız iş içecek sektörüne dahil olduğu için ürün tedarik sıkıntısında pasta, süt gibi ürünlerde sıkıntı yaşanabiliyor açıkçası (UA2).*

İşletmenin türü fark etmeksizin pandemi döneminde tedarik sıkıntısı yaşamakla birlikte en fazla etkilenen T kodu ifade edilen şubesi bulunmayan, İstanbul'da faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri olmuştur.

## 5. Sonuç

Dünyada ve Türkiye de Covid-19 pandemisi ekonomiyi ve sosyal hayatı meydana getiren birçok sektör üzerinde sarsıcı ve yıkıcı bir etki oluştururken, yiyecek içecek işletmeleri sektörü de bu durumdan en fazla etkilenen sektörler arasına girmiştir.

Araştırma kapsamında İstanbul'da bulunan 57 yiyecek içecek işletmesi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler sonucunda COVID-19'un yiyecek içecek işletmelerine olan etkisi 5 temel boyutta ortaya çıkmıştır. Bunlar, ekonomik etkiler, COVID-19'un tüketici tercihlerine olan etkisi, iş gücüne olan etkisi, menüye etkisi ve ürün tedariklerine olan etkisidir. Pandeminin ekonomik etkisi mali kayıplarda yoğunlaşmaktadır. İkinci

nokta ise ek gider kalemleri olmuştur. Yiyecek içecek işletmelerinde ek gider kalemlerini dezenfektan, tek kullanımlık eldiven, maske, tek kullanımlık diğer hijyen ürünleri oluşturmaktadır.

İşletmelerin aldığı önlemler incelendiğinde ortaya çıkan sonuç ise Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerinin tamamına yakını krize hazırlıklı olmaması durumudur. Uluslararası işletmeler ve otel restoranları dışında kalan işletmeler Covid-19 kaynaklı oluşan ekonomik kriz için hazırlıklı olmamakla birlikte, krizin devam etme durumuna göre gerçekçi bir eyleme geçmemişlerdir. Bu işletmelerin aldıkları önlemler; personel azaltma (işten çıkarma/ücretsiz izin), bankadan kredi çekme, stokları en aza indirme, elektrik, doğal gaz vb. kullanımları azaltma şeklinde olmuştur.

Covid-19 başlangıcı ve sonrasında meydana gelen kısmi kapanma ve tam kapanma dönemleri işletmelerde paket servis açısından büyük değişiklikler yaratmıştır. Pandemi öncesinde paket servis vermeyen işletmeler, paket servise başlamak zorunda hissetmişlerdir. Paket servis hizmeti vermeyen işletmelerden 3 tanesi bu dönemde faaliyetini sonlandırmıştır.

Yiyecek içecek işletmeleri devlet tarafından sunulan desteklerin yetersiz olduğuna değinmişlerdir. Fakat burada yaşadıkları en büyük sıkıntıyı kiralar oluşturmaktadır. Kapanma dönemlerinde bile kiralarda erteleme gibi kolaylıklar tanınmaması işletmeleri en çok zorlayan kısmı oluşturmıştır.

Süreç içerisinde menüde birden fazla kez değişikliğe gidildiği görülmüştür. Özellikle sadece İstanbul'da faaliyet gösteren ve şubesi olmayan işletmeler bu değişikliği daha hızlı yapabilmekteyken, uluslararası hizmet veren yiyecek içecek işletmelerinin şubeleri ve otel restoranlarında menü değişikliği daha az yapılabilmektedir. Bu durumun sebeplerinden en temeli ise, menünün işletmenin merkezi tarafından hazırlanarak şubelere dağıtılması ve işletmenin menü değişikliği konusunda katı prensipleri sayılabilir. Nitekim uluslararası çapta hizmet veren fast food firmaları paket menüler sundukları için menü değişikliğine ihtiyaçları bulunmamaktadır. Otel restoranları bu anlamda sadece açık büfede self servis hizmetlerini kaldırmışlardır ya da açık büfeden personel aracılığıyla hizmet sağlanmıştır. Misafirin yiyecekler ile teması engellenmiştir. Bu durum gereksiz tüketim açısından fayda sağlamış ve maliyeti de azaltmıştır.

Pandeminin başlangıcı ile birlikte yiyecek içecek işletmelerinin büyük kısmının aldıkları ilk önlemlerin başında QR, web tabanlı ya da tek kullanımlık menü kartları hizmeti sunulmuştur. Covid-19'un temas kaynaklı bulaşması bu bu gibi uygulamaların hızlı bir şekilde sunulmasına sebep olmuştur. İşletmeler menülerinde paketli gıdalar, fast food ürünler, sağlıklı yemekler, uzun süre dayanan yemekler ve grup menüleri ekleyerek çeşidi artırma yoluna gitmişlerdir. Bunun sebepleri ise şu şekilde sıralanabilir;

1- Pandeminin özellikle başlarında yaşanan talebin azalması neticesinde çabuk bozulan yiyecekler yerine daha uzun süre dayanan yiyecekler eklenmiştir.

2- Pandemi başlangıcından itibaren sektör için çok önemli bir hal alan paket servise uygun yiyecekler özellikle hamburger ve sandviçler gibi fast food ürünleri eklenmiştir.

- 3- Paketlemede ve paket serviste sorun çıkarmayan ürünler menüye dâhil edilmiştir.
- 4- Pandeminin yarattığı sağlık endişesi ile tüketicilerin tercihleri daha sağlıklı ürünlere kaydığı gözlenmiş, bunun sonucunda salatalar gibi besleyici özellikteki yiyecekler menüye eklenmiştir.
- 5- Özellikle tam kapanma dönemlerinde tüm aile bireylerinin konutlarda olması sebebi ile menülerde özellikle aile üyelerine yetecek şekilde büyük boylarda talep olmuştur. Bu durumun farkında olan yiyecek içecek işletmeleri yeni grup menüleri oluşturmuşlardır.

Paket servis pek çok işletmenin menüdeki yiyecek çeşidini farklı şekillerde artırmasına sebep olmuşken, bir kısmı için de çeşidi azaltmasına sebep olmuştur. Bunun sebebi olarak bazı gıdaların paket servise uymaması, özellikle pandeminin ilk dönemlerinde yaşanan bazı yiyeceklere olan talebin düşmesi ve yurt dışından tedarik yapılan ürünlerde yaşanan tedarik sıkıntısı yer almaktadır.

Covid-19'un oluşturduğu sağlık krizi beraberinde ekonomik krizi de getirmiştir. Yiyecek içecek işletmeleri de çeşitli kısıtlamalar, kapanmalar sebebi ile en olumsuz etkilenen sektörlerin başında gelmektedir. Buna bağlı olarak işletmeler, menülerinde de bazı değişikliklerin yapılarak ekonomik anlamda zararlarını azaltmayı amaçlamışlardır. En çok uygulanan ise menüde yer alan yiyecek-içeceklerin fiyatlarına yapılan zamlardır. Söz konusu zamlara tüketiciler tepkisiz kalmamıştır. İşletmelerin giderlerindeki artışın bunu menülerine yansıtması durumunun aksine satışların arttırılması ile de söz konusu durumun çözümlü konusunda yardımcı olacağını düşünen işletmeler menülerinin içeriklerinde indirime gitmişlerdir ya da bir alana bir bedava gibi kampanyalar düzenleme yoluna gitmişlerdir.

Covid-19 pandemisinin etkileri yiyecek içecek işletmelerinde çalışan personeli de pek çok yönden etkilemiştir. İşletmelerin pek çoğu; ücretsiz izin, kısa çalışma ödeneği, vardiyalı sistemi uygulamıştır. Bununla birlikte bazı işletmeler işten çıkarma yaptığını belirtmiştir. Bu dönemde işten çıkarmanın resmi olarak yasaklanması, yiyecek içecek işvereni önce ücretsiz izin sonrasında işten çıkarma durumuna sevk etmiştir.

Covid-19'un etkileri sadece işletmelere değil tüketiciler üzerinde de olmuştur. Tüketiciler üzerinde yarattığı en önemli etki, nakitten kredi kartına geçiş ve kredi kartlarının temassız özelliği kullanılmasıdır. Müşterilerin tercihlerinde en önemli değişimlerden birisi de temizlik/mesafe konusunda hassasiyet olmuştur. Müşteriler, pandemi öncesi döneme göre işletmenin temizliğine ve personelin maske kullanımını dikkat etmektedirler, diğer masalar arasında belli bir mesafe aramaktadırlar.

Özellikle dünya çapında kapanmaların ve kısıtlamaların yaşandığı dönemde tedarik sıkıntısı daha çok şiddetlenmiştir. Ekmek gibi günlük kullanılan ürünlerin yanında yurt dışından ithal edilen gıdaların tedarikinde daha büyük problemler yaşanmıştır. Bu problemler işletmelerin menülerinde değişiklik yapmalarına, ithal malzemelerin kullanıldığı yiyeceklerin tamamen çıkarılmasına sebep olmuştur. Sürekli kullanılan ekmek, taze sebzeler, günlük süt ve süt ürünlerinde malzemelerin tedarikinde sıkıntı yaşanmıştır. Aniden kullanımı artan dezenfektan, maske, tek kullanımlık eldiven hijyen malzemelerinin tedarikindeki sıkıntı ise işletmeleri çok olumsuz etkilemiş, bu ürünler

fiyatlarının çok üstünde satıldığından zaten ekonomik anlamda sıkıntı yaşayan işletmeleri zora sokmuştur. Covid-19, yiyecek içecek İşletmeleri sektörünün sanıldığı kadar güçlü olmadığını ortaya koymaktadır. Bu sürece dayanamayan pek çok işletme gibi görüşme yapılan işletmelerden 3 tanesi kapanmıştır.

Covid-19 hastalığının Alfa, Beta, Delta, Gamma, Omicron gibi pek çok varyantının ortaya çıkması, aşılamanın dünya çapında tam olarak sağlanamaması ve aşılamanın etkinliğinin bu varyantlar üzerindeki etkilerinin değişmesi gibi sebepler, bu hastalık kaynaklı oluşan pek çok problemi çözülemez hale getirmektedir. Buna bağlı olarak da en çok etkilenen sektörlerin başında gelen yiyecek içecek işletmeleri pandemi öncesindeki karlılıklarına ulaşmaktan uzak olmakla birlikte pandeminin yarattığı tedarik gibi bazı sorunlar kalıcı hale gelmiştir. Bu durum yiyecek içecek İşletmeleri sektörü için belirsizlik oluşturmakta ve bu işletmelerin geleceğini tehdit etmektedir. İşletmeler bu belirsizlikler baş edebilmek için, pandemi ile değişen tüketici alışkanlıklarını dikkate alınmalı, paket servis konusunda yenilikler yapılmalı, menüler paket servise uygun hale getirilmelidir. İşletmelerin, ilk önlem olarak personelini gözden çıkarması sektörde önümüzdeki günlerde pek çok soruna sebep olabilir. Bu dönemde kısa çalışma ödeneği, zorunlu ücretsiz izin kullandırma gibi durumlar sebebi ile sektörden uzaklaştırılan tecrübeli personel, sektöre geri kazandırılmalıdır. Menüler tekrar gözden geçirilmeli, kapanma gibi alınabilecek tedbirlere karşı hızla değişim sağlanabilmelidir.

## Referanslar

- 2280 sayılı Cumhurbaşkanının Kararının Eki (2021). *T.C. Resmi Gazete* (31078, 24 Mart 2020).
- Açıkgöz, Ö. ve Günay, A. (2018). Türkiye'de tarım ve gıda sektörü üzerine bir değerlendirme: 2017 yılında yaşanan tehditler ve kaçırılan fırsatlar. *Maliye Dergisi*, 175, 200-227
- Alanagreh L., Alzoughool F. and Atoum M. (2020). The human coronavirus disease Covid-19: Its origin, characteristics, and insights into potential drugs and its mechanisms, *Journal of Pathogens*, 2020, 9, 331; doi:10.3390/pathogens9050331: s.1-11 (<http://www.mdpi.com/journal/pathogens>)
- Dube, K., Nhamo, G. ve Chikodzi, D. (2021). Covid-19 cripples global restaurant and hospitality industry. *Journal of Current Issues in Tourism*, 24(11), 1487-1490.
- İflazoğlu, N. ve Aksoy, M. (2020). Tüketicilerin Covid-19 salgını sürecinde yiyecek- içecek işletmelerinden beledikleri hizmetin niteliğine ilişkin bir araştırma. A Study on the Quality of the. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 3362-3377.
- Lippert, J. F., Furnari, M. B. ve Kriebel, C. W. (2021). The impact of the Covid-19 pandemic on occupational stress in restaurant work: A qualitative study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(19), 10378, <https://doi.org/10.3390/ijerph181910378>.
- Sözcü Gazetesi. (2021). *2020'de Günde beş lokanta kapandı*. Erişim adresi <https://www.sozcu.com.tr/2021/ekonomi/2020de-gunde-bes-lokanta-kapandi-6232460/>.
- Tüba. (2020). Covid-19 pandemi değerlendirme raporu (TÜBA Raporları). No: 34 ISBN: 978-605-2249-43-7. 87. Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları.
- Yang, Y., Liu, H. ve Chen, X. (2020). Covid-19 and restaurant demand: Early effects of the pandemic and stay-at-home orders. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(12), 3809-3834, <https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2020-0504>.
- Zurayk, R. (2020). Pandemic & food security. *Journal of Agriculture, Food Systems, & Community Development*, 9(3), 17-21.