

УДК 338.439: 338.245.62

**THE EFFECTS OF THE COVID-19 PANDEMIC ON FOOD AND BEVERAGE BUSINESSES:
THE CASE OF ISTANBUL BEYOĞLU¹**

Noyan Elcin, Dr., Lecturer, Antalya Akev University, Antalya, Turkey, Department of International Trade and Business <elcin.noyan@akev.edu.tr> ORCID: 0000 0003 2630 0274

Tan Mustafa, Master's Degree, İstanbul Ayyansaray University, İstanbul, Turkey <veym54@hotmail.com> ORCID: 0000 0003 1322 2094

Abstract

With the Covid-19 pandemic process, there have been changes in every aspect of our lives. Social distance, contactless transactions, health, hygiene and many other concepts have become frequently used, and new applications as the requirements of the digital age have emerged in many fields such as education, health and retail. In the study, it is aimed to identify the problems that the owners and employees of food and beverage businesses face during the Covid-19 pandemic process and to propose solutions to these problems. Quantitative research methods were used in the study. The questionnaires were applied to the participants between May and August 2021. Since the study coincided with the full closure period and many food and beverage businesses were closed, 226 participants could be reached online. Since the data obtained from the owners and employees of the food and beverage businesses operating in Istanbul Beyoğlu did not show a normal distribution, the Kruskal Wallis Test was applied. Based on the findings obtained from the study, it was stated that the interaction between the employees and business owners of food and beverage businesses decreased in social, economic and psychological aspects during the pandemic process, and the decrease in the sales volumes of the businesses and the financial losses were negatively affected. During this period, employees were dismissed from their jobs, their working hours were shortened or they started working remotely. Those who continued to work experienced fear of losing their jobs due to the economic recession. The government provided additional support to employees and business owners with the measures taken, but according to the answers given by the participants, the measures taken by the government were not sufficient. Participants stated that the recession in their social life affected them negatively in this process.

Keywords: Covid-19 pandemic; food and beverage businesses; effects of the pandemic.

**COVID-19 PANDEMİSİNİN YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNE ETKİLERİ:
İSTANBUL BEYOĞLU ÖRNEĞİ²**

Noyan Elcin, Dr. Öğretim Üyesi, Antalya Akev Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü <elcin.noyan@akev.edu.tr> ORCID: 0000 0003 2630 0274

Tan Mustafa, Yüksek Lisans Mezunu, İstanbul Ayyansaray Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü <veym54@hotmail.com> ORCID: 0000 0003 1322 2094

Öz

Covid-19 pandemi süreci ile yaşantımızın her alanında değişiklikler olmuştur. Sosyal mesafe, temassız işlemler, sağlık, hijyen ve daha birçok kavram sık kullanılır olmuş, dijital çağın gereklilikleri olarak yeni uygulamalar eğitim, sağlık, perakende gibi pek çok alanda kendini göstermiştir. Çalışmada, yiyecek içecek işletmeleri sahiplerinin ve çalışanlarının Covid-19 pandemi sürecinde karşı karşıya kaldıkları sorunların tespit edilmesi bu sorunlara çözümler önerilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada nicel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Anketler Mayıs-Ağustos 2021 tarihleri arasında katılımcılara uygulanmıştır. Çalışmanın, tam kapanma dönemine rastlaması ve birçok yiyecek içecek işletmelerinin kapalı olmaları sebebiyle 226 birim katılımcıya çevrim içi olarak ulaşılabilmektedir. İstanbul Beyoğlu'nda

¹ The study is derived from the master's thesis of the same title.

² Çalışma aynı başlıktaki yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri sahipleri ve çalışanlarından elde edilen veriler normal dağılım göstermediği için Kruskal Wallis Testi uygulanmıştır. Çalışmadan elde edilen bulgulara istinaden, katılımcıların pandemi sürecinde sosyal ekonomik, psikolojik yönden yiyecek içecek işletmeleri çalışanları ve işletme sahipleri arasındaki etkileşimin azaldığı, işletmelerin satış hacimlerindeki düşüşlerin, maddi kayıpların olumsuz yönde etkilendikleri belirtilmiştir. Bu dönemde çalışanlar işlerinden çıkarılmış, çalışma süreleri kısaltılmış ya da uzaktan çalışmaya geçilmiştir. Çalışmaya devam edenler ise ekonomik gerilemeden dolayı işlerini kaybetme korkusu yaşamışlardır. Hükümet, alınan tedbirlerle çalışanlara ve işletme sahiplerine ek destekler sunmuştur fakat katılımcıların verdikleri cevaplara göre hükümet tarafından alınan tedbirler yeterli bulunmamıştır. Katılımcılar bu süreçte sosyal hayatlarındaki daralmanın kendilerini olumsuz yönde etkilediğini belirtmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Covid-19 pandemisi; yiyecek içecek işletmeleri; pandeminin etkileri.

ПОСЛЕДСТВИЯ ПАНДЕМИИ COVID-19 ДЛЯ БИЗНЕСА ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ И НАПИТКОВ: НА ПРИМЕРЕ СТАМБУЛЬСКОГО БЕЙОГЛУ

Ноян Эльчин, д-р, преподаватель Стамбульского университета Айвансарай,
кафедра гастрономии и кулинарного искусства, Шишли, Стамбул, Турция
<elcinnoyan@ayvansaray.edu.tr> ORCID: 0000 0003 2630 0274

Тан Мустафа, аспирант Стамбульского университета Айвансарай, факультет гастрономии и
кулинарного искусства, Шишли, Стамбул, Турция <Veym54@hotmail.com>
ORCID: 0000 0003 1322 2094

Аннотация

В связи с пандемией Covid-19 произошли изменения во всех аспектах нашей жизни. Социальная дистанция, бесконтактные транзакции, здоровье, гигиена и многие другие концепции стали часто использоваться, и новые приложения в соответствии с требованиями цифровой эпохи появились во многих областях, таких как образование, здравоохранение и розничная торговля. Цель исследования – выявить проблемы, с которыми столкнулись владельцы и сотрудники предприятий пищевой промышленности и производства напитков во время пандемии Covid-19 и предложить решение этих проблем. В исследовании использовались количественные методы. Анкеты были разосланы участникам с мая по август 2021 г. Исследование совпало с периодом полного закрытия многих предприятий по производству продуктов питания и напитков, и с 226 участниками связывались онлайн. Поскольку данные, полученные от владельцев и сотрудников предприятий общественного питания и напитков, работающих в Стамбульском бейоглу, не показали нормального распределения, был применен тест Крускала Уоллиса. Основываясь на выводах, полученных в ходе исследования, было заявлено, что взаимодействие между работниками и владельцами предприятий пищевой промышленности и производства напитков снизилось во время пандемии в социальных, экономических и психологических аспектах, что вызвало снижение объемов продаж предприятий и финансовые потери. В течение этого периода сотрудники были уволены, их рабочее время сокращено или они начали работать удаленно. Те, кто продолжал работать, испытывали страх перед потерей работы из-за экономического спада. Правительство оказало дополнительную поддержку работникам и владельцам бизнеса, но согласно ответам участников, принятые правительством меры были недостаточными. Участники заявили, что экономический спад негативно отразился на их социальной жизни.

Ключевые слова: пандемия Covid-19; пищевая промышленность; последствия пандемии.

1. Giriş

Geçmişten bu yana insanlar HIV, Ebola, H1N1, H5N1 gibi birçok bulaşıcı hastalıklardan etkilenmişlerdir. Bulaşıcı hastalıkları önlemek için birçok yöntemler uygulanmış, önlemler alınmıştır. Alınan bu önlemler ile karantinalar ve kısıtlamalar, insanlar üzerinde olumsuz etkiler bırakmıştır (Özdemir, 2020). Günümüzde görülen Covid-19 pandemisi, birçok endüstriyi etkilediği gibi yiyecek içecek endüstrisini de etkilemiştir. Birçok işletme bu dönemde üretim faaliyetlerine ara vermiş, çalışanların çoğu işsizlik sorunuyla karşı karşıya kalmışlardır. 2019 yılının Aralık ayının sonuna doğru Çin'in Hubei eyaleti Wuhan şehrinde görülmeye başlanan ve tüm dünyaya yayılan Covid-19 pandemisi, 11 Mart 2020 tarihinde Dünya Sağlık Örgütü tarafından vakalardaki artış ve ölümlerin gerçekleşmesi ile pandemi ilan edilmiştir. 2020 Temmuz ayı itibarıyla ortalama olarak 11 milyon insanın bu virüsten etkilendiği ve bu zamana kadarki rakamlara göre 530.000 insanın öldüğü Covid-19 pandemisi, bulaştığı tüm ülkelerde hayatın akışını bozmuş sosyal maddi ve manevi açıdan herkesi etkilemiştir ve ülkeleri, önlem almaya sevk etmiştir. Pandemiye kontrol edebilmek ve halkın sağlığını gözetmek için okulların kapatılması, sokağa çıkmanın yasaklanması ya da kısıtlanması, uygun işler için uzaktan çalışma olanakları oluşturulması gibi pek çok çalışmalar yapılmıştır (Toraks, 2022).

Virüsün bulaşması, insandan insana yakın temas hava yolu, çevre faktörleri ile olduğu için, alınabilecek önlemler arasında, açık alanlarda toplantıların kısıtlanması, okulların eğitime uzaktan eğitime geçmeleri, kafe, restoran, spor salonları, halı sahalar, düğün, nişan organizasyonları gibi etkinliklerin kısıtlanması yer almaktadır (Liu, 2020; Heymann, 2020). İnsanların endişeleri zamanla sosyal, ekonomik, kültürel ve siyasi hayatlarını değiştirecek boyutlara ulaşan birçok sorunu da beraberinde getirmiştir.

Yiyecek ve içecek sektörü, insanların temel gereksinimlerine cevap veren, ulusal ve uluslararası ekonomide önemli rol oynayan ve hızla gelişen sektörlerden biridir. Covid-19 pandemisinde önemli düzeyde etkilenmiştir (Chowdhury vd., 2020). Covid-19 pandemisi, yiyecek içecek işletmelerinin kapasitelerinin azalmalarına, darboğazlara ve önemli ekonomik problemlere yol açmıştır (Okat vd., 2020).

1. Covid-19 pandemisinin yiyecek içecek endüstrisine etkileri

Yiyecek içecek sektörünün hassas ve emek yoğun bir sektör olması ile olumsuzluklardan daha fazla etkilendiği görülmektedir. Devlet tarafından uygulanan kısıtlamalar normalleşme ile azaltılırken yiyecek içecek sektörü, tüketicilerin algıladığı risklerden, güven azalmasına ve bulaş tehlikesinden dolayı olumsuzluklar yaşamıştır (Dedeoğlu ve Boğan, 2021; Yost ve Cheng, 2021). Covid-19 pandemisi insanlar üzerinde işsizlik, gelir kayıpları, yorgunluk, bıkkınlık, gelecek kaygıları, belirsizlik, hareketsizlik, asosyallik ve yoğun strese sebebiyet vermektedir. Yiyecek içecek sektörü çalışanlarının bireysel, sosyal, psikolojik, beklentilerinin sürekli güvence altında tutularak işlerine odaklanmalarını sağlamak olmalıdır. Yiyecek içecek endüstrisi çalışanlarının motivasyon düzeylerinin yüksek tutulması, iş güvencesi ve belirsizliğin ortadan kaldırılması ile mümkün görülmüştür. Yiyecek içecek endüstrisi için gel al ve paket servisleri gibi alternatif yollar için izin verilse de çoğu işletme ve çalışanları zorlanmışlar ve iş ve yaşam kalitelerinde son derece ciddi sorunlar ortaya çıkmıştır (Güven, 2021). Değişmekte olan yiyecek içecek sektörünün koşulları, tüketicilerin sınırsız ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik çabalar bütünüdür. Üretim koşullarına ve her geçen gün değişen tüketici beklentilerine ayak uydurabilmek ve bu adaptasyon sürecini takip edip devamlı hale getirebilmek için yeni uygulamalar geliştirilmekte bunlar hem çalışan hem de ürün temelli nitelikte olmalıdırlar (Kalkan, 2021).

Covid-19 döneminde yaşanan korku ve güvensizlik gibi uygulamalar tüketici davranışlarını olumsuz etkilemiş, harcama ve dolayısıyla toplam talebi etkilemiştir (Butler, 2021). Yiyecek ve içecek işletmeleri, azalan kapasite, fiziksel mesafe, yeni sağlık önlemleri, nakliye şirketleri, seyahat acenteleri sık olarak ele alınan bir konular arasındadır. Temassız uygulamalar, robot garsonlar ve karantina seraları gibi yeni iş modelleri ortaya çıkmıştır (Özoğul, Güçlütürk Baran, 2021). Pandemi döneminin uzun sürmesi, küçük ölçekli konaklama ve catering şirketlerinin ayakta kalmalarının zor olacağını göstermiş, krizin süresi arttıkça krizin maliyeti de giderek artmıştır. Çalışma ile yiyecek içecek

işletmeleri sahiplerinin ve çalışanlarının Covid-19 pandemi sürecinde karşılaştıkları sorunların tespit edilmesi, geleceğe yönelik beklentileri ve bu sorunlara çözüm önerileri sunulması amaçlanmıştır. Sorunların ve çözüm önerilerinin tespiti, hükümet tarafından ek teşvik ve desteklerin sunulması açısından önem taşımaktadır.

2. Literatür taraması

Covid-19 pandemisinin ve etkilerinin ele alındığı çalışmalar incelendiğinde; Alrawadieh ve Çiftçi (2021)'nin çalışmalarında Covid-19 pandemisi sonrası yiyecek ve içecek sektörün mutfak şeflerinin perspektiflerinden bakılmış ve Covid-19 pandemisi sonrasında yiyecek-içecek sektöründe meydana gelen değişiklikler, yenilik uygulamaları, teknolojik uygulamalar, hijyen ve sanitasyon olarak açıklanmıştır. Küçükyaman (2021), çalışmasında Covid-19 pandemisi sürecinde kişilerin beslenme alışkanlıklarına yönelik çalışmasında bu süreç boyunca katılımcıların kilolarının değişmediği, öğün sayılarının üç öğün olarak devam ettiği, abur cubur çeşitlerini daha fazla tüketildiği, yeme ve içme harcamalarının arttığı, hareketsiz kalmalarının sağlıklarını etkilediği, stresin ve kaygının yeme alışkanlıklarını değiştirdiği sonuçlarına ulaşılmıştır. İflazoğlu ve Aksoy (2020), tüketicilerin Covid-19 pandemi sürecinde yiyecek-içecek işletmelerinden beklentilerinin değiştiği, salgın nedeniyle fiyat artışlarının tüketiciler üzerinde etkili olduğu, tüketicilerin temizlik ve hijyen konularına önem verdikleri, tüketici kitlesini arttırabilmesi için her türlü teknolojik aracın kullanılmasının güveni artırıcı etki yapacağı sonuçlarına ulaşılmıştır. Okat ve Bahçeci (2020) çalışmalarında Covid-19 pandemisinin neden olduğu krizin yiyecek içecek işletmelerine olan etkilerini araştırmışlardır. Çalışmada işletmelerin en büyük kaygılarının kendi sürdürülebilirlikleri oldukları, olası krizlere hazır olmadıkları sonuçlarına ulaşılmıştır.

3. Yöntem

Araştırmada nicel analiz yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemin, İstanbul Beyoğlu merkezinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri sahipleri ve işletme çalışanları oluşturmaktadır. Araştırma örnekleminde yer alan toplam 266 katılımcı, çalıştıkları işletme türleri kafe, restoran, tatlıcı ve fırın olarak faaliyet göstermektedir. Katılımcılar basit tesadüfi örnekleme yoluyla seçilmişlerdir. Veri toplama süreci Covid-19 pandemi dönemi olması sebebiyle anketler çevrim içi uygulanmıştır, bu dönemde birçok yiyecek içecek işletmesi uzun süre kapalı kalmış, bir kısmı da faaliyetlerine paket servis hizmeti vererek devam etmiştir. Alan yazında, ölçeğin örnekleme büyüklüğünün hesaplanması ile ilgili çeşitli görüşler öne sürülmüştür. Ölçekte yer alan her bir madde için 10-15 arası örnekleme ihtiyaç duyulmaktadır (Field, 2005). Tavşancıl'a (2002) göre örnekleme büyüklüğü, boyutun en az beş katı, hatta 10 katı şeklinde kabul edilebilir. Literatür araştırmasına göre, bu çalışmanın örnekleme büyüklüğü, Covid-19 pandemi döneminde pek çok yiyecek içecek işletmesinin faaliyetlerine ara verdikleri ve kapalı oldukları göz önünde bulundurularak 266 kişiden oluşmuştur.

Çalışmada uygulanan anket soruları Güven (2021) 'in pandemi sürecinin iş yaşam kalitesi üzerine değerlendirmesi adlı çalışmasında kullanmış olduğu ölçekten yararlanılarak soru formu uzman görüşleri doğrultusunda düzenlenmiştir. Anketler Mayıs- Ağustos 2021 tarihleri arasında katılımcılara çevrim içi olarak uygulanmıştır. Elde edilen verilere güvenilirlik testi yapıldığında Cronbach's Alpha değeri 0,812 bulunmuş, bu değer 0,70'den büyük olması ile verilerin çok güçlü derecede güvenilir olduğu anlaşılmıştır. Yapılan normallik testleri sonucunda verilerin normal dağılmadığı görülmüş non-parametrik yöntemlerden Kruskal Wallis Testi'nden yararlanılmıştır. Çalışmada kullanılan ölçeğin güvenilirliği için alpha katsayısının 0,60'tan büyük değer olması beklenir (Tavşancıl, 2002; Karacan, 2006). Değişken sayısı arttıkça bu değişkenlerin aralarındaki korelasyon katsayısı da artacağı için ölçeğin güvenilirliği artması beklenmektedir (Hair vd., 1998; Yaraş, 2004)

4. Analiz ve bulgular

Elde edilen bulgular aşağıda verilmiştir. Anket sorularına verilen yanıtlara göre frekans değerleri ve yüzdeleri aşağıdaki gibidir:

4.1. Demografik Bulgular

Tablo 1. Ankete Katılanların Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Yaş	Frekans	Yüzde
18-25	85	31,95
26-33	92	34,58
34-41	41	15,41
42-49	28	10,52
50 ve üzeri	20	7,51
Cinsiyet		
Kadın	90	33,83
Erkek	176	66,16
Medeni Durum		
Bekar	155	58,27
Evli	93	34,96
Boşanmış	18	6,76
Eğitim Durumu		
İlkokul	28	10,52
Orta Öğretim	22	8,2
Lise	69	25,93
Ön lisans	69	26
Lisans	58	21,8
Lisansüstü	20	7,51
Çalışma Süresi		
1-7	125	46,99
8-14	81	30,45
15-21	33	12,4
22-28	15	5,63
29 ve üzeri	12	4,51

Ankete verilen cevaplara göre katılımcıların çoğunluğunu (%34,58) 26-33 yaş grubu, bekâr (%58,27), erkekler (%66,16,) ve lise mezunları (%25,93) oluşturmaktadır. Katılımcıların çalışma süreleri incelendiğinde 1-7 yıl arası çalışanların %46,99'luk payı oluşturduğu görülmektedir. Veriler normal dağılmadığı için analizler Non-parametrik yöntemlerden biri olan Kruskal Wallis Testi ile yapılmıştır. Tablo 2'deki analizler parametrik yöntemlerde Ki-Kare Analizine karşılık gelmektedir.

Tablo 2. İşletmecilerin Yaşlarına Göre Verilen Cevaplar Arasındaki Farkın Analizi

		Ki - Kare	Anlam Düzeyi
İfade 1	Pandemi süreci ile ilgili Sosyal hayatımın daralması beni olumsuz yönde etkiledi	17,284	,002*
İfade 2	Pandemi süreci ile ilgili Oluşan belirsizliklerden endişeliyim	4,778	,311
İfade 3	Pandemi süreci ile ilgili İşimi kaybetme korkusu yaşıyorum	5,578	,233
İfade 4	Pandemi süreci ile ilgili Finansal sorunlar yaşıyorum	10,549	,014*
İfade 5	Pandemi süreci ile ilgili Toplumda stres ve gerginlik ortamı oluştu	10,259	,036*
İfade 6	Pandemi süreci ile ilgili Tüketiciler çevre ve sağlık konularında bilinçlendiler, tüketici beklentileri attı	5,024	,285
İfade 7	Pandemi süreci ile ilgili Tüketiciler daha tedirgin, güvensiz hale geldiler	5,540	,236
İfade 8	Pandemi süreci ile ilgili İşyeri ile tüketiciler arasında etkileşim azalmıştır	4,683	,321

İfade 9	Pandemi süreci ile ilgili Kısıtlamalardan dolayı işletmenin satış hacminin düşmesinin olumsuz etkilerini hissediyorum	12,042	,017*
İfade 10	Pandemi süreci ile ilgili Tüketici beklentileri farklılaştı, tüketicilerin beklentilerini tahmin etmek güçleşti	4,316	,365
İfade 11	Pandemi süreci ile ilgili İşletmede salgınla mücadele konusunda gerekli tüm tedbirler (eldiven, maske, bone kullanımı vb.) alınmaktadır	1,260	,868
İfade 12	Pandemi süreci ile ilgili Normale dönmek için bakanlıkça alınan önlemler yeterlidir	5,907	,206
İfade 13	Pandemi süreci ile ilgili Paket servise geçiş ile servis kalitesi artmıştır	5,549	,235
İfade 14	Pandemi süreci ile ilgili Yeni teknolojileri öğrenip farkındalığım arttı	14,946	,005*
İfade 15	Pandemi süreci ile ilgili Gelecekte oluşabilecek yeni salgınlara karşı önlem alma ihtiyacımız arttı	3,690	,450

Tablo 2'deki 0,05' ten küçük olan anlamlılık düzeyleri için ifadeler 1, 5, 9 ve 14 için yiyecek içecek işletmeleri sahiplerinin ve çalışanların verdikleri cevaplarda yaşa göre fark vardır. Diğer ifadeler verilen cevaplar bakımından yaşa ve medeni duruma göre farklılık bulunmadığı görülmektedir. Verilen cevaplarda katılımcıların gelir durumları ile farkındalık düzeyleri arasında farklılık olduğu görülmüştür. Katılımcıların tecrübelerine göre ifade 8 ve 13 için yiyecek içecek işletmeleri sahiplerinin ve çalışanların verdikleri cevaplarda fark bulunmuştur.

Tablo 3 'teki Kruskal-Wallis testine göre anlam düzeyi 0,05 in altında değer olmadığı için sorulara verilen cevaplar bakımından medeni durumlarına göre farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 4 'teki Kruskal-Wallis testine göre ifade 15 için yiyecek içecek işletmeleri sahiplerinin ve çalışanların verdikleri cevaplarda aylık gelirlerine göre fark vardır. Diğer ifadelere verilen cevaplar bakımından aylık gelire göre farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 3. İşletmecilerin Medeni Durumlarına Göre Verilen Cevaplar Arasındaki Farkın Analizi

		Ki - Kare	Anlam Düzeyi
İfade 1	Pandemi süreci ile ilgili Sosyal hayatımın daralması beni olumsuz yönde etkiledi	4,438	,109
İfade 2	Pandemi süreci ile ilgili oluşan belirsizliklerden endişeliyim	2,036	,361
İfade 3	Pandemi süreci ile ilgili İşimi kaybetme korkusu yaşıyorum	1,246	,536
İfade 4	Pandemi süreci ile ilgili finansal sorunlar yaşıyorum	,122	,941
İfade 5	Pandemi süreci ile ilgili toplumda stres ve gerginlik ortamı oluştu	1,743	,418
İfade 6	Pandemi süreci ile ilgili tüketiciler çevre ve sağlık konularında bilinçlendiler, tüketici beklentileri attı	3,877	,144
İfade 7	Pandemi süreci ile ilgili tüketiciler daha tedirgin, güvensiz hale geldiler	,535	,765
İfade 8	Pandemi süreci ile ilgili işyeri ile tüketiciler arasında etkileşim azalmıştır	,568	,753
İfade 9	Pandemi süreci ile ilgili kısıtlamalardan dolayı işletmenin satış hacminin düşmesinin olumsuz etkilerini hissediyorum	,913	,634
İfade 10	Pandemi süreci ile ilgili tüketici beklentileri farklılaştı, tüketicilerin beklentilerini tahmin etmek güçleşti	1,378	,502
İfade 11	Pandemi süreci ile ilgili işletmede salgınla mücadele konusunda gerekli tüm tedbirler (eldiven, maske, bone kullanımı vb.) alınmaktadır	,645	,724

İfade 12	Pandemi süreci ile ilgili normale dönmek için bakanlıkça alınan önlemler yeterlidir	1,816	,403
İfade 13	Pandemi süreci ile ilgili paket servise geçiş ile servis kalitesi artmıştır	,251	,882
İfade 14	Pandemi süreci ile ilgili yeni teknolojileri öğrenip farkındalığım arttı	,012	,994
İfade 15	Pandemi süreci ile ilgili Gelecekte oluşabilecek yeni salgınlara karşı önlem alma ihtiyacımız arttı	1,950	,377

Tablo 4. İşletmecilerin Aylık Gelirlerine Göre Verilen Cevaplar Arasındaki Farkın Analizi

		Ki - Kare	Anlam Düzeyi
İfade 1	Pandemi süreci ile ilgili Sosyal hayatımın daralması beni olumsuz yönde etkiledi	5,890	,053
İfade 2	Pandemi süreci ile ilgili Oluşan belirsizliklerden endişeliyim	5,387	,068
İfade 3	Pandemi süreci ile ilgili İşimi kaybetme korkusu yaşıyorum	4,957	,084
İfade 4	Pandemi süreci ile ilgili Finansal sorunlar yaşıyorum	3,787	,052
İfade 5	Pandemi süreci ile ilgili Toplumda stres ve gerginlik ortamı oluştu	5,153	,076
İfade 6	Pandemi süreci ile ilgili Tüketiciler çevre ve sağlık konularında bilinçlendiler, tüketici beklentileri attı	,827	,661
İfade 7	Pandemi süreci ile ilgili Tüketiciler daha tedirgin, güvensiz hale geldiler	1,572	,456
İfade 8	Pandemi süreci ile ilgili İşyeri ile tüketiciler arasında etkileşim azalmıştır	2,174	,337
İfade 9	Pandemi süreci ile ilgili Kısıtlamalardan dolayı işletmenin satış hacminin düşmesinin olumsuz etkilerini hissediyorum	2,362	,307
İfade 10	Pandemi süreci ile ilgili Tüketici beklentileri farklılaştı, tüketicilerin beklentilerini tahmin etmek güçleşti	1,248	,536
İfade 11	Pandemi süreci ile ilgili İşletmede salgınla mücadele konusunda gerekli tüm tedbirler (eldiven, maske, bone kullanımı vb.) alınmaktadır	1,410	,494
İfade 12	Pandemi süreci ile ilgili Normale dönmek için bakanlıkça alınan önlemler yeterlidir	1,058	,589
İfade 13	Pandemi süreci ile ilgili Paket servise geçiş ile servis kalitesi artmıştır	1,995	,369
İfade 14	Pandemi süreci ile ilgili Yeni teknolojileri öğrenip farkındalığım arttı	5,157	,076
İfade 15	Pandemi süreci ile ilgili Gelecekte oluşabilecek yeni salgınlara karşı önlem alma ihtiyacımız arttı	7,683	,021*

5. Sonuç

Çalışmadan elde edilen bulgulara istinaden, katılımcılar pandemi sürecinde sosyal ekonomik, psikolojik yönden çalışanlar ve işletme sahipleri arasındaki etkileşimin azaldığı, işletmelerin satış hacimlerindeki düşüşlerin, maddi kayıpların olumsuz yönde etkileri olduğunu belirtmiştir. Bu dönemde çalışanlar, işlerinden çıkarılmış, çalışma süreleri kısaltılmış ya da uzaktan çalışmaya geçilmiştir. Bu süreçte çalışmaya devam edenler, ekonomik gerilemeden dolayı işlerini kaybetme korkusu yaşamışlardır. Hükümet, alınan tedbirlerle çalışanlara ve işletme sahiplerine ek destekler

sunmuştur fakat katılımcıların verdikleri cevaplara göre hükümet tarafından alınan tedbirler yeterli bulunmamıştır. Bununla beraber ileride oluşabilecek yeni pandemilere karşı önlem alma ihtiyacının da artması beklenmektedir. Katılımcılar bu süreçte sosyal hayatlarındaki daralmanın kendilerini olumsuz yönde etkilediğini belirtmişlerdir.

Analizlerden elde edilen bulgulara istinaden, katılımcıların verdikleri cevaplarda yaşa göre fark vardır. Diğer ifadeler verilen cevaplar bakımından yaşa ve medeni duruma göre farklılık bulunmadığı görülmektedir. Verilen cevaplarda katılımcıların gelir durumları ile farkındalık düzeyleri arasında farklılık olduğu görülmüştür. Katılımcıların tecrübelerine göre 'pandemi süreci ile ilgili işyeri ile tüketiciler arasında etkileşim azalmıştır' ve 'pandemi süreci ile ilgili paket servise geçiş ile servis kalitesi artmıştır' ifadelerine verilen cevaplar farklılık göstermiştir. Verilen cevaplar bakımından katılımcıların medeni durumlarına göre farklılık bulunmamaktadır. Katılımcıların verdikleri cevaplarda aylık gelirlerine göre farklılık bulunmuştur. Bu süreçte çalışanlar ve işverenler arasında etkileşimin geliştirilmesi amaçlı önlemler alınabilir, farkındalığın artırılması amaçlı teknoloji tabanlı uygulamalar geliştirilebilir.

Bu çalışmanın sonuçları ile Alrawadieh ve Çiftçi (2021)'nin çalışmalarında Covid-19 pandemisi sonrasındaki yenilik uygulamaları, hijyen, sanitasyon kavramlarının önemi, teknolojik uygulamaların gerekliliği, Küçükyağan (2021)'in Covid-19 pandemisinde beslenme alışkanlıklarındaki değişimleri, stresin, kaygının yeme alışkanlıklarını değiştirmesi, İflazoğlu ve Aksoy (2020)'nun çalışmalarında tüketicilerin temizlik ve hijyen konularının öneminin artması, teknolojik araçların daha sık kullanılması, Okat ve Bahçeci (2020)'nin gelecek dönemlerde oluşabilecek krizlere hazır olmadıkları, bireylerin farkındalık düzeylerinin geliştirilmesi konusunda çalışmaların gerektiği, sonuçlar ile benzerlik göstermektedir.

Covid-19 pandemi döneminde hükümet yiyecek içecek işletmelerinin kullandıkları kredilerin geri ödemelerinde, vergi ödemelerinde erteleme gibi birçok konuda yardım sağlanmıştır. Söz konusu uygulamalar geliştirilebilir, resmi kurumlarca eğitimler verilebilir. Çalışanlara ise kısa çalışma ödeneği ya da nakdi ücret desteği sağlanmıştır. Hükümet, paydaşlara güven ortamı oluşturmali, ülke olarak mücadelede işletmelerin uyguladıkları yenilikler üzerinde durmalıdır. Sıklıkla sözü geçen gıda güvenliği, gıda standardizasyonu, hijyen gibi kavramlar Covid-19 salgını çerçevesinde incelenebilir. Gelecekte tekrar edilebilecek salgınlar için önlemlerin alınması, insanların sağlıklı yaşam, sağlıklı beslenme, bağışıklık sisteminin güçlendirilmesi, hastalıklara karşı mücadele etme konularında bilinçlenmeleri sağlanmalıdır. Alınacak olan sağlık tedbirleri kapsamında yiyecek içecek işletmelerinde rutin kontroller düzenlenmesi, kamu spotları oluşturulmalı, halk sağlığına zararlı ola

Kaynakça

1. Alrawadieh, D. D. ve Çiftçi, İ. (2021). "Covid-19 pandemisi sonrası yiyecek ve içecek sektörü: mutfak şeflerinin perspektiflerine yönelik bir araştırma". *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*. Güz., No. 5 (2), s. 439-454.
2. Butler (2021). "Impact of coronavirus, coronavirus information. erişim adresi". - URL: <https://www.butler.edu/coronavirus>. (erişim tarihi 08.08.2022).
3. Chowdhury, M. T., Sarkar, A., Paul, S. K. and Moktadir, M. A. A. (2020). "Case study on strategies to deal with the impacts of Covid-19 pandemic in the food and beverage industry" *Operations Management Research*, Doi: 10.1007/12063-020-00166-9.
4. Dedeoğlu, B. B. ve Boğan, E. (2021). "The motivations of visiting upscale restaurants during the Covid-19 pandemic: the role of risk perception and trust in government". *International Journal of Hospitality Management*, 95, 102905.
5. Field, A. (2005). "Discovering statistics using SPSS". 2 nd ed. London: Sage.
6. Güven, A. (2021). "Covid-19 pandemi sürecinin birinci yılında Türkiye'de akademisyenlerin iş yaşam kaliteleri üzerine bir değerlendirme". Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi. - URL: <https://dergipark.org.tr/en/pub/enderun/issue/61024/896680>

7. Hair, F. J., Tahtam R. R. and Anderson, C., W. (1998). *Multivariate data analysis 5. Th. Ed.*, England: Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
8. Heymann, D. and Shindo. N. (2020). "Covid-19: What is next for public health?". *The Lancet*, 395: 542-545. - URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32061313/>.
9. İflazoğlu, N. ve Aksoy, M. (2020). "Tüketicilerin Covid-19 salgını sürecinde yiyecek-içecek işletmelerinden bekledikleri hizmetin niteliğine ilişkin bir araştırma". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (4), s. 3362-3377.
10. Kalkan, G. (2021). "Yiyecek içecek işletmelerinde yeni uygulamalar: Covid-19" (Edt. Akcan, T., Güçlütürk Baran, G. ve Özoğul G.). *İçinde Gastronomide Güncel Eğilimler*, Akademisyen Kitabevi, Ankara.
11. Karacan, D. (2006). "Müşteri odaklı marka denkliği ve marka denkliği unsurlarına yönelik tüketici tutumlarının ölçülmesi: otel işletmeleri üzerine uygulama". *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Adana.
12. Küçükyanan, M. A. (2021). "Koronavirüs (Covid-19) salgınının bireylerin beslenme alışkanlıkları üzerindeki etkisi: Isparta örneği". *14th International Conference of Strategic Research on Scientific Studies and Education*, s.337.
13. Liu, J., Liao, X., Qian, S., Yuan, J., Wang, F., Liu, Y. & Zhang, Z. (2020). "Community transmission of severe acute respiratory syndrome coronavirus", 1320.
14. Okat, Ç., Bahçeci, V. ve Ocak, E. (2020). "Covid-19 (Yeni Koronavirüs) salgınının neden olduğu krizin yiyecek içecek işletmeleri üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi". *Uluslararası Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), s. 201-218.
15. Özdemir ve Altınay, M. (2020). "Covid-19 salgını sonrası alınan önlemlerle turizm: muhtemel senaryolar". *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7 (2), s. 222- 238.
16. Özoğul, G. ve Güçlütürk Baran, G. (2021). "Covid-19 and the hospitality and tourism industry". (Editors Robin Nunkoo, Dogan Gursoy, Mehmet Sarıışık and Erhan Boğan). Chapter 10: Covid-19 outbreak: Effects on Tourism and Management Measures Taken, Edward Elgar, London, s. 225-235.
17. Tavşancıl, E. (2002). "Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi". Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, Baskı, Yayın No. 399.
18. Toraks. - URL: <https://www.toraks.org.tr>.
<https://www.toraks.org.tr/halk/News.aspx?detail=2846> (erişim tarihi: 25.08.2022).
19. Yaraş, E. (2004). "Marka değeri algılaması ve pazarlama karması ilişkisi". (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
20. Yost, E. and Cheng, Y. (2021). "Customers' risk perception and dine-out motivation during a pandemic: insight for the restaurant industry". *International Journal of Hospitality Management*, 95. 102889.