

T.C.
AMASYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANA BİLİM DALI

İKTİSAT TEORİSİNDE GİRİŞİMCİLİK VE PANDEMİ SÜRECİNİN
YEME-İÇME SEKTÖRÜNE ETKİSİ

Yüksek Lisans

Hüseyin ÇOBAN

AMASYA - Ocak 2025

T.C.
AMASYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANA BİLİM DALI

İKTİSAT TEORİSİNDE GİRİŞİMCİLİK VE PANDEMİ SÜRECİNİN
YEME-İÇME SEKTÖRÜNE ETKİSİ

Hazırlayan
Hüseyin ÇOBAN

Tez Danışmanı
Doç. Dr. Yusuf Kemal ÖZTÜRK

AMASYA – 2025



Canım Babama ithafen...

TEZ ONAY SAYFASI

Hüseyin ÇOBAN tarafından hazırlanan “İKTİSAT TEORİSİNDE GİRİŞİMCİLİK VE PANDEMİ SÜRECİNİN YEME-İÇME SEKTÖRÜNE ETKİSİ” başlıklı çalışma aşağıdaki jüri tarafından 20.01.2025 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oy birliği/oyçokluğu ile Amasya Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalında Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri

İmza

Danışman : Doç. Dr. Yusuf Kemal ÖZTÜRK

.....

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin ÖZALP

.....

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ÜNSALAN

.....

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım. .../.../.....

.....

Doç. Dr. Hadi BELGE

Sosyal Bilimler Enstitü Müdürü

ETİK BEYAN SAYFASI

Tezimin içerdiki yenilik ve sonuçları başka bir yerden almadığımı ve bu tezi Amasya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünden başka bir bilim kuruluşuna akademik gaye ve unvan almak amacıyla vermediğimi; tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada kullanılan her türlü kaynağa eksiksiz atıf yapıldığını, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir, aksinin ortaya çıkması durumunda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

....../....../.....

Hüseyin ÇOBAN

İmza

ÖZET

İKTİSAT TEORİSİNDE GİRİŞİMCİLİK VE PANDEMİ SÜRECİNİN YEME-İÇME SEKTÖRÜNE ETKİSİ

Hüseyin ÇOBAN

Amasya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

İktisat Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans, Ocak/2025

Danışman: Doç. Dr. Yusuf Kemal ÖZTÜRK

20 Mart 2020'de ortaya çıkan Covid-19 pandemisi hızlı bir şekilde yayılarak tüm Dünyayı etkisi altına almıştır. Pandeminin başlangıcından itibaren virüsün yayılmasını engellemek amacıyla bazı tedbirler alınmış, işletmelerin faaliyetleri belirli zaman dilimlerinde kısıtlanmış hatta bazen durdurulmuştur. Uygulanan bu tedbirler doğrudan ya da dolaylı olarak tüm sektörleri etkilemiş, girişimciler için zorlu bir ekonomik süreç başlamıştır. Bu çalışma, pandeminin başlangıcından itibaren restoranlar, kafeler ve diğer yeme içme işletmelerinin karşılaştığı zorluklar ve bu zorluklarla baş etme stratejilerini ortaya çıkarmak üzerinedir. Zorunlu kapanmalar, sosyal mesafe kuralları ve tüketici davranışlarındaki değişimler, işletmelerin gelirlerine etkileri, sektördeki işletmelerin adaptasyon stratejileri, online sipariş sistemlerinin yaygınlaşması ve hijyen standartlarının artması gibi konular da ele alınmıştır. Araştırmada, pandemi sürecinin yeme-içme sektörüne etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda nitel araştırma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Çalışma nitel araştırma yönetiminin bir tekniği olan durum çalışması modeliyle yapılmıştır. Çalışmanın evrenini Amasya ilinde yeme-içme sektörü kapsamında yer alan işletme sahipleri oluşturmakta olup örneklem grubu 1 kebab, 2 dürüm, 4 lokanta, 3 cafe işletmecisi olmak üzere toplamda 10 işletmeci kapsamındadır. Çalışmada örneklem grubu ölçüt örneklem yöntemi ile belirlenmiştir. Çalışmada veri toplama aracı olarak araştırmacı Çoban ve Öztürk (2024) tarafından hazırlanan 6 sorudan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Alınan izinler doğrultusunda işletmecilerle ile belirlenen gün ve saatte yüz yüze görüşmeler yürütülmüş ve veri kaybına sebebiyet vermemek için görüşmeler ses kaydına alınmıştır. Elde edilen ses kayıtlarının yazıya dökümü gerçekleştirilmiş ve Nvivo programına aktarılarak betimsel analiz yöntemi ile çözümlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Pandemi, Covid-19, Lokanta, Tüketici, Yenilik, Yiyecek-içecek

ABSTRACT**ENTREPRENEURSHIP IN ECONOMIC THEORY AND THE IMPACT OF THE
PANDEMIC PROCESS ON THE FOOD AND BEVERAGE SECTOR**

(M.Sc.Thesis)

Hüseyin ÇOBAN

Amasya University, Institute of Social Science

Department of Economics

January/2025

Supervisor: Doç. Dr. Yusuf Kemal ÖZTÜRK

The Covid-19 pandemic, which emerged on March 20, 2019, spread rapidly and affected the whole world. Since the beginning of the pandemic, some measures have been taken to prevent the spread of the virus, and the activities of the enterprises have been restricted in certain time periods and sometimes even stopped. These measures directly or indirectly affected all sectors, and a difficult economic process began for entrepreneurs. This study details the challenges faced by restaurants, cafes and other catering establishments since the beginning of the pandemic. Issues such as forced closures, social distancing rules and changes in consumer behavior, their impact on businesses' revenues, adaptation strategies of businesses in the sector, the spread of online ordering systems and the increase in hygiene standards are also discussed. The study aims to examine the impact of the pandemic process on the food and beverage sector. For this purpose, qualitative research methods were utilized. The study is a case study model, which is a type of qualitative research management. The population of the study consists of business owners within the scope of the food and beverage sector in the province of Amasya, and the sample group consists of a total of 10 business owners, including 1 kebab, 2 dürüm, 4 restaurants, 3 cafe operators. As a data collection tool in the study, the researcher prepared a semi-structured interview form consisting of 6 questions prepared by Çoban and Öztürk (2024). In line with the permissions obtained, face-to-face interviews were conducted with the operators on the specified day and time and the interviews were audio recorded to avoid data loss. The audio recordings were transcribed and transferred to the Nvivo program and analyzed with the descriptive analysis method.

Keywords: Entrepreneurship, Pandemic, Covid-19, Restaurant, Consumer, Innovation, Food and Beverage

ÖNSÖZ

Bu çalışma Çin'in Wuhan kentinde başlayan ve tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisinin, Türkiye'de yeme içme sektöründe faaliyet gösteren işletmelere etkileri değerlendirilmek üzere hazırlanmıştır. Bu kapsamda geçmişten bugüne ortaya çıkan salgınlar hakkında bilgiler verilerek, Covid-19 salgınının yeme içme sektörüne olumsuz etkileri incelenmiştir. Yapılan literatür araştırmalarında pandemi döneminde sektörün gelir kayıpları yaşadığı, istihdamı korumakta zorlandığı görülerek, bu zorlukları aşmak için hangi girişimcilik faaliyetlerinde bulundukları incelenmiştir. Çalışmanın sonuç bölümünde sektörün salgından kaynaklı zorluklar yaşadığı, karşılaştıkları bu kriz anından çıkış için yollar aradığına değinilmiştir.

Bu çalışmanın hayata geçirilmesi sürecinde bilgi ve tecrübelerinden faydalandığım kıymetli hocam Doç. Dr. Yusuf Kemal ÖZTÜRK'e şükranlarımı sunarım. Ayrıca çalışmamda hiçbir zaman desteklerini benden esirgemeyen ve her zaman bana olan inançlarını kaybetmeyen aileme teşekkür ederim.

Hüseyin ÇOBAN

.../.../.....

İÇİNDEKİLER

ETİK BEYAN SAYFASI	i
ÖZET	ii
ABSTRACT.....	iii
ÖNSÖZ	iv
İÇİNDEKİLER	v
TABLolar DİZİNİ.....	vii
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	viii
GİRİŞ	1
1. Problem Durumu	2
1.1.1. Problem Cümlesi.....	2
1.1.2. Alt Problemler.....	2
1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	2
1.3. Araştırmanın Yöntemi	4
1.4. Araştırmanın Varsayımları	4
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları	4
I. BÖLÜM	
1. İKTİSAT TEORİSİNDE GİRİŞİMCİLİK.....	5
1.1. Girişimcilik Kavramı ve Tanımı	5
1.2. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi.....	5
1.3. Girişimcilik Teorisine Katkıda Bulunan İktisatçılar	7
1.4. Girişimciliğin Önemi.....	9
II. BÖLÜM	
2. SALGIN, PANDEMİ KAVRAMI VE COVID-19 PANDEMİSİ.....	11
2.1. Salgın ve Pandemi Kavramı	11
2.2. Yakın Geçmişte Yaşanan Salgınlar ve Ekonomik Sonuçları	11
2.2.1. 1817-1824 Kolera Gribi.....	11
2.2.2. 1918-1919 Küresel Gribi (İspanyol Gribi) (A/H1N1)	12
2.2.3. 1997-1998 Kuş Gribi (H5N14).....	12
2.2.4. 2003-2004 Şiddetli Akut ve Solunum Sendromu (SARS)	13
2.2.5. 2012 MERS Virüsü.....	14
2.2.6. 2013-2014 Ebola Virüsü	14
2.2.7. 2019 Covid-19 (Korona Virüs).....	15
2.3. Salgınların Yiyecek İçecek Sektörüne Etkisi	16

2.4. COVID-19 Pandemisi ve Ekonomik Sonuçları.....	18
2.5. COVID-19 Pandemisinin Yiyecek İçecek Sektörüne Etkisi	19
2.5.1. Gelir Kayıpları	29
2.5.2. İstihdamın Daralması	29
2.5.3. Tüketici Davranışlarında Meydana Gelen Değişimlerin Etkisi	33
2.6. İşletmelerin Değişen Tüketici Davranışlarına Uyum Süreci.....	34
2.6.1. Online Sipariş	36
2.6.2. Dijital Menüler ve QR Kod Uygulaması	36
2.6.3. Temassız Ödeme	36
2.6.4. Lojistik Faaliyetlerinin İyileştirilmesi.....	37

III. BÖLÜM

3. YÖNTEM.....	38
3.1. Araştırmanın Modeli	38
3.2. Evren ve Örneklem.....	38
3.3. Veri Toplama Aracı	38
3.4. Verilerin Toplanması.....	39
3.5. Verilerin Analizi.....	39

IV. BÖLÜM

4. BULGULAR	40
5. SONUÇ VE ÖNERİLER	47
KAYNAKÇA.....	51
ÖZ GEÇMİŞ	59

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1. Ülkemizde pandemi sürecinde alınan kısıtlama tedbirleri	21
Tablo 2. Çalışanlara yönelik yasalarda yapılan düzenlemeler	29
Tablo 3. 2020-2021 yılı nakdi ücret desteği ve kısa çalışma ödeneğinden yararlanan çalışan sayıları.....	30
Tablo 4. İşsizlik ödeneği verileri (2020-2021)	31
Tablo 5. Katılımcılara ilişkin demografik bilgiler	40
Tablo 6. Pandemi sürecinin sektörde faaliyet gösteren girişimcileri etkileme durumu.....	40
Tablo 7. Pandemi sürecinin sektördeki neden olduğu değişimler	41
Tablo 8. Pandemi döneminin sektördeki istihdam sürecine etkisi.....	43
Tablo 9. Pandemi sürecinde girişimcilerin benimsediği stratejiler.....	44
Tablo 10. Pandemi döneminde girişimcilerin, tüketici taleplerine uyum sağlama durumu	45

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

Kısaltmalar	Açıklama
Covid-19	Koronavirüs hastalığı (2019)
MERS	Middle East Respiratory Syndrome
SARS	Şiddetli Akut ve Solunum Sendromu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
DSÖ	Dünya Sağlık Örgütü
GSYİH	Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
İŞKUR	Türkiye İş Kurumu
CDC	Hastalık Kontrol ve Önleme Merkezleri
IMF	Uluslararası Para Fonu

GİRİŞ

Çin'in Wuhan kentinde başlayan ve tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19, Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) tarafından 11 Mart 2020 tarihinde pandemi olarak ilan edilmiştir (World Health Organization, 2021). Hızla yayılan Covid-19 virüsü, sağlık üzerindeki etkileri açısından zatürre, akciğer ve solunum yetmezliğine bağlı ölümlere sebep olmuştur. Virüsün tüm dünyaya yayıldığı ilk 6 ay içerisinde 1 milyondan fazla insan hayatını kaybetmiştir (World Health Organization, 2021). Ülkeler, virüsün yayılma hızını ve meydana gelen ölümleri azaltmak amacıyla şehirlerarası ve uluslararası ulaşımı kısıtlamış, karantina uygulamalarına başlamıştır. Bu koruyucu önlemler, birçok ülkede sağlık sistemlerinin çökme noktasına gelmesine yol açmıştır. Uygulanan sıkı karantina tedbirleri ve kısıtlamalar hem üretim hem de hizmet sektöründe aksamalara ve duraklamalara neden olurken gelişmiş veya gelişmekte olan tüm ülkelerde küresel bir kriz yaratmıştır. Pandeminin ardından virüs kontrol altına alınmaya başlandığında, ekonomiyi canlandırmak amacıyla bu katı tedbirler hafifletilmiş ve kapanan işletmeler kontrollü bir şekilde yeniden açılmıştır. Bu süreç, insanların yeni bir yaşam tarzı, üretim ve tüketim biçimleri ile eski alışkanlıklarını yeniden değerlendirmelerine neden olmuştur.

Pandeminin sağlık üzerine etkilerinin yanında en büyük yansımaları ekonomik boyutta olmuştur. Alınan tedbirler bireyleri ve toplumları etkilediği gibi genel olarak ekonominin işleyişine de etki etmiştir. Koruyucu, önleyici sağlık tedbirleri sosyal ilişkilerin yanında hizmet sektörünün önemli bir unsuru kabul edilen tüketim sektörü ve içinde önemli bir yer kaplayan yeme içme sektörünü olumsuz etkilemekle kalmamış bu sektörü yeni arayışlara sevk etmiştir. Sonuç olarak tüm Dünyada olduğu gibi ülkemizde de Covid-19 salgınının yayılım hızını düşürmek için alınan tedbirler, birtakım olumsuz ekonomik sonuçlara sebep olmuştur. Bu tezin amacı pandemi döneminin, yeme içme sektöründe faaliyet gösteren işletmelere etkisini inceleyerek, sonuçlarını yerel ölçekte ortaya koymaktır.

Tezin birinci bölümünde araştırmanın problemi, amacı ve önemi anlatılmış, ikinci bölümünde iktisat teorisinde girişimcilik ile ilgili bilgiler verilmiş, üçüncü bölümde pandemilere ve ekonomik sonuçlarına yer verilmiştir. Dördüncü bölümde, araştırma yöntemine yer verilerek, Covid-19 pandemisinin yeme içme sektörüne etkisi ve girişimcilerin yaşadığı zorluklar araştırılmış, beşinci bölümde araştırma bulguları açıklanmaya çalışılarak yorumlanmıştır. Çalışmanın son bölümünde ise çalışmanın sonucu ve önerilere yer verilmiştir.

1. Problem Durumu

Covid-19 sürecinin etkilediği sektörlerden biri de yeme-içme sektörüdür. Bu süreçte sektörde kısıtlamalar veya tamamen işletmelerin kapanması gibi olumsuz durumlarla karşılaşmıştır. Bu çalışmada işletmelerin sürdürülebilirlik için uyguladıkları stratejiler ve çözüm öneriler incelenecektir. Bu bağlamda işletmecilerin sektörde karşılaştıkları zorluklar, uyum için geliştirdikleri stratejiler ve bunlara ürettikleri çözüm önerileri araştırılacaktır. Çıkan bulgulardan hareketle öneriler üzerinde durulacaktır.

1.1.1. Problem Cümlesi

Bu araştırmanın problemini “*Pandemi sürecinin yeme içme sektörüne etkisi ne düzeydedir?*” sorusu oluşturmaktadır.

1.1.2. Alt Problemler

Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmış olup araştırmaya ait alt problemler aşağıda tanımlanmıştır.

- ✓ *Pandemi süreci, yeme-içme sektöründe faaliyet gösteren girişimcileri nasıl etkiledi?*
- ✓ *Restoranlar, kafeler ve benzeri işletmelerde girişimcilik faaliyetleri nasıl şekillendi?*
- ✓ *Pandemi, yeme-içme sektöründeki işletmelerin istihdam durumunu nasıl etkiledi?*
- ✓ *Girişimciler, işletmelerini ayakta tutmak ve istihdamı korumak için hangi stratejileri benimsedi?*
- ✓ *Pandemi süreci, tüketicilerin yeme-içme alışkanlıklarını nasıl değiştirdi ve bu değişiklikler girişimcileri nasıl etkiledi?*
- ✓ *Girişimciler, talepteki bu değişikliklere nasıl uyum sağladı?*

1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmada, pandemi sürecinin yeme-içme sektörüne etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Sadece ülkemizde değil aynı zamanda tüm dünyada görülen Covid-19 virüsü eğitim, sosyal, kültürel, spor, sağlık, ulaşım, beslenme vb. alanları olumsuz etkilemekle beraber kısıtlamaları da beraberinde getirmiştir. Bu süreçten etkilenen alanlardan biri de yeme-içme sektörüdür. Özellikle restoranlar, kafeler, pastaneler günlük yaşamda sosyalleşme

açısından da büyük öneme sahiptir. Nitekim bu süreçte salgından kaynaklı olarak fiziksel temasın riski attırmasından dolayı kısıtlamaların beraberinde işletmelerin ya kısıtlanması ya da tamamen kapatılması sonucunu doğurmuştur. Öte yandan sağlık ve hijyen kaygıları nedeniyle kişiler fiziksel temastan kaynaklı olarak yemek servislerinden de uzak durmuşlardır. Bu durum, paket servis sunumunun yaygınlaşmasına neden olmuştur. Bunun yanı sıra işletmelerin sosyal medya hesapları yoğun bir şekilde kullanılmaya başlanmış, müşterilerin katılımı, yorumları ve talepleri hizmete dahil edilmeye çalışılmıştır. Burada bakıldığında da pandemi döneminde yeme içme sektörünün koşullara göre değişimi, alınan önlemler, müşteri taleplerine göre yeni hizmet modellerinin kullanıma sokulması, pandeminin ortaya çıkardığı sorunların hizmet sektörüne yansımalarına karşı uyum stratejilerinin bütün yönleriyle araştırılması bir zorunluluk olarak belirlemektedir.

Konuyla ilgili literatür incelendiğinde ise Covid-19'un yeme içme sektörüne etkilerinin genel olarak ele alındığı bu konu ve kapsamda yürütülen çalışmaların az sayıda olmasına rağmen Covid-19'un etkileri ile çok sayıda çeşitli çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Bunlar arasında Akgün, A. İ. (2021). "Covid-19'un İşletme Fonksiyonlarına Etkileri: Öğrenci Görüşlerine Yönelik Bulgular", Kayan Tapan, T. (2021). "Covid- 19 ve Beslenme", Yıldırım, Y., ve Doğan, T. (2022). "Covid-19 Sürecinde İşletmelerin Etik Dışı Davranışları", Eşiyok, A., ve Uslu Divanoğlu, S. (2022). "Covid-19 Salgınının Tüketici Satın Alma Davranışlarına Etkisi", Yücel, D., Karakoç, E. ve Yelken, B. (2021). "Beslenme ve COVID-19", Cüceloğlu, D. (2020). "Covid-19 Geleceği Nasıl Etkileyecek?", Akın, M., ve Akın, M. (2020). "Gıda Güvenliği ve COVID-19", Sülkü, S., Coşar, K., ve Tokathioğlu, Y. (2021). "COVID-19 Süreci: Türkiye Deneyimi", Ak, R., Ak Bingöl, B., ve Türk, A. (2022). "COVID-19 ve Derinleşen Yoksulluk", Sevimli, F. (2021). "COVID-19 Pandemisinin Toplumsal Etkileri", Karadeniz, Y. (2023). "Covid-19 ile Mücadelede Sosyal Belediyeciliğin Rolü", Sezgin, O. (2020). "Covid-19 Pandemisinin Girişimcilik Yazınına Yansıması", Alaeddinoğlu, F., ve Rol, S. (2020). "Covid-19 Pandemisi ve Turizm Üzerindeki Etkileri", Akça, M. (2020). "COVID-19'un Havacılık Sektörüne Etkisi", Akçacı, T., ve Çınaroğlu, M.S. (2020). "Yeni Koronavirüs (COVID-19) Salgınının Lojistik ve Ticarete Etkisi", Soylu, Ö.B. (2020). "Türkiye Ekonomisinde COVID-19'un Sektörel Etkileri", "Covid-19 Salgınının Yeme ve İçme Sektöründe Bulunan İşletmeler Üzerindeki Etkilerinin Araştırılması: Ağrı İli Örneği" Gümüş, A. (2023). "Covid-19 Pandemisinin Esnaf Lokantalarına Etkisi", Kılınç Şahin, S., ve Özgürel, G. (2022) isimli çalışmaları örnek verilebilir.

Bu tez çalışmasının probleminde belirtilen ve tez çalışmasının odaklandığı konuyla ilgili Amasya ili kapsamında yeterli çalışmaların olmadığı gözlemlenmiş olup nitel araştırma

yöntemiyle durum tespiti yapıp öneriler üzerinde durulmuştur. Araştırma sonuçlarının alanyazına katkı sağlayacağı ve bu konuyla ilgili çalışmalarda araştırmacılara öngörü oluşturacağı düşünülmektedir.

1.3. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada pandemi sürecinin yeme-içme sektörüne etkisinin incelenmesi amacıyla nitel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Çalışma nitel araştırma yönetiminin bir çeşidi olan durum çalışması modeliyle planlanmıştır. Nitel araştırma desenleri kapsamında yer alan durum çalışması modelinde; kişi, olay, süreç, ortam vb. etmenler araştırılırken etkiledikleri ve etkilendikleri durum üzerinde durulur (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 73).

Araştırmada veri toplama aracı olarak Çoban ve Öztürk (2024) tarafından hazırlanan 6 sorudan oluşan yarı yapılandırılmış “İktisat Teorisinde Girişimcilik ve Pandemi Sürecinin Yeme-İçme Sektörüne Etkisi” konulu görüşme formu kullanılmıştır. Hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formları ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler ses kaydına alınmıştır. Elde edilen ses kayıtlarının yazıya dökümü gerçekleştirilmiş ve Nvivo programında çözümlenmiştir. Betimsel analiz yöntemi ile çözümlenen verilerin analizi sonucunda, kod ve tema listesi oluşturulmuş ve tablolaştırılmıştır.

1.4. Araştırmanın Varsayımları

- Araştırmaya katılan işletmecilerin yarı yapılandırılmış görüşme formlarında yer alan sorulara kendi istekleri doğrultusunda nesnel ve içtenlikle cevap verdikleri varsayılmıştır.
- Araştırmacılar tarafından oluşturulan görüşme formlarının araştırmanın amacına uygun olduğu varsayılmıştır.

1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma, Amasya ili kapsamında yer alan yeme içme sektöründe faaliyet gösteren işletmeciler ile sınırlandırılmıştır.

Araştırma 2024 yılında Nisan-Ekim ayları (6 ay) arasında yapılmıştır.

I. BÖLÜM

1. İKTİSAT TEORİSİNDE GİRİŞİMCİLİK

İktisat tarihi, girişimciliğin doğası ve rolü üzerine farklı düşüncelere sahiptir. İktisadi tarih boyunca girişimci ekonomide farklı roller üstlenmiştir. Bu nedenle girişimcilik, İlkçağdan başlayarak günümüze kadar gelen tarihsel süreçte, incelenmeye devam eden önemli bir konu olma özelliğine de sahip olmuştur.

1.1. Girişimcilik Kavramı ve Tanımı

Fransızca “entre” (girmek, giriş) ve “prendre” (almak üstlenmek) sözcüklerden türetilmiş olan girişimci kavramı, iş dünyasında fırsatları tanımlayan ve bunların kapitalizasyonu için gerekli kaynakları bir araya getiren ve kâr-büyüme amaçları doğrultusunda risk alarak yeni iş yaratan kişidir (Öğüt, Şendoğdu ve Yılmaz, 2006: 431). Girişimcilik kavramı ekonomi literatüründe ilk kez 1730’larda Fransız Richard Cantillon tarafından kullanılmıştır. (Çetindamar, 2002: 33).

Girişimcilikle ilgili literatürde farklı tanımlar olmasına karşılık bütün tanımların genel olarak yenilikçi düşünme, fırsatları görebilme, yeni bir iş kurma, yeni ürün üretme gibi ortak noktalarda bulunduğu söylenebilir. Ancak girişimci kişilerin her birinin kendine özgü bir girişimcilik anlayışının olması ve bu çerçevede farklı girişimcilik örnekleri sergilemeleri, girişimcilik tanımlarında her zaman bir eksiklik oluşturmaktadır. Başarılı girişimcilerin ortak özelliklerine yönelik yapılan çalışmalara bakıldığında ise genel olarak “gözlem yapabilme”, “işe ve görevlere bağlanma”, “liderlik yapabilme”, “belirsizlikle baş edebilme”, “risk alabilme”, “objektif olma”, “pratik zekâyâ sahip olma”, “iyimserlik”, “ikna kabiliyetine sahip olma”, “uzlaşma yeteneği”, “proaktif yönetim anlayışı ile çalışma”, “azimli olma” ve “bilgili olma” niteliklerinin ortaya konulduğu görülmektedir (Bozgeyik, 2005: 77-78; Döm, 2006: 27-28; Yıldız, 2007: 6-7)

1.2. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

İlkçağlardan itibaren insanın hayatta kalma çabası, karşılaştığı zorluklara rağmen ihtiyaçlarını karşılama isteği ile şekillenmiştir. Kaba taş ve yontma taş dönemleri, insanın doğayla mücadelesinin birer örneği olarak ifade edilmektedir. Ayrıca, cilalı taş ve demirin icadı gibi teknik ilerlemeler, insanların girişimcilik ruhunu ve risk alma yeteneklerini sergileyen yenilik süreçleri olarak değerlendirilmektedir (Durukan, 2007: 25).

İlkçağlarda, özellikle M.Ö 4. ve 5. yüzyıllarda, avcılık ve toplayıcılıkla geçen yaşam tarzının yerini neolitik dönemde yerleşik yaşama geçişle tarıma dayalı üretime bırakması, girişimciliğin ilk şekillerinin ortaya çıkmasını sağladı. Bu değişim, insanların daha sistematik ve organize bir şekilde üretim yapmalarını, dolayısıyla ticaretin temellerini atmalarını mümkün kıldı. Bu dönem deyim yerindeyse ilk kent yerleşimlerinin ortaya çıktığı ve ticaretin gelişmeye başladığı bir dönemi de nitelendirir. Maden devrinin başlaması ile insan topluluklarının daha karmaşık sosyal ve ekonomik yapılar geliştirmesine yol açtı. İş yerlerinin kurulması, ticaretin yalnızca yerel bir faaliyet olmaktan çıkıp şehirlerarası bir boyut kazanmasına katkı sağladı. Tunç devrinde ise şehir devletlerinin oluşumu, ticaretin daha da yaygınlaşmasını sağladı. Bu süreç, insanlık tarihinin sosyal ve ekonomik organizasyon açısından önemli bir dönüm noktası olarak kabul edilmektedir (Ercan ve Gökdeniz, 2009: 60).

Orta Çağ'daki girişimcilik anlayışı, girişimcileri büyük ölçekli üretim projelerini yöneten, ancak risk almayan aktörler olarak tanımlamaktadır. Girişimciler bu Çağ'da, kendi sermayeleri yerine tahsis edilen kaynakları kullanarak projeleri yöneten kişiler olarak bilinmektedir (Çetindamar, 2002: 33).

18. yüzyılda, girişimcilik konusunda düşünceler ortaya koyan Cantillon, piyasa ekonomisinin işleyişini incelerken girişimcilerin önemli bir rol üstlendiğini belirtmiştir. Ona göre, girişimciler yalnızca ticaretle uğraşan kişiler değil, aynı zamanda ekonominin denge unsurlarıdır. Cantillon, girişimcilerin, toprak sahipleri ile işçiler arasında bir arabulucu gibi hareket ettiğini ifade etmiştir (Grebel vd., 2003: 495, akt; Çögürcü, 2016). Bu doğrultuda Cantillon, o günün şartları altında girişimci kişiyi, tarımsal üretimi gerçekleştiren çiftçiler olarak ifade etmiştir (Hebert ve Link, 2009: 9, akt; Çögürcü, 2016).

19. ve 20. yüzyıllarda girişimciler, yöneticilerden pek fazla ayırt edilmezlerken ekonomik bir bakış açısıyla değerlendirilmekteydiler. Bu dönemde girişimciler, kişisel kazançlar elde etmek amacıyla bir işletmeyi örgütleyen ve yöneten bireyler olarak tanımlamıştır (Ely ve Hess, 1893, Hisrich vd, 2005, akt; Yener, 2018). Örneğin Amerikan çelik endüstrisini yenilik ya da yaratıcılıktan ziyade sürekli rekabetçi tarafı ile bir numara yapan Andrew Carnegie bu tanımlamanın en güzel örneklerinden birini verir. Carnegie yeni bir icat yapmamış olmasına rağmen yeni teknoloji geliştirip uyarlayarak çelik endüstrisinin hizmetine sunarak girişimciliğin yenilik algısını oluşturmuştur.

Sanayileşme süreci, girişimcilerin özelliklerinde birçok değişikliklere yol açmış ve bu da onların ekonomik değerini ve toplumsal önemini artırmıştır. Girişimcinin rolündeki bu dönüşüm, aynı zamanda girişimciliğin, ekonomide bir üretim bileşeni olarak kabul görmesini

sağlamıştır. 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren ise, şirket sahipliği ile yönetim arasındaki ayrım, girişimci rolünün yeniden şekillenmesini sağlamış ve bu durum girişimcinin ekonomik sistemdeki önemini daha da artırmıştır (Küçük, 2005: 32-33).

1.3. Girişimcilik Teorisine Katkıda Bulunan İktisatçılar

Tarihsel süreçte girişimcilik kavramı ile iktisat arasında bağlantı kuran ilk iktisatçı Baptiste Say (1767-1832) olarak bilinir (Peneder, 2009: 73, akt; Er, 2013).

Baptiste Say, girişimcinin ekonomik büyüme ve gelişimdeki rolünü vurgulayarak onu yenilikçi bir figür olarak tanımlar. Girişimciler, üretim faktörlerini bir araya getirerek yeni yöntemlerle üretim yapar ve kaynakları en verimli alanlara yönlendirir. Say, girişim alanlarını tarım, imalat ve ticari endüstri olarak üç ana kategoriye ayırmıştır. Bu yaklaşımıyla girişimcinin ekonomideki rolünü ortaya koymaktadır (Hebert ve Lin, 2006, akt; Yener, 2018).

Jean Baptiste Say, girişimci kavramını ilk kullanan kişi olarak anılsa da bu kavrama modern anlamıyla yazılarında yer veren Cantillon olmuştur. Buradan hareketle Cantillon'un modern girişimcilik teorisinin kurucusu olarak kabul edildiğini söylemek mümkündür (Brown and Thornton, 2013: 402, akt; Büyükgaz, 2020).

Schumpeter ise girişimcileri yenilikçi olarak tanımlarken, yenilik yaratma veya mevcut sistemleri geliştirme yeteneğine sahip olan her bireyi girişimci olarak görür. Girişimci ile yönetici arasındaki farkı vurgulayarak, girişimcinin yeni iş fikirleriyle yenilikçi bir şekilde ilgilendiğini, yöneticinin ise işletmenin düzenli işleyişini sağlamak için kararlar aldığını ifade etmiştir. Ayrıca, mucitler ile girişimciler arasında da bir ayrım yaparak, mucitlerin yalnızca yeni fikirler geliştirdiğini, fakat bu fikirlerin hayata geçirilmesinin girişimcilik için şart olduğunu belirtir. Bu sayede, Schumpeter girişimciliği inovasyon ve uygulama sürecinin merkezine yerleştirir (Schumpeter, 1947: 151-152, akt; Büyükgaz, 2020).

Schumpeter sonrası dönemde girişimcilik iktisat disiplinde geri planda kalmıştır. 1960'ların sonuna kadar girişimcilik konusuna olan ilginin azalmasını, neoklasik iktisadın girişimcilikle ilgili yeterli bir teorik çerçeve sunmamasına bağlayan Baumol, bu durumu çarpıcı bir benzetme ile ifade etmiştir. Danimarka Prensi Hamlet'in yokluğunun oyunun anlamını kaybettirmesi gibi, girişimcinin yokluğunun iktisat teorilerinde eksiklik yarattığını belirtmiştir. Bu yaklaşım, girişimciliğin ekonomik süreçlerin ayrılmaz bir parçası olduğunu ve girişimcinin rolünün göz ardı edilmemesi gerektiğini vurgulamaktadır. Baumol, girişimciliğin iktisat biliminin temel unsurlarından biri olarak yeniden değerlendirilmesi

gerektiğini öne sürmektedir (Baumol, 1968: 66, akt; Büyükgaz, 2020).

Jeremy Bentham, daha çok işletme ve finans alanındaki katkılarıyla tanınmaktadır. Girişimcilik konusunda ise bir girişimcinin sahip olduğu teknik bilgi, deneyim, eğilim ve ekonomik refah yaratma kapasitesine vurgu yapmıştır. Bentham, hayal gücü ve yenilikçilikle toplumsal ilerlemenin sağlanabileceğini savunan bireylerin, Adam Smith tarafından yeterince takdir edilmediğini ve bu sebeple eleştirildiğini belirtmiştir. Bentham'a göre girişimci, risk üstlenen, yeni pazarlar ve kaynaklar arayan, mevcut ürünleri geliştirmek ve üretim maliyetlerini azaltmak için çözümler bulmaya çalışan kişidir (Büyükgaz, 2020: 3).

Nicolas Baudeau, girişimcilik teorisine önemli katkılar sağlamış bir iktisatçıdır ve aynı zamanda Fیزیokrat okulunun bir üyesidir. Girişimcilik konusundaki fikirleri, kavramın şekillenmesinde etkili olmuştur. Özellikle, girişimciliğin analizinde yetenek kavramının büyük bir rol oynadığını vurgulamış, ayrıca zekâ, bilgi edinme yeteneği ve bu bilgiyi etkin bir şekilde kullanmanın önemine dikkat çekmiştir. Bu bakış açısı, girişimcinin yaptığı işlerin daha iyi kontrol edilmesini ve yönetilmesini mümkün kılmaktadır. Baudeau, Cantillon ile benzer fikirlere sahip olup, girişimcinin kârını yükseltmek için yeni teknikler ve fikirler geliştiren bir kişi olduğuna işaret etmiştir (Aşkın vd. 2011: 58).

Israel M. Kirzner, Avusturya İktisat Okulu'nun önemli bir üyesi olarak, Schumpeter sonrası dönemde girişimcilik anlayışına katkılar veren bir iktisatçıdır. Ludwig von Mises'in öğrencisi olan Kirzner, Hayek ve Menger gibi önde gelen iktisatçılardan düşüncelerinden etkilenmiştir.

Kirzner'e göre, girişimciler sürekli olarak yeni fırsatlara dikkat etmelidir. Bu fırsatları keşfettikten sonra gerçekleştirdikleri yenilikçi eylemler, girişimciliğin temelini oluşturur. Yani girişimcinin başarı kaynağı, fırsatları fark edebilme ve bu fırsatları yenilikçi bir şekilde değerlendirme kabiliyetidir (Cengiz, 2018: 20). Öte yandan Kirzner, girişimciliğin rekabete dayalı olduğunu ve girişimcilik faaliyetlerinin piyasalardaki dinamik süreçleri dengelediğini ifade eder. Bu bağlamda, Schumpeter yenilikçi girişimcinin mevcut dengeyi sarsma işlevini vurgularken, Kirzner, girişimcinin piyasa dengesini koruyucu bir rol üstlendiğini öne sürer. (Douhan vd., 2007:216, akt; Büyükgaz, 2020).

Ayrıca Kirzner, bilgi eksikliğinin olduğu bir dünyada girişimciliğin anlam kazandığını, bilginin tam olduğu bir ortamda girişimci için bir faaliyet alanı olmayacağını vurgular. Bu nedenle, girişimcilerin yeni bilgilere karşı hazır olmaları gerektiğini belirtir. Kirzner, bireysel karar verme sürecinin girişimciliğin temel unsuru olduğunu savunur ve her ekonomik aktörün potansiyel olarak girişimci olabileceğini öne sürer. Eksik bilgiyle çalışılan bir modelde, girişimciler fırsatları fark ederek piyasada kendilerine yer bulma şansına sahip

olacaklarını ifade eder (Kirzner, 1973: 37-39, akt; Büyükılgaz, 2020).

John Stuart Mill ise klasik iktisatçıların en önemli temsilcilerinden biri olarak, 1848’de yayımladığı “Principles of Political Economy” adlı eseriyle girişimciliği İngiliz literatüründe daha görünür hale getirmiştir. Girişimcilerin yönetim etkinlikleri içindeki rollerini açıklarken, onların başarılı olabilmeleri için belirli özelliklere sahip olmaları gerektiğini vurgular. Mill, ayrıca girişimcilerin her insanın kolayca fark edemeyeceği fırsatları görebilme yeteneğine sahip olduklarını belirterek, girişimciliğin yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda kültürel ve sosyal bir boyutu olduğuna işaret eder (Sciascia ve De Vita, 2004: 5, akt; Er, Hazel, 2013).

Robert Jacques Turgot, Cantillon ve Quesnay’in fikirlerini geliştirerek girişimcinin rolünü ele almıştır. Ona göre, girişimci aynı zamanda bir kapitalisttir ve sermaye sahibidir. Turgot, girişimcileri, yatırdıkları sermayeden faiz geliri ederek ve varlıklarıyla ün elde etmeye çalışan bireyler olarak tanımlar. Girişimcilerin, ilk olarak para biriktirdiklerini ve ardından toprak satın alma, işe yatırım yapma veya sermayelerini kiralama gibi seçenekler arasında tercih yapma durumunda olduklarını belirtir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, Turgot’un girişimcisi, ilk etapta kapitalist ve toprak sahibi olmayı seçebilir, yalnızca borç verici olarak kalabilir veya girişimcilik faaliyetlerine de yönelme fırsatına sahip olabilir. Bu yaklaşım, girişimciliği çok yönlü bir kavram olarak ele alarak, ekonomik aktörlerin farklı rollerini ve seçimlerini vurgular (Winata, 2008: 15, akt; Yener, 2018).

Genel olarak değerlendirildiğinde girişimciliğin günümüz iktisat yazınında önemli bir yer kaplamasına rağmen bazı dönemlerde girişimcilik konusunun yeterli bir ilgiyi görmediği söylenebilir. Nitekim yukarıda da bahsedildiği üzere Cantillon ile iktisat literatürüne giren girişimcilik kavramının bazı fizyokrat ve klasik iktisatçıların yaptıkları çalışmalarla gelişim sergilediği görülmektedir.

1.4. Girişimciliğin Önemi

Girişimcilik işsizliği azaltan ve ekonomik refah üzerindeki olumlu etkileri olan bir teoridir (Pehlivanoglu ve Kayan, 2019: 59). Girişimcilik, ekonomik büyümenin ve yeniliğin temel unsurlarından biri olarak kabul görür. Girişimciler, yeni iş fırsatları yaratır, istihdamı artırır ve rekabeti teşvik eder (Schumpeter, 1934). Ayrıca, girişimcilerin yenilikçi ürünler ve hizmetler geliştirmesinin ekonomik verimlilik üzerindeki olumlu etkileri vardır (Kirzner, 1973). Girişimciliğin sadece ekonomik büyümeye değil, aynı zamanda toplumsal refah ve istikrara da katkıda bulunur (Baumol, 1994, akt; Yener, 2018).

Girişimcilik toplumlar, uluslar, bireyler dahası küreselleşen dünya için her geçen gün önemini koruyan bir kavram olagelmıştır. Özellikle ülkelerin ekonomik büyüme ve kalkınma süreçleri, o ülkedeki girişimcilik faaliyetleri ile doğrudan bağlantılı bir gelişim göstermiştir. Girişimciler, yeni iş olanakları yaratırken, yenilikçi ürün ve hizmetler geliştirerek rekabeti artırır, teknolojik gelişmelere uyum sağlayarak verimliliği yükseltir ve insanların yaşamlarına olumlu katkılar sunar. Girişimciler, ekonomik imkanları en verimli alanlara yönlendirerek üretim süreçlerini yeni yöntemlerle birleştirir ve üretim unsurlarının etkin kullanımını sağlar. Bu noktada, girişimcilerin toplum içindeki rolleri, onları toplumsal ve ekonomik kalkınma açısından önemli kılar (Önce vd., 2014: 2).

Girişimcilik faaliyetleri, yeni fikirlerin geliştirilmesi, yayılması ve hayata geçirilmesine önemli katkılar sağlamaktadır. Aynı zamanda, yeni endüstrilerin ortaya çıkmasına yol açarak rekabeti artırmakta ve verimliliği yükseltmektedir. Bu süreç, hızla büyüyen sektörlerin ortaya çıkmasına imkân sağlayarak, ekonomik büyümeyi ve kalkınmayı hızlandırır. Ekonomik büyümedeki bu ivme, insanların sosyal refah düzeyini artırır (Özkul ve Örün, 2016: 20). Dolayısıyla girişimciliğin öneminin ekonomik büyüme, toplumsal gelişme, kalkınma, teknolojik yenilik, ekonomik verimlilik, hizmet sektörü, yeni tüketim alanları gibi konularda daha çok ön plana çıktığını belirtmek gerekir. Bu anlamda yeme içme sektörü de girişimciliğin doğasına uygun olarak değişmekte ve gelişmektedir. Yeme içme sektörü üzerinde etkili olan girişimcilik, risk ve beklenmedik olaylar karşısında yeni programlar, modeller oluşturabilmektedir. Pandemi bu noktada önemli bir örnek olarak verilebilir. Pandemi süreçlerinde insan ilişkileri, toplumsal ilişkiler, üretim ilişkileri, müşteri beklentileri ve değişen tüketim alışkanları gibi birçok faktör girişimciliğin varlık bulduğu işletmeleri de etkilemiştir. Bu çalışmada da tezimize bağlantılı olarak girişimciliğin bir yönü olan yeme içme sektöründeki işletmeler, pandeminin başka bir ifadeyle COVID-19'un yansımaları boyutunda ele alınacaktır.

II. BÖLÜM

2. SALGIN, PANDEMİ KAVRAMI VE COVID-19 PANDEMİSİ

2.1. Salgın ve Pandemi Kavramı

Salgın kavramının kökleri çok eskilere gider. Epidemi/salgın; eski Yunanca dilinde epi (üzerinde), demos (insanlar) kelimelerinin birleşmesi ile türetilmiş bir kelime olarak kullanılmaktadır. Pandemi kelimesinin anlamı ise Eski Yunanca dilinde pan (tüm) ve demos (insanlar) kelimelerinin birleşmesi ile türetilmiştir (Tapısız ve Altınbaş, 2020).

Çin'in Wuhan Eyaleti'nde ortaya çıkıp 21. yüzyılda dünyayı etkisi altına alan COVID-19'un hayatımıza girmesiyle birlikte, pandemi kelimesi artık sıkça duyulmaya başlanmış ve gündemde önemli bir yer edinmiştir. Başlangıçta tıbbi bir terim olarak sadece tıp literatüründe kullanılan pandemi sözcüğü, artık günlük dilde de yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Bununla birlikte, pandemi ve salgın kavramları birbirinden farklı kavramlardır. Salgın, sınırlı bir bölgede yayılan enfeksiyonları tanımlarken, pandemi terimi daha geniş bir coğrafyaya yayılan, küresel boyutta etkili olan hastalıklar için kullanılır. Yani salgın, belirli bir yerle sınırlıyken, pandemi, enfeksiyonun sınırları aşarak birçok farklı bölgeyi etkileyen bir durumu ifade eder. Sonuç olarak, pandemi, salgına göre daha büyük bir ölçek ve daha geniş bir etki alanına sahip bir olgudur (Kalkan 2021: 742).

2.2. Yakın Geçmişte Yaşanan Salgınlar ve Ekonomik Sonuçları

2.2.1. 1817-1824 Kolera Gribi

Kol'un, Öz'den (t.y) aktardığı "Uluslararası Kapadokya Salgını Dönemi" isimli çalışmasında şu değerlendirmeyi yapmaktadır: Kolera, hijyen eksikliği ve kirli su kaynaklarıyla ilişkilendirilen bir hastalık olup, *Vibrio cholerae* bakterisinin yiyecek ve içeceklere bulaşarak hızlıca insana geçmesiyle ortaya çıkar. Bu durum, özellikle temiz suya erişimin sınırlı olduğu bölgelerde hastalığın hızlı bir şekilde yayılmasına sebep olur. Salgının belirtileri arasında şiddetli ishal ve dehidrasyon yer alır. Hastalığa yakalanan kişiler yaşamlarını kaybetme riski ile karşı karşıya kalabilir. Kolera, tarihsel olarak Asya kökenli olup, Kalküta'da başlayarak, zamanla Ortadoğu, Güneydoğu Asya, Akdeniz ve Doğu Afrika gibi bölgelere yayılmıştır. 1817'deki salgın, hastalığın daha geniş bir alana yayılmasına neden olmuş ve bu süreçte büyük kayıplara yol açmıştır (Öz, t.y, akt; Kol, 2023).

Salgının, insanların sağlığını tehdit etmesinin yanı sıra, sosyal ve ekonomik yapılar üzerinde de derin izler bırakmıştır. Örneğin Osmanlı Devleti'nde İstanbul'da yaşanan ölümlerdeki artış vergi gelirlerinde düşüşe yol açmıştır (BOA, 1813). Salgın sadece bireylerin yaşamlarını değil, aynı zamanda devletin mali yapısını da olumsuz etkilemiştir. Trajik olmakla birlikte bu süreçte mezar kazıcıları ve cesetlerle ilgilenen kişilerin gelirlerinde ciddi artış yaşanmıştır. Ölüm sayısının artması, bu meslek gruplarının talebinin de artmasına neden olurken diğer taraftan farklı sektörlerde çalışan insanların ve esnafın ekonomik durumları kötüleşmiştir (Beyhan, 2008: 913).

2.2.2. 1918-1919 Küresel Gribi (İspanyol Gribi) (A/H1N1)

21. yüzyılın başlarında, Birinci Dünya Savaşı hâlâ devam ederken, yaklaşık 500 milyon insanın ya da dünya nüfusunun üçte birinin etkilendiği H1N1 virüsü, dünya genelinde üç kez dalgalı bir şekilde ortaya çıkan bir pandemi olarak kaynaklarda yer alır. Birçok ülkede, bu hastalığın savaş motivasyonunu olumsuz etkileyebileceği düşüncesiyle, salgın halktan gizlenmiştir. Sonuç olarak, halk hastalıktan habersiz olduğu için virüs daha hızlı yayılmıştır. 1918 yılının kasım ayında solunum yolu hastalıklarıyla ilgili bir salgın olduğu duyurulmuş, ancak daha sonra bu hastalığın aslında aylar önce başladığı ve yayıldığı görülmüştür. Bu hastalığa 'İspanyol gribi' denilmesinin nedeni, o dönemde savaşın dışında kalan İspanya'nın bu hastalıktan ilk bahseden ülke olmasıdır. Hastalık, bağışıklık sistemi güçlü olan gençler ve yetişkinler üzerinde etkili olmuştur. O zamanlar dünya nüfusunun yaklaşık %2'sini oluşturan 50-100 milyon insan hayatını kaybetmiştir. Fransız şair Guillaume Apollinaire, Avusturyalı ressam Egon Schiele ve Alman sosyolog Max Weber gibi birçok önemli şahsiyet bu hastalıktan dolayı yaşamını yitirmiştir (Tapısız ve Altınbaş, 2020: 61).

Salgının ekonomik etkilerini belirlemek amacıyla İsveç'te yapılan bir araştırmada, sermaye gelirlerinin %5-6 oranında düştüğü ve yoksulluk oranının %11 arttığı bulgulanmıştır. Bu durum, salgın ile ekonomik büyüme veya daralma arasında doğrudan bir bağlantı olduğunu göstermektedir. Yine Amerika'da salgın, gelir kaybına yol açarken, Hindistan'da tarım sektöründe üretim sırasıyla %8 ve %3,3 oranında düşüş yaşamıştır (Türk, Ak Bingül ve Ak, 2020: 621).

2.2.3. 1997-1998 Kuş Gribi (H5N1)

Kuş gribi, diğer adıyla Tavuk vebası veya Avian İnfluenza, insanların grip belirtileri gösteren bir virüsle enfekte olmasına sebep olan hem yabani hem de evcil kanatlı hayvanları

etkileyen, solunum ve sindirim sistemine bağılı belirtilerle kendini gösteren, bulaşıcı ve ölümcül bir hastalıktır. Kuş gribi, hasta kanatlı hayvanların dışkıları ve salgılarıyla temasla bulaşmaktadır. Özellikle canlı ya da ölü hastalıklı kuşların atıklarıyla temas eden kişilerde ve solunum yoluyla bulaşma olasılığı daha yüksektir. Kuş gribi olarak bilinen H5N1 virüsünün en çok etkilediği hayvan türü kazlardır. Bu virüs, 1997 yılında Hong Kong'da kümes hayvanlarından insanlara bulaşmış ve o tarihten itibaren Avrupa, Asya, Orta Doğu ve Afrika dahil olmak üzere 50'den fazla ülkede yabani kuşlar ve kümes hayvanlarında görülmüştür. 1997'de Hong Kong'da yerleşim alanlarına yakın yerlerde kümes hayvanları pazarının bulunması, bulaşma oranını yükseltmiştir (Heymann, 2022, akt; Kol, 2023).

Kuş gribi virüsünün Türkiye Cumhuriyeti ekonomisi üzerinde hem dolaylı hem de doğrudan etkileri olmuştur. Virüs ekonomiyi doğrudan tavukçuluk sektörü üzerinden etkilemiş, bu alanda yaşanan ekonomik sıkıntılar, genel ekonomiyi de olumsuz etkilemiştir. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde Türkiye'deki kuş gribi olayları ve virüs nedeniyle yaşanan insan kayıpları diğer ülkelerde de duyulmuştur. Bu durum sonucunda, Türkiye'ye gelen turist sayısında bir azalma meydana gelmiştir. Bu da turizm gelirlerinde düşüşe yol açmıştır.

Ekonomik açıdan değerlendirildiğinde, kuş gribi hastalığının Türkiye Cumhuriyeti'nin o dönemdeki beyaz et ve yumurta ihracatını ve ithalatını olumsuz etkilediği görülmektedir. Türkiye'deki tavukçuluk sektöründe yaşanan düşüş, ihracattaki yetersizlik nedeniyle sektörde kayıplara sebep olmuştur (Arslan, 2007:1).

2.2.4. 2003-2004 Şiddetli Akut ve Solunum Sendromu (SARS)

SARS virüsü, 2003 yılı şubat ayında Hanoi'de bir hastada zatürre ve solunum yetmezliği tespit edilmesiyle ilk kez İtalyan Dr. Carlo tarafından SARS-CoV ismiyle tıp literatürüne kaydedilmiştir. Bu virüsün kendine has belirgin bir özelliği bulunmamakla birlikte, kişinin hastalığının SARS olarak tanımlanabilmesi için, o dönemde ağır solunum yolu hastalığının olması ya da son bir hafta içinde SARS virüsünün yaygın olduğu bir bölgeyi ziyaret etmesi veya virüs taşıyan bir hasta ile temas etmiş olması gerekmektedir (Bozduman ve Özçalık, 2023).

SARS virüsünün ekonomik etkileri genellikle oteller, turizm ve restoranlarda görülmüştür. En büyük kayıplar Hong Kong ve Çin'de yaşanırken, Kanada ve Singapur'da etkiler daha hafif olmuştur. Ayrıca, bu kayıpların bir çeyrek dönem boyunca ekonomik verilere etki ettiği nadir görülmüştür. Genel olarak, SARS virüsü ekonomiyi kısıtlı zaman

dilimlerinde etkilemiş, zamanla bu kayıplar telafi edilmiştir. Bu nedenle, SARS virüsünün ekonomilere etkisinin genellikle kısa süreli olduğu görülmektedir (Keogh-Brown ve Smith, 2008, akt; Zengin, 2024).

2.2.5. 2012 MERS Virüsü

2012 yılının haziran ayında Suudi Arabistan'da kaydedilen bir viral zatürre vakasında yeni bir tip Koronavirüsün ortaya çıktığı bildirilmiştir. Kısa süre içinde Arap Yarımadasına yayılan bu ölümcül virüse MERS-CoV adı verilmiştir. Suudi Arabistan Krallığı, MERS-CoV vakalarının en yüksek olduğu yer olarak dikkat çekerken, Hac döneminde dünyanın dört bir yanından gelen ziyaretçilere ev sahipliği yaptığı için, bu durumun küresel bir salgına yol açabileceği endişeleri doğurmuştur. Bu hastalığa yakalanan kişiler genellikle Arap Yarımadası ve çevresine seyahat edenlerdir. Bununla birlikte, Arap Yarımadası dışındaki en büyük vaka sayısı Kore'de görülmüş ve burada bir turistin Arap Yarımadası'ndan döndükten sonra hastalığı yaymasıyla halka bulaşmıştır. MERS salgını, yaş grubu ayırt etmemekte, her yaş grubu için tehlike arz etmektedir (Bingöl, Türk ve Ak, 2020: 625).

MERS salgınının, Kore'de 2,6 milyar ABD doları değerinde bir turizm geliri kaybına yol açtığı tahmin edilmektedir. Yurt dışından gelen turist sayısındaki düşüş, konaklama, yiyecek, içecek ve ulaşım gibi diğer sektörlerde de gelir kaybına yol açmıştır. Ayrıca, salgın hastalıkların hava taşımacılığı üzerinde de olumsuz etkileri bulunmaktadır. Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği (IATA), 2003 yılında salgının Asya-Pasifik havayollarında yıllık 6 milyar ABD doları kaybıyla sonuçlandığını ifade etmiştir (Bingöl, Türk ve Ak, 2020: 625-626).

2.2.6. 2013-2014 Ebola Virüsü

Ebola virüsü, adını ilk görüldüğü köyde yer alan Ebola Nehri'nden almıştır. Bu salgın, 1970'li yıllarda Afrika'nın batı ve orta kesimlerinde, zorlu yaşam koşulları ve yetersiz sağlık hizmetlerinin olduğu köylerde ortaya çıkmaya başlamıştır. 1976 yılında Sudan ve Kongo'da ortaya çıkan bu salgın, ardından Uganda, Nijerya, Gabon gibi birçok Afrika ülkesini de etkilemiştir. Ebola salgını, hâlâ yayılmaya devam etmektedir. Ebola virüsü, Afrika ülkelerinde yayılma gösteren ve henüz aşısı bulunmayan bir virüs türü olarak tanımlanabilir. Bu hastalık, iç ve dış kanamalar ile yüksek ateş gibi ciddi bulgularla kendini gösterir ve ölümcül etkileri oldukça fazladır. 1970'li yıllardan bu yana etkisini sürdüren Ebola salgınında, en yüksek vaka sayılarının yaşandığı dönemlerde ölüm oranları %90'ın üzerinde

olmuştur. Günümüzde bu salgının tedavisi için ilaç ve aşı geliştirme çalışmaları sürmektedir. Türkiye'de Ebola ile ilgili herhangi bir vaka görülmemiştir (Saltık, Kale ve Hisarcıoğlu, 2022).

2014 yılında yaşanan Ebola salgını, etkilediği ülkelerde hane gelirlerinin azalmasına ve yoksulluğun artmasına neden olmuştur. Dünya Bankası'nın 2016 yılına ait raporuna göre, Liberya, Sierra Leone ve Gine gibi ülkelerde salgının sebep olduğu maddi kaybın 2,8 milyar dolar olduğu belirtilmiştir.

Ebola salgını, diğer salgınlar gibi ekonomiyi birçok açıdan olumsuz etkilemiştir. Yapılan araştırmalarına göre, Sierra Leone'deki özel sektör işletmelerinde iş gücünde %50 oranında bir kayıp yaşanmıştır. 2015 yılında Gine, Liberya ve Sierra Leone'de gayri safi yurt içi hasıla (GSYİH) 2,2 milyar dolar kadar azalmıştır. Bu durum, sadece makroekonomik dengeyi değil, aynı zamanda özel sektördeki büyümeyi, insan sermayesinin gelişimini ve gıda güvenliğini de önemli şekilde tehdit etmiştir (CDC, 2014).

2.2.7. 2019 Covid-19 (Korona Virüs)

Yeni tip koronavirüs (Covid-19), Dünya Sağlık Örgütü tarafından pandemi ilan edilen bulaşıcı bir hastalıktır. Hastalık ilk olarak Çin'in Wuhan kentinde, 2019 yılının aralık ayında ortaya çıkmıştır (Etiler, 2021: 47). Türkiye ilk vaka Sağlık Bakanı tarafından 11 Mart 2020 tarihinde açıklanmıştır (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2021).

Covid-19, tüm ülkeleri olumsuz yönde etkileyecek birçok toplumsal sorunu beraberinde getirmiştir. Virüsün yayılımını azaltmak amacıyla uygulanan kısıtlama tedbirleri ile hizmet ve sanayi sektörlerindeki pek çok işletme faaliyetleri sekteye uğramıştır. Bazı firmalar kısmi çalışma programlarına geçerken, bazıları ise ekonomik zorluklara daha fazla dayanamadıkları için işçi çıkarmak zorunda kalmıştır.

Pandemi, havacılık, turizm, sağlık, eğitim, bankacılık ve perakende gibi birçok sektörü olumsuz etkilemiştir. Bu süreç, işsizliğin artmasına, arz ve talep daralmalarına ve uluslararası ticaretin aksamalarına neden olmuştur. Vaka sayılarında ve ölüm oranlarındaki ciddi artış sebebiyle sağlık hizmetlerinde aksamalar yaşanmış, kamu harcamaları artmış, kamu gelirleri ise düşmüştür (Bulut ve Coşkun, 2020; Duran ve Acar, 2020; Polat, 2021).

Salgın nedeniyle ülkelerin uyguladığı yasaklar ve kısıtlamalar, dış ticareti olumsuz bir şekilde etkilemiştir. Türkiye ekonomisinde 2019 yılının Ocak-Eylül döneminde ihracat %0,3 artarken, ithalat %1 artış göstermiştir. 2020 yılının aynı döneminde ise ihracat %10,9 azalmış, ithalat ise %1,5 artmıştır. Dış ticaret açığı, 2019 yılında %6,6 artarken, 2020'de %189,3

oranında bir artış göstermiştir. İhracatın ithalatı karşılama oranı da düşmüş; 2019'da %86,3 olan bu oran, 2020'de %76,8'e gerilemiştir. Eylül 2020 itibarıyla Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı ülkeler Almanya, Birleşik Krallık, ABD, İtalya ve Irak'tır; bu ülkeler toplam ihracatın %32,52'sini oluşturmaktadır. İthalatta ise Çin birinci sıradadır, ardından Almanya, Rusya ve Birleşik Arap Emirlikleri gelmektedir. Salgın koşullarına rağmen dış ticaret ilişkileri sürdürülmüştür (TÜİK, 2020). Kuşkusuz ticaretteki yansımalarının yanında Covid-19 pandemisinin sosyal-ekonomik sonuçlarının en büyük etkileri sosyal eşitsizliklerin görünür olmasını da tetiklemiştir. Sosyal politikanın yükünü artırırken kamusal politikaların tekrar gözden geçirilmesine neden olmuştur (Özder ve Şeker, 2021).

2.3. Salgınların Yiyecek İçecek Sektörüne Etkisi

Restoran işletmeleri, uluslararası turizmin en büyük alt sektörü olan yiyecek içecek sektörü içerisinde yer almaktadır (Oran, 2020: 813 Restoran sektörü istihdam ve satışlarda gelişme ve büyüme göstermesine rağmen, salgın hastalıklar, doğal afetler ve ekonomik durgunluk gibi dışsal faktörlerle, zaman zaman dalgalanmalar yaşamıştır. Bu tür dış etkenler, restoran işletmelerini olumsuz yönde etkileyerek farklı dönemlerde sektörde istikrarsızlıklara neden olmuştur (Kim vd. 2020: 32). Tarihte birçok salgın hastalık yaşanmıştır ve bu salgınlar sonraki salgın süreçleri için referans olarak kabul edilmektedir (Özbay vd. 2022: 66). Bu doğrultuda tarihte 21. Yüzyılda gerçekleşen Şiddetli Akut Solunum Sendromu (SARS), domuz gribi (H1N1), kuş gribi (H5N1), Orta Doğu Solunum Sendromu (MERS), Ebola ve COVID-19 salgın hastalıklarının restoran işletmeleri, tüketici tercih ve davranışları üzerindeki etkileri aşağıda ele alınmıştır.

SARS salgını başladığı zamandan itibaren, restoran sektörü bu krizden en fazla etkilenen alanlardan biri olmuştur. Örneğin Çin'de, halkın salgın sebebiyle kalabalık ortamlardan ve alışveriş merkezlerinden kaçınması, restoranların gelirlerini ciddi şekilde azaltmıştır. Özellikle Çin restoranlarında, geleneksel olarak kalabalık bir ortamda, ortak tabaklar ve aile tarzı yemek düzeniyle servis edilen yiyecekler, bu dönemden olumsuz olarak etkilenmiş ve birçok restoran işlerinin %90'ını kaybetmiştir (Alan vd. 2006: 3). Benzer şekilde, 2003 yılında Toronto'da SARS virüsünün 44 kişinin ölümüne yol açmasının ardından, hastalık halk arasında "Çin Hastalığı" olarak adlandırılmıştır. Bu algı, Toronto'daki Çin mahallesindeki restoranların uzun zaman boyunca müşteri kaybetmesine sebep olmuş ve halk, bu restoranlara rağbet göstermemiştir (Özkoçak vd. 2020: 1190).

Domuz gribi salgını sebebiyle insanlar seyahat planlarını iptal etmiş ve

rezervasyonları büyük ölçüde geri almışlardır, bu da birçok ülkeyi turizm sektörünü açısından olumsuz etkilemiştir. Özellikle Meksika, domuz gribi virüsünün ilk görüldüğü yer olarak, turizm gelirlerinde ciddi ölçüde kayıplar yaşamış ve salgından en fazla etkilenen ülkelerden biri olmuştur (Özbay vd. 2022: 67). Monterrubio (2010) tarafından yapılan bir araştırmada, influenza A(H1N1) pandemisinin Meksika'daki turizm alanındaki etkileri incelenmiştir. Araştırma, en çok etkilenen sektörlerin oteller, restoranlar ve hava yolu şirketleri olduğunu ortaya çıkarmıştır. Özellikle restoranlar, hükümetin virüsün yayılmasını önlemek amacıyla aldığı tedbirler kapsamında %99 oranında kapalı kalmak zorunda kalmışlardır. Restoranlar tekrar faaliyete başladığında ise, sektörde büyük bir düşüş yaşanmış ve satışlarda %90'a varan gerilemeler yaşanmıştır. Bu durum, pandeminin turizm ve hizmet sektörleri üzerindeki ciddi olumsuz etkilerini gözler önüne sermektedir.

Dünyada küresel ölçekte etkili olan kuş gribi salgını, özellikle kümes hayvancılığı sektörü üzerinde büyük bir etki yaratmakla kalmamış toptan satış noktaları ve restoranlar gibi hizmet sektörlerini de içine alacak şekilde sektörel sorunlar yaşanmasına neden olmuştur (Chang vd. 2009). Kuş gribi salgını sürecinde, Vietnam hükümeti tavuk satışını yasaklamış, bu durum ülke genelindeki fast food restoranlarını önemli ölçüde etkilemiştir. Restoranlar, tavuk menüsünü kaldırarak yerine balık ürünleri sunmaya başlamış, öncesinde ise haftalarca kapalı kalmak zorunda kalmıştır. Benzer şekilde, Nijerya'da da kuş gribinin 2006 yılının şubat ayında ülkeye ulaşması ile, fast food satışı yapan işletmeler ve sokak satıcıları tarafından satılan kümes hayvanı ürünlerinin tüketimi %81 oranında düşmüştür. Restoran işletmelerinin satışları ise, kuş gribi salgını öncesine oranla Mayıs 2006'da sadece %68 oranında bir seviyeye ancak dönebilmiştir. Bu tip örnekler, salgının yeme içme sektörü üzerinde olumsuz etkiler yarattığını göstermektedir (Otte vd. 2009: 12).

MERS virüsü Kore Cumhuriyeti'nde, turizm, ulaşım, konaklama, yiyecek içecek sektörleri üzerinde olumsuz etkilere sebep olmuştur (Özbay vd. 2022: 69-70).

Joo ve arkadaşlarının (2019) MERS salgınının Kore Cumhuriyeti'ndeki turizmle ilgili sektörlerle etkisini incelediği araştırmanın sonuçlarına göre, salgın nedeniyle ülkeye gelen turist sayısı 2,1 milyon düşmüştür. Bu durum, ulaşım, konaklama ve yiyecek içecek gibi sektörlerin 2015 yılı haziran ve temmuz aylarında beklentinin altında hizmet sunmasına ve dolayısıyla büyük zararlara uğramasına yol açmıştır. Bu süreçte Kore Cumhuriyeti'nin 2,6 milyar dolar gelir kaybı yaşadığı tespit edilmiştir.

Ebola salgınının Batı Afrika'da etkili olduğu dönemde, bölgedeki restoranlar, oteller ve misafirhaneler kapatılmış ve turizm sektöründe ciddi gelir kayıpları yaşanmıştır. Salgın nedeniyle, Batı Afrika ülkelerinin gelir kaybının yıllık 3,6 milyar dolar seviyelerine ulaştığı

belirlenmiştir. Bu durum, salgının bölgedeki turizm endüstrisi üzerinde ne kadar ciddi bir etki yarattığını göstermektedir (Zeydan ve Gürbüz, 2020: 129). Kongoley-MIH (2015) tarafından yapılan bir çalışmada, Sierra Leone'deki yerel mutfak hizmeti sunan restoranların, Ebola salgınına karşı duyulan korku ve olağanüstü hâl ilanı nedeniyle faaliyetlerinin durma noktasına geldiği belirtilmiştir. Bu süreçte, restoranların çoğunun faaliyetlerine son verdiği, bazıları ise az sayıda personelle, düşük kapasitede hizmet vermeye devam ettiği gözlemlenmiştir.

2.4. COVID-19 Pandemisi ve Ekonomik Sonuçları

Covid-19 salgınının pandemi olarak ilan edilmesi, dünya genelinde uygulanan kısıtlamalarla birlikte birçok sektörde üretimi aksatmış ve yaşanan toplumsal kaygılar sebebiyle tüketimi yükseltmiştir. Bu durum, ekonomik dengelerin bozulmasına yol açmıştır. Salgın çalışma hayatını da etkilemiş, özellikle fiziksel emek gerektiren sektörlerde büyük sıkıntılar yaşanmıştır. İlk dönemlerde uygulanan kısmi kısıtlamalar sebebiyle, işverenler çalışma saatlerinde yeni düzenlemeler yapmışlardır. Daha sonra tedbirlerin sıkılaştırılması ile iş hayatının temel dinamikler ciddi şekilde etkilenmiş ve bazı firmalar işçi çıkarmak zorunda kalmıştır (Kartal, 2022). Hükümetlerin bütçe gelirleri azalmış, harcamaları yükselmiştir. Ciddi ekonomik sorunların başladığı bu dönemde işsizlik oranlarında da artış gözlemlenmiştir.

Pandemi, küresel ölçekte bir kriz olarak kabul edilmiş ve bu krizin önlenmesi ya da sona erdirilmesi amacıyla ülkeler, çeşitli tedbirler almaya başlamışlardır. Ancak alınan bu tedbirler, ekonomiler üzerinde ciddi olumsuz etkiler yaratmıştır. Örneğin, sokağa çıkma yasakları, birçok işyerinin faaliyetlerini durdurmasına ya da kısıtlamasına yol açmış, restoranlar, kafeler, kuaförler ve benzeri işletmeler ya kapanmış ya da sınırlı bir şekilde çalışabilmiştir. Aynı şekilde şehirlerarası seyahat kısıtlamaları, toplu taşıma araçlarının sefer sayılarının azaltılması ve yolcu sayısının sınırlandırılması da insanların ekonomik faaliyetlerine engel olmuştur. Sosyal yaşamda uygulanan kısıtlamalar, sinema, tiyatro, konser ve festivallerin iptal edilmesi gibi kültürel faaliyetlerin durdurulması da ekonominin olumsuz etkilenmesine sebep olmuştur. Tüm bu önlemler, ekonomik faaliyetin daralmasına ve ciddi bir ekonomik kriz yaşanmasına zemin hazırlamıştır (Kocakula, 2022).

WHO'nun Covid-19'u pandemi olarak ilan etmesinin ardından, ABD ve Çin gibi büyük ekonomiler dahil olmak üzere birçok ülke süreçten olumsuz etkilenmiştir. Üretim, havacılık, turizm ve borsa gibi sektörler ciddi sıkıntılar yaşarken, bu durum makroekonomik

göstergeler ile sermaye hareketliliği gibi parametreler üzerinde de önemli etkiler yaratmıştır (Şanlı, 2020: 597).

Covid-19 salgınının dünya genelinde yayılması, üretim, tedarik zincirleri ve tüketimi olumsuz şekilde etkileyerek ekonomik faaliyetlerde ciddi şekilde daralmaya sebep olmuş ve birçok sektör duraklama noktasına gerilemiştir. Salgının yarattığı finansal sorunlar, işsizlik, talep düşüşü, üretim azalması, finansal belirsizlikler, ülkelerin ekonomilerinde olumsuz sonuçlar doğurmuştur. Ekonomi alanında faaliyet gösteren kuruluşlar bu dönemi bir kriz dönemi olarak tanımlayarak, ülkelerin ekonomilerinin olağanüstü bir dönemden geçtiğini vurgulamışlardır (Yücel ve Börmez, 2022).

Covid-19 pandemisi, ülkelerin ekonomilerinde önemli daralmalar meydana getirmiştir ve bu daralmanın en büyük nedenlerinden biri enflasyonist etkiler olmuştur. 2020 yılında salgının yoğunlaştığı dönemde virüsün yayılımını azaltmak için alınan tedbirler sonucunda petrol fiyatları düşmüş, döviz kurlarında çeşitli dalgalanmalar yaşanmış ve arz-talep dengesizlikleri enflasyonu derinden etkilemiştir. Türkiye, 2017 yılından bu yana çift haneli enflasyon oranlarına sahip olup, dünyada en yüksek enflasyona sahip 15. ülkedir. Pandemi öncesindeki dönemde enflasyon ortalaması %17,1 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'nin enflasyon oranlarının yüksek olmasının başlıca sebebi, yerli paranın döviz karşısında değer kaybetmesidir. Enflasyonu düşürmek için öncelikle döviz kuru ile mücadele edilmesi gerektiği düşünülmektedir. Ayrıca, enerji tasarrufu sağlamak ve faiz oranlarını yükselterek talebi azaltmak da enflasyonu düşürmeye yönelik önemli basamaklardır. İthalatın kısıtlanması ve yerli üretimin teşvik edilmesi enflasyonla mücadele de etkili olabilecek diğer yöntemlerdir. (Ünüvar ve Aktaş, 2022; Algan, 2022).

2.5. COVID-19 Pandemisinin Yiyecek İçecek Sektörüne Etkisi

Yiyecek ve içecek sektörü, hizmet sektörünün önemli bir parçası olarak, ekonomik, siyasi ve sosyal dalgalanmalara karşı oldukça hassas bir yapıya sahiptir. Bu sektör, ekonomik krizler, siyasi istikrarsızlıklar, terör hadiseleri, salgın hastalıklar ve doğal afetler gibi dışsal faktörlerden kolayca etkilenecek, sektörün faaliyetlerini ve sürdürülebilirliğini zorlaştırabilir (Yılmaz ve Şahin, 2021: 4).

COVID-19 pandemisi, yiyecek ve içecek sektörü üzerinde üç farklı yönden etkili olmuştur. İlk olarak, pandemi döneminde toplumsal ve sosyal hayattaki değişimlerle birlikte, tüketicilerin beklentileri ve tutumlarını da önemli ölçüde değiştirmiştir. İkinci olarak, ülkelerin uyguladığı sağlık tedbirleri ve kısıtlamalar, sektörün faaliyetlerini doğrudan etkilemiş ve

işletmelerin çalışma süreçlerini yeniden şekillendirmiştir. nc olarak ise, tedarik zincirlerinde yaşanan sıkıntılar ve ürün temininde karşılaşılan zorluklar, işletmelerin faaliyetlerini olumsuz yönde etkilemiştir. (Duru n, 2021: 96-97).

COVID-19 pandemisi, öncelikle halk sağlığını tehdit etse de ekonomi ve sosyal yaşam üzerinde de ciddi etkiler yaratmıştır. Ekonomik olarak pek çok sektörü olumsuz etkileyen bu kriz, yiyecek içecek endüstrisinin alt sektörü olan restoranları da etkilemiştir. Pandemi süresince, devletler, salgının yayılım hızını azaltmak ve halk sağlığını korumak amacıyla hizmet sektörüne yönelik bazı düzenlemeler ve kısıtlamalar getirmiştir. Bu yeni kuralların uygulanması ile yiyecek içecek sektöründeki işletmeler, özellikle restoranlar, hizmet verme biçimlerini gözden geçirmek zorunda kalmış ve pandemi şartlarına uygun şekilde yeniden yapılandırılmıştır (Duru n, 2021: 90).

COVID-19 pandemisi sürecinde alınan tedbirler, toplumun sosyal ve ekonomik yaşamını derinden etkilemiştir. Kafeler, restoranlar, okullar, müzeler ve tarihi alanlar gibi pek çok yer belirli zamanlarda kapatılmış, seyahatler kısıtlanmış ve sokağa çıkma yasakları başlamıştır. Bu tedbirler, sosyal yaşamda pek çok aktiviteyi sınırlarken, ekonomik faaliyetleri de olumsuz yönde etkilemiştir. Pandeminin bir sonucu olarak ortaya çıkan ekonomik zararların ana nedeni, talep düşüşüdür. Özellikle restoranlar, oteller ve seyahat endüstrisi, talepteki bu düşüş nedeniyle en fazla etkilenen sektörler arasında yer almıştır. Bu süreçte, tüketicisi sayısının azalması ve harcama alışkanlıklarındaki değişiklik, bu işletmelerin ciddi bir ekonomik krizle karşı karşıya kalmasına sebep olmuştur. (Nar, 2020: 363-369).

COVID-19 pandemisinin, ekonomik açıdan yeme ieme sektörü üzerinde küresel çapta etkili olduğunu söylemek mümkündür (Bilgin ve Tekeli, 2022: 283). Pandemi döneminin başlarında, bilhassa Çin'deki restoranlar, tedarik zincirindeki bozulmalar sebebiyle, müşteri sayısındaki ciddi düşüşle karşılaştılar. Bu süreçte Çin'deki yiyecek içecek işletmeleri, pandemi sebebiyle %94 oranında olumsuz etkilendi ve müşteri sayılarında %69'dan fazla bir azalma görüldü. Almanya'da ise restoranlar, virüsün yayılım hızını azaltmak amacıyla erken kapanmak zorunda kaldılar ve sadece paket servisi satışı yapmalarına izin verildi. Bu değişiklik, 2020 Mart ayında restoranların satışlarının, önceki yılın aynı dönemine göre %90 oranında düşmesine sebep oldu. Benzer şekilde, İngiltere'de Mart 2020'de sadece paket servise izin verilen restoranlar, satışlarında %56,4'lk bir düşüş yaşarken, barlar da %60 oranında bir kayıp yaşandı. Bu rnekler, pandemi sürecinin yiyecek içecek sektöründe faaliyet gösteren işletmeleri önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir (Okat vd. 2020: 206). COVID-19 pandemisi sırasında Amerika'da alınan tedbirler, eyaletlere göre farklılık gösterse de genel olarak tüm bölgelerdeki restoran faaliyetlerine kısıtlamalar getirilmıştir. Her eyaletin

kendi koşullarına ve virüsün yayılma durumuna farklı uygulanan bu tedbirler, restoranların çalışma saatlerini, müşteri kapasitesini ve hizmet verme şekillerini önemli şekilde sınırlandırmıştır (Bilgin ve Tekeli, 2022: 283).

Türkiye’de ise COVID-19 pandemisine yönelik olan tedbirler 12 Mart 2020 tarihinde başlatılarak dönemsel bir şekilde kademeli olarak uygulanmıştır. Söz konusu kısıtlamalar doğrultusunda restoran işletmelerinin bazen sadece paket servis ile hizmet sunmasına izin verilmiş bazen de faaliyetleri tamamen durdurulmuştur (Bilgin ve Tekeli, 2022: 283). COVID-19 pandemisi sebebiyle uygulanan bazı önlemler, restoran işletmelerinin faaliyetlerini ciddi şekilde aksatmıştır. Çalışma saatlerinin kısıtlanması, bazı durumlarda alınan geçici ya da uzun süreli kapanma kararları ve bir çalışan COVID-19’a yakalandığında temaslı tüm personelin karantina sürecine girmesi gibi durumlar, restoranların günlük faaliyetlerini zorlaştırmıştır. Ayrıca, tedarik zincirindeki aksaklıklar ve gelirden meydana gelen düşüş, işletmelerin mali devamlılığını tehdit etmiştir. Sonuç olarak pandemi restoranların genel işleyişini, bütünlüğünü ve gelecek için planlanan faaliyetlerini olumsuz şekilde etkilemiş ve sektördeki pek çok işletmeyi zorlu bir kriz dönemine sokmuştur (Şahin ve Özgürel, 2022: 1356).

Tablo 1. Ülkemizde Pandemi Sürecinde Alınan Kısıtlama Tedbirleri

Tarih	Yapılan Düzenleme
05.02.2020	Çin ile Türkiye arasındaki tüm uçuşlar iptal edildi.
23.02.2020	Türkiye-İran sınır kapısı kapatıldı. Çin’den İstanbul’a gelen yolcular termal kamera ile kontrol edilmeye
24.02.2020	başlandı.
29.02.2020	Türkiye İtalya, Güney Kore, Irak arası tüm uçuşlar durduruldu. Sağlık Bakanlığı COVID-19 salgını süresince sağlık personellerinin izinlerini
10.03.2020	yeniden düzenledi. Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü bünyesindeki Halk Sağlığı Acilleri Operasyon Merkezi’nde 7/24 esasına göre çalışan ekipler oluşturuldu. Sağlık Bakanlığı İletişim Merkezi de “Korona Danışma Hattı” kurdu ve “Alo 184” üzerinden
11.03.2020	hizmet vermeye başladı.
11.03.2020	İlk koronavirüs vakası açıklandı. Sağlık Bakanlığı hastanelere ziyaretçi alımını durdurdu ve Aile, Çalışma ve
13.03.2020	Sosyal Hizmetler Bakanlığı huzurevlerine ziyaretçi kısıtlaması getirdi.

Tarih	Yapılan Düzenleme
13.03.2020	16.03.2020 tarihi itibarıyla MEB lise ve ilkokullarda eğitim ve öğretime ara vererek uzaktan eğitim yapılacağını açıkladı.
13.03.2020	Kamu çalışanlarının yurtdışına çıkışına yasak getirildi.
13.03.2020	Resmî Gazete’de yayınlanan Kamu Görevlilerinin Yurt Dışına Çıkış İzni ile İlgili 2020/2 Sayılı Cumhurbaşkanlığı Genelgesi yayınlanarak kamu görevlilerinin yurtdışına çıkışları yasaklandı.
16.03.2020	Spor müsabakalarının seyircisiz olarak devam etmesine karar verildi.
16.03.2020	Diyanet İşleri Başkanlığı cami ve mescitlere girişleri yasakladı.
16.03.2020	İçişleri Bakanlığı 81 İl Valiliğine Coronavirus konulu ek bir genelge ile tiyatro, sinema, gösteri merkezi, konser salonu, nişan/düğün salonu, çalgılı/müzikli lokanta/kafe, gazino, birahane, taverna, kahvehane, kıraathane, kafeterya, kır bahçesi, nargile salonu, nargile kafe, internet salonu, internet kafe, her türlü oyun salonları, her türlü kapalı çocuk oyun alanları (AVM ve lokanta içindikiler dahil), çay bahçesi, dernek lokalleri, lunapark, yüzme havuzu, hamam, sauna, kaplıca, masaj salonu, SPA ve spor merkezlerinin faaliyetleri geçici bir süreliğine durduruldu.
16.03.2020	Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığına bağlı kreş, gündüz bakımevleri ile özel çocuk kulüpleri tatil edildi.
16.03.2020	Yurtdışından gelen vatandaşlara, hastalık bulgularına göre 14 güne kadar istirahat iş göremezlik raporu verileceği açıklandı.
16.03.2020	Virüsün yaygın olduğu ülkelerden ülkemize gelenlerin 14 gün boyunca karantina altında tutulacağı belirtilmiştir.
16.03.2020	İlaç için raporlarda 01.03.2020 tarihinde sonlanmış olanların açıklama yapılana kadar yeni rapor alınmasına gerek olmadan sigortalıların ilaçlarını alabilmelerine karar verilmiştir.
18.03.2020	Millî Savunma Bakanlığı, Türk Silahlı Kuvvetleri’nde ziyaret, tatbikat ve etkinlikleri erteledi.
19.03.2020	Tüm spor müsabakaları, sivil toplum kuruluşlarının genel kurulları, eğitimleri, büyük çaplı organizasyonlar, insanları toplu olarak bir araya getiren her türlü toplantı ve faaliyetleri geçici olarak ertelendi.
20.03.2020	Ticaret Bakanlığı perakende ve toptan satışlara yönelik sebze, meyve ve ekmeğin poşette satılmasını zorunlu olmasına ilişkin tedbirleri ve şirket genel

Tarih	Yapılan Düzenleme
	kurullarına ilişkin anonim ve limited şirketlerde yönetim organları tarafından çağrısı yapılan ancak henüz gerçekleştirilmeyen genel kurul toplantılarının, ileri bir tarihte yapılmak üzere iptal edilmesi imkânı tanınmasına ilişkin tedbiri açıklandı.
20.03.2020	Aile ve Çalışma, Sosyal Hizmetler Bakanlığı İşyerlerinde Koronavirüse Karşı Alınması Gereken Önlemlere ilişkin kılavuz yayınladı.
20.03.2020	Resmî Gazete 'de yayınlanan Organizasyonların Ertelenmesi ile İlgili 2020/3 Sayılı Cumhurbaşkanlığı Genelgesi ile ülke çapında ve uluslararası gerçekleşecek etkinliklerin ertelenmesine karar verildi.
22.03.2020	Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı 'Fabrikalarda COVID-19 Uyarıları' başlıklı fabrikalarda uyulması gereken COVID-19'a karşı tedbirleri açıklar yazı yayınladı.
22.03.2020	65 yaş üstü vatandaşların ve kronik rahatsızlığı olan vatandaşların sokağa çıkması yasaklandı.
22.03.2020	Tüm lokanta, restoranlar ile pastane ve benzeri iş yerlerinin sadece "paket servis" ve "gel-al" benzeri şekilde müşterilerin oturmasına müsaade etmeden hizmet verebileceği açıklandı.
22.03.2020	Resmî Gazete 'de yayınlanan COVID-19 Kapsamında Kamu Çalışanlarına Yönelik İlave Tedbirler ile İlgili 2020/4 Sayılı Cumhurbaşkanlığı Genelgesi ile kamu çalışanlarına yönelik tedbirler artırıldı.
23.03.2020	Noterlerde ve adliyelerde nöbet sistemine geçildi.
23.03.2020	Kamu çalışanlarının uzaktan çalışmalarına ilişkin düzenleme yapıldı.
27.03.2020	Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Yeni Tip Koronavirüsle Mücadele Kapsamında İş Yerlerinde Alınacak Önlemlere İlişkin Kılavuzu yayınladı.
28.03.2020	İçişleri Bakanlığı tarafından ülkede alınan koronavirüs tedbirleri kapsamında uçak seferlerine ilişkin genelge gönderilmiştir. Genelge ile Sabiha Gökçen Havalimanı kapatıldı, yurtdışı uçuşları yasaklandı, trenler durduruldu ve iller arası otobüsler valilik iznine bağlandı.
29.03.2020	İçişleri Bakanlığı Otobüs Yolcu Taşımacılığına ilişkin ek genelge yayınlayarak ulaşımı kısıtladı.
02.04.2020	Resmî Gazete'de yayınlanan COVID-19 Salgınının Kamu İhale

Tarih	Yapılan Düzenleme
	Sözleşmelerine Etkisi ile İlgili 2020/5 Sayılı Cumhurbaşkanlığı Genelgesi yayınlandı.
03.04.2020	İçişleri Bakanlığı 81 ile göndermiş olduğu Şehir Giriş/Çıkış Tedbirleri ve Yaş Sınırlaması hakkındaki genelgede 04.03.2020 tarihi itibari ile vatandaşların market, pazar, toplu olarak çalışılan işyerlerinde maske takılması ve sosyal mesafeyi koruyarak hareket etme zorunluluğu getirmiştir.
03.04.2020	İçişleri Bakanlığı 81 ile göndermiş olduğu Şehir Giriş/Çıkış Tedbirleri ve Yaş Sınırlaması hakkındaki genelgede 04.03.2020 tarihi itibari ile Büyükşehir statüsündeki 30 ile ve Zonguldak iline ulaşımı 15 gün için geçici olarak durdurmuştur ve ulaşımı şarta bağlamış ve 1 Ocak 2000 tarihinden sonra doğmuş olanların sokağa çıkmaları yasaklanmıştır.
04.04.2020	İçişleri Bakanlığı Şehirlere Araç Giriş/Çıkış Kısıtlaması ile İlgili İstisnaları düzenler ek genelge ile Seyahat İzin Kurullarınca seyahatine izin verilebilecek kişilerin hangi koşulları sağlaması gerektiğini açıklayıcı yazı yayınladı.
05.04.2020	İçişleri Bakanlığı Sokağa Çıkma Yasağı Bulunan 18 – 20 Yaş Arasındaki Gençlerle İlgili İstisnaları düzenleyen genelge yayınladı.
06.04.2020	Tüm sağlık kuruluşlarına girişlerde vatandaşlara maske takma zorunluluğu getirildi.
10.04.2020	İçişleri Bakanlığı 30 Büyükşehir statüsündeki illere ve Zonguldak iline 10.04.2020 saat 24.00'ten itibaren 12.04.2020 saat 24.00'e kadar 2 günlük sokağa çıkma yasağı getirdi.
13.04.2020	Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, İş Sağlığı ve Güvenliği (İSG) Genel Müdürlüğüne hazırlanmış olan 19 maddelik Şantiyelerde Alınacak Yeni Koronavirüs Tedbirleri kılavuzunu yayınladı.
16.04.2020	İçişleri Bakanlığı 30 Büyükşehir statüsündeki illere ve Zonguldak iline 17.04.2020 saat 24.00'ten itibaren 19.04.2020 saat 24.00'e kadar 2 günlük sokağa çıkma yasağı ilan etti.
21.04.2020	İçişleri Bakanlığı 30 Büyükşehir ve Zonguldak'ta uygulanmak üzere 22.04.2020 saat 24.00'ten 26 Nisan saat 24.00'e kadar geçerli olacak 4 günlük sokağa çıkma yasağı getirdi.
30.04.2020	İçişleri Bakanlığı 30 Büyükşehir ve Zonguldak'ta uygulanmak üzere 30.04.2020 saat 24.00'ten 3 Mayıs saat 24.00'e kadar geçerli olacak 3

Tarih	Yapılan Düzenleme
	günlük sokağa çıkma kısıtlaması getirdi.
03.05.2020	İçişleri Bakanlığı 81 ile göndermiş olduğu Şehir Giriş/Çıkış Tedbirleri Genelgesi ile Büyükşehir statüsündeki 30 ile ve Zonguldak iline ulaşımın kısıtlanmasını 04.05.2020 tarihine kadar, 1 gün daha uzatmıştır.
04.05.2020	İçişleri Bakanlığı yayınladığı Şehir Giriş/Çıkış Tedbirleri Genelgesi ile Büyükşehir statüsündeki 23 ile ve Zonguldak iline ulaşımın kısıtlanmasını 19.05.2020 günü saat 24.00'e kadar uzatmıştır.
19.05.2020	İçişleri Bakanlığı'nın genelgesiyle 14 Büyükşehir ve Zonguldak'ta şehirlerarası seyahat yasağı 3 Haziran 2020 gece yarısına kadar devam edecek.
19.05.2020	İçişleri Bakanlığı Türkiye genelinde 22.05.2020 saat 24.00'ten itibaren 26.05.2020 saat 24.00'e kadar 4 günlük sokağa çıkma kısıtlaması getirdi.
20.05.2020	İçişleri Bakanlığı tarafından yayınlanan genelge ile, sokağa çıkmaları kısıtlanan 65 yaş ve üzerindeki vatandaşlara, 21 Mayıs Perşembe günü saat 09.00'dan itibaren en az bir ay boyunca dönmek kaydıyla tek yönlü olarak istedikleri yerleşim yerlerine gidiş izni verildi.
28.05.2020	İçişleri Bakanlığı, 15 ilde, 29.05.2020 saat 24.00 ile 31.05.2020 saat 24.00 arasında uygulanmasına ilişkin sokağa çıkma kısıtlaması getirdi.
29.05.2020	Hâkim ve Savcılar Kurulu, "Yeni Normale Dönüş Eylem Planının Belirlenmesi" konulu karar yayınladı.
29.05.2020	Cumhurbaşkanlığı tarafından "COVID-19 Kapsamında Kamu Kurum ve Kuruluşlarında Normalleşme ve Alınacak Tedbirler" konulu genelge yayınlandı.
30.05.2020	İçişleri Bakanlığı'nın genelgesiyle, 15 ildeki seyahat kısıtlamasının 31 Mayıs saat 24.00 itibariyle sonlanmasına karar verildi.
09.06.2020	Cumhurbaşkanı, düğün salonlarının 1 Temmuz 2020 itibariyle hizmet vermeye başlayacağını yayınladığı genelge ile duyurdu.
09.06.2020	Cumhurbaşkanı, sinema, tiyatro, gösteri merkezi ve benzeri yerlerin 1 Temmuz 2020 itibariyle hizmet vermeye başlayacağını duyurdu.
10.06.2020	İstanbul Valiliği, 65 yaş üstü yurttaşların haftanın her günü saat 10:00 ile 20:00 arasında; 18 yaş altı yurttaşların ise ebeveyn gözetiminde olması şartıyla her zaman dışarı çıkabileceğine ilişkin kararı duyurdu.

Tarih	Yapılan Düzenleme
13.06.2020	İçişleri Bakanlığı yayınladığı genelge ile, nikâh salonlarının 15 Haziran 2020 tarihinden itibaren hizmete başlamalarına karar verdi.
14.06.2020	İstanbul Valiliği; gösteri yürüyüşleri, toplu mitingler, basın açıklamaları vs. hakkında 30 Haziran 2020'ye kadar geçerli olacak bir karar yayınladı.
17.06.2020	İstanbul Valiliği, açık alanlarda maske kullanma zorunluluğuna ilişkin alınan kararı yayımladı.
18.06.2020	İçişleri Bakanlığı, yapılacak LGS ve YKS sınavları kapsamında, 20 Haziran 2020 Cumartesi günü 09.00 ile 15.00 saatleri arasında; 27 Haziran 2020 Cumartesi günü saat 09.30 ile 15.00 arasında ve 28 Haziran 2020 Pazar günü 09.30 ile 18.30 saatleri arasında 81 ilde sokağa çıkma kısıtlaması kararı verdi.
04.09.2020	"İşten çıkarma yasağı" ve "ücretsiz izin" düzenlemelerine ilişkin süreler 17 Eylül 2020'den 17 Kasım 2020'ye kadar geçerli olmak üzere 2 ay daha uzatılmıştır.
01.12.2020	İçişleri Bakanlığı'nın yayımlamış olduğu genelge ile, yeni bir düzenleme yapılıncaya kadar tüm ülke genelinde hafta içi her gün 21:00 ve 05:00 saatleri arasında, hafta sonu ise cuma günleri saat 21:00'den pazartesi sabah 05:00'a kadar sokağa çıkma yasağı getirilmiştir. Kamu kurum ve kuruluşlarının yeni çalışma saatleri 10:00- 16:00 arası olarak belirlenmiştir. 65 yaş üzeri ve 20 yaş altı kişilerin toplu taşıma araçlarına binmeleri yasaklanmıştır. Ana okulları faaliyetlerine ara verecek olup, AVM'lere de HES kodu sorgusu yapıldıktan sonra ziyaretçi kabul edilebilecektir.
01.03.2021	Cumhurbaşkanlığı'nın 2021/5 sayılı genelgesiyle Covid-19 ile mücadelede yeni "kontrollü normalleşme" süreci başlatılmıştır. Buna göre sokağa çıkma yasaklarında ve kimi ticari işletmelerin çalışma koşul ve saatlerinde değişiklik yapılmıştır. Söz konusu değişiklikler, Covid-19 vaka sayılarına göre her ilde farklı uygulanacaktır.
23.04.2021	3910 sayılı Cumhurbaşkanlığı kararı ile kısa çalışma ödeneğinden faydalanma süresi 1 Nisan 2021'den itibaren geçerli olmak üzere, 30 Haziran 2021 tarihine kadar uzatılmıştır.

Kaynak: <https://www.yarsuvat-law.com.tr/category/covid-19/>

COVID-19'un yayılım hızını azaltmak amacıyla ülkeler tarafından uygulanan "evde kal" kampanyası, "sosyal mesafe" gibi önlemler ve alınan kısıtlama ve yasaklama kararları,

işletmeleri finansal yönden olumsuz etkilemiştir. Turizm sektörünün önemli bir yapıtaşı olan restoran işletmeleri ise bu krizden diğerk sektörlere göre çok daha fazla etkilenmiş, sektördeki oğurestan, kapanma riskiyle karşı karşıya kalmıştır. Pandemi döneminde restoranlar hem yerel hem de yabancı turist kayıpları nedeniyle büyük zorluklar yaşamıştır (İflazoğlu ve Aksoy, 2020: 3364; Yılmaz, 2022: 11-12).

COVID-19 pandemisinin restoranlara kısa ve uzun vadeli olumsuz etkileri olmuştur (şahin ve zgrel, 2022: 1356). rnlerin son tüketim tarihinden dolayı yaşanan kayıplar, işletme giderlerinin arttığı bir ortamda nakit akışı ve işletme sermayesi sorunları, distribütörlerin ve ticari ortakların kapanması, faaliyetlerin kısıtlanması yol açtığı olumsuz sonuçlar ve bankalarla olan finansal işlemlerde yaşanan gecikmeler gibi kısa vadede işletmeleri zora sokmuştur. Uzun vadeli etkiler ise daha yapısal ve kalıcı nitelikte olup, sektörün ülke ekonomisine katkısının azalması, ticari ilişkilerdeki bozulmalar, personel sayısının düşürülmesi ve tedarik zincirinin tekrardan yapılandırılması gibi zorlukları içermektedir. Bahsi geçen bu sebepler nedeniyle, restoranlar ve diğerk yiyecek içecek işletmelerinin srdrlebilirliğı açısından zorlu bir dönem olmuştur (Güneri ve Yay, 2022: 228; Chowdhury vd. 2020: 10).

Pandemi sürecinin, gıda tedarik zincirine de olumsuz etkileri olmuş, üreticilerin özellikle en acil ihtiyaç duyulan ürünlere yönelmesi sebebiyle rn eşitliliğı azalmıştır. Bu durum, çeşitli besin maddelerinin üretiminde yaşanan sorunlar nedeniyle, tedarik zincirinde aksamalara yol açmıştır. Gıda üretiminin bu şekilde kısıtlanması hem üreticiler hem de tedarikçiler açısından tedarik sürecini daha karmaşık hale getirmiş, rn temini konusunda ciddi sıkıntılar yaşanmasına neden olmuştur (Ongan vd. 2020: 216).

Salgın dönemlerinde yaşanan gıda krizleri, restoran işletmelerinin satışlarını ve finansal yapısını genellikle olumsuz yönde etkiler. COVID-19 pandemisi, yiyecek içecek sektöründe ciddi gelir kayıplarına sebep olmuş ve bu dönemde istihdamda düşüşler yaşanmıştır. Örneğın, Amerika'daki restoranlarda, 2019 yılının Nisan ayı ile 2020 yılının Nisan ayı arasında, istihdam oranında %40'tan fazla bir azalış görülmüştür (Yılmaz ve şahin, 2021: 6).

Pandemi sürecinde restoran işletmeleri, hammadde temininde çeşitli zorluklarla karşılaşmıştır. Bilhassa dünya mutfağına yönelik menüler sunan restoranlar, ithal hammadde tedarikinde önemli zorluklar yaşamışlardır. Bu tedarik zorlukları, restoranların üretim süreçlerini ve sundukları hizmetleri olumsuz şekilde etkilemiş, devamlılıklarını tehdit etmiştir. Bu şartlar altında, bazı işletmeler hizmetlerine devam edebilmek için menülerini değıştirerek ya da yeni hizmet modelleri geliştirerek esneklik sağlamaya alışmışken, bazıları

ise ekonomik zorluklar sebebiyle işletmelerini kapatmak zorunda kalmıştır (Yılmaz ve Şahin, 2021: 26).

Örneğin, İngiliz fast-food zinciri Leon ve diğer birçok yiyecek içecek işletmesi, pandemi döneminde hizmet modellerini değiştirerek yeni bir iş stratejisi benimsemiştir. Bu restoranlar, geleneksel hizmet anlayışından saparak, hazır yemekleri plastik torbalarda paketleyip, müşterilerine market formatında satış yapmaya başlamıştır. Böylece, restoranlar fiziksel yemek servisi yerine, daha güvenli ve pratik bir şekilde, hazır yemeklerini perakende satışa sunarak işletmelerini sürdürebilme yoluna gitmişlerdir (Ongan vd. 2020: 216).

COVID-19 pandemisi, dünya genelinde hizmet sektörünü derinden etkilemiş ve restoran işletmeleri, faaliyetlerini sadece paket servisi ile devam ettirmek zorunda kalmıştır. Normalleşme aşamasına geçilmesiyle birlikte, sektör yavaş yavaş toparlanmaya başlasa da pandeminin sebep olduğu kriz hala restoranların hizmet modellerini ve çalışma yöntemlerini etkileyen önemli bir faktör olmaya devam etmektedir. Yetkililerin kısıtlama tedbirlerini hafifletmeye başlamasıyla, restoranlar yeniden faaliyete geçtiğinde, genellikle daha düşük kapasiteyle ve sıkı sağlık tedbirleri doğrultusunda hizmet sunmaya devam etmiştir. Bu durum, yiyecek içecek işletmelerini hem müşterilerin hem de çalışanların sağlığını korumak amacıyla iş süreçlerinde büyük değişiklikler yapmaya zorlamıştır (Gürsoy ve G. Chi, 2020a: 527).

COVID-19 pandemisi, talebinin büyük ölçüde azalmasına neden olduğu için, yiyecek içecek sektöründe faaliyet gösteren birçok işletmeyi kalıcı kapanma tehdidiyle karşı karşıya bırakmıştır. Ülkemizde de dahil olmak üzere dünya genelindeki birçok ülke, bu krizin etkileriyle mücadele edebilmek ve işletmelerini ayakta tutmak amacıyla çeşitli önlemler almış olsa da arz ve talep dengesindeki bozulmalar sebebiyle, sektördeki birçok çalışan işini kaybetmiştir. Pandeminin ile ortaya çıkan ekonomik problemler, sadece işletmelerin geleceklerini zora sokmuş, aynı zamanda yiyecek içecek sektöründe çalışan personellerin iş güvencelerini de ciddi şekilde tehlikeye atmıştır (Şahin ve Özgürel, 2022: 1356).

Sektör temsilcileri, COVID-19 pandemisi sürecinde restoranların iflası önlemek ve işçi çıkarmalarının önüne geçmek amacıyla devletlerden destek talebinde bulunmuşlardır. Bu talepler doğrultusunda, hükümetler yiyecek içecek sektöründeki işletmelerin faaliyetlerine devam etmesini sağlamak ve yaşadıkları gelirler kayıplarını önlemek için çeşitli teşvikler sunmuşlardır. Bu teşvikler arasında vergi indirimleri, hibeler, borç ertelemeleri ve bazı mali destekler yer almıştır. Bu önlemlerle, sektördeki işletmelerin ayakta kalmalarını sağlamayı amaçlamıştır (Yılmaz ve Şahin, 2021: 6; Yılmaz, 2022: 11-12).

2.5.1. Gelir Kayıpları

Yiyecek ve içecek sektörü, küresel ekonomiye önemli katkılar sunan sosyoekonomik bir sektördür. Ancak bu sektör, Covid-19 salgını ve onun yol açtığı ekonomik sonuçlara karşı savunmasız yakalanmıştır. Salgın, dünya genelinde daha önce görülmemiş bir şekilde bir istihdam kaybına sebep olmuş ve gelirlerde meydana gelen düşüşler milyonlarca insanı etkilemiş ve milyarlarca dolar gelir kaybı yaşanmıştır (Dube, Nhamo ve Chikodzi, 2021:1488, akt; Koçak Bilgin ve Neyir Tekeli, 2022).

Amerika’da eyalet ve yerel yönetimlerin çoğu bölge restoranlarının akşam yemeği servislerini yasaklayarak fiziksel mesafeyi sağlamak için çeşitli tedbirler almıştır. Ülkemizde ise kısıtlamalar 12 Mart’ta başlamış ve kademeli olarak uygulanmıştır. Bu süreçte yiyecek ve içecek işletmeleri bazen yalnızca paket servis hizmeti verebilmiş, bazen de tamamen kapatılmıştır. Alınan bu tedbirlerle, kişisel etkileşimi azaltarak virüsün yayılmasını önlemeye çalışılırken, restoran endüstrisinin sürdürülebilirliğini ciddi şekilde tehdit etmiştir. Ulusal Restoran Derneği’nin Nisan ortasında 6500 kişi restoran işletmesi sahibi ile gerçekleştirdiği bir ankete göre, ABD’deki restoranların yaklaşık %60’ı, müşteri kaybı nedeniyle mali zorluklar yaşayarak işletmelerini kapatmışlar (Yang, Liu ve Chen, 2020: 21, akt; Koçak Bilgin ve Neyir Tekeli, 2022).

2.5.2. İstihdamın Daralması

Yiyecek ve içecek sektörüne yönelik kısıtlama tedbirleri, istihdam ve gelir kayıplarına yol açarken, dünya genelinde yoksulluk oranlarının ciddi şekilde artmasına neden olmuştur. Sokağa çıkma yasakları ve insanların yaşadığı gelir kaybı, bu sektöre erişimi önemli ölçüde azaltmıştır. Bu durum, hem çalışanların yaşam standartlarını olumsuz etkilemiş hem de sektördeki işletmelerin sürdürülebilirliğini tehdit etmiştir (Zurayk, 2020: 20).

Pandemi diğer Dünya ülkelerinde olduğu gibi Ülkemizde de can kayıplarına yol açmış öte yandan virüsün yayılım hızını azaltarak bu kayıpları önlemek amacıyla bazı tedbirler alınmıştır. Alınan bu tedbirlerin olası etkilerini hafifletmek amacıyla, Ülkemizde yapılan resmi düzenlemeler aşağıda verilmiştir.

Tablo 2. Çalışanlara yönelik yasalarda yapılan düzenlemeler.

Resmî Gazete Tarih ve Sayısı	Yapılan Düzenleme
26 Mart 2020 Tarihinde Resmî Gazetede Yayınlanan 7226 Numaralı Kanunun 41. Maddesi	Kısa çalışma ödeneğine başvuru prosedüründe düzenleme yapılmıştır.

Resmî Gazete Tarih ve Sayısı	Yapılan Düzenleme
17 Nisan 2020 Tarihinde Resmî Gazetede Yayınlanan 7244 Numaralı Kanunun 9. Maddesi	İşten çıkartma yasağı getirilmiştir.
17 Nisan 2020 Tarihinde Resmî Gazetede Yayınlanan 7244 Numaralı Kanunun 9. Maddesi	İşverene işçiyi ücretsiz izne çıkartma hakkı tanınmıştır.
17 Nisan 2020 Tarihinde Resmî Gazetede Yayınlanan 7244 Numaralı Kanunun 7. Maddesi	Ücretsiz izne ayrılan fakat kısa çalışma ödeneği almaya hak kazanamayanlara nakdi ücret desteği ödenmesine karar verilmiştir.

Kaynak: 2020 yılında yayımlanan Resmî Gazete’den yararlanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Yapılan bu düzenlemeler 26 Mart 2020 tarihinde Resmî Gazete’de yayınlanan 7226 numaralı kanunun 41. maddesi ile 4447 sayılı kanuna geçici 23. madde eklenerek gerçekleştirilmiştir. Bu madde Covid-19 sebebiyle kısa çalışma ödeneğine başvuru koşullarında yapılan değişimi içermektedir. Yapılan bu değişiklik ile 120 gün hizmet akdi ve son 600 gün sigortalı olarak çalışmış olmak koşulu, Covid-19 pandemisinin olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla düşürülmüştür. Bu maddeye göre kısa çalışma ödeneğinden yararlanabilmek için “kısa çalışma başlama tarihinden önceki son 60 gün hizmet akdine tabi olanlardan son üç yıl içinde 450 gün sigortalı olarak çalışıp işsizlik sigortası primi ödenmiş olması gerekmektedir.

Tablo 3. 2020-2021 yılı nakdi ücret desteği ve kısa çalışma ödeneğinden yararlanan çalışan sayıları

	Yararlanan Çalışan Sayısı	Yararlanıcılar İçindeki Oranı (Yüzde)
Nakdi Ücret Desteği	3.100.000	45
Kısa Çalışma Ödeneği	3.773.000	55
Toplam	6.873.00	100

Kaynak: T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, (2021).

Dönemin Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanı Vedat Bilgin’in açıklamasına göre; 2020 yılı mart ayı ile 2021 yılı haziran ayını kapsayan 16 aylık dönem içerisinde, 506.644 firmada çalışan toplam 3.773.000 sigortalı çalışana toplam olarak 36.000.000.000 TL kısa çalışma ödeneği verilmiştir. 16 aylık dönemi kapsayan süreç içerisinde 3.100.000 sigortalı çalışana da toplam olarak 13.900.000.000 TL nakdi ücret desteği ödemesi yapılmıştır (T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, 2021).

Yapılan diğer bir düzenleme ise, 4857 sayılı İş Kanunu'na eklenen geçici 10. maddede, “üç aylık süreyi geçmemek üzere işveren işçiyi tamamen veya kısmen ücretsiz izne ayırabilir. Bu madde kapsamında ücretsiz izne ayrılmak, işçiye haklı nedene dayanarak sözleşmeyi fesih hakkı vermez” ifadesine yer verilmesidir. İş sözleşmesinin madde hükmüne aykırılık teşkil edecek şekilde feshedilmesi halinde işverene ya da işverenin vekiline, aylık brüt asgari ücret tutarı kadar idari para cezası uygulanacağı açıklanmıştır. Yapılan bu düzenlemeye göre Cumhurbaşkanı süreleri üç aydan altı aya kadar da çıkarabilmektedir (Yeni Koronavirüs (Covid-19), 2020). 28 Temmuz 2020 tarihinde Resmî Gazete 'de yayınlanan 7252 numaralı kanunun 5. maddesi ile “altı aya” ibaresi değiştirilerek yerine “her defasında en fazla üçer aylık sürelerle 30/6/2021 tarihine” ibaresi getirilmiştir (<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/07/20200728-15.htm>).

Tablo 4. İşsizlik ödeneği verileri (2020-2021)

Yıl	İşsizlik Ödeneğine Başvuran Kişi Sayısı	İşsizlik Ödeneği Almaya Hak Kazanan Kişi Sayısı	Oran (Yüzde)
2020	1.510.856	509.538	33
2021	1.471.480	647.215	44

Kaynak: İŞKUR, (2021); İŞKUR, (2022).

“Bu maddenin yürürlüğe girdiği tarihte iş sözleşmesi bulunmakla birlikte 4857 sayılı Kanunun geçici 10 uncu maddesi uyarınca işveren tarafından ücretsiz izne ayrılan ve kısa çalışma ödeneğinden yararlanamayan işçiler ile 15/3/2020 tarihinden sonra 51 inci madde kapsamında iş sözleşmesi feshedilen ve bu Kanunun diğer hükümlerine göre işsizlik ödeneğinden yararlanamayan işçilere, herhangi bir sosyal güvenlik kuruluşundan yaşlılık aylığı almamak kaydıyla ve 4857 sayılı Kanunun geçici 10 uncu maddesinde yer alan fesih yapılamayacak süreyi geçmemek üzere, bu süre içinde ücretsiz izinde bulundukları veya işsiz kaldıkları süre kadar, Fondan günlük 39,24 Türk lirası nakdi ücret desteği verilir. Yapılan ödemelerden damga vergisi hariç herhangi bir kesinti yapılamaz. Birinci fıkra kapsamında ücretsiz izne ayrılarak nakdi ücret desteğinden yararlanan işçinin fiilen çalıştırıldığına tespiti halinde işverene, bu şekilde çalıştırılan her işçi ve çalıştırıldığı her ay için ayrı ayrı olmak üzere fiilin işlendiği tarihteki 4857 sayılı Kanunun 39 uncu maddesince belirlenen aylık brüt asgari ücret tutarında çalışma ve iş kurumu il müdürlüklerince idari para cezası uygulanır ve ödenen nakdi ücret desteği ödeme tarihinden itibaren işleyecek kanuni faizi ile birlikte işverenden tahsil edilir. Bu madde kapsamında nakdi ücret desteğinden yararlananlardan 5510 sayılı Kanuna göre genel sağlık sigortalısı veya genel sağlık sigortalısının bakmakla

yükümlü olduğu kişi kapsamına girmeyenler, aynı Kanunun 60 ıncı maddesinin birinci fıkrasının (g) bendi kapsamında genel sağlık sigortalısı sayılırlar ve genel sağlık sigortasına ilişkin primleri Fondan karşılanır. Bakanlık, nakdi ücret desteğine ilişkin ödeme usul ve esaslarını belirlemeye ve bu maddenin uygulanmasına ilişkin ortaya çıkabilecek tereddütleri gidermeye yetkilidir” (<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/07/20200728-15.htm>).

Ücretsiz izne ayrılan fakat kısa çalışma ödeneği almaya hak kazanamayanlara nakdi ücret desteği ödenmesine ilişkin düzenleme ise, 17 Nisan 2020 tarihinde Resmî Gazete’de yayınlanan 7244 numaralı kanunun 7. maddesi ile 4447 sayılı kanuna geçici madde 24 eklenmiştir. Bu madde ile; işverenin ücretsiz izne çıkarttığı işçilerden kısa çalışma ödeneği almaya hak kazanamayanlar ile işsizlik ödeneği almaya hak kazanamayan işçilere işsizlik sigortası fonundan karşılanmak üzere günlük olarak 39,24 TL nakdi ücret desteği ödemesi yapılmasına karar verilmiştir (Yeni Koronavirüs (Covid-19), 2020). Nakdi ücret ödemesi hesaplaması şu şekilde yapılmaktadır: “Nakdi ücret 53 desteğini hak eden her bir kişi için yapılacak ödeme miktarı; 39,24 Türk Lirası olarak belirlenen bir günlük tutardan damga vergisi düşüldükten sonra hesaplanan tutar ile ödemeye hak kazanılan gün sayısı çarpımı sonucu elde edilen tutara tekabül eder” (İŞKUR). Nakdi ücret desteği, kısa çalışma ödeneği ve fesih yasağı uygulamaları 1 Temmuz 2021 tarihine kadar belirli aralıklarla uzatılarak uygulamada kalmıştır (T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, 2021).

17.02.2021 tarih ve 31398 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Yiyecek ve İçecek Hizmeti Faaliyetlerinde Bulunan İşletmelere Koronavirüs Salgını Nedeniyle Verilecek Ciro Kaybı Desteği Programı ve Uygulama Esasları Hakkında Tebliğ ile; destek programından yiyecek ve içecek sektöründe faaliyet gösterip KDV mükellefiyeti olan, 2019 yılı veya öncesinde başladığı işine devam edip 27.01.2021 tarihi itibarıyla aktif mükellefiyeti bulunan, 2019 yılındaki cirosu 3 milyon TL ve altında olup 2019 yılı cirosuna oranla 2020 takvim yılındaki cirosu en az yarı oranında azalan işletmelerin esas faaliyet konusu üzerinden bir kez faydalanabilecekleri duyurulmuştur. Ciro kaybı desteği, tek seferde ödenmek üzere 2.000 TL’den az ve 40.000 TL’den fazla olmamak üzere işletmelerin 2020 yılındaki cirolarının 2019 yılındaki cirolarına oranla azalan tutarının %3’üdür. Ciro kaybı desteğine hak kazananların 3323 sayılı Cumhurbaşkanı Kararı kapsamında 3.000 TL destekten faydalanmış olmaları halinde, almış oldukları 3.000 TL destek verilecek ciro kaybı desteğinden mahsup edilecek ve varsa kalan tutar bu işletmelere ciro kaybı desteği olarak verilecektir. Sağlanan destekle salgın döneminde en büyük hasarı alan sektörlerin başında gelen yiyecek ve içecek hizmeti veren işletmelerin ciro kayıplarının bir bölümü destek kapsamında karşılanmış bulunmaktadır (<https://www.resmigazete.gov.tr/17.02.2021>).

2.5.3. Tüketici Davranışlarında Meydana Gelen Değişimlerin Etkisi

Pandemi süreci, ülkemizde ve dünyada hayatın her alanında köklü değişikliklere yol açmış ve ekonomik yaşamı da derinden etkilemiştir. Bu dönemde çoğu sektörlerde duraklama yaşanırken, bir kısım sektörlerde hızlı bir büyüme yaşanmıştır. Özellikle sağlık, turizm, gıda, ulaşım ve e-ticaret gibi sektörlerde ciddi değişiklikler meydana gelmiştir. Tüketici davranışları da salgının etkisiyle hızlı bir dönüşüm geçirmiştir. İnsanlar, izolasyon önlemleriyle temel ihtiyaçlarına odaklanarak virüs riskinden korunmak amacıyla kalabalık alanlardan uzaklaşmaya başlamışlardır. Bu durum, birçok işletmenin kapanmasıyla birlikte tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarını değiştirmesine neden olmuştur (Baltacı, Akaydın, 2020: 57).

Covid-19 pandemisi sırasında, tüketicilerin hijyen kaygılarından kaynaklı olarak, evde yemek yapma isteği arttığı araştırma verilerine yansımıştır. Araştırmalara göre pandeminin etkisi ile evden çalışma, eğitim, spor yapma, yemek pişirme gibi aktivitelerin yanı sıra, alışverişlerde online kanalların tercih edilmesi ve nakit yerine kredi kartı kullanma alışkanlığının yaygınlaştığını göstermektedir. Ayrıca, hijyen ve sağlık konularına duyarlılığı artan bu tüketici profili, zorunlu ihtiyaçları haricinde harcamalarını da kısıtlamıştır. Covid-19 pandemisi süreci ile yaşıntımıza giren bazı davranışların pandemi sürecinden sonra da devam edeceğini söylemek mümkündür (Aytekin, 2020).

Evde vakit geçirmeye uyum sağlamaya çalışan insanlar, kendilerine yeni ve farklı aktiviteler bulmaya çabalamışlardır. Euromonitor International, 10 Kasım 2020 tarihinde Türkiye’de tüketici davranışlarını inceleyen bir araştırma gerçekleştirmiştir. 1.043 katılımcıyla gerçekleştirilen bu araştırmanın sonuçlarına göre, salgın döneminde evde kalan tüketiciler, zamanlarının büyük bir bölümünü görsel içerik izlemeye ayırmışlardır. Diğer etkinlikler ise sırasıyla internette vakit geçirme, ev temizliği, aile ile iletişim, evde spor, arkadaşlarla ve akrabalarla telefon görüşmeleri ve online alışveriş olmuştur. Ayrıca, araştırmaya katılanların %79’u evde yemek yapmayı tercih ettiklerini belirtmişlerdir (Hacıaloğlu ve Sağlam, 2021: 20).

Pandemi döneminde devletlerin almış olduğu kısıtlama tedbirleri birçok alanda etkisini göstermiştir. Örneğin sokağa çıkma yasağı uygulanırken evlerinde kalan insanlar, büyük oranda hizmete açık restoranlardan yemek siparişi vermek yerine beslenme ile ilgili gereksinimlerini kendi olanaklarıyla kendi mutfaklarında karşılama yoluna gitmişlerdir. Bu süreçte bireyler, ekmeklerini dahi kendileri yaparken tarla, bağ-bahçe işleri ile daha fazla ilgilenerek yaşam tarzlarını değiştirmişlerdir. Hobi olarak bağ ve bahçelerde sebze

yetiştirenlerin sayısı artmıştır. Nitekim pandeminin sosyal-ekonomik-sağlık etkileri bireylerin yiyecek ve giysi seğimi eğilimlerine de yansımıştır (Kotler, 2020).

2.6. İşletmelerin Değişen Tüketici Davranışlarına Uyum Süreci

Pandeminin etkisiyle e-ticaret alanında önemli gelişmeler ve dönüşümler geręekleřmiřtir. Durumu iyi analiz eden ve internet üzerinden satış yapmaya yönelen işletmeler, bu süreçten daha avantajlı bir şekilde çıkmışlardır. Bu geğiş, onların karlılıklarını artırmalarını sağlamıştır (Erdoğan, 2020: 1300). Pandemi bir anlamda geleneksel alışveriş yöntemlerinin online alışverişe evrilmesini hızlandırmıştır (Güven, 2020: 252).

Covid-19 salgını döneminde bireylerin satın alma davranışlarındaki değişim online yemek siparişi alanında kendini hissettirmiştir (Alaimo, Fiore ve Galati, 2020: 18, akt; Gülçiçek Tolun ve Bulut, 2021).

Pandemi öncesinde, yoğun çalışma temposu ve zaman kısıtlamaları sebebiyle hızlı ve pratik yemek çözümlerine olan gereksinim fazlaydı. Ancak pandemi döneminde, insanların sosyal hayatlarının kısıtlanması ve karantina uygulamaları sebebiyle bu hizmete olan talep daha da yükselmiştir (Chai ve Yat, 2019: 63, akt; Manap Davras, 2023).

Yiyecek ve içecek sektörü tarafından artan online yemek siparişi talebini karşılamak amacıyla çeşitli formüller geliştirilmiştir. İşletmeler, kendi imkanları ile kurdukları veya aracı hizmet platformları aracılığıyla bu hizmeti sunmaya başlamıştır. Beslenme alışkanlıklarındaki farklılaşmanın yanı sıra, pandemi döneminde sosyal mesafenin artması, evde geçen karantina sürelerinin uzaması ve sağlık endişesi gibi faktörler, insanları evde yemek pişirmeye ya da online sipariş vermeye yönlendiren nedenler olmuştur. Bu tercihler sonucunda, online hizmet sunan yiyecek ve içecek işletmelerinin sayısında belirgin bir artış olduğu gözlemlenmiştir.

Research and Markets'ın 2020 yılına ait araştırma verilerine göre, dünya genelinde online yemek hacmi 2019'da 107,44 milyar dolardan 2020'de %3,61'lik bir büyüme ile 111,32 milyar dolara çıkmıştır. Türkiye'de ise Tüm Restoranlar ve Turizmciler Derneği (TURES) verilerine göre, salgın döneminde online yemek hizmetinin hacmi iki kat artarak 7 milyar TL'ye ulaşmıştır. Türkiye'de 2001 yılında kurulan yemek sipariş platformları (Yemek Sepeti, Getir Yemek, Sodexo Plus, Tıkla Gelsin, Ne Yiyelim, Yettim, Yemeksiparişi, Acıkınca, Oburiks vb.) hızla yaygınlaşarak, özellikle küçük ve orta ölçekli restoranların daha fazla sipariş alarak, geniş bir müşteri kitlesine hitap etmesine olanak tanımıştır (Akgün ve Zerenler, 2021: 130).

Teknoloji alanındaki gelişmeler sayesinde, yerel, ulusal ve uluslararası işletmeler

online sipariş sisteminin önemini fark etmiş ve bu hizmeti kendi platformları veya e-aracı platformlar üzerinden sunmaya başlamışlardır. Pandemi döneminde, dışarıda yemek yemenin güvenliği konusunda yaşanan belirsizlikler, sosyal mesafe kuralları ve izolasyon koşulları, insanların web siteleri veya mobil uygulamalar vasıtasıyla yemek siparişi vermeyi tercih etmelerine yol açmıştır. Bu süreçte ilgili belirsizlikler azalmış olsa da dışarıda yemek yeme konusunda hâlâ bazı endişeler devam etmektedir (İflazoğlu ve Aksoy, 2020: 3362).

COVID-19 pandemisi ile mücadele etmek adına alınan tedbirler doğrultusunda, tüketiciler daha hijyenik ve az temas ile hizmet sunan restoranları tercih etmeye başlamıştır. İnsanlar, sağlık endişeleriyle, temiz ve sosyal mesafe kurallarına uyan işletmelerden hizmet almakta ve bu tür restoranları daha güvenilir bulmaktadır (Bozagic vd. 2021: 5).

COVID-19 pandemisi süreci tüketici davranışı üzerinde etkili olarak işletmeler tarafından tüketicilerin yiyecek içecek işletmelerine olan beklentilerinin ve değerlendirmelerinin iyi analiz edilmesini önemli hale getirmiştir (İflazoğlu ve Aksoy, 2020: 3364). Bu doğrultuda restoran işletmelerinin de çalışma şekillerini dönüşüme uğratarak mevcut kriz sürecinde tüketici talebi doğrultusunda ve insan teması olmadan ya da minimum düzeyde temas ile hizmet sunmak adına işletmeleri kritik öneme sahip olan stratejik kararlar almaya zorlamıştır (Yeşilyurt ve Kurnaz, 2021: 51).

Restoranlar genel olarak kapalı ve oturma mesafesinin yakın olduğu mekanlar olduğu için, sosyal mesafe kurallarının uygulanması da güçtür. Müşterilerin sosyalleşme amacıyla uzun süre vakit geçirebildiği ve insan yoğunluğunun fazla olduğu bu ortamlar, COVID-19 salgını sırasında uygulanan kısıtlama ve yasaklardan ciddi şekilde etkilenmiş ve önemli ölçüde ekonomik kayıplar yaşamıştır. Restoran işletmecileri pandemi sürecinin yarattığı bu ekonomik zorluklarla başa çıkmak ve kayıplarını en aza indirmek için çeşitli stratejiler geliştirmiştir (Tatar vd. 2022: 158). Bu açıdan pandemi öncesinde gelişen ve giderek artan bir talep gören dijital teknolojilerin, bu dönemde daha çok tercih edildiği görülmektedir. Bu süreçte, işletmelerin hizmet sunuş yöntemleri de büyük ölçüde değişmiştir (Nalbantoğlu, 2021: 13). Restoranlar, bu dönemde salgın tedbirleri doğrultusunda faaliyetlerine devam etmişlerdir. Bölünmüş yemek alanlarında hizmet sunulması (Zhong vd. 2021), temassız ateş ölçüm cihazları, temassız pos cihazları, fotoselli ya da sensörlü kapılar, fotoselli sıvı sabun, çöp kovası ve el dezenfektanları (Bozagic vd. 2021: 5; Bayrak ve Daşpınar, 2021: 878), etkileşimli restoran masaları, mutfak görüntüleme sistemleri, sipariş kioskları, şef robotlar, hizmet robotları (Özen ve Akpınar, 2022: 96-98), paket servis, çevrim içi yemek siparişi, QR kodlu dijital menüler, bulut mutfaklar vasıtasıyla yapılan hizmet faaliyetleri restoran işletmelerinde COVID-19 pandemi sürecinde restoran işletmelerinin yeni hizmet biçimleri

arasında yerini almıştır (Alrawadie ve Çifçi: 2021: 446-447).

2.6.1. Online Sipariş

Pandemi döneminde geçici olarak veya yalnızca belirli saat ve günlerde paket servis hizmeti sunmalarına izin verilen restoranlar, düşen gelir ve kâr oranlarını belli bir düzeyde korumak, tüketici taleplerini karşılamak için çevrim içi sipariş uygulamaları aracılığıyla hizmet vermeye yönelmiştir (Liv vd. 2022; Ünal ve Taş, 2021: 2694; Şimşek, 2020: 171, akt; Nur Kabil, 2023).

İstatistikler, COVID-19 salgınının online yemek dağıtım hizmetlerinde büyük bir büyümeye neden olduğunu göstermektedir. 2020 yılında dünya genelindeki restoranların çevrimiçi yemek dağıtım faaliyetleri %47 oranında artış göstermiştir. 2021 yılı itibarıyla ise dünyada 1,6 milyardan fazla tüketici, online yemek dağıtım hizmetlerinden faydalanmıştır (Li vd. 2022, akt; Nur Kabil, 2023).

2.6.2. Dijital Menüler ve QR Kod Uygulaması

Restoranlar için menü, müşterilerle fiziksel temas kuran önemli bir unsurdur. Bu teması azaltmak, müşterilerin ve sektör çalışanlarının sağlığını korumak amacıyla, geleneksel menülerin yerine elektronik tabanlı menüler kullanılmaya başlanmıştır. Bu elektronik menüler arasında Quick Response (QR) kodlarıyla erişilen menüler en sık kullanılanıdır (Şahingöz ve Yalçın, 2021: 162). Bu uygulamada müşteriler, restoranın QR kodundan, doğrudan restoran tarafından oluşturulan menü sayfasına ulaşmaktadır (Özen ve Akpınar, 2022: 97).

2.6.3. Temassız Ödeme

COVID-19 pandemisi sürecinde hem tüketiciler hem de restoran işletmeleri tarafından, virüsün yayılma riskini azaltmak amacıyla temassız kartlar ve mobil cüzdanlar gibi temassız ödeme yöntemlerinin kullanımı hızla benimsenmiştir (Zhong vd. 2021). Pandemi döneminin etkisiyle, tüketicilerin temassız ödemelere yönelme oranı ve kullanımı önemli ölçüde artmıştır. 2019 yılıyla karşılaştırıldığında, 2020 yılında temassız kartlarla yapılan işlemlerin adet bazında %244, tutar bazında ise %492 oranında bir artış göstermesi, bu yeni ödeme yöntemlerinin pandemi döneminde yaygınlaştığını göstermektedir (Çevik ve Teber, 2021: 207).

2.6.4. Lojistik Faaliyetlerinin İyileştirilmesi

Yapılan çalışmalarda Covid-19 pandemisinin online satışa yönelen işletmelerin büyümesine katkı verirken, temel öneme sahip ihtiyaçların teslimatı için lojistik sektörüne olan talebi artırdığı görülmüştür. Özellikle gıda, içecek, maske, ilaç ve aşı gibi insanlar için kritik değerdeki ürünlerin zamanında teslim edilmesi, lojistik alanına duyulan önemi artırmıştır (Choi, 2021: 4).

Genel bir değerlendirmede bulunmak gerekirse, bütün dünyada pandemi sürecinde değişen tüketici alışkanlıklarını dikkate alan işletmelerin sürecin olumsuzluklarından daha az etkilendiği ifade edilebilir. İşletmelerin gösterdiği uyum stratejileri içinde online sipariş, dijital menüler, Qr kod kullanımı, temassız ödeme dikkat çeken uygulamalar arasında yer almaktadır. Şüphesiz ki, müşterilerin de bu stratejileri benimsemiş olması, katılım göstermeleri, bilhassa yeme içme sektöründeki girişimcilerin sorunlarla mücadelede öngörü geliştirmelerine de katkı sağlamıştır. Pandemi olgusundan Türkiye’de hizmet veren yeme içme sektörünün hangi açılardan etkilendiğine dair Amasya örnekleminde hareket eden bu çalışmanın ortaya çıkardığı sonuçları da bu stratejilerle birlikte değerlendirmek gerekir.

III. BÖLÜM

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmada, pandemi sürecinin yeme-içme sektörüne etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda nitel araştırma yönteminin tekniklerinden yararlanılmıştır. Çalışma nitel araştırma yönetiminin bir çeşidi olan durum çalışması modelindedir. Nitel araştırma desenleri kapsamında yer alan durum çalışması modelinde; kişi, olay, süreç, ortam vb. etmenler araştırılır etkiledikleri ve etkilendikleri durum üzerine odaklanılır (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 73). Yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla katılımcılara yüz yüze sorular sorulmuş, alınan ses kayıtları çözümlenmiştir.

3.2. Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini Amasya ilinde yeme-içme sektörü kapsamında yer alan işletme sahipleri oluşturmakta olup örneklem grubu 1 kebab, 2 dürüm, 4 lokanta, 3 cafe işletmecisi olmak üzere toplamda 10 işletmeciden oluşmaktadır. Çalışmada örneklem grubu ölçüt örneklem yöntemi ile belirlenmiştir. Çalışmadaki ölçüt olarak katılımcılar, Covid-19 sürecinde Amasya ilinde yeme içme sektöründe işletme sahibi olanlar arasından seçilmiştir.

3.3. Veri Toplama Aracı

Bu çalışmanın yürütülmesi hususunda, Amasya Üniversitesi Sosyal Bilimler Etik Kurulu tarafınca 12.02.2024 tarihli 108.01-179289 sayılı etik kurul kararı ile onay alınmıştır. İktisat Teorisinde Girişimcilik ve Pandemi Sürecinin Yeme-İçme Sektörüne Etkisini incelemek amacıyla yüksek lisans öğrencisi Hüseyin ÇOBAN ve Doç. Dr. Yusuf Kemal ÖZTÜRK tarafından 6 sorudan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır.

Yarı yapılandırılmış görüşme formunda;

- ✓ *Pandemi süreci, yeme-içme sektöründe faaliyet gösteren girişimcileri nasıl etkiledi?*
- ✓ *Restoranlar, kafeler ve benzeri işletmelerde girişimcilik faaliyetleri nasıl şekillendi?*
- ✓ *Pandemi, yeme-içme sektöründeki işletmelerin istihdam durumunu nasıl etkiledi?*

- ✓ *Girişimciler, ř̇şletmelerini ayakta tutmak ve istihdamı korumak için hangi stratejileri benimsedi?*
- ✓ *Pandemi süreci, tüketicilerin yeme-içme alışkanlıklarını nasıl değiştirdi ve bu değişiklikler girişimcileri nasıl etkiledi?*
- ✓ *Girişimciler, talepteki bu değişikliklere nasıl uyum sağladı?*

3.4. Verilerin Toplanması

Etik kurul onayından sonra ř̇şletmecilerle ile belirlenen gün ve saatte yüz yüze görüşmeler yürütölmüş ve veri kaybına sebebiyet vermemek için görüşmeler ses kaydına alınmıştır. İşletme sahipleri ile yüz yüze gerçekleştirilen görüşmeler 60-120 dakika arasında değişkenlik göstermiştir.

3.5. Verilerin Analizi

Çalışmada araştırmacı Çoban ve Öztürk (2023) tarafından hazırlanan yarı yapılandırılmış “İktisat Teorisinde Girişimcilik ve Pandemi Sürecinin Yeme-İçme Sektörüne Etkisi” konulu görüşme formu kullanılmıştır. Görüşmeler ses kaydına alınmıştır. Elde edilen ses kayıtlarının yazıya dökümü gerçekleştirilmiş ve Nvivo programında çözümlenmiştir. Betimsel analiz yöntemi ile çözümlenen verilerin analizi sonucunda, kod ve tema listesi oluşturulmuş ve tabloleştirilmiştir.

IV. BÖLÜM

4. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde elde edilen verilerin analiz sürecine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Tablo 5. Katılımcılara ilişkin demografik bilgiler

	Yaş	Cinsiyet	Gelir Durumu	Eğitim Durumu	Meslek	Çalışma Yıl
K1	50	Erkek	Orta	Lise	Kebapçı	20
K2	43	Erkek	Orta	Lise	Lokanta	5
K3	53	Erkek	Orta	İlkokul	Dürümcü	20
K4	37	Erkek	Orta	Lise	Lokanta	15
K5	28	Erkek	Orta	Lise	Cafe	5
K6	54	Erkek	Orta	Lise	Dürümcü	2
K7	48	Erkek	Orta	Ortaokul	Cafe	20
K8	34	Erkek	Orta	Lise	Lokanta	10
K9	57	Erkek	Orta	Ortaokul	Lokanta	15
K10	51	Erkek	Orta	Ortaokul	Cafe	15

Tablo 5’de girişimcilere ilişkin bilgiler yer almaktadır. Çalışmaya 1 kebab, 2 dürüm, 4 lokanta, 3 cafe işletmecisi olmak üzere toplamda 10 işletmeci katılmıştır. İşletmecilerin tamamı orta gelir düzeyine sahip olmakla birlikte yaş aralığı 37-57 yıl arasında değişkenlik göstermektedir. Buna ilaveten eğitim durumları ise çoğunlukla lise düzeyindedir. Söz konusu sektörde çalışma yılları ise 2 ila 20 arasında değişmektedir. İşletmecilerin tamamının erkek olması bilinçli bir seçim olmamakla birlikte Amasya gibi küçük ölçekli bir şehirde işletme sahiplerinin cinsiyetlerinin çok büyük oranda erkek ağırlıklı olduğunu göstermesi açısından kayda değerdir.

Tablo 6. Pandemi sürecinin sektörde faaliyet gösteren girişimcileri etkileme durumu

Name	Node Type	Name	Coded Words	Coded Text
				Gelir kaybı Tedirginlik oldu Satışlarımız durma noktasına geldi Yatırım yapamadık İşletmemiz duraklama yaşadı İçeceklerimiz evde yapılabiliyor Çok fazla etkilendik Kafelerde sohbet edilemiyor Bir dönem kapalı kaldık Ciddi anlamda gelir kaybı yaşadık Yeni işletmeydim Hazırlıksız yakalandım Müşteriler kapalı alanları tercih etmediler
Etkileme	Node	Esnaf	58	

Revize gerekiyordu Küçülmeye gittik Tüketiciler çekimser kaldı Ciromuz çok düştü İnsanlar ürünlerini kendileri yapabiliyordu
Reports

Tablo 6’da pandemi sürecinin sektörde faaliyet gösteren girişimcileri etkileme durumuna ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Elde edilen verilerin analizi sonucunda girişimcilerin özellikle başlangıç sürecinde işletmelerini kapattıkları, küçülmeye gittikleri, cirolarının düştüğü tespit edilmiştir. Nitekim yeni işletmelerin ve cafe sahiplerinin ürünlerinin tüketiciler tarafından rahatlıkla yapılabilmesi durumundan kaynaklı olarak bu süreçten olumsuz etkilendikleri sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcılarla yürütülen görüşmeler kapsamında aşağıda örnek alıntılara yer verilmiştir.

K2 “Pandemi süreci işletmemizi olumsuz etkiledi. İşletmemiz bir turizm işletmesi ve müşteri portföyümüzün bir kısmını şehri gezmek için gelen ziyaretçilerimiz oluşturuyor. Kısıtlamalardan dolayı kimse seyahate çıkamadığı için işletmemiz bu yönden olumsuz etkilendi. Ayrıca yerel müşteri olarak belli bir yaş grubuna (45 yaş ve üzeri) hitap etmekteyiz. Orta yaş grubu da diyebiliriz. Kapanmalardan ötürü bu grup müşterilerin pandemi sebebiyle bir tedirginliği oldu. Satışlarımız durma noktasına geldi. Turizm işletme olarak faaliyet veriyoruz ve pandemi sebebiyle gezip görme amaçlı turizm faaliyetleri durduğu için sıkıntılı bir dönem geçirdik. Geleceğe yönelik yatırım yapamadık, sadece mevcut düzenimizi devam ettirebilmek adına alternatif yollar aradık.”

K3 “Ben sadece tavuk döner satmaktayım. Pandemi sebebiyle sokağa çıkma yasakları, kısıtlamalar sebebiyle zaten bir süre kapalı kaldık. Sonrasında alınan tedbirlerle birlikte dükkanlarımızı açtık ancak sosyal mesafe kuralları nedeniyle tam kapasite hizmet veremedik. Bu süreçler sebebiyle gelir kayıplarımız oldu. Yakınımızda bir okul var, esnaf da bizden döner yiyor. Kapanmalar ve kısıtlama tedbirleri sebebiyle hitap ettiğimiz müşteriler olmayınca bizde işletmemizi bir dönem kapalı tuttuk.”

K9 “Pandemi süreci bizim sektörümüzde gelir kayıplarına sebep oldu. İnsanların evlere kapandığı evden çalışmanın yaygınlaştığı bu dönemde özellikle esnaf lokantaları olarak bizler zor durumda kaldık. Sokağa çıkma yasakları sebebiyle kapalı kaldık. Kısıtlama tedbirleri sonrasında dükkanlarımızı açtığımızda ise tüketiciler hijyen kaygısı sebebiyle, pandemi öncesine göre daha çekimser kaldılar. Açık alanı bulunmayan bizim gibi işletmeler olarak sınırlı sayıda müşteriye hizmet verebildik. Ciromuz çok düştü.”

Tablo 7. Pandemi sürecinin sektördeki neden olduğu değişimler

Name	Node Type	Name	Coded Words	Coded Text
Değişimler	Node	Esnaf	101	Paket servise başladık Süreci izledik Zamanla tedirginlik azaldı Hijyen ön plana çıktı Sosyal mesafe kuralları ön plandaydı Yemek satış platformlarına üyelikler yaptık

Name	Node Type	Name	Coded Words	Coded Text
				Personele bilgilendirmeler yaptık Ciddi gelir kayıpları yaşadık Yatırım gücümüz yoktu Eski sistem devam ettik Teknoloji ile aram iyi değil Yönlendiren olmadı Sulu yemek satışları durma noktasına geldi Çorba talepleri arttı İnsanlar yemeklerini evde yapmaya başladılar Herkes tedirgindi Paket servisten faydalanamadık Fastfood çalışanlar olumsuz etkilendi Besin değeri yüksek yiyecekler tercih edildi Talepte düşüşler yaşandı Ürünler elimizde kaldı Tek kullanımlık materyaller aldık Akşam ve gece hizmetini kapattık Paket servis yapmaya başladık Sosyal medya, radyo ve broşür kullanımı arttı Izgara yapmaya başladık İnsanlar temastan kaçtı
			Reports	

Tablo 7’de pandemi sürecinin sektördeki neden olduğu değişimlere ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Elde edilen verilerin analizi sonucunda işletmelerin süreci gözlemledikleri, özellikle paket servise ağırlık verdikleri, temizlik ve hijyeni ön plana çıkardıkları, tek kullanımlık materyaller aldıkları (plastik çatal, buçak vb.), lokantaların akşam ve gece hizmetini kapattıkları, yemek platformlarına üye oldukları, sulu yemekten ziyade özellikle çorbaya yönelik taleplerin arttığı tespit edilmiştir. Öte yandan özellikle küçük işletmelerin teknolojiden yararlanamaması, borçlanmak istememe ve yönlendirilememe durumundan kaynaklı olarak duraklama süreci yaşadıkları saptanmıştır. Buna ek olarak börek, çörek, ekmek, pasta vb. ürünlerin evde yapılmasından kaynaklı olarak cafe sahiplerinin bu süreçten olumsuz etkilendikleri ve paket servisten faydalanamadıkları belirlenmiştir. Katılımcılarla yürütülen görüşmeler kapsamında aşağıda örnek alıntılara yer verilmiştir.

K1 “Amasya şartlarında orta ölçekli bir restoran olarak faaliyet gösteriyoruz. Öncelikle süreci izleme yönünde karar aldık. Günlük satışlarımızı incelediğimizde kapanmanın etkisiyle düşen satışlarımızın zamanla paket servis ile yavaş yavaş toparlandığını gözlemledik ve bu sebeple faaliyetlerimize devam etme kararı aldık. İşletmemizin faaliyetlerine ara verseydik bu süreci gözlemlene şansımız olmayabilirdi. Zamanla müşterilerimizin de tedirginliği azalınca satışlarımızda toparlanmalar oldu. Yüksek kazançlar elde etmememize rağmen, işletmemizi ayakta tutacak yol olarak paket servise ağırlık verdik.”

K2 “Finansal yapımız yeni bir işletme olduğumuz için çok güçlü değildi Kira, SGK giderleri, vergiler ve genel giderlerimiz var işletmemizi ayakta tutmak için bir turizm işletmesi olarak değil, yerel bir lokanta gibi hizmet vermeye başladık.

Bizimle özdeşleşen et dönerimizi paket usulüyle satmaya başladık. Aynı şekilde ızgara türünde meze türünde paket servise başladık. Mutfak düzenimizi de bu yönde revize ettik. Kar elde etmekten ziyade genel giderlerimizi karşılama yönünde böyle bir karar aldık. Tamamını karşıladığımız söylenemez, zarar ettik çoğu aylarda. Ancak istihdamı korumak için işletmemizin faaliyet alanında olan diğer hizmetleri ön plana çıkardık.”

Tablo 8. Pandemi döneminin sektördeki istihdam sürecine etkisi

Name	Node Type	Name	Coded Words	Coded Text
İstihdam	Node	Esnaf	55	İşçi çıkarmayı düşünmedik Ekonomi zarar görebilirdi Fedakârlık yaptık Giderleri paket servisten karşıladık Personelimiz farklı sektörlerle geçti Nitelikli personel bulmakta zorlandık Oğlum ile devam ettim Aile işletmesiyiz Personeli azaltmaya gittik Personeli yarı zamanlı olarak çalıştırdım Kurye aldım Minimum personelle devam ettim Personelimiz kısa çalışma ödeneğinden faydalandı İstihdamı koruduk Kalifiyeli personellerimizi çıkartmadık
Reports				

Tablo 8’de pandemi döneminin sektördeki istihdam sürecine etkisine ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Elde edilen verilerin analizi sonucunda özellikle lokanta, aile işletmesi ve köklü işletmelerin personel çıkarmadıkları, bazı işletmelerin özellikle kalifiyeli personeli çıkarmamak için direndikleri, küçük ve yeni işletmelerin ve cafe sahiplerinin personeli kısa çalışma ödeneğinden ve kira yardımından faydalandıkları fakat sürecin sonunda yine personel çıkartmak zorunda kaldıkları belirlenmiştir. Katılımcılarla yürütülen görüşmeler kapsamında aşağıda örnek alıntılara yer verilmiştir.

K1: “Çalışma saatleri itibari ile işletmemiz akşam saatlerinde daha yoğun olarak hizmet vermektedir. Devletimizin aldığı kısıtlama tedbirleri bu saatlere denk geldiği için kapanış saatimiz daha erken saatlere alındı. İnsanlar dışarda yeme içme alışkanlıklarını belli dönemlerde askıya aldılar. Evde kaldıkları sürede restoranlarda yapılan yemek, meze vs kendileri yaptılar. Bu sebeple müşteri sayımızda azaldı ve gelir kayıpları yaşadık. Yaşadığımız bu gelir kaybı sebebiyle istihdam durumumuz da olumsuz etkilendi. Kısa çalışma ödeneği ile bu kriz sürecini finanse etmeye çalıştık. Sektördeki daralma sebebiyle garson, komi olarak çalışan arkadaşlarımız pandemi döneminde farklı sektörlerle geçiş yaptılar. Meslekte yetişmiş bu arkadaşlar özellikle kuryelik gibi pandemi döneminde ihtiyaç duyulan mesleklere geçiş yaptılar. Bu sebeple nitelikli personel bulmakta zorlandık.”

K4 “Biz bir aile işletmesiyiz. Çalışanlarımız (mutfak, servis, garson, bulaşık) hepsi aile bireylerinden oluşuyor. Gelirlerimiz düşmesine rağmen kendi işletmemizde çalışan bireyler olarak işletmemize sahip çıktık. Tüm

çalışanlarımız işlerine devam ettiler. Mesai saatlerinden de bu duruma uygun düzenlemeler yaptık. Müşterilerimiz sokağa çıkamadığı için paket servis şeklinde devam etti hizmetlerimiz. İşletmemizde çalışan personellere ücretli olarak dönüşümlü izin kullandırarak. Bizim gibi aile işletmeleri istihdam konusunda diğer işletmelere göre biraz daha avantajlı olduğunu düşünüyorum. İşletmenin devamını sağlamak adına kazanç elde etmekten çok ekibimizi korumaya, pandemi sonrasına hazır girmeye yönelik tedbirler aldık.”

Tablo 9. Pandemi sürecinde girişimcilerin benimsediği stratejiler

Name	Node Type	Name	Coded Words	Coded Text
Stratejiler	Node	Esnaf	75	Garsonları paket servis sürecine dâhil ettik Elemanların yükünü hafiflettik Deneyimli personeli koruduk Eşit şartlarda çalıştırdık Yeni işletme olduğundan güçlü değildik Turizm işletmeciliğinden yerel lokantaya evrildik Genel giderleri karşılamaya yöneldik Devlet desteğiyle devam ettim Ödenek ve kira yardımı aldık Dönüşümlü çalışmaya başladık İstihdamı koruyamadık Paket servisi genişletmeye çalıştık İşlerin çoğu paket servise döndü Şantiyelerle görüştüm Anlaşmalar yaptım İnşaatlara servis yaptım Bankaların düşük faizli kredi paketlerine de müracaat ettik İşletmede tadilatlar yaptık Ürünü gecikmeden teslim ettik
Reports				

Tablo 9’da pandemi sürecinde girişimcilerin benimsediği stratejilere ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Elde edilen verilerin analizi sonucunda özellikle lokantaların garsonları paket servis sürecine dahil ettikleri, deneyimli personelleri korudukları, turizm işletmeciliğinden yerel lokantaya evrilmek zorunda kaldıkları, devlet desteğiyle devam ettikleri, dönüşümlü çalışmaya başladıkları, bazı işletmecilerin (lokanta) şantiyelerle görüştükleri ve aylık anlaşmalar yaparak inşaata servis hizmeti verdikleri, işletmede tadilat yaptıkları (bahçe düzenlemeleri, açık alan oluşturma vb. gibi) tespit edilmektedir. Diğer yandan özellikle cafe sahipleri ve küçük işletmecilerin istihdamı koruyamadıkları devlet desteğinin tam anlamıyla ihtiyacı karşılayamadığı belirlenmiştir. Katılımcılarla yürütülen görüşmeler kapsamında aşağıda örnek alıntılara yer verilmiştir.

K4: “Pandemi döneminde gelirlerimiz düştüğü için sadece işletmemizi ayakta tutmak için stratejiler belirledik. Kâr elde edemememize rağmen geçici bir

durum olduğunu düşünerek sürece uyum sağlamaya çalıştık. Bizlerde işletmenin bir çalışanıyız sonuçta. Dönüşümlü çalışmaya başladık. Alacağımız ücretleri de ona göre belirledik.”

K5: “Devletimiz bu dönemde işçi çıkarmanın önüne geçebilmek için bazı önlemler aldı. Kısa çalışma ödeneği, kira yardımı gibi desteklemeler oldu. Ancak bu destekler bizim genel giderlerimizin bir kısmını karşılıyordu. Küçük ölçekli işletmeler olarak zaten kendi yağımızla kavuruluyoruz. Pandemi olunca ciddi gelir kayıpları yaşadık. Kapanma ve kısıtlama kararları kalkmasına rağmen insanların kapalı mekanlarda bulunmama davranışı epeyce bir dönem devam etti. Bizde personel sayımızı azaltarak genel giderlerimizi düşürme yolunu tercih ettik.”

K9: “İşyerimiz konum olarak merkezi sayılacak bir yerde idi. Haliyle yaz aylarında yerli turistlerden de müşterimiz oluyordu. Kapanmalar ve kısıtlama tedbirleri sebebiyle hareketlilik durma noktasına geldi ve işlerimiz çok yavaşladı. Pandemi öncesinde sulu yemeklerimiz diğer çeşitlerimize göre daha çok satılıyordu. Pandemi ile paket servis olayı başlayınca bizim konseptte olan işletmelerin çoğu genel olarak paket servise döndü. Bu sefer piyasa da bu alanda bir yığılma oldu. Bende bir farklılık olarak şantiyelere sulu yemek çıkarmak için görüşmeler yaptım. Aylık anlaşmalar yaptık. İşçi sayısı kadar tabldot yemeği çıkararak inşaatlara servis yaptık. Paket servis olarak sunulan hizmetler genelde tanınmış markalar tarafından veriliyor. Bu süreçte kendimizi tanıtmak kabul ettirmek için uzun zamana ihtiyaç duyulabilirdi. Bizde bu riski almak yerine kendimize belli sayıda bir müşteri grubu oluşturarak işletmemizin genel giderlerini karşılamaya çalıştık. Pandemi sonrasında da bu şantiyelerle çalışmaya devam ettik.”

Tablo 10. Pandemi döneminde girişimcilerin, tüketici taleplerine uyum sağlama durumu

Name	Node Type	Name	Coded Words	Coded Text
				Yaşayarak gözlemledik Online satış sitelerine üye olduk Reklamlarda hijyeni ön plana çıkardık Temassız teslimat seçeneği sunduk Kuryeleri bilgilendirdik Esnaflara tabldot yemeği çıkarmaya başladık Paket usulüne geçtik İnsanlar daha titiz davranmaya başladı Hassasiyet devam etti Reklam veremedik Kendimizi tanıtamadık Platform oluşturamadık Özellikle çorba ağırlıklı hizmet verdik İşletmemi devrettim El broşürleri dağıttık Bahçeyi kullanıma açtık Telefonla sipariş aldık Ürünlerin tanıtımını yapamadık Borçlanmak istemedim İşletmemi ayakta tutamadım Konsept değişikliğine gittik Paket servise ağırlık verdik
Uyum	Node	Esnaf	24	

İşletmede açık alan sağlamaya çalıştık Masalara dezenfektan yerleştirdik Tavuk ve et döner servisini kaldırdık Online satışa başladık
Reports

Tablo 10’da pandemi döneminde girişimcilerin, tüketici taleplerine uyum sağlama durumuna ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Elde edilen verilerin analizi sonucunda işletmecilerin bu sürece uyum sağlamak için online satış sitelerine üye oldukları, el broşürleri dağıttıkları, telefonla sipariş aldıkları, hijyene önem verdikleri, temassız teslimat seçeneği sundukları ve bu hususta kuryeleri bilgilendirdikleri, özellikle sulu yemeklerden ziyade çorba hizmeti sundukları, konsept değişikliğine gittikleri, esnaflara tabldot yemeği çıkarmaya başladıkları, masalara dezenfektan yerleştirdikleri belirlenmektedir. Bilhassa cafe sahiplerinin ürünlerinin tanıtımını yapamadıkları, ürünlerin raf ömrünün kısa ve evde yapımının sağlanmasından kaynaklı olarak işletmelerini ayakta tutamadıkları bulgulanmıştır. Katılımcılarla yürütülen görüşmeler kapsamında aşağıda örnek alıntılara yer verilmiştir.

K1: “Yaşanan bu olağanüstü süreç öncesinde herhangi bir deneyimimiz olmadığı için genel olarak yaşayarak gözlemledik. Talep de düşüşler oldu ve işletmemizin ekonomik dengesinde değişiklikler oldu. Kârımızda düşüşler meydana geldi, fakat köklü bir işletmesiniz. Talep düştü kazanç azaldı diye işi bırakma veya faaliyete ara verme gibi bir şansınız yok. İlk önce online satış sitelerine üye olduk. Radyo reklamlarımızda hijyeni ön plana çıkardık. Sürecin hassasiyeti sebebiyle temassız teslimat seçeneği sunduk ve deneyimli kuryelerimizi bu konuda bilgilendirdik.”

K4: “İşletmemiz de sulu yemek, döner, tavuk ve çorba çıkarmaktayız. Pandemi döneminde çorba hariç diğer yiyeceklere talep düşmüşken, çorbaya olan talep arttı. Uzmanların Covid-19 hastalığına iyi geldiğinden bahsetmesi sebebiyle özellikle paça çorbası siparişlerimiz arttı. İşletme olarak sulu yemek, et döner ve tavuk döner daha az, paça çorbası daha fazla olacak şekilde hizmet sunmaya başladık. Hatta bazen sadece çorba ağırlıklı hizmet verdik. Böylece işletme giderlerimizi düşürerek sürece uyum sağlamaya çalıştık. Müşterilerimizin paça çorbasına olan talebinin artması sebebiyle bizim önceliğimizde bu yönde oldu.”

K6: “Talepte belirgin bir düşüş oldu. Bu düşüşü en azında işletme genel giderlerini karşılayacak seviyeye getirmemiz gerekiyordu. Bu sebeple paket servisimizi ön plana çıkaracak tanıtım broşürleri dağıttık. Telefonla sipariş aldık. Ek maliyetlere sebep olmasına rağmen bahçemizde küçük bir tadilat yaparak 2 masalık bir açık alanı kullanıma açtık.”

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Amasya’da yürütülen “İktisat Teorisinde Girişimcilik ve Pandemi Sürecinin Yeme-İçme Sektörüne Etkisi” isimli bu tez çalışmasında, nitel yöntem kullanılarak alanda hizmet veren 10 işletme sahibi girişimciyle yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Görüşmeye katılan işletmecilerden öncelikle demografik ve firma bilgilerinin öğrenilmesine yönelik soruları yanıtlamaları istenmiştir. Katılımcıların yedisi sektörde 10 yıl ve üzeri, üçü ise 2–5 yıl aralığında sektör tecrübesine sahip yeni girişimcilerdir. Görüşme yapılacak işletmeler Covid-19 pandemisinin sektöre uzun ve kısa vadeli etkilerini incelemek üzere ticaret hayatında var olma süresine göre seçilmiştir. Sektörün genel değerlendirmesinin yapılması açısından uzun iş deneyimine sahip olan kişilerin bilgisine başvurulmuşken, pandeminin yeni girişimciler üzerindeki etkilerini inceleyebilmek için 2-5 yıl aralığında sektör tecrübesine sahip yeni girişimciler ile de görüşmeler yapılmıştır.

Görüşmelerden elde edilen veriler COVID-19 pandemisi döneminde kısıtlamalardan etkilenen yeme içme sektöründe yaşanan sorunları da gün yüzüne çıkarmıştır. Verilerin yorumlanmasıyla ortaya çıkan bulguları şu şekilde değerlendirmek mümkündür:

İlk olarak yeme içme sektöründe ciddi gelir kayıpları yaşanmıştır. “Pandemi süreci, yeme-içme sektöründe faaliyet gösteren girişimcileri nasıl etkiledi?” sorusuna verilen cevaplar incelendiğinde, kısıtlamalara dayalı olarak önemli oranda müşterileri azaldığını beyan eden işletmelerin gelir gider dengesinin de buna paralel olarak bozulduğu gözlemlenmiştir. Giderlerini karşılayamayan işletmeler arasında kaygı veren ve belirsizlik üreten bu dönemde kapanan ya da yarı zamanlı çalışanlar olduğu gibi işletmelerin yanında açık alanları olmayanların kapandığı ya da küçülmeye gittiği ifade edilmiştir.

Amasya’da yeme içme sektörünün pandemi sürecinde istihdam sorunlarıyla karşı karşıya kalması diğer bir bulguyu oluşturmaktadır. Uygulamada aile işletmeleri işçi çıkarmayıp mevcut gelir üzerinden ücret planlaması yaparak, mesaipleri de bu duruma göre düzenlemişlerdir. Bazı işletmeler, pandemi döneminin başlamasıyla, nitelikli personelini kaybetmemek için fedakârlık yaptıklarından bahsetmiş, sektörde yeni sayılabilecek yakın dönemde kurulan işletmeler ise finansal sorunlar sebebiyle personel azaltma yoluna gittiklerini belirtmişlerdir.

Sorunlarla mücadelede kurye kullanımına ağırlık vermek, paket servise geçiş, yarı zamanlı personel istihdamı belli başlı önlemler olarak belirginleşmiştir. Elbette bu süreçte yeme içme sektöründe hizmet veren işletme sahipleri yani girişimciler bazı stratejiler

benimsediklerini belirtmişlerdir. Bunlar çoğunlukla istihdamda daralmaya gidiş şeklinde olurken personeli korumaya çalışma düşüncesine sahip olmalarına rağmen ancak verilen hizmetlerde düşüş yaşadıkları için personeli yarım zamanlı istihdam etme yolunu seçmişlerdir. İşletmeler dahil bazılarının gelir desteği ve kira yardımı alamadıkları, kimilerinin ise devlet desteğinden yararlandıklarını ifade edenler olmuştur. Ayrıca yeni iş ilişkilerine giren (inşaat sektörü açık olduğundan yemek hizmeti alanlarla) işletmeler ile tadilat yapan girişimcilerin olduğu da görülmüştür. Diğer yandan sektördeki girişimciler ağırlıklı olarak müşterilerin taleplerini dikkate alarak uyum sağlamaya çalışmışlardır. İşletmelerin uyum geliştirdikleri konular çalışmanın bulguları arasında yer almaktadır. Bu çerçevede süreci yaşayarak gözlemleyenlerin yanında online satışlara ağırlık verenler, konsept değişikliğine gidenler, hijyen ağırlık hizmet verdiklerinin reklamını yapanlar, temassız teslimat seçeneğini önerenler olduğu gibi sürece uyum gösteremeyip platform oluşturamayanlar, tanıtım yapamayanlar ve borçlanmak istemeyip işletme devri yapanlar olduğu da vurgulanmıştır.

Yapılan görüşmelerde, üç işletme, kapanış dönemindeki kayıplarını telafi edebilmek amacıyla menülerinde hızlı bozulabilen, maliyetli ve düşük talep gören ürünleri azaltıp, daha fazla talep gören ürünlere odaklandıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca, işletmeler Sağlık Bakanlığı tarafından belirlenen kurallar doğrultusunda, müşterilerine hijyenik bir ortam sağlamak ve güvenli hizmet sunabilmek için ek hijyen önlemleri almışlardır. Katılımcılar, bu önlemlerin işletme giderlerini artırdığına dikkat çekmişlerdir. Diğer yandan, bazı işletmeler daha önce kullanmadıkları kurye hizmetini devreye almışlardır. Bu hizmeti sağlamak için bazıları ek kurye aracı ve personel istihdam ederken, bazıları ise bu hizmeti garson olarak çalıştırdığı personeller üzerinden yapmaya çalışmışlardır.

Her işletme, konumları ve sundukları hizmetler doğrultusunda farklı müşteri kitlelerine sahiptir. Yapılan görüşmelerde, üç işletme mevcut konumun avantajının bir anda kaybolmasıyla birlikte müşterilerini kaybettiklerini, hedefledikleri müşteri kitlesinin tamamen değiştiğini ve paket servise geçiş ile farklı bir müşteri portföyüyle karşılaştıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların ikisi işletme giderlerini karşılayabilmek için daha önce müşteri profilinde olmayan (şantiye, esnaf v.b) gruplarına yöneldiklerini belirtmişlerdir. Bu durum, girişimcilerin karşılaşılan bu kriz anında, işletmelerin devamlılıklarını sürdürebilmek adına müşteri ihtiyaçlarına uyum sağlamaya çalışma yeteneklerinin ve esnekliklerini önemini ortaya koymaktadır.

İşletme sahiplerinin yaşanan sorun nedeniyle bazı önlemler aldığı görülmüştür. Pandemi sürecinde yeme içme sektöründe ortaya çıkan değişimlerle tanımlanan önlemler

çatısı altında paket servise geçiş, sosyal mesafe kurallarına uygun hijyen ağırlık hizmet anlayışı, yemek satış platformlarına üyelik, talep de daralmaya bağlı olarak yemek çeşitlerinde düşüş nedeniyle evlere servis, talep olmadığı için akşam yemek hizmetlerinin sınırlandırılması, kısıtlamaların istediği şekilde mekân olanaklarının olmayışından kaynaklı olarak daha çok sosyal medya olanaklarından yararlanılarak hareket edildiği görülmüştür.

Amasya’da yürütülen bu çalışmanın sonuçları pandemi döneminde yeme içme sektöründe yaşanan sorunları somut olarak ortaya çıkarmıştır. İşletmelerin müşteri sayılarında ciddi sayılarda oransal kayıp önemli ekonomik sorunlara neden olmuştur. Dolayısıyla süreç girişimcilerde psikolojik açıdan belirsizlik, çaresizlik ve endişe duygularına neden olurken müşteri taleplerindeki değişimlere de karşılık vermeye çalışmışlardır. İşletmelerin bu talepleri karşılama olanaklarının yeterli olup olmayışı bir yana personel giderlerini karşılayamama, sektörel işsizliğin artışı, finans sorunları, işletme gelir kaybı ve devlet desteğinin yetersizliği gibi önemli sorunlarla da mücadele etmişlerdir.

Genel olarak özetlemek gerekirse, bu tez çalışmasında yukarıda sözü edildiği üzere işletmelerin yaşadığı sorunlar, çalışanların yaşadığı sorunlar, müşterilerin değişen talepleri ve tutumlarının verilen hizmetlere etkileri boyutunda dikkate değer sonuçlara ulaşılmıştır. Sonuçlardan hareketle pandemi süreçlerinde yeme içme sektörünü hedefleyen uygulamaların ve önlemlerin ne kadar yaşamsal olduğuna dair birtakım öneriler üzerinde durulabilir.

Pandemi gibi halk sağlığı sorunu olan bir olgunun ekonomik ve sosyal etkileri arasında yeme içme sektörü ilk sıralarda yer almaktadır. Devletlerin bu küresel halk sağlığı sorunuyla mücadele ederken birtakım stratejiler belirlemiş olmalarına rağmen ekonomisi güçlü, sosyal politika uygulamaları etkili devletlerin süreçten daha az hasar alarak çıktıkları bir gerçektir. Azgelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ciddi sorunlarla yüzleştikleri ise göz ardı edilmemesi gereken bir durumdur. Birçok sektörde yapısal sorunlar yaşanmasına neden olan pandemi, yeme içme sektöründe de olumsuz etkilerini göstermiştir. Tezimizle ilintili olarak pandemi sürecinde yeme içme sektörünün önemli gelir kayıpları yaşadıkları, kapandıkları, girişimcilerin ve çalışanların yetersiz ekonomik destek aldıkları öte yandan yeni sürece uyum stratejileri geliştirmeye çalıştıkları bu tez çalışmasında da bulgulanmıştır.

Tez çalışmasının sonuçları göstermektedir ki, COVID-19 gibi pandemilerin dünya gündemini çeşitli şekillerde ileriki yıllarda da etkileyeceği söylenebilir. Bu sebeple kamusal kaynakların optimal kullanılması, kriz bütçelerinin oluşturulması, kamusal eylem planlarının hazırlanması, işletmelerin, çalışanların nasıl ve ne şekilde desteklenmesi gerektiği üzerinde daha ayrıntılı bir şekilde düşünülmesi gerekmektedir. Bunu yaparken uluslararası kuruluşların, hükümetlerin, sivil toplum örgütlerinin, yerel yönetimlerinin planlamaya

katkısını göz ardı etmemek gerekir. Yeme içme sektörünün bağlı olduğu Esnaf ve Sanatkarlar Odalarının görüşlerinin alınması ve desteklenmeleri, üyelerinin ortak çıkarlarının gözetilmesi önemsenmelidir. İşletmelerin pandemi gibi geniş etkileri olan bir halk sağlığı sorunu konusunda öngörü sahibi olmaları bir çıkış noktası olabilir.

İşletmeler, pandemi dönemlerinde tüketici alışkanlıklarında meydana gelen değişiklikleri hızlı bir şekilde tespit ederek bu duruma uygun bir şekilde hareket etmelidir. Pandeminin getirdiği koşullar doğrultusunda konsepti, menüyü, personel seçimlerinde yapılması gereken değişikliklerin vakit kaybetmeden yapılması girişimciler için çok önemli olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda, bu değişikliklere paralel olarak yeni tanıtım ve reklam stratejileri geliştirilmesi de gerekli olabilir. Bu nedenle, uzun vadede değişen tüketici davranışlarını anlayabilen işletmelerin ayakta kalma şansının daha yüksek olacağını belirtmek mümkündür.

Ayrıca pandemi sürecindeki deneyimlerini kalıcı hale getirmelerine yarayacak araştırmalar yapılarak uygulanabilir bilgi tabanı oluşturulması gerekmektedir. Böylece ileriki yıllarda bu bağlamda sorunlarla tekrar karşılaşıldığında başvuru kaynaklarının sayısı da artmış olacaktır. Şüphesiz ki, pandemi gibi ciddi küresel etkileri olan bir olgunun yerel yansımalarına yerel çözümler üretilmesi de göz önüne alınmalıdır. Dolayısıyla yereldeki işletmelerin etkililiğini, verimliliğini, çalışanların sosyal güvenlik haklarını gözetken, pandemiden olumsuz etkilenen müşteri konumundaki vatandaşların sorunlarına eğilen, çözüm önerileri geliştiren, sosyal-ekonomik destek konusunda yeterli uygulamalara sahip bir sosyal-devlet yapısının pratikte önemsenmesi yaşamsal bir konu olarak kabul edilmelidir. Çünkü en önemli sorun çözücü mekanizma olarak devlet, varlığını, işlevini ve yaptırımını koruyan tek meşru güç olma özelliğine sahiptir.

KAYNAKÇA

- Alaeddinoğlu, F., ve Rol, S. (2020). Covid-19 pandemisi ve turizm üzerindeki etkileri. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (Salgın Hastalıklar Özel Sayısı)*, 233-258.
- Ak, R., Ak Bingül, B., ve Türk, A. (2022). Covid-19 ve derinleşen yoksulluk. *Giresun Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 8 (2), 74-91.
- Akca, M. (2020). Covid-19'un havacılık sektörüne etkisi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7 (4), 45-64.
- Akçacı, T., ve Çınaroğlu, M. S. (2020). Yeni koronavirüs (covid-19) salgınının lojistik ve ticarete etkisi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19 (Covid-19 Special Issue), 447-456.
- Akgün, A. İ. (2021). Covid-19'un işletme fonksiyonlarına etkileri: Öğrenci görüşlerine yönelik bulgular. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 249-272.
- Akgün, V. Ö. ve Zerenler, M. (2021). Determining the purchasing intentions of consumers during the pandemia: a research on online food orders. *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 11 (1), 129-146.
- Akın, M., ve Akın, M. (2020). Gıda güvenliği ve covid-19. *Harran Üniversitesi Mühendislik Dergisi*, 5 (3), 268-277.
- Aksoy, N. (2020). Türk e-ticaret ve lojistik sektörlerinde pandemi sürecinin etkileri üzerine hukuki bir değerlendirme. *Yaşar Hukuk Dergisi*, 2 (2), 45-51.
- Aktaş, N. B.; B. Aktaş, ve A. Akbıyık (2021). Koronavirüs'ün (Covid-19) Türkiye'de e-ticaret müşteri memnuniyetine etkisi: Trendyol örneği. *Bilişim Sistemleri ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3 (1), 39-50.
- Alan, C. B., So, S., ve Sin, L. (2006). Crisis management and recovery: How restaurants in Hong Kong responded to SARS. *International Journal of Hospitality Management*, 25 (1), 3-11.
- Alrawadieh, D. D., ve Çifçi, İ. (2021). Covid-19 salgını sonrası yiyecek ve içecek sektörü: mutfak şeflerinin perspektiflerine yönelik bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5 (2), 439-454.
- Arslan, M. O. (2007). *Küresel kamu malı olarak sağlık ve kuş gribinin Türkiye ekonomisine etkileri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, No: 1735.
- Aşkın, A., Nehir, S. ve Vural, Ö. (2011). Tarihsel süreçte girişimcilik kavramı ve gelişimi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6 (2), 55-72.

- Aytekin, E. (2020, Mayıs 27). Pandemi sürecinde değişen tüketici alışkanlıkları. Aralık 28, 2020 Medium: <https://esraaytekin.medium.com/pandemi-surecinde-degisken-tuketici-aliskanliklari-56096a173f54>.
- Baltacı, A., ve Akaydın H. (2020). Covid-19 pandemi sürecinin tüketicilerin gıda ürünlerini satın alma davranışları üzerindeki etkisi: Bir literatür taraması. *Yüksek İhtisas Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 1, 57-64.
- Baumol, W. J. (1994). Entrepreneurship, management, and the structure of payoffs. Publisher: The MIT Press.
- Baumol, William J. (1968). Entrepreneurship in economic theory, theamericaneconomicreview. *Papersand Proceedings of the Eightieth Annual Meeting of the American Economic Association*, 58 (2), 64-71
- Beyhan, M. A. (2008). 1811 İstanbul veba salgını, etkileri ve alınan tedbirler. *1. Uluslararası Türk Tıp Tarihi Kongresi/10. Ulusal Türk Tıp Tarihi Kongresi Bildiri Kitabı*. 2. Cilt içinde (ss. 1029-1036). 20- 24 Mayıs, 2008, Konya.
- Bozduman, E. T. ve Özçalık, M. (2023). Salgın hastalıkların ekonomi üzerine etkileri. H. Yalçınkaya ve İ. Dilber (Ed.). *Sağlık ekonomisi Sağlıkta dönüşüm ve fırsatlar* içinde (ss. 119-160). Ankara: İKSAD Yayınevi.
- Bozgeyik, A. (2005). *Girişimcilere yol haritası*. İstanbul: Hayat Yayınları.
- Brown, C., ve Thornton, M. (2013). How entrepreneurship theory created economics. *The Quarterly Journal of AustrianEconomics*, 16 (4), 401-420
- Büyükılğaz, U. (2020). İktisat literatüründe girişimcilik teorileri. *Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2 (1), 1-12.
- CDC, (2020). What is ebola virus disease?, <https://www.cdc.gov/vhf/ebola/about.html>, (Erişim Tarihi: 02.05.2024).
- Cengiz, S. (2018). Kirzner'in girişimcilik teorisinin Avusturya iktisat okulundaki yeri ve önemi. *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 2 (3), 15-28
- Chang, C. C., Lee, D. H., Lin, H. C., ve Hsu, S. S. (2009). An economy-wide analysis of impacts of avian flu pandemic on Taiwan. *Global Trade Analysis Project*, 1-22.
- Choi, T-M. (2021). Risk analysis in logistics systems: a research agenda during and after the covid-19 pandemic. *Transportation Research Part E*, 145 (2).
- Çögürücü, İ. (2016). İktisadi doktrinlerde geçmişten günümüze girişimciliğin önemi. *Selçuk Ün. Sos. Bil. Ens. Dergisi*, 35, 65-80.
- Cüceloğlu, D. (2020). Covid-19 geleceği nasıl etkileyecek?. *Çocuk ve Medeniyet*, 5 (9), 181-182.

- Çetindamar, D. (2002). *Türkiye’de girişimcilik*. TÜSİAD Yayınları, 33
- Çevik, S., ve Teber, D. (2021). Türkiye’de temassız ödemelerin gelişiminde Covid-19 pandemisinin rolü ve temassız ödemelere etki eden faktörlerin analizi. *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi*, 15 (2), 203-226.
- Douhan, R., G, Eliasson., ve Andmagnus H. (2007). Israel M. Kirzner: An outstanding austrian contributorto the economics of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 29 (1-2), 213-223.
- 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.
- Durukan, T. (2007). Dünden bugüne girişimcilik ve 21.yüzyılda girişimciliğin önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1 (2), 25-37.
- Er, P. H. (2013). Girişimcilik ve yenilikçilik kavramlarının iktisadi düşüncedeki yeri: Joseph A. Schumpeter. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 29, 75-85.
- Ercan, S., ve Gökdeniz, İ. (2009). Girişimciliğin gelişim süreci ve girişimcilik açısından Kazakistan. *Bilig, Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 49, 59-82.
- Eskici, G. (2020). Covid-19 pandemisi: Karantina için beslenme önerileri. *Anadolu Kliniği Tıp Bilimleri Dergisi*, 25 (1), 124-129
- Eşiyok, A., ve Uslu Divanoğlu, S. (2022). Covid-19 salgınının tüketici satın alma davranışlarına etkisi. *Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (2), 201-221.
- Formaini, R. L., (2001), The engine of capitalist process: Entrepreneurs in economic theory. *Economic and Financial Review*, 4th Quarter.
- Grebel, T., Pyka, A., ve Hanusch, H., (2003). An evolutionary approach to the theory of entrepreneurship. *Industry and Innovation*, 10 (4), 493-514.
- Gülçiçek Tolun, B.,ve Bulut, N. (2021). Covid-19 pandemi sürecinde tüketicilerin gıda ürünleri satın alma davranışları üzerine bir araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 45, 15-31.
- Hacıaloğlu, A., ve Sağlam, M. (2021). Covid-19 pandemi sürecinde tüketici davranışları ve e-ticaretteki değişimler. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 3 (1), 16-29.
- Hébert, R. F., ve Link, A. N. (1989). In search of the meaning of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 1, 39-49.
- Hebert, R. F., ve Link, A. N. (2009). A history of entrepreneurship. New York: Routledge.
- Heilbroner, Robert L. (2008). *İktisat düşünürleri*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları
- Heymann, D. (2022). Effects of social, environmental and economic factors on current and

- future patters of infectious diseases. Interractions between global change and human healt pantifical academy, Scripta Varia of Science, Vatikan, 106.
- IMF. World economic outlook. (April 2020) The great lockdown. Çevrimiçi, <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2020/04/14/weo-april-2020>.
- 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), 3362-3377.
- Joo, H., Maskery, B. A., Berro, A. D., Rotz, L. D., Lee, Y. K., ve Brown, C. M. (2019). Economic impact of the 2015 MERS outbreak on the Republic of Korea's tourism-related industries. *Health security*, 17 (2), 100-108.
- Kalkan, P. (2021). Pandemi ekonomisinin internet alışverişine etkilerinin analizi. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 4 (8), 740-758.
- Karadeniz, Y. (2023). Covid-19 ile mücadelede sosyal belediyeciliğin rolü. *Sosyal ve Kültürel Araştırmalar Dergisi (SKAD)*, 9 (18), 103-125.
- Kartal, M.T. (2020). Covid-19 pandemisinde Türkiye’de alınan politikası tedbirlerinin temel finansal göstergelere etkileri. *Bankacılar*, 31, 88-106
- Kayan Tapan, T. (2021). Covid-19 ve beslenme. *Başkent Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 6 (Covid-19 Özel Sayısı), 38-55.
- Keogh-Brown, M. R. ve Smith R. D. (2008). The economic impact of sars: How does the reality match the predictions <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7114672/>, (Erişim Tarihi: 25.09.2024).
- Kirzner, Israel M. (1973). *Competitionand entrepreneurship*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Kim, J., Kim, J., Lee, S. K., ve Tang, L. R. (2020). Effects of epidemic disease outbreaks on financial performance of restaurants: Event study method approach. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 32-41.
- Koçak Bilgin, Y., Neyir Tekeli, H. (2022). Covid-19’un yiyecek içecek işletmelerine olan etkisi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi, (Covid-19 Özel Sayısı)*, 23, 281-301.
- Kotler, P. (2020). The consumer in the age of coronavirus. *Journal of Creating Value*, 6 (1),12- 15.
- Kocakula, Ö. (2022). Karantinadaki işletmeler: Covid-19 küresel salgınında Türkiye örneği. *Doğuş Üniversitesi Dergisi, (Covid-19 Özel Sayısı)*, 23, 77-97.
- Küçük, O. (2005). *Girişimcilik ve küçük işletme yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

- Kol, Y. E. (2023). *Koronavirüs (Covid-19) pandemisinin makro ekonomik değişkenler üzerine etkilerinin Türkiye ekonomisi açısından değerlendirilmesi*. (Yüksek lisans tezi) Elazığ: Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Li, Y., Yao, P., Osman, S., Zainudin, N., ve Sabri, M. F. (2022). A thematic review on using food delivery services during the pandemic: insights for the post-Covid19 era. *International Journal Of Environmental Research And Public Health*, 19 (22), 15267.
- Manap Davras, G. (2023). Covid-19 korkusunun beslenme alışkanlıkları ve online yemek sipariş verme niyeti üzerindeki etkisi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12 (2), 654-664.
- McFarlane, J. (2016). *Economic theories of entrepreneurship in*. Arshed, N. ve Danson, M. (Ed). Oxford: Goodfellow Publishers.
- Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. CA: Sage Publication.
- Nur, Kabil, E. (2023). *Covid-19 sürecinde restoranda tüketim davranışı üzerine bir araştırma* (Yüksek lisans tezi). Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
- Otte, J., Hinrichs, J., Rushton, J., Roland-Holst, D., ve Zilberman, D. (2009). Impacts of avian influenza virus on animal production in developing countries. *CABI Reviews*, 1-18.
- Oran, İ. B. (2020). Covid-19'un uluslararası turizm üzerinde diğer krizlerden farklı etkileri. *Electronic Turkish Studies*, 15 (4), 807-826.
- Öğüt, A., Aslan Ş., ve Yılmaz, N. (2006). Bilişimci girişimci tipolojisi açısından bilgi yönetiminin ilkeleri. *Uluslararası Girişimcilik Kongresi* içinde (ss. 431-436). Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, İktisadi ve İdari Birimler Fakültesi, Kongre Dizisi:11, No: 86, Kırgızistan-Bişkek, 25-27 Mayıs 2006.
- Önce, A. G., Marangoz, M. ve Erboy, N. (2014). Ekonomik büyüme ve kalkınmada girişimciliğin rolü ve önemi. *International Conference on Eurasian Economies* içinde (ss. 826-872). 1-3 July, Skopje, Macedonia, 2014.
- Öz, E. (t.y.). *Uuslararası Kapadokya salgını dönemi*. Bildirimler Kitabı.
- Özkul, G., ve Örün, E. (2016). Girişimcilik ve inovasyonun ekonomik büyüme üzerindeki etkisi: ampirik bir araştırma. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 5 (2),17-51.
- Özbay, G., Sarıışık, M., Ceylan, V., ve Çakmak, M. (2022). A comparative evaluation between the impact of previous outbreaks and COVID-19 on the tourism industry. *International Hospitality Review*, 36 (1), 65-82.

- Özder, M.R., ve Şeker, A. (2021). *Ekolojik kriz ve pandeminin sosyoekonomik boyutu*. Ankara: Gece Kitaplığı.
- Özen, İ. A., ve Akpınar, A. (2022). Yiyecek içecek işletmelerinde Covid-19 pandemi sonrası gelişen yeni trendler. Y. Oğan (Ed.). *Gastronomi Alanında Tematik Araştırmalar II* içinde (ss. 94-102). İstanbul: Çizgi Kitabevi.
- Özkoçak, V., Koç, F., ve Gültekin, T. (2020). Pandemilere antropolojik bakış: Koronavirüs (Covid-19) örneği. *Turkish Studies*, 15 (2), 1183-1195.
- Parker, S. C. (1996). A time series model of self-employment under uncertainty. *Economica*, 63, 459-475.
- Pehlivanoglu, F., ve Kayan, K. (2019). Türkiye’de girişimcilik: Mevcut durum analizi ve çözüm önerileri. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8 (1), 58-78.
- Resmî Gazete (Sayı: 31080 (Mükerrer)). Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/03/20200326M1-1.htm>. Erişim tarihi: 22.09.2024
- Resmi Gazete (Sayı: 31080 (Mükerrer)). Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/03/20200326M1-1.htm>. Erişim tarihi: 22.09.2024
- Saltık, H.S. ve Kale, M., ve Hasırcıoğlu, S. (2022). Ebola virüs hastalığı (MAKÜ). *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 1 (2), 106-116.
- Sarpkaya, G., ve Sağlam, M. (2022). Covid-19 pandemi dönemi ve sonrasında tüketicilerin e-ticaret eğilimleri üzerine bir araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi*, 6 (12), 40-60
- Schumpeter, Joseph A. (1947). The creative response in economic history. *The Journal of Economic History*, 7 (2), 149-159.
- Sciascia, S. ve De Vita, R., (2004), The development of entrepreneurship research. Liuc Papers, No: 146, Serie Economia Aziendale 19.
- Schumpeter, J. A. 1934 (2008). *The theory of economic development*. The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle. New Brunswick (U.S.A) and London (U.K.): Transaction Publishers
- Sevimli, F. (2021). COVID-19 pandemisinin toplumsal etkileri. *Habitus Toplumbilim Dergisi*, 2 (2), 55-69.
- Sezgin, O. (2020). Covid-19 pandemisinin girişimcilik yazınına yansımaları. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9 (2), 308-321

- Soylu, Ö. B. (2020). Türkiye ekonomisinde covid-19'un sektörel etkileri. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7 (6), 169-185.
- Sülkü, S., Coşar, K., ve Tokathioğlu, Y. (2021). COVID-19 Süreci: Türkiye deneyimi. *Sosyoekonomi*, 29 (49), 345-372.
- Şanlı, O. (2020). Keynesyen model bağlamında Covid-19 pandemisinin küresel ekonomiye muhtemel etkileri: ABD ve Çin ekonomileri üzerine bir araştırma. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7 (5), 597-634.
- Şimşek, M. (2020). An investigation into the change in customer complaints about takeaway during Covid-19. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, (Covid-19 Special Issue), 169-178.
- Tanrikulu, A., ve Odabas, M. (2021). Covid-19 pandemisinin lojistik sistemler üzerine etkilerinin değerlendirilmesi. *Black Sea Journal of Engineering and Science*, 4 (4), 214- 216.
- Tatar, D., Sipahioğlu, D., Açıkalin, Ö., ve Karaoğlu, Ö. (2022). Covid-19 pandemi sürecinin yiyecek-içecek sektörüne etkileri. F. Kocaay (Ed.). *Covid-19 pandemisinin olumlu ve olumsuz etkileri içinde* (ss.149-177). İstanbul: Medipol Üniversitesi Yayınları.
- Tapırsız, Ö. L. ve Altınbaş, Ş. K. (2020). Mikroorganizmalar mavi gezegende bizden çok önce vardı: Pandemiler tarihi. *Türk Kadın Sağlığı ve Neonatoloji Derneği*, 2 (2), 53- 69.
- TÜİK. (2020, Eylül). Dış ticaret istatistikleri, Eylül 2020. data.tuik.gov.tr: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Dis-Ticaret-Istatistikleri-Eylul-2020-33857> adresinden alındı
- Türk, A., Ak Bingül, B., ve Ak, R. (2020). Tarihsel süreçte yaşanan pandemilerin ekonomik ve sosyal etkileri. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19 (Covid-19 Special Issue), 612-632.
- Uzkesici, D. (2020, Aralık 1). Türkiye tüketici davranışı raporu 2020. Aralık 5, 2020 Pazarlamasyon: [https:// pazarlamasyon.com/turkiye-tuketici-davranisi-raporu-2020](https://pazarlamasyon.com/turkiye-tuketici-davranisi-raporu-2020).
- Ünal, A.,ve Taş, M. (2021). Üniversite öğrencisi tüketicilerin Covid 19 pandemisi sürecinde mobil yemek siparişi uygulamalarına yönelik görüşlerine güvenin etkisini belirlemeye yönelik bir çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9 (4), 2691-2712.
- Ünüvar, İ., ve Aktaş, H. (2022). Dünya'da ve Türkiye'de covid-19 pandemisinin ekonomik etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 25 (1), 124-140.
- 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.
- Yener, S. (2018). İktisadi kuramlar ve girişimcilik. *Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (1), 13-38.
- Yeşilyurt, B., ve Kurnaz, A. (2021). Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde restoran sektöründe yeni bir uygulama: Bulut mutfaklar. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*, 10 (2), 47-62.
- Yıldırım, Y., ve Doğan, T. (2022). Covid-19 sürecinde işletmelerin etik dışı davranışları. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 56, 50-67.
- Yücel, D., Karakoç, E., ve Yelken, B. (2022). Beslenme ve Covid-19. *Türk Tıp Öğrencileri Araştırma Dergisi*, 3 (2), 46-49.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Yılmaz, G., ve Şahin, A. (2021). How does the Covid-19 outbreak affect the food and beverage industry in Turkey? Proposal of a holistic model. *Journal of Foodservice Business Research*, 24 (6), 629-664.
- Yücel, B. ve Börmez, A. (2022). SARS-Corona virüsüne genel bakış. *Türkiye Teknoloji ve Uygulamalı Bilimler Dergisi*, 2 (1), 32-39.
- Zengin, Ş. (2024). *Kurumsal iktisat çerçevesinde COVID-19'un ekonomiye etkileri*. (Yüksek lisans tezi). Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Zeydan, İ., ve Gürbüz, A. (2020). 21. Yüzyıldaki pandemiler ve turizm sektörüne etkileri. 3. In *International Economics, Business and Social Sciences Congress* içinde (ss. 126-132). 22-25- October 2020, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi.
- Zurayk, R. (2020). Pandemic and food security. *Journal of agriculture, food systems. Community Development*, 9 (3), 17-21.
- Winata, S. (2008). The economic determinants of entrepreneurial activity: Evidence from a Bayesian Approach. (Master thesis). New Zealand: Massey University.
- <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/>
- <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/07/20200728-15.htm>)
- <https://www.resmigazete.gov.tr/17.02.2021>) Erişim tarihi: 22.09.2024
- <https://www.yarsuvat-law.com.tr/category/covid-19/> Erişim tarihi: 12.08.2024

ÖZ GEÇMİŞ

HÜSEYİN ÇOBAN

Öğrenim Bilgisi

Doktora	 Üniversitesi
Başlangıç bitiş tarihi	 Ana Bilim Dalı (Danışmanın unvanı adı SOYADI)
Yüksek Lisans	 Üniversitesi
Başlangıç bitiş tarihi	 Ana Bilim Dalı (Danışmanın unvanı adı SOYADI)
Lisans	 Üniversitesi
Başlangıç bitiş tarihi	 Ana Bilim Dalı

Eserler

A. Uluslararası hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:

1. ...

B. Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında (proceedings) basılan bildiriler:

1. ...

C. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplar veya kitaplardaki bölümler:

1. ...

D. Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında (proceedings) basılan bildiriler:

1. ...

E. Ulusal hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:

1. ...