



# Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2022, 6(3): 665-682.

DOI: [10.26677/TR1010.2022.1082](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1082)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



## ARAşTIRMA MAKALESİ

### Covid-19 Salgınının Gastronomi İşletmelerine Etkisi: Gaziantep Örneęi

Dr. Öğr. Üyesi Nihat DEMİRTAŞ, İskenderun Teknik Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Hatay, e-posta: [nihat.demirtas@iste.edu.tr](mailto:nihat.demirtas@iste.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4245-6909>

Elif DEMİR, Doktora Öğrencisi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin, e-posta: [edemir084@gmail.com](mailto:edemir084@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2314-1300>

Kübra PEKTAŞ, Yüksek Lisans Öğrencisi, İskenderun Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay, e-posta: [kubra.pektas.sbe17@iste.edu.tr](mailto:kubra.pektas.sbe17@iste.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9862-3200>

#### Öz

Çin'in Wuhan kentinde 2019 yılının Aralık ayında ortaya çıkan yeni koronavirüs, büyük bir küresel salgına dönüşmüş ve birçok ülkeye yayılarak pek çok kişinin ölümüne sebep olmuştur. Virüsün yayılması ile birlikte sosyal yaşam neredeyse durma noktasına gelmiştir. Sosyal yaşamda meydana gelen zorunlu duraksama dönemi, birçok sektörü sonu belirsiz bir süreçle itmiştir. Söz konusu sektörlerden biri de yeme içme sektörüdür. Yeme içme sektörünün önemli bir parçası olan gastronomi işletmeleri, koronavirüs tehdidi ile ciddi zorluklar yaşamıştır. Çalışmada gözlem, literatür taraması ve nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak veriler sağlanmıştır. Veriler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda Covid-19 salgınının işletmelerde en çok istihdama ve ekonomiye etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Küresel risklere karşı işletmelerin hazırlıklı olmaları gerekmektedir. Bu bağlamda işletmelerin tedarik, üretim ve altyapı kaynaklarını kısa – orta ve uzun vadeli krizlere karşı esnek ve kontrol edilebilir yapıda bulunmaları zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Küresel krizlere karşı yerel alternatifleri oluşturma, işletmeleri teknolojik gelişmelere uyarlama, özel pazar/müşteri portföyü oluşturma, sürdürülebilir ilkelere uyma yönünde kararlar aldıkları gözlemlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Gastronomi Turizmi, Kriz Yönetimi, Covid-19, Koronavirüs, Gaziantep.

**Makale Gönderme Tarihi:** 27.07.2022

**Makale Kabul Tarihi:** 14.09.2022

#### Önerilen Atıf:

Demirtaş, N., Demir, E. ve Pektaş, K. (2022). Covid-19 Salgınının Gastronomi İşletmelerine Etkisi: Gaziantep Örneęi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(3): 665-682.

© 2022 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



## Journal of Turkish Tourism Research

2022, 6(3): 665-682.

DOI: [10.26677/TR1010.2022.1082](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1082)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



### RESEARCH PAPER

## The Impact of the Covid-19 Pandemic on Gastronomic Tourism: The Case of Gaziantep

Assistant Prof. Dr. Nihat DEMİRTAŞ, İskenderun Technical University, Faculty of Tourism, Hatay, e-mail: [nihat.demirtas@iste.edu.tr](mailto:nihat.demirtas@iste.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4245-6909>

Elif DEMİR, Ph.D. Student, Mersin University, Institute of Social Sciences, Mersin, e-mail: [edemir084@gmail.com](mailto:edemir084@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2314-1300>

Kübra PEKTAŞ, MSc. Student, İskenderun Technical University, Institute of Social Sciences, Hatay, e-mail: [kubra.pektas.sbe17@iste.edu.tr](mailto:kubra.pektas.sbe17@iste.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9862-3200>

### Abstract

The novel coronavirus, which emerged in Wuhan, China in December 2019, turned into a major pandemic and spread to many countries, causing the death of many people. With the spread of the virus, social life has almost come to a standstill. The period of a compulsory standstill in social life has carried many sectors to an uncertain period. One of these sectors is the food and beverage sector. Gastronomic establishments, which are significant part of the food and beverage sector, have experienced serious difficulties with the threat of coronavirus. The data were analyzed by content analysis method. In this study, a semi-structured interview technique was used as a data collection tool and content analysis was applied to the obtained data. As a result of this study, it has been determined that the Covid-19 has the most impact on employment and economy in businesses. Consequently, current study is important in order to determine the current situation of gastronomic establishments after the pandemic process, to evaluate the measures which are taken against the crisis and to put forward some suggestions.

**Keywords:** Gastronomic Tourism, Crisis Management, Covid-19, Coronavirus, Gaziantep.

**Received:** 27.07.2022

**Accepted:** 14.09.2022

### Suggested Citation:

Demirtaş, N., Demir, E. and Pektaş, K. (2022). The Impact of the Covid-19 Pandemic on Gastronomic Tourism: The Case of Gaziantep, *Journal of Turkish Tourism Research*, 6(3): 665-682.

© 2022 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

## GİRİŞ

*“Hiçbir Virüs Alacağımız Tedbirlerden Daha Güçlü Değildir,  
Sorun Küresel, Mücadelemiz Ulusal”  
T.C. Sağlık Bakanlığı.*

Küresel özelliği nedeniyle turizm, dünyanın herhangi bir bölgesindeki olumsuzluktan dahi etkilenebilmektedir. İhtiyaçlar hiyerarşisindeki yeri itibariyle ertelenebilir bir yapıya sahip olmasından dolayı sağlık sorunları, ekonomik krizler ve güvenlik gibi sorunlara karşı oldukça hassas bir durum sergilemektedir. Turistik ürünlerin depolanamaması ve fiziksel mallar gibi gelecekte satılmaz üzere saklanamaz oluşu sektörün pazarlama ve tüketim açısından kırılganlığını arttırmaktadır (Çetin ve Göktepe, 2020: 90).

Küreselleşmenin getirdiği bir dezavantaj olarak, işletmeler öngörülemeyen birçok tehlikeye karşı risk altındadırlar. Turizm sektörü çok değişkenli bir yapı sergilemekte olup beklenen ziyaretçi sayılarında tam kesinlik söz konusu olamamaktadır. Doğal afetler, salgın hastalıklar, siyasi gerilim, terör saldırısı gibi etkenler olumlu havayı birden tersine çevirebilmektedir. Bu olumsuz durumların varlığı krizlere neden olmakta ve normale dönüş için bu durum/durumların aşılması gereklidir.

Hafif enfeksiyon durumu sergileyen soğuk algınlığı gibi tablolardan Ağır Akut Solunum Sendromu (Severe Acute Respiratory Syndrome, SARS), Orta Doğu Solunum Sendromu (Middle East Respiratory Syndrome, MERS) ve Koronavirüsler (CoV) gibi ciddi enfeksiyon vakalarına yol açan enfeksiyon tabloları virüs ailesine bağlı faktörler olarak tanımlanmıştır (Sağlık Bakanlığı, 2020: 5). Salgın hastalıklar, toplumların sağlığı başta olmak üzere dünya üzerindeki hemen hemen bütün sektörleri etkilemiştir. Uluslararası Virüslerin Sınıflandırılması Komitesi 11 Şubat 2020 itibariyle dünyayı etkilemeye başlayan tabloyu “Yeni Koronavirüs” “SARSCoV-2” olarak adlandırılmıştır (Jianhua, 2020: 92). Önce Çin’de daha sonrada Avrupa ve Amerika başta olmak üzere tüm dünyada etkili bir salgına dönüşen Covid-19, özellikle turizm işletmelerinin faaliyetlerini tamamen durma noktasına getirmiştir.

Covid-19 ortaya çıktığı andan bundan etkilenmeyen sektör kalmamıştır. Küresel ölçekte ülkeler, ülke ölçeğinde ise şehirler bu olumsuz durumdan payını almak zorunda kalmıştır. Ülke sınırlarının kapanmasıyla yabancı ziyaretçi sayısı kesilmiştir. Müşterilerin azalmasına tedarik zincirinin bozulması da eklenince birçok işletme iflas etmiştir. Hülasa Covid-19’un turizm işletmeleri üzerinde ekonomik, sosyal ve psikolojik etkileri olmuştur (Çetin ve Göktepe, 2020: 95).

Araştırma alanı olarak seçilen Gaziantep, Türkiye’de Anadolu Bölgesi’nin en güneyinde konumlanmakta olup, Demir Çağı’ndan beri kültürel kimliğinin merkezinde yer alan uzun gastronomik tarihi ile tanınmaktadır (UNESCO, 2021). Nitekim 2015 yılında gastronomi dalında, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü’nün (UNESCO) Yaratıcı Şehirler Ağına girerek gastronomi alanındaki zenginliği tescillenmiştir. Gastronomik ürün olarak Gaziantep 58 coğrafi işarete sahiptir. Bunlardan 47’si mahreç işareti, 11’i menşe adıdır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2021). Gastronomi, yerel ekonominin ana itici gücü olup, 1.890.000 nüfuslu Gaziantep’te, aktif nüfusun %60’ı sektör tarafından istihdam edilmektedir (UNESCO, 2021). Turizm işletmeleri içerisinde önemli bir yere sahip olan Gaziantep şehrindeki yeme içme işletmelerinin karşılaştığı sorunların incelenmesi, çözüm önerilerinin geliştirilmesi yaşanan kriz ortamı için nasıl bir strateji izleyeceklerinin belirlenmesi şehrin ekonomisine katkı sunacağı düşünülmektedir.

Araştırma, Covid-19’un UNESCO Yaratıcı Gastronomi Kenti olan Gaziantep’te gastronomi işletmelerinin Pandemi sürecindeki durumlarını öğrenmek, mevcut durumlarını tespit etmek ve gelecekte nasıl bir strateji ile varlıklarını sürdüreceklerini öğrenmek amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Gastronomi işletmelerinin turizm sektöründe önemli bir yere sahip olduğu ve en çok gelir getiren turizm türleri arasında yer aldığı görülmekte olup (Birdir ve Akgöl, 2015: 59), çalışmanın önem arz ettiği, turizm ve gastronomi literatürüne katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

### **Koronavirüs (COVID-19) Pandemisinin Anatomisi**

Koronavirüsler, Coronaviridae ailesinden olup Alfa, Beta, Gama ve Delta cinslerine sahiptir. Hatta virüsün evrim geçirmesiyle cinsler evrimleşerek varyantlar halinde çeşitlenebilmektedir. Bu cinslere/varyantlara ait virüsler yarasa gibi kanatlılardan; kedi, köpek ve domuz gibi evcil hayvanlara ve oradan insanlara kadar geniş bir skalada kendini gösterebilmektedir. Damlalık yoluyla bulaşan hastalık insanlarda basit soğuk algınlığı şikâyetlerinden ağır akut solunum yolu sendromlarına kadar değişkenlik göstermektedir (Sağlık Bakanlığı, 2020: 11).

COVID-19 tanımı itibariyle; Korona, Virüs, Hastalık, 2019 (yıl) sözcüklerinin birleşiminden meydana gelmiştir (Jianhua, 2020: 92). Covid-19'un hikayesine bakıldığında Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) 31 Aralık 2019 tarihinde Çin'in Wuhan şehrinde etiyolojisi tam olarak bilinmeyen pnömoni vakalarını rapor etmiştir. 7 Ocak 2020 tarihinde ise varlığı daha önce insanlarda teşhis edilmemiş olan yeni bir koronavirüsü 2019-nCov olarak rapor etmiş olup 11 Şubat 2020'de COVID-19 isimlendirilmiş ve epidemi ilan edilmiştir (Lai, Shih, Ko, Tang, ve Hsueh, 2020: 2). Virüsün uluslararası boyuttaki yaygınlığı ve etki gücünü izlemeye alan Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) anlık durumu "uluslararası boyutta halk sağlığı acil durumu" olarak nitelendirmiş olup 11 Mart 2020'de ise virüsün yaygınlığını üst seviyeye çıkaran "küresel salgın (pandemi)" olarak ilan etmiştir (Sağlık Bakanlığı, 2020: 5).

COVID-19 pandemisinin küresel salgın olarak tanımlanması ile birçok ülke sınırları birbirine kapatılarak karantina sürecine dâhil olunmuş, oyun parkları, kahveler, alışveriş merkezleri, üniversiteler, etkinlikler gibi sosyal hayata dair birçok aktivite kısa sürede hayatımızdan çıkarılarak izolasyon sağlamaya yönelik koruyucu önlemler geliştirilmiş; sokağa çıkma, çalışma, seyahat etme gibi zorunluluk arz eden durumlar kısıtlanmıştır (Yılmaz, 2020: 1; Üstün ve Özçiftçi, 2020: 146). Söz konusu engelleyici tedbirler neticesinde insanların sürekli yaşadığı yeri geçici olarak terk ederek bizzat fiziki katılımı ile gerçekleşen turizm faaliyetleri sektörü belirsiz bir sürecin içine girmiş, turizm işletmeleri faaliyetlerini tamamen durdurma aşamasına gelmiştir (Atay, 2020: 168). Turizm, ziyaretçilerin buldukları yerin dışına çıkarak yer değiştirmesi ve turistik ürünlerden faydalanması esasına dayalı bir olgudur. Ortaya konan kısıtlamalar nedeniyle turistik işletmelerin faaliyetleri durma noktasına gelmiş ve sektör akıbeti meçhul belirsizliğe girmiştir. Turizm sektörünü rahatlatmak adına UNWTO (Dünya Turizm Örgütü) "Bugün evde kal, yarın seyahat et." manifestosu ile kontrol altına alınan pandemi sonrası turizmin desteklenerek krizin aşılanacağını ifade etmiştir (Sezen Doğancılı, 2020: 2812). UNWTO'nun 07 Mayıs 2020 itibariyle yayınladığı rapora göre; küresel seyahat ve turizm endüstrisinin 2020'nin ilk çeyrek diliminde % 22, sadece Mart ayında % 57 daraldığı açıklanmıştır. Mevcut daralmanın 67 milyon ziyaretçinin ve 80 ABD doları bulan kayıp anlamına geldiği belirlenmiş, yıl bazında seyahat pazarının küresel ölçekte % 58 - % 78 arasında daralacağı öngörülmüştür (Eryılmaz, 2020: 17). Bununla birlikte ilk vakanın çıktığı günden itibaren uluslararası turizm varışlarında 850 milyon ile 1,1 milyar arası uluslararası turist kaybı yaşanmıştır (UNWTO, 2020).

Pandemi öncesinde Türkiye turizmi dünyada önemli bir konumda yer almakta idi. Ülkeye gelen ziyaretçi sıralamasında Dünyada 6. Avrupa'da 4. Sıradaydı. Turizm gelirleri bakımından dünyada 13. Sırada yer alırken Avrupa'da ise 6. Sırada yer almaktaydı (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020: 32-35).

Türkiye’de Covid-19 ile ilgili çalışmalar 10 Ocak’ta başlamış ve 22 Ocak’ta Sağlık Bakanlığı Bilimsel Danışma Kurulu gerçekleştirdiği toplantı ile eylem planı hazırlamıştır. Türkiye’de ilk Covid-19 vakası 11 Mart 2020 tarihinde görülmüştür (Sağlık Bakanlığı, 2020: 5). Dünya genelinde tüm turizm kentlerinde olduğu gibi Türkiye’de de turist sayısında zorunlu düşüşler yaşanmıştır. Ocak-Mart 2020 döneminde ziyaretçi sayılarında önceki yılın aynı dönemine göre %20,52, turizm gelir ve giderlerinde ise %11,4 azalış görülmüştür (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020: 2-9). Türkiye’yi ziyaret eden yabancı sayısı bir önceki yılın aynı dönemi olan Nisan ayına göre % 99,26 düşüş gerçekleşmiştir (Eryılmaz, 2020: 16).

### **Küresel Bir Kriz Olarak Covid-19**

Beşeri ya da doğal kaynaklı afetler, teknolojik kökenli, jeolojik ve meteorolojik kökenli olarak sınıflandırılmakta olup bu sınıflamaya salgın hastalıklar, çölleşme, erozyon, kuraklık, kıtlık, büyük göçler, savaşlar, kasırga – tayfun – fırtınalar, kimyasal ve nükleer kazalar, çığ düşmesi, toprak kayması, su baskınları ve depremler girmektedir (İşözen, 2020: 3).

11 Mart 2020 tarihinde küresel salgın olarak tanımlanan Covid-19’da tarihte meydana gelen birçok doğal afet gibi beklenmedik bir anda gelerek birçok sektörü duraklama dönemine itmiştir. Dünya genelinde son 40 yıl içerisinde belirli büyüklükte salgınlar yaşansa da hiçbirinin Covid-19 ile benzer sonuçlara sahip olmadığı ifade edilmektedir (Gössling, Scott ve Hall, 2020). Covid-19 ile gelen duraksama birçok sektörü krizin eşğine getirmiştir. Covid-19 salgını nedeniyle oluşan kriz ilk olarak sağlık krizi olarak tanımlanmış olup, hızlı bir biçimde yayılması nedeniyle küresel bir ekonomik krize dönüşmüştür (Eğri ve Doğaner, 2020: 129). TDK (2020) tarafından kriz “*bir ülkede veya ülkeler arasında, toplumun veya bir kuruluşun yaşamında görülen güç dönem, bunalım, buhran*” olarak tanımlanmaktadır. Kriz, birdenbire ortaya çıkan, önceden öngörülemeyen, beklenmedik ve olağandışı bir durumu ifade eder (Sezgin, 2003: 182).

Köroğlu (2004: 70)’na göre turizmde kriz;

*“turizmle ilgili işletmelerin olağan faaliyetlerini tehdit eden, turistik bölgenin güvenli olmadığı izlenimi yaratan, turistleri yörenin turistik çekicilikleri ve rahatlığı konusunda olumsuz etkileyen ve bölgeye yönelik turizm talebinin ve harcamalarının azalması nedeniyle yöresel turizm işletmelerinin faaliyetlerini yerine getirememeleri ya da varlıklarını devam ettiremedikleri, bölgesel ekonomik ve turizm talebinin azalmasına neden olan olaylar”* olarak tanımlanmıştır.

Turizm sektörünü etkileyen krizlerin incelenmesi önemlidir. Krizlere yol açan etkiler salgın hastalıklar, doğa temelli ve ekonomik kökenli olabilmektedir. Türkiye turizmine olan etkileri incelenerek krizler üzerinden yordamlar yapılması ve gereken stratejilerin oluşturulması önemlidir. Bu amaç doğrultusunda Türk turizmde etki bırakan krizleri etkisel ve dönemsel olarak incelemekte fayda vardır. Nitekim Kalpaklıoğlu (2010) turizm sektörünü “krizlere en hassas sektör” olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla turizm sektörü, Covid-19 salgını gibi önemli şoklara karşı oldukça hassastır (Chang, McAleer ve Vicente Ramos, 2020: 2). Dünya ekonomisini yakından etkileyen gelişmeler turizm sektörünü de anında etkilemektedir (Yakut Aymankuy, 2001: 110). Turizm sektöründe krizlerin etkisi turistik ürüne olan taleplerde kendini göstermektedir (Göçen, Yirik ve Yılmaz, 2011: 498). Krizler, turist sayısında azalmalara, turizm gelirlerinin düşmesine bu etkilerle birlikte kısa vadede tamiri mümkün olmayan turistik destinasyonlarda imaj zedelenmesine yol açabilmektedir (Öksüz ve Batu, 2017: 104).

Göçen vd., (2011: 507-508) tarafından bir çalışmada, 1997-2010 yılları arasında küresel çapta dünyayı etkileyen kriz dönemleri incelenerek sonuçları ortaya konmuştur. Buna göre; 1999 yılında ortaya Marmara Depreminde Türkiye’ye giriş yapan turist sayısı bir önceki yıla göre %24 gibi önemli bir oranda düşüş göstermiş olup Türkiye turizminin en çok etkilendiği dönem olarak

kayıtlara geçmiştir. Ziyaretçi sayısındaki düşüşten daha fazlası (%33) gelirlere yansımış ve turizm sektörü büyük darbe almıştır. 2001 ekonomik krizinde turist sayısı bir önceki yıla göre %11 artarken, turizm geliri bir önceki döneme göre %31 artmıştır. Burada önemli faktör Türk Lirası'nın döviz bazında değer kaybederek göreceli olarak yabancıların alım gücünü arttırmasıyla açıklanmaktadır. 2003 yılında Sars Salgını yaşanmıştır. Bu yılda yabancı turist sayısı bir önceki yıla göre %5 artarken, turizm gelirleri ise % 10 artmıştır. Sars salgını Uzakdoğu ülkelerinde görülmüş olması Türkiye'nin turizm pazarında düşüşe neden olmasa da turizmdeki artış hızının düşük kalmasına neden olmuştur. Zira Uzakdoğu kaynaklı gelişler Türkiye pazarı için önemlidir. 2006 yılında dünyada kuş gribi salgını yaşanmış olup turizm sektörünü ve yeme içme sektörünü de özellikle etkilemiştir. Bu yılda turist sayısındaki %6 azalmayla birlikte turizm gelirlerinde de %5 düşüş yaşanmıştır. 2008 yılı Küresel Ekonomik Kriz yılı olmuştur. Bu dönemde Türkiye'ye gelen turist sayısı bir önceki yıla göre %13 artış sağlarken turizm geliri ise %18 artmıştır. Türkiye'nin turizm pazarında ucuz ülke konumunda olması nedeniyle küresel krizlerden başlangıç itibariyle düşük düzeyde etkilenmiştir. 2009 yılında Küresel Ekonomik Kriz ve Domuz Gribi vakası yaşanmıştır. Küresel ekonomik krizin devam etmesi Türkiye'ye olan ziyaretlerdeki artış hızının düşmesine yol açmıştır. Turist sayısı %3 artarken, turizm geliri ise %3 azalmıştır. Bunun nedeni turistlerin kazançlarındaki düşüşler birlikte ziyaretçilerin turizme ayırdıkları paranın azalması neden olmuştur.

Göçen vd., (2011) tarafından yapılan krizlerin varlığı ve etkileri sınıflamasında görülmekte olan krizler ve yaşanan salgın hastalıklar özellikle ortaya çıktığı bölgeleri etkilemiş, ancak Covid-19 kadar küresel bir etki yaratmamıştır. Covid-19'u diğer hastalıklardan ayıran özelliği bölgesinin dışına taşarak ölümcül bir yayılım göstermesidir (Çetin ve Göktepe, 2020:95).

Bauer'e (1960) göre tüketiciler genellikle belirsizlik koşulları altında katlanılabilir kararlar vererek belirli düzeyde risk alırlar. Fakat göze alınan risklerin sektörün / işletmelerin varlığını tamamen ortadan kaldıracak düzeyde olmamasıdır. Kritik seviyelerde sigorta sistemi ya da ülkelerin kurtarıcı politikaları devreye girebilmesi gerekir. Buradan hareketle T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2020) da Covid-19 sürecinde turizm sektörüne yönelik birtakım tedbirler almıştır. Buna göre;

- Sektörde yer alan konaklama işletmeleri ve seyahat acentalarına avanslarını ödeme kolaylıklarının sağlanması,
- Kısa çalışma ödeneğinde çalışma şartının 450 güne, hizmet şartının ise 60 güne düşürülmesi,
- Anapara, faiz ve kredi ödemelerinin minimum 3 ay süreyle ertelenmesi. Erteleme süresinin turizm sektöründe 12 aya kadar uzatılması,
- Askıdaki personelin kısa çalışma ödeneği hakkından faydalanması,
- Kriz şartlarına rağmen işçi çıkarmayan turizm işletmeleri için bankalar kanalıyla ilk 6 ay ödemesiz olmak üzere %7,5 faizli 36 ay vadeli işe devam kredi hakkının verilmesi,
- 2020 yılı sonuna kadar asgari desteğinin uzatılması,
- 2020 yılında TÜRSAB aidatlarının alınmaması,
- İç hatlar hava yolu taşımacılığında %18 olan katma değer vergisi Nisan, Mayıs ve Haziran aylarını kapsayan dilimde %1'e indirilmesi,
- A grubu seyahat acentalarının organizasyonlarındaki müze ücretlerine (16 Mart-15 Ekim tarihleri arasında) %10'luk ek indirim verilmesi,

- Sektör paydaşlarının nisan, mayıs ve haziran aylarına ait SGK primleri, muhtasar ve KDV beyanname ödemelerinin 6 ay ertelenmesi,
- Konaklama işletmesi kiralamalarını kapsayan ecri misil ödemeleri, hasılat payı ve irtifak hakkı bedellerine ait ödemeleri nisan, mayıs ve haziran ayları için 6'şar ay süreyle ertelenmesinin sağlanması gibi kolaylaştırıcı tedbirler sağlanmıştır.

Yaşanan pandemi nedeniyle ortaya çıkan krizle mücadelenin oldukça zor olduğu, bu salgının daha önce yaşanan hiçbir ekonomik krize benzemediği, geçmişte yaşanan durgunluk ya da bunalımlarda uygulanan temel politikaların bu krizde uygulanamayacağı yetkili otoriteler tarafından belirtilmiştir (Eğri ve Doğaner, 2020: 129). Bu noktada işletmelerin belirli bir kriz yönetim anlayışına sahip olması gerektiği ifade edilebilir. Başarılı bir kriz yönetimi, kriz olduğu andan itibaren başlayarak krizin nasıl oluştuğunun irdelenmesi, zayıflık ve üstünlüklerinin analiz edilerek nasıl kontrol altına alınabileceğini anlamayı gerektirmektedir (Göçen vd., 2011: 496).

Covid-19 örneğinde olduğu krizlerde küresel düşünüp yerel hareket etme anlayışına ulaşılmaktadır. Kriz küresel ölçekli olup bütün dünyayı etkilemektedir. Çözümü ise ülkesel ya da yerel karakterlidir. Bu bağlamda ülkeler darboğaza giren sektörleri ve işletmeleri desteklemektedir. Ülke desteği önemli olmakla birlikte çoğu zaman geriden gelmektedir. Oysa işletmelerin kira, enerji, personel gideri, sigorta gibi sabit giderleri mevcut olup işletmelerin iflas etmeden bu tip giderlerini sübvansede etmeleri gerekmektedir. Bu bakımdan kısa vadeli "durumu kurtarmak" ile uzun vadeli "hayatta kalmak" üzerine çareler bulması gerekmektedir. Araştırmada yerel işletmelerin hayatta kalmak bazen de krizi lehine çevirecek uygulamaların ortaya çıkması bakımından değerli bulguları olmuştur. Bunda en önemli etkenin şehrin kadim kültüründe yattığı görülmüştür. Halkın TC. Devleti'ne güvenmesi, Sağlık Bakanlığı'nun uyarılarını dikkate alması, küresel ürünlerin yerine yerel ürünleri tercih etmesi, zor durumda olan işletmelere destek çıkması, pandemi sürecinin geçici olduğuna inanmaları, devletin sunduğu desteklerden faydalanması kriz süreciyle mücadele etmelerinde faydalı olduğu görülmüştür.

### **Araştırmanın Amacı**

COVID-19 salgınının yol açmış olduğu iktisadi sorunlar özellikle küçük ve orta büyüklükteki işletmeleri daha derinden etkilemektedir (Eğri ve Doğaner, 2020: 129). Yiyecek içecek ve konaklama hizmetleri endüstrilerinin, Covid-19 Pandemisinden en kötü etkilenen işletmeler olduğu ifade edilmektedir (Liliyana, 2020: 229). Bu araştırmada, Covid-19 salgını nedeni ile yerel gastronomi işletmelerinde ortaya çıkan sorunların belirlenmesi ve yerel gastronomi işletmecilerinin salgın sonrasına ilişkin beklentilerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaçla, Gaziantep'te bulunan yerel gastronomi işletmeleri ile yarı yapılandırılmış mülakat modeli kullanılarak nitel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu araştırma için İskenderun Teknik Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 19.07.2022 tarihli ve 65800 sayılı etik kurulu izni alınmıştır.

### **Araştırmanın Evreni ve Örneklemi**

Bu çalışmanın evrenini Gaziantep'in merkez ilçeleri olan Şahinbey ve Şehitkâmil ilçeleri oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini ise Şahinbey ve Şehitkâmil ilçelerinde yer alan yerel gastronomi işletmecileri oluşturmaktadır. Araştırmada yerel gastronomi işletmecileri ile görüşmek istenildiğinden, kasti (kararsal) örnekleme tekniği tercih edilmiştir. Alanyazında amaçsal örnekleme olarak da adlandırılan (Şavran, 2012: 155) kasti örnekleme, örnekleme oluşturan

bireylerin rastgele seçilmeyerek araştırmacının araştırma problemine cevap bulabileceğine inandığı, belirli bir kitlenin oluşturduğu katılımcıların seçildiği örneklem yöntemidir (Coşkun, Altunışık ve Yıldırım, 2017: 149). Araştırmada araştırma problemine yanıt alınabileceğine inanılan bireylerin seçilmesi sebebiyle kasti örneklem tercih edilmiştir.

### **Araştırmanın Yöntemi**

Araştırmada, amaca uygunluğu göz önünde bulundurularak nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Nitel araştırmalar; gıdalar, beslenme çeşitliliği ve mutfak kültürü ile ilişki içerisinde olan olguların bütüncül bir profille anlaşılabilmesinde ve incelenmesinde başvurulan araştırma yöntemlerinden biri olarak değerlendirilmektedir (Seçim, 2018: 199-200). Bu çalışmada nitel araştırma yönteminin kullanılmasının nedeni; nicel araştırma yöntemleri ile çalışma konusunun örtüşmediğinin düşünülmesi, araştırmaya dâhil edilen katılımcıların sınırlı sayıda olması ve araştırma verilerinin doğrudan katılımcı görüşleri ile elde edilmek istenmesidir. Bu kapsamda yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Araştırma soruları İbiş (2020)'in çalışmasından hareketle derlenmiştir. Araştırma sorularının geçerliliği, alanında uzman 3 akademisyen görüşü ile teyit edilmiştir. Görüşme sorularının belirlenmesiyle 20 Temmuz 2022 itibarıyla görüşmeler başlamış beş gün (21-25. 07. 2022) devam devam etmiştir. Görüşmeler her katılımcı ile 10-20 dakika arası sürmüştür. Görüşmeye başlamadan önce her katılımcıya araştırmacının kimliği, mesleği, çalışmanın amacı ve içeriği hakkında kısa bir bilgilendirme yapılmıştır. Görüşme başlangıcında katılımcının ses kayıt cihazı kullanımına rıza gösterip gösterilmediği sorularak etik bir yaklaşım sergilenmiş, görüşmede elde edilen verilerin sadece bilimsel amaçlarla kullanılacağı ve istedikleri zaman görüşmeyi sonlandırma yetkisine sahip oldukları ifade edilmiştir. Bununla birlikte araştırmacının kıyafet, ses tonu, mimik gibi unsurları dikkate alınarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

İşletme sahibi/yöneticilerine Covid-19 krizinin işletmelerini nasıl etkilediği ve başvurdukları çözüm yolları ile ilgili olarak aşağıdaki sorular sorulmuştur. Bunlar:

1. Covid-19 salgını sürecinde işletmenizde yaşadığınız temel sorunlar nelerdir?
2. Covid-19 salgını sürecinde ekonomik olarak nasıl mücadele ettiniz?
3. Covid-19 salgınından ötürü mesleğinizin geleceği ile ilgili endişe duyduunuz mu?
4. Covid-19 salgını sürecinde işletmede işini kaybedenler oldu mu? Olduysa işletmeye nasıl yansıdı?
5. Covid-19 tehdidi ortadan kalksa bile pandemi tedbirlerine devam edecek misiniz?
6. Covid-19 salgınından ötürü yeme – içme endüstrisinde kalıcı bir hasar oluştu mu?
7. Covid-19 salgını göz önünde bulundurarak, gelmesi muhtemel krizler için çözüm önerilerinizi paylaşır mısınız?

### **Verilerin Analizi**

Katılımcılardan 21-25. 07. 2022 tarihleri arasında elde edilen veriler nitel araştırma analiz tekniklerinden biri olan içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizi, genellikle sosyal bilimler alanında kullanılan bir araştırma tekniğidir (Taylan, 2011: 64). Metin verilerini analiz etmek için kullanılan (Hsieh ve Shannon, 2005: 1278) içerik analizi, yazılı veya sözlü materyalleri kategoriler halinde sınıflandırmaya dayalı bir yöntem olarak tanımlanmaktadır (Moretti vd., 2011).

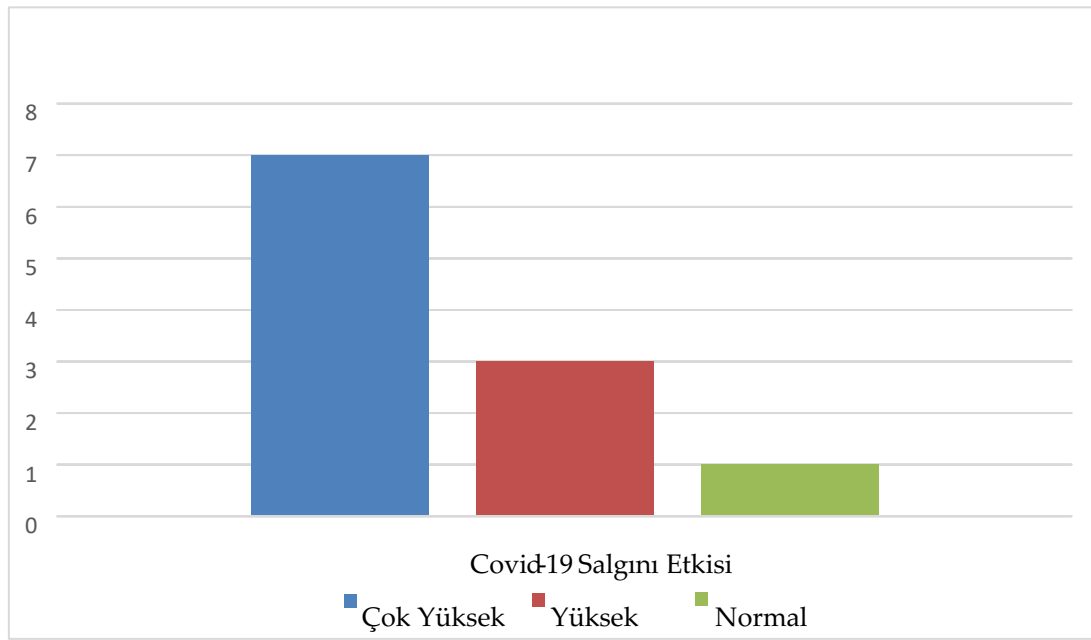


Katılımcılardan elde edilen alıntılar, gizlilik esasına dayanılarak, isimleri verilmeden kodlanarak aktarılmıştır. Bu kapsamda çalışmaya katkı sağlayan yerel gastronomi işletmecilerinin adını sembolize etmesi için “K” harfi kullanılmış ve her katılımcıya “K1, K2, K3, ...” şeklinde bir numara verilmiştir.

## ARAŞTIRMA BULGULARI

Çalışmanın bu bölümünde, araştırma analizlerine ve bulgularına yer verilmiştir. “Covid-19’un işletmenize yönelik etkilerini derecelendirebilir misiniz?” şeklinde sorulan tek derecelendirme sorusundan hareketle grafik 1 oluşturulmuştur. Grafik 1’de Covid-19 salgınının işletmelere etkisi gösterilmektedir.

Grafik 1. Covid-19 Salgını Etkisi



Katılımcıların cevapları doğrultusunda oluşturulan Grafik 1’de, araştırma sorularında yer alan “az” ve “orta” derecelerine katılımcılardan yanıt alınmadığından grafiğe eklenememiştir. Bunun yanı sıra “çok yüksek” ve “yüksek” dereceleri en yüksek katılımcı cevaplarından hareketle oluşturulmuştur. Katılımcıların çok az bir kısmı ise “normal” derecede etkilendiklerini ifade etmişlerdir. Katılımcılar genel olarak Covid19 salgınından çok yüksek seviyede etkilendiklerini belirtmişlerdir.

Araştırma sorularından hareketle Covid-19’un etkileri, bütüncül şekilde değerlendirilerek Tablo 1 elde edilmiştir. Tablo 1, “covid-19 salgını etkileri” adlı tek kategori ve bu kategoriye dâhil 4 alt kategoriden oluşmaktadır. Söz konusu 4 alt kategori ise kendi içerisinde 21 koddan oluşmaktadır.

Tablo 1’de görüldüğü üzere, “Covid-19 Salgını Etkileri” kategorisi, istihdam, ortaya çıkardığı problemler, ekonomik etki ve geri dönülmez etki alt kategorilerinden oluşmuştur. Bu kategorinin %36,1’i İstihdam kategorisinden oluşmaktadır. Bununla birlikte bu kategori %26,3 ile ‘Ortaya çıkardığı problemler’, % 20,8 ile ‘Ekonomik Etki’ ve % 16,6 ile ‘Geri Dönülmez Etki’ kategorilerinden oluşmaktadır.

Tablo 1. Covid-19 Salgını Etkilerinin Kategorileştirilmesi

Kategori	Alt Kategori	Kod	Σi	Σ (35)	%
Covid-19 Etkisi	Geri dönülmez etki	Kötü imaj	1	12	16.6
		Tarımsal faaliyet azaldı	1		
		Kalıcı hasar yok	4		
		Gıda sektörüne olumsuz etki	6		
	Ekonomik etki	Alım gücü düştü	1	15	20.8
		Birikimleri kullanma	1		
		Farklı sektörlerle yönelim	1		
		İşletmenin kapanması	3		
		Kredi	4		
		Borç	5		
	Ortaya çıkardığı sorunlar	Kısıtlanmalar	1	19	26.3
		Ciro düşüklüğü	1		
		Gelirsiz gider	3		
		Personele maaş ödeyememe	3		
		Müşteri kaybı	5		
		İşletmenin kapalı kalması	6		
	İstihdam	Personeli işten çıkarma	2	26	36.1
		İşsizlik	5		
		Fabrikaya yönelim	5		
		Kalifiye eleman kaybı	6		
İş değişikliği		8			

“İstihdam” alt kategorisinde iş değişikliği, kalifiye eleman kaybı, fabrikaya yönelim, işsizlik ve personeli işten çıkarma kodları yer almaktadır. Katılımcılar çoğunlukla İş değişikliği, Kalifiye eleman kaybı kodlarına değinmişlerdir. Katılımcıların bulgulara yönelik ifadeleri aşağıdaki gibi örneklendirilebilir (K=Katılımcı):

K1: “Tabiki kötü yansıdı. Elinde çok iyi bir kebabçı ustası varken maaş veremiyorsun adama çünkü dükkân kapalı haliyle adam bıraktı işi gitti. ...Ya da diğer çalışanlar elinde çok iyi bir mesleği varken bıraktı mesleği gitti fabrikaya yerleşti. Yerine kalifiye usta var mı?”

K2: “Personellerimiz işsiz kaldı. ... İşlerimiz Pandemi süresinde çok azaldığı için iş arkadaşlarımızla yollarımızı ayırdık.”

K8: “...Ödenek yoktu, işçiler mağdur kaldı, elemanlarımız işten çıkmak zorunda kaldı çünkü maaş veremedik...”

K10: “İşini kaybedenler değil de başka mesleğe yönelenler oldu. Bizim işten çıkarılma gibi bir durumumuz olmadı o duruma gelmedik çok şükür. Ama kendi isteğiyle başka işlere yönelenler oldu.”

“Ortaya çıkardığı problemler” alt kategorisinde, İşletmenin kapalı kalması, Müşteri Kaybı, Gelirsiz Gider, Personelin maaşı ödeyememe, ciro düşüklüğü ve kısıtlamalar kodları yer almaktadır. Katılımcılar çoğunlukla işletmenin kapalı kalması, müşteri kaybı, gelirsiz gider kodlarını vurgulamışlardır. Katılımcıların bulgulara yönelik ifadeleri aşağıdaki gibi örneklendirilebilir:

K4: “...Müşterilerin gelmemesi, korkması, yasakların kısıtlamaların artması yani burası çok işlek bir lokasyon karşısı kavaklık parkı Antep’in en büyük parklarından biri içerisinde gece geç saatlere kadar gezen gençler, yürüyüş yapan insanlar var...”

K7: “...İşletmenin kapanması...”

K11: “...Kapanması ve açılış döneminde de otomatik olarak gelen konuk sayısının azalması.”

“Ekonomik Etki” alt kategorisi, borç, kredi, işletmenin kapanması, farklı sektörlerle yönelim, birikimleri kullanma ve alım gücü düştü kodları yer almaktadır. Katılımcılar çoğunlukla borç kredi ve işletmenin tamamen kapanması kodlarını vurgulamışlardır. Katılımcıların bulgulara yönelik ifadeleri aşağıdaki gibi örneklendirilebilir:

K3: “Kredi çektik ancak krediler üstesinden gelmede yetersiz kaldığı için gayrimenkul alım satımı yaptık farklı işlerle kendi çabamızla açığı kapatmaya çalıştık. Ek iş yaparak burayı ayakta tutmaya çalıştık.”

K10: “...Hiç destek almadık biz Pandemi sürecinde. İşletme şahsımıza ait birazda bankada birikimimiz vardı onları harcadık...”

K11: “Cepten yedik ekşiye indik. Personel ödemesiydi, işletme kirasıydı bunlar hep cepten çıktı. Yani birikim değil de borçla harçla geçirdik süreci...”

“Geri Dönülmez Etki” alt kategorisi, gıda sektörüne olumsuz etki, kalıcı hasar yok, tarımsal faaliyet azaldı ve kötü imaj alt kategorilerinden oluşmaktadır. Katılımcılar çoğunlukla gıda sektörüne olumsuz etki ve kalıcı hasar yok kodlarını vurgulamışlardır. Katılımcılardan bazıları hasarın oluştuğunu ancak bunun geçici bir dönem olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcıların bulgulara yönelik ifadeleri aşağıdaki gibi örneklendirilebilir:

K1: “Evet, oluştu ülkenin hanesi harap oldu. Çiftçi tarlasına gidemezken, pazarcı mahsulü toplayıp hale, pazara gelemeyen kalıcı bir hasar yok denemez zaten. Pazarcı mahsulü alıp hale gelebilmeli ki ürün halden ülkeye yayılabilmeli, dağılabilmeli. İşin kökeni zaten tarım, tarım bugün çalışmazsa, hale sebze gelmezse ne olacak? ... Dolayısıyla imajımız da kötü etkileniyor...”

K8: “Oluşturduğum mesela önceden ödemelerde bir sorun olmuyordu ama şu an müşterilerin hemen hepsi temassız ödeme yapmak istiyor kartlarını vermek istemiyor, dokunmamızı istemiyor bu yerleşti insanlar arasında. Psikolojik olarak değişti insanlar...”

K11: “...kalıcı hasar kalifiye personeldi bana göre. Birinci kural kalifiye personel, ikinci kural güzel yerlerin kapanması veya el değiştirmesi.”

Tablo 1’de yer alan bütün kategori ve kodlardan hareketle Gaziantep’te yer alan yerel gastronomi işletmelerinin Covid-19 salgınından yoğun şekilde etkilendiği, Covid-19’un bazı işletmelerde geri dönülmez kalıcı hasarlara neden olduğu, bazı işletmelerde ekonomiye yönelik ve bazı işletmelerde istihdama yönelik olumsuz etkilerinin olduğu ifade edilmiştir. Bunun yanı sıra bazı işletmelerde de bütün kategori ve kodları kapsayan genel etkilerinin yoğun şekilde hissedildiği sonucuna ulaşılmıştır. Tablo 1’de Covid-19 etkileri tespit edilmek istenildiğinden, oluşturulmak istenen kategoriye göre sorular sorular seçilmiştir. Söz konusu sorular dışında kalan birtakım sorularda ise işletmelerin süreci nasıl atlattıkları ve olası diğer krizlere yönelik zihinlerinde yer

alan çözüm önerileri tespit edilmek istenmiştir. Tablo 2, Covid-19 sürecinde yapılan ve olası krizlerde yapılması muhtemel birtakım faaliyetlerden hareketle kategorileştirilmiştir. Yapılan & Önerilen Faaliyetler başlıklı tek ana kategoriden oluşan Tablo 2, bu ana kategoriye bağlı 2 alt kategoriden ve 15 koddan meydana gelmektedir.

Tablo 2: Yapılan ve Önerilen Faaliyetlerin Kategorileştirilmesi

Kategori	Alt Kategori	Kod	$\Sigma_i$	$\Sigma$ (35)	%
Yapılan & Önerilen Faaliyetler	Alınan Tedbirler	Sağlık Bakanlığı tedbirlerine uyum	6	22	62.8
		Dezenfektan	4		
		Hijyen	4		
		Sosyal mesafe	2		
		Açık havada hizmet	2		
		Temassız açılan kapı	2		
		Mutfığa müşteri girişinin yasaklanması	2		
	Öneriler	Devletin yasalarına göre hareket edilmeli	7	13	37.1
		Paket servise yönelim olmalı	1		
		İşletme kapatılabilir	1		
		Devlet işletmelere destek sağlamalı	1		
		Birikim yapılmalı	1		
		Krize hazır olunmalı	1		
		Hastalıkların çıkmaması için organik ürünler tüketilmeli	1		

Tablo 2’de görüldüğü üzere, “yapılan & önerilen faaliyetler” ana kategorisi, alınan tedbirler ve öneriler alt kategorilerinden oluşmuştur. Bu kategorinin %62’8’i alınan tedbirler ve %37,1’i öneriler alt kategorisinden oluşmaktadır.

“Alınan Tedbirler” alt kategorisinde sağlık bakanlığı tedbirlerine uyum, dezenfektan, hijyen, sosyal mesafe, açık havada hizmet, covid-19 tedbirlerine devam edilmeyecek, temassız açılan kapı ve mutfığa müşteri girişi yasaklandı kodları yer almaktadır. Katılımcılar çoğunlukla sağlık bakanlığı tedbirlerine uyum, dezenfektan, hijyen kodlarını vurgulamışlardır. Katılımcıların bulgulara yönelik ifadeleri aşağıdaki gibi örneklendirilebilir:

K1: “...Tekrar böyle bir durum söz konusu olursa sağlık bakanlığının vermiş olduğu önlemlerin tümünü alırız zaten. Sağlık bakanlığı ne derse hangi kuralı koyarsa ona uyarız... Tabi ediyoruz mesela dezenfektanı iç eksik etmiyoruz. Çalışan arkadaşlarımız da müşteriye karşı sosyal mesafeyi koruyor. ... Pandemi sonrası daha çok açık alan tercih edilir oldu... Kısaca biz sağlık bakanlığından Pandemi ile birlikte gelen tüm maskemesafe gibi hijyen kurallarına devam etmeye çalışıyoruz tedbiri elden bırakmadan özenle ilerliyoruz”.

K5: “Dezenfektanlarımız var, maske ile çalışıyoruz müşterilerin bir böyle beklentisi yok ama biz tedbir alıyoruz... Devlet ne der, nasıl tedbirler alırsa bizde onu uygularız. ...”

K7: “Evet şu an tedbirlere devam ediyoruz. Pandeminin gelişi ile birlikte biz birtakım değişiklikler yaptık mesela lavabo kapularımız değişti şu an kapularımız el değmeden temassız açılır kapanır nitelikte. Onun dışında hijyen paspaslarımız var, dezenfektan ve kolonya var, mutfak içerisine müşteri girişi engellendi. “

“Öneriler” alt kategorisinde devletin yasalarına göre hareket edilmeli, paket servise yönelim olabilir, işletme kapatılabilir, devlet işletmelere destek sağlamalı, birikim yapılmalı, krize hazır olunmalı ve hastalıkların çıkmaması için organik ürünler tüketilmeli kodları yer almaktadır.

Katılımcılar çoğunlukla devletin yasalarına göre hareket edilmeli kodunu vurgulamışlardır. Katılımcıların bulgulara yönelik ifadeleri aşağıdaki gibi örneklendirilebilir.

K4: “En önemli çözüm önerisi temizliktir temizlikten başka bir önlem alamayız çünkü devlet zaten temizlik dışında bütün önlemleri alıyor, gereken yapıyor yani yasaklar gibi, bize yapacak bir şey kalmıyor yani. Biz sadece müşteri potansiyelimize göre devletin alacağı tedbirlere uyacağız, onların dediklerine göre hareket edeceğiz o kadar...”

K6: “Devlet ne derse verilen direktiflere göre ilerleriz, onların çözümlerini uygularız. Bizim bir çözüm üretmemiz için devlet katında bir yetkimizin olması gerekiyor dolayısıyla sunacağımız çözümün çok da önemli olacağını düşünmüyorum”

K9: “...Zaman neyi gösterir bilemeyiz ama şu olabilir para arttırabiliriz, saklayabiliriz, harcamaları kısımlarız kötü günler için. Maddi manevi her şeye hazırlıklı yaşamalıyız artık...”

K11: “Şu şekilde söyleyeyim bizim personellerimiz süreçten sonra sabitleşti. Olası bir krizde işletmemiz kapatılmazsa bir değişkenliğimiz olmayacak ama olası bir durumda şöyle bir çözüme varacağız; paket servisine yoğunluk vereceğiz...”

Gerçekleştirilen analiz ve elde edilen bulgulardan hareketle birtakım sonuçlara ulaşılmıştır. Ulaşılan sonuçlara aşağıda yer verilmiştir.

## SONUÇ ve ÖNERİLER

Çalışmada Covid-19 salgınının gastronomi işletmelerine etkisi ortaya koymaya çalışılmıştır. Çalışma kapsamında Gaziantep’te yer alan gastronomi işletmeleri ile yarı-yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Analiz neticesinde Covid-19 salgınının gastronomi işletmelerinde istihdama ve ekonomiye etkisinin olduğu, salgının birtakım problemlere sebep olduğu ve gastronomi işletmelerinde kalıcı hasarlar oluşturduğu tespit edilmiştir. Çalışmada ulaşılan sonuçlara göre Covid-19 salgını gastronomi işletmelerinde en çok istihdamı etkilemiştir. Salgın dolayısıyla işletmelerin kapalı olması ve/veya tamamen kapanmasından dolayı personel azaltmaya gidilmiş ve birçok personel gerek kalıcı gerekse geçici olarak işsiz kalmıştır. Bununla birlikte bazı personeller de farklı iş alanlarına yönelmişlerdir. Bu durum, gastronomi işletmelerinde kalifiye personelin kısıtlı sayıda kalması sonucunu doğurmuştur. Personel açısından bakıldığında ise Covid-19 pandemisi, gastronomi işletmelerinde çalışan personeli pek çok yönden etkilemiştir. İşletmelerin pek çoğu personellerine; ücretsiz izin, kısa çalışma ödeneği, vardiyalı sistemi uygulamıştır. Bunun yanı sıra işten çıkarma durumu da yaşanmıştır. Pandeminin belirli bir döneminde işten çıkarma resmi olarak yasaklansa da işverenler önce ücretsiz izin uygulamasına, sonrasında işten çıkarma durumuna yönelmek durumunda kalmışlardır (Bilgin ve Tekeli, 2022: 299)

Ülkeler gelecekte turizmde olabilecek krizlerin etkilerini minimum seviyeye indirebilmek için birtakım tedbirler alma çabasına girişmişlerdir. Bu bağlamda iç turizmin geliştirilmesi ve

destinasyon imajının sağlanması, kitle turizmin yanı sıra özel ilgi turizminin teşvik edilmesi ve turizmde sürdürülebilirlik ilkelerinin sağlanmasıdaki kararlılık yaklaşımları ön plana çıkmaktadır (Derinöz, 2021:41).

Salgın gastronomi işletmelerinde; müşteri kaybı, işletmelerin kapalı kalması, gelir elde etmeden giderlerin karşılanması, personelin maaşını ödeyememe ve ciro düşüklüğü gibi literatürde yapılan diğer çalışmalar ile karşılaştırıldığında benzer sonuçlar elde edildiği tespit edilmiştir. Yeme içme işletmeleri kapanma ve birtakım kısıtlamalar sebebiyle krizden en fazla etkilenen sektörlerin başında gelmiştir. Süreç itibarıyla tesisler kapalı kalmıştır. Bazı yeme içme tesisi sahipleri tesis kirasını yıllık ödediklerini ve zamanı gelince kirayı ödeyemeyeceklerini belirterek gerekirse sektörden çekilebileceklerini ifade etmişlerdir. Tüm bu ekonomik etkiler işletmeleri olumsuz yönde etkilemiştir. Covid-19'un oluşturduğu sağlık krizi beraberinde ekonomik krizi de getirmiştir. İşletmeler kredi, borç veya başka işlere yönelerek ayakta kalmaya çalışmışlardır (Etyemez ve Kemer, 2021: 500).

Çalışmada sonucunda sağlık bakanlığı tedbirlerine uyum, dezenfektan, hijyen, sosyal mesafe, açık havada hizmet, covid-19 tedbirlerine devam edilmeyeceği, temassız açılan kapı ve mutfaka müşteri girişi yasaklanması gibi tedbirler alındığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca gastronomi işletmelerinin çoğunluğunun hâlâ bu tedbirleri uygulamaya devam ettiği saptanmıştır. Buradan hareketle Covid19'un gastronomi işletmelerinde değişikliğe sebep olduğu söylenebilir. Bu sonuçlar, Covid-19 ile birlikte işletmelerin normalde yaptığı genel dezenfeksiyon işlemlerini daha titiz bir şekilde yaptığına işaret etmektedir. Özellikle işletmelerde servis esnasında ortamın havalandırılması, tek kullanımlık menaj takımı, aralıklı masa, açık havada hizmet, QR kodlu menü, temassız açılan kapı gibi birtakım değişiklikler dikkat çekmektedir. Bu değişikliklerin ise önemli oranda tüketici beklentilerinden hareketle şekillendiği dikkat çekmektedir (Karamustafa, Ülker ve Akçay, 2021: 56). Ulaşılan bu sonuçlar neticesinde gastronomi işletmelerinin Covid-19 salgınından maddi ve manevi olarak etkilendikleri söylenebilir. Gastronomi işletmelerinin salgın döneminde aldığı darbeyi telafi etmesinin zor olduğu ifade edilebilir. Bu doğrultuda Gaziantep'te yer alan yerel gastronomi işletmeleri tarafından olası bir kriz sürecinde;

- İşletme yöneticilerinin devletin yasalarına göre hareket etmesi gerektiği,
- Paket servise yönelimin artması gerektiği,
- Devletin işletmelere sağladığı desteğin artırılması gerektiği,
- Şahsi birikimler yapılması gerektiği,
- Olası bir krize karşı hazır olunması gerektiği,
- Olası çeşitli hastalık ve salgınlardan en az hasarla çıkabilmek için organik ürünler tüketilmesi gerektiği şeklinde öneriler sunulduğu tespit edilmiştir.

Bunun yanı sıra, yöneticilerin çoğu, yaşanan/yaşanacak olan kriz sürecinde devletin aldığı tedbirlere uyum sağlanması gerektiğini düşünmektedir. Olası bir kriz durumuna hazırlıklı olunması gerektiği ve devletin işletmelere destek sağlaması gerektiği konusunda hemfikir oldukları tespit edilmiştir. Bu çalışmada olduğu gibi literatürde yer alan diğer çalışmalarda da işletmeler, Covid-19 süreci ve sonrasında devletten özellikle finansal konularda hibe veya uygun koşullu kredi sağlanması, sigorta primleri, vergi ve tüm diğer ödemelerin vadesinin uygun koşullarda uzatılmasını talep etmişlerdir (Okat, Bahçeci ve Ocak, 2020: 219).

Çalışmada elde edilen bulgular ışığında birtakım öneriler geliştirilmiştir. Söz konusu öneriler gastronomi işletmeleri;

- Teknolojik uygulamaları benimsemelidir. Malların tedariki, siparişler ve memnuniyetin izlenmesi gibi özelliklere dikkat edilmelidir.
- Paket servis konusunda yenilikler yapılmalıdır. Pandemi insanları evlere hapsedmiş olup insanlar bir bakıma bunu benimsemiştir. Paket servisler müşteri oranı içinde fazlaca artmıştır.
- Değişen tüketici tercihlerine dikkat edilmesi gerekmektedir. Sağlıklı olduğu benimsenmiş olan organik ürünler, değişik pişirme teknikleri, ambalaj ve sunum teknikleri gibi tüketici tercihlerine uyum sağlamaları gerekmektedir.
- Menülerin paket servise uygun formları üretilmelidir. İşletmede tüketilen menülerin paket servis sunumları alternatiflerde yer almalıdır.
- Pandemi temizlik ve hijyeni ön plana çıkarmıştır. İşletmelerin hijyen kurallarına uyması ve sertifika alması müşteri nezdinde zorunluluk arz etmektedir.
- Mutfakların müşterilerin kontrolüne ve gözlemine daha açık hale gelmesi gerekmektedir.
- Düşük maliyetli ve yerel ürünlere daha fazla yer verilmelidir. Krizler insanların gelirini azalttığı gibi, ithal ürünlerin tedarikini ve güvenilirliğini de azaltmaktadır (Başan, 2022).
- Bağışıklık sistemini güçlendiren gıdalardan oluşan reçetelere, yeni tariflere, sağlıklı menülere yer verilmelidir.
- Gastronomi işletmeleri müşteri sadakati sağlamalıdır (Türkeri, 2022).

Mevcut çalışmanın turizm, gastronomi ve işletme literatürüne katkı sağlayacağı ümit edilmektedir. Bu çalışmada nitel yöntemlerle veri elde edildiğinden, sonraki çalışmaların farklı yöntem ve örneklerle gerçekleştirilmesinin literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Destek Bilgisi:** Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Türk Turizm Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

**Etik Kurul Onayı:** İskenderun Teknik Üniversitesi Bilimsel araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 17.07.2022 tarih E-22398675-050.02.04-65800 kararı ile onay verilmiştir.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

## KAYNAKÇA

Atay, L. (2020). COVID-19 Salgını ve Turizme Etkileri, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi* 17(1): 168-172.

Aymankuy, Ş. Y. (2001). Turizm Sektöründe Kriz Yönetimi, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(6): 105-118.

Başan, R. (2022). Koronavirüs ve gastronomi sektörünün geleceği. <https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/ramazan-basan/koronavirus-ve-gastronomi-sektorunun-gelecegi-41497849>. Erişim Tarihi: 10.08.2021.

- Bauer, R.A. (1960). Consumer Behavior as Risk Taking. (Editör) Hancock, R.S., *Dynamic Marketing for a Changing World*, içinde (ss. 389-398), *Conference of the American Marketing Association*. Proceedings of the 43rd.
- Birdir, K. ve Akgöl, Y. (2015). Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi, *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2): 57-68.
- Chang, C., McAleer, M. and Ramos, V. (2020). A Charter for Sustainable Tourism after COVID19, *Sustainability*, 12(3671):1-4.
- Çetin, G. ve Göktepe, S. (2020). Covid-19 Pandemisinin Turizm Endüstrisi Üzerindeki Etkileri. Demirbaş, Bozkurt ve Yorgun (Editör) Covid-19 Pandemisinin Ekonomik, Toplumsal ve Siyasal Etkileri içinde (ss. 87-97), İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınevi.
- Derinöz, B. (2021). Turizmin geleceğini COVID-19 mu inşa ediyor? *Türk Coğrafya Dergisi*, Sayı 79 Özel Sayı, DOI: 10.17211/tcd.1000764: 41-50.
- Eğri, T. ve Doğaner, A. (2020). Covid-19 ve Ekonomik Kriz: Kobiler Özelinde Bir Değerlendirme ve Politika Önerileri, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(37): 128-145.
- Eryılmaz, B. (2020). Türkiye'de Faaliyet Gösteren Otel Zincirlerinin Yeni Tip Koronavirüs (Covid-19) Bilgilendirmeleri, *Turizm Akademik Dergisi*, 7(1): 15-27.
- Etyemez, S., ve Kemer, E. (2021). Covid 19 Salgınının Turistik Restoranlara Etkisi Üzerine Nitel Bir Çalışma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(1): 493-503.
- Göçen, S., Yirik, Ş. ve Yılmaz, Y. (2011). Türkiye'de Krizler ve Krizlerin Turizm Sektörüne Etkileri, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2): 493-509.
- Gössling, S., Scott, D. and Hall, M.C. (2020). Pandemics, Tourism and Global Change: a Rapid Assessment of COVID-19, *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1): 1-20.
- Hsieh, H.F. and Shannon, S.E. (2005). Nitel İçerik Analizine Üç Yaklaşım, *Nitel Sağlık Araştırması*, 15(9): 1277-1288.
- İbiş, S. (2020). Covid-19 Salgınının Seyahat Acentaları Üzerine Etkisi, *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1): 85-98.
- İşözen, H. (2020). Covid-19: Psikologlar ve Kriz Zamanlarında Etik Sorumluluk, *Aydın Toplum ve İnsan Dergisi*, 6(1):1-10.
- Jianhua, G. (2020). Çin'in Yeni Koronavirüs Zatürresine Karşı Savaşı: Mücadeleler, Sonuçlar ve Yansımalar, *BRIQ*, 1(2): 90-102.
- Kalpaklıoğlu, N. Ü. (2010). Krizlere En Hassas Sektör Turizmde Etkin Kriz Yönetimi, *Journal of Academic Studies*, 12(44): 139-155.
- Karamustafa, K. Ülker, M. ve Akçay, S. (2021). Covid-19 Salgınına Bağlı Olarak Yiyecek ve İçecek Hizmet Süreçlerindeki Değişimler Üzerine Nitel Bir Araştırma, *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 13(1): 33-69.
- Koçak Bilgin, Y. ve Tekeli, H. N. (2022). Covid-19'un Yiyecek İçecek İşletmelerine Olan Etkisi, *Dogus University Journal*, 23(2): 281-301.
- Koroğlu, A. (2004). Turizm İşletmelerinin Muhtemel Krizlere Yönelik Hazırlık Çalışmaları ve Seyahat Acentalarında Bir Uygulama, *Balikesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(12): 69-87.



- Lai, C. C., Shih, T. P., Ko, W. C., Tang, H. J. and Hsueh, P. R. (2020). Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARS-Cov-2) and Coronavirus Disease-2019 (COVID-19): The Epidemic and The Challenges, *International Journal of Antimicrobial Agents*, 55(3): 105924: 1-9.
- Liliyana, L. (2020). Implementasi Bauran Promosi Pada Usaha Kuliner Restoran Bumbu Desa Ciledug Di Masa Pandemi Covid-19, *Jurnal Akrab Juara*, 5(4): 228-243.
- Moretti, F., Van Vliet, L., Bensing, J., Deledda, G., Mazzi, M., Rimondini, M., Zimmermann, C. and Fletcher, I. (2011). A Standardized Approach to Qualitative Content Analysis of Focus Group Discussions from Different Countries, *Patient Education and Counseling*, 82(3), 420-428.
- Okat, Ç., Bahçeci, V., ve Ocak, E. (2020). COVID-19 (Yeni Koronavirüs) Salgınının Neden Olduğu Krizin Yiyecek İçecek İşletmeleri Üzerindeki Etkisinin Değerlendirilmesi, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 4(2): 201-218.
- Öksüz, B. ve Batu, M. (2017). Kriz İletişimi ve Turizm: 2016 Yılı Terör Saldırıları, *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*, (1): 85-108.
- Sağlık Bakanlığı (2020). Covid-19 (Sars-Cov-2 Enfeksiyonu) Genel Bilgiler, Epidemioloji ve Tanı. [https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/depo/rehberler/covid-19rehberi/covid-19\\_rehberi\\_genel\\_bilgiler\\_epidemiyoloji\\_ve\\_tani.pdf](https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/depo/rehberler/covid-19rehberi/covid-19_rehberi_genel_bilgiler_epidemiyoloji_ve_tani.pdf) Erişim Tarihi : 11.07.2021.
- Sezen Doğancılı, O. (2020). Covid-19 Salgını Sonrası Turizm Destekleri, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3): 2808-2820.
- Sezgin, F. (2003). Kriz Yönetimi, *Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1): 181-195.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2020). Bakanımız Sayın Mehmet Nuri Ersoy'un Kültür ve Turizm Sektörüne Yönelik Destek Paketi. <https://afyon.ktb.gov.tr/tr260835/bakanimiz-sayinmehmet-nuri-ersoyun-kultur-ve-turizm-se-.html> Erişim Tarihi: 11.07.2020.
- Taylan, H. H. (2020). Sosyal Bilimlerde Kullanılan İçerik Analizi ve Söylem Analizinin Karşılaştırılması, *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(2): 63-76.
- TDK (2020). Türk Dil Kurumu Sözlükleri/Kriz. <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 11.07.2020.
- Tekin (2015). Kriz Yönetimi ve Kamu Yönetimi İçin Önemi, *Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 18(2): 119-135.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2021). Coğrafi İşaretler Portalı / Türkiye'nin Coğrafi İşaretleri. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/61b88a35-d185-4918-8747-bedb426d9941.pdf> Erişim Tarihi: 05.06.2022.
- Türkeri, İ. (2022). Covid-19 Sonrası Yeni Nesil Yiyecek-İçecek İşletmeleri. <https://www.eul.edu.tr/covid-19-sonrasi-yeni-nesil-yiyecek-icecek-isletmeleri/>. Erişim Tarihi: 12.06.2022
- UNESCO (2021). Creative Cities Network / Gaziantep. <https://en.unesco.org/creative-cities/gaziantep> Erişim Tarihi: 08.07.2021.
- UNWTO (2020). Unwto Tourism Data Dashboard. <https://www.unwto.org/unwtotourism-dashboard> Erişim Tarihi: 11.07.2020.
- Üstün, Ç. ve Özçiftçi, S. (2020). COVID-19 Pandemisinin Sosyal Yaşam ve Etik Düzlem Üzerine Etkileri: Bir Değerlendirme Çalışması, *Anadolu Kliniği Tıp Bilimleri Dergisi*, 25(1): 142-153.

Yılmaz, S. (2020). COVID-19'u Kim Üretti? Aşısı Ne Zaman Bulunacak? [www.academia.edu/42317618/COVID\\_19u\\_kim\\_%25C3%25BCretti\\_A%25C5%259F%25C4%25B1s%25C4%25B1\\_ne\\_zaman\\_bulunacak&cd=1&hl=tr&ct=clnk&gl=tr](http://www.academia.edu/42317618/COVID_19u_kim_%25C3%25BCretti_A%25C5%259F%25C4%25B1s%25C4%25B1_ne_zaman_bulunacak&cd=1&hl=tr&ct=clnk&gl=tr) Erişim Tarihi: 12.06.2022