

Covid-19 Salgınına Bağlı Olarak Yiyecek ve İçecek Hizmet Süreçlerindeki Değişimler Üzerine Nitel Bir Araştırma



Kurtuluş KARAMUSTAFA¹
Mustafa ÜLKER²
Süreyya AKÇAY³

Öz

Bir hizmet sektörü olan ağırlama sektörü krizlerden en kolay etkilenen sektörlerin başında gelmektedir ki salgın hastalıklar da kriz oluşturabilecek etkenlerden biri olarak değerlendirilebilmektedir. Bu çalışma ile Covid-19 salgını esnasında konaklama işletmeleri bünyesinde sunulan yiyecek ve içecek hizmet süreçlerinde yaşanan değişimlerin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Konaklama işletmelerinin yiyecek ve içecek yöneticileri ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiş ve elde edilen veriler içerik analizi ile değerlendirilmiş, bulgular iki ana ve altı alt kategori kapsamında yorumlanmıştır. Bulgular,

¹ **Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:** Prof. Dr., Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi, Kayseri Üniversitesi Rektörlük, karamustafa@erciyes.edu.tr, karamustafa@kayseri.edu.tr <https://orcid.org/0000-0002-6581-6276>

² Arş. Gör., Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi, mustafaulker@erciyes.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-7824-605X>

³ Doktora Öğrencisi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği A.B.D., akcaysureyya@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-5176-4444>

Makale Türü / Paper Type: Araştırma Makalesi / Research Paper

Makale Geliş Tarihi / Received: 05.02.2021

Makale Kabul Tarihi / Accepted: 20.04.2021

restoran ve mutfak bölümlerinde servis öncesi, servis esnası ve servis sonrası süreçlerde eldiven ve maske kullanımı, dezenfeksiyon, ateş kontrolü, masa düzeni, dijital men kullanımı, sabit men uygulamaları, aık bfe yerine tabak servisi uygulamaları, yiyeceklerin hijyeni gibi uygulamaların gerekleştiğini ortaya koymaktadır.

Anahtar kelimeler: Covid-19, salgın, hizmet süreçleri, yiyecek ve içecek hizmeti

A Qualitative Study on Changes in Food and Beverage Service Processes Based on the Covid-19 Pandemic

Abstract

The hospitality sector, as being a service sector, is one of the sectors most easily affected by crises, and hence pandemics can be considered as one of the factors that can cause a crisis. With this study, it is aimed to reveal the changes in the food and beverage service processes offered within the accommodation businesses during the Covid-19 outbreak. Semi-structured interviews were held with food and beverage managers of accommodation businesses, and the data obtained were evaluated with content analysis, and the findings were interpreted under two main and six sub-categories. The findings reveal that practices such as the use of gloves and masks, disinfection, fire control, table layout, digital menu use, fixed menu applications, plate service instead of open buffet, and food hygiene in the restaurant and kitchen departments before, during and after service.

Keywords: Covid-19, pandemics, service processes, food and beverage service

Giriş

Savaşlar, terör olayları, felaketler, politik ve ekonomik krizler kişileri, örgütleri, toplumları ve hatta dünyayı etkileyebilen olumsuz du-

rumlardır (Glaesser, 2006; Köşker, 2017). Ağırlama sektörü ve özellikle turizm sektörü de bu krizlerden çok fazla etkilenen sektörlerin başında gelmektedir (Okumus ve Karamustafa, 2005). Benzer şekilde, salgın hastalıklar da turizm sektörünü oldukça olumsuz etkilemektedir. 2002 yılında Çin’de meydana gelen SARS salgını, 2003 yılında ortaya çıkan kuş gribi salgını, 2009 yılında ABD’de ortaya çıkan domuz gribi salgını, hastalıkların meydana geldiği ülkelerde turizmin durma noktasına gelmesine sebep olmuştur (Çeti ve Ünlüöner, 2019). Ayrıca salgının meydana geldiği ülkelere turist alan ülkelerin de bu salgın krizinden olumsuz etkilendiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Covid-19 salgını da dünyada ortaya çıkan en önemli ve en etkili salgın hastalıklardan biri olarak bilinmektedir. Salgın, başlangıcından bu yana tüm dünyada yaklaşık 128 milyondan fazla insanı etkilemiş ve küresel bir kimlik kazanmıştır (Woldometers, 2021). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü 2019 yılında 1,5 milyar insanın dünyada turizm hareketlerine katılmasıyla 1,5 trilyon dolar küresel turizm geliri elde edildiğini bildirmiş fakat 2020 yılına gelindiğinde Covid-19 salgınının sebep olduğu kriz ile turizm sektörü yaklaşık %74 oranında uluslararası turisti kaybederek önemli bir gerileme kaydetmiştir (Dünya Turizm Örgütü, 2020a; Dünya Turizm Örgütü, 2020b). Turizm gelirlerinin yaklaşık 730 milyar ABD doları azalmasıyla turizm sektörü önemli bir küresel krizin eşiğine gelmiştir (TÜRSAB, 2020). Salgının biteceği zamanın ve bittiği zaman sebep olacağı toplam etkinin öngörülememesi de krizin derinliğini hesaplama açısından ülkeleri zorlamaktadır. Bu nedenle, dünyadaki tüm ülkeleri sağlık, ekonomi, politik ve ulaştırma gibi birçok alanda önemli değişikliklerin beklediğini söylemek mümkündür (Yılmaz ve Şahin, 2021).

Türkiye’de ise ilk Covid-19 vakası 2020 yılı Mart ayında ortaya çıkmıştır. İnsanların mesafe kuralına uymadığı yerlerde kolaylıkla yayılabilen ve ölümcül etkileri olan (Hoque, Shikha, Hasanat, Arif ve Hamid, 2020) Covid-19 salgını ile mücadelede Türkiye farklı sosyal, ekonomik ve politik kararlar alarak hastalığın seyrini ülkede değiştirmiştir. Bu kararları Yılmaz ve Şahin (2021) şu şekilde sıralamaktadır; belirli saatlerde

evde kalma zorunluluğu, kamuda ve özel sektörde esnek çalışma saatlerinin tanınması, Koronavirüs Bilim Kurulu'nun oluşturulması, uluslararası uçuşların belirli sürelerde askıya alınması, bazı öğretim kademelerinde uzaktan eğitime geçilmesi, dava ve duruşmaların ertelenmesi, ekonomik destek paketlerinin açıklanması, 20 yaş altı ve 65 yaş üstü vatandaşların belirli saatler dışında evde kalmaları, restoran, kafe, bar gibi yiyecek ve içecek işletmelerinin, spor salonlarının tamamen veya belirli sürelerle kapalı olması. Tüm bu önlem ve uygulamaların diğer birçok sektör gibi turizm sektörünü de orta ve uzun vadede etkileyeceği aşikârdır. Bu nedenle, destinasyonlar ve ağırlama işletmeleri çeşitli önlemler almak durumundadırlar.

Covid-19 salgın süresi ve sonrasında ortaya çıkan sonuçlarla ilgili turizm ve ağırlama sektörüne yönelik birtakım çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Özetlemek gerekirse, yiyecek ve içecek ilişkili çalışmalarda turistlerin seyahat davranışları (Bhati, Mohammadi, Agarwal, Kamble ve Donough-Tan, 2020), turizm sektörünü hareketlendirmeye yönelik destekler (Doğancı, 2020), turizm sektörünün geleceği (Karim, Haque, Anis ve Ulfy, 2020) gibi farklı konular araştırmacıların odağında olmuştur. Yiyecek ve içecek sektörü özelinde yapılan çalışmalar incelendiğinde ise turistlerin salgın sonrası restoran tercihi ve restoranlarda yemek yeme istekliliği (Kim ve Lee, 2020), restoranlarda robotik kullanımının artırılmasının kabulü (Blöcher ve Alt, 2020), restoranlarda alınan tedbirlere uyum süreçleri (Hu, Yan, Casey ve Wu, 2020) gibi konuların irdelendiği görülmektedir. Buna rağmen Covid-19 salgını ile birlikte konaklama işletmelerindeki yiyecek ve içecek hizmet süreçlerindeki değişimlerin doğrudan incelendiği bir çalışmaya rastlanmamıştır. Konaklama işletmeleri ve yiyecek-içecek işletmeleri tercihinde turistlerin dikkate alacakları en önemli hususların sağlık ve hijyen kuralları olduğu düşünüldüğünde (Eryılmaz, 2020) işletmelerin hizmet sürecindeki farklılıklarını incelemek oldukça önemli görülmektedir. Buradan hareketle, bu çalışmada, Covid-19 salgın sürecinde konaklama işletmelerinin yiyecek ve içecek hizmet süreçlerinde yaşanan değişimlerin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Literatür

Krizler ve Krizlerin Yiyecek ve İçecek Sektörü Üzerindeki Etkileri

Krizler, işletmenin sürdürülebilirliğini tehdit eden, sebepleri, sonuçları ve çözüm yolları belirsiz olan ve hızlı kararlar almayı gerekli kılan olaylar olarak tanımlanabilmektedir (Tse, So ve Sin, 2006). Gerek aniden oluşan krizler gerekse tahmin edilen krizler işletmelerin işleyişlerini sekteye uğrattığı gibi aynı zamanda sürdürülebilirliklerini de tehdit altına almaktadır (Öztürk ve Türkmen, 2006). Bu krizler, işletmelerin sundukları fiziksel ürün veya hizmetlerinde, yönetimlerinde, finansal durumlarında, çalışanlardan kaynaklı olarak ortaya çıkabilirken, terör olayları, savaşlar, depremler, sel, yangınlar gibi doğal felaketlerden ya da ekonomik, hukuki, siyasi ve salgın hastalıkları gibi dış faktörlerden de meydana gelebilmektedir (Glaesser, 2006).

Bir işletmede veya ülkede meydana gelen kriz, çoğu zaman sadece meydana geldiği işletme ve ülkeyi değil aynı zamanda ülkenin bulunduğu kıtayı ve hatta dünyayı bile etkileyebilmektedir (Köşker, 2017). Ülkelerin ekonomik kalkınmalarında önemli bir araç olan turizm faaliyetleri de krizlerden ani olumsuz etkiler görebilmektedir (Uğuz, 2014; Thano, 2015; Beyaz ve Karabacak, 2018). Örnek göstermek gerekirse, Türkiye'nin turizm gelirleri 90'lı yıllar ve sonrasında artmış olsa da Güneydoğu Asya ve Rusya'da yaşanan ekonomik krizler ve 1999 yılında meydana gelen büyük depremden olumsuz etkilenmiş ve turist sayıları ile turizm gelirleri azalmıştır. Benzer şekilde, İkinci Körfez Krizi, kuş gribi, Rus uçak krizi gibi krizler de Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısını azaltmış ve bu durum turizm gelirlerinin de oldukça azalmasına sebep olmuştur (Glaesser, 2006; Arabacı, 2018).

Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler, işletme dışı krizlerle karşılaştıklarında, işletme içi krizlere göre çok daha fazla etkilenebilmektedirler. Özellikle salgın hastalıklar gibi yayılımı yüksek olan ve bu nedenden dolayı seyahat kısıtlamalarının yaşandığı dönemlerde turizm sektörü önemli krizlerle karşı karşıya kalmaktadır (Chien ve Law, 2003).

Örneğin, 2002 yılında Çin’de meydana gelen SARS virüsünde Hong Kong’a yapılması planlanan seyahatler, seyahat acentalarının planlarını iptal etmesiyle, %80 oranında azalmış ve yiyecek-içecek sektörü bu azalmadan ortalama 3 milyar ABD doları kayıp yaşamıştır (Chien ve Law, 2003; Tse ve diğerleri, 2006). Benzer şekilde, Hong Kong’da 2003 yılında ortaya çıkan kuş gribi salgını birçok seyahatlerin iptal olmasına, dünyada ortalama 12 milyon turistin turizm faaliyetini iptal etmesine ve önemli ölçüde turizm gelirinin kaybedilmesine sebep olmuştur (Zeydan ve Gürbüz, 2020). Diğer taraftan, domuz gribi, ebola, el ayak hastalığı gibi salgın hastalıklar da turizm sektörünü olumsuz etkileyen krizler arasındadır (Çeti ve Ünlüönen, 2019). Son olarak, Covid-19 salgını nedeniyle, dünya genelinde 128 milyondan fazla vakanın ve 3 milyona yakın ölümün gerçekleştiği belgelenmektedir (Worldmeters, 2021). Bu durum da küresel anlamda sağlık, sosyal ve ekonomik krizlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Covid-19 salgın hastalığı sebebiyle seyahat kısıtlamaları getirilmiş, konaklama işletmeleri belirli süreler için kapatılmış, yiyecek ve içecek işletmeleri uzun süreler hizmet verememiştir (Dünya Turizm Örgütü, 2020c). Bu sebeplere bağlı olarak işletmeler iflas etme seviyesine gelmiş veya önemli gelir kayıplarına uğramışlardır. Covid-19 salgınının farklı sektörleri olumsuz etkilediğinin farkında olan hükümetler birtakım önlemler almışlardır (Bogale, Kelkay ve Mengesha, 2020). Alınan bu tedbirlerin bazıları; vergi indirimleri, ödeme ertelemeleri, çalışan maaşlarının ödenmesine yönelik verilen destekler şeklinde sıralanabilir (Dünya Turizm Örgütü, 2020c). Turizm işletmelerinde alınan Covid-19 önlemleri ise dezenfektan kullanımı, ortak alanlarda maske kullanımı ve mesafe sınırına dikkat edilmesi, temassız ödeme, hijyen uygulamaları şeklinde sıralanabilir (Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı, 2020).

Krizlerin nedeni her ne olursa olsun turizm sektörünü etkileyen krizler ve sonuçları sektörün bir parçası olan yiyecek-içecek işletmelerini de önemli oranda etkilemektedir. Yiyecek ve içecek işletmelerinde karşılaşılan krizlerin neden olduğu faktörleri iç faktörler ve dış faktörler olarak iki farklı açıdan incelemek mümkün görülmektedir (Okat, Bahçeci ve Ocak, 2020; Tse ve diğerleri, 2006). Yiyecek ve içecek işletmelerinde

karşılaşılan tedarik sıkıntısı, yönetsel hatalar, ürünlerin bozulması, sabotaj, personel kaybı gibi krizler iç faktörler; işletme çevresinde yaşanan doğal afetler, terör olayları, savaş, ekonomik krizler ve salgın hastalıklar gibi krizler dış faktörler olarak değerlendirilebilmektedir (Okat ve diğerleri, 2020).

Restoran işletmelerinde karşılaşılan iç ve dış faktörlü krizler Tablo 1’de özetlenmektedir. Buna göre, restoranlarda karşılaşılan dışsal faktörlü krizler; doğal afetler, teknolojik hatalar gibi fiziksel çevre kaynaklı krizler ile çatışma ve kötü niyet kullanımı gibi sosyal çevre kaynaklı krizler olabilmektedir. Diğer taraftan, kasıtlı zarar verme, aldatma/hile ve kötü yönetim gibi yönetsel hatalar da içsel faktörlerden kaynaklanan krizlere örnek gösterilebilir. Yiyecek ve içecek işletmelerinin hem içsel hem de dışsal faktörlerden kaynaklanan bu krizlerle güçlü bir şekilde mücadele etmesi gerekmektedir. Dolayısıyla bu işletmelerin yöneticilerinin işe uygun kişilerden seçilmesi son derece önemlidir.

Tablo 1. Restoranların Karşılaştığı Krizler

Başlıca Faktörler	Çevre	Kriz Türleri	Örnekler
Dış Faktörler	Fiziki Çevre	Doğal afet	Deprem bir restoranın mülküne zarar verebilir. Müşterilerin restoranı ziyaret etmesini engelleyen virüs/bakteri bulaşması yaşanabilir.
		Teknolojik hatalar	Gıda işleme sisteminin bozulması, yaygın gıda kirliliğine neden olabilir.
	Sosyal Çevre	Çatışma	Çalışanların grevi, özel bir grubun restoranı boykot etmesi işletmenin işleyişini bozabilir.
		Kötü niyet	Terör saldırıları ya da gıda ürünlerinin bozulmasıyla zehirlenmeler yaşanabilir.
İç Faktörler	Yönetim Hatası	Kasıtlı zarar verme	Restoran, halk sağlığına zararlı olan yiyecekleri satışa sunabilir.
		Aldatma/Hile	Restoran bilerek bozulmuş veya kirlenmiş yiyecekler servis edebilir.
		Kötü yönetim	Kurumsal yöneticiler lisans almak için rüşvet verebilirler.

Kaynak: Tse ve diğerleri, 2006.

Covid-19 Salgınının Yiyecek ve İçecek Sektörüne Etkileri

Dünya çapında yiyecek ve içecek işletmeleri Covid-19 salgını ile ortaya çıkan kriz ile başa çıkmaya çalışmaktadır. Klinik çalışmaların kalabalık iş ortamlarında sosyal mesafe seviyesinin artırılması ile vaka sayılarının azaldığını göstermesi, bulaş riskini azaltıcı önlemlerin tüm dünyada gündeme gelmesiyle yiyecek ve içecek işletmelerinin faaliyetleri kısıtlanmaya hatta işletmeler kapatılmaya başlamıştır (Dünya Sağlık Örgütü, 2020; Gunay ve Kurtulmuş, 2020). Bazı ülkelerde açık olan bağımsız restoranlar ise önemli bir krizle karşı karşıya kalmışlardır. Örneğin; Portekiz’de restoranların yaklaşık %75’inin çalışmasını durdurduğu, geriye kalan %25’lik kesimin ise paket servisi yaptığı ve bu restoranlarda çalışanların ücretlerini ödeyebilmek için işletmelerin devlet desteklerine ihtiyaç duydukları belirtilmektedir (Madeira, Palrão ve Mendes, 2021). Her ne kadar hükümetler belirli zamanlarda yiyecek ve içecek işletmelerinin çalışmasına müsaade etseler de insanların sağlık kaygısı ile bu işletmeleri tercih etmemesinden dolayı da yiyecek ve içecek sektörü oldukça olumsuz etkilenmiştir (Yang, Liu ve Chen, 2020). Örneğin; Romanya’da da yiyecek ve içecek işletmeleri Covid-19 salgını nedeniyle faaliyetlerini durdurmuştur (Leon, 2021). Bunun gibi gelir kayıpları ve işsizlik oranları, ileriye dönük sosyal krizlerin de bir nedeni olabileceğinden bu konuda alınacak kararlarda oldukça hassas davranılması gerekmektedir (Kılıçhan ve Caner, 2019).

Covid-19 virüsü genellikle solunum yoluyla bulaşan bir özellik göstermektedir. Dolayısıyla kapalı ortamlarda çalışan kişilerin ortamı belirli aralıklarla havalandırması önemli bir önlem olarak düşünülmektedir. Klima kullanımının ise kapalı restoran ortamlarında bulaş riskini arttırmasından dolayı (Lu ve diğerleri, 2020) zorunlu olmadıkça klimanın çalıştırılmaması, ilgili kurum ve kuruluşlar tarafından tavsiye edilmektedir (Dünya Sağlık Örgütü, 2020).

Covid-19 salgını pek çok kişide hafif belirtiler gösterse de özellikle yaşlılar ve kronik rahatsızlıkları bulunan kişilerde ağır hastalık meydana getirdiğinden Türkiye’de yiyecek ve içecek işletmelerinin ya belirli aralıklarla faaliyetleri durdurulmuş ya da paket servisi gibi kısıtlı servis im-

kânları sunulmuştur. Konaklama işletmelerindeki yiyecek ve içecek servisi ise bağımsız yiyecek ve içecek işletmelerine göre daha az kapatılmış ve belirli kısıtlama ve kurallar dahilinde devam etmiştir (Dünya Sağlık Örgütü, 2020; Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020). Bağımsız yiyecek ve içecek işletmelerinin tüm dünyada tam kapasite hizmete açılacağı tarih öngörülememekte ve bu durum virüsün yayılımını azaltsa da yiyecek ve içecek işletmelerinin hayatlarını sürdürememesine sebep olabilmektedir. Örneğin, Japonya’da restoranların kapanması üreticileri olumsuz etkilemiş ve çiftçiler bu olumsuzluğu azaltmak için ürünlerini marketlere satmaya çalışmışlardır (Lichten ve Kondo, 2020).

Elbette işletmeler Covid-19 salgını sürecinde olumsuz etkiyi azaltmak için birtakım önlemler almaya devam etmektedirler. Restoranlarda alınan önlemlerin başında masalar arasındaki mesafelerin artırılması, dezenfektan kullanımı, dijital menü kullanımı, temassız ödeme gelmektedir. Bunun yanı sıra işletme çalışanları için Covid-19 salgınına yönelik eğitimlerin verilmesi de salgın süreci uygulamaları arasında yer almaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020). İşletmeler bu süreçte de rekabet üstünlüğü sağlayabilmek için yaptığı uygulamaları duyurmak istemektedirler. Örneğin; Amara World Otel bu süreçte temassız büfe, ozonlu su ile yiyecek hijyeninin sağlanması gibi uygulamaları olduğunu duyururken, Faustina Otel sosyal mesafe kuralının yanı sıra maske, siperlik, bone ve eldiven gibi kişisel koruyucu donanımlar ve ateş ölçümü gibi uygulamalar yaptığını internet sayfasında paylaşmaktadır. Bu uygulamalar bu süreçteki hizmet anlayışında hijyenin önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir (Doğancılı, 2020).

Covid-19 salgınının yiyecek ve içecek işletmelerine etkisini inceleyen çalışmalar daha çok ekonomik kriz (Gunay ve Kurtulmuş, 2020; Song, Yeon ve Lee, 2021; Batat, 2021), gıda güvenliği sorunları (Lichten ve Kondo, 2020), restoran tercihleri (Kim ve Lee, 2020), taleplerde yaşanan düşüşler (Yang ve diğerleri, 2020), süreçlerin benimsenip benimsenmemesi (Hu, Yan, Casey ve Wu, 2020) gibi konulara odaklanmaktadır. İlgili çalışmalarda değişen Covid-19 salgınının çeşitli etkileri ortaya konulmuş fakat restoran hizmet süreçlerinin değişmesine yönelik

az sayıda çalışmaya rastlanmıştır (Tablo 2). Buna göre Covid-19 salgınından dolayı yiyecek ve içecek hizmeti sunarken işletmelerin sosyal mesafe, temizlik, fiziksel çevre gibi faktörlere daha fazla önem vereceği anlaşılmaktadır. Yiyecek ve içecek işletmeleri de bu yeni düzene uyum sağlamaya çalışmakta, hizmet süreçlerini değiştirmeye çalışmaktadırlar. Buna rağmen hizmetlerin soyutluk, heterojenlik ve stoklanamaz özelliklerinden dolayı yiyecek ve içecek hizmet sunum süreçlerini yeniden tasarlama konusunda standart bir yaklaşım oluşturmak güç olabilmektedir.

Bu nedenle, araştırmacılar restoranlardaki hizmet sunum süreçlerini çeşitli aşamalara ayırarak incelemiştir. Örneğin, Kimes (2008) teknoloji ile restoran gelir yönetimini ilişkilendirdiği çalışmasında servis aşamalarını altı kategoriye (varış öncesi, varış sonrası, ön işlem, süreç içi, işlem sonrası ve masa dönüşü olarak) ayırmaktadır. Namkung ve Jang (2010) restoranlarda servis hatalarını incelediği çalışmasında servis aşamalarını; karşılama ve masaya yerleştirme, sipariş alma ve servis, tüketim ve ödeme ve çıkış olmak üzere dört kategoride belirtmektedir. Leung ve Loo (2020) akıllı teknolojiler ile yemek deneyimlerini birlikte incelediği çalışmasında, servis aşamalarını yemek öncesi, yemek esnası ve yemek sonrası aşamaları olarak üç kategoride incelemiştir. Bu çalışmada da Covid-19 salgın sürecinde restoran hizmetlerinin sunumu servis öncesi, servis esnası ve servis sonrası şeklinde sınıflandırılmıştır.

Tablo 2. Covid-19 Salgını Sürecinde Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Yaşanan Değişimleri İnceleyen Çalışmalar

Araştırmacı & Yılı	Araştırmanın Amacı	Araştırmanın Yöntemi	Araştırmanın bulguları ve sonuçları	Sınırlılıklar/Öneriler
1 İflazoğlu ve Aksoy (2020)	Bu çalışmada, salgın döneminde yiyecek ve içecek işletmelerine yönelik talep ve misafirlerin işletmelerden beklentilerini incelemek amaçlanmaktadır.	<ul style="list-style-type: none"> Nitel yöntem Anket (elektronik ortam) Toplam 410 anket 	Araştırma bulguları, Covid-19 salgını sürecinde tüketicilerin restoran seçimlerinin ve beklentileri hizmet niteliğinin değiştiğini göstermektedir. Çoğu tüketicinin, restoranlar açılma bile çevrimiçi yemek siparişi vermeye devam etmek istediği, diğerlerinin ise gittikleri restoranlarda güvenlik önlemleri (maske, eldiven vb.) görmek istedikleri belirtilmiştir. Ayrıca katılımcılar (%98,3) personelin restoranda maske ve eldiven kullanması gerektiğini düşünmektedir.	Çalışmanın tek bir sektörde yapılması bir sınırlılık olarak belirtilebilir ve ileriye araştırma malarla işletme sahibi ve çalışanlarını dahil etmesi önerilmektedir.
2 Demir, Günaydın ve Demir (2020)	Bu çalışmada, Covid-19 salgınının turizm sektörü üzerindeki etkisini incelemek amaçlanmaktadır.	<ul style="list-style-type: none"> Nitel yöntem (derinlemesine mülakat) Turizm alanında havayolu işletmeleri, konaklama işletmeleri, tur operatörleri ile seyahat acentaları, yat ve tekne işletmeleri, yiyecek-içecek işletmelerinin üst düzey yöneticileri/sahiplerinden oluşan 32 katılımcı Görüşme soruları Covid-19 salgınının Türkiye’de görülmeden önce, salgın süreci ve sonrasında ilişkin değerlendirmeleri içerecek şekilde üç ana grupta toplanmıştır. Veriler betimsel analiz tekniği ile çözümlenmiştir. 	Çalışma bulgularına göre otel ve restoranlarda tek kullanımlık araç, gereç ve malzemeler kullanıldığı, işletmelere maskesiz giriş olmadığı ve girişlerde insanların ateşlerinin ölçüldüğü, otellerde “her şey dahil” sistem yerine daha çok “oda-kahvaltı” ile “yarım pansiyon” uygulamasına geçildiği ve açık büfe restoran hizmeti yerine alakart ve masaya servis hizmeti yapıldığı, sosyal mesafe, hijyen kurallarının daha sıkı uygulandığı, mutfağ ile servis uygulama ve sunumlarında teknolojinin daha yoğun bir şekilde kullanıldığı anlaşılmaktadır.	İleriye araştırma farkları krizlere odaklanılması önerilmektedir.

Tablo 2. (Devamı)

<p>Okat ve diğerleri (2020)</p> <p>3</p> <p>Bu çalışmada, Covid-19 salgınının yiyecek ve içecek işletmelerindeki etkisi, kriz döneminde ne gibi önlemler aldıklarını belirlemek amaçlanmıştır.</p> <p>Nitel yöntem</p> <ul style="list-style-type: none"> • 12 yiyecek ve içecek işletmesi sahibi ve yöneticisi katılımcı ile görüşme • Betimsel analiz 	<p>Çalışmanın bulguları, tüm işletmelerde masa düzeninin en az 1,5 metre aralıklı yapıldığını, sandalye kapasitesinin azaltıldığını göstermektedir. Ayrıca işletmelerin misafirlerini kasa ve tezgâhlardan uzak tutabilmek için bariyer kullandıkları, menü kartları yerine QR kodlu dijital menüler kullandıkları, farklı alanlara dezenfektan yerleştirdikleri, ateş ölçer gibi cihazları bulundurdıkları, tuz, sı-lak mendil, ketçap, mayonez gibi tüm misafirlerin kullanımına uygun olan malzemelerin tek kullanımlık olacak şekilde hazırladıkları çalışmanın bulguları arasındadır.</p>	<p>Çalışmada, sınırlı sayıda ve yalnızca işletme yöneticileri ile görüşülmüş olması, görüşmelerin kapalı olduğu bir dönemde yapılması sınırlılık olarak görülmekte ve ileriki çalışmalara “yeni normal” sürecindeki gelişmelerin incelenmesi önerilmektedir.</p>
<p>Yılmaz ve Şahin (2021)</p> <p>4</p> <p>Bu çalışmada, Covid-19 salgınının Türkiye’deki yiyecek ve içecek endüstrisi üzerindeki etkilerinin tespit edilmesi ve işletmelerin bu dönemde ne tür önlemler aldıklarının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.</p>	<p>Bu çalışmada Covid-19’un yiyecek ve içecek firmaları üzerindeki etkileri 8 ana kategori ve 30 alt kategori altında toplanmıştır. Bulgularda, çalışanların ellerini düzenli olarak yıkaması veya sterilize etmesi, ateş ölçülmesi, maske ve eldiven kullanımının birçok işletmede uygulandığı belirlenmiştir. Ayrıca bazı restoranlar, çalışanlarını her 15 günde veya ayda bir çeşitli tıbbi muayenelere tabi tutmakta, eğitimler vermektedir. Ultraviyole ışık kullanımı, dezenfektan içeren su püskürtme sistemleri ve yeni nesil temizlik ve dezenfeksiyon uygulamalarına ağırlık verilmiş, işletmelerin farklı yerlerine dezenfektan terminalleri yerleştirilmiş, pandemiye göre mutfak tasarımı ve çalışma düzeni düzenlenmiştir. Restoranlarda kapasite düşürülmüştür.</p>	<p>Çalışmada, araştırma verileri belgeler ve video incelemeleri gibi nitel veri toplama teknikleriyle toplanmıştır. Gelecekteki araştırmalara, daha kapsamlı veriler toplamak için farklı teknikler kullanmaları önerilmektedir. İkincisi, araştırma bulguları yalnızca yiyecek ve içecek endüstrisindeki paydaşların görüşlerini yansıtmaktadır.</p>

Tablo 2. (Devamı)

<p>Mohammed-Nasrabi, Salmami, Broumandnia ve Esfarjani (2021)</p> <p>5</p> <p>Çalışmada, restoran müşterilerinin ve yöneticilerinin Covid-19'ü önlemeye yönelik bilgi, tutum ve uygulamalarını belirlemek amaçlanmıştır.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Karma yöntem • Nicel yöntemde 210 misafir ve 50 çalışan ile anket • Çok değişkenli doğrusal regresyon analizi 	<p>Çalışmanın bulguları, misafirlerin ve yöneticilerin restoranlarda Covid-19'ü önlemeye yönelik algılarının 32 alt tema ile 9 tema altında üç kategoriye ayrıldığını göstermiştir. Tüm hijyen ve sanitasyon ilkelerine ve kurallarına tam olarak uyulduğu, restoranlarda sosyal mesafe, restoran müşterilerinin en sık önerdiği uygulamalardır. Ayrıca, yöneticilerin, hükümete restoran personeli için bazı sürekliliği eğitim seminerleri düzenlenmesini de istediği çalışmanın bulguları arasındadır.</p>
<p>Bucak ve Yiğit (2021)</p> <p>6</p> <p>Bu çalışmanın amacı, yiyecek ve içecek sektöründe mutfak bölümünde yönetici olarak çalışan şeflerin Covid-19 salgını sonrasında yiyecek ve içecek sektöründe ne gibi değişiklikler olabileceğini incelemektir.</p>	<p>Bulgular üç ana kategoriye ortaya konmaktadır: Covid-19 salgını sonrası genel görüşler, Covid-19 salgını sonrasında yiyecek ve içecek sektöründe meydana gelebilecek değişiklikler ve Covid-19 salgını sonrasında şef mesleğinin geleceği için düşünceler. Araştırmanın bir başka bulgusu da Covid-19 salgını sonrasında Türkiye'deki her şey dâhil ve açık büfe sisteminin değişebileceği düşüncesidir. Bulgular, aşçıların menü planlama süreçlerinin salgın sonrası yerel ve sağlıklı ürünlere dayalı olacağını gösteriyor.</p> <p>Çalışma kapsamında sadece mutfak yöneticilerinin görüşleri alınmıştır. Daha sonraki çalışmalarda örnek, yiyecek ve içecek sektöründeki diğer çalışan gruplarını da dâhil edilmesi önerilmektedir.</p>

Yöntem

Bu araştırmada, konaklama işletmelerinin yiyecek ve içecek bölümlerinde çalışmakta olan üst ve orta kademe yöneticilerle görüşülerek Covid-19 salgını döneminde sunulan hizmet sürecindeki değişikliklerin ortaya çıkarılması amacıyla nitel bir yaklaşım benimsenmiştir. Araştırma deseni olarak ise durum çalışması tercih edilmiştir. Nitel araştırmalarda en sık kullanılan veri toplama araçlarının başında görüşme tekniği geldiğinden (Patton, 2015) bu çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Ayrıca salgının yeni olması nedeniyle ilgili konuda yapılan çalışmaların sınırlı sayıda olması, bu sektördeki hizmet değişimlerinin belirlenmesine engel oluşturmuştur. Bu yönüyle de yarı yapılandırılmış görüşmenin, araştırmanın amacına uygun olduğu düşünülmektedir. Yarı yapılandırılmış görüşme formunun hazırlanmasında ilgili literatür taramasından faydalanılmıştır. Farklı bir ifadeyle, görüşme formundaki sorular hazırlanırken Tablo 2’de detaylı bir şekilde incelenen çalışmalardan faydalanılmıştır. Veri analiz yöntemi olarak ise içerik analizi tercih edilmiştir.

Veri Toplama

Görüşme, insanların bir husus hakkındaki bilgi, duygu, düşünce ve tecrübelerinin tespit edilmesine imkân sağlayan (Patton, 2015) ve daha çok sohbete dayalı etkileşim ortamı oluşturan bir yöntem olarak tasvir edilmektedir. Yarı yapılandırılmış görüşmeyi diğerlerinden ayıran hususlar ise sırasız bir şekilde soruların sorulması imkânı, ilave soru sorulması imkânı ve daha esnek bir yapıya sahip olmasıdır (Smith, 2003; Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bu nedenlerle bu çalışmada hem cevapların tutarlılık gösterebilmesi hem de ilgili konudaki alt hususların atlanmaması için yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Soru formu hazırlanırken öncelikle ilgili literatür derinlemesine incelenmiş ve bir hizmet alt sektörü olan yiyecek ve içecek hizmetlerindeki değişimler irdelenmiştir. Ardından oluşturulan taslak soru formu, daha önce konaklama işletmelerinin yiyecek ve içecek bölümlerinde yönetici pozisyonunda çalışmış olan iki öğretim elemanının görüşüne sunulmuş ve önerileri dikkate alın-

mıştır. Görüşme formu iki aşamadan oluşmaktadır. Birinci aşamada, katılımcıların çalıştıkları işletmelerde Covid-19 salgını ile birlikte yiyecek ve içecek hizmet sürecinde yaşanan değişimlerin anlaşılmasına yönelik sorular, ikinci bölümde ise yöneticilerin demografik ve mesleki niteliklerine yönelik sorular yer almaktadır.

Görüşme

Nitel araştırmalarda ilgilenilen araştırma konusu ile ilgili derinlemesine bir inceleme yapabilmek için genellikle örneklem büyüklüğünün küçük tutulduğu ve genellikle gayeli (amaçsal) örnekleme tercih edildiği bilinmektedir (Miles ve Huberman, 1994; Özdemir, 2010). Bundan dolayı, bu çalışmada da gayeli örnekleme kapsamında katılımcılar belirlenmiştir. Bu bağlamda, araştırmaya dâhil edilecek yöneticiler için birtakım ölçütler konulmuştur ve çalışmaya katılacak yöneticilerin uzun yıllar turizm sektöründe çalışmış olmasına ve orta ve üst düzey yönetici pozisyonunda çalışıyor olmasına dikkat edilmiştir. Daha açık bir ifadeyle, görüşülen kişi sayısından ziyade görüşülen kişilerin niteliğinin önemli olduğu düşüncesiyle hareket edilmiştir (Baltacı, 2018). Görüşmeye dâhil edilecek katılımcılar ile görüşmecilerin daha önceden iletişiminin olmasının çalışmanın kalitesini arttırdığına inanılmaktadır. Bu nedenle, potansiyel yöneticilere ulaşmak için araştırmacıların sektörde çalıştıkları süre boyunca kurdukları arkadaşlık ilişkilerinden faydalanılmıştır. Katılımcıların araştırmaya dâhil edilmesinde bir dizi aşama gerçekleştirilmiştir. Öncelikle katılımcılara araştırmanın amacı detaylı bir şekilde anlatılmış, ardından çalışmaya katılıp katılmayacakları sorulmuş, bunu takiben kabul edenlerden görüşme için randevu alınmıştır. Salgın nedeniyle veriler telefon görüşmeleriyle toplanmıştır.

Görüşmeler 2 Mart 2021 – 11 Mart 2021 tarihleri arasında yapılmıştır. İki yiyecek ve içecek müdürü, iki aşçıbaşı ve dört kaptan (posta/vardiya şefi) olmak üzere toplamda sekiz kişi ile görüşülmüştür. Elde edilen verilerin belirli bir doygunluğa ulaşmasından ve verilen cevapların sürekli tekrar etmesinden dolayı (Miles ve Huberman, 1994) söz konusu görüşme sayısı yeterli görülmüştür.

Katılımcılara araştırmanın amacı ve içeriğinin detaylı bir şekilde anlatılmasının akabinde gönüllü katılımcı bilgilendirme formlarını doldurulmaları ve imzalamaları istenmiştir. Her ne kadar her katılımcıdan söz konusu görüşmenin kayıt altına alınması talep edilse de hiçbir katılımcı görüşmelerin kayıt alınmasını kabul etmemiştir. Bu nedenle, araştırmacılar her bir cevaptan sonra katılımcıdan müsaade isteyerek detaylı not tutmuşlardır. Görüşmelerden sonra katılımcılar K1 ile K8 arasında kodlanmıştır. Görüşmelerin süresi 15 dakika ile 45 dakika arasında değişiklik göstermektedir. Toplam görüşme süresi 195 dakika olup ortalama görüşme süresi 24 dakikadır. Görüşmeler yazıya döküldükten sonra bir kez okunarak temize çekilmiştir.

Analiz

İçerik analizinin, nitel araştırmalarda sıklıkla kullanılan analiz yöntemlerinin başında gelmesinden dolayı (Patton, 2015) bu çalışmanın da analiz tekniği olarak tercih edilmiştir. Bu analize başlamadan önce tümevarım ve tümdengelim yaklaşımlarından birinin seçilmesi uygun görülmektedir (Braun ve Clarke, 2006). Covid-19 salgınının güncelliğini korumasından, bu konu ile ilgili gelişmiş bir kuramsal alt yapının bulunmamasından (Hsieh ve Shannon, 2005) ve daha önceden belirlenmiş değişkenler arasındaki ilişkilerin test edilmesi söz konusu olmadığından dolayı bu çalışmada tümevarım yaklaşımı tercih edilmiştir.

İçerik analizi yapılırken Strauss ve Corbin'in (1990) önerdiği model izlenmiştir. Farklı bir ifadeyle öncelikle kodlama yapılmış, ardından kategoriler belirlenmiş, bunu takiben kategoriler isimlendirilmiş (eksen kodlama) ve sonuç olarak kategorilere ilişkin özellikler tanımlanmıştır. Buna göre görüşme notları ön okumadan geçirilmiş ve iki araştırmacı tarafından kod şemaları çıkarılmıştır. Ardından bu kod şemaları karşılaştırılmış, farklılık tespit edilen hususlar için uzlaşılı yolu aranmıştır. Alt kategorilerin birleştirilmesi ile de ana kategoriler oluşturulmuştur. Ana kategorilerin oluşmasında da uzlaşılı yolu arayışı kullanılmış ve nihayetinde analiz tamamlanmıştır. Dolayısıyla ana kategorilerin oluşturulmasında akran incelemesinin yapıldığını söylemek yanlış olmayacaktır.

İnandırıcılık

Nitel araştırmalarda inandırıcılık oldukça önemli görölmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Nitel araştırmalarda inandırıcılık bir dizi uygulamalarla sağlanabilmektedir. Bunlar; (a) araştırmacının veri toplama sürecine bizzat dahil olması (Kozak, 2014), (b) analiz süreci ile ilgili detaylı bilgi verilmesi (Elo, Kaariainen, Kanste, Pölkki, Utriainen ve Kyngas, 2014), (c) görüşme metinlerinden doğrudan alıntılar yapılması (Hsieh ve Shannon, 2005), (d) kodlama işleminin en az iki farklı araştırmacı tarafından yapılması (Hall ve Valentin, 2005; Yılmaz, Ülker ve Gültekin, 2018) ve (e) kategorilerin belirlenmesinde tartışmalara yer verilmesi (Graneheim ve Lundman, 2004) olarak sıralanabilir. Bu sebeple, bu çalışmada, görüşmeler bizzat araştırmacılar tarafından gerçekleştirilmiş, analiz süreci ile ilgili detaylı bilgi verilmiş ve görüşmelerden doğrudan alıntılar yapılarak anlatım zenginleştirilmiş, kodlama işlemi iki farklı araştırmacı tarafından yapılmış ve tartışma ile uzlaşa yolu aranmıştır.

Bulgular ve Tartışma

Görüşülen yöneticilerle ilgili demografikler ve kişisel nitelikler Tablo 3'te verilmektedir. Tablo 3 incelendiğinde, katılımcıların genellikle orta yaş grubundan olduğu, büyük çoğunluğunun lisans mezunu olduğu, çoğunun en az yönetici pozisyonunda istihdam edildiği ve mevcut işletmelerinde çalışma sürelerinin 2 yıl ile 31 yıl arasında değiştiği görölmektedir. Diğer taraftan, katılımcılarla yapılan görüşmelerin 15 dakika ile 45 dakika arasında değiştiği, toplam görüşme sürelerinin 195 dakika olduğu ve ortalama görüşme süresinin ortalama 24 dakika olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 3. Katılımcılara İlişkin Demografik Bulgular

Katılımcı	Yaş	Eğitim	Cinsiyet	Pozisyon	Mevcut İşletmede Çalışma süresi	Görüşme Süresi
K1	29	Lisans	Erkek	Kaptan	6 yıl	45 dk
K2	32	Lisans	Kadın	Kaptan	4 yıl	20 dk
K3	41	Ön lisans	Erkek	Aşçıbaşı	8 yıl	15 dk
K4	47	İlköğretim	Erkek	Aşçıbaşı	31 yıl	25 dk
K5	35	Lisans	Erkek	Yiyecek ve içecek müdürü	19 yıl	20 dk
K6	33	Lisans	Kadın	Kaptan	2 yıl	30 dk
K7	27	Lisans	Kadın	Kaptan	3 yıl	25 dk
K8	38	Lisans	Erkek	Yiyecek ve içecek müdürü	4 yıl	15 dk

Covid-19 öncesi hizmet süreçleri ile Covid-19 sonrası hizmet süreçleri arasındaki farklılıklara ilişkin görüşmeler yoluyla elde edilen verilerin içerik analizi ile incelenmesi aracılığıyla elde edilen bulgular Tablo 4'te sunulmaktadır. Buna göre Covid-19 salgın sürecinde konaklama işletmelerinin yiyecek ve içecek hizmet süreçlerinde yaşanan değişimlerin iki ana ve altı alt kategori ile 24 koddan oluştuğu anlaşılmaktadır.

İlk ana kategori restoran bölümünün hizmet süreçlerinde yaşanan değişimdir ve servis öncesi, servis esnası ile servis sonrası alt kategorilerinden oluşmaktadır. Bulgulara göre işletmelerin restoran bölümlerinde Covid-19 salgını ile birlikte servis öncesi hizmetlerde birtakım değişimler yaşamıştır. Örneğin; uniformaların dezenfeksiyonu, eldiven-maske-siperlik kullanımı, araç ve gereçlerin dezenfeksiyonu, sabit menü sunumu gibi hizmetler salgın ile birlikte değişime uğrayan servis öncesi hizmetler olarak bahsedilmektedir (Tablo 4). Bu bulgulara benzer nitelikte, İflazoğlu ve Aksoy (2020) tarafından yapılan çalışmada da katılımcı restoran misafirlerinin %98,3'ünün maske ve eldiven gibi önlemlerin alınmasını istedikleri belirtilmektedir. Yılmaz ve Şahin'in (2021) çalışmasında da birçok yiyecek ve içecek işletmesinde maske ve eldiven kullanımının yaygınlaştığı dile getirilmektedir.

Restoran bölümlerinde servis esnasında birçok değişimin yaşandığına çalışmanın bulguları işaret etmektedir. Örneğin; ortamın belirli aralıklarla havalandırılması, misafirlerin kabanlarının teslim alınmaması, masalarda dezenfektan bulundurulması, tek kullanımlık menaj takımlarının kullanılması, misafirler ile çalışanların ateşlerinin ölçülmesi ve sosyal mesafeye uygun masa düzeni ile kapasitenin azaltılması gibi değişiklikler ön plana çıkmaktadır. Benzer şekilde, Demir ve diğerlerinin (2020), Okat ve diğerlerinin (2020) ve Yılmaz ve Şahin'in (2021) çalışmalarında da turizm ve yiyecek-içecek işletmelerinin girişlerinde insanların ateşlerinin ölçüldüğü ve ayrıca yeni nesil temizlik ve dezenfeksiyon uygulamalarının ağırlık gösterdiği belirtilmektedir. Doğancılı (2020) ve Karamustafa ve Ülker (2020) de hizmet anlayışında hijyen ve temizliğin tüketiciler tarafından önemsendiğine işaret etmektedir. Ayrıca farklı araştırmalarda da (Okat ve diğerleri, 2020; Yılmaz ve Şahin, 2021) restoranlarda kapasitenin azaltıldığı dile getirilmektedir. İşletmelerin tek kullanımlık araç, gereç ve malzemeleri kullandığı Demir ve diğerleri (2020) ile Okat ve diğerlerinin (2020) çalışmalarında da tespit edilmiştir. Sosyal mesafe hususunda ise bu çalışma ile benzer şekilde Mohammadi-Nasrabadi ve diğerlerinin (2021) çalışmalarında restoran misafirlerinin sosyal mesafeye oldukça önem verilmesi gerektiğine dile getirdiği tespit edilmiştir. Dolayısıyla bulguların ilgili literatürdeki diğer çalışmaların bulguları ile tutarlılık gösterdiğini söylemek mümkündür. Diğer taraftan, QR (Quick Response) kodlu menülerin, elektronik sipariş alma sistemlerinin kullanımı gibi temassız işlemlerin yapıldığı da elde edilen bulgular arasındadır. İflazoğlu ve Aksoy'un (2020) çalışmasındaki restoran misafirlerinin temassız ödeme, elektronik sipariş ve dijital menü istemeleri ve Okat ve diğerlerinin (2020) çalışmasındaki QR kodlu menülerin işletmelerde kullanılmaya başlaması da bu çalışmadaki bulguları destekler niteliktedir. Bütünsel anlamda bakıldığında dijital menülerin kullanışlı, eğlenceli olması ile servis süresini kısaltmasının (Bekar, Gökğöz ve Sürücü, 2017; Sürücü, Ülker ve Hassan, 2018) yanında hijyen kaygısı nedeni ile de tüketiciler tarafından kabul gördüğü anlaşılmaktadır. Ayrıca, bu çalışmada servis bölümlerinde servis sonrası yaşanan değişimlerin masa ile sandalyelerin dezenfeksiyonu ile örtü ve peçetelerin dezenfeksiyonu şeklinde olduğu saptanmıştır.

İkinci ana kategori ise mutfak bölümünde Covid-19 salgın sürecinde yaşanan hizmet değişimlerinden oluşmaktadır. Servis bölümü ile benzer şekilde mutfak bölümünde de bu süreçte servis öncesi, servis esnası ve servis sonrası aşamalarında olmak üzere birtakım hizmet değişimlerinin yaşandığı anlaşılmaktadır. Servis öncesi yaşanan hizmet değişimlerinin başında üniformaların dezenfekte edilmesi, eldiven-maske-siperlik gibi koruyucu ürünlerin kullanılması, yemek salonunun dezenfekte edilmesi gibi normal zamanda yapılmayan ilave uygulamaların yapıldığı görülmektedir.

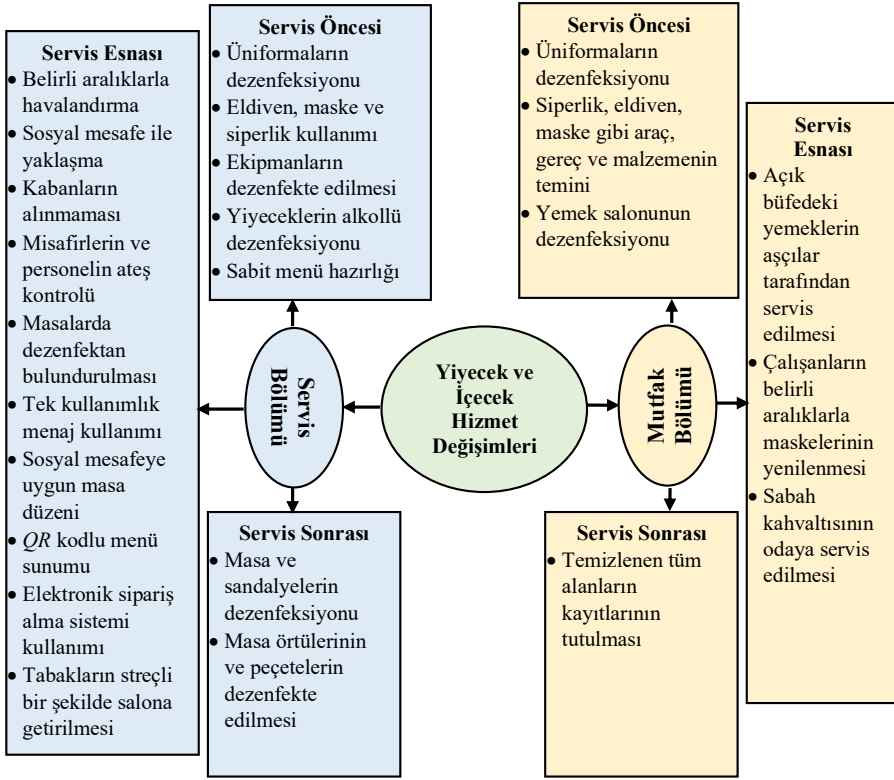
Servis esnasında ise açık büfe olsa dâhi yemeklerin aşçılar tarafından servis edilmesi, çalışanların belirli aralıklarla maskelerini değiştirmesinin zorunlu tutulması, mümkün olan durumlarda sabah kahvaltılarının oda servisi şeklinde servis edilmesi gibi uygulamaların yapıldığı tespit edilmiştir. Benzer şekilde, Demir ve diğerlerinin (2020) çalışmasında da “her şey dâhil” sisteminde olan işletmelerin bile “oda-kahvaltı” sisteminde hizmet vermeye başladığı ve açık büfeler de dâhi aşçılar veya garsonlar tarafından masaya tabak servisi yapıldığı dile getirilmektedir. Mutfak bölümünde servis sonrası ise Covid-19 salgın döneminde temizlenen tüm alanların kayıtlarının tutulduğu işletme yöneticileri ile yapılan görüşmelerde anlaşılmıştır. Bu araştırmadaki görüşme bulguları Şekil 1’de kavramsal harita olarak verilmektedir. Bu kavramsal haritada Covid-19 sonrası yiyecek ve içecek hizmetlerinde yaşanan değişimler ana kategoriler çerçevesinde görselleştirilmiştir.

Tablo 4. Yiyecek ve İçecek Hizmetlerdeki Değişimlerin Kategorisi, Alt Kategorisi ve Kodları

Ana Kategori	Alt Kategori	Kodlar	Kısa Alıntılar (Standart Hizmetler)	Kısa Alıntılar (Covid-19 Sonrası Hizmetler)
Servis Öncesi	Restoran Bölümü	Üniformaların dezenfeksiyonu	“İş girişinde temizlenmiş kıyafetlerin çamaşırhaneden alınması ile gerekli iş kıyafetleri giyilerek salona girilir.” (K1)	“Uygun sıcaklıkta dezenfeksiyonu sağlanmış kıyafetlerin kullanılması, iş girişinde kıyafetlerin çamaşırhaneden alınması sağlanmaktadır.” (K1)
		Siperlik, eldiven, maske gibi malzemelerin temini	“İş girişinde temizlenmiş kıyafetlerin çamaşırhaneden alınması ile gerekli iş kıyafetleri giyilerek salona girilir.” (K1)	“Kıyafetlerin yanında siperlik, eldiven, maske gibi koruyucu donanımlar ile salona girilir.” (K1)
Servis Esması	Restoran Bölümü	Yemek salonunun dezenfeksiyonu	“Genel temizlik kontrolleri yapılır.” (K5)	“Genel temizlik yapıldıktan sonra dezenfeksiyon ekibi görevlendirilerek yoluyla ortamın dezenfeksiyon işlemi yapılır.” (K5)
		Belirli aralıklarla havalandırma	“Temizlik, havalandırma (kimalar sürekli açık olarak yapılır.” (K3)	“Havalandırma belirlenen saatlerde çalıştırılır.” (K3)
		Sosyal mesafe ile yaklaşma	“Misafir, biliniyorsa kendi ismiyle hitap edilerek karşılanır.” (K7)	“Misafir, biliniyorsa kendi ismiyle hitap edilerek sosyal mesafeye uygun (en az 1.5m) olarak karşılanır.” (K7)
		Kabanların alınmaması	“Palto, manto vs. alınarak vestiyere konulur.” (K1)	“Palto, manto vs. alınmamaktadır.” (K1)
		Misafirlerin ve personelin ateş kontrolü	“Her bir misafir bir servis görevlisi tarafından karşılanır.” (K3)	“Her bir misafire dezenfektan sunulur ve ateşi ölçülür.” (K3)
		Masalarda dezenfektan bulundurulması	“Restoranda servis ve mutfak personellerinin birlikte servis yapması sağlanır.” (K8)	“Misafirlerin yanı sıra çalışanların da ateşlerinin ölçülerek salona alınması sağlanır.” (K8)
		Tek kullanımlık menaj kullanımı	“Servant düzeni yapılır, eksikleri tamamlanır.” (K7)	“Servant düzeni yapılır, dezenfektan bulundurulur.” (K7)
		Sosyal mesafeye uygun masa düzeni	“Çatal, bıçak, kaşık, porselen menaj takımları, bardaklar gibi kuver malzemelerinin temizliği kontrol edilir” (K4)	“Çatal, kaşık, bıçak, tek kullanımlık baharatlar (porselen menaj takımları kaldırıldığı için) paketi olarak hazırlanır.” (K4)
		QR kodlu menü sunumu	“Kuver açılır, eksikleri tamamlanır.” (K1)	“Misafir geldikten sonra kuver paketi malzemelerle açılır.” (K1)
		Elektromik sipariş alma sistemi kullanımı	“Rezervasyon olup olmadığı sorulur. Var ise rezerv edilecek masaya alınır, yok ise uygun bir masaya davet edilip oturulur.” (K1)	“Kişi sayısına göre sosyal mesafeye uygun aralıkla oturulur. Restoranda kişi kapasitesinin %30'u hizmet verilerle birer masa aralıklarla oturulur.” (K1)
Tabakların streçli bir şekilde salona getirilmesi	“Misafirlerle menü verilerle seçimlerini yapmaları için yeterli zaman verilir.” (K6)	“Misafirlerle menü dezenfekte edilerek verilir ya da QR kod ile seçim yapması istenir.” (K6)		
		“Sipariş alırken mutlaka <i>Captain Order</i> kullanılarak mutfağa bilgi verilir.” (K1)	“Sipariş alırken mutlaka <i>Captain Order</i> yerine elektronik sipariş alma sistemi kullanılarak mutfağa bilgi verilir.” (K1)	
		“Hazırlanan tabaklar servis personeli tarafından mutfaktan alınarak misafire sunulur.” (K6)	“Hazırlanan tabaklar servis personeli tarafından mutfaktan streçe sarılı vaziyette alınarak misafire sunulur.” (K6)	

Tablo 4. (Devamı)

Ana Kategori	Alt Kategori	Kodlar	Kısa Alıntılar (Standart Hizmetler)	Kısa Alıntılar (Covid-19 Sonrası hizmet süreçleri)
Servis Sonrası	Servis Sonrası	Masa ve sandalyelerin dezenfeksiyonu	“Boşalan masaların örtüleri toplanır ve masa üzeri temizlenir.” (K1) “Masaların temizlenmesi sağlanır.” (K8)	“Masa ve sandalyelerin temizliği ve dezenfeksiyon işlemi yapılır.” (K1) “Masalar her bir kullanımdan sonra dezenfekte edilerek bir sonraki misafir için hazır hale getirilir.” (K8)
		Masa örtülerinin ve peçetelerin dezenfekte edilmesi	“Kirliliği örtüler çamaşırhaneye verilir.” (K5)	“Her servis sonrasında masa örtülerinin ve peçetelerin uygun sıcaklıkta dezenfeksiyonu sağlanmış şekilde yıkaması.” (K5)
Servis Öncesi	Servis Öncesi	Üniformaların dezenfeksiyonu	“İş girişinde temizlenmiş kıyafetlerin çamaşırhaneden alınması ile gerekli iş kıyafetleri güyüyle salona girilir.” (K1)	“Uygun sıcaklıkta dezenfeksiyonu sağlanmış kıyafetlerin kullanılması, iş girişinde kıyafetlerin çamaşırhaneden alınması sağlanmaktadır.” (K1)
		Eldiven, maske ve siperlik kullanımı	“Personel işbaşı yapmadan önce tüm sağlık muayeneleri, ateş ölçümleri yapılarak sağlıklı olan personel girişleri ve işbaşı (İSG uzmanı) eğitimi verilerek işbaşı yaptırılır. Mutfak çalışanları eldiven, galos, maske, siperlik ve bone takarak işe başlatılır.” (K4)	“Personel işbaşı yapmadan önce tüm sağlık muayeneleri, ateş ölçümleri yapılarak sağlıklı olan personel girişleri ve işbaşı (İSG uzmanı) eğitimi verilerek işbaşı yaptırılır. Mutfak çalışanları eldiven, galos, maske, siperlik ve bone takarak işe başlatılır.” (K4)
Mutfak Bölümü	Servis Öncesi	Ekipmanların dezenfekte edilmesi	“Ekipmanlarda temizliği yapılarak kullanıma hazır hale getirilir.” (K4)	“Mutfakta kullanılan aletler sürekli olarak dezenfekte edilir, kullanıma hazır hale getirilir.” (K4)
		Yiyeceklerin alkollü dezenfeksiyonu	“Depolardan gelen ürünler, sebzelelerde meyvelerde ön yıkama, klorlama, durulama yapılarak üretime alınır.” (K2)	“Depodan gelen ürün ambalajları alkollü dezenfekte ile dezenfekte edilir, sebzelelerde ve meyvelerde ön yıkama, klorlama, durulama yapılarak üretime alınır.” (K2)
Servis Esnası	Servis Esnası	Sabit menü hazırlığı	“Alakart veya açık büfe menü hazırlığı yapılır.” (K1)	“Sabit menü oluşturulması (tek çeşit çorba, iki çeşit ana yemek, tek çeşit salata, tek çeşit tatlı).” (K1)
		Açık büfedeki yemeklerin aşçılar tarafından servis edilmesi	“Misafirler açık büfeden kendileri ürünleri almaktadır.” (K6)	“Açık büfelelerdeki ürünler siperlikle korunaklı olarak muhafazası yapılır ve mutfak personeli tarafından servis edilir.” (K6)
Servis Sonrası	Servis Sonrası	Çalışanların belirli aralıklarla maskelelerinin yenilenmesi	“Şeffafların hizmet sunumu esnasında tercihen maske kullanması mümkündür.” (K8)	“Şeffafların kullandıklarını maskeler 3 saatte bir değiştirilmektedir.” (K8)
		Sabah kahvaltısının odaya servisi edilmesi	“Sabah kahvaltısı için kahvaltılık malzemeler restorana verilerek üzere hazırlanır.” (K2)	“Sabah kahvaltısı için kahvaltılık malzemeler odalara servisi edilmek üzere hazırlanır.” (K2)
Servis Sonrası	Servis Sonrası	Temizlenen tüm alanların kayıtlarının tutulması	“Tüm üretim alanları <i>steward</i> personeli tarafından temizliği ve dezenfeksiyonu yapılarak bir sonraki servise hazırlanır.” (K6)	“Tüm üretim alanları <i>steward</i> personeli tarafından temizliği ve dezenfeksiyonu yapılarak bir sonraki servise hazırlanır. Tüm temizlik yapılan alanlar ve bölümler kayıt altına alınır ve kayıtlar şef ofisinde saklanır.” (K6)



Şekil 1. Covid-19 Sonrası Yiyecek ve İçecek Hizmetlerinde Yaşanan Değişimler (Kavramsal Harita)

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada, Covid-19 salgın sürecinde konaklama işletmelerinin yiyecek ve içecek hizmet süreçlerinde yaşanan değişimlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç çerçevesinde çalışmada konaklama işletmesi yöneticileri ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır.

Araştırma bulguları, Covid-19 salgını ile birlikte yiyecek ve içecek hizmet süreçlerinde birçok değişimin yaşandığını göstermiştir. İlk olarak, bu değişimlerin servis bölümü ile mutfak bölümünde yaşandığı saptanmıştır. Her iki bölümde de servis öncesi, servis esnası ve servis sonrası süreçlerde birtakım hizmet değişimlerinin yaşandığı anlaşılmıştır. Buna göre servis bölümünde servis öncesi yaşanan hizmet değişim-

lerinin üniforma, araç, gereç ve malzeme dezenfeksiyonu ile birtakım koruyucuların kullanımının olduğu görülmüştür. Bu durum, işletmelerin zaten yaptığı genel dezenfeksiyon işlemlerini daha titiz bir şekilde yaptığına işaret etmektedir. Servis esnasında ise ortamın belirli aralıklarla havalandırılması, ateş kontrolü, tek kullanımlık menaj takımı kullanımı, aralıklı masa düzeni, QR kodlu menü kullanımı ve streçli tabaklarda servis gibi birtakım değişiklikler dikkat çekmektedir. Ayrıca ilgili literatürden de hareketle bu değişimlerin önemli oranda tüketici beklentileri ile şekillendiğini söylemek mümkündür. Diğer taraftan, servis bölümünde servis sonrası masaların, sandalyelerin ve masalarda kullanılan kumaş malzemelerin yeni nesil dezenfeksiyon cihazları ile temizlendiği anlaşılmaktadır. Bu durum da işletmelerin bir misafirden diğer bir misafire etki edecek bulaşı en aza indirmeye çalıştığını göstermektedir. Normal dönemlerde de masa ve sandalyelerin temizlendiği ancak çok daha az sıklıkla temizlendiğini söylemek mümkündür.

Mutfak bölümündeki değişimlere bakıldığında ise servis öncesi genellikle ortamın, iş kıyafetlerinin ve çalışanların temizliği ile ilgili değişimlerin yaşandığı tespit edilmiştir. Bu durum, işletmeye gelen misafirlerin temasta bulunacağı kişi ve çevrenin temizlenerek bulaş riskini en aza indirmek için yapılmaktadır. Servis esnasında ise mutfak bölümünde yemeklerin açık büfede bile şefler tarafından servis edilmesi, bazı öğünlerin odalarda geçirilmesi ve çalışanların maske kullanımı gibi hususların olduğu dikkat çekmektedir. Bu durumda, özellikle “her şey dâhil” sistemde hizmet veren işletmelerde çok sayıda misafirin birbiri ile temasını azaltmak ve aynı anda büfelerden yemek almalarını engellemek için yapılmaktadır. Bu sayede, bulaş riski azaltılabilmektedir. Son olarak, servis sonrasında mutfak bölümünde yaşanan değişimlerin başında temizlenen tüm alanların kayıtlarının alınması geldiği anlaşılmaktadır. Normal dönemde de bu işlem yapılırsa da salgın döneminde tutulan bu kayıtlar, hayati önem taşıdığından daha titiz yapıldığı düşünülmektedir.

Bu araştırmanın hem kavramsal hem de metodolojik birtakım katkılarının olduğunu söylemek mümkündür. Kavramsal açıdan bakıldığında bu çalışmada elde edilen bulgulardan hareketle servis sırasına göre salgın

dönemi hizmet değişimlerinin incelendiği bir çalışmaya rastlanılmamış olması, bu çalışmanın ilgili literatüre katkı sağladığını göstermektedir. Bu çalışmanın Türkiye’de Covid-19 salgını ile gerçekleştirilen çalışmalardan yöntem açısından farklılık göstermesi de bir diğer katkısı olarak değerlendirilebilir. Farklı bir ifade ile benzer birçok çalışmanın nicel yaklaşımla gerçekleştirilmesine rağmen bu çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme ve bu görüşmelerin içerik analizi ile incelenmesi yoluyla yapılarak bizzat hizmet sürecine dâhil olan yöneticilerin görüşlerinin alınması da yöntem açısından bir katkı olarak değerlendirilebilir.

Araştırma çerçevesinde uygulayıcılara dönük birtakım öneriler de getirilebilmektedir. Söz gelimi, salgın sürecinde bağımsız restoranlara göre daha az etkilenen konaklama işletmelerinin kapanmadan hizmetlerine devam etmeleri için değişime ayak uydurmaları gerektiği bu çalışma ile anlaşılmaktadır. Öncelikle işletmelerin servis sırasına göre birtakım önlemler alması gerektiği düşünülmektedir. Örneğin gerekli dezenfeksiyonun sağlanması, çalışanların koruyucu materyallerle bulaş riskini önlemesi, sosyal mesafeye dikkat edilmesi, düzenli ateş kontrolü, tek kullanımlık menaj kullanımı gibi önlemleri alması gerekmektedir. Mümkün olduğunca misafirlerle teması en aza indirmek için birçok önlem alınabilmektedir. Söz gelimi, temassız ödeme ve dijital menü uygulamaları buna örnek olarak gösterilebilir. Diğer taraftan, normal dönemde de yapılan düzenli temizlik işleminin bir düzen çerçevesinde yapılması ve kayıtlarının alınmasıyla resmi olarak da güvence altına alınması, gerekli olan önlemler arasındadır. Son olarak, özellikle yoğun olan konaklama işletmelerinde misafirlerin hem farklı yerlerden gelmesi hem de bir arada bulunması bulaş riskini oldukça arttıracığından açık büfe, eğlence alanları gibi birlikte zaman geçirilen alanlarda mümkün olduğu kadar mesafeli durmaları için menüden misafir tercihinine göre yiyeceklerin masaya tabak servisi (alakart servisi) şeklinde yapılması önerilebilir.

Bu çalışmada, Covid-19 salgını öncesi ve sonrasına ilişkin yiyecek ve içecek hizmet süreçleri hakkında bilgilere ışık tutsa da bazı sınırlılıklar bulunmaktadır. Çalışma, konaklama işletmesi yöneticileriyle sınırlı kalmış ve misafirler ile çalışanlardan veri toplanamamıştır. Bundan

dolayı, ileriki araştırmalar bu çerçevede gerçekleştirilebilir. Çalışmanın yapıldığı sırada Türkiye’de bağımsız restoranların kapalı olması veya sadece paket servis yapmaları, araştırmacıların verileri konaklama işletmesi bünyesindeki yiyecek ve içecek bölümü yöneticilerinden toplanmasına sebep olmuştur. İleriki araştırmalar bağımsız restoranlar üzerinde de benzer şekilde gerçekleştirebilirler. Bu çalışmada sadece Covid-19 salgını ile ilgili kriz türü incelenmiştir. İleriki araştırmalar sosyal, ekonomik ve doğa olayları ile ilgili krizlere odaklanabilir. Son olarak, ileriki araştırmalara hem tüketici hem de hizmeti sağlayanlar gözünden “yeni normal” döneminde yiyecek ve içecek hizmet beklentisi ve sunumundaki değişimlerin muhtemel değişimlerinin incelenmesi önerilebilir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Bu araştırma, bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun gerçekleştirilmiştir.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Yazarların makaleye katkı oranları eşit düzeydedir.

Destek Beyanı

Bu araştırma herhangi bir kurum veya kuruluş tarafından desteklenmemiştir.

Çıkar Beyanı

Bu araştırma herhangi bir çıkar çatışmasına konu değildir.

Kaynakça

- Arabacı, H. (2018). Turizm sektörünün ekonomik büyümeye etkisi üzerine teorik bir inceleme. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(3), 104-109.
- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 231-274.
- Batat, W. (2021). How michelin-starred chefs are being transformed into social bricoleurs? An online qualitative study of luxury foodservice during the pandemic crisis. *Journal of Service Management*, 32(1), 87-99.
- Bekar, A., Gökgöz, H. ve Sürücü, Ç. (2017). Yiyecek işletmelerinin e-tablet menü kullanımları. C. Avcıkurt, M. Doğdubay, M. Sarıoğlan ve G. K. Girgin (Eds.) *Gastronomi üzerine araştırmalar* içinde (277-287. ss.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Beyaz, Z. ve Karabacak, G. (2018). Türkiye’de turizm gelirlerinin cari işlemler dengesi üzerindeki etkisi. *European Journal of Managerial Research*, 2(2), 56-75.
- Bhati, A. S., Mohammadi, Z., Agarwal, M., Kamble, Z. ve Donough-Tan, G. (2020). Motivating or manipulating: The influence of health-protective behaviour and media engagement on post-covid-19 travel. *Current Issues in Tourism*, DOI: 10.1080/13683500.2020.1819970.
- Blöcher, K. ve Alt, R. (2020). AI and robotics in the european restaurant sector: Assessing potentials for process inovation in a high-contact service industry. *Electronic Markets*, DOI: 10.1007/s12525-020-00443-2.
- Bogale, M., Kelkay, S. ve Mengesha, W. (2020). Covid-19 pandemic and tourism sector in Ethiopia. *Horn of African Journal of Business and Economics, Special Issue I*, 1-9.
- Braun, V. ve Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3, 77-101
- Bucak, T. ve Yiğit, S. (2021). The future of the chef occupation and the food and beverage sector after the Covid-19 outbreak: Opinions of

- Turkish chefs. *International Journal of Hospitality Management*, DOI: 10.1016/j.ijhm.2020.102682.
- Chien, G. C. ve Law, R. (2003). The impact of the severe acute respiratory syndrome on hotels: A case study of Hong Kong. *International Journal of Hospitality Management*, 22(3), 327-332.
- Çeti, B. ve Ünlüöner, K. (2019). Evaluation of the effect of crisis due to epidemic diseases on the tourism sector. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 22(2), 109-128.
- Demir, M., Günaydın, Y. ve Demir, Ş. Ş. (2020). Koronavirüs (Covid-19) salgınının Türkiye’de turizm üzerindeki öncülleri, etkileri ve sonuçlarının değerlendirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 80-107.
- Doğancı, O. S. (2020). Covid-19 salgını sonrası turizm destekleri. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2808-2820.
- Dünya Sağlık Örgütü (2020). *Operational considerations for Covid-19 management in the accommodation sector: Interim guidance*. [Available online at: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/331638/WHO-2019-nCoV-Hotels-2020.1-eng.pdf>], Retrieved on May 28, 2021.
- Dünya Turizm Örgütü. (2020a). *International tourism continues to outpace the global economy*. [Available online at: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>], Retrieved on May 28, 2021.
- Dünya Turizm Örgütü (2020b). *2020: A year in review*. [Available online at: <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020>], Retrieved on May 28, 2021.
- Dünya Turizm Örgütü. (2020c). *International tourism and Covid-19*. [Available online at: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>], Retrieved on May 28, 2021.
- Elo, S., Kaariainen, M., Kanste, O., Pölkki, T., Utriainen, K. ve Kyngas, H. (2014). Qualitative content analysis: A focus on trustworthiness. *Sage Open*, 1-10.

- Eryılmaz, B. (2020). Türkiye’de faaliyet gösteren otel zincirlerinin yeni tip koronavirüs (Covid-19) bilgilendirmeleri. *Turizm Akademik Dergisi*, 7(1), 15-27.
- Glaesser, D. (2006). *Crisis management in the tourism industry*. Birleşik Krallık: Routledge.
- Graneheim, U. H. ve Lundman, B. (2004). Qualitative content analysis in nursing research: Concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse Education Today*, 24, 105-112.
- Gunay, S. ve Kurtulmuş, B. E. (2020). Covid-19 social distancing and the US service sector: What do we learn?. *Research in International Business and Finance*, 56, DOI: 10.1016/j.ribaf.2020.101361.
- Hall, C. M. ve Valentin, A. (2005). Content analysis. In B. Ritchie, P. Burns, & C. Palmer (Eds.), *Tourism Research Methods* (pp. 191-209). Cambridge: CAB International.
- Hoque, A., Shikha, F. A., Hasanat, M. W., Arif, I. ve Hamid, A. B. A. (2020). The effect of coronavirus (Covid-19) in the tourism industry in China. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3(1), 52–58.
- Hsieh, H. ve Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288.
- Hu, X., Yan, H., Casey, T. ve Wu, C. H. (2020). Creating a safe haven during the crisis: How organizations can achieve deep compliance with Covid-19 safety measures in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 92, DOI: 10.1016/j.ijhm.2020.102662.
- 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.
- Karamustafa, K. ve Ülker, P. (2020). Impact of tangible and intangible restaurant attributes on overall experience: a consumer oriented approach. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(4), 404-427.

- Karim, W., Haque, A., Anis, Z. ve Ulfy, M. A. (2020). The movement control order (MCO) for Covid-19 crisis and its impact on tourism and hospitality sector in Malaysia. *International Tourism and Hospitality Journal*, 3(2), 1-7.
- Kılıçhan, R. ve Caner, E. (2019). Konaklama işletmeleri yöneticilerinin kriz yönetim becerileri ve stratejileri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 3202-3224.
- Kim, J. ve Lee, J. C. (2020). Effects of Covid-19 on preferences for private dining facilities in restaurants. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 67-70.
- Kimes, S. E. (2008). The role of technology in restaurant revenue management. *Cornell Hospitality Quarterly*, 49(3), 297-309.
- Kozak, M. (2014). *Bilimsel araştırma: Tasarım, yazım ve yayım teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köşker, H. (2017). Krizlerin turizm sektörüne etkileri üzerine bir araştırma: 2016 yılı Türkiye örneği. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 62, 216-230.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2020). *Güvenli turizm sertifikasyon programı*. [Çevrim-içi: https://www.ktb.gov.tr/?_dil=1], Erişim tarihi: 28.05.2021.
- Leon, R. D. (2021). Intellectual capital and the coronavirus crisis: Taking a closer look at restaurants' strategies. *Knowledge Management Research & Practice*, DOI: 10.1080/14778238.2021.1880300.
- Leung, R. ve Loo, P. T. (2020). Co-creating Interactive Dining Experiences via Interconnected and Interoperable Smart Technology. *Asian Journal of Technology Innovation*, DOI: 10.1080/19761597.2020.1822748.
- Lichten, J. ve Kondo, C. (2020). Resilient Japanese local food systems thrive during Covid-19: Ten groups, ten outcomes. *Asia-Pacific Journal-Japan Focus*, 18(14), 1-8.
- Lu, J., Gu, J., Li, K., Xu, C., Su, W., Lai, Z. ve Yang, Z. (2020). Covid-19 outbreak associated with air conditioning in restaurant Guangzhou, China, 2020. *Emerging Infectious Diseases*, 26(7), 16-28.

- Madeira, A., Palrão, T. ve Mendes, A. S. (2021). The impact of pandemic crisis on the restaurant business. *Sustainability*, 13(1), 1-13.
- Miles, B. M. ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded source book*. California: Sage Publications.
- Mohammadi-Nasrabadi, F., Salmani, Y., Broumandnia, N. ve Esfarjani, F. (2020). A mixed-method study on Covid-19 prevention in Iranian restaurants. *Frontiers in Public Health*, DOI: 10.3389/fpubh.2020.585290.
- Namkung, Y. ve Jang, S. (2010). Service failures in restaurants: Which stage of service failure is the most critical? *Cornell Hospitality Quarterly*, 51(3), 323-343.
- Okat, Ç., Bahçeci, V. ve Ocak, E. (2020). Covid-19 (yeni koronavirüs) salgınının neden olduğu krizin yiyecek içecek işletmeleri üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 4(2), 201-218.
- Okumus, F. ve Karamustafa, K. (2005). Impact of an economic crisis evidence from Turkey. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 942-961.
- Özdemir, B. (2010). Dışarıda yemek yeme olgusu: Kuramsal bir model önerisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 218-232.
- Öztürk, Y. ve Türkmen, F. (2006). Turizm işletmelerinin kriz dönemlerinde uyguladıkları pazarlama stratejilerine yönelik bir araştırma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 74-95.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). California: Sage Publications.
- Smith, M. (2003). *Research methods in accounting*. London: Sage Publications.
- Song, H. J., Yeon, J. ve Lee, S. (2021). Impact of the Covid-19 pandemic: Evidence from the US restaurant industry. *International Journal of Hospitality Management*, DOI: 10.1016/j.ijhm.2020.102702.

- Strauss, A. ve Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedurs and techniques*. California: Sage Publications.
- Sürücü, Ç., Ülker, M. ve Hassan, A. (2018). Restoranlarda tablet mönü kullanımının tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 178-196.
- Thano, R. (2015). The impact of tourism on the balance of payments. *American Journal of Economics Finance and Management*, 1(5), 529-536.
- Tse, A. 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.
- Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı. (2020). *Konaklama tesisleri için pandemi süresince uygulanacak Covid-19 ve hijyen uygulamaları değerlendirme formu*. [Çevrim-içi: <https://tga.gov.tr/wp-content/uploads/2020/12/Konaklama-TR-16.12.2020-%E2%80%93V1.pdf>], Erişim tarihi: 28.05.2021.
- TÜRSAB. (2020). *Covid-19 sürecinde Türkiye ve dünya turizmi değerlendirmesi*. [Çevrim-içi: <https://tursab.org.tr/apps/Files/Content/6ad52b35-1dd2-41c2-9f1c-c24cc19e7a63.pdf>], Erişim tarihi: 28.05.2021.
- Uğuz, S. Ç. (2014). Türkiye’de cari işlemler dengesi ve turizmin önemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 1, 18-22.
- 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.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (9. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, G. ve Şahin, A. (2021). How does the Covid-19 outbreak affect the food and beverage industry in Turkey? Proposal of a ho-

listic model. *Journal of Foodservice Business Research*, DOI: 10.1080/15378020.2021.1883216.

Yılmaz, G., Ülker, M. ve Gültekin, S. (2018). Gastronomy metaphors according to restaurant employees. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 3(1), 31-42.

Zeydan, İ. ve Gürbüz, A. (2020). 21. yüzyıldaki pandemiler ve turizm sektörüne etkileri. *3rd. International Economics, Business and Social Sciences Congress*, 126-132.

Worldmeters. (2021). *Covid-19 coronavirus pandemic*. [Available online at: <https://www.worldometers.info/coronavirus/>], Retrieved on May 28, 2021.

Extended Summary

A Qualitative Study on Changes in Food and Beverage Service Processes Based on the Covid-19 Pandemic

The Covid-19 outbreak is known as one of the most important and fatal epidemic diseases in the world. Since the outbreak began, it has affected more than 128 million people worldwide (Woldmeters, 2021). The United Nations World Tourism Organization (UNWTO) reported that in 2019, 1.5 billion people participated in tourism movements around the world, resulting in a global tourism revenue of 1.5 billion dollars. However, by 2020, with the crisis caused by the Covid-19 outbreak, the tourism industry experienced a significant decline, losing approximately 80% of international tourists (UNWTO, 2020). With a decrease of approximately 730 billion USD in tourism revenues, the tourism sector is experiencing a significant global crisis (TÜRSAB, 2020). Not knowing when the outbreak will end is also challenging countries in terms of the magnitude of the crisis. Therefore, it is possible to state that all countries in the world await some important changes in many areas such as health, economy, politics, and transportation. (Yılmaz & Şahin, 2021).

During and after the Covid-19 outbreak, numerous studies have been carried out on the tourism and hospitality sector. To summarize, different topics such as travel behaviors of tourists (Bhati, Mohammadi, Agarwal, Kamble, & Donough-Tan, 2020), support for mobilizing the tourism sector (Doğancılı, 2020), the future of the tourism sector (Karim, Haque, Anis, & Ulfy, 2020) have been examined by researchers in tourism and hospitality related studies. When the studies conducted in the food and beverage sector are examined, it is seen that some subjects such as the selection of restaurants after the outbreak and the willingness to eat in restaurants (Kim & Lee, 2020), the acceptance of the increasing use of robotics in restaurants (Blöcher & Alt, 2020) have been addressed by the researchers. Nevertheless, no study has been found that directly examines the changes in food and beverage service processes in accommodation businesses with the Covid-19 outbreak. Considering that the most important issues that tourists will take into account in the choice of accommodation and food and beverage businesses are health and hygiene rules (Eryılmaz, 2020) it is significant to examine the differences in the service process of businesses. In this study, it is aimed to determine the changes in the food and beverage service processes of the accommodation establishments during the Covid-19 outbreak.

With the Covid-19 outbreak, the operations of food and beverage businesses started to be restricted or even closed (World Health Organization, 2020; Gunay & Kurtulmuş, 2020). Independent restaurants, which are open in some countries, have faced a significant crisis. For example, it is stated that approximately 75% of the restaurant owners in Portugal closed their workplaces temporarily, the remaining 25% continued to sell take-out foods, and that the enterprises needed state support in order to pay the payments of the employees (Madeira, Palrão, & Mendes, 2021). Although governments allow food and beverage businesses to operate at certain times, the industry has been negatively affected by the fact that people do not choose these businesses due to health concerns (Yang, Liu, & Chen, 2020). For example, food and beverage businesses in Romania stopped their operations due to the Covid-19 outbreak (Leon, 2021). As such income losses and unemployment rates may also be a cause of future social crises, it is necessary to be careful in decisions to be taken on this matter.

In this research, upper and middle-level managers working in the food and beverage departments of accommodation businesses were interviewed. Since the interview technique is one of the most frequently used data collection tools in qualitative research (Patton, 2015), the semi-structured interview technique was used in this study. Relevant literature review was used to create the semi-structured interview form and content analysis was preferred as data analysis method.

In this study, a semi-structured interview form was used to ensure consistency in the answers. While preparing the form, first of all, the relevant literature was examined in depth. The interviews were held between March 2 and March 11, 2021. A total of eight people were interviewed, including two food and beverage managers, two executive chefs, and four restaurant managers. The number of interviews was deemed sufficient because the data obtained were considered sufficient and the answers given started to be repeated (Miles & Huberman, 1994). Interviews range from 15 minutes to 45 minutes. Total interview time is 195 minutes and average interview duration is 24 minutes.

Because content analysis is frequently used in qualitative research (Patton, 2015), it was preferred as an analysis technique in this study as well. While applying the analysis, the model proposed by Strauss and Corbin (1990) was followed. In this manner, the categories were determined after coding and followed by the names of the categories, and as a result, the characteristics of the categories were defined. Demographics and personal characteristics of the participants are shown in Table 3. As Table 3 shows, the participants are generally

in the middle age group, the vast majority of them are undergraduate, most of them are employed at least in managerial positions, and their working hours in their current businesses vary between 2 years and 31 years.

Findings regarding the differences between pre-Covid-19 service processes and post-Covid-19 service processes are presented in Table 4. Accordingly, it is seen that the changes in the food and beverage service processes of the accommodation businesses during the Covid-19 outbreak process consist of two main categories, six sub-categories and 24 codes. The first main category was determined as the changes in the service processes of the restaurant department. According to the findings, the restaurant departments of the businesses experienced some changes in pre-service processes with the Covid-19 outbreak. For example, services such as disinfection of uniforms, use of gloves-masks-visors, disinfection of tools and equipment, fixed menu presentation were identified as pre-service processes that changed with the outbreak (Table 2). Similar to these findings, in the study conducted by İflazoğlu and Aksoy (2020), it is stated that 98.3% of restaurant guests want to take precautions such as masks and gloves. Similarly, in the study of Yılmaz and Şahin (2021), it is stated that the use of masks and gloves has become widespread in many food and beverage businesses.

Changes such as ventilating the environment at regular intervals, not receiving the coats of the guests, having disinfectants on the tables, using disposable management sets, measuring the fever of the guests and employees, and reducing the capacity can be cited as some other precautions being implemented. Similarly, in the studies of Demir et al. (2020), Okat et al. (2020) and Yılmaz & Şahin (2021), it is stated that food and beverage operations started to measure their customers' fever as precaution, new generation cleaning and disinfection practices are used. Doğançılı (2020) also points out that hygiene is important in the service industry. In addition, in different studies (Okat et al., 2020; Yılmaz & Şahin, 2021), it is stated that restaurants started to operate at lower capacities. It was also determined that enterprises use disposable tools, equipment, and materials (Demir et al., 2020; Okat et al., 2020). Therefore, it is possible to say that the findings are consistent with the findings of other studies in the relevant literature. On the other hand, the QR (Quick Response) code, such as the use of menus and receiving system in which the contactless electronic ordering is also found as one of the new practices of operations. The fact that customers request features such as contactless payment, electronic order, and digital menu in restaurants (İflazoğlu & Aksoy, 2020) and the use of QR-coded menus in operations (Okat et al., 2020) support the findings of this study. In

addition, in this study, it was determined that the changes experienced after service in service departments were in the form of disinfection of tables, chairs, covers, and napkins.

The second main category consists of changes experienced during the Covid-19 outbreak in the kitchen section. Similar to the restaurant department, it is understood that there are some changes in the kitchen section in pre-service, during service, and after-service stages. Disinfection of uniforms and the use of protective products such as gloves, masks, and visors, are examples of changes before the service.

During the service, it is noteworthy that measures such as serving food by portioning by cooks instead of open buffet, employees changing their masks at regular intervals, and serving breakfast as room service were applied. Similarly, in the study of Demir et al. (2020), it is stated that even the enterprises in the “all-inclusive” system started to operate in the “bed and breakfast” system. It was understood that in the kitchen section, records of the cleaning history of the sections in the kitchen are kept after service. The main points obtained from the interview findings are summarized in Figure 1.

It is possible to say that this research has both conceptual and methodological contributions. From a conceptual point of view, the fact that there is no study examining the changes in service processes during the pandemic shows that this study contributes to the relevant literature. Another contribution of this study is that this study employed different methods that were not used in the studies carried out on this subject in Turkey. In other words, although many similar studies have been carried out with a quantitative approach, conducting semi-structured interviews, using content analysis, and meeting with managers who have experienced the process can be considered as a methodological contribution.

Some suggestions for practitioners can also be made within the framework of the research. First of all, using disinfection seems to be one of the significant precautions to take. Providing employees with protective material, paying attention to social distance, and taking temperature of guests and employees can be expressed as some other precautions to be taken. Measures such as contactless payment and the use of digital menus can be taken to minimize contact with guests. Finally, especially in accommodation establishments, the fact that guests from different places spend time close to each other increases the risk of contamination. For this reason, providing food and beverage services in spacious areas can be a measure that can be taken to reduce this risk.