



Araştırma Makalesi (Research Article)

**YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE TALEP TAHMİN YÖNTEMLERİNİN
UYGULANABİLİRLİĞİ (BUTİK İŞLETMELERDE BİR UYGULAMA) (APPLICABILITY OF
DEMAND FORECASTING METHODS IN FOOD AND BEVERAGE BUSINESSES (AN
APPLICATION IN BOUTIQUE BUSINESSES))**

Mehmet SARIOĞLAN^{1*} (orcid.org/ 0000-0003-4343-1225)

Raşit BAKAN² (orcid.org/ 0000-0002-7575-3459)

Bilal DEVECİ³ (orcid.org/ 0000-0003-3125-6917)

¹Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Balıkesir, Türkiye

²Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Kırklareli, Türkiye

³Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Kırklareli, Türkiye

Özet

Bu çalışmanın temel amacı, İstanbul ilindeki butik üretim gerçekleştiren yiyecek içecek işletme yöneticilerinin, talep tahmin yöntemlerine karşı bilgi düzeylerini belirleyerek, günümüzde giderek önemi artan bu konunun değerine vurgu yapmak ve literatürde yer alan boşluğa katkı sağlamak olacaktır. Talep tahmini, bir ürün veya hizmet için gelecek dönemlerde oluşabilecek talebin geçmiş dönemlere ait verileri temel alarak, belirlenme çabasıdır. Talep tahmini birçok alanda olduğu gibi yiyecek içecek işletmeleri içinde iyi bir planlamanın anahtarıdır. Özellikle işletmeler, müşteri tahminlerini doğru yapabilirse planlama süreçlerini en verimli şekilde düzenleyerek, büyük oranda maliyet ve iş gücünden istifade etmiş olacaktır. Bu bağlamda, yiyecek içecek işletmelerinde talep tahmin yöntemlerinin önemi, her geçen gün giderek artmaktadır. Yapılan bu çalışma ile disiplinler arası kullanımı olan talep tahmin yöntemlerinin, butik üretim yapan yiyecek içecek işletmeleri bünyesindeki bilinirliği ve uygulanabilirliği belirlenmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda, talep tahmin yöntemlerinin bilinirliğini ve uygulanabilirliğini belirlemek amacıyla fenomenoloji (olgubilim) araştırma desene ekseninde oluşturulmuş, 10 sorudan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formları, butik üretim gerçekleştiren 30 yiyecek içecek işletmesi yöneticilerine uygulanmıştır. Elde edilen veriler sonucunda talep tahmini üzerine katılımcıların bilgi düzeylerinin dar kapsamlı olduğu ve talep tahmin yöntemleri hakkında bilgilerinin olmadığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Talep, Talep Tahmini, Yiyecek İçecek Endüstrisi, Butik Üretim

Abstract

The main purpose of this study will be to emphasize the value of this issue, which is becoming increasingly important today, and to contribute to the gap in the literature, by determining the level of knowledge of the food and beverage business managers who carry out boutique production in the province of Istanbul against demand forecasting methods. Demand forecasting is an effort to determine the demand that may occur in the future for a product or service, based on data from past periods. Demand forecasting is the key to good planning in food and beverage businesses, as in many areas. In particular, if businesses can make accurate customer forecasts, they will greatly benefit from cost and labor by arranging their planning processes in the most efficient way. In this context, the importance of demand forecasting methods in food and beverage businesses is increasing day by day. With this study, it has been tried to determine the awareness and applicability of demand forecasting methods, which have interdisciplinary use, in boutique production food and beverage businesses. In this direction, a semi-structured interview form consisting of 10 questions, created on the axis of phenomenology (phenomenology) research design, was used in order to determine the awareness and applicability of demand forecasting methods. Semi-structured interview forms were applied to the managers of 30 food and beverage businesses that carry out boutique production. As a result of the data obtained, it was seen that the knowledge level of the participants on demand forecasting was narrow and they did not have knowledge about demand forecasting methods.

Anahtar Kelimeler: Demand, Demand Forecasting, Food And Beverage Industry, Boutique

Giriş

Talep tahmini, mal ve hizmetlere olan tüketici isteğini anlamaya odaklanan, tahmine dayalı analitik bir daldır (Luce, 2019). Günümüzde birçok işletme, ürün veya hizmetlerinin gelecekteki talebini tahmin etmek için

* Sorumlu yazar: mehmet@balikesir.edu.tr

DOI: 10.33083/joghat.2023.308

günlük, aylık ve dönemsel olmak üzere çeşitli evreleri kapsayan tahminlerde bulunmaktadır. Elde edilen tahminlere güvenerek de iş planlamaları yapmaktadırlar (Cyril, Mulangi ve George, 2018). Dolayısıyla iyi yapılamamış bir talep tahmini, işletmeler açısından ciddi maliyetler oluşturabilir (Barbosa, Christo ve Costa, 2015). Müşteri talebinin tahmin edilmesi, ne kadar ürünün hazırlanacağını, hazırlanacak bu ürün için gerekli hammadde, işgücü ve diğer üretim faktörlerinin ne ölçüde gerekli olduğu gibi konularda yol gösterici olmaktadır. Bu nedenle iyi bir planlama için talep tahmini önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Soysal ve Ömürgönülşen, 2010, s. 130). Ayrıca talep tahminleri, sürekli yaşanan değişimlere ayak uydurabilmek ve belirsizlik ortamında büyük, küçük fark etmeksizin tüm işletmeler için gereklilik arz etmektedir (Mohan vd., 2021). Talep tahmininde temelde istenen, mükemmele yakın olarak geleceği önceden tahmin etmeye çalışmak ve hata düzeyini en aza indirmektir. Ancak %100 kesinliği olan bir tahmine sahip olmak mümkün değildir (Jain, 2007).

Talep tahmin yöntemleri incelendiğinde, sezgisel (nitel) ve sayısal (nicel) olmak üzere iki farklı gruba ayrıldığı görülmektedir. Sayısal (nicel) yöntemler, tarihsel verileri kullanan matematiksel modellere dayanırken, sezgisel (nitel) yöntemler ise daha çok kendi alanında uzman bireylerin görüşlerine dayanmaktadır (Kılınç, 2015; Lewis, 2012;). İlgili literatür incelendiğinde ise farklı konular üzerine çeşitli talep tahmin yöntemleri oldukça sık kullanıldığı görülmüştür. Talep tahminleri içerisinde sihirli bir model yoktur. Tüm koşullarda doğru tahmin yüzdeleri veren talep tahmini bulunmamaktadır. Talep tahmin yöntemleri, konunun kapsamına göre tercih edilmelidir. Ayrıca talep tahmin yöntemlerinde doğruluk girilen verilerle doğru orantılıdır. Girilen veriler ne kadar doğru ise ortaya çıkacak tahminlerinde doğruluk oranı o derece artacaktır (Jain, 2007).

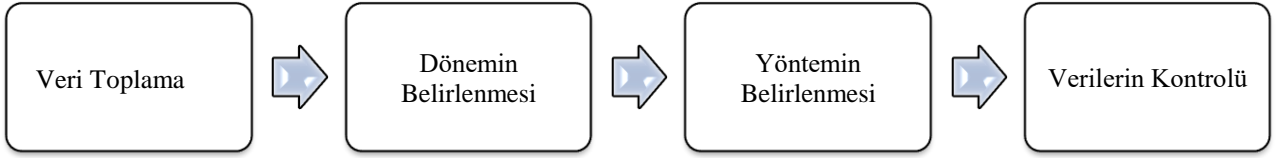
Tüm dünyada artık yiyecek içecek işletmelerine olan ilgi artış göstermekle beraber işletme sayıları da artış göstermektedir. Sürekli değişen ve gelişen dünyada işletmelerin hayatta kalabilmeleri günden güne daha da zorlaşmaktadır. Günümüz koşulları göz önünde bulundurulduğunda da işletmelerin hayatlarına devam edebilmeleri açısından talep tahmini önem arz etmektedir. Bu doğrultuda gerçekleştirilen çalışma ile işletme yöneticilerinin, talep tahmin yöntemlerine karşı bilgi düzeylerini belirleyerek, bu konuya karşı dikkat çekilmek istenmektedir. Çalışma sonunda ise elde edilen veriler ile bu konu üzerine gerekli ilginin çekilerek, bilinirliği ve farkındalığın artırılması beklenmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Talep Tahmini

Talep tahmini, mevcut ve geçmiş dönemlerdeki veriler doğrultusunda, gelecek zaman dilimi için tüketicilerin satın almak isteyeceği mal ya da hizmetlerin miktarını öngörebilme işlemi ve ihtiyacı şeklinde tanımlanmaktadır (Khan vd., 2020). Tüm organizasyonlar için talep tahmini, bilinmezliği ifade etmektedir. Tahmin yapılırken bilinmezliğin aralanabilmesi için geçmiş dönemlere ait veriler kullanılmaktadır. Dolayısıyla talep tahmini işletmelere kısa, orta ve uzun vadede talep görecek, pazarın ihtiyacına göre istenilen ürünleri önceden üretme imkanı tanımaktadır (Khan vd., 2020; Tekin, 2004). Talep tahmini yaparken ilk öncelik teşkil eden durum kullanılacak verilerin toplanmasıdır. Bu aşama, çalışmanın tüm doğruluğunu ve geçerliliğini belirleyecek ilk adımdır. Geçmiş döneme ait satış, tedarik, üretim süreleri gibi veriler olmadan tahmin yapmak mümkün değildir. Dolayısıyla talep tahmin aşamalarının ilk adımı verilerin toplanmasıdır. Verilerin toplanması aşamasından sonra ise dönemin belirlenmesi, talep tahminin başarısını etkileyen diğer aşamadır. Eğer yapılan tahmin haftalık ise ve elde edilen veriler aylık periyotta kullanılacaksa, tahminin başarı ihtimali düşük olacaktır. Bu durumda, gerçekleştirilen bütün planların başarısız olmasını, bu nedenle de işletmenin ciddi maliyetlerle karşılaşmasına neden olacaktır. Dönemin belirlenmesinden sonra ise talep tahmini için kullanılacak modelin belirlenmesi gerekmektedir. Bu aşamada, ihtiyaç duyulan tahmine göre modellerin tercih edilmesi gerekmektedir. Kapsamlı olmayan bir çalışma için çok detaylı modellerin tercih edilmesi karışıklıklara neden olabilecektir. Son talep tahmin aşaması ise, elde edilen verilerin doğruluğunun kontrol edilmesidir. Bu noktada elde edilen veriler ile gerçekleşen sonuçlar arasındaki farklar belirlenmelidir. Şayet, farklar mevcut ise hatanın nerde olduğu bulunmalı ve ilerleyen zamanlarda gerçekleştirilecek tahminlerde aynı hatalardan kaçınılmaya özen gösterilmelidir (Çağlar, 2007; Demirdöğen ve Küçük, 2018; Kobu, 2017; Tekin, 2004;).

Şekil 1. Talep Tahmin Aşamaları



Kaynak: Çağlar, 2007, Kobu, 2017 ve Tekin, 2004'den uyarlanmıştır.

Talep tahminleri, tüm strateji ve planlama kararlarının arkasında temel oluşturan işletmelerin karlılığı ve rekabetçi konumunu doğrudan etkileyen bir durumdur (Silva, Figueiredo ve Braga, 2019). Talep tahmini büyük, küçük fark etmeksizin tüm sektörlerde yer alan işletmeler için önem arz etmektedir (Mohan, vd. 2021; Silva, Figueiredo, ve Braga, 2019). Örneğin turizm sektöründe doğru yapılamamış bir talep tahmini boş otel odası, satılamamış organizasyon biletleri, buna bağlı olarak israf olmuş gıda ürünleri anlamına gelmektedir (Frechtling ve Frechtling, 2001: Law vd., 2019). Aynı şekilde yiyecek içecek işletmeleri içinde doğru yapılamamış bir talep tahmini israf olmuş gıda maddeleri, fazla stok maliyeti, işgücü fazlalığı ve gereksiz enerji tüketimi anlamına gelecektir.

Şekil 2. Talep Tahminlerin Yapısı



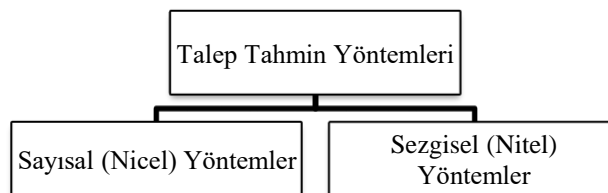
Kaynak: Demirdöğen ve Küçük, 2018, s. 73'den uyarlanmıştır.

Talep tahminleri sezgilere dayalı yapılabileceği gibi çok karmaşık analizlere dayalı da yapılabilmektedir. Sezgisel (nitel) tahminler, günümüzde genellikle işletmede yer alan yöneticilerin düşünceleri ve tecrübelerine referans olarak gerçekleştirilmektedir. Bu tahminler, gerçekleştirildiği işletme için geçerli olup, piyasada yer alan benzer özelliklere sahip işletmeler için genelleme yapılamazlar. Sayısal (nicel) verilere dayalı tahminler ise çeşitli aşamaların takip edilmesi ile gerçekleştirilir ve piyasada yer alan benzer özellik taşıyan işletmeler içinde kullanılabilir (Jain, 2007; Luce, 2019). Ancak tek bir işletme için yapılan tahminlerin hata payı, genelleme yapılan kısıtsız tahminlere göre daha düşüktür (Demirdöğen ve Küçük, 2018).

Talep Tahmin Yöntemleri

Talep tahmini özellikle 1960'lı yıllardan sonra önemli gelişmeler yaşamış olup, günden güne daha da gelişen ve çeşitli yöntemlerin ortaya çıktığı bir konu olmuştur (Karahana, 2011). İlgili literatür incelendiğinde genel olarak talep tahmin modellerinin nicel ve nitel olmak üzere iki ana grupta toplandığı görülmektedir (Luce, 2019). Nitel modeller daha çok insan tecrübelerine dayanarak yapılan tahminleri kapsarken, nicel modeller tamamen matematiksel metotlardan yardım alarak tahmin gerçekleştirmektedir. Ayrıca, her iki model çeşidinin kullanılarak karma modellerinde kullanıldığı çalışmalar literatürde yer almaktadır (Fildes vd., 2008).

Şekil 3. Talep Tahmin Yöntemleri

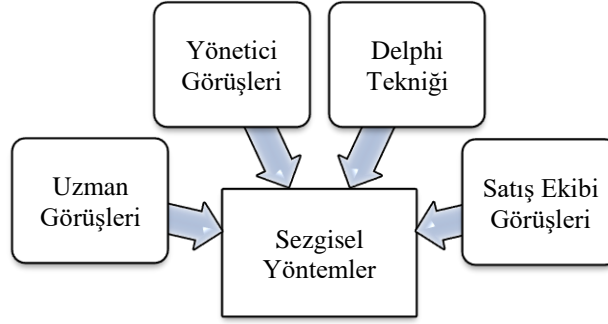


Kaynak: Kılınç, 2015'den uyarlanmıştır.

Sezgisel (nitel) yöntemler

Talep tahmininin temeli geçmiş verilere dayansa da günümüz küreselleşen ve değişen koşullarında, hızlı karar almak zorunluluk olabilir. Bu süreçte geçmiş döneme ait verilerin toplanması ve analizi yapılması zaman alacağı için genellikle sezgisel yöntemler tercih edilmektedir. Bunun dışında sezgisel yöntemler, geçmiş dönemdeki verilerin anlam ifade etmeyeceği dönemlerde de kullanılabilir. Örneğin; ülke genelinde yaşanan iç karışıklık, politik veya ekonomik değişimler geçmiş dönemlere ait verilerin anlamlılığını yitirmesine sebep olabilir. Ayrıca mevcut piyasaya ilk defa sunulacak bir ürünün, geçmiş dönem verilerine erişim sağlanamayacaktır. Dolayısıyla bu gibi durumlarda da sezgisel yöntemler tercih edilebilmektedir (Çağlar, 2007, s. 17-18). Sıklıkla kullanılan sezgisel yöntemler Şekil 4.'de aktarılmıştır.

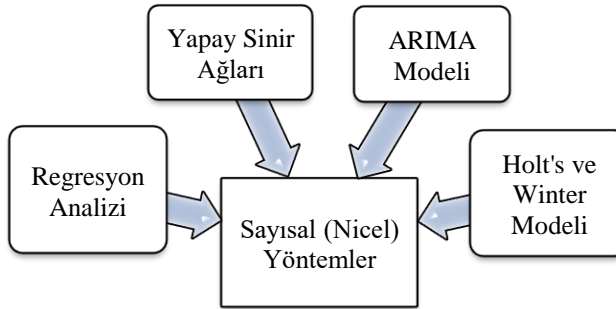
Şekil 4. Sezgisel Tahmin Yöntemleri



Sayısal (nicel) tahmin yöntemleri

Bu grupta yer alan tahmin yöntemleri, geçmiş dönemdeki verileri taban alarak ve analiz ederek gelecek döneme dair tahminlerde bulunur. Bu tahmin yöntemleri genellikle daha karmaşık ve özellikle talebi etkileyebilecek birden çok faktörün olduğu durumlarda tercih edilmektedir. Bu tahmin yöntemleri, belli bir grup profesyonel tarafından yapılmakla beraber, bireysel olarak da gerçekleştirilebilmektedir. Gerçekleştirilen istatistiksel tahminler, öncelikle işletme bölümleri arasında dağıtılır ve uygulamaya koyulur. Sayısal tahminler kendi içinde çok çeşit yöntem barındırmaktadır (Demirdöğen ve Küçük, 2018; Türk ve Kiani, 2019). Bu yöntemlerden bazıları Şekil 5.'de aktarılmıştır.

Şekil 5. Sayısal (Nicel) Yöntemler



Yöntem

Butik üretim gerçekleştirilen yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapan kişilerin, talep tahmini ve yöntemlerine karşı bilgi düzeylerini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışma nitel araştırma yöntemleri kapsamında ele alınmıştır. Çalışma fenomenoloji (olgubilim) araştırma deseni kapsamında yürütülmüş olup, çalışma grubunu ise 30 yönetici oluşturmaktadır. Bu araştırma Balıkesir Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu tarafından 10.05.2022 tarih ve 91739084/605.99/140415 sayılı karar ile onaylanmıştır.

Nitel araştırmalar belirli bir strateji dâhilinde geliştirilmiş araştırma desenleri kapsamında yürütülmektedir. Bu çalışmada da nitel araştırma desenlerinden biri olan fenomenoloji (olgubilim) esas alınmıştır. Fenomonoloji genellikle farkında olunan ancak derinlemesine bilgi sahibi olunmayan olguların özüne ulaşmaya çalışan, nitel bir araştırma desendir (Creswell, 2016; Yıldırım ve Şimşek, 2021).

Araştırma sonuçlarının toplandığı ve elde edilen veriler sonucunda genelleme yapmanın amaçlandığı büyük küme “evren” olarak tanımlanmaktadır (Ural ve Kılıç, 2013; Gürbüz ve Şahin, 2018). Geleneksel bilim anlayışının temel öğelerinden birisi olan genellenmenin yapılabilmesi adına, evrenin kesin hatlarıyla belirlenmesi büyük önem arz etmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2021). Çalışma kapsamında belirlenen evren ise İstanbul ilinde yer alan ve butik üretim gerçekleştiren yiyecek içecek işletmeleri olmuştur. Araştırma kapsamında belirlenen evrenin tamamına ulaşmak güç ve sınırlılıklara sahip olduğu için kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. 5 ila 25 katılımcı ile yapılacak olan görüşmelerin tatmin edici verilere ulaşmada yeterli olacağı düşünüldüğünde (Polkinghorne, 1989) bu çalışmada 30 işletme yöneticisi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında İstanbul ilinde yer alan ve butik üretim gerçekleştiren yiyecek içecek işletmelerinin, talep tahmin yöntemlerini bilme düzeyleri ile bu işletmelerde uygulanan yöntemler belirlenmeye çalışılmıştır.

Araştırma kapsamında veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşmeler Temmuz-Ağustos 2022 tarihleri arasında, araştırmacılar tarafından yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Yüz yüze gerçekleştirilen görüşmeler, işletme ortamında yapılmış olup, yaklaşık olarak 15-20 dakika aralığında sürmüştür. Katılımcıların izinleri doğrultusunda görüşmeler ses kayıt cihazı ile kaydedilmiştir. Görüşmeler esnasında katılımcılara 10 soru yöneltilmiştir. Bu sorulara ek olarak mezun oldukları okul ve yöneticilik tecrübelerini belirlemek amacıyla, 2 ek soru sözlü olarak sorulmuştur. Görüşme kapsamında sorulan sorular ise aşağıda yer almaktadır;

- 1-) Günlük gerçekleştireceğiniz üretim miktarını neye göre belirliyorsunuz?
- 2-) İşletmenizde üretim tahmini yaparken hangi verileri dikkate alırsınız? (Günlük, haftalık, aylık vb.)
- 3-) Üretim için talep tahmini yaparken hangi yöntemleri kullanırsınız?
- 4-) Üretim için yapmış olduğunuz doğru talep tahminlerinin işletmeniz açısından yararları nelerdir/neler olabilir?
- 5-) Gerçekleştirdiğiniz talep tahminlerinin hata oranı yüksek olduğunda, kalan ürünleri nasıl değerlendiriyorsunuz?
- 6-) İşletmenizde kullandığınız ve en güvendiğiniz talep tahmin yöntemi nedir?
- 7-) Butik üretim için talep tahmini gerçekleştirmek daha kolay mıdır? Neden?
- 8-) Sezonluk olarak taleplerinizde değişim oluyor mu? Oluyorsa, bunun için ne yapıyorsunuz?
- 9-) İşletmeniz için talep tahminleri üzerine eğitimler almak ve profesyonel bir destek almak ister misiniz?
- 10-) Talep tahmini sizin için neyi ifade etmektedir?

Araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliğini sağlamak amacıyla görüşmelere başlamadan önce 6 farklı yönetici ile pilot görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu pilot görüşmeler, çalışmaya dâhil edilmemiştir. Pilot görüşmeler sonucunda elde edilen veriler ve uzman görüşleri doğrultusunda bazı sorular görüşme formuna eklenmiştir. Uzman ekibinde ise 1 Profesör, 1 Doçent, 1 Öğr. Gör. ve 2 işletme yöneticisi yer almaktadır.

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinde sıklıkla kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmış ve elde edilen veriler betimsel analiz ile çözümlenmiştir. Betimsel analiz, farklı veri toplama teknikleri ile ulaşılan verilerin ilgili literatür veya önceden belirlenmiş temalara göre yorumlamasını içeren nitel veri analiz yöntemidir. Betimsel analizde temel amaç elde edilen verileri açıklayabilmek ve veriler arasında ilişki kurabilmektir (Yıldırım ve Şimşek, 2021). Bu doğrultuda da çalışma kapsamında elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi çerçevesinde analiz edilmiştir.

Bulgular ve Tartışma

Çalışma kapsamında, butik üretim yapan yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapan kişiler ile gönüllülük esasına dayalı yapılan görüşmeler sonucunda katılımcıların, talep tahmini hakkında bilgisinin olmadığı ya da kısıtlı bilgiye sahip oldukları belirlenmiştir. Bu doğrultuda katılım gösteren 30 yöneticinin tamamı bilgi yetersizliği nedeniyle yöneltilen 10 sorunun tümüne net cevap verememiştir. Çalışma kapsamında yöneltilen sorulara verilen yanıtlar, tek bir paragraf şeklinde, her bir katılımcı için ayrı olarak aşağıda yer verilmiştir.

K1; ön lisans, adalet bölümü mezunu olup, 17 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Çalışma kapsamında yöneltilen sorular doğrultusunda, talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında bilgisinin olmadığını ifade etmiştir. Yöneticilik yaptığı işletmede günlük üretim miktarının, bir önceki gün

yapılmış satış miktarına ve özel günleri göz önünde bulundurarak gerçekleştirildiğini belirtmiştir. Ayrıca, işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim veya destek almak istediğini ifade eden açıklamalarda bulunmuştur.

K2; lise mezunu olup, 48 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yaptığını belirtmiştir. Çalışma kapsamında yöneltilen sorular doğrultusunda, talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında bir bilgisinin olmadığı yönünde açıklamalarda bulunmuştur. Katılımcı2, yöneticilik yaptığı işletmede günlük üretim miktarını belirlerken bir önceki günün satış rakamlarını göz önünde bulundurarak gerçekleştirdiğini ifade etmiştir. Üretim planlamasını, haftalık ve aylık yapmak yerine, günlük yaptığını bu durumun işletme için daha doğru sonuçlar vereceğini ayrıca belirtmiştir. Ek olarak, işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim veya destek almak istediği görülmüştür.

K3; lise mezunu olup, 28 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Çalışma kapsamında yöneltilen sorular doğrultusunda, talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında bilgisinin kısıtlı olduğunu ifade etmiştir. Yöneticilik yaptığı işletmede günlük üretim miktarını, bir önceki gün satış rakamları doğrultusunda ve tüketici isteğine göre gerçekleştirdiğini belirtmiştir. Üretim planlaması yaparken ise haftalık, aylık yapmaktan ziyade günlük gerçekleştirdiğini vurgulamıştır. Görev yapmakta olduğu işletmenin mevsimsel olarak talep konusunda değişim yaşamadığı ve bu nedenle de tüm yıl boyunca talep tahmini bir önceki gün doğrultusunda yaptığını belirtmiştir. İyi yapılmış bir talep tahmininin ise müşteri memnuniyetini arttıracak ve işletmenin geleceğini etkileyeceğini dile getirmiştir. Bu doğrultuda da talep tahmininin kendisi için müşteri memnuniyetini ifade ettiğini söylemiştir. Ayrıca, işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim veya destek almak istediğini yönünde görüş bildirmiştir.

K4; lisans, sosyoloji bölümü mezunu olup, 24 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Çalışma kapsamında yöneltilen sorular doğrultusunda, talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında bilgisinin olmadığını belirtmiştir. Katılımcı4, yöneticilik yaptığı işletmede günlük üretim miktarını belirlerken bir önceki günün satış rakamlarına göre günlük olarak belirlediğini ifade etmiştir. Üretim planlamasını, haftalık ve aylık yapmak yerine, günlük yaptığını belirtmiştir. Ayrıca, işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim veya destek almak istediğini dile getirmiştir.

K5; endüstri meslek lise mezunu olup, 32 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Çalışma kapsamında yöneltilen sorular doğrultusunda, talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında bir bilgisinin olmadığını ifade etmiştir. Katılımcı5, yöneticilik yaptığı işletmede günlük üretim miktarını belirlerken, bir önceki günün satış rakamlarına ve özel günleri göz önünde bulundurduğunu ifade etmiştir. İyi yapılmış bir talep tahmininin ise maliyeti düşüreceğini ve işletmenin geleceğini olumlu yönde etkileyeceğini dile getirmiştir. Bu doğrultuda da talep tahmininin kendisi için doğru üretimi ifade ettiğini söylemiştir. Ayrıca, işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim veya destek almak istediği yönünde açıklamalarda bulunmuştur.

K6; turist rehberliği bölümü, lisans mezunu olup, 13 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Çalışma kapsamında yöneltilen sorular doğrultusunda, talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında bilgisinin kısıtlı olduğunu ifade etmiştir. Yöneticilik yaptığı işletmede günlük üretim miktarını, bir önceki gün satış rakamları doğrultusunda gerçekleştirdiğini belirtmiştir. Üretim planlaması yaparken ise haftalık, aylık yapmaktan ziyade günlük gerçekleştirdiğini vurgulamıştır. Görev yapmakta olduğu işletmenin mevsimsel olarak talep konusunda değişim yaşamadığı ve bu nedenle de tüm yıl boyunca talep tahmini bir önceki gün doğrultusunda yaptığını dile getirmiştir. İyi yapılmış bir talep tahmininin ise maliyeti düşüreceğini ve bu doğrultuda da talep tahmininin kendisi için maliyet düşürücü bir unsuru çağrıştırdığını söylemiştir. Ayrıca, işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim veya destek almak istediğini belirtmiştir.

K7; ticari ilişkiler bölümü, lisans mezunu olup, 41 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Çalışma kapsamında yöneltilen sorular doğrultusunda, talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında bilgisinin olmadığı görülmüştür. Yöneticilik yaptığı işletmede günlük üretim miktarını, bir önceki günün satışlarını göz önünde bulundurarak gerçekleştirildiğini belirtmiştir. Ayrıca, işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim veya destek almak istediğini ifade etmiştir.

K8; ulaştırma hizmetleri bölümü, ön lisans mezunu olup, 11 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Çalışma kapsamında yöneltilen sorular doğrultusunda Katılımcı8'in, talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında bilgisinin olmadığı gözlemlenmiştir. Yöneticilik yaptığı işletmede günlük üretim miktarının, bir önceki günün satışları göz önünde bulundurarak gerçekleştirildiğini belirtmiştir. Üretim planlaması yaparken ise haftalık, aylık yapmaktan ziyade günlük gerçekleştirdiğini açıklamıştır. İyi yapılmış

bir talep tahmininin ise maliyeti düşüreceğini dile getirmiştir. Bu doğrultuda da talep tahminin kendisi için maliyet düşürücü bir unsur ifade ettiğini söylemiştir. Ayrıca, işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim veya destek almak istediği görülmüştür.

K9; ilkokul mezunu olup, 33 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Çalışma kapsamında yöneltilen sorular doğrultusunda katılımcının, talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında bilgisinin olmadığı belirlenmiştir. Katılımcı9, yöneticilik yaptığı işletmede günlük üretim miktarını müşteri isteğine ve tüm bir yılı göz önünde bulundurarak gerçekleştirdiğini söylemiştir. İyi yapılmış bir talep tahmininin ise maliyeti kontrolü sağlayacağını ve bu durumda işletmenin geleceği için önem arz ettiğini dile getirmiştir. Bu doğrultuda da talep tahminin kendisi için maliyet azalışını ifade ettiğini söylemiştir. Görev yapmakta olduğu işletmenin mevsimsel olarak talep konusunda değişim yaşamadığı ve bu nedenle de tüm yıl aynı doğrultuda tahmin yaptığını belirtmiştir. Ayrıca, işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim veya destek almak istediği yönünde ifadeler kullanmıştır.

K10; işletme bölümü, lisans mezunu olup, 21 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Çalışma kapsamında yöneltilen sorular doğrultusunda katılımcının, talep tahmini ve talep tahmin yöntemlerine dair bilgisinin kısıtlı olduğu yönünde ifadeler kullandığı gözlemlenmiştir. Katılımcı10, yöneticilik yaptığı işletmede günlük üretim miktarını müşteri isteğine ve günlük, haftalık ve aylık verileri göz önünde bulundurarak gerçekleştirdiğini söylemiştir. İyi yapılmış bir talep tahmininin ise müşteri memnuniyetini arttıracığını dile getirerek, talep tahminin kendisi için müşteri memnuniyeti anlamına geldiğini açıklamıştır. Ayrıca, işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim veya destek almak istediğini bildirmiştir.

K11; fizik tedavi bölümü, ön lisans mezunu olup, 7 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Çalışma kapsamında yöneltilen sorular doğrultusunda görülmüştür ki katılımcının talep tahmini ve talep tahmin yöntemlerine dair bilgisinin olmadığı belirlenmiştir. Katılımcı11, yöneticilik yaptığı işletmede günlük üretim miktarını müşteri isteğine ve günlük, haftalık ve aylık verileri göz önünde bulundurarak gerçekleştirdiğini ifade etmiştir. Ayrıca, işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim veya destek almak istediği yönünde ifadeler kullanmıştır.

K12; yönetim ve organizasyon bölümü ön lisans mezunu olup, 13 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Çalışma kapsamında yöneltilen sorular doğrultusunda katılımcının, talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında bilgisinin olmadığını ifade etmiştir. Katılımcı12, yöneticilik yaptığı işletmede günlük üretim miktarını müşteri isteğine ve bir önceki günün satış verilerini göz önünde bulundurarak günlük gerçekleştirdiğini söylemiştir. İyi yapılmış bir talep tahmininin ise maliyeti azaltacağını ifade ederek, talep tahminin kendisi için maliyet kontrolünü ifade ettiğini belirtmiştir. Ayrıca, işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim veya destek almak istediğini görülmüştür.

K13; madencilik bölümü, ön lisans mezunu olup, 6 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Çalışma kapsamında yöneltilen sorular doğrultusunda görülmüştür ki katılımcının talep tahmini ve talep tahmin yöntemlerine dair bilgisinin olmadığı belirlenmiştir. Katılımcı13, yöneticilik yaptığı işletmede günlük üretim miktarını müşteri isteğine göre ve haftalık olarak gerçekleştirdiğini söylemiştir. Ayrıca, işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim almak istediği yönünde ifadeler kullanmıştır.

K14; bilgisayar teknolojileri bölümü, ön lisans mezunu olup, 14 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Çalışma kapsamında yöneltilen sorular doğrultusunda talep tahmini ve talep tahmin yöntemlerine dair bilgisinin olmadığı yönünde ifadeler kullanmıştır. Katılımcı14, günlük üretim planlamasını planlarken müşteri istekleri ve bir önceki günün verilerini göz önünde bulundurarak günlük olarak gerçekleştirdiğini belirtmiştir. Ayrıca işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim almak istediği ifade etmiştir.

K15; iktisat bölümü, lisans mezunu olup, 9 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Çalışma kapsamında yöneltilen sorular doğrultusunda katılımcının, talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında bilgisinin olmadığı görülmüştür. Katılımcı15, yöneticilik yaptığı işletmede, günlük üretim miktarını müşteri isteğine göre ve haftalık verileri dikkate alarak gerçekleştirdiğini söylemiştir. İyi yapılmış bir talep tahmininin ise maliyeti düşüreceğini ifade ederek, talep tahminin kendisi için maliyet azaltıcı bir unsur çağrıştırdığını belirtmiştir. Ayrıca işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim almak istediği yönünde ifadeler kullanmıştır.

K16; ortaokul mezunu olup, 19 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Çalışma kapsamında yöneltilen sorular doğrultusunda, talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında bir bilgisinin olmadığını dile getirmiştir. Yöneticilik yaptığı işletmede, günlük üretim miktarını müşteri isteğine göre ve bir

önceki günün satış miktarlarını göz önünde bulundurarak günlük ve haftalık verileri dikkate alarak gerçekleştirdiğini belirtmiştir. Ayrıca katılımcı, talep tahmini konulu eğitim alabileceğine yönelik ifadeler kullanmıştır.

K17; biyoloji bölümü, lisans mezunu olup, 22 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Gerek mezun olduğu bölüm gerekse de çalışma kapsamında yöneltilen sorular doğrultusunda, talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında bir bilgisinin olmadığı gözlemlenmiştir. Katılımcı17, yöneticilik yaptığı işletmede, günlük üretim miktarını müşteri isteğine göre ve bir önceki günün satış miktarlarını göz önünde bulundurarak günlük olarak gerçekleştirdiğini belirtmiştir. İyi yapılmış bir talep tahmininin ise maliyeti düşüreceğini ifade etmiştir. Ayrıca işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim almak istediği yönünde ifadeler kullanmıştır.

K18; lise mezunu olup, 34 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Katılımcının görüşme boyunca yöneltilen sorulara vermiş olduğu cevaplar doğrultusunda, talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında bilgisinin olmadığı görülmüştür. Katılımcı18, yöneticilik yaptığı işletmede, günlük üretim miktarını müşteri isteğine göre ve bir önceki günün satış miktarlarını göz önünde bulundurarak günlük verileri dikkate alarak gerçekleştirdiğini ifade etmiştir. İyi yapılmış bir talep tahmininin ise müşteri memnuniyetini arttıracığını ifade ederek, talep tahminin kendisi için müşteri memnuniyetini ifade ettiğini açıklamıştır. Ayrıca işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim almak istediği yönünde istekli olduğu görülmüştür.

K19; lise mezunu olup, 41 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Çalışma kapsamında yöneltilen sorular doğrultusunda, talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında bir bilgisinin olmadığını ifade etmiştir. Yöneticilik yaptığı işletmede günlük üretim miktarını, bir önceki gün satış rakamları doğrultusunda günlük verileri dikkate alarak gerçekleştirdiğini belirtmiştir. Ayrıca, işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim veya destek almak istediği yönünde açıklamalarda bulunmuştur.

K20; jeoloji mühendisliği bölümü, lisans mezunu olup, 8 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Gerek mezun olduğu bölüm gerekse de çalışma kapsamında yöneltilen sorular doğrultusunda, talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında bilgisinin sınırlı olduğu sonucuna varılmıştır. Katılımcı20 yöneticilik yaptığı işletmede, günlük üretim miktarını müşteri isteğine göre ve bir önceki günün satış miktarlarını göz önünde bulundurarak günlük verileri dikkate alarak gerçekleştirdiğini açıklamıştır. İyi yapılmış bir talep tahmininin ise maliyeti düşüreceğini ifade etmiştir. Bu doğrultuda da talep tahminin kendisi için maliyet azaltmayı ifade ettiğini belirtmiştir. Ayrıca işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim almak istediği yönünde ifadeler kullanmıştır.

K21; ilköğretim mezunu olup, 46 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Katılımcı21, çalışma kapsamında yöneltilen sorular doğrultusunda, talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında bir bilgisinin olmadığını ifade etmiştir. Katılımcı, yöneticiliğini yaptığı işletmede üretim planlamasını, müşteri isteğine göre ve bir önceki gün elde edilen satış rakamları doğrultusunda günlük verileri dikkate alarak gerçekleştirdiğini vurgulamıştır. Ayrıca işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim almak istediğini belirtmiştir.

K22; pazarlama ve reklamcılık bölümü, ön lisans mezunu olup, 11 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Gerek mezun olduğu bölüm gerekse de çalışma kapsamında yöneltilen sorular doğrultusunda, talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında bilgisinin sınırlı olduğu gözlemlenmiştir. Katılımcı22, yöneticilik yaptığı işletmede, günlük üretim miktarını müşteri isteğine göre ve bir önceki günün satış miktarlarını göz önünde bulundurarak günlük verileri dikkate alarak gerçekleştirdiğini vurgulamıştır. İyi yapılmış bir talep tahmininin ise maliyeti azalttığı ve bu doğrultuda da talep tahminin kendisi için maliyet azaltan bir kavramı ifade ettiğini belirtmiştir. Ayrıca işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim almak istediği görülmüştür.

K23; lisans, kamu yönetimi bölümü terk olup, 37 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Katılımcı23'ün sorulara vermiş olduğu cevaplar göz önünde bulundurulduğunda talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında bilgisinin sınırlı olduğu görülmüştür. Ayrıca katılımcı, işletmede üretim planlamasını müşteri isteğine göre ve bir önceki günün satış miktarlarını göz önünde bulundurarak günlük olarak planladıklarını ifade etmiştir. Bununla birlikte katılımcı iyi yapılmış bir talep tahmininin ise müşteri memnuniyetini arttıracığını ve bu doğrultuda da talep tahminin kendisi için müşteri memnuniyetini ifade ettiğini belirtmiştir. Ayrıca işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim almak istediği görülmüştür.

K24; ortaokul mezunu olup, 43 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Katılımcı24, çalışma kapsamında yöneltilen sorular doğrultusunda, talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında bir bilgisinin olmadığını ifade etmiştir. Ayrıca katılımcı yöneticilik yaptığı işletmede, günlük üretim miktarını müşteri isteğine göre ve bir önceki günün satış miktarlarını göz önünde bulundurarak günlük ve haftalık verileri dikkate alarak planladığını bildirmiştir. Bununla birlikte katılımcı iyi yapılmış bir talep tahmininin ise müşteri tatminini arttıracak ve bu doğrultuda da talep tahminin kendisi için müşteri aidiyetini ifade ettiğini belirtmiştir. Ayrıca, işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim veya destek almak istediğini bildirmiştir.

K25; ikram hizmetleri bölümü, ön lisans mezunu olup, 9 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Katılımcı25, çalışma kapsamında yöneltilen sorular doğrultusunda, talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığını belirtmiştir. Bununla birlikte katılımcı üretim planlaması yaparken müşteri isteğine ve bir önceki gün gerçekleşen satış rakamlarını dikkate alarak günlük veriler ile gerçekleştirdiğini bildirmiştir. Ayrıca Katılımcı25, iyi yapılmış bir talep tahmininin ise maliyeti azaltacağını ve bu doğrultuda da talep tahminin kendisi için müşteri memnuniyetini ifade ettiğini belirtmiştir. Katılımcı25 görev yapmış olduğu işletmede sezonluk talep farklılıkları yaşandığını bildirmiş ancak sezonluk değişen taleplerin belirlenmesi için özel olarak gerçekleştirilen bir çalışmanın olmadığı gözlemlenmiştir. Ayrıca işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim almak istediği yönünde ifadeler kullanmıştır.

K26; makina teknikerliği bölümü, ön lisans mezunu olup, 12 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Katılımcı26'nın gerek mezun olduğu bölüm gerekse de çalışma kapsamında yöneltilen sorulara vermiş olduğu cevaplar, talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında bilgisinin sınırlı olduğu göstermiştir. Katılımcı26 ayrıca, üretim planlaması yaparken müşteri isteğine, özel günler ve bir önceki gün gerçekleşen satış rakamlarını dikkate alarak günlük olarak gerçekleştirdiğini ifade etmiştir. Bununla birlikte katılımcı, iyi yapılmış bir talep tahmininin ise maliyeti azaltacağını ve bu doğrultuda da talep tahminin kendisi için maliyet azaltıcı bir kavramı ifade ettiğini belirtmiştir. Bununla birlikte işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim almak istediğini bildirmiştir.

K27; iletişim bölümü, lisans mezunu olup, 11 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Gerek mezun olduğu bölüm gerekse de çalışma kapsamında yöneltilen sorulara vermiş olduğu cevaplar doğrultusunda, talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında bilgisinin sınırlı olduğu sonucuna varılmıştır. Katılımcı27, yöneticilik yaptığı işletmede günlük üretim miktarını müşteri isteğine ve günlük, haftalık ve aylık verileri göz önünde bulundurarak gerçekleştirdiğini belirtmiştir. Ayrıca, iyi yapılmış bir talep tahmininin ise müşteri tatminini arttıracak dile getirmiştir. Bu doğrultuda da talep tahminin kendisi için müşteri tatminini ifade ettiğini açıklamıştır. Görev yapmakta olduğu işletmenin mevsimsel olarak talep konusunda değişim yaşamadığı ve bu nedenle de tüm yıl boyunca talep tahminini aynı doğrultuda gerçekleştirdiğini ifade etmiştir. Ayrıca, işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim veya destek almak istediği yönünde görüş bildirmiştir.

K28; ortaokul mezunu olup, 52 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Çalışma kapsamında yöneltilen sorulara vermiş olduğu cevaplar doğrultusunda, Katılımcı28'in talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında bilgisinin olmadığı gözlemlenmiştir. Katılımcı28'in yöneticilik yaptığı işletmede günlük üretim planlamasını ürünlere olan müşteri memnuniyeti kapsamında ve bir gün önceden elde edilen satış verileri doğrultusunda günlük olarak gerçekleştirildiğini belirtmiştir. Ayrıca, işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim veya destek almak istediğini ifade etmiştir.

K29; muhasebe bölümü, ön lisans mezunu olup, 17 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Katılımcı29, çalışma kapsamında yöneltilen sorular doğrultusunda, talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında bir bilgisinin olmadığını ifade etmiştir. Ayrıca Katılımcı29, üretim miktarını bir önceki gün elde edilen satış rakamları doğrultusunda günlük olarak planladığını ifade etmiştir. İyi yapılmış bir talep tahmininin ise yeterli üretimin gerçekleştirilmesine yardımcı olacağını ve bu doğrultuda da talep tahminin kendisi için belirsizliğin önleyen bir unsur olduğunu ifade etmiştir. Bununla birlikte Katılımcı29, görev yapmış olduğu işletmede sezonluk talep farklılıkları yaşandığını bildirmiş ancak sezonluk değişen taleplerin belirlenmesi için özel olarak gerçekleştirilen bir çalışmanın olmadığı görülmüştür. Ayrıca işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim almak istediği görülmüştür.

K30; ortaokul mezunu olup, 24 yıldır yiyecek içecek işletmelerinde yöneticilik yapmaktadır. Katılımcı30'un sorulara vermiş olduğu cevaplar göz önünde bulundurulduğunda talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında bilgisinin sınırlı olduğu görülmüştür. Ayrıca Katılımcı30, işletmede üretim planlamasını müşteri isteğine göre ve bir önceki günün satış miktarlarını göz önünde bulundurarak günlük olarak planladıklarını

ifade etmiştir. Bununla birlikte katılımcı iyi yapılmış bir talep tahmininin ise maliyeti azaltacağını ve bu doğrultuda da talep tahminin kendisi için talebi öngörmek olarak ifade ettiğini belirtmiştir. Bununla birlikte katılımcı, görev yapmış olduğu işletmede sezonluk talep farklılıkları yaşandığını bildirmiş ancak sezonluk değişen taleplerin belirlenmesi için özel olarak gerçekleştirilen bir çalışmanın olmadığı gözlemlenmiştir. Ayrıca işletme için talep tahminine yönelik profesyonel bir eğitim almak istediği görülmüştür.

İlgili literatür incelendiğinde talep tahminine yönelik özellikle yiyecek içecek işletmeleri özelinde gerçekleştirilmiş çalışmalar yer almaktadır. Bu çalışmalar daha çok mevcut tahmin yöntemlerden hangisinin daha optimum sonuç verdiğini belirlemeye yönelik yapılmıştır. Ancak yöneticilerin veya ilgili personelin talep tahmini üzerine bilgisini ölçmeye yönelik bir çalışma ile literatürde karşılaşmamıştır. Kılınç (2015), Sönmez ve Zengin (2019), Tanizaki vd. (2019) ve Priyadarshi vd. (2019), gerçekleştirdikleri farklı çalışmalar ile yiyecek içecek işletmeleri için günlük üretim miktarı için talep tahmini belirlemeye çalışmışlardır. Çalışmalar sonucunda ise talep tahmin yöntemleri ile büyük oranda doğruluk payı içeren tahminlere erişmişlerdir. İlgili çalışmalarda görüldüğü üzere, yiyecek içecek işletmelerinde birçok farklı talep tahmin yönteminin kullanılabilirliği ve başarılı sonuçlar elde edilebileceği kanıtlanmıştır. Doğru yapılmış talep tahminleri yiyecek içecek işletmeleri için önemli katkılar sağlamaktadır. Özellikle maliyet, kar seviyesi ve sermaye ihtiyacının belirlenmesinde önemli rol oynayacaktır. Etkin stok kontrollü ve stok maliyetlerinin azalmasında yardımcı olacaktır. Ayrıca, menü dâhilinde gerekli olan gıda maddeleri için tedarik zincirini ve tedarik ihtiyacının belirlenmesine imkân tanıyacaktır. Bununla birlikte gıda maddelerinin verimli kullanımını mümkün kılarak, gıda israfının azaltarak karlılığın artmasına yardımcı olacaktır. Ek olarak belirlenen talep doğrultusunda gerekli makine, donanım ve personel sayısının belirlenmesine katkı sağlayarak, siparişlerin kaçırılmasını ve hizmet seviyesinin düşmesini engelleyecektir (Armstrong, 2001; Kochak ve Sharma, 2015; Luce, 2019; Silva, Figueiredo ve Braga, 2019: 52). Tüm bu bilgiler ışığında doğru talep tahmini, yiyecek içecek işletmeleri için büyük önem arz etmektedir. Ancak çalışma kapsamında elde edilen veriler, araştırmaya katılan 30 yiyecek içecek işletme yöneticisinin konuya dair bilgilerinin oldukça dar kapsamlı olduğunu göstermektedir.

Günümüzde birçok farklı sektördeki işletmenin, hayatta kalması için gerekli planlamaların yapılabilmesi için doğru talep tahminlerine ihtiyaç duyulmaktadır (Wong ve Guo, 2010). Ancak yiyecek içecek işletmeleri açısından talep tahmini gerçekleştirmek, diğer işletmelere göre daha zor olabilmektedir. Çünkü Tanizaki vd. (2019) işletmenin konumu, hava durumu, mevcut ülkenin önemli günleri ve işletmenin gerçekleştireceği etkinliklerin de hesaba katılması gerektiğini vurgulamaktadırlar. Ancak, çalışma kapsamında elde edilen veriler doğrultusunda katılımcıların düşük bir çoğunluğunun talep tahmini gerçekleştirirken özel günleri de göz önünde bulundurduğu belirlenmiştir. Tanizaki vd. (2019), tarafından belirtilen hava durumu, etkinlik ve işletmenin konumu gibi talebin belirlenmesinde önemli rol oynayacak etkenler, katılımcılar tarafından ifade edilmemiştir. Bunun yanında Zhang vd. (2021), son dönemde ortaya çıkan Kovid-19 salgınının tüm talep tahmin yöntemlerini etkisiz bıraktığı ve özellikle nicel tahmin yöntemlerinin bu süreçte daha az doğruluk payı içeren geri dönüşleri vereceğini ve geleneksel yöntemlerin bu süreçte daha etkili olabileceğini ifade etmiştir. Elde edilen veriler göstermektedir ki katılımcıların Kovid-19 sürecine benzer bir sürece karşı alternatif bir tahmin yöntemi belirleyebilecek bilgileri bulunmamaktadır.

Sonuç olarak, ilgili literatür incelendiğinde yiyecek içecek işletmelerinde yapılmış talep tahmin çalışmalarıyla karşılaşmaktadır. Ancak yiyecek içecek işletmelerinde görev yapan yöneticilerin talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri üzerine bilgi düzeylerini belirlemeye çalışılan bir çalışma ile karşılaşmamıştır. Buradan yola çıkılarak gerçekleştirilen bu çalışma ile günümüzde giderek önemi artan bu konunun değerine vurgu yaparak, literatürde katkı sağlamak ve daha sonraki araştırmacılara yol göstermek amaçlanmıştır.

Sonuç ve Öneriler

Yapılan bu çalışmada, İstanbul'da butik üretim gerçekleştiren yiyecek içecek işletmeleri yöneticilerinin talep tahmini ve talep tahmin yöntemlerini bilme düzeylerini ve hangi talep tahmin yöntemlerini kullandıkları belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışma kapsamında veriler yarı yapılandırılmış görüşme formu doğrultusunda yüz yüze toplanmıştır. Elde edilen bulgular yazılı şekilde detaylı olarak aktarılmıştır. Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler doğrultusunda, katılımcıların talep tahmini ve talep tahmin yöntemlerine dair bilgisinin olmadığı tespit edilmiştir.

Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde, %20'si lise, %14'ü ortaokul, %6'sı ilköğretim ve %3'ünün işletme mezunu olduğu görülmektedir. Diğer katılımcıların ise farklı eğitim alanlarından mezun olup, yöneticilik yaptığı görülmüştür. Dolayısıyla büyük çoğunluğunun yiyecek içecek işletmeciliği yapmaya

yönelik eğitimler almadığı ve bu durumun yöneticilerin talep tahmini ve talep tahmin yöntemleri hakkında kısıtlı bilgiye sahip olmalarında etkili olduğu belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların büyük çoğunluğunun uzun yıllar yöneticilik yaptığı saptanmıştır. Bu doğrultuda katılımcıların %17'si 1-10 yıl, %34'ü 11-20 yıl, %17'si 21-30 yıl, %13'ü 31-40 yıl, %17'si 41-50 yıl ve %3'nün ise 51-60 yıl aralığında yöneticilik tecrübesine sahip olduğu tespit edilmiştir. En çok tecrübeye sahip yönetici 52 yıl ile Katılımcı28 olurken, en az tecrübenin ise 6 yıl ile Katılımcı13 olduğu görülmüştür.

Katılımcıların %100'ü, talep tahmini ve tahmin yöntemleri üzerine düzenlenecek olası bir eğitime katılmak istediklerine dair olumlu geri dönüşleri olduğu saptanmıştır. Ayrıca katılımcıların %80'i üretim planlaması gerçekleştirirken, müşteri isteği ve bir önceki günün satış verilerini göz önünde bulundurarak, günlük olarak gerçekleştirdiklerini ifade etmiştir. Geriye kalan %20'lik katılımcı ise haftalık, aylık ve yıllık verilere göre planlama yaptığını belirtmiştir. Bu noktada işletme yöneticilerin müşteri isteğini karşılamak adına sürekli farklılaşan ve ortaya çıkan yeni yiyecek akımlarını yakalamaya çalıştığı görülmektedir. Bununla birlikte katılımcıların %100'ünün, üretim kapasitesini sahip olduğu tecrübe ve varsayımlar üzerinden gerçekleştirdiği, farkında olmadan sezgisel talep tahmin yöntemi kullandığı belirlenmiştir.

Katılımcılara yöneltilen, “talep tahmini sizin için neyi ifade ediyor?” sorusuna yöneticilerin %23'ü “maliyet azaltma”, %20'si ise “müşteri memnuniyeti” cevabını verirken, %6'sı “doğru üretim”, %3'ü “maliyet kontrolü” ve %3'ü “belirsizliğin giderilmesi” cevaplarını vermiştir. Geriye kalan %45'lik kısım ise soruya cevap vermemiştir. Ayrıca katılımcılara yöneltilen, “doğru yapılmış talep tahminin işletmeye sağlayabileceği yararlar nelerdir?” sorusuna yöneticilerin %36'sı gıda israfının önüne geçeceği için maliyeti azaltacağını, %20'si müşteri beklentilerinin karşılanması sonucu memnuniyeti arttıracığı ve %6'sı ise maliyet kontrolüne yardımcı olacağı yönünde faydalar sağlayabileceğini ifade etmiştir. Geriye kalan %38'lik kısım ise soruya cevap verememiştir. Katılımcıların yanlış gerçekleşen üretim planlaması sonucunda artan ürünleri hangi amaçla kullandıklarına yönelik sorulan soruya vermiş oldukları cevap ise %80 oranında çöpe atıldığı ve hayvan barınaklarına yönlendirildiği yönünde olmuştur. Katılımcıların %20'si ise soruya cevap vermemiştir. Ayrıca katılımcıların %26'sı sezonluk olarak işletmeye yönelik taleplerde değişiklik olduğunu bildirmiştir. Ancak sezonluk değişen taleplere yönelik kullanılan bir tahmin yönteminin olmadığı belirlenmiştir. Katılımcıların bu noktada tecrübeleri ve varsayımlar üzerine üretim planlaması gerçekleştirdiği görülmüştür. Katılımcıların %14'ü ise sezonluk olarak taleplerde bir değişiklik olmadığını tüm yıl boyunca üretim planlamasını bir önceki gün gerçekleşen satış rakamları doğrultusunda yaptıklarını ifade etmişlerdir. Geriye kalan %60'lık kısım ise soruya cevap vermemiştir.

Talep tahmini birçok iş alanında olduğu gibi yiyecek içecek işletmeler için çok fazla anlam ifade etmektedir. Çünkü doğru yapılmış bir talep tahmini işletme için gerekli olan tüm sürecin iyi planlanmasına yardımcı olmaktadır. Talep tahmini yiyecek içecek işletmelerinin, günden güne gelişim gösteren ve farklılaşan dünyada, hayatta kalabilmeleri açısından gereklilik haline gelmiştir. Parsa vd. (2005), değişen dünyaya ayak uyduramayan işletmelerin, pazarı hızlı bir şekilde terk ettikleri ifade etmiş ve yiyecek içecek işletmelerinin %30'unun ilk yıllarında kapandığını, %60'ının ise üçüncü yılını doldurmadan kapandığını gözlemlemiştir. Yiyecek içecek işletmelerinin hayatta kalma süreleri göz önüne alındığında, bunu etkileyebilecek birçok etken sıralanabilmektedir. Bu etkenlerden biriside, talep tahmininin doğru yapılabilmesidir. Ancak butik üretim yapan yiyecek içecek işletmeleri özelinde gerçekleştirilen bu çalışmaya bakıldığında, talep tahmini oldukça göz ardı edilen, üzerinde durulmayan bir konu olduğu belirlenmiştir. Bunun yanında, dünya üzerinde, gıdaya yönelik israf her geçen gün artış göstermektedir (Gustavsson vd., 2011). Günümüz yiyecek içecek işletmeleri için gıda israfı, kendi bünyesinde maliyet unsuru olmanın dışında, küresel bir tehlike olmaya başlamıştır. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) tarafından paylaşılan verilere göre yıllık üretilen gıdaların 1/3'ü (1.3 milyon ton) hiçbir şekilde kullanılmadan çöpe gitmektedir. Bunun yanında bu ürünlerin sevkiyatı, depolanması gibi alanlarda harcanan enerji miktarı da dolayısıyla israf olmaktadır (Tekiner vd., 2021). Öyle ki katılımcıların yanlış gerçekleşen üretim planlaması sonucunda artan ürünleri hangi amaçla kullandıklarına yönelik soruya vermiş oldukları cevap ise büyük oranda çöpe atıldığı yönünde olmuştur. Bahsi geçen sorunlara tamamen bir çözüm olmasa bile talep tahmini bu sorunların azalmasında önemli bir rol oynayacağı düşünülmektedir.

Elde edilen sonuçlara bakıldığında yiyecek içecek işletmelerinde tüm sürece hâkim olması gereken yöneticilerin talep tahminine dair bilgisinin dar kapsamlı olduğu gerçeği ile karşılaşılmıştır. Bu netice ile önemi günden güne artan bu konunun bilinirliğini arttırmak ve sonra gerçekleştirilecek çalışmalar için şunlar önerilmektedir;

Yapılan bu çalışma butik işletmeler ile sınırlı tutulmuştur. Daha sonra gerçekleştirilecek çalışmalar fırınlar, pastaneler, esnaf lokantaları, geleneksel yemek yapan lokanta gibi yiyecek içecek işletmelerinde gerçekleştirilebilir ve ortaya çıkan sonuçlar karşılaştırılabilir.

Özellikle yöneticilerin bu konu üzerine eğitim almaları ve işletme için sağlayabileceği faydaları öğrenmeleri üzerine eğitimler düzenlenebilir. Bu eğitimler çevrimiçi olabileceği gibi yüz yüze de gerçekleştirilebilir.

Uzun yıllar tecrübe sahibi olmuş insanların birbiri ile bilgi paylaşımı gerçekleştirdiği seminer gerçekleştirilebilir. Bu seminer esnasında talep tahmini konulu söyleşiler ile katılım gösteren yöneticilere bilgi aktarılabilir.

Özellikle işletme, aşçılık, turizm ve gastronomi ve mutfak sanatları bölümünde talep tahmine yönelik ders sayılarının artırılması ve içeriklerinin genişletilmesi önem arz etmektedir.

Yiyecek içecek işletmeleri açısından yapılacak talep tahmini çalışmaları, hizmet sektörü için yapılacak stratejik ve kaynak planlama çalışmalarına da destek sağlayacağı için akademik çalışmaların artırılması gerekmektedir.

Kaynakça

- Armstrong, J. S. (Ed.). (2001). Principles of forecasting: a handbook for researchers and practitioners (Vol. 30). Boston, MA: Kluwer Academic.
- Barbosa, N. D. P., Christo, E. D. S., & Costa, K. A. (2015). Demand forecasting for production planning in a food company. Arpn journal of engineering and applied sciences, 10(16), 7137-7141.
- Creswell, J., W. (2016). *Araştırma deseni. Nitel, nicel ve karma yöntem yaklaşımları*. Eğiten Kitapevi, Ankara.
- Cyrial, A., Mulangi, R. H., & George, V. (2018). Modelling and forecasting bus passenger demand using time series method. 7th International Conference on Reliability, Infocom Technologies and Optimization (Trends and Future Directions) (ICRITO) 460-466.
- Çağlar, T. (2007). Talep tahmininde kullanılan yöntemler ve fens teli üretimi yapan bir işletmede uygulanması. Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Kırıkkale
- Demirdöğen, O. & Küçük, O. (2018). *Üretim işlemler yönetimi*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Fildes, R., Goodwin, P., Lawrence, M. & Nikolopoulos, K., (2008). Effective Forecasting and Judgmental Adjustments: An Empirical Evaluation and Strategies For Improvement in Supply-Chain Planning, International Journal of Forecasting, 25, 3–23.
- Frechtling, D.C. & Frechtling, D.C. (2001). *Forecasting Tourism Demand: Methods and Strategies*. Butterworth-Heinemann, Oxford, Boston.
- Gustavsson, J., Cederberg, C., Sonesson, U., Van Otterdijk, R., & Meybeck, A. (2011). Global food losses and food waste. 16 May 2011 Save Food Congress, Düsseldorf.
- Gürbüz, S. & Şahin, F. (2018). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri. Seçkin Yayınevi, Ankara.
- İslamoğlu, H. & Almiaçık, Ü. (2019). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Beta Yayınevi, İstanbul.
- Jain, C. L. (2007). Benchmarking forecasting models. The Journal of Business Forecasting, 26(4), 15.
- Karahan, M. (2011). İstatistiksel tahmin yöntemleri: yapay sinir ağları metodu ile ürün talep tahmini uygulaması. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Konya.
- Khan, M. A., Saqib, S., Alyas, T., Rehman, A. U., Saeed, Y., Zeb, A., & Mohamed, E. M. (2020). Effective demand forecasting model using business intelligence empowered with machine learning. 8, 116013-116023.
- Kılıç, G. (2015). Yapay sinir ağları ile yemekhane günlük talep tahmini. Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Denizli.
- Kobu, B. (2017). *Üretim Yönetimi*. Beta Basın Yayın, 18. Baskı, İstanbul.
- Kochak, A., & Sharma, S. (2015). Demand forecasting using neural network for supply chain management. International Journal of Mechanical Engineering and Robotics Research, 4(1), 96-104.

- Law, R., Li, G., Fong, D. K. C., & Han, X. (2019). Tourism demand forecasting: a deep learning approach. *Annals of Tourism Research*, 75, 410-423.
- Lewis, C. (2012). *Demand Forecasting and Inventory Control*. Woodhead Publishing, Cambridge.
- Luce, L. (2019). Deep Learning and Demand Forecasting. In *Artificial Intelligence for Fashion* (155-166). Apress, Berkeley, CA.
- Mohan, B. A., Harshavardhan, B., Karan, S., Shariff, M. J., & Pranav, M. G. (2021). Demand forecasting and route optimization in supply chain industry using data analytics. 2021 Asian Conference on Innovation in Technology (ASIANCON). 1-7.
- Parsa, H., Self, J., Njite, D., & King, T. (2005). Why restaurants fail. *Cornell hotel and restaurant Administration Quarterly*, 46(3), 304-322.
- Polkinghorne, D. (1989). Phenomenological research methods. R. Valle & S. Halling içinde, *Existential phenomenological perspectives in psychology* (41-60). Plenum, New York.
- Priyadarshi, R., Panigrahi, A., Routroy, S., & Garg, G. K. (2019). Demand forecasting at retail stage for selected vegetables: a performance analysis. *Journal of Modelling in Management*. 34(4), 690-702.
- Silva, J. C., Figueiredo, M. C., & Braga, A. C. (2019, July). Demand forecasting: a case study in the food industry. In *International Conference on Computational Science and Its Applications*. 50-63. Springer, Cham.
- Soysal, M., & Ömürgönülşen, M. (2010). Türk turizm sektöründe talep tahmini üzerine bir uygulama. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(1), 128-136.
- Sönmez, O., & Zengin, K. (2019). Yiyecek ve içecek işletmelerinde talep tahmini: yapay sinir ağları ve regresyon yöntemleriyle bir karşılaştırma. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 302-308.
- Tanizaki, T., Hoshino, T., Shimmura, T., & Takenaka, T. (2019). Demand forecasting in restaurants using machine learning and statistical analysis. *Procedia CIRP*, 79, 679-683.
- Tekin, M. (2004). *Üretim Yönetimi*, Eğitim Kitapevi, Ankara.
- Tekiner, İ. H. T., Mercan, N. N., Kahraman, A., & Özel, M. (2021) Dünya ve Türkiye’de gıda israfı ve kaybına genel bir bakış. *İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 3(2), 26-31.
- Türk, E., & Kiani, F. (2019). Yapay sinir ağları ile talep tahmini yapma: beyaz eşya üretim planlama örneği. *İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 1(1), 30-37.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel araştırma süreci ve spss ile veri analizi*. (4. Baskı). Detay Yayıncılık, Ankara.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (12. bs.). Seçkin Yayıncılık: Ankara.
- Zhang, H., Song, H., Wen, L., & Liu, C. (2021). Forecasting tourism recovery amid covid-19. *Annals of Tourism Research*, 87, 103149.
- Wong, W. & Guo, Z. (2010). A hybrid intelligent model for medium-term sales forecasting in fashion retail supply chains using extreme learning machine and harmony search algorithm. *Int. J. Prod. Econ.* 128(2), 614–624.