

Atmosferin yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansı üzerine etkisi¹

The effect of the atmosphere on the job performance of employees in the food and beverage department

Şirvan Şen Demir² ve İsmail Öztürk³

Gönderilme tarihi/Received date:: 17 / 08 / 2019

Kabul tarihi/Accepted date: 01 / 10 / 2019

Öz

Bu çalışmanın amacı; otel işletmelerinin yiyecek içecek departmanındaki atmosferin, çalışanların iş performansını ne doğrultuda etkilediğini ölçmektir. Literatür taramasından elde edilen bilgiler doğrultusunda bir anket formu geliştirilmiştir. Araştırma, 2017 yılının Mayıs-Eylül aylarında Muğla ilinin Marmaris ilçesinde bulunan beş yıldızlı konaklama işletmelerinin yiyecek içecek departmanında çalışan personele anket formları dağıtılmıştır. 313 otel personelinden elde edilen veriler SPSS programında analize tabi tutulmuştur. Veriler faktör analizi, korelasyon analizi ve regresyon analizi ile çözümlenmiştir. Sonuçta oluşturulan sekiz hipotezden beşi kabul edilirken, üçü kabul edilmemiştir.

Anahtar sözcükler: Turizm, iş performansı, atmosfer, fiziksel unsurlar, sosyal unsurlar

Abstract

The aim of this study is to measure how the atmosphere in the food and beverage department of hotel establishments, in other words, physical and social factors affect the job performance of employees. A questionnaire was developed based on the information obtained from the literature review. In the research, the data collected from 313 hotel staff working in the food and beverage department of five-star accommodation establishments located in Marmaris district of Muğla province in May-September 2017 were analysed with SPSS program. SPSS 17.0 statistical program was used to analyse the data that includes various statistical tools such as factor analysis, correlation analysis and regression analysis. As a result of the research, 5 of the hypotheses were supported while 3 hypotheses were not supported.

Keywords: Tourism, job performance, atmosphere, physical elements, social elements

1. Giriş

Dünya da sürekli gelişim gösteren hizmet sektörü Türkiye için önemli gelir kaynaklarından. Hizmet sektörü içerisinde bulunan otel işletmeleri ise bu gelişimde ve elde edilen gelirden büyük pay sahibidir. Oteller yapıları, teknik donanımı, rahatlığı, onarım şartları gibi maddi; sosyal değeri, işgörenlerin hizmet verme kalitesi gibi manevi elemanlarıyla uygar insanların ihtiyaçlarını, konaklama ve beslenme isteklerini belirli bir ücret karşılığında karşılamayı görev olarak kabul eden ekonomik ve sosyal bir işletme (Olalı ve Korzay, 1993;25) olarak tanımlanmaktadır. Otel

¹ Bu çalışma Süleyman Demirel Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri (BAP) Koordinasyon Birimi tarafından desteklenen 4705-YLI-16 nolu projeden üretilmiştir.

² Doç. Dr., SDÜ İİBF Turizm İşletmeciliği Bölümü, Isparta, Türkiye sirvansendemir@gmail.com

³ SDÜ SBE Turizm İşletmeciliği, Yüksek Lisans Isparta, ozturkismail89@gmail.com

işletmelerinin planladıkları hedeflere başarılı bir şekilde ulaşabilmeleri için sistemli bir organizasyon yapısına sahip olması gerekmektedir. Otel işletmelerinde genel olarak; yiyecek içecek departmanı, ön büro, kat hizmetleri, teknik servis, satış ve pazarlama, insan kaynakları, güvenlik departmanlarından oluşmaktadır. Günümüzde insanların yeme içmeye verdikleri önemin daha da artmış olması otel işletmelerinde yiyecek içecek departmanının önemini de arttırmıştır. Tek başına gelir getirebilen bir departman olması, bazı büyük otellerde yıllık olarak oda satışından bile fazla gelir getirmesi (Birchfield, 2008: 6) yiyecek içecek departmanlarına bağlı alanların her geçen gün artmasına neden olmaktadır.

Günümüzde birçok işletme gibi hizmet sektöründeki işletmelerde teknolojinin nimetlerinden faydalanmalarına rağmen insan faktörünü görmezden gelmeleri pek mümkün olmamaktadır. Çünkü hizmet sektörü emek-yoğun bir sektördür ve “insan” başrodedir. Dolayısıyla yapılacak çalışmalarda, diğer işletmelerde rekabet edebilmek ve devamlılığı sağlayabilmek için çalışanlara önem verilmelidir. Özellikle yiyecek içecek departmanı otellerde en fazla çalışanın istihdam edildiği departman olması, sunulan hizmetin karışık ve zor olması, bu departmanın organizasyon yapısını iyi planlamayı gerektirmektedir.

Çalışanların; çalışma ortamları ve çalışma koşulları iş performanslarını etkilemektedir, iş performansı da müşteri memnuniyetine etki etmektedir (Demir, 2011). Doğrudan gelir getiren bir departman olan yiyecek içecek departmanının çalışanlarının iş performansları, işletmelerin kar amaçlarına ulaşmalarını da etkilemektedir. Çalışanlar kendilerini rahat hissettikleri çalışma ortamında verimli çalışabilmektedir. Kötü çalışma koşulları; yetersiz aydınlatma, gürültü, havalandırma, ısıtma, temiz olmayan bir çalışma sahası ve benzeri gibi çalışma ortamının fiziksel koşullarının uygunsuzluğu, yönetici ve çalışma arkadaşlarıyla olan uyumsuzluk çalışanları hem fiziksel hem de ruhsal bakımdan olumsuz etkileyebilmektedir. Bu durum çalışanların performanslarına da olumsuz olarak yansımaktadır.

Otel işletmelerinde çalışanların maruz kalacakları atmosfer fiziksel ve sosyal çevre unsurları olarak ayrılmaktadır. Aydınlatma, renk, müzik, gürültü, koku, tesis planı, fiziksel çevre unsurlarına girerken; diğer çalışanlar ve yöneticiler ise sosyal çevre unsurlarına dahil edilmektedir. Bu yüzden rekabet üstünlüğünü kazanmak isteyen işletmeler çalışanların iş performanslarını arttırmak amacıyla işyeri atmosferine önem vermek durumundadır. Çalışanların daha rahat hareket edip, verimliliklerini arttırmaları için çalışma ortamında bulunan sosyal ve fiziki unsurları gerekli düzeye getirilmeleri gerekmektedir. İyi bir çalışma ortamı aslında çalışan performansına da etki ederek müşteri memnuniyetini olumlu yönde etkileyecektir. Bu çalışmanın ana amacı da otel işletmelerinin yiyecek içecek departmanının atmosferinin çalışanların iş performansını ne doğrultuda etkilediğini ölçmektir.

2. Literatür

2.1. Yiyecek-İçecek Departmanında atmosfer

Atmosfer kavramı ilk olarak 1970'lerin başında ortaya çıkmış ve çalışma ortamının atmosferinin insanlar üzerinde ne tür etkilerinin olduğunu anlamaya yönelik ilgi artmıştır (Johnson vd, 2004: 2). Atmosfer kavramı günümüze kadar değişik şekillerde kullanılmıştır; Kotler (1973) atmosferik, Baker Grewal ve Parasuraman (1994) fiziki çevre, Bitner (1992) hizmet dalı, pazarlama çevresi, Roy ve Tai (2003) mağaza çevresi, Tombs ve McColl-Kennedy (2003) sosyal hizmet dalı olarak adlandırmıştır (Harris ve Ezech 2008).

Demir, Ş.Ş., Öztürk, İ. (2019). The effect of the atmosphere on the job performance of employees in the food and beverage department. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 5(4), 361-383.

Türk Dil Kurumu sözlüğünde atmosfer; içinde yaşanan ve etkisinde kalınan ortam, hava olarak tanımlanmaktadır (Aksu, 2012). Levy ve Weitz (2004: 510)' e göre atmosfer, insanların algısal ve duygusal tepkilerini uyarmak ve davranışlarını etkilemek için koku, müzik, renk, ışıklandırma ve görsel iletişim yoluyla çevrenin düzenlenmesi anlamına gelmektedir. Holder ve Berndt (2011: 391) atmosferi, işletmede kullanılan malzemeler, masa düzeni, oturma planı ve dekoru olarak ifade etmektedir. Heung ve Gu (2012: 1167) atmosfer için, mekanın düzeni, ambiyansı, estetiği ve personel olarak dile getirmiştir. Bilim insanlarının yaptıkları atmosfer tanımlarından görüldüğü üzere atmosfer kavramı çok çeşitli isimlerle kullanılmıştır. Kotler, 2000 yılında yayınladığı çalışmasında atmosferi; insanların buldukları belirli bir mekanda algılarını değiştiren etkenlerin tamamı olarak tanımlamıştır. Kotler'in bu açıklamasından yola çıkarak atmosfer kavramı için; otelin iç ve dış görünümü, dizaynı, oteldeki çalışanların ve misafirlerin algılarını etkileyen unsurlar olarak bir tanımlamak mümkün olacaktır.

Anlaşılabileceği üzere atmosfer kavramı değişik isimler altında açıklanmıştır. Atmosfer kavramını Kotler (2000: 527) "bir müşterinin belirli bir mekâna girdiği zamanki algılarını şekillendiren etkenler bütünü" şeklinde tanımlamıştır. Bu tanımdan yola çıkarak otel işletmeleri için atmosfer kavramı; "Otelin iç ve dış görünümü, düzenlenmesi ve çalışanları gibi müşterilerin otel hakkında algılarını etkileyen unsurlar" şeklinde tanımlanabilir. Çalışmanın bundan sonraki süreçlerinde çalışmanın yapısına uygun olarak "Atmosfer" kavramı kullanılmıştır.

Atmosfer unsurları, sunulan hizmetlerin kalitesini belli eden işaretlerdir, aynı zamanda ortamdaki insanlara bir mesaj ileten ve onlarda duygu oluşturan bir araçtır (Renaghan, 1981: 34). Bu tanımlardan yola çıkarak Lin (2004: 167- 168) atmosfer unsurlarını şöyle sıralamıştır;

- Görsel belirtiler; ışık, personel, dizayn, renk, tesis planı.
- İşitsel belirtiler; müzik ve gürültü
- Koku, çevre ve ambiyans
- Duygusal reaksiyon
- Bilişsel reaksiyon
- Davranışsal reaksiyon

Atmosferi görsel faktörler, işitsel faktörler, dokunma ve hissetmeyle ilgili faktörler de bilinçli değişiklikler yaratarak müşteriye etkisi altına alıp satışı artırmaya yönelik çabaların tümü olarak tanımlamak mümkündür. Son yıllarda atmosferle ilgili ortaya konan çalışmalarda, atmosfer kendisinden ziyade kuruluşun olumlu karakterinin hem çalışanlar hem de misafirler tarafından algılanmasını ifade ettiği vurgulanmaktadır (Demir ve Demir, 2015). Yapılan araştırmalar sonucu işyerlerindeki atmosferin çalışanların kendi aralarındaki ilişkileri ve misafirlerle olan ilişkilerinde önemli bir yeri olduğu anlaşıldığı görülmektedir. Atmosfer unsurlarının tertibi, misafirlerin kendi aralarında veya çalışanlarla olan ilişkilerinde olumlu veya olumsuz tabanda buluşmasına neden olmaktadır (Kozak, 2006: 88). Atmosfer unsurları üretimin ve tüketimin aynı yerde olduğu restoranlar, oteller, banka ve hastanelerde insanların davranışlarını daha fazla etkilediği bilinmektedir. Bu da atmosferin çalışanların performansını, memnuniyetini ve moralini etkileyebileceğini göstermektedir (Bitner, 1992: 57-60). Sonuç olarak yapılan çalışmalarda atmosfer unsurlarının insanlar üzerindeki birçok etkisi görülmüştür ancak yine de eksiklikler bulunmaktadır. Bu eksiklikleri şu şekilde sıralamak mümkündür (Harris-Ezeh, 2008: 112):

- Atmosfer ve atmosfer unsurlarının insanlar üzerindeki etkisi genel olarak kabul edilmiştir ancak kavram üzerinde bir fikir birliği yoktur.

- Yeterli çalışma olmamasına rağmen hizmet sektöründeki atmosferin etkileriyle ilgili ampirik çalışma, atmosfer kavramını geliştirmeye yönelik çalışmalardan daha azdır.
- Yapılan çalışmaların genelinde atmosfer unsurlarının sadece biri veya birkaçı üzerinde durulmuştur. Örneğin; müzik, renk, ışık gibi.
- Atmosferin yalnızca bir unsuru değil birden fazla unsuru etkilidir.

2.2. Çalışanların iş performansı

Performans ve performans değerlendirme/değerleme gibi değişik kavramlar olarak da ele alınan kavramlar, bazı kaynaklarda başarı değerlendirme (değerlendirme) başlıkları altında da geçmektedir. Performansla ilgili literatür taraması yapıldığında birçok tanıma rastlanmaktadır ve bu tanımlarda performansın; insan hayatında yer edinen, ölçülmesi ve karşılaştırılması zor bir kavram olduğu ifade edilmektedir (Aytok, 2005: 76).

TDK'ya göre performansın anlamı; "herhangi bir olayı başarma isteği, takat sınırı ya da bir şeyi ya da işi yapma veya uygulama hareketidir". Demir'e göre (2015), performans sonuçlar ve davranışlardan oluşmaktadır, Holton (1999), ise "performans birbiriyle ilişkili çeşitli faktörlerden oluşan çok boyutlu bir yapıdır". Erdoğan'a (1991: 154) göre, "performans, bireylerin kendisi için tanımlanan, özellik ve yeteneklerine uygun işi, kabul edilebilir çizgiler dâhilinde gerçekleştirme-sidir". Başaran (1991:179) örgütsel davranış açısından performansı, "çalışanın örgütsel hedefleri gerçekleştirmek amacıyla görevi ile ilgili eylemlerin ve işlemlerin sonucunda elde ettiği ürün" olarak açıklar. Bu ürünün mal, hizmet ya da düşünce şeklinde olması mümkündür. Yıldız (2008: 240) ise performansı, "bir kişinin sahip olduğu potansiyel veya gerçek bilgi-beceri ve kabiliyetlerini hedeflerine veya beklentilerine ulaşabilmek için ne ölçüde kullanabildiğini tanımlayan bir kavram" olarak tanımlamıştır. Performans örgüt bazında ele alındığında ise örgütün belirlenen amaçlarıyla işletmenin hedeflerinin karşılaştırılmasıdır (Holton, 1999).

Çalışanların kendilerini gerçekleştirebilmeleri ve istenilen performansa ulaşabilmeleri için yeterli moral ve motivasyona sahip olması zorunludur (Demir ve Tan, 2018, Demir, 2014). Bu moral ve motivasyonun sağlanması için ise; işletmenin çalışana tatmin edici ücret vermesi, çalışanların kendilerini geliştirebilmeleri için fırsatlar yaratılması, çalışma arkadaşlarıyla iyi bir iletişim kurabilmelerinin sağlanması, yöneticileri tarafından ilgi ve alaka gösterilmesi gibi hususlarda gerekli sosyal ihtiyaçları karşılanmalıdır. Çünkü çalışanların kendilerinden istenen işin yapılması için yeteri kadar çaba sarf etmesi; çalıştığı kurumun ileriye dönük kendisine sunduğu olanakların farkına varmasına, maddi yönden ücret ve primlerin sağlanmasına bağlıdır (Gupta, 1982;136).

Bireysel performans; işletmelerde yöneticilerin ve amirlerin üzerinde en çok çalıştığı konuların başında gelmektedir. İşletmelerin verimliliğini arttıran ya da azaltan faktörlerin başında bireysel performansın yüksekliği ya da düşüklüğü olduğu söylenmektedir (Aytok, 2004: 9). Bireylerin ortaya koyduğu kötü performansın göstergeleri arasında; yaptıkları işin kalitesi, yaptıkları işin miktarındaki azalma, gerçekleştiremeyecekleri hedefler belirleme, iş arkadaşlarıyla yaşadıkları çatışma, işe gelmeme veya geç gelme vb. vardır (Demir, 2015; Stewart, 1987: 235). Öztürk (2009: 7) performansı etkileyen faktörleri şöyle belirtmiştir;

Kişisel etkenler: Kişisel beceri, yetkinlik, motivasyon ve sorumluluk

Liderlik etkeni: Teşvik, yol gösterme, rehberlik, takım lideri ve yöneticilerin desteği.

Sistem etkeni: İş sistemleri

Demir, Ş.Ş., Öztürk, İ. (2019). The effect of the atmosphere on the job performance of employees in the food and beverage department. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 5(4), 361-383.

Çevre etkeni: İçten ve dıştan gelebilecek çevresel baskı ve değişim.

Performans değerlemesi Türkçe kaynaklarda literatürde başarımların değerlendirilmesi olarak ifade edilmektedir. Performans değerlemesine ilişkin bazı tanımlar şöyledir; Performans değerlendirilmesi; herhangi bir yöneticinin önceden belirlemiş olduğu standartlarla karşılaştırma ve ölçme yolunu kullanarak işgörenlerin işteki performansını değerlendirmelerinden oluşan süreçtir (Palmer, 1993: 10). Dessler (1997: 14) performans değerlendirme iş standartlarının saptandığı, çalışanların gerçekleştirdiği performansları ile bu standartların karşılaştırılarak değerlendirme yoluna gidildiği ve çalışanlara performans eksikliğini gidererek ortalamaya performans düzeyinin üzerine çıkarmalarını teşvik eden geribildirim yapıldığı bir işlemdir. Mathis ve Jackson (2007: 384); performans değerlendirme işgörenlerin yaptıkları işleri standartlarla karşılaştırarak işlerin ne ölçüde iyi yapıldığının değerlendirildiği ve değerlendirme sonuçlarının çalışanlarla iletişim kurularak aktarıldığı bir süreç olarak tanımlarken; Mohrman vd., (1989) performans değerlendirmesinin uzun, karmaşık ve geneli memnun etmesi mümkün olmayan bir süreç olarak dile getirmektedir.

Performans değerlendirme çalışan açısından psikolojik bir gereksinim olduğu gibi çalıştığı işletmelerdeki insan kaynakları departmanı içinde önemli bir ihtiyaçtır. Çünkü işletmenin, işgörenlerinin başarı ve başarısızlıklarını görüp değerlendirmesi daha sonraki çalışma ve projelerin düzenlenmesinde önemlidir. Performans değerlemenin insan kaynakları yönetimindeki gerek ve yararları konusunda şunlar söylenebilir (Fındıkçı, 2009: 299; Uyargil, 2008: 11-12).

- Performans değerlendirme çalışanlar için bireysel psikolojik bir gereksinimken işletme düzeyinde motivasyona yönelik bir gereksinimdir.
- Performans değerlemenin asıl amacı çalışanın yaptığı işler hakkında bilgilendirilmesidir. Çalışanın ve işletmenin gelişmesinde bu bilgilendirmenin yeri büyüktür.
- Çalışanların daha yakından tanınmasına olanak sağladığı için kariyer yönetimine de katkıda sağlamaktadır.
- Çalışanlarla yönetici/amirleri arasında iletişimin kurulması ve geliştirilmesinde etkili olur.
- Çalışanların kendilerini tanımalarına ve eksikliklerini gidermelerine yardımcı olur.

3. Yöntem

3.1. Araştırmanın amacı ve önemi

İş yeri ortamıyla vurgulanmak istenen, çalışanların işyerinde içinde bulunduğu sosyal ve fiziki şartlardır. Buna kanıt olarak, yani işyeri atmosferi kavramıyla ifade edilmek istenen; yiyecek içecek departmanındaki bölümlerde çalınan müzikler, kullanılan renkler, ortamdaki koku, ortamın ısı, maruz kalınan aydınlatma, bölümlerdeki düzen tertibat, yine aynı şekilde bölümlerde kullanılan zemin döşemeleri ve çalışanların muhatap olduğu çalışma arkadaşları ve yöneticilerdir. Bahsettiğimiz bu unsurlar yiyecek içecek departmanında çalışanların çalışma koşullarına uygun şekilde tasarlandığı veya düzenlendiği takdirde çalışanların iş performansı olumlu şekilde değişimine imkan sağlayacaktır. Yapılan literatür taraması sonucunda atmosfer ve iş performansı kavramlarının yerli ve yabancı birçok kaynakta yer almasına rağmen, çalışanların iş performanslarını ölçmeyi amaçlayan ve ikisinin bir arada incelendiği çalışmalara rastlanmamıştır. Bu çalışma atmosferin yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansına etkisini ölçen ilk araştırma olması sebebiyle önem taşıyan özgün bir çalışmadır.

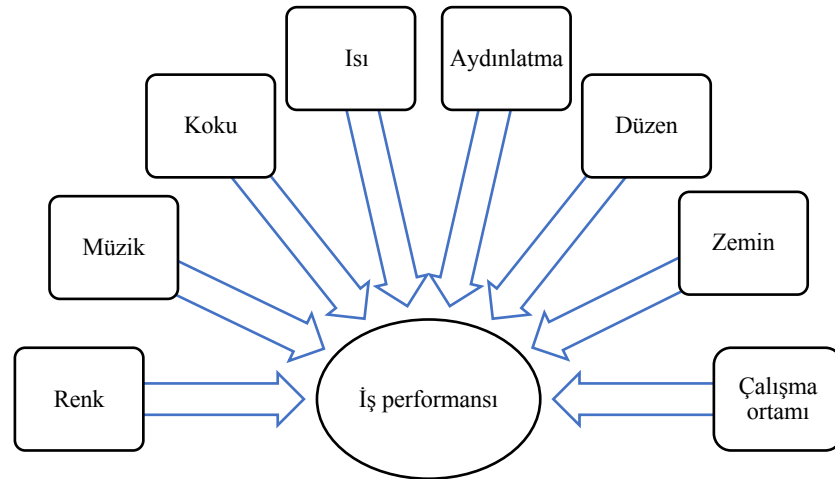
Araştırmanın sonucunda konaklama işletmelerinde gelir açısından çok önemli bir yere sahip olan yiyecek içecek departmanında çalışan işgörenlerin, işyeri atmosferinin performanslarına yönelik etkilerinin belirlenip, bu departmanda çalışanların işyeri atmosferiyle iş performansı arasındaki artışlara ilişkin önemli veriler elde edilerek alanyazınına ve konaklama işletmelerinin yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3.2. Araştırmanın temel modeli ve hipotezleri

Araştırmanın temel modeli yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını etkileyen atmosfer değişkenlerine yönelik kurgulanmıştır. Atmosfer ölçeğinde 8 adet bağımsız değişken mevcuttur. İş performansı tek boyuttan oluşan bağımlı değişkendir. Bağımsız değişkenler ile bağımlı değişkenler arasında anlamlı bir etki olup olmadığını anlamak için hipotezler kurulmuştur. Hipotezlerin tamamına ilişkin ifadeler (Tablo 1) de verilmiştir.

Tablo. 1. Araştırma modeline ilişkin hipotezler

Hipotezler	Kurgular
H ₁	Renk, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
H ₂	Müzik, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
H ₃	Koku, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
H ₄	Isı, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
H ₅	Aydınlatma, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
H ₆	Düzen, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
H ₇	Zemin, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.
H ₈	Çalışma ortamı, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.



Şekil 1. Araştırmanın modeli

3.3. Araştırmanın kapsamı ve sınırlılıkları

Araştırmanın amacını gerçekleştirmek için araştırmada büyük ölçekli konaklama tesislerinin yiyecek içecek departmanları tercih edilmiştir. Bu nedenle çalışmanın evrenini Muğla ili Marmaris ilçesinde bulunan beş yıldızlı konaklama işletmelerinin yiyecek içecek departmanında çalışan personeller oluşturmaktadır. T.C Kültür ve Turizm Bakanlığında elde edilen verilere göre; Muğla ili Marmaris bölgesinde 23 adet Turizm İşletme Belgeli beş yıldızlı konaklama tesisinin olduğu görülmektedir. Bu bölgede bulunan konaklama tesislerin fazla olması ve bu tesislerde çalışan personellerin deneyimli olması bu bölgenin araştırmanın çalışma alanı olarak belirlenmesinde etkili olmuştur.

Araştırmanın evrenine ulaşılması maliyetli ve zaman alıcı olmasından dolayı (Karasar, 2016) araştırmanın evreni göz önünde bulundurularak örneklem belirlenmiştir. Christensen'e göre (2015: 174-175) evren büyüklüğünün 1400 ve araştırmanın %95 güven aralığında ve %5 örnekleme hatası durumunda önerilen örneklemin 302 adet olması gerektiğini ve bunun yanı sıra daha fazla sayıdaki örneklemin evrende mevcut ilişki ya da etkiyi gözden kaçırma olasılığını azaltacağını belirtilmiştir.

3.4. Araştırma ölçekleri

Araştırmanın amacına uygun olabilecek şekilde verileri toplayabilmek için nicel araştırma yöntemlerinde çoğunlukla tercih edilen anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçek bu çalışma için geliştirilmiştir. Anket soruları titiz bir literatür araştırması sonucunda oluşturulmuştur. Atmosfer ölçeği Kotler (1973), Milliman (1986) ve Sharma'nın (2000) atmosfer ile ilgili yaptığı çalışmalar incelenerek oluşturulmuştur. Ölçme aracı, kapsam geçerliliğini test etmek amacıyla turizm alanında performans ve atmosfer konularında çalışmaları bulunan beş akademisyen ve sektörde en az 10 yıl deneyimi olan beş yıldızlı konaklama işletmelerinde çalışan 5 yiyecek içecek müdürünün görüşüne sunulmuştur. Uzman görüşleri dikkate alınarak anket sorularında güncellemeye gidilmiştir. Bununla birlikte, ifadelerin daha akıcı olabilmesi için bazı kelimeler değiştirilmiş veya eklenmiştir. Üç akademisyen tarafından soru formunun bilimsel kuralara uygunluk hali kontrol edilmiştir.

3.5. Veri toplama

Araştırmada iki adet veri toplama aracı kullanılmıştır: Kişisel bilgiler formu, Atmosfer Ölçeği. Araştırmanın verileri 2017 yılı Mayıs-Eylül aylarında toplanmıştır. Konaklama işletmelerinde çalışan personelin genel olarak yaz aylarında artış göstermesinden dolayı bu dönemler tercih edilmiştir ve araştırmanın bulguları bu dönem hakkında fikir sahibi olabilmemize olanak sağlamaktadır.

3.6. Veri analizi

Araştırma verilerinin analizinde sosyal bilimlerde nicel araştırma yöntemleri için geliştirilmiş olan 17.0 Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) paket programından faydalanılmıştır. Öncelikle ölçme aracının geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiştir. Katılımcıların demografik özellikleri frekans ve yüzde dağılımlarıyla incelenmiştir. Yiyecek içecek departmanı atmosferinin çalışanların iş performansına etkisini ortaya çıkarabilmek için oluşturulan hipotezleri test etmek amacıyla korelasyon ve regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir. Verilerin analizi ile elden edilen bulgular ve tablolar ilerleyen bölümlerde gösterilmektedir.

3.7. Katılımcıların demografik özellikleri

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin başlık altında katılımcıların cinsiyeti, medeni durumu, yaşı, eğitim durumu, işletmede çalışma süresi gibi ifadeler yer almaktadır. Araştırma ölçeğinde katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin açık uçlu sorulara verilen yanıtlar araştırmacı tarafından verilerin işlenmesi amacıyla sınıflandırılmıştır.

Tablo.2. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular

Demografik özellikler	Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Kadın	151	48,2
Erkek	162	51,8
Toplam	313	100
Medeni durum		
Evli	115	36,7
Bekar	198	63,3
Toplam	313	100
Yaş		
20-25	146	46,6
26-30	111	35,5
31-35	46	14,7
36-40	87	2,2
41 ve üzeri	3	1,0
Toplam	313	100
Eğitim Durumu		
İlköğretim	43	13,7
Lise	162	51,8
Üniversite	86	27,5
Yüksek Lisans	22	7,0
Toplam	313	100
İşletmede Çalışma Süresi		
1-2 yıl	27	8,6
3-6 yıl	142	45,4
7-10 yıl	83	26,5
11 yıl ve üzeri	61	19,5
Toplam	313	100

Araştırma sonucunda çalışanların demografik özelliklerine yönelik bulgular incelendiğinde kadınların oranının (%48.2), erkeklerin oranına (%51.8) çok yakın olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda, araştırmaya katılan çalışanların cinsiyetleri arasında belirgin bir fark olmadığı ve Marmaris'teki 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde çalışıp ankete katılan çalışanların cinsiyetlerinin dengeli bir şekilde dağıldığını ifade etmek mümkündür.

Araştırmaya katılanların yaş grupları incelendiğinde %46,6'lık orana sahip olan 20-25 yaş grubu büyük çoğunluğu oluşturmaktadır. Bu grubu takip eden en yakın yaş grubu %35,5 ile 26-30 yaş grubudur. İki grup birlikte ele alındığında 20-30 yaş arası katılımcıların, ankete katılan toplam katılımcıların %82.1'ini oluşturmaktadır. Bu yaş gruplarını sırasıyla; %14.7'lik oran ile 31-35, %2.2'lik oran ile 36-40, %1'lik oran ile 40 ve üzeri yaş grupları takip etmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda ankete katılanların büyük bir çoğunluğunun 20-30 yaş arasında olması yiyecek içecek departmanında çalışanların genç ve dinamik olduklarını göstermektedir.

Araştırmaya katılanların medeni durumları incelendiğinde; %63.3'ünün bekar, %36.7'nin evli olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanların büyük çoğunluğunun yiyecek içecek

Demir, Ş.Ş., Öztürk, İ. (2019). The effect of the atmosphere on the job performance of employees in the food and beverage department. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 5(4), 361-383.

departmanında çalışan bekar çalışanlar olduğu ifade edilebilir. Bunun sebebi araştırmaya katılanların büyük çoğunluğunun genç çalışanlardan oluşmasından kaynaklandığı söylenebilir.

Araştırmaya katılanların eğitim durumları incelendiğinde; işgörenlerin büyük çoğunluğunu lise mezunlarının (%51.8) oluşturduğu görülmektedir. Lise mezunlarına en yakın eğitim durumu %27.5 ile üniversite mezunları, lise ve üniversite mezunlarını sırasıyla %13.7'lik oranla ilköğretim mezunları ve %7'lik oranıyla yüksek lisans mezunları takip etmektedir. Katılımcıların eğitim durumları bakıldığında araştırmaya katılan çalışanların yarısından fazlasının lise mezunu oldukları ortaya çıkmaktadır.

Araştırmaya katılanların işletmedeki çalışma süreleri incelendiğinde; işgörenlerin %45.4'ünün 1-3 yıl arasında aynı işletmede çalıştığı görülmektedir. Bunun yanında %26.5 oranına dahil olan katılımcıların işletmede 7-10 yıl arasında çalıştığı görülmekte olup, diğer katılımcıların oranları sırasıyla %19.5'lik oranla 11 yıl ve üzeri, %8.6'lık oranla 1-2 yıl olarak ifade edilmektedir. Çıkan bu sonuçlar incelendiğinde yiyecek içecek departmanında çalışanların aynı işletmede çalışma süreleri 1-3 yıl gibi dikkate değer bir süre olduğu ortaya çıkmaktadır. Ayrıca en düşük orana sahip sürenin 1-2 yıl olması da dikkat çekicidir.

4. Bulgular

Bu başlık altında konaklama işletmelerinde çalışan 313 personelden elde edilen veriler analiz edilmiştir. Öncelikle araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirliğini ve geçerliğini test etmek amacıyla analizler gerçekleştirilmiştir. Ayrıca hipotezlere ilişkin bulgular açıklanmıştır.

4.1. Güvenilirlik ve geçerlilik analizleri

İyi bir ölçme aracında aranan iki nitelikten birisi güvenilirlik, diğeri ise geçerliktir. Bir ölçeğin gerekliliklerinden birisi olan güvenilirlik, bir ölçme aracıyla aynı koşullarda tekrarlanan ölçümlerde oluşan çıktının aynı sonucu verme kararlılığı şeklinde tanımlanmaktadır (Ercan-Kan, 2004: 212). Güvenilirlik analizi, ölçmede kullanılan testlerin, anketlerin ya da ölçeklerin özelliklerini ve güvenilirliklerini değerlendirmek üzere geliştirilmiş bir yöntemdir (Kalaycı, 2018: 403).

Geçerlik, bir ölçme aracının ölçmeyi amaçladığı özelliği, başka herhangi bir özelliklerle karıştırmadan, tam ve doğru ölçebilmesidir. Geçerlik, ölçülmek istenen değişkenin ölçülebilmiş olma derecesidir. Geçerliliğin yüksek olması, ölçülmek istenen kavramın gözlenebilir nitelikteki değişkenlerle ifade edilebilmesine bağlıdır (Ergin, 1995: 126). Ölçek için geçerlilik faktör analizi içerisinde yapılmıştır.

Tablo 3. Güvenilirlik analizi sonuçları

Güvenilirlik İstatistikleri		
Ölçekler	Madde sayısı	Cronbach's Alpha
Atmosfer	31	,921
İş performansı	4	,908

Tablo 3. incelendiğinde Atmosfer ölçeğinin 31 madde sayısına ve ,921 Cronbach Alpha değerine sahip olduğu görülmektedir. Bununla birlikte tek boyuttan ve 4 maddeden oluşan İş Performansı Ölçeği'nin ise Cronbach Alpha değerinin ,908 olduğu görülmektedir. Güvenilirlik kat sayısının kabul edilir alt sınır değeri 0,50'den büyük olması anketin güvenilir olduğunun göstergesidir.

4.2. Faktör analizi

Faktör analizi, birbirleriyle ilişkili çok sayıdaki değişkeni; az sayıda, anlamlı ve birbirinden bağımsız faktörler haline getiren ve sıklıkla kullanılan çok değişkenli istatistik tekniklerinden biridir (Kleinbaum vd., 1988: 601). Veri setinde yer alan atmosfer ve iş performansları bölümleri bir arada faktör analizine tabi tutulmuştur. Veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığının değerlendirilmesi amacıyla Bartlett testi ve Kaiser-Meyer-Okin (KMO) testleri kullanılmıştır.

Bartlett testi, korelasyon matrisi içinde değişkenlerin en azından bir kısmı arasında yüksek oranlı korelasyonların mevcut olma olasılığını test eder (Kalaycı, 2018: 322). Analize devam edilebilmesi için “Korelasyon matrisi birim matristir” sıfır hipotezinin reddedilmesi gerekmekte ve sıfır hipotezi reddedilirse, değişkenler arasında yüksek korelasyonlar olduğunu, başka bir deyişle veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu gösterir (Hair-Anderson-Tatham-Black, 1998: 374).

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), incelenen korelasyon katsayıları büyüklüğü ile kısmi korelasyon katsayılarının büyüklüğünü karşılaştıran bir indekstir (Kalaycı, 2018: 322). KMO oranının (0.5)’in üzerinde olması gerekmekte ve oran ne kadar yüksek olursa veri setinin faktör analizine uygunluğunun o derecede iyi olduğunu ifade edilmesi mümkün olabilmektedir (Sharma-Sharma, 1996: 116).

Tablo 4. Atmosfer ve İş Performansı Ölçeğinin Bartlett’s Küresellik ve Kaiser Meyer-Olkin testi sonucu

Bartlett’s ve KMO Test Sonucu		
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği Ölçütü		,822
	Yaklaşık Ki-Kare Değeri	8797,842
Bartlett’s Küresellik Testi		
	Serbestlik Derecesi	595
	Anlamlılık	,000

Tablo 4’deki KMO test değeri sonucunda 0,822 olduğu görülmektedir. Değişkenler arasında yüksek korelasyonlar mevcut olup, veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu ifade etmek mümkün olabilmektedir. Bunun yanında, Bartlett testi incelendiğinde test sonucunun anlamlı ($p < 0,05$; $p = ,000$) olduğu belirlenmiştir.

Tablo 5 incelendiğinde bağımsız değişkenlerin oluşturduğu toplam varyans açıklama oranı %70,83 iken, tek boyuttan oluşan iş performansı bağımlı değişkeninin toplam varyans açıklama oranı %5,26’dır. Toplam varyansın %13,39’unu açıklayan ve 3 ifadeden oluşan birinci faktör “zemin” olarak ifade edilmiştir. Zemin faktörü, 0,843 – 0,732 arasındaki faktör yüklerinden oluşmakta olup, 3,68 ortalamaya, 10,75 özdeğere, 3,01 standart sapmaya, 0,82 Cronbach Alpha değerine, 3,281 F değerine sahip olup, $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Toplam varyansın %12,42’sini açıklayan ve 3 ifadeden oluşan ikinci faktör “müzik” olarak ifade edilmiştir. Müzik faktörü, 0,812 – 0,656 arasında faktör yüklerinden meydana gelmektedir. Aynı zamanda müzik faktörü 3,28 ortalamaya, 3,51 özdeğere, 3,12 standart sapmaya, 0,71 Cronbach Alpha değerine, 53,528 F değerine sahip olup, $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir.

Toplam varyansın %9,09’unu açıklayan ve 3 ifadeden oluşan üçüncü faktör “aydınlatma” faktörü olarak ifade edilmiştir. Aydınlatma faktörü 0,887 – 0,712 arasındaki faktör yüklerinden oluşmakta olup, 3,29 ortalamaya, 2,42 özdeğere, 3,47 standart sapmaya, 0,82 Cronbach Alpha değerine, 39,177 F değerine sahip olup, $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Toplam varyansın %8,65’ini açıklayan ve 3 ifadeden oluşan dördüncü faktör “ısı” olarak ifade edilmiştir. Isı

Demir, Ş.Ş., Öztürk, İ. (2019). The effect of the atmosphere on the job performance of employees in the food and beverage department. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 5(4), 361-383.

faktörü, 0,855 – 0,520 arasında faktör yüklerinden meydana gelmektedir. Aynı zamanda ısı faktörü 3,55 ortalamaya, 2,26 özdeğere, 2,69 standart sapmaya, 0,52 Cronbach Alpha değerine, 55,472 F değerine sahip olup, $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir.

Tablo 5. Atmosfer ve İş Performansı Ölçeği Faktör Analizi sonuçları

Faktörler	Değişkenler	Faktör yükü							
Faktör 1-İş performansı	51-Yapılması gereken işi gereken miktarda ve ölçüde yaparım	0,862							
	52-Yapılması gereken işi belirlenen programda yerine getiririm	0,850							
	50-Yapılması gereken işi belirlenen nitelikte bitiririm	0,815							
	53-Yapılması gereken işi öngörülen kişi/kişilerle gerçekleştiririm	0,692							
Faktör 2-Müzik	6- Çalışma ortamında enstrümantal müzik daha rahat çalışmayı sağlar	0,736							
	8-Çalışma ortamında hareketli müzik iş ciddiyetimi bozar	0,726							
	4-Çalışma ortamında hafif sesli müzik daha rahat çalışmayı sağlar	0,579							
Faktör 3-Aydınlatma	10-Çalışma ortamında farklı renklerdeki ışıklandırma sistemi dikkatimi dağıtır	0,860							
	11-Çalışma ortamındaki hareketli ışıklandırma sistemi dikkatimi dağıtır	0,802							
	9-Çalışma ortamının yeterli düzeyde aydınlık olması işimi kolaylaştırır	0,654							
Faktör 4-Isı	17-Çalışma ortamının nemli olması yorgunluk hissi verir	0,822							
	15-Çalışma ortamındaki makinelerin yaratmış olduğu sıcaklık bunaltır	0,736							
	13-Yaz aylarında çalışma ortamının sıcak olması performansımı etkilemez	0,599							
Faktör 5-Koku	19-Çalışma ortamındaki ağır yemek kokusu çalışma isteğimi azaltır	0,857							
	21-Çalışma ortamındaki rutubet, pas vb kokular iş yapma isteğimi azaltır	0,794							
	18-Çalışma ortamının havasız olması yorgunluk hissi verir	0,790							
	23-Mutfak havalandırmasının yetersiz olması kötü kokmama neden olur	0,721							
Faktör 6-Zemin	1-Çalışma ortamının zemin döşemesi rahat hareket etmemi sağlar	0,798							
	3-Zemin döşemesi kolay temizlenebilen özelliktedir	0,702							
	2-Zemin döşemesi ekipmanların kolay taşınmasına olanak sağlar	0,686							
Faktör 7-Düzen	33-Çalıştığım ortamı temiz tutmak işimi kolaylaştırır	0,867							
	27-Birimler arası mesafenin kısa olması daha hızlı servis yapmayı sağlar	0,844							
	26-Yeterli düzeyde ekipman işimi kolaylaştırır	0,819							
	31-Yeterli düzeyde araç, gereç ve malzeme ile daha kaliteli iş üretim	0,740							
	25-İyi bir masa düzeni kolay iş yapmamı sağlar	0,739							
Faktör 8-İş ortamı	41-İşletme içinde tüm çalışanlar birbirine yardımcı olur	0,838							
	39-Yöneticiler çalışanlara karşı anlayışlıdır	0,835							
	40-Yöneticiler çalışanların taleplerini	0,807							
	42-Çalışanlar birbirlerine karşı saygılı davranır	0,802							
	34-Müşteri yoğunluğu daha fazla yorulmama neden olur	0,684							
	37-Yetersiz sayıda çalışanın olması işlerin aksamasına neden olur	0,669							
Faktör 9-Renk	47-Işık-renk uyumu çalışma ortamında dinlendirici hava yaratır	0,819							
	48-Ekipman-duvar-mefruşat uyumu göz yorgunluğunu azaltır	0,781							
	44-Canlı renkler iş yapma hevesimi artırır	0,692							
	45-Kir tutacak renkler iş yoğunluğunun artmasına neden olur	0,617							
Faktörler	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Ortalama	3,68	3,28	3,29	3,55	4,06	4,07	3,32	3,63	3,93
Varyans Açıklama Oranı (%)	13,39	12,42	9,09	8,65	7,41	7,16	6,84	5,85	5,26
Özdeğer	10,759	3,515	2,426	2,267	1,939	1,807	1,541	1,335	1,046
Standart Sapma	3,01	3,12	3,47	2,69	4,93	5,27	5,83	3,20	4,37
Cronbach Alpha	,828	,716	,822	,527	,912	,936	,929	,807	,901
F Değeri		53,528	39,177	55,472	2,190	3,886	6,550	1,866	11,449
P Değeri		,000	,000	,000	,068	,004	,000	,134	,000

Toplam varyansın %7,40'ını açıklayan ve 4 ifadeden oluşan beşinci faktör “koku” olarak ifade edilmiştir. Koku faktörü 0,809 – 0,746 arasındaki faktör yüklerinden oluşmaktadır. Bununla

birlikte, koku faktörünün 4,06 ortalamaya, 1,93 özdeğere, 4,93 standart sapmaya, 0,91 Cronbach Alpha değerine, 2,190 F değerine sahip olup, $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Toplam varyansın %7,16'sını açıklayan ve 5 ifadeden oluşan altıncı faktör "düzen" olarak ifade edilmiştir. Düzen faktörü, 0,801 – 0,671 arasında faktör yüklerinden meydana gelmektedir. Aynı zamanda düzen faktörü 4,07 ortalamaya, 1,80 özdeğere, 5,27 standart sapmaya, 0,93 Cronbach Alpha değerine, 3,886 F değerine sahip olup, $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir.

Toplam varyansın %6,84'ünü açıklayan ve 6 ifadeden oluşan yedinci faktör "çalışma ortamı" faktörü olarak ifade edilmiştir. Çalışma ortamı faktörü 0,887 – 0,765 arasındaki faktör yüklerinden oluşmakta olup, 3,32 ortalamaya, 1,54 özdeğere, 5,83 standart sapmaya, 0,92 Cronbach Alpha değerine, 6,550 F değerine sahip olup, $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Toplam varyansın %5,85'ini açıklayan ve 4 ifadeden oluşan sekizinci faktör "renk" olarak ifade edilmiştir. Renk faktörü 0,797 – 0,567 arasındaki faktör yüklerinden oluşmaktadır. Bununla birlikte, renk faktörünün 3,63 ortalamaya, 1,33 özdeğere, 3,20 standart sapmaya, 0,80 Cronbach Alpha değerine, 1,866 F değerine sahip olup, $p > 0,01$ düzeyinde anlamlı olmadığı görülmektedir.

Toplam varyansın %5,26'sını açıklayan ve 4 ifadeden oluşan dokuzuncu faktör aynı zamanda bağımlı değişken olan "iş performansı" olarak isimlendirilmiştir. İş performansı faktörü 0,857 – 0,641 arasında faktör yüklerinden oluşan ifadelerle, 3,93 ortalamaya, 1,04 özdeğere, 4,37 standart sapmaya, 0,90 Cronbach Alpha değerine, 11,449 F değerine sahip olup, $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir.

4.3. Hipotez testine ilişkin bulgular

Güvenirlilik ve geçerlik analizleri yapıldıktan sonra, hipotezlere ilişkin korelasyon ve regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir.

4.3.1. Korelasyon analizi

Korelasyon analizi değişkenler arasında ilişki ya da bağımlılık olup olmadığını var ise ne yönde olduğunu ve gücünü göstermek amacıyla oldukça yaygın bir şekilde kullanılan analiz tekniklerinden biridir (Yazıcıoğlu-Erdoğan, 2004: 224). Korelasyon analizinin amacı bağımsız değişkenin değiştiğinde, bağımlı değişkenin ne yönde değişeceğini görmek olan korelasyon analizinin sahip olduğu korelasyon katsayısı "r" ile gösterilir ve -1 ile +1 arasında değer alır ve bu değerlere yaklaştıkça ilişkinin düzeyi yükselir (Kalaycı, 2018: 115).

Korelasyon katsayısının 1'e yakınlığı ilişki derecesini artı ya da eksi değer alması ise ilişkinin yönünü göstermektedir. Korelasyon analizinde determinasyon katsayısı "R²" değişkenlerinden birinde olan değişkenliğin diğer değişken tarafından yüzde kaçının açıklandığını göstermektedir (Büyüköztürk, 2016: 32). Tablo 6'da değişkenler ile gerçekleştirilen Pearson korelasyon katsayısı analizinden elde edilen bulgular gösterilmiştir.

Tablo 6'da zemin, müzik, aydınlatma, ısı, koku, düzen, çalışma ortamı, renk 1,2,3,4,5,6,7 ve 8 şeklinde numaralandırılan bağımsız değişkenler ile 9 olarak numaralandırılan iş performansı bağımlı değişkeni arasındaki ilişkiyi bulmak amacıyla korelasyon analizinden elde edilen bulgular gösterilmiştir.

Demir, Ş.Ş., Öztürk, İ. (2019). The effect of the atmosphere on the job performance of employees in the food and beverage department. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 5(4), 361-383.

Tablo 6. Korelasyon analizine ilişkin bulgular

Atmosfer	Ortalama	Standart Sapma	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1- Zemin	3,6688	1,00831	1								
2- Müzik	3,2845	1,04134	,398**	1							
3- Aydınlatma	3,2866	1,15799	,156**	,178**	1						
4- Isı	3,5613	,90274	,075	,090	,060	1					
5- Koku	4,0547	,98876	,284**	,123*	,223**	,131**	1				
6- Düzen	4,0671	1,05932	,443**	,232**	,238**	,127**	,530**	1			
7- Çalışma Ortamı	3,3192	,97238	,274**	,197**	,217**	,106**	,411**	,304**	1		
8- Renk	3,6238	,79914	,291**	,256**	,207**	,227**	,419**	,498**	,301**	1	
9- İş Performansı	3,6182	,60773	,234**	,225**	,460**	,405**	,615**	,578**	,611**	,480**	1

Pearson korelasyonu (iki yönlü), ** p<0,01, *p<0,05 N=(310)

Araştırmaya uygulanan analiz sonucunda 3,66 ortalama ve 0,00831 standart sapma değerine sahip olan zemin boyutu ile müzik, koku, düzen, çalışma ortamı ve renk boyutları arasında anlamlı ($p < 0,05$; $p = 0,000$) ve zayıf düzeyde ($r = 0,398$; $r = 0,284$; $r = 0,443$; $r = 0,274$; $r = 0,291$) ilişkiler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Zemin boyutu ile aydınlatma ve iş performansı boyutları arasında anlamlı ($p < 0,05$; $p = 0,000$) ve çok zayıf düzeyde ($r = 0,156$; $r = 0,234$) ilişkiler olduğu görülmektedir. Zemin boyutu ile ısı boyutu arasında ise zayıf düzeyde ($r = 0,075$) ve anlamlı olmayan ($p > 0,05$; $p = 0,000$) bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Araştırmaya uygulanan diğer bir analiz sonucuna göre 3,28 ortalama ve 0,04134 standart sapma değerine sahip olan müzik boyutu ile aydınlatma, koku, düzen, çalışma ortamı, renk ve iş performansı boyutları arasında anlamlı ($p < 0,05$; $p = 0,000$) ve çok zayıf düzeyde ($r = 0,178$; $r = 0,123$; $r = 0,232$; $r = 0,197$; $r = 0,256$; $r = 0,225$) ilişkiler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Müzik boyutu ile ısı boyutu arasında ise zayıf düzeyde ($r = 0,090$) ve anlamlı olmayan ($p > 0,05$; $p = 0,000$) bir ilişki olduğu görülmektedir.

Araştırma kapsamındaki mevcut diğer analize göre 3,28 ortalama ve 0,15799 standart sapma değerine sahip olan aydınlatma boyutu ile koku, düzen, çalışma ortamı ve renk boyutları arasında anlamlı ($p < 0,05$; $p = 0,000$) ve çok zayıf düzeyde ($r = 0,223$; $r = 0,238$; $r = 0,217$; $r = 0,207$) ilişkiler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aydınlatma boyutu ile iş performansı boyutu arasında anlamlı ($p < 0,05$; $p = 0,000$) ve zayıf düzeyde ($r = 0,460$) ilişki olduğu görülmektedir. Aydınlatma boyutu ile ısı boyutu arasında ise zayıf düzeyde ($r = 0,060$) ve anlamlı olmayan ($p > 0,05$; $p = 0,000$) bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Araştırma dahilindeki diğer bir analize göre 3,56 ortalama ve 0,90274 standart sapma değerine sahip olan ısı boyutu ile koku, düzen, çalışma ortamı ve renk boyutları arasında anlamlı ($p < 0,05$; $p = 0,000$) ve çok zayıf düzeyde ($r = 0,131$; $r = 0,127$; $r = 0,106$; $r = 0,227$) ilişkiler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Isı boyutu ile iş performansı boyutu arasında ise anlamlı ($p < 0,05$; $p = 0,000$) ve zayıf düzeyde ($r = 0,405$) bir ilişki olduğu görülmektedir.

Araştırma kapsamındaki diğer bir analize göre 4,05 ortalama ve 0,98876 standart sapma değerine sahip olan koku boyutu ile düzen ve iş performansı boyutları arasında anlamlı ($p < 0,05$; $p = 0,000$) ve orta düzeyde ($r = 0,530$; $r = 0,615$) ilişkiler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Koku boyutu ile çalışma ortamı ve renk boyutları arasında ise anlamlı ($p < 0,05$; $p = 0,000$) ve zayıf düzeyde ($r = 0,411$; $r = 0,419$) ilişkiler olduğu görülmektedir.

Araştırmaya uygulanan diğer bir analize göre 4,06 ortalama ve 0,05932 standart sapma değerine sahip olan düzen boyutu ile çalışma ortamı ve renk boyutları arasında anlamlı ($p < 0,05$; $p = 0,000$) ve zayıf düzeyde ($r = 0,304$; $r = 0,498$) ilişkiler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Düzen boyutu ile iş performansı boyutu arasında ise anlamlı ($p < 0,05$; $p = 0,000$) ve orta düzeyde ($r = 0,578$) bir ilişki olduğu görülmektedir.

Araştırma kapsamındaki diğer bir analize göre 3,31 ortalama ve 0,97238 standart sapma değerine sahip olan çalışma ortamı boyutu ile renk boyutu arasında anlamlı ($p < 0,05$; $p = 0,000$) ve zayıf düzeyde ($r = 0,301$) bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışma ortamı ile iş performansı boyutu arasında ise anlamlı ($p < 0,05$; $p = 0,000$) ve orta düzeyde ($r = 0,611$) bir ilişki olduğu görülmektedir.

Araştırmaya uygulanan diğer bir analize göre ise 3,62 ortalama ve 0,79914 standart sapmaya sahip olan renk boyutu ile 3,61 ortalama ve 0,60773 standart sapmaya sahip iş performansı boyutu arasında anlamlı ($p < 0,05$; $p = 0,000$) ve zayıf düzeyde ($r = 0,480$) bir ilişki olduğu görülmektedir.

Demir, Ş.Ş., Öztürk, İ. (2019). The effect of the atmosphere on the job performance of employees in the food and beverage department. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 5(4), 361-383.

4.3.2. Regresyon analizi

Regresyon analizi, bir bağımlı değişken ile bir bağımsız veya birden fazla bağımsız değişken arasındaki ilişkilerin matematiksel eşitlik ile açıklanması sürecidir (Kalaycı, 2018: 199). Aralarında ilişki olan iki ya da daha fazla değişkenden birinin bağımlı (yordanan) ve diğeri ya da diğerlerinin bağımsız (yordayıcı) olarak belirlendikten sonra bağımsız değişken ya da değişkenlerin, bağımlı değişkeni ne şekilde etkilediği ne ölçüde etkilediği ve ne kadarını açıkladığını belirlemek amacıyla regresyon analizi yapılmaktadır (Büyüköztürk, 2016: 91).

Araştırmada geliştirilen hipotezler, atmosfer ölçeği, faktör analizi sonucunda ortaya konulan boyutlarının (zemin, müzik, aydınlatma, ısı, koku, düzen, çalışma ortamı, renk) tek boyuttan oluşan iş performansı bağımlı değişkeni arasındaki ilişkileri üzerinden test edilmesi neticesinde irdelenmektedir. Bu doğrultuda araştırmanın hipotezlerini test etmek için tek bağımlı değişken olan iş performansı ölçeği dikkate alınarak regresyon analizi yapılmıştır. Regresyon analizine yönelik bulgular Tablo 7’de gösterilmiştir.

Tablo 7. Atmosfer Ölçeği Boyutları ile İş Performansı Ölçeği arasındaki ilişkiye yönelik Regresyon Analizi sonucu

Değişkenler	Standartlaştırılmamış katsayılar		Standartlaştırılmış katsayılar	t	p
	B	Standart Hata	β		
Sabit	,629	,115		5,465	,000
Zemin	-,087	,021	-,145	-4,238	,000
Müzik	,021	,019	,035	1,108	,000
Aydınlatma	,132	,016	,251	8,330	,320
Isı	,189	,020	,281	9,568	,156
Koku	,150	,022	,244	6,748	,217
Düzen	,158	,022	,275	7,194	,000
Çalışma Ortamı	,225	,020	,361	11,124	,000
Renk	,038	,027	,050	1,424	,000

Bağımlı değişken: İş Performansı

R=0,870; R²=0,757; Düzeltmiş R²= 0,750; F=115,760; p=0,000

** p<0,01, *p<0,05

Tablo 7’ de bağımsız değişkenler olan zemin, müzik, aydınlatma, ısı, koku, düzen, çalışma ortamı ve renk değişkenlerinin, bağımlı değişken olan iş performansına etkisini incelemek amacıyla gerçekleştirilen regresyon analizinin sonuçları bulunmaktadır. Regresyon analizi sonucunda regresyon modelinin tablosu incelendiğinde bağımsız değişkenlerin tümü, bağımlı değişken olan iş performansını %75 oranında anlamlı bir şekilde açıklamaktadır (R=0,870; R²=0,757; Düzeltmiş R²= 0,750; F=115,760; p=0,000).

Tablo 7’deki Regresyon Analizi sonucunda ilk anlamlılık değeri incelendiğinde, “Zemin” boyutunun “İş performansı” bağımlı değişkenini ilişkinin anlamlı olarak (p<0,05; p=,000) etkilediği görülürken, “Müzik” boyutunun ise “İş Performansı” bağımlı değişkenini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilediği (p>0,05; p=,000) sonucuna ulaşılmıştır.

Regresyon analizi sonucunda Atmosfer ölçeğinin diğer bir boyutu olan “Aydınlatma” boyutu, “İş Performansı” bağımlı değişkenini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemediği (p<0,05; p=,320) görülmüştür. Aynı zamanda, “Isı” boyutunun da “İş Performansı” bağımlı değişkenini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemediği (p<0,05; p=,156) sonucuna ulaşılmıştır.

Diğer bir sonuçta beşinci anlamlılık değeri incelendiğinde “Koku” boyutunun “İş Performansı” bağımlı değişkenini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemediği ($p < 0,05$; $p = ,217$) görülmüştür. Atmosfer ölçeğinin diğer bir boyutu olan “Düzen” boyutunun ise “İş Performansı” bağımlı değişkeni istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilediği ($p < 0,05$; $p = ,000$) sonucuna ulaşılmıştır.

Regresyon analizi doğrultusunda “Çalışma Ortamı” boyutunun “İş Performansı” bağımlı değişkenini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilediği ($p < 0,05$; $p = ,000$) görülürken, “Renk” boyutunun ise “İş Performansı” bağımlı değişkenini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilediği ($p > 0,05$; $p = ,00$) sonucuna ulaşılmıştır.

Elde edilen analiz sonucuna göre modelin bir bütün olarak anlamlı ($F = 115,760$; $p = 0,000$) olduğu ortaya konulmuştur. Ayrıca iş performansına en fazla etkiyi “çalışma ortamı” boyutunun ($\beta = 0,361$; $t = 11,124$; $p < 0,05$) yaptığı görülmektedir. Çalışma ortamı boyutundan sonra iş performansına en fazla etkiyi “ısı” boyutunun ($\beta = 0,281$; $t = 9,568$; $p < 0,05$) yaptığı görülmektedir.

Tablo 8. Hipotezlere ilişkin sonuçlar

Hipotezler	Kurgular	Sonuç
H1	Renk, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.	Kabul
H2	Müzik, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.	Kabul
H3	Koku, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.	Ret
H4	Isı, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.	Ret
H5	Aydınlatma, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.	Ret
H6	Düzen, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.	Kabul
H7	Zemin, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.	Kabul
H8	Çalışma ortamı, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.	Kabul

Bu sonuçlar doğrultusunda araştırma kapsamında geliştirilen hipotezlerden, “Renk, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.” H₁ hipotezi, “Müzik, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.” H₂ hipotezi, “Düzen, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.” H₆ hipotezi, “Zemin, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.” H₇ hipotezi ve “Çalışma ortamı, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.” H₈ hipotezi kabul edilirken; “Koku, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.” H₃ hipotezi, “Isı, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.” H₄ hipotezi ve “Aydınlatma, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir.” H₅ hipotezi reddedilmiştir. Hipotez testlerinin sonuçlarına ilişkin açıklamalar tartışma ve sonuç başlığı altında değerlendirilmektedir.

5. Sonuç

Yiyecek içecek departmanındaki atmosferin çalışanların iş performansına etkisinin araştırıldığı bu çalışmada, atmosfer sekiz boyutuyla ele alınmış ve beş boyutunun (renk, müzik, düzen, iş ortamı, zemin) çalışanların iş performansını anlamlı olarak etkilediği görülürken, diğer üç boyutuyla da (aydınlatma, ısı, koku) çalışanların iş performansını anlamlı olarak etkilemediği görülmüştür. Alan yazın incelendiğinde atmosfer konusunda birçok çalışmaya rastlamak mümkündür ancak atmosferin iş performansıyla birlikte kullanıldığı çalışmalara rastlanmamaktadır. Öte yandan atmosfer kavramının genel olarak müşterilere olan etkisi ölçülmektedir. Karkın'ın (2008) yaptığı çalışmada atmosfer unsurları altı boyutuyla (renk, müzik, koku, aydınlatma, düzen, iş ortamı) ele alınmıştır ve müzik dışında diğer boyutların müşterilerin memnuniyetini anlamlı bir şekilde etkilemiştir.

Renk boyutunun, düzen boyutundan sonra iş performansını en fazla etkileyen boyut olduğu görülmektedir. Yiyecek içecek departmanının tasarımında kullanılan canlı renklerin çalışanların hevesini arttırdığı, alakasız renklerin ise motivasyonu olumsuz yönde etkileyip iş performansını düşürdüğü sonucu görülmektedir. Ortamda kullanılan ışık ile renk unsurlarının uyumlu olması çalışanları etkilediği gibi ekipman-mefruşat-duvar uyumunun da çalışanların göz yorgunluğunun önüne geçtiği sonucuna ulaşılmaktadır. Yine aynı şekilde departmanda kullanılan malzemelerin kir tutacak renklerin kullanılması iş yoğunluğunu arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır. İşletmenin masa sandalyesinde veya duvarlarında çabuk kirlenecek renklerin kullanılması çalışanların kendi görev tanımındaki işlerin yanısıra fazladan iş yükünü de beraberinde getirecektir ve bu durum çalışanların zaman kaybetmesine sebep olacağı gibi yorulmalarına, iş performanslarının düşmesine neden olmaktadır. Bu nedenle Renk, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir H₁ hipotezi kabul edilmiştir.

Araştırmaya katılanların müzik boyutuna verdiği sonuçlar ele alındığında; çalışma ortamındaki hafif sesli müziğin çalışanların daha rahat çalışmalarını sağladığı, enstrümantal müziğin ise çalışanların iş performansını etkileme konusunda kararsız kaldıkları sonucuna varılmıştır. Yine aynı şekilde ortam çalınan sözlü müziklerin çalışanların dikkatlerini dağıttığını ve iş performanslarını etkilediği görüşü belirtilmiştir. Herrington ve Capella'nın (1996) yaptıkları çalışmada çalınan müziğin çalışanların hoşlarına gitmesi durumunda kendilerini daha iyi hissettiklerini ve daha iyi çalıştıklarını dile getirmişlerdir. Ayrıca Oakes'in (2000) yaptığı çalışma da ise çalışma ortamında arka fonda çalınan müziğin çalışanların memnuniyetini arttırdığını, devamsızlıklarını azaltıp iş verimini arttırdığını dile getirmiştir ve çıkan bu sonucu destekler niteliktedir. Ayrıca ankete katılan katılımcıların ortamda çalınan hareketli müziğin iş ciddiyetini bozacağı konusunda katılımcıların cevapları birbirinden çok farklı olmuştur. Öyle ki katılımcıların bu soruya verdikleri cevaplardan bu soruya katılanların, kararsız kalanların ve katılmayanların sayıları birbirlerine çok yakın çıkmıştır. Dolayısıyla yiyecek içecek departmanında kullanılan sözlü müziğin çalışan personel açısından çok önemli olduğu iş performanslarını dolaylı olarak etkilediği sonucu ortaya çıkmaktadır. Yiyecek içecek departmanında kullanılacak olan müziğin seçimine dikkat edilerek çalışanların motivasyonu olumlu yönde etkilenmek mümkün olacağı görülmektedir. Dolayısıyla Müzik, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir H₂ hipotezi kabul edilmiştir.

Yiyecek içecek departmanında çalışırken ortamda bulunan koku çalışanlar açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Bu doğrultuda çalışanlara koku boyutu altında sorular yöneltilmiştir. Verilen cevaplar analiz edildiğinde; çalışma ortamının havasız olmasının yorgunluk hissi

vereceğini, ağır yemek kokularının çalışma isteklerini azaltacağını belirtmişlerdir. Yine ekip arkadaşlarının ter kokması çalışma şevklerini kırabileceğini dile getirmişlerdir. Öte yandan mutfak havalandırmasının yetersiz olmasının işgörenlerin kötü kokmasının performanslarına bir etkisi olmadığını, ortamın güzel kokması veya rutubet nem olması da çalışanların iş performanslarına herhangi bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Bu nedenle Koku, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir H₃ hipotezi reddedilmiştir.

Araştırmaya katılan işgörenlerin ‘ısı’ boyutu ile ilgili verdikleri cevaplara incelendiğinde; çalışma ortamında bulunan makinelerin yaymış olduğu sıcaklık kendilerini bunalttığını, ortamın nemli olması ise yorgunluk hissi verdiği görüşü belirtilmiştir. Yöneltilen diğer sorulara verdikleri cevapta ise yaz aylarında ortamdaki sıcaklığın ve kış aylarındaki soğğun iş performanslarına herhangi bir etkisinin olmadığı dile getirilmiştir. Otellerin restoranlarında çalışanların müşterilerin bulunduğu ortamda hizmet vermelerinden dolayı işverenlerinin müşterilerin memnuniyetini de dikkate alarak iklime göre iklimlendirme yapmalarından kaynaklanabilir. Bu çalışmada ısı, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir H₄ hipotezi reddedilmiştir.

Atmosferin unsurlarından biri olan ‘aydınlık’ boyutu ile ilgili sorular işgörelere yöneltilmiş olup verilen cevaplar doğrultusunda ortaya çıkan sonuca göre; çalışma ortamının aydınlatmasının yeterli düzeyde olmasının işlerini kolaylaştırdığı ifade edilmiştir ancak çalışma ortamındaki hareketli ışığın dikkat dağıtıcı olduğu ve spot ışığın kendilerine herhangi bir etkisi olduğu konusunda kararsız oldukları çıkan sonuçlar arasındadır. Ortamda bulunan hareketli ışığın performanslarını herhangi bir şekilde etkilemediği de diğer sonuçlar arasındadır. Aydınlatma unsuruyla ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde; Demir’in (2003) yaptığı çalışmada doğru aydınlatmanın çalışanların performanslarına pozitif etkisi olduğu, Hoffman ve Bateson’un (1997) yaptıkları bir başka çalışma da ise aydınlatma tonlarının, ruh halini ve personelin servis hızını etkilediği görüşü belirtilmiştir. Bu çalışma da ise aydınlatmanın iş performansına etkisi olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır ve H₅ hipotezi reddedilmiştir. Ankete katılanların çalıştıkları otel restoranlarında aydınlatmanın yeterli olması, hareketli ve renkli ışıkların kullanılmamasından dolayı aydınlatmanın iş performanslarını etkilemediği kanısına varmış olabilirler.

Yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performanslarını arttırabilmeleri için düzen boyutu önem taşımaktadır. Yapılan regresyon analizinde düzen boyutunun iş performansına en fazla etki eden değişken olduğu görülmüştür. Araştırmaya katılan yiyecek içecek departmanı çalışanlarının düzen boyutuna ilişkin anket sorularına verdiği cevaplar incelendiğinde, yiyecek içecek departmanında kullanılan masaların düzeninin, çalışma esnasında ve sonrasında ekipmanların yeterli olmasının, çalışanların iş esnasında kullandıkları mekânların birbirine yakınlığı gibi etkenlerin çalışanların iş performansını etkilediği sonucuna varılmıştır. Çalışanların departmanda kullandıkları araç gerecin yeterli ve düzenli olması çalışanın işini kolaylaştırmaktadır. Ayrıca restoran-mutfak, restoran-bar arasındaki mesafenin kısa olması çalışan açısından hem zaman kazanılmasına hem de çalışanın daha az yorulmasına yardımcı olduğu sonucu ön plana çıkmaktadır. Yine aynı şekilde çalışılan ortamdaki masa sandalye düzeninin çalışanların hareket alanlarını kısıtlamayacak şekilde olması hem çalışanların kendilerini rahat hissetmelerini hem de daha hızlı hareket etmelerine olanak sağlayacağı düşünülmektedir. Aynı zamanda çalışma alanına yeterli düzeyde ve uygun ekipmanın olması personelin iş esnasında işini kolaylaştıracığı gibi performansını da arttıracığı düşünülmektedir. Verilen bu cevaplardan yola çıkarak yiyecek içecek departmanındaki düzenin çalışanların iş performansını olumlu yönde etkilediği düşünülmektedir. Bu durum

İşyerindeki düzen otel çalışanlarının işyeri performansını etkilemektedir. H₆ hipotezinin kabul edilme sebebi olarak ifade edilebilmektedir.

Yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansı üzerinde etkili olan bir başka unsur da çalışılan mekânın zemini. Bu doğrultuda işgörenlere "zemin" boyutu altında sorulan sorular analiz edildiğinde; çalışma ortamındaki zemin döşemesinin işgörenlerin rahat hareket etmesini sağlayan, restoranda hareket ederken ekipmanların kolay taşınmasının ve kolay temizlenebilir olmasının iş performanslarını etkileyeceği belirtilmiştir. Dolayısıyla yiyecek içecek departmanında zemin döşemesi yapılırken kaygan malzemelerin seçilmemesi, çabuk kirlenecek ve çizilecek döşemelerin kullanılmaması, işgörenlerin performansını olumlu yönde etkileyecektir. İş görenler zeminin temizlenmesine ayıracakları zamanları diğer işlerini yapmaya ayırabilecekleri gibi çalışma esnasında da kendilerini daha rahat hissedip yapılacak işlerin gecikmesinin önüne geçmiş olacaktır. Dolayısıyla Zemin, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir H₇ hipotezi kabul edilmiştir.

Çalışanların iş performansının etkilenmesinde çalışma ortamının yani; iş arkadaşları, yöneticiler ve müşterilerin büyük bir öneminin olduğu bilinmektedir (Demir ve Demir, 2019). Katılımcılara yöneltilen sorulardan çıkan sonuca göre; işletme de müşterilerin fazla olması doğal olarak çalışanların daha fazla yorulmasına sebep olmaktadır. Ancak katılımcılar, müşterilerin yoğun olmasına rağmen çalışanların iş akışında herhangi bir karışıklığın olmadığını belirtmektedir. Bu durum işgörenlerin iş esnasında kendilerini yaptıkları işe tamamen verdiklerini, çalıştıkları departmanın ne kadar yoğun olursa olsun konsantrasyonlarını kaybetmediklerini ve herhangi bir aksamaya mahal vermedikleri sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Öte yandan işgörenler, departmanda çalışan sayısının gereğinden fazla olmasının işlerin aksamasına neden olacağı konusunda kararsız oldukları, ancak çalışan sayısının gereğinden az olmasının işlerin aksayacağı konusunda hemfikir oldukları çıkan sonuçlar arasında görülmektedir. Bu nedenle yiyecek içecek departmanında sezon başında işgören planlaması yapılırken çok dikkatli olunması gerekmektedir. Yanlış yapılan bir planlama sonucu işgörenlerin iş performansı olumsuz etkilenmekte ve yapılacak işlerde aksaklıkların meydana gelmesine sebebiyet vermektedir. Çalışma ortamı boyutunun altında yöneticilerle ilgili sorulan sorulara verilen cevaplar incelendiğinde; çalışanların yöneticilerle kolay iletişim kurabildiklerini ve yöneticilerin kendilerine karşı anlayışlı olup, taleplerine cevap verdikleri belirtilmektedir. Bu durum işyerindeki çalışma ortamının huzurlu olmasına, çalışanların motivasyonlarının artmasına fayda sağlamaktadır. Çalışanlar işyerinde yaşadığı herhangi bir sorun karşısında yöneticileriyle iletişim kurup kendilerini ifade etmeleri, sorunlarının büyümeden çözülmesi, işgörenlerin iş performansı açısından önemli görülmektedir. Öyle ki çalışanın aidiyet duygusunu ve çalışırken gösterdiği özveriye de arttırdığı söylemek mümkündür. Departmanda çalışan işgörenlerin çalışma esnasında birbirine yardımcı ve saygılı olması, çalışma ortamında karşılıklı güven duyulmasına imkân tanımaktadır. Bu durumdan işgörenlerin birbirlerinin eksikliklerini tamamlamalarını ve kendi aralarında yardımlaşma duygusunu ön plana çıkarabilecekleri sonucuna ulaşılmaktadır. Tüm bu sonuçlardan dolayı Çalışma ortamı, yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansını anlamlı bir şekilde etkilemektedir H₈ hipotezi kabul edilmiştir.

Son olarak otel işletmelerinin yiyecek içecek departmanlarının atmosferi çalışanların iş performanslarını farklı şekillerde ve derecelerde etkileyebilmektedir. Bu durum otelden otele değişiklik gösterebilmektedir. Otel işletmelerinin departmanlarının atmosferinin müşterilere etkisi kadar çalışanların performansına etkisini de düşünerek bir düzenleme yapmaları gerekmektedir. Atmosferi etkileyen etkenlerin çalışanlar düşünülmeden düzenlenmesi çalışanların verimliliğini

düşürebilir ve hizmet kalitesini olumsuz etkileyebilir, sonuçta müşteri memnuniyetsizliği yaratabilir. Çalışılan ortam çalışanlara ne kadar uygun düzenlenirse o oranda çalışanların iş performansının artacağını yöneticilerin de fark etmesi gerekmektedir.

Kaynakça

- Aksu, M. (2012). "Hizmet Kalitesinin Bir Unsuru Olarak Atmosferin Müşteri Sadakati Üzerine Etkisi: Bozcaada'daki Otellerde Konaklayan Yerli Turistler Üzerinde Bir Araştırma" (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir. 012
- Aytok, A. (2004). "Performans Değerlendirme İle Performansa Dayalı Ücret ve Bir Endüstri İşletmesi Örneği" (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Baker, J., Grewal, D., Parasuraman, A.(1994). "The Influence of Store Environment on Quality Inferences and Store Image" *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22, ss.338-349
- Başaran, E. (1991). *Örgütsel Davranış*, Ankara, Gül Yayınevi.
- Birchfield, J.C. (2008). *Design and Layout of Foodservice Facilities*. 3rd Edition, USA, John Wiley & Sons.
- Bitner, Mary Jo. (1992). 'Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. *Journal of Marketing*, 56, ss. 57-71.
- Büyükoztürk, S. (2016). *Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı*. Ankara, Pegem Yayıncılık
- Can, A. (2018). SPSS ile bilimsel araştırma sürecinde nicel veri analizi. Pegem Atıf İndeksi, 001-429.
- Christensen, R. H. B. (2015). ordinal—regression models for ordinal data. R package version, 28, 2015.
- Demir, M., Demir, Ş. (2019). The effects of psychological capital on employees' organizational identification in hotels. *Journal of Tourism Theory and Research*, 5 (3), 355-369. DOI: 10.24288/jtrr.573851
- Demir, M. (2003). Konaklama İşletmelerinde Ergonominin İşgören Verimliliği Üzerine Etkileri, IS-GUC.ORG Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 5 (2), online
- Demir, M. (2011). The Analysis of the Relationship among Emotional Intelligence, Organizational Deviance, Quality of Work Life and Turnover Intentions in Hospitality Business, *European Journal of Tourism Research*, 4 (2), 214-216.
- Demir, M. (2014). Otel İşletmelerinde Etik İklimi-İş Performansı İlişkisi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9 (2), 375-393
- Demir, M. (2015). The effects of person-organization fit on job performance and intention to remain in hospitality business. *Journal of Tourism Theory and Research*, 1 (2), 78-97.
- Demir, M. & Demir, Ş.Ş. (2015). *Otel İşletmelerinde Yenilik Yönetimi: İlkeler & Örnekler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Demir, M. ve Tan, M. (2018). İşgörenlerin demografik özellikleri ve sanal kaytarma davranışı arasındaki ilişki. *Journal of Tourism Theory and Research*, 4(1), 40-56.
- Dessler, G. (1997). *Human Resource Management*. 7th Edition, Prentice Hall Inc.
- Ercan, İ., Kan, İ. (2004). "Ölçeklerde Güvenirlik ve Geçerlik" *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30(3), ss. 211-216.
- Erdoğan, İ. (1991). "İşletmelerde Personel Seçimi ve Başarı Değerleme Teknikleri" *İşletme İktisadi Enstitüsü Yayınları*, ss.141.
- Ergin, D. Y. (1995). "Ölçeklerde Geçerlik ve Güvenirlik" *MÜ Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7, ss. 125-148.
- Fındıkçı, İ. (1999). *İnsan Kaynakları Yönetimi*, İstanbul, Alfa Yayınları. Uyargil, 2008
- Gupta, O.P. (1982). *Commitment to Work of Industrial Workers*. New Delhi, Concept Publishing Company.

Demir, Ş.Ş., Öztürk, İ. (2019). The effect of the atmosphere on the job performance of employees in the food and beverage department. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 5(4), 361-383.

- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Harris, L. C. ve Ezech, C. (2008). "Servicescape and Loyalty Intentions: an Empirical Investigation" *European Journal of Marketing*, 42(3/4), ss.390-422.
- Herrington, J.D. and Capella, L.M. (1996), "Effects of music in service environments: a field study", *Journal of Services Marketing*, Vol. 10 No. 2, pp. 26-41.
- Heung, V.C.S, Gu, T. (2012). Influence of restaurant atmospherics on patron satisfaction and behavioral intentions. *International journal of Hospitality Management*, 31(4), ss. 1167
- Hoffman, K. D., Bateson, J. (1997). *Essentials of Services Marketing*. USA, The Dryden Press
- Holder, M., & Berndt, A. (2011). The effect of changes in servicescape and service quality perceptions in a maternity unit. *International journal of health care quality assurance*, 24(5), 389-405.
- Holton, E. F. (1999). Performance domains and their boundaries. *Advances in developing human resources*, 1(1), 26-46.
- Johnson, L., Mayer, K. J., & Champaner, E. (2004). Casino atmospherics from a customer's perspective: A re-examination. *UNLV Gaming Research & Review Journal*, 8(2), 1.
- Kalaycı, Ş. (2018), *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil Yayınları.
- Karasar, N. (1999). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara, Nobel Yayın.
- Karasar, N. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemi*, (31. Basım) Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Karkın, G. (2008). Hizmet pazarlamasının bir unsuru olarak fiziksel kanıtlar ve otel işletmelerinde hizmet atmosferi oluşturulması. İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Malatya.
- Kleinbaum, D. G., Kupper, L. L., Muller, K. E., & Nizam, A. (1988). *Applied regression analysis and other multivariable methods* (Vol. 601). Belmont, CA: Duxbury Press.
- Kotler, P. (2000). *Kotler ve Pazarlama, Pazar Yaratmak, Pazar Kazanmak ve Pazara Egemen Olmak*. (Çeviren), Ayşe Özyağcılar, 1. Baskı, İstanbul, Sistem Yayıncılık.
- Kotler, Philip. (1973). "Atmospherics as a Marketing Tool", *Journal of Retailing*, 4(9) ss.4
- Kozak, M.A. (2001). *Otel işletmelerinde Kat Hizmetleri Yönetimi*. Ankara, Detay Yayıncılık.
- Kozak, N. (2006). *Turizm Pazarlaması*. Ankara, Detay Yayıncılık.
- Levy M., Weitz B.A., (2004). *Retailing Managment*, New York, Mc Graw Hill
- Mathis R.L., Jackson J.H. (2007). *Human Resource Management*. 9th Edition, South Western Publishing Co.
- Milliman, R.E. (1986), "The influence of background music on the behaviour of restaurant patrons", *Journal of Consumer Research*, Vol. 13, September, pp. 286-9.
- Mohrman Jr, A. M., Mohrman, S. A., Ledford Jr, G. E., Cummings, T. G., & Lawler III, E. E. (1989). *Large-scale organizational change*. Jossey-Bass.
- Oakes, S. (2000). "The Influence of the Musicscape within Service Environments" *Journal of*
- Olalı, H., Korzay M. (1993). *Otel İşletmeciliği*. İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Öztürk, B. (2014). "Renklerin Pazarlama Üzerindeki Etkisi" (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Kültür Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Palmer, M.J. (1993). *How to Plan And Conduct Productive Performance Appraisals* American Management Association
- Renaghan, L. M. (1981). "A New Marketing Mix for the Hospitality Industry" *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 22, ss.31-36.
- Roy, A., & Tai, S. T. (2003). Store environment and shopping behavior: the role of imagery elaboration and shopping orientation. *Journal of International Consumer Marketing*, 15(3), 71-99.

Demir, Ş.Ş., Öztürk, İ. (2019). Atmosferin yiyecek içecek departmanında çalışanların iş performansı üzerine etkisi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 5(4), 361-383.

- Sharma, A., Stafford, T. F. (2000). "The Effect of Retail Atmospheric on Consumers' Perceptions of Salespeople and Customer Persuasion: An Empirical Investigation" *Journal of Business Research*, 49 ss. 183-191.
- Sheela M. A. (2007). *Economics Of Hotel Management*, 2nd Edition, New Delhi, Age International Publishers.
- Stewart, V. (1987). "Hearing Fort He Poor Performer". England, Personel Management.
- Tombs, A. and McColl-Kennedy, J.R. (2003), "Social-servicescape conceptual model", *Marketing Theory*, Vol. 3, No. 4, pp. 447-75
- TÜRK DİL KURUMU (1983). Türkçe sözlük. Türk Dil Kurumu.
- Uyargil, C. (1994). *İşletmelerde Performans Yönetimi Sistemi*, İstanbul, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını, ss.262.
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2004). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Detay Yayıncılık, Ankara
- Yıldız, Y. (2008). *Performans Değerlendirme Sonuçlarının Ücrete Yansıtılması ve Uygulamadan Bir Örnek*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İnsan Kaynakları Yönetimi Bilim Dalı, İstanbul.

Extended abstract in English

Today, the intense competition and economic conditions push the enterprises to use the production tools effectively. In order to achieve the economic goals of their enterprises, employees must demonstrate the expected efficiency. In tourism, which is a service sector, human resources have a significant impact on achieving business objectives. The completion of the works at the desired quality and time is an indicator of the productivity of the employees. Increasing employee productivity also depends on the creation of appropriate working conditions at the workplace. Personnel working in the food and beverage department of hotel establishments may be positively or negatively affected by the atmosphere of the environment in which they work. Both are physical elements; elements such as heat, lighting, floor, order, smell, color, music; and social factors, both colleagues and managers, have an impact on the work performance of employees. The fact that these elements provide the necessary conditions for the hotel companies in order to have a positive effect on the work performance of the employees will also be effective in achieving the targets of the enterprises.

The aim of this study; to measure how the atmosphere in the food and beverage department of hotel establishments, in other words, physical and social factors, affect the work performance of employees. A questionnaire was developed based on the information obtained from the literature review. In the research, the data collected from 313 hotel staff working in the food and beverage department of five-star accommodation establishments located in Marmaris district of Muğla province in May and September 2017 were analyzed with SPSS program. Reliability analysis was conducted to test the reliability of the research scales. As a result of Bartlett and Kaiser-Meyer Olkin tests conducted to evaluate the suitability of the data set for factor analysis, the data set was found to be suitable for factor analysis.

As a result of the factor analysis performed; “Work performance” was found to be a single factor and color, smell, music, heat, lighting, floor, layout and working environment were found to be eight factors. Correlation analysis was conducted to determine the relationships between the dimensions of the variables for the purpose of the study. As a result of the correlation analysis, it was found that there were positive, medium, weak and very weak relations between atmosphere dimensions and work performance dimension. Regression analysis was performed to test the research hypotheses. As a result of the regression analysis, it was found that, color, music, background, layout, working environment “ factors had a significant effect on one-dimensional and dependent variable job performance factor. On the other hand, it was found that “lighting, odor and heat factors did not significantly affect the work performance factor, which is a one-dimensional dependent variable. This is an original study because the atmosphere in the food and beverage department is the first to measure the job performance of employees.