


Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde İş Motivasyonun Hijyen Davranışına Etkisi: İşgörenler Üzerine Bir Araştırma*

The Impact of Work Motivation on Hygiene Behavior in Food and Beverage Enterprises: A Research on Employees

Doç. Dr. Nurettin AYAZ 
Karabük Üniversitesi
Turizm Fakültesi
E-posta: nurettinayaz@karabuk.edu.tr

Arzuhan AYDIN 
Karabük Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
E-posta: arzhn.aydn@outlook.com

Öz

Bu araştırmada, yiyecek ve içecek hizmet birimlerinin işgörenleri perspektifinden iş motivasyonu ve hijyen davranışı sergileme ilişkisi üzerine bir anlayış geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda turizm işletme belgeli yiyecek ve içecek hizmet birimlerinde çalışan 250 işgörenden anket tekniği kapsamında veri toplanmıştır. Verilerinin analizi sonucunda işgörenlerin iş motivasyonları; yönetici yaklaşımı, iş güvenliği, iş ortamı ve kendini gerçekleştirme boyutlarında şekillenmiştir. Hijyen davranışları ise gönüllü hijyen davranışı, hijyen bilgisi, zorunlu hijyen davranışı ve hijyen düşüncesi olarak tespit edilmiştir. İşgörenlerin iş motivasyonu ile uygun hijyen davranışı sergilemesi arasında orta düzeyde ($r=0,551$) olmak üzere pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yiyecek ve İçecek işletmeleri, İşgören, İş motivasyonu, Hijyen davranışı.

Abstract

This research aims to develop a perspective on the relationship between work motivation and hygiene behavior in food and beverage business from the perspective of the employees. With this aim in mind, we conducted a survey on 250 employees working in food and beverage enterprises with tourism operation license. Analysis of data obtained reveals that work motivations of the employees are shaped by managerial approach, work safety, working environment and self-realization. On the other hand, hygiene behaviors of the participants include voluntary hygiene behavior, hygiene knowledge, compulsory hygiene behavior and opinions on hygiene. We found a medium-level ($r=0,551$) and positive meaningful relationship between work motivations of the employees and their hygiene behaviors.

Key Words: Food and Beverage Enterprises, Employee, Work Motivation, Hygiene Behavior.

* Makalemiz "Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde İş Motivasyonunun Hijyen Davranışına Etkisi" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

1. Giriş

Seyahate çıkan tüm turistler için güvenli gıda sağlama, önemli bir gereklilik ve temel beklentidir. Bu beklentinin karşılanabilmesi için gıdaların güvenli kabul edilebilecek kriterlerde hazırlanması ve sunumunun her aşamasında gıda güvenliğine yönelik davranışlar sergilenmesi önem arz etmektedir (Schmidt ve Rodrick, 2003).

Misafirlerine yiyecek ve içecekleri önceden kabul görmüş kurallar çerçevesinde sunma, güvenli gıda hazırlama ve misafirlerinin psikolojik ve sosyolojik olarak rahat hissetmelerini sağlayabilecek bir atmosfer ortamı oluşturma yiyecek ve içecek işletmelerinin temel görevleridir (Ministry of Culture and Tourism, 2009; Cousins ve diğ., 2014). Bu nedenle yiyecek-içecek işletmelerinde gıdaların hazırlandığı alanlarda gıda hijyenine yönelik fiziksel koşullarının sağlanması ve gıdaların satın alınması, depolanması, hazırlanması ve servis edilmesi aşamaları önemsenmelidir (Yıldırım, 2014; Sargın, 2005). Özellikle bu süreçte, rol üstlenen işgörenlerin hijyen kurallarına uygun davranışlar sergilemeleri sağlanmalıdır.

Yiyecek ve içecek işletmelerinde beklenen hizmet kalitesinin sağlanabilmesi adına, işgören motivasyonu ve iş tatmini öne çıkarılması gereken önemli durumlardır. Çünkü bu işletmelerde birincil amaç; hizmet satın alan tüketicilerin sağlığını korumak ve bu durumun devamlılığını sağlamaktır. Hizmet talep eden misafirlerin hayatının tehlikeye atılmaması, hizmet kalitesi ve işletmenin sürekliliği açısından besinlerin hazırlanmasından sunumuna kadar geçen tüm aşamalarda görevli işgörenlerin kişisel ve mutfak hijyenlerine gereken önemi vermeleri çok önemlidir. Çünkü yapılan en küçük bir ihmal, besin zehirlenmelerine yol açarak yüzlerce insanın ölümüne neden olabilmektedir (Sargın, 2005; Yıldırım, 2014).

Bu çalışmada, Doğu Karadeniz Bölgesi içerisinde yer alan ve turizm gelişim süreci içerisinde son dönemlerde ivme kazanmaya başlayan Giresun ve Ordu illerinde yiyecek ve içecek hizmeti sunmakta olan turizm işletme belgeli tesislerin işgörenleri perspektifinden iş motivasyonu ve uygun hijyen davranışı sergileme ilişkisi üzerine bir anlayış geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Çalışmanın bölge illerine turizm hizmetlerinde müşteri sağlığını koruma ve memnuniyetini artırma bağlamında yol gösterici olması beklenmektedir. Ayrıca, iş motivasyonu ve hijyen uygulamaları düzeyinde literatür zenginliği oluşturabileceği düşünülmektedir.

2. Literatür İncelemesi

Motivasyon; aile yaşamı, sağlık, iş, ekonomik durum, öğrenim, barınma, sosyal ilişkiler, maneviyat, toplum, boş zaman, hareketlilik ve güvenlik gibi birçok insan ihtiyaçları etrafında birçok değişkenden etkilenebilen, karmaşık bir kavram olarak kabul edilmektedir (Mullins ve Christy, 2010). "Bireylerde bir iş, rol veya konuyla ilgili arzuyu ve enerjiyi sürekli olarak teşvik eden iç ve dış faktörler" motivasyon olarak tanımlanmaktadır (www.businessdictionary.com).

Hijyen; sağlığın korunması ile ilgilenen bilim dalı olup, sağlığın korunmasına elverişli koşullar, uygulamalar ve temizlikle ilişkilidir (<http://www.dictionaty.com>). Hijyen biliminin kişi ve toplum olarak insan sağlığının korunması, geliştirilmesi, hayatın yüksek düzeyde uzun süre devamının sağlanması adına önemli bir rolü bulunmaktadır (Demirci ve Ersoy, 2010).

Turizm sektörü içerisinde yiyecek ve içecek hizmetleri önemli ve memnuniyetin sağlamanın en zor olduğu iş kollarından birisini oluşturur. Bu nedenle, turizm sektörü

içinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinde sunulan hizmetlerin standartlarının artırılması açısından nitelikli işgörenler (Ince, 2015) ve hijyen uygulamaları oldukça önemli bir güçtür.

Bir kişiye herhangi bir şeyi yaptırma etrafında şekillenen istekleri, arzuları, gereksinimleri, dürtüleri ve ilgileri kapsayan, doyurulmamış ihtiyaçlar sonucunda ortaya çıkan ve bireyi harekete geçiren itici bir güç olan (Güzel, 2010) motivasyonun turizmde önemi büyüktür. İnsan unsurunun ön planda olduğu turizm sektörü, teknolojik gelişmelerin getirdiği değişimlerden çok az etkilenen nadir sektörlerden birisi olup, hizmetlerin kalitesinin yüksekliği nitelikli insan gücüne bağlıdır (Coşar, 2008).

İşyerindeki çeşitli ihtiyaçlar ve beklentiler, fizyolojik ve sosyal motifler etrafında şekillenen iş motivasyonu bir örgüt için başarılı ürün veya hizmet sunmada önemli bir başarı unsurudur (Chen ve diğ., 2010; Mullins ve Christy, 2010). Çalışanları motive etmek için çeşitli yöntemlere odaklanan ve işle ilgili faaliyetlere yönelik çaba ve hareketi öngören iş motivasyonu; "organizasyonda kişinin çaba seviyesini ve sebatını belirleyen psikolojik güçler" olarak öngörülmektedir (Jones ve George, 2008). "Düşük motivasyona sahip işgörenlerin verimli olması ve yüksek performans göstermesi beklenmemeli" anlayışı etrafında şekillenir ve iş ortamında ortaya çıkacak ihtiyaçların tatmin edecek şekilde düzenlenmesi halinde çalışanların daha uyumlu, huzurlu ve güvenli hissedecekleri öngörüsüne dayanır. İş motivasyonu sağlanması halinde çalışanların performansını artıracak kabul edilir (Özdemir ve Muradova, 2008).

İş motivasyonunda, işgörenlerin davranışlarını yönlendiren dışsal motivasyon kaynakları çevresel faktörler ile içsel motivasyon faktörleri için kendisi ile ilişkilendirilmektedir (Dündar ve diğ., 2007). "İşgörenin harekete geçmesi için teşvik edilmesi ve isteklendirilmesi süreci" olarak ifade edilen ve çeşitli insan ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik bir faktör olan iş motivasyonu, örgütün ve işgörenlerin gereksinimlerinin tatmin edilmesi ile sonuçlanan bir süreçtir. Bu süreçte yöneticinin işgörenlerin davranışlarını analiz edebilmesi, söz konusu ihtiyaçlarını bilmesi ve tüm işgörenlerin benzer yapıda olmadıklarının bilincinde olması gerekmektedir. Bu bağlamda yöneticinin en önemli sorumluluğu, işgörenleri harekete geçirecek etkili bir çalışma ortamının oluşmasını sağlamaktır (Öztürk ve Kılıç, 2015).

Müşteri memnuniyetinin artırılması, hizmetlerin hızlı ve düzenli bir şekilde yerine getirilmesi ve maliyetlerin azalması işgörenlerin motivasyon düzeyleri ile yakından ilişkilidir (Alkış ve Öztürk, 2009). Bu bağlamda işgörenlerin verimliliği yaptıkları işten duydukları memnuniyetle doğrudan ilişkilidir. Bu nedenle yöneticiler işgörenlerin ekonomik ve sosyal gereksinimlerine ilaveten psikolojik gereksinimlerini de dikkate almalıdırlar (Yumuşak, 2008).

Misafirlerine yiyecek ve içecekleri önceden kabul görmüş kurallar çerçevesinde sunma ve misafirlerinin psikolojik ve sosyolojik olarak rahat hissetmelerini sağlayabilecek bir atmosfer ortamı oluşturma yiyecek ve içecek işletmelerinin temel görevleridir (Ministry of Culture and Tourism, 2009). Hedef müşteriler düzeyinde memnuniyet oluşturma adına farklı çeşitlilikteki yiyecekleri hazırlamak, daha ekonomik fiyatlarda misafirlerine sunmak, samimi bir atmosfer oluşturmak, konuklarının benlik duygusunu artırmak ve onlara gereken her konuda kolaylık sağlamakla (Cousins ve diğ., 2014; www.tutorialspoint.com) birlikte misafirleri için güvenli ve hijyenik gıdalar hazırlamak da bu işletmeler için önemli bir gerekliliktir.

Yiyecek ve içecek işletmelerinde müşterilerinin istek ve ihtiyaçlarına daha iyi cevap verebilme adına işgörenlerin gelişimini desteklemeye yönelik politikalar öne

çıkarılır hale gelmiştir. Bu politikaların öne çıkarılmasında gıda güvenliği, hijyen ve sanitasyon uygulamaları belirleyici olmuştur. Çünkü işgörenlerin genellikle tecrübesiz gençlerden oluşması, yöneticilerin kişisel hijyen yanlış sanitasyon uygulamalarıyla ilgili tehlikelerin farkında olmaması, müşterilerin gıda güvenliğinden çok fazla endişe duymamaları ve hijyen ve sanitasyon uygulamalarına yönelik gerçek bilgiler arasındaki tutarsızlıklardır (Cohen ve diğ., 2001).

Yiyecek ve içecek işletmeleri sahip oldukları teknik olanaklar, kapasiteleri, yatırım maliyetlerine göre farklılık gösterebilmektedir. Ancak hizmet sunumlarında hijyen davranışlarında aynı kuralları sergilemek zorundadırlar. Bu anlamda hijyen, turizm gibi hizmet sektörleri için oldukça büyük bir öneme sahiptir. Çünkü müşteri memnuniyeti; hijyenik ve temiz koşullarda sunulan hizmetlerle doğru orantılıdır. Yeme ve içme ihtiyacı bağlamında hizmet talep eden müşteriler, hizmet birimlerinde tükettikleri yiyecek ve içeceklerin içinden çıkabilecek kötü bir sürprizlerle (gıda zehirlenmeleri, salgın hastalıklar) karşılaşmak istemezler (Sökmen, 2003). Bununla birlikte gıda kaynaklı hastalıkların %20'si yiyecek ve içecek işletmelerinde çalışan personelin hijyen konusunda yetersizliği ile ilişkilendirilmekte (Bilici, 2007), hijyen konusunda maksimum güvenliğe dikkat çekilmekte (Ural, 2007) ve yiyecek ve içecek üretiminin her aşamasında oluşabilecek besin zehirlenmelerinin önlenmesi bağlamında yönetici ve işgörenlerin hijyen konusunda sürekli eğitim almaları beklenmektedir (Akbulut, 2010).

Davranış; bireylerin iç ve dış uyaranlara karşı gözlemlenebilir hareketleridir (www.dictionary.com). Bu çalışmada yiyecek ve içecek işletmeleri işgörenlerinin sağlığın korunmasına elverişli koşullar, uygulamalar ve temizlikle ilişkili gözlemlenebilir hareketleri "hijyen davranışı" olarak kabul edilmiştir. İş motivasyonu ve hijyen davranışı ilişkisini ölçme boyutunda Türkiye özelinde herhangi bir çalışma bulunmamaktadır. Bu yönüyle bu çalışmanın turizm literatürüne farklı bir bakış açısı oluşturması beklenmektedir.

3. Yöntem

Yiyecek ve içecek hizmeti sunan işletmelerde birincil öncelik, müşterilerinin sağlığını korumaktır. Bu bağlamda insan sağlığına birçok yolla zararlı etki oluşturabilen besinlerinin hijyenik kurallar çerçevesinde hazırlanması ise önemli bir gerekliliktir. Bu kapsamda bu araştırma, yiyecek içecek işletmelerinde çalışan işgörenlerin iş motivasyonları ile hijyen davranışları arasında bir ilişkinin bulunup/bulunmadığını belirlemeye yönelik bir betimsel araştırmadır. Mevcut durum; sayılı analize dayalı olarak nicel araştırma yöntemi kapsamında ortaya konulmaktadır.

3.1. Araştırmanın Problemi, Amacı ve Önemi

Araştırmada yiyecek ve içecek hizmeti sürecinde (satın alma, depolama, üretim, satış) rol üstlenen işgörenlerin iş motivasyonları ile uygun hijyen davranışları sergilemeleri arasındaki ilişkinin test edilmesi öngörülmektedir. Bu öngörü doğrultusunda araştırmanın problemi "yiyecek ve içecek işletmeleri işgörenlerinin uygun olmayan hijyen davranışı sergilemeleri ile iş motivasyonları arasında bir ilişkinin bulunup bulunmadığının belirlenmesi" olarak belirlenmiştir.

Bu araştırmanın temel amacı; yiyecek ve içecek hizmeti sürecinde (satın alma, depolama, üretim, satış) rol üstlenen işgörenlerin iş motivasyonları ile uygun hijyen davranışları sergilemeleri arasındaki ilişkinin belirlenmesidir. Bu ana amaçlarla birlikte çalışmanın turizm sektöründe faaliyet gösteren yiyecek ve içecek işletmelerinde hijyen

davranışı konusunda farkındalık oluşturması, yiyecek ve içecek hizmeti sunmakta olan işletmelere hijyen uygulamaları konusunda yol göstermesi ve yiyecek ve içecek işletmeleri işgörenlerinin kişisel gelişim sürecine destek sağlaması beklenmektedir.

Araştırmada tanımlanan amaçlara ulaşmak için test edilmesi öngörülen hipotezler, şu şekilde belirlenmiştir:

H1: İşgörenlerin demografik ve diğer özellikleri ile iş motivasyonları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H2: İşgörenlerin demografik ve diğer özellikleri ile hijyen davranışları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H3: İşgörenlerin iş motivasyonları ile uygun hijyen davranışı sergilemeleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklem

Bu araştırmada evren Doğu Karadeniz Bölgesi olup örnekleme ise Giresun ve Ordu illerinde mevcut bulunan turizm işletme belgeli konaklama ve restoran işletmelerinin yiyecek ve içecek departmanı çalışanları olarak tespit edilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda Giresun ilinde 22 adet (19 adet konaklama tesisi ve 3 adet restoran) konaklama tesisi ve restoran belirlenmiştir (<http://www.giresunkulturturizm.gov.tr>). Ordu ilinde ise 32 adet (26 adet konaklama tesisi ve 6 adet restoran) konaklama tesisi ve restoran saptanmıştır (<http://www.ordukulturturizm.gov.tr>). Her iki ilde olmak üzere toplam 533 adet işgörenin yiyecek ve içecek hizmetleri departmanında çalıştığı tespit edilmiştir. Çalışmada yiyecek ve içecek hizmet birimlerinde çalışan işgörenler, otel ve restoran çalışanı olarak bir gruplamaya tabi tutulmadan kolayda örnekleme yöntemi kapsamında incelenmiştir. Bu verilerden hareketle zaman, maliyet ve ulaşılabilirlik unsurları dikkate alınarak örnekleme başvurulmuştur. Örneklem büyüklüğü güven aralığı %±5, Z değeri ise 1,96 olmak üzere 250 olarak belirlenmiştir.

3.3. Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırma için kullanılması öngörülen veriler iki aşamalı bir süreçte toplanmıştır. Birinci aşamada literatür incelemesi kapsamında ikincil kaynaklardan iş motivasyonu ve hijyen davranışına yönelik tarama yapılmıştır. İkinci aşamada yiyecek ve içecek işletmeleri işgörenlerinin iş motivasyonları ile hijyen davranışı arasında bir ilişkinin bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla anket ölçeği tasarlanmıştır. Anket ölçeği geliştirme sürecinde araştırma sorularının oluşturulmasında Kaya ve diğerleri (2013), Smerek ve Peterson (2007), Semerci (2005), Çetiner (2010) ve Sargın (2005)'in çalışmalarından faydalanılmış, bununla birlikte spesifik sorular akademisyen görüşleri kapsamında geliştirilmiştir.

Anket, ön test kapsamında Ordu ve Giresun illerindeki yiyecek içecek işletmelerinde çalışan 50 mutfak ve servis personeline kolayda örnekleme yöntemi kapsamında Haziran-Eylül 2016 döneminde uygulanmıştır. Ön test verileri, güvenilirlik ve açıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. Yapılan analiz sonuçları kapsamında anket ölçeği içerisinde toplam 23 sorudan iş motivasyonu bölümü için 4 soru ve toplam 27 sorudan oluşan hijyen davranışı bölümünün içinse 8 soru çıkartılarak ölçek yeniden düzenlenmiştir. Motivasyon ölçeğinin güvenilirlik katsayısı (Cronbach Alpha) değeri 0,80; hijyen davranışı ölçeğinin ise 0,77 olarak belirlenmiştir. Ön test sonuçları kapsamında güvenilirliğin ve geçerliliğin sağlanmasından sonra araştırma sürecine geçilmiştir.

Araştırma için kullanılması öngörülen anket formu üç bölüm halinde tasarlanmıştır. Anketin ilk bölümünde; yiyecek ve içecek işletmeleri işgörenlerin demografik ve diğer özelliklerini belirlemeye yönelik kişisel bilgilerin (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, mesleki deneyim süresi, gelir durumu, işletme türü, işletmede çalışan kişi sayısı ve daha önceden hijyen ile ilgili bir eğitimin alınıp alınmadığı) belirlenmesine yönelik sınıflama ölçeği kullanılmıştır. Anketin ikinci bölümünde işgörenlerin iş motivasyonu ve üçüncü bölümünde ise işgörenlerin yiyecek ve içecek hazırlama ve sunum süreçlerinde hijyen davranışlarının belirlenmesine yönelik aralıklı ölçek ifadelerine yer verilmiştir. Bu ifadeler "1=Hiç Katılmıyorum; 2=Katılmıyorum; 3=Kısmen Katılıyorum; 4=Katılıyorum; 5=Tamamen Katılıyorum" olmak üzere 5'li Likert tipi ölçek şeklinde tasarlanmıştır.

Yiyecek ve içecek işletmeleri işgörenlerinin iş motivasyonları ve hijyen davranışlarına yönelik verilerinin analizinde parametrik veya parametrik olmayan testlerin kullanımında hangi testin uygun olacağını belirlemede verilerin dağılımı incelenmiştir. Verilerin dağılımında çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) katsayıları dikkate alınmıştır. Çarpıklık ve basıklık katsayılarının (-) 1 aralığında yer alması halinde verilerin normal dağılım göstermesinin uygun olacağı belirtilmektedir (İşleyen ve Küçük, 2013). İş motivasyonu ölçeğine yönelik çarpıklık ve basıklık katsayıları -0,227 ve 0,147 aralığında ve hijyen davranışı ölçeğinde ise çarpıklık ve basıklık katsayıları 0,037 ve 0,072 aralığında saptanmıştır. Bu sonuçlar kapsamında araştırma için parametrik testlerin uygulanması öngörülmüştür. Anket verilerinin analizinde frekans ve yüzde analizi, aritmetik ortalama, standart sapma, Bağımsız Örneklem t-Testi ve Bağımsız Örneklem Tek Yönlü Varyans Analizi (OneWay ANOVA) analizi kullanılmıştır.

4. Bulgular

Araştırma verilerinin analizi kapsamında yiyecek ve içecek işletmelerinde çalışan işgörenlere yönelik demografik ve diğer özellikler açısından tanımlayıcı bilgiler yüzde ve frekans analizi kapsamında düzenlenmiş ve Tablo 1'de gösterildiği şekilde tespit edilmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik ve Diğer Özelliklerine İlişkin Tanımlayıcı Bilgiler (n=250)

Değişkenler	Gruplar	f	%	Kümülatif %
Cinsiyet	Kadın	131	52,4	52,4
	Erkek	119	47,6	100
Medeni Durum	Bekar	133	53,2	53,2
	Evli	117	46,8	100,0
Yaş	16-25	98	39,2	39,2
	26-35	74	29,6	68,8
	36 ve üzeri	78	31,2	100,0
Eğitim Durumu	İlköğretim	35	14,0	14,0
	Ortaöğretim	111	44,4	58,4

Tablo 1'in devamı

Eğitim Durumu	Ön Lisans	58	23,2	81,6
	Lisans	46	18,4	100,0
Mesleki Deneyim	1 yıl ve altı	63	25,2	25,2
	2-5 yıl	88	35,2	60,4
	6-9 yıl	37	14,8	75,2
	10 yıl ve üzeri	62	24,8	100
Gelir Durumu	1000 TL ve altı	43	17,2	17,2
	1001-2000 TL	143	57,2	74,4
	2001-3000 TL	48	19,2	93,6
	3001 TL ve üzeri	16	6,4	100,0
Çalışılan İşletme Türü	Otel	175	70,0	70,0
	Restoran	75	30,0	100,0
İş Yerinde Çalışan Kişi Sayısı	1-5	52	20,8	20,8
	6-10	85	34,0	54,8
	11 ve üzeri	113	45,0	100
Hijyen Eğitimi Durumu	Evet	196	67,6	67,6
	Hayır	81	32,4	100

Katılımcılara ilişkin tanımlayıcı bilgilerde cinsiyet yönünden kadınlar (%52,4), medeni durum yönünden bekarlar (%53,2), yaş yönünden 16-25 yaş arası çalışanlar (%39,2), eğitim durumu yönünden ortaöğretim (%44,4), mesleki deneyim yönünden 2-5 yıl arası deneyime sahip olanlar (%35,2), gelir durumu yönünden 1001-2000 TL (%57,2), çalışılan işletme türü yönünden otel (%50,0), işyerinde çalışan kişi sayısı yönünden 11 ve üzeri (%45,0) ve hijyen eğitimi durumu değişkeninde ise evet cevabını verenlerin (%37,1) öne çıktığını söylemek mümkündür.

Yiyecek ve içecek işletmelerinde çalışan işgörenlerin iş motivasyonunun belirlenmesine yönelik olarak faktör analizi öngörülmüştür. İş motivasyonuna yönelik 19 yargıya ait 4 faktör için KMO katsayısı 0,90, Bartlett Sphericity testi anlamlılık düzeyi; $p=0,000$, varyans açıklama oranı; 60,514 ve toplam güvenilirlik kat sayısı; 0,80 olarak belirlenmiştir (Tablo 2).

Tablo 2: Yiyecek ve içecek işletmelerinde İş Motivasyonuna Yönelik Faktör Analizi

Faktör	\bar{x}	σ	Faktör Yüğü	Cronbach Alpha	Varyans Açıklama (%)
Kendini Gerçekleştirme	3,38	0,86			20,872
Çalıştığım işyerinde serbest çalışma özgürlüğüne sahibim.	2,94	1,37	0,752	0,918	

Tablo 2'in devamı

Çalıştığım işyerinde başarılarımın gelişimine fırsat verilmektedir.	3,52	1,09	0,681	0,911	
Çalıştığım işyerinde kararlara katılma hakkına sahibim.	3,33	1,22	0,675	0,913	
Çalıştığım işyerinde yeteneklerimi geliştirme ve yeni bilgiler kazanabilme imkanına sahibim.	3,63	1,07	0,648	0,914	
Çalıştığım işyerinde aldığım ücret tatminkârdır.	3,27	1,29	0,630	0,912	
Çalıştığım işyerinde fikirlerim önemsendir.	3,46	1,15	0,575	0,912	
Çalıştığım işyeri iyi emeklilik koşulları sunmaktadır.	3,34	1,20	0,549	0,911	
Çalıştığım işyerinde açık bir yönetim anlayışı vardır.	3,58	1,05	0,538	0,911	
Yönetici Yaklaşımı	3,77	0,80			18,323
Çalıştığım işyerinde yöneticiler ile çok az sorun yaşıyorum.	3,82	1,07	0,812	0,915	
Çalıştığım işyerinde yöneticiler anlayışlıdır.	3,81	1,05	0,752	0,911	
Çalıştığım işyerinde çalışanlar adil şekilde değerlendirilir.	3,60	1,17	0,656	0,911	
Çalıştığım işyerinde işimin önemli olduğunu düşünüyorum.	4,28	0,96	0,652	0,917	
Çalıştığım işyerinde yöneticilerim yeniliğe açıktır.	3,74	1,05	0,575	0,914	
Çalıştığım işyerinde işim monoton (tekdüze) değildir.	3,39	1,26	0,439	0,914	
İş güvenliği	3,68	0,85			11,669
Çalıştığım işyeri sağlıklı çalışma koşullarına sahiptir.	3,88	0,93	0,839	0,916	
Çalıştığım işyerinde iş güvenliğinin yeterli olduğuna inanıyorum.	3,64	1,02	0,706	0,914	
Çalıştığım işyerinde iş güvencesinin yeterli olduğunu düşünüyorum.	3,52	1,09	0,636	0,913	
İş ortamı	3,62	0,96			9,650
Çalıştığım işyerinde stresin yüksek olduğunu düşünmüyorum.	3,46	1,23	0,853	0,920	
Çalıştığım işyerinde fiziksel imkanlar (bina, araç-gereç) çalışma yapmam için yeterlidir.	3,78	1,07	0,621		
Toplam Cronbach Alpha/Varyans Açıklama (%)				0,803	60,514

K-M-O Measure of Sampling Adequacy: **0,908**Bartlett's Test of Sphericity (Chi-Square / df / Sig: **2234,697/ 171/0,000**)

Büyüköztürk (2007), araştırma verilerinin faktör analizine uygunluğunda KMO katsayısının 0,60'dan büyük, Bartlett Sphericity testinin anlamlı çıkması, tek faktörlü ölçeklerde açıklanan varyansın %30'dan büyük ve psikolojik testler için güvenilirlik katsayısının 0,70 ve üzeri olması gerektiğini belirtmektedir. İş motivasyonu kapsamında öngörülen bu yeterlilikler, Tablo 2'de görüldüğü üzere bu araştırmada sağlanmıştır.

Araştırma verilerinin analizi kapsamında Giresun ve Ordu illerinde yiyecek ve içecek işletmelerinde çalışan işgörenlerin hijyen davranışlarının belirlenmesi kapsamında da araştırmada faktör analizi öngörülmüştür. Hijyen davranışına yönelik faktör analizi sonucunda dört boyut (hijyen bilgisi, hijyen düşüncesi, zorunlu hijyen davranışı ve gönüllü hijyen davranışı) ortaya çıkmıştır. Bu boyutlara ilişkin 19 yargı için KMO Örneklem Ölçüm Değer Yeterliliği katsayısı 0,82, Bartlett's Kürsellik Testi anlamlılık düzeyi; $p=0,000$, varyans açıklama oranı; 61,95 ve toplam güvenilirlik kat sayısı; 0,78 olarak belirlenmiştir (Tablo 3).

Tablo 3: Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Hijyen Davranışına Yönelik Faktör Analizi

Faktör	\bar{x}	σ	Faktör Yüğü	Cronbach Alpha	Varyans Açıklama(%)
Hijyen Bilgisi	3,95	0,87			21,023
Soğuk depolarda sıcaklığın kaç derece olması gerektiği konusunda bilgi sahibiyim.	3,72	1,22	0,828	0,747	
Kuru depolarda sıcaklığın kaç derece olması gerektiği konusunda bilgi sahibiyim.	3,69	1,19	0,822	0,748	
Satışa sunulmak için hazırlanmış bir yiyeceğin buzdolabında ne kadar bekletileceği konusunda bilgi sahibiyim.	4,07	1,06	0,791	0,758	
İşletmede kullanılan kesme tahtalarının ne kadar sürede temizlenmesi gerektiği konusunda bilgi sahibiyim.	4,05	1,06	0,763	0,756	
Bakteri bulaşma potansiyeli en yüksek olan besinleri bilirim.	4,04	0,97	0,709	0,759	
Yiyeceklerin hazırlanmasında farklı tezgahların kullanılması gerektiğini düşünmekteyim.	4,16	1,03	0,651	0,768	
Hijyen Düşüncesi	2,21	0,94			14,274
Pişmiş ve servise hazır yiyeceklere çıplak elle dokunulabileceğini düşünmekteyim.	1,82	1,23	0,811	0,791	
Çatlak ve kırık tabak ve bardakların servise kullanılabilceğini düşünmekteyim.	1,66	1,15	0,803	0,784	
Yiyecekler hazırlanırken sakız çiğnenebileceğini düşünmekteyim.	2,22	1,32	0,770	0,785	
İş yerimde uygun zamanlarda sigara içilebileceğini düşünmekteyim.	2,99	1,37	0,638	0,790	
Grip vb. hastalıklar durumunda işe gidilebileceğini düşünmekteyim.	2,35	1,47	0,562	0,787	
Zorunlu Hijyen Davranışı	3,90	1,11			13,615
İş yerimde çalışırken maske takmayı önemserim.	3,92	1,26	0,841	0,758	
İş yerimde çalışırken galoş giymeyi önemserim.	3,64	1,35	0,822	0,759	
İş yerimde çalışırken bone takmayı önemserim.	4,14	1,16	0,788	0,756	
Gönüllü Hijyen Davranışı	4,59	0,54			13,046
İş yerimde tuvaletten çıkınca ellerimi yıkamayı önemserim.	4,70	0,75	0,729	0,780	

Tablo 3'ün Devamı

İş yerimde çalışma kıyafetlerimin haftada bir kez temizlenmesini önemserim.	4,60	0,79	0,720	0,778	
İş yerimde işe başlamadan önce ellerimi yıkamayı önemserim.	4,67	0,64	0,718	0,774	
İş yerimde çalışırken önlük takmayı önemserim.	4,45	0,88	0,627	0,766	
Yere düşen araç ve gereçlerin (kepçe, kevgir, kaşık, vb.) yıkanmasını önemserim.	4,54	0,78	0,523	0,774	
Toplam Cronbach Alpha/Varyans Açıklama(%)				0,779	61,958

K-M-O Measure of Sampling Adequacy: **0,819**, Bartlett's Test of Sphericity (Chi-Square / df / Sig: **2239,947/171/0,000**)

Yiyecek ve içecek işletmelerinde işgörenlerin iş motivasyonları (kendini gerçekleştirme, yönetici yaklaşımı, iş güvenliği ve iş ortamı) ile demografik (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, gelir durumu) ve diğer özellikleri (mesleki deneyim, çalışılan işletme türü, işyerinde çalışan kişi sayısı ve hijyen eğitimi durumu) arasında bir farklılığın bulunup bulunmadığının belirlenmesi bağlamında karşılaştırılma testleri kullanılmıştır. İki değişkenli gruplar için yapılan "Bağımsız Örneklem t-Testi"; ikiden fazla olan değişkenli gruplar için yapılan "Bağımsız Örneklem Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA)" sonuçları Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4: İşgörenlerin İş Motivasyonlarının Demografik ve Diğer Özellikleriyle Karşılaştırılması

Değişkenler	Gruplar	N	\bar{x}	σ	t	p
Hijyen Eğitimi Durumu	Evet	168	3,73	0,67	3,828	0,000*
	Hayır	81	3,38	0,68		

*p<0,05

Tablo 4'te sunulan bulgulara göre işgörenlerin iş motivasyonunda hijyen eğitimi durumu değişkeninde ($p=0,00$; $p<0,05$) anlamlı farklılığa ulaşılmıştır. Bu bulgu kapsamında araştırma için önerilen H1 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Yiyecek ve içecek işletmelerinde işgörenlerin hijyen davranışı (hijyen bilgisi, hijyen düşüncesi, gönüllü hijyen davranışı ve zorunlu hijyen davranışı) ile demografik (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, gelir durumu) ve diğer özelliklerinin (mesleki deneyim, çalışılan işletme türü, işyerinde çalışan kişi sayısı ve hijyen eğitimi durumu) arasında bir farklılığın bulunup bulunmadığının belirlenmesi bağlamında da karşılaştırılma testleri kullanılmıştır. Karşılaştırılmalarda iki değişkenli gruplar için yapılan "Bağımsız Örneklem t-Testi"; ikiden fazla olan değişkenli gruplar için yapılan "Bağımsız Örneklem Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA)" sonuçları Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5: İşgörenlerin Hijyen Davranışlarının Demografik ve Diğer Özellikleriyle Karşılaştırılması

Değişkenler	Gruplar	N	\bar{x}	σ	t	p
Çalışılan İşletme Türü	Otel	175	3,61	0,50	-2,412	0,017*
	Restoran	75	3,79	0,54		
Hijyen Eğitimi Durumu	Evet	168	3,80	0,46	5,910	0,000*
	Hayır	81	3,38	0,54		

*p<0,05

Tablo 5'te sunulan bulgulara göre işgörenlerin hijyen davranışlarında çalışılan işletme türü ($p=0,01$; $p<0,05$) ve hijyen eğitimi durumu ($p=0,00$; $p<0,05$) değişkenlerinde anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır. Bu bulgu kapsamında araştırma için önerilen H2 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Yiyecek ve içecek hizmeti sunan işletmelerde çalışan işgörenlerin iş motivasyonları ile hijyen davranışları arasındaki ilişkinin bulunup/bulunmadığının test edilmesi kapsamında korelasyon analizi öngörülmüştür.

Tablo 6: Yiyecek ve İçecek İşletmesi İşgörenlerinin İş Motivasyonu ve Hijyen Davranışı İlişisine Yönelik Korelasyon Analizi

		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
Kendini Gerçekleştirme (1)	r	1									
	p										
Yönetici Yaklaşımı (2)	r	0,690**	1								
	p	0,000									
İş güvenliği (3)	r	0,598**	0,558**	1							
	p	0,000	0,000								
İş ortamı (4)	r	0,464**	0,435**	0,343**	1						
	p	0,000	0,000	0,000							
Hijyen Bilgisi (5)	r	0,563**	0,534**	0,413**	0,247**	1					
	p	0,000	0,000	0,000	0,000						
Hijyen Düşüncesi (6)	r	0,034	-0,080	0,009	-0,084	-0,068	1				
	p	0,593	0,207	0,891	0,184	0,286					
Zorunlu Hijyen Davranışı (7)	r	0,459**	0,440**	0,320**	0,276**	0,483**	-0,093	1			
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,145				
Gönüllü Hijyen Davranışı (8)	r	0,198**	0,377**	0,294**	0,305**	0,361**	-0,208**	0,367**	1		
	p	0,002	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000			
İş Motivasyonu (9)	r	0,858**	,829**	,775**	,726**	,544**	-0,039	0,466**	0,368**	1	
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,535	0,000	0,000		
Hijyen Davranışı (10)	r	0,545**	0,517**	0,422**	0,290**	0,735**	0,319**	0,787**	0,510**	0,551*	1
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	

*($p<0,001$)

İki farklı değişken arasındaki ilişki veya bağımlılık durumunu açıklamak adına tercih edilebilen korelasyon analizinde, korelasyon katsayısı (r), +/- 1 arasında bir değer olarak kabul edilmekte, katsayının eksi olmasında negatif yönlü bir ilişki; artı olması durumunda ise pozitif ilişkiden varlığından söz edilebilmektedir. Ayrıca "r" değerinin 0,00-0,29 arasında olması "düşük", 0,30-0,69 arasında olması "orta", 0,70 ve üzeri olması durumu ise "yüksek" düzeyde bir ilişkinin bulunduğu yönünde

değerlendirilmektedir (Ural ve Kılıç, 2006). Tablo 6'da görüldüğü üzere yiyecek ve içecek hizmeti sunan işletmelerde çalışan işgörenlerin iş motivasyonları ile hijyen davranışları arasında "r" değeri; 0,551 olmak üzere orta düzeyde ($0,30 < r < 0,69$) pozitif yönlü doğrusal bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu ilişki kapsamında araştırma için önerilen H3 hipotezi kabul edilmiştir. Ayrıca işgörenlerin iş motivasyonlarının artması halinde %55,1 oranında hijyen davranışı sergilemelerinin artacağını söylemek uygun olacaktır.

5. Sonuç ve Öneriler

Turizm sektöründe müşteri memnuniyeti; turistin ikamet ettiği noktadan ayrılışından döndüğü ana kadar olan tüm deneyimleri kapsayan bir süreçtir. Bu süreçte turistlerin hizmet talep ettiği birimlerde sunulan hizmetlerin turisti memnun edebilecek nitelikte olması gerekmektedir.

Turistlerin ihtiyaçlarına cevap verebilecek ve onları memnun edebilecek hizmetlerin sunumunu öngören turizm endüstrisinde "işgücü" önemli bir bileşen olup, sunulan hizmetlere doğrudan etki eder. Bu anlamda işgücünün davranışları altında yatan nedenlerin ortaya çıkarılması, onları bir şey yapmaya veya yapmamaya sevk eden şeylerin belirlenmesi önemli bir gerekliliktir (Chen ve diğ., 2010: 198; Diaz-Perez, 2010: 2). Özellikle bu gereklilik turistle doğrudan temasın olduğu (önbüro, yiyecek ve içecek servisi, oda servisi vb.) hizmet alanlarındaki işgörenlerde önemini daha çok hissettirir.

Turizm sektöründe yiyecek ve içecek hizmet birimleri turist memnuniyeti sürecinde öne çıkan departmanlardır. Bu departmanlarda kaliteli bir hizmetten söz edebilmesi adına rol üstlenen işgörenlerin hijyen kurallarına uygun davranışlar sergilemeleri ise temel beklentidir.

Yiyecek ve içecek hizmet sürecinde müşteriler, hijyeni kaliteli hizmetle ilişkilendirmekte satın alma, teslim alma, depolama, üretim ve satış aşamalarının her birinde hijyen koşulları sağlamak adına temiz ekipman kullanımı ve sanitasyon pratikleri kapsamında kendilerine sunulan yiyeceklerin güvenli ve etik bir şekilde hazırlanmasını beklemektedirler. Bu anlamda herhangi bir kişi gıda işgöreni olarak çalışmaya başlamadan önce, gıda güvenliği ve gıda hijyeni konularında doğru bilgi ve beceriye sahip bulunmalıdır. Ayrıca yasal bir gereklilik olarak da her bir işgören gıda ile ilgili mevzuat, gıda hijyeni, kişisel hijyen ve temizlik kurallarına uymak zorundadır (www.melbourne.vic.gov.au).

Bu araştırmanın sonuçları göstermiştir ki iş motivasyonu ile hijyen davranışı arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Ayrıca işletmenin türü ve işgörenin hijyen eğitimi almasıyla da hijyen davranışı sergilemesi arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. İş motivasyonu kapsamında işgörenin kendini gerçekleştirme arzusu ve yöneticilerin işgörenlere yaklaşımı yiyecek ve içecek hizmetleri sunum sürecinde olumlu hijyen davranışı sergilemeyi tetiklemektedir. İş güvenliği sağlama ve iş ortamı oluşturma motivasyon alt boyutlarının ise işgörenlerin hijyen davranışına etkisi bulunmamaktadır. Bu sonuçlar kapsamında turizm işletmeleri müşterileri için güvenli gıda hizmeti sunma adına işgörenlerin güdülerini dikkate almalı ve onların motivasyonlarını yükseltme adına uygun iş ortamı hazırlamalıdır. Ayrıca işletmeler gerek kendi bünyelerinde gerekse buldukları destinasyon boyutunda gıda güvenliğine yönelik farkındalık çalışmalarına yönelmelidirler. Bu konuda bilgi düzeylerini artırma adına merkezi ve yerel yönetimlerle, sivil toplum kuruluşları ile ve

bağlı buldukları mesleki örgütlerle koordineli çalışabilirler, iş motivasyonu konusunda eğitim kurumları ile işbirliği sağlayabilirler.

Bu araştırmada yiyecek ve içecek hizmetlerinin her aşamasında birim işgörenlerin iş motivasyonu ve olumlu hijyen davranışlarına yönetsel bir kavramsal bir yapı oluşturulmuştur. Araştırmanın Türkiye'deki yiyecek ve içecek hizmeti sunmakta olan işletmelere için yol gösterici olması beklenmektedir. Bununla birlikte gelecekte benzer çalışmalarda araştırmacıların ve sektör yöneticilerinin işgörenlerin başka iş motivasyonlarına (ücret, terfi, kararlara katılım, teknik geziler, eğitim vb.) ve hijyen davranışlarına (dini, ahlaki, alışkanlıkları vb.) yönelik benzer çalışmaların yapılması farklı bakış açıları oluşturabilecektir.

6. Kaynakça

- Akbulut, P. (2010). Yalova İlinde Faaliyet Gösteren Hazır Yemek Üretim Yerlerinde Çalışan Personelin Hijyen Bilgi Düzeyi İle Üretilen Yemeklerin Mikrobiyolojik Kalitesi Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.
- Alkış, H. ve Öztürk, Y. (2009). Otel işletmelerinde motivasyon faktörleri üzerine bir araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(28), 212-236.
- Bilici, S. (2007). Kişisel Hijyeni Geliştirme ve Yaygınlaştırma Programı. Ankara: Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Beslenme ve Fiziksel Aktivite Daire Başkanlığı.
- Büyükoztürk, Ş. (2007). Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı, Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Chen, S., Wu, M. ve Chen, C. (2010). Employee's personality traits, work motivation and innovative behavior in marine tourism industry. *J. Service Science & Management*, (3), 198-205.
- Cohen, E., Reichel, A., ve Schwartz, Z. (2001). On the efficacy of an in-house food sanitation training program: Statistical measurements and practical conclusions. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 25(1), 5-16.
- Coşar, Y. (2008). Otel işletmelerinde rekabet üstünlüğünü etkileyen faktörler: Yöneticiler üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(1), 45-56.
- Cousins, J., Lillcrap, D. ve Weekes, S. (2014). Food and Beverage Service. UK.
- Çetiner, H. (2010). Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Hijyen, Sanitasyon ve Personelin Hijyen Kurallarına İlişkin Davranışlarında Eğitim Faktörü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Demirci, A. ve Ersoy, A. F. (2010). Gıda reyonunda çalışan personelin kişisel hijyen kurallarına dikkat etme durumları. *e-Journal of New World Sciences Academy Vocational Education*, 6(2), 66-74.
- Diaz-Perez, F. M. (2010). Competitive Strategies and Policies for Tourism Destinations: Quality, Innovation, and Promotion. US: Nova Science Publishers.
- Dündar, S., Özütku, H. ve Taşpınar, F. (2007). İçsel ve dışsal motivasyon araçlarının işgörenlerin motivasyonu üzerindeki etkisi: Ampirik bir inceleme. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 105-119.
- Güzel, Ö. (2010). Turizm öğrencilerinin staj döneminde edindikleri motivasyonun Herzberg teorisine göre değerlendirilmesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yasar University*, 20(5), 3415-3429.
- <http://www.businessdictionary.com/definition/motivation.html>> Erişim Tarihi: 10.11.2017.
- <http://www.dictionary.com/browse/hygiene>> Erişim Tarihi: 06.04.2017.
- <http://www.dictionary.com/browse/behavior?s=t>> Erişim Tarihi: 06.04.2017.

- http://www.giresunkulturturizm.gov.tr/TR,163091/turizm-isletme-belgeli_oteller> Erişim Tarihi: 27 Mart 2017.
- <https://www.melbourne.vic.gov.au/SiteCollectionDocuments/guide-to-food-hygiene.pdf>> Erişim Tarihi: 22 Ekim 2017.
- <http://www.ordukulturturizm.gov.tr/TR,106656/ordu-ilindeki-turizm-isletme-belgeli-tesisler.html>> Erişim Tarihi: 27 Mart 2017.
- İnce, C. (2015). Kırgızistan-Bişkek'teki Türk yiyecek ve içecek işletmelerinde işgören devir hızı. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (6), 35-51.
- İşleyen, T. ve Küçük, B. (2013). Öğretmen adaylarının yaratıcı düşünme düzeylerinin farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(21), 199-208.
- Jones, G. R. ve George, J. M. (2008). *Contemporary Management*. 5th ed., McGraw-Hill/Irwin: Baston.
- Kaya, F. Ş., Yıldız, B. ve Yıldız, H. (2013). Herzberg'in çift faktör kuramı açısından ilköğretim 1. kademe öğretmenlerinin motivasyon düzeylerinin değerlendirilmesi. *Akademik Bakış Dergisi*, (39): 1-18.
- Ministry of Culture and Tourism (2009). *Food and Beverage Service*. Ankara: Republic of Turkey Ministry of Culture and Tourism Directorate General of Research and Training.
- Mullins, L. J. ve Christy, G. (2010) *Management & Organisational Behaviour*. Ninth Edition, England: Pearson Education Limited.
- Özdemir, S. ve Muradova, T. (2008). Örgütlerde motivasyon ve verimlilik ilişkisi. *Journal of Qafqaz University*, (24), 146-153.
- Öztürk, Y. ve Kılıç, İ. (2015). Yöneticilerin karizmatik liderlik davranışlarının üniversitelerde çalışan akademik ve idari personelin motivasyonuna etkisi: Çankırı Karatekin Üniversitesi örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 2(3), 1-8.
- Sargın, Y. (2005). Ankara'daki Dört ve Beş Yıldızlı Otellerde Çalışan Yiyecek ve İçecek Personelinin Hijyen Bilgileri ve Uygulamalarının İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Schmidt, R. H. ve Rodrick, G. E. (2003). *Food Safety Handbook*. Canada: A John Wiley & Sons Publication.
- Semerci, A.S. (2005). İş motivasyonu ve sonuçları: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası'nda bir çalışma. Uzmanlık Yeterlilik Tezi, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası İnsan Kaynakları Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Smerek, R. E. ve Peterson, M. (2007). Examining Herzberg's theory: Improving job satisfaction among non-academic employees at a university. *Research in Higher Education*, 48, (2): 229-250.
- Sökmen, A. (2003). Ağırlama Endüstrisinde Yiyecek ve İçecek Yönetimi, Ankara: Detay Yayıncılık, No: 44.
- Şahin, S. (2012). Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Müşteri Şikâyetlerinin Müşteri Sadakatine Etkisi: Cunda Adasında Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.
- Ural, D. (2007). Konaklama İşletmelerinde Çalışan Personelin Kişisel Hijyen Bilgileri ve Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2006). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi, Ankara: Detay Yayıncılık, No: 113.
- Yıldırım, E. (2014). Konaklama İşletmelerinde Mutfak ve Servis Personelinin İş Tatmini ile Kişisel Hijyen Bilgi ve Uygulamaları. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Yumuşak, S. (2008). İşgören verimliliğini etkileyen faktörlerin incelenmesine yönelik bir alan araştırması. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13(3), 241-251.