



**KOBİ NİTELİKLİ YİYECEK VE İÇECEK İŞLETMELERİNDE
GIDA GÜVENLİĞİ BİLGİSİNİN TEKRAR ZİYARET ETME
NİYETİNE ETKİSİ**

2020

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

Habibe ÖZÇELİK

Doç. Dr. Hüseyin Avni KIRMACI

**KOBİ NİTELİKLİ YİYECEK VE İÇECEK İŞLETMELERİNDE
GIDA GÜVENLİĞİ BİLGİSİNİN TEKRAR ZİYARET ETME
NİYETİNE ETKİSİ**

Habibe ÖZÇELİK

Doç. Dr. Hüseyin Avni KIRMACI

T.C.

Karabük Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında

Yüksek Lisans Tezi

Olarak Hazırlanmıştır

KARABÜK

Temmuz 2020

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	1
TEZ ONAY SAYFASI.....	4
DOĞRULUK BEYANI	5
ÖNSÖZ	6
ÖZ.....	7
ABSTRACT.....	8
ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ.....	9
ARCHIVE RECORD INFORMATION	10
KISALTMALAR	11
GİRİŞ	12
ARAŞTIRMANIN KONUSU	15
ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	16
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	17
ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ / PROBLEM	18
EVREN VE ÖRNEKLEM	20
KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER	22
BİRİNCİ BÖLÜM	23
TURİST, KOBİ, YIYECEK İÇECEK İŞLETMELERİ , TEKRAR ZİYARET ETME NİYETİ VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	23
1.1.Turist	23
1.1.1. Yabancı Turist.....	23
1.1.2.Yerli Turist.....	23
1.2.Turist Davranışları.....	24
1.3.KOBİ	25
1.3.1.KOBİ Tanımı	25
1.3.2.Türkiye'de KOBİ'ler	26
1.3.2.1.Türkiye Ekonomisi İçinde KOBİ'lerin Yeri ve Önemi	27
1.3.2.2.Avrupa Birliğinde KOBİ'ler	28
1.3.2.3.KOBİ'lerin Zayıf Yönleri.....	28
1.3.2.4.KOBİ'lerin Üstün Yönleri.....	29
1.4.Yiyecek ve İçecek İşletmeleri	29
1.4.1.Yiyecek İçecek İşletmelerinin Sınıflandırılması	31

1.4.1.1. Yasal açıdan yiyecek-ıcecek işletmeleri	32
1.4.1.2. Yapılanmalarına göre yiyecek ıcecek işletmeleri.....	32
1.4.1.3. Servis şekillerine göre yiyecek ıcecek işletmeleri	32
1.4.1.4. Büyüklüklerine göre yiyecek ıcecek işletmeleri	32
1.4.1.5. Diğer işletmeler	33
1.4.1.6.Kar Amaçlı (Ticari Amaçlı) İşletmeler	34
1.4.1.6.1. Sınırlı Pazara Yönelik Kar Amaçlı Yiyecek-İcecek İşletmeleri.....	34
1.4.1.6.2. Genel Pazara Yönelik Yiyecek-İcecek İşletmeleri.....	35
1.4.1.7. Kar Amaçsız İşletmeler (Ticari olmayan İşletmeler)	38
1.4.1.7.1. Kurumsal Yiyecek İcecek İşletmeleri	38
1.4.1.7.2.Endüstriyel Yiyecek İcecek İşletmeleri.....	39
1.5.Tekrar Ziyaret Etme Niyeti.....	39
1.5.1. Yiyecek İcecek İşletmelerini Tekrar Ziyaret Etmeyi Sağlayan Faktörler	41
1.5.1.1. Destinasyon İmajı	42
1.5.1.2. Yemek Deneyimleri.....	43
1.5.1.3. Misafirperverlik	43
1.5.1.4. Yiyecek İcecek İşletmeleri ve Konaklama İşletmeleri.....	44
1.5.1.5. Ulaşım	44
1.5.1.6. Hijyen ve Temizlik	45
1.6.Turizm Alanında Tekrar Ziyaret Etme Niyeti ile İlgili Araştırmalar	46
İKİNCİ BÖLÜM.....	52
GIDA GÜVENLİĞİ, KOBİ NİTELİKLİ YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE GIDA GÜVENLİĞİ VE HİJYEN, BENZER ARAŞTIRMALAR	52
2.1. Gıda Güvenliği.....	52
2.2. KOBİ Nitelikli Yiyecek İcecek İşletmelerinde Gıda Güvenliği.....	54
2.3. KOBİ Nitelikli Yiyecek İcecek İşletmelerinde Hijyen	55
2.3.1.Besin Hijyeni	56
2.3.1.1. Satın Almada Hijyen	59
2.3.1.2. Depolamada Hijyen	59
2.3.1.3. Hazırlama ve Pişirmede Hijyen.....	61
2.3.1.4. Serviste Hijyen	62
2.3.2.Kişisel Hijyen	62

2.3.3.Fiziki Koşullar ve Araç-Gereç Hijyeni	64
2.4. Turizm Alanında Gıda Güvenliği İle İlgili Yapılmış Çalışmalar	66
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	69
KOBİ NİTELİKLİ YİYECEK VE İÇECEK İŞLETMELERİNDE GIDA GÜVENLİĞİ BİLGİSİNİN TEKRAR ZİYARET ETME NİYETİNE ETKİSİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK ARAŞTIRMA	69
3.1. Araştırma Bölgesi.....	69
3.2. Araştırma Verilerinin Toplanması.....	71
3.3. Araştırma Verilerinin Analizi.....	71
3.4. Araştırma Bulguları ve Yorumlar	73
3.4.1.Turistlerin Demografik ve Diğer Özelliklerine İlişkin Bilgiler	73
3.4.2. Turistlerin Gıda Güvenliği Bilgisine Yönelik Bulgular	77
3.4.2.1. Gıda Güvenliği Bilgisi Çapraz Bulaşma Boyutuna İlişkin Bulgular	80
3.4.2.2. Gıda Güvenliği Bilgisi Hijyen Boyutuna İlişkin Bulgular	81
3.4.2.3. Gıda Güvenliği Bilgisi Kişisel Hijyen Boyutuna İlişkin Bulgular .	83
3.4.2.4. Gıda Güvenliği Bilgisi Temizlik Boyutuna İlişkin Bulgular	83
3.4.2.5. Gıda Güvenliği Bilgisi Personel Sağlığı Boyutuna İlişkin Bulgular	84
3.4.3. Turistlerin Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Yönelik Bulgular.....	85
3.4.4. Gıda Güvenliği Bilgisi ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetinin Demografik ve Diğer Özelliklere Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular.....	87
3.4.4.1. Gıda Güvenliği Bilgisi ve Alt Boyutları ile Tekrar Ziyaret Etme Niyeti t- Testi Sonuçları.....	88
3.4.4.2. Gıda Güvenliği Bilgisi ve Alt Boyutları ile Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Anova ve Tukey Testi Sonuçları.....	91
3.4.5. Turistlerin Gıda Güvenliği Bilgisinin KOBİ Nitelikli Yiyecek ve İçecek İşletmelerini Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi	103
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	109
KAYNAKÇA	117
TABLolar LİSTESİ	132
ŞEKİLLER LİSTESİ	135
EKLER	136
ÖZGEÇMİŞ	141

TEZ ONAY SAYFASI

Habibe ÖZÇELİK tarafından hazırlanan “KOBİ NİTELİKLİ YİYECEK VE İÇECEK İŞLETMELERİNDE GIDA GÜVENLİĞİ BİLGİSİNİN TEKRAR ZİYARET ETME NİYETİNE ETKİSİ” başlıklı bu tezin Yüksek Lisans Tezi olarak uygun olduğunu onaylarım.

Doç. Dr. Hüseyin Avni KIRMACI

Tez Danışmanı, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı

Bu çalışma, jürimiz tarafından Oy Birliği ile Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir. 25/06/2020

Ünvanı, Adı SOYADI (Kurumu)

İmzası

Başkan : Doç. Dr. Hüseyin Avni KIRMACI (KBÜ)

Üye : Doç. Dr. Nurettin AYZAZ (KBÜ)

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Aslı ÇELİKEL GÜNGÖR (MAÜ)

KBÜ Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulu, bu tez ile Yüksek Lisans Tezi derecesini onamıştır.

Prof. Dr. Hasan SOLMAZ

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

DOĞRULUK BEYANI

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum "**KOBİ Nitelikli Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Gıda Güvenliği Bilgisinin Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi**" başlıklı bu çalışmayı bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı herhangi bir yola tevessül etmeden yazdığımı, araştırmamı yaparken hangi tür alıntılarım intihal kusuru sayılacağını bildiğimi, intihal kusuru sayılabilecek herhangi bir bölüme araştırmamda yer vermediğimi, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bu eserlere metin içerisinde uygun şekilde atıf yapıldığını beyan ederim.

Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak ahlaki ve hukuki tüm sonuçlara katlanmayı kabul ederim.

Adı Soyadı : Habibe ÖZÇELİK

İmza :

ÖNSÖZ

Besin tüketimi sadece hayatta kalabilmek için bir gereksinim değil aynı zamanda sosyalleşebilmenin de bir parçasıdır. Turistlerin gittikleri destinasyonlarda o kültüre ait yemekleri tatmak istemeleri yiyecek içecek işletmeleri açısından önem teşkil etmekte ve işletmeler tarafından gıda güvenliğiyle ilgili tüm gerekliliklerin yerine getirmelerini beklemeleri olağan bir durumdur. Yiyecek içecek işletmelerinde gıda güvenliği turistlerin memnuniyet derecesini belirlemede ve turist davranışı olan tekrar ziyaret etme niyetinin oluşmasında oldukça önemlidir.

Bu tez çalışmasında, Ankara ilini ziyaret ederek KOBİ nitelikli yiyecek ve içecek işletmelerinden hizmet satın alan yerli turistlerin gıda güvenliği bilgisi doğrultusunda aynı işletmeleri tekrar ziyaret etme niyetleri ele alınmaktadır. Araştırmanın, Ankara'da bulunan sadece KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerine değil tüm toplu beslenme hizmeti veren işletmelere katkı ve destek sağlayacağı aynı zamanda yol göstereceği inancındayım.

Tez çalışma sürecimde desteğini ve yardımını esirgemeyen değerli tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Hüseyin Avni KIRMACI'ya, eğitim hayatım boyunca maddi ve manevi desteklerini eksik etmeyen babam Erdal ÖZÇELİK'e ve annem Hatice ÖZÇELİK'e, kardeşlerim Hava ÖZÇELİK, Kadriye ÖZÇELİK ve Regaip ÖZÇELİK'e, tez jürimde yer alan Sayın Doç. Dr. Nurettin AYZAZ'a ve Dr. Öğr. Üyesi Aslı ÇELİKEL GÜNGÖR'e, ayrıca bu süreçte yanımda olan tüm dostlarıma sonsuz teşekkürlerimi ve sevgilerimi sunarım.

Habibe ÖZÇELİK

ÖZ

Besin insanların hayat döngülerini devam ettirebilmelerinde gerekli en önemli faktördür. Dolayısıyla gıdanın insan beklentilerini karşılayacak biçimde üretilmesi, hazırlanması ve satışa sunulması bir zorunluluktur.

Bu çalışmada KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinden hizmet talep eden turistlerin gıda güvenliği bilgisinin tekrar ziyaret etme niyetine etkisi ele alınmakta ve araştırılmaktadır. Bu çerçevede Haziran-Eylül 2019'da Ankara ilini ziyaret ederek KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinden hizmet talebinde bulunan 437 yerli turistten anket tekniğinden faydalanılarak veri toplanmıştır.

Anket verilerinden elde edilen sonuçlar dahilinde yerli turistlerin gıda güvenliği bilgileri için çapraz bulaşma, hijyen, kişisel hijyen, temizlik ve personel sağlığı olmak üzere beş boyut tespit edilmiştir. Yerli turistlerin tekrar ziyaret etme niyeti için ise tek boyut belirlenmiştir. Gıda güvenliği bilgisi ile tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkiye yönelik basit doğrusal regresyon analizi sonucunda, gıda güvenliği bilgisinin tekrar ziyaret etme niyetini ($\beta=0,366$ ve $p=0,000$; $p<0,05$) anlamlılık düzeyinde olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca, gıda güvenliği bilgisi alt boyutları olan çapraz bulaşma, kişisel hijyen ve personel sağlığının da tekrar ziyaret etme niyetini etkilediği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: KOBİ, Yiyecek İçecek İşletmeleri, Turist, Tekrar Ziyaret, Gıda Güvenliği.

ABSTRACT

Food is the most important factor for people to maintain their life cycle. Therefore, it is an imperative that food is produced, prepared and offered for sale to meet human expectations.

In this study, the effects of food safety information on the intention of revisiting the tourists who demand service from SME qualified food and beverage establishments are discussed and investigated. In this framework, data was collected from 437 local tourists who visited Ankara in June-August 2019, requesting services from SME qualified food and beverage businesses, using the survey technique.

Within the results of the survey data, five dimensions were identified for food safety information of local tourists: cross contamination, hygiene, personal hygiene, cleaning and personnel health. A single dimension has been determined for the intentions of local tourists to revisit. As a result of the simple linear regression analysis regarding the relationship between food safety information and intention to revisit, it was determined that food safety information positively affected the intention to revisit ($\beta=0.366$ and $p=0.000$; $p < 0.05$). In addition, cross contamination, personal hygiene and personnel health, which are sub-dimensions of food safety information, have been found to affect the intention to revisit.

Keywords: SMSE, Food and Beverage Operations, Tourist, Revisit, Food Safety.

ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ

Tezin Adı	KOBİ Nitelikli Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Gıda Güvenliği Bilgisinin Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi
Tezin Yazarı	Habibe ÖZÇELİK
Tezin Danışmanı	Doç. Dr. Hüseyin Avni KIRMACI
Tezin Derecesi	Yüksek Lisans
Tezin Tarihi	25/06/2020
Tezin Alanı	Turizm İşletmeciliği
Tezin Yeri	KBÜ/LEE
Tezin Sayfa Sayısı	142
Anahtar Kelimeler	KOBİ, yiyecek içecek işletmeleri, turist, tekrar ziyaret, gıda güvenliği.

ARCHIVE RECORD INFORMATION

Name of the Thesis	The Effect of Food Safety Information on Intention to Revisit in SME Qualified Food and Beverage Enterprises
Author of the Thesis	Habibe ÖZÇELİK
Advisor of the Thesis	Assoc. Prof. Hüseyin Avni KIRMACI
Status of the Thesis	Master Degree
Date of the Thesis	25/06/2020
Field of the Thesis	Tourism Management
Place of the Thesis	KBU/LEE
Total Page Number	142
Keywords	SMSE, food and beverage operations, tourist, revisit, food safety.

KISALTMALAR

KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
SMSE	: Small and Medium Sized Enterprises
FAO	: Food and Agriculture Organization(Gıda ve Tarım Örgütü)
KİT	: Kamu İktisadi Teşebbüsü
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme İdaresi Başkanlığı
DSÖ	: Dünya Sağlık Örgütü
WHO	: World Health Organization(Dünya Sağlık Örgütü)
HACCP	: Risk Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları
KMO	: Kaiser Meyer Olkin
SPSS	: Statistical Package For The Social Sciences
SKT	: Son Kullanma Tarihi
TSE	: Türk Standartları Enstitüsü
e-WOM	: Electronic Word of Mouth Marketing

GİRİŞ

21. yüzyılda insanların beslenmeye verdiği önemin gıdaya harcadığı parayla ölçüldüğü görülmektedir. 2018 Tük verilerine bakıldığında Türkiye’de ailelerin aylık gelirlerinin %20,3’ünü gıda ve alkolsüz içeceklere harcadığı görülmüştür (<http://www.tuik.gov.tr>). İnsanların aylık gelirlerindeki artış ile birlikte dışarıda yemek yeme eğilimleri de artmıştır. Özellikle son otuz yıl içinde, insanların yemeklerinin üç öğününü de ev dışında yedikleri görülmüştür. Genellikle bireyler iş ortamlarından ya da ev dışında bulunma durumlarından kaynaklı bu ihtiyaçlarını dışarıdan sağlamaya çalışmaktadırlar (Sarışık, 1994, s. 68). Buna bağlı olarak yiyecek içecek sektöründe olağanüstü bir büyüme ortaya çıkmıştır (www.biltas.com). Son yıllarda toplu beslenme sistemlerinin önemi giderek daha da artmıştır.

Toplu beslenme sistemlerinde başlıca önem teşkil eden unsur tüketicilerin sağlığını bozmayacak şekilde besin hazırlama ve sunmadır. Hijyen kurallarına tam uyulmadığı takdirde gıdalar toplum sağlığı açısından tehdit unsuru oluşturmaktadır. Bu önemli unsur doğru şekilde kavrandığı zaman oluşabilecek tehlikelerin önüne geçilebilir (Sökmen, 2003, s. 58). Ev dışında tüketilen besinlerin güvenli olmaması nedeniyle her yıl binlerce insanın gıdadan kaynaklanan hastalıklara yakalandığı görülmektedir (Koçak, 2007, s. 137). Güvenli olmayan gıdalar bünyesinde zararlı bakterileri, virüsleri, parazitleri veya kimyasal maddeleri barındırmaktadır. Bu gıdalar aynı zamanda ishalden kanserlere kadar 200’ü aşan hastalığa neden olmaktadır (WHO).

Toplumların oluşmasını sağlıklı bireyler sağlar ve toplumlar sağlığına dikkat eden ve doğru besinler tüketen insanlardan oluşur. Dolayısıyla tüketicilerin sağlıklı beslenmek istemeleri temel haklarıdır. Yaşamı devam ettirmek için tüketilen gıdalar uygun olarak üretilmeli, hazırlanmalı ve satışa sunulmalıdır. (<http://www.yasamicingida.com>). İnsanların beslenme ihtiyaçlarını karşılayacakları işletmelerin hizmet ve kalite konusunda uygun koşullarda olmasını istemesi olağan bir durumdur. Gıda sektöründe gıda üretiminin sürdürülebilirliği ve etik üretim yapılması tüketiciler yönünden önemli bir hal almıştır. Sunulan gıdaların tüketiciye ve topluma zarar vermeyecek şekilde sunulması zorunluluktur (www.besfin.com).

Köster (2009), yeme-içme ve yiyecek seçme süreci ilk bakışta basit bir süreç gibi görünse de bu seçim süreci oldukça farklı unsurlardan etkilenebilmektedir. Yiyecek seçmek insan davranışları üzerine kurulmuş karmaşık bir konudur. Turistler gezerken ne yiyeceklerini ve nerede yiyeceklerini düşünürken çok fazla zaman harcamaktadırlar. Turistlerin yemek seçme aşamasında ikiye ayrıldığı söylenebilir. Bazıları pahalı restoranları seçerken bazıları da yöresel ve yerli halkın tercih ettiği restoranları seçmektedir. İnsanların sosyal statüsü de yiyecek seçimlerini etkilemektedir. Çünkü, yemek yemek açlık ihtiyacını karşılamanın ötesinde bir eylemdir. İnsanlar kendilerini daha iyi hissedebilmek ya da boş zamanlarını eş, dost, arkadaşlarıyla paylaşabilmek için de beraber yemek yemeyi tercih etmektedirler (Rodríguez, Arauz ve ark., 2016, akt. Seder, 2017, s. 2). Yiyecek içecek işletmeleri müşterilerinin beklentilerini karşılayacak şekilde hizmet sunduğunda, onlara eşsiz deneyimler yaşattığında, güvenli gıdalar ve güvenli bir ortam sunduğunda müşterilerin tekrar ziyaret etme niyetide olumlu yönde olacaktır.

Dünya çapında teknolojiye görülen büyük gelişmeler insanların dünyayı gezme merakını başlatmıştır. Bu merak beraberinde yeni yerler keşfetme, yeni kültürler tanıma, yeni lezzetler tatma isteğini doğurmuştur. Dolayısıyla bu meraklarını gidebilmek adına insanlar sürekli olarak hareket halindedirler. Bu hareketlilik milletlerarası olduğu gibi yurtiçi geziler şeklinde de görülebilmektedir. Yöresel yiyecekler ve yemek kültürü bir ülkenin kültürel değerleri arasında yer almaktadır. Yemek kültürü o ülke turizmini geliştirmede önemli bir unsurdur (Kızılcık, 2016, s. 1).

Araştırmanın temel amacı KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinden hizmet talep eden turistlerin gıda güvenliği bilgisinin tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkisinin olup olmadığını ortaya çıkarmaktır. Buna bağlı olarak araştırma sonucunda ulaşılabilecek sonuçların KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerine tekrar ziyareti artırmaya yönelik hizmet vermeleri konusunda yardımcı olabileceği düşünülmektedir. Aynı zamanda bu çalışmayla yiyecek içecek hizmeti veren KOBİ nitelikli işletmelerin gıda güvenliği konusundaki tutumlarıyla müşteri beklentilerine karşı ne yönde dikkat etmesi gerektiğinin gösterilmesi hedeflenmiştir. Literatüre bakıldığında KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinde gıda güvenliğinin turist perspektifinden değerlendirilmesi ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerine yapılan herhangi bir araştırma bulunmamaktadır. Bu bağlamda da literatüre zenginlik katması beklenmektedir.

Bu kapsamda tez çalışması üç ana bölümde oluşmaktadır. Birinci bölümde turist, turist davranışları, KOBİ, yiyecek içecek işletmeleri ve tekrar ziyaret etme niyeti ile ilgili kavramlar yer almaktadır. İkinci bölümde gıda güvenliği, KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinde gıda güvenliği ve hijyen konu başlıklarına yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise "KOBİ nitelikli yiyecek ve içecek işletmelerinde gıda güvenliği bilgisinin tekrar ziyaret etme niyetine yönelik araştırma" verilerinin anket sonuçları yorumlanarak değerlendirilmiştir.

ARAŞTIRMNIN KONUSU

Gıda, insanoğlunun hayatını devam ettirebilmesi için gerekli en temel ihtiyaçların ilk sırasındadır. İnsanların ihtiyaçlarını kaliteli bir şekilde seçme ve sağlayabilme özgürlüğü vardır. Gıda seçimine duyulan duyarlılık da gıda güvenliğiyle aynı derecede önemlidir. Kaliteli gıda kaliteli yaşam anlamına gelmese de kaliteli ve güvenli gıda tüketimi bu yola ulaşmada önemlidir. Dolayısıyla insan hayatında güvenilir gıdanın yeri oldukça büyüktür. Gıda güvenliği, toplumun sağlığını tüketilen besinlerden doğan tehlike ve risklere karşı koruyabilmektir. Gıda güvenliği insanoğlunun yaşam kalitesini artırmak için ekonomik, sağlıklı, yeterli, güvenilir ve besleyici gıdalara erişebilme yoludur (Beyaz, 2013, s. 70).

Seyahate çıkmış bir turistin beklentileri arasında lezzetli yemekler yemek ve güvenilir gıda satın almak vardır. Gıda güvenliği hukuki bir sorumluluk olmakla birlikte müşteri memnuniyetini etkileyerek işletmenin tekrar ziyaret edilmesini sağlayan önemli bir faktördür. Bir yiyecek içecek işletmesi, ne kadar lezzetli yiyecek ve içecekler hazırlayıp sunum yapsa da gıda güvenliği konusunda ödün verdiği anda tercih edilen ve tekrar ziyaret edilen bir yer olması mümkün değildir (Sünbül, 2018, s.17).

Son yıllarda turizm endüstrisi açısından önem teşkil eden konulardan biride, turistlerin bir yiyecek içecek işletmesini tercih etmesinin altında yattığı sebepleri ortaya çıkarmaktır. Turistleri tekrar ziyaret etmeye iten motivasyonlar tespit edildiğinde arzu ve gereksinimleri de en iyi şekilde karşılanabilecektir. Tatmin olan ve memnuniyet düzeyi yüksek olan bir turist aynı işletmeyi tekrar ziyaret etme niyeti artmış olur ve çevresinde bulunan kişilere tavsiyede bulunur. Dolayısıyla tekrar ziyaret etme niyetini sağlamak için ilk önce turistlerin arzu ve gereksinimlerinin ne olduğu belirlenmelidir. Daha sonra memnuniyet derecelerinin yükseltilmesi ve ardından da aynı işletmeyi tekrar ziyaret etmeleri sağlanmalıdır (Çetin, 2015, s. 50).

Bu araştırmanın konusunu, KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinden hizmet talep eden yerli turistlerin gıda güvenliği bilgisinin tekrar ziyaret etme niyetine etkisi oluşturmaktadır. Buna bağlı olarak konuya açıklık getirilebilmesi için ilk olarak

gıda güvenliği ve tekrar ziyaret etme niyeti kavramları açıklanmıştır. Daha sonra ise bu konuların birbirlerini etkileyip etkilemediği test edilmiştir.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Gıda güvenliği, gıdanın tarladan sofraya gelene kadar fiziksel ve kimyasal niteliklerini kaybetmeden, sağlıklı ve güvenilir halde tüketicilere sunulması ve alınan önlemlerin bütünüdür (Gürsoy ve ark., 2002). Hizmet sektöründe müşteri memnuniyetini artırabilmek için güvenli olmayan gıda maddelerinin tespit edilmesi ve bu maddeleri kaybedecek yöntemlerin ortaya çıkarılması oldukça önemlidir (Sünbül, 2018).

Araştırmanın temel amacı Ankara ilini ziyaret ederek KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinden hizmet talep eden yerli turistlerin gıda güvenliği bilgisinin tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkisinin olup olmadığını belirlemektir. Buna bağlı olarak araştırma sonucunda ulaşılabilecek sonuçların KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerine tekrar ziyareti artırmaya yönelik hizmet vermeleri konusunda yardımcı olabileceği düşünülmektedir. Bu ana amaçla birlikte çalışmanın alt amaçları Şu Şekilde belirlenmiştir:

- KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerini tercih eden turistlerin gıda güvenliği kavramı bilgi düzeylerinin belirlenmesi,
- KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinde gıda güvenliğinin turist perspektifinden değerlendirilmesi,
- KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinde gıda güvenliği boyutunun turistlerin tekrar ziyaret etme niyetine etkisinin belirlenmesi,
- KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinde gıda güvenliğinden kaynaklanabilecek sorunların önlenmesine destek sağlamak.

Literatür incelendiğinde turistlerin gıda güvenliği bilgisinin ve KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerini tekrar ziyaret etme niyetine yönelik çalışma bulunmamaktadır. Bu tez çalışması, turistlerin gıda güvenliği bilgisinin KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerini tekrar ziyaret etme niyetini belirlemeye yönelik konusuyla

farklılık göstermektedir. Bu bağlamda, turistlerin gıda güvenliği bilgisi ve tekrar ziyaret etme niyeti kapsamında literatüre zenginlik katması beklenmektedir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu tez çalışması, turistlerin gıda güvenliği bilgisi ile tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik bir araştırmadır. Araştırma, nicel araştırma yöntemine (sayısal) bağlı olarak değerlendirilmektedir. Araştırmada kullanılan anket ölçeği (Ek-1), Ayaz ve Acar (2018), Ayaz ve Türkmen (2019) tarafından daha önce yapılmış olan çalışmalarda kullanılmıştır. Aynı zamanda Kocatürk (2018) ve Timur (2015) yararlanılarak tekrar ziyaret etme niyeti ile ilgili ifadeler oluşturulmuştur.

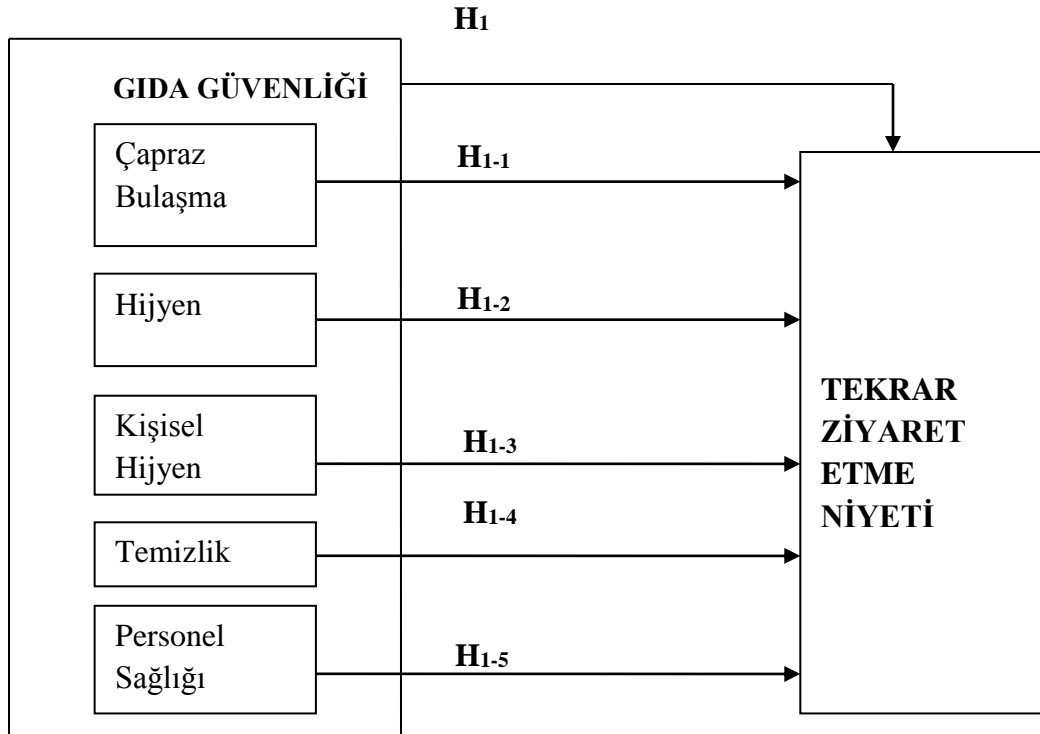
Araştırma için kullanılan anket formunda katılımcıların demografik (cinsiyet, yaş, eğitim, meslek, aylık gelir) ve diğer özelliklerinin (Ankara'yı ziyaret nedenleri, Ankara'da kalış süreleri, Ankara'yı ziyaretlerinde restoranlarda kaç kez yemek yedikleri, gıda güvenliği bilgi düzeyleri) belirlenmesi için sınıflama ölçeği; turistlerin gıda güvenliği bilgisi ve tekrar ziyaret etme niyetini belirlemek için de aralıklı ölçek ifadelerine başvurulmuştur. Gıda güvenliği ifadeleri "1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kısmen Katılıyorum, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde katılım düzeylerini belirleyen 5'li Likert ölçeği şeklinde oluşturulmuştur. Tekrar ziyaret etme niyeti ifadeleri ise, "1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kısmen Katılıyorum, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde hazırlanmıştır. Ankette gıda güvenliği ile ilgili 29 ifade, tekrar ziyaret etme niyeti ile ilgili 5 ifade, demografik ve diğer özellikler ile ilgili 10 ifade ile birlikte toplam 44 ifade bulunmaktadır. Analizler sonucunda anketin gıda güvenliği kısmından 7 ifade, tekrar ziyaret etme niyeti kısmından 1 ifade çıkarılmıştır. Ankette toplam 36 ifade bulunmaktadır.

ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ / PROBLEM

Bu araştırmada, KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinden hizmet satın alan turistlerin gıda güvenliği bilgisi doğrultusunda, işletmelerin gıda güvenliği konusundaki eksik veya olumlu yönlerinin değerlendirilmesi ve değerlendirme sonucunda turistlerin işletmeyi tekrar ziyaret edip etmeyeceklerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

Bu çerçevede "Ankara'yı ziyaret eden ve KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinden hizmet talep eden yerli turistlerin gıda güvenliği bilgisinin aynı işletmeleri tekrar ziyaret etme niyetine etkisi olup olmadığının belirlenmesi" bu araştırmanın problemini oluşturmaktadır.

Yiyecek ve içecek hizmeti talep eden turistlerin gıda güvenliği bilgisi ve işletmeyi tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkinin test edilmesi bağlamında Şekil 1'de gösterilen araştırma modeli oluşturulmuştur. Bu model çerçevesinde araştırmanın hipotezleri ise aşağıdaki gibidir:



Şekil 1. Araştırma Modeli

Araştırmanın Hipotezleri

H₁ : KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinden hizmet talep eden turistlerin gıda güvenliği bilgisi tekrar ziyaret etme niyetini etkiler.

H₁₋₁ : KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinden hizmet talep eden turistlerin çapraz bulaşma bilgisi tekrar ziyaret etme niyetini etkiler.

H₁₋₂ : KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinden hizmet talep eden turistlerin hijyen bilgisi tekrar ziyaret etme niyetini etkiler.

H₁₋₃ : KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinden hizmet talep eden turistlerin kişisel hijyen bilgisi tekrar ziyaret etme niyetini etkiler.

H₁₋₄ : KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinden hizmet talep eden turistlerin temizlik bilgisi tekrar ziyaret etme niyetini etkiler.

H₁₋₅ : KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinde hizmet talep eden turistlerin personel sağlığı bilgisi tekrar ziyaret etme niyetini etkiler.

Araştırmada öngörülen yukarıdaki hipotezlere ek olarak aşağıdaki sorulara da cevap aranmıştır:

- Yerli turistlerin demografik (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, aylık gelir, meslek) ve diğer (ziyaret nedeni, kalış süresi, seyahati boyunca restoranda yemek yeme sayısı, gıda güvenliği bilgi düzeyi) özellikleri ile tekrar ziyaret etme niyeti arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?
- Yerli turistlerin demografik (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, aylık geliri, meslek) ve diğer (ziyaret nedeni, kalış süresi, seyahati boyunca restoranda yemek yeme sayısı, gıda güvenliği bilgi düzeyi) özellikleri ile gıda güvenliği bilgisi arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

EVREN VE ÖRNEKLEM

Bilimsel araştırmalarda araştırma problemine yanıt bulmada kullanılacak olan bilgi ve veriler, araştırmanın tüm kitlesini ya da tüm kitleyi temsil eden küçük bir gruptan yola çıkılarak elde edilir. Kitlenin tamamını ele alarak veri toplanması evren (tamsayım) olarak tanımlanmaktadır. Bütün bir kitlenin sadece bir bölümünü inceleyerek toplanan verilerden kitlenin tamamına yönelik tahminde bulunmaya ise örnekleme (sampling) denilmektedir (Baştürk, 2013, s. 131).

Araştırma evrenini 2019 yılının Haziran-Eylül ayları arasında Ankara'ya gelen yerli turistler oluşturmaktadır. Araştırma alanının geniş olmasından dolayı hem zaman hem de maddi açıdan kolayda örnekleme yönteminden yararlanılmıştır. Araştırmada evren, 2018 tarihinde Ankara'yı ziyaret etmiş yerli turist sayısı olarak kabul edilmiştir. Ankara İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden elde edilen verilere göre 2018'de Ankara ilini 182.581 yerli turist ziyaret ettiği tespit edilmiştir. Örnekleme büyüklüğünün belirlenmesinde Cohen ve ark., (2002)'nin araştırma evrenindeki bireylerin sayısının 150.000 ve üzeri olması durumunda 0.95 güvenilirlikle 383 örneklemin yeterli olabileceği görüşü dikkate alınmıştır. Çalışma Ankara'ya gelen 437 turist üzerinden değerlendirilmiştir.

Tablo 1. Evren ve Örneklem Sayısı

Population	Confidence level 90 per cent			Confidence level 95 per cent			Confidence level 99 per cent		
	Confidence	Confidence	Confidence	Confidence	Confidence	Confidence	Confidence	Confidence	Confidence
30	27	28	29	28	29	29	29	29	30
50	42	45	47	44	46	48	46	48	49
75	59	64	68	63	67	70	67	70	72
100	73	81	88	79	86	91	87	91	95
120	83	94	104	91	100	108	102	108	113
150	97	111	125	108	120	132	122	131	139
200	115	136	158	132	150	168	154	168	180
250	130	157	188	151	176	203	182	201	220
300	143	176	215	168	200	234	207	233	258
350	153	192	239	183	221	264	229	262	294
400	162	206	262	196	240	291	250	289	329
450	170	219	282	207	257	317	268	314	362
500	176	230	301	217	273	340	285	337	393
600	187	249	335	234	300	384	315	380	453
650	192	257	350	241	312	404	328	400	481
700	196	265	364	248	323	423	341	418	507
800	203	278	389	260	343	457	363	452	558
900	209	289	411	269	360	468	382	482	605
1,000	214	298	431	278	375	516	399	509	648
1,100	218	307	448	285	388	542	414	534	689
1,200	222	314	464	291	400	565	427	556	727
1,300	225	321	478	297	411	586	439	577	762
1,400	228	326	491	301	420	606	450	596	796
1,500	230	331	503	306	429	624	460	613	827
2,000	240	351	549	322	462	696	498	683	959
2,500	246	364	581	333	484	749	524	733	1,061
5,000	258	392	657	357	536	879	586	859	1,347
7,500	263	403	687	365	556	934	610	911	1,480
10,000	265	408	703	370	566	964	622	939	1,556
20,000	269	417	729	377	583	1,013	642	986	1,688
30,000	270	419	738	379	588	1,030	649	1,002	1,737
40,000	270	421	742	381	591	1,039	653	1,011	1,762
50,000	271	422	745	381	593	1,045	655	1,016	1,778
100,000	272	424	751	383	597	1,056	659	1,026	1,810
150,000	272	424	752	383	598	1,060	661	1,030	1,821
200,000	272	424	753	383	598	1,061	661	1,031	1,826
250,000	272	425	754	384	599	1,063	662	1,033	1,830
500,000	272	425	755	384	600	1,065	663	1,035	1,837
1,000,000	272	425	756	384	600	1,066	663	1,036	1,840

Kaynak: Cohen, Manion ve Morrison, 2002:104.

KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER

Araştırma yapılırken zaman ile maliyet unsurlarına dikkat edilmiştir. Araştırma kapsamı; bölge, incelenen turist grubu ve araştırma yapılan dönem açısından sınırlandırılmıştır. Ankara ilini ziyaret eden yerli turistlerin gıda güvenliği bilgisi doğrultusunda KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerini tekrar ziyaret etme niyetinin incelendiği çalışmamızda, sınırlılıklar şöyle belirlenmiştir:

- Bu araştırma Ankara ilini ziyaret eden yerli turistlerden edinilen bilgilerle sınırlıdır.
- Araştırma, yerli turistlerin gıda güvenliği bilgisinin tekrar ziyaret etme niyetine etkisini belirlemek için anket ölçeği ile sınırlıdır.
- Araştırma, Haziran-Eylül 2019 tarihleri arasında Ankara'daki KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinden hizmet talep eden yerli turistlerin görüşleri ile sınırlıdır.
- Araştırmanın kuramsal çerçevesi ulaşılabilen yerli ve yabancı kaynaklar ile sınırlıdır.

Araştırmada karşılaşılan güçlükler ise; turistlerin anket uygulamasına karşı olumsuz tepkileri ve anketi gerektiği gibi doldurmamalarıdır. Yiyecek içecek işletme sahiplerinin ise, müşterilerinin rahatsız olacaklarını düşünüp işletmelerinde anket doldurulmasına sıcak bakmaması şeklindedir. Araştırma sonuçlarının değerlendirilme aşamasında yukarıda bahsedilen sınırlılıkların ve güçlüklerin göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİST, KOBİ, YIYECEK İÇECEK İŞLETMELERİ , TEKRAR ZİYARET ETME NİYETİ VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

1.1.Turist

Turizmin en temel unsuru turisttir. Belli bir ülkeye ya da bölgeye yaşadığı yerden en az yirmi dört saat ayrı kalmak şartıyla giderler. Gezip-görmek, eğlenip-spor yapmak, kültürel-sosyal gereksinimlerini gidermek amacıyla hareket eder ve gittiği yerde maddi harcamalar yaparlar. Bu kişiler turist olarak tanımlanır (www.turkebilgi.com). Bu tanımdan yola çıkarak turistler yerli ve yabancı olmak üzere ikiye ayrılmaktadır:

1.1.1. Yabancı Turist

Sürekli ikamet ettiği ülke dışında başka bir ülkede, 24 saatten fazla kalırlar. Gittikleri ülkedeki konaklama tesislerinde bir gece konaklamak zorundadırlar. Kültürel faaliyet, aile ziyareti, eğitim ve eğlence gibi çeşitli nedenlerle seyahat ederler. (www.turizmnotlari.blogspot.com).

1.1.2.Yerli Turist

İkamet ettiği ülke sınırları içinde bulunmak şartıyla yaşadığı yerden yirmi dört saat ayrı kalırlar. Gezip-görmek, eğlenip-spor yapmak, kültürel-sosyal gereksinimlerini gidermek amacıyla hareket ederler. Gittikleri yerde maddi harcamalar yaparlar.

Turizm denince akla ilk gelen kavram turisttir. Olaya direkt olarak katılarak yön veren ve turizm hareketliliğinin belirleyicisidir. Dolayısıyla kişilerin turist sayılabilmeleri için belli başlı özelliklerinin olması gerekmektedir. Bu özelliklerin başında turist, gittiği destinasyonda daimi yaşamayı düşünmez, ailevi ilişkiler, inanç, eğlenme ve dinlenme, sağlık ve boş zamanını değerlendirmek için maddi kazanç sağlamayı beklemeden seyahat eder; idari, diplomatik, bilimsel ve sportif nedenlere bağlı olarak toplantılara katılmak amacıyla yer değişikliği yapar; psikolojik tatmin arayışında olur ve bu tatmini sağlamak için yeterli maddi güce ve boş zamana sahip tüketici davranışı sergiler. Aynı zamanda ticaret yapmak için yolculuğa çıkmış ve 24

saatten az kalsalar dahi gemi ile yolculuk eden kişilerde turist sayılırlar (Usta, 2009, s. 9).

Turist sayılmayan kişiler ise; kendi ülkeleri dışında başka bir ülkeye çalışmak için gelenler, yine kendi ülkeleri dışında başka bir ülkeye yaşamak için gelenler, öğrenciler (yıl bazında 6 aydan uzun kalınırsa), ülkelerin sınır bölgelerinde yaşayanlar ya da yaşadıkları ülkeden komşu ülkeye iş için gelenler, bir ülkede mola vermeden beklemeden geçenler (<http://www.kulturelbellek.com>).

1.2.Turist Davranışları

Kainattaki tüm canlılar hayatlarının devamını sağlayabilmek için ve sağlıkları adına tüketim yaparlar. İnsanlar hem zorunluluktan hem de zevkleri doğrultusunda tüketim yaparlar. Yapılan bu tüketim ekonomiyi, ticareti ve sosyal çevreyi bünyesinde barındırarak gerçekleştirilmektedir (Sirgy, 1982, s. 287).

Tüketici davranışlarının, davranış bilimleri kapsamında bir çok kavram ve kuramlarla açıklanmaya çalışıldığı görülmüştür. Açıklaması ise; tüketici davranışlarının ana kaynağını oluşturan bireylerin çevre ile arasındaki etkileşim süreci olarak yapılmıştır. Tüm düşüncelerin, duyguların ve ya eylemlerin insan davranışının bir parçası olduğu bilinmektedir. Bu durumda, tüketicinin pazar ile ilgili davranışlarını da davranış bilimleri ya da insan davranışları kapsamında incelemek gerekmektedir (Odabaşı, 1996, s. 8; akt. Papatya, 2005, s. 1).

Tüketici davranışları; bireylerin şahsi gereksinme veya diğer insanların gereksinmelerini karşılayabileceklerini düşünerek mal ve hizmeti değerlendirme, araştırma, satın alma, kullanma ve vazgeçme gibi fiziki eylemleri ve bu eylemleri etkileyen karar verme evrelerini içinde barındırır (Bozkurt, 2004, s. 92; akt. Yağcı ve İrarslan, 2010, s. 138). Tüketici davranışlarıyla ilgili önemli özellikler ve varsayımların başlıcaları şunlardır; tüketici davranışı süreci hareketlidir. Bu süreç gereksinimin doğması, tercihte bulunma, satın alım ve kullanma evrelerinden oluşmaktadır. Tüketici davranışı karar süreci üç aşamadan oluşur bunlar; satın alma öncesi, esnası ve sonrasıdır. Tüketici davranışlarının karmaşık bir yapısı olmakla beraber zamana göre farklılık göstermektedir. Bu süreçte farklılaşmış roller söz konusudur. Tüketici davranışları çevresel faktörlerden çok çabuk etkilenebilmektedir ve tüketici davranışının kişilere göre farklılaştığı görülmektedir. Demografik, psikolojik, sosyal,

kültürel ve durumsal faktörlerden de etkilenir. Bu faktörlere ek olarak pazarlama çabaları da tüketicinin satın alma davranışında etkilidir (İşlek, 2012, s. 80).

1.3.KOBİ

Gıda sektörünün, Cumhuriyet'in kuruluşundan bu yana hızını kaybetmeden gelişen sektörlerden biri olduğu söylenebilir. Devlet ilerleme dönemindeyken gıda endüstrisinde büyük ölçekli işletmeler kurmuş ve oldukça fazla yatırımlar yapmıştır. Bu işletmeler, Kamu İktisadi Teşebbüs'ler şeker, çay, tütün, alkollü içecekler, et ve süt ürünleri imalatı yapmışlardır. O dönemde artmış kamu yatırımları ve büyük devlet kuruluşlarının varlığına rağmen, gıda sanayisinde küçük ölçekli ve bağımsız üreticiler de varlıklarını sürdürebilmişlerdir (www.kobidestekmerkezi.wordpress.com).

Gıda endüstrisinin gelişmesinde; nüfustaki yoğunlaşma ve şehirleşme, gıda bilimi ve gıda teknolojisindeki gelişmeler, yiyecek ve gıda hijyeninin öneminin daha da artması, yemek yeme alışkanlıklarında meydana gelen değişimler, dış pazara açılma, dağıtım ve pazarlama sürecindeki yenilikler oldukça önemli rol oynamaktadır (Arıkan, 2014, s. 6)

Toplumlarda KOBİ'lerin öneminin, sanayileşme sonrası fazlasıyla arttığı görülmektedir. KOBİ'ler, evrenselleşme ile eşit bir şekilde dünyada yaşanan değişime ayak uydurmuştur. Buna bağlı olarak uyumlu, elastik, hareketli, kreatif, yenilikçi, sade, krizlere olan dayanıklı yapıları sayesinde 1980 sonrasında ekonominin vazgeçilmezi olmuştur (Özdemir, Ersöz, ve Sarıoğlu, 2011, s. 174). KOBİ'ler ekonomik büyümenin bir parçası olarak görülmüştür. Bununla beraber büyük işletmelerin yerini almaya başlamışlardır. KOBİ'lerin büyük işletmeler gibi fazla çalışanı yoktur ve pazar payı-satış tutarlarına sahip de değillerdir (Kılıçer, 2013, s. 142).

Literatür incelendiğinde KOBİ'lerin finansal yönlerinin ve finansal sorunlarının ele alındığı görülmektedir.

1.3.1.KOBİ Tanımı

Küçük ve orta büyüklükteki işletmeler için KOBİ kısaltması kullanılmaktadır. Bir işletmenin KOBİ sayılabilmesi, düzenleme, teşvik ve bağışlardan yararlanabilmesi

için yapısal ve parasal unsurları resmi KOBİ kriterlerini taşıyor olmalıdır. Türkiye'de KOBİ'ler için bir çok kurum tanım yapmıştır. Bu tanımlar şu şekildedir:

-KOSGEB'in yapmış olduğu tanım: *"imalat sanayi sektöründe 1-50 arası işçi çalıştıran sanayi işletmeleri küçük sanayi işletmelerini; 51-150 arası işçi çalıştıran sanayi işletmeleri orta ölçekli sanayi işletmelerini ifade eder."*

-Türkiye Halk Bankası: *"teşvik belgeli işletmelerde iş gören sayısı 1-150 arası olup, sabit yatırımları 100 Milyar TL'yi aşmayanları; normal KOBİ'lerde ise iş gören sayısı 1-250 arası olup, toplam makine ve ekipmanlarının kayıtlı net değeri 400 Milyar TL'yi aşmayanları KOBİ olarak değerlendirmektedir."*

-2429 sayılı KOBİ Teşvik Kararnamesi: *" İmalat ve tarımsal sanayi sektöründe faaliyette bulunan işletmelerden; kanuni defter kayıtlarında arsa ve bina hariç, makine ve teçhizat, tesis taşıt araç ve gereçleri, döşeme ve demirbaşları toplamının net tutarı 400 milyar TL'yi geçmeyen işletmelerde; "1 ile 9 arası iş gören çalışanlar mikro ölçekli, 10 ile 49 arası iş gören çalışanlar küçük ölçekli, 50 ile 250 arası iş gören çalışanlar ise orta ölçekli sınıfa girmektedir."* şeklindedir (www.mevzuatdergisi.com).

1.3.2.Türkiye'de KOBİ'ler

Türkiye'de Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) Tanımı ve Nitelikleri Belirleyen Yönetmelik, güncellenmiş ve 24 Haziran 2018 tarihli resmi gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir (www.kanalfinans.com).

Küçük ve Orta Büyüklükte İşletme (KOBİ): Çatısı altında yıl bazında 250'den az kişi çalışır. Yıllık gelir veya mali bilançosundan herhangi birisi kırk milyon TL'yi aşmaz. Yönetmelikte mikro, küçük ve orta büyüklükteki işletmeler adını alan ekonomik birim veya girişimler olarak ifade edilir. Bu tanım doğrultusunda KOBİ'ler şu şekilde sınıflandırılmaktadır;

Tablo 2.KOBİ'lerin Sınıflandırılması

Kriter	Mikro Ölçekli KOBİ	Küçük Ölçekli KOBİ	Orta Ölçekli KOBİ
Çalışan personel sayısı	< 10	< 50	< 250
Yıllık net satış hasılatı	≤ 3 Milyon TL	≤ 25 Milyon TL	≤ 125 Milyon TL
Yıllık mali bilanço	≤ 3 Milyon TL	≤ 25 Milyon TL	≤ 125 Milyon TL
Toplam			

Kaynak: www.kobi.org.tr

a) Mikro işletmelerin tanımı; çatısı altında maksimum on kişi çalışan ve yıllık gelir veya mali bilançosundan herhangi biri bir milyon TL'den fazla olmayan işletmeler olarak yapılmaktadır.

b) Küçük işletmelerin tanımı; çatısı altında maksimum elli kişi çalışan ve yıllık gelir veya mali bilançosundan herhangi birisi sekiz milyon TL'den fazla olmayan işletmeler olarak yapılmaktadır.

c) Orta büyüklükteki işletmelerin tanımı ise; çatısı altında maksimum ikiyüzelli kişi çalışan ve yıllık gelir veya mali bilançosundan herhangi birisi kırk milyon TL'den fazla olmayan işletmeler olarak yapılmaktadır (www.kobi.org.tr).

1.3.2.1.Türkiye Ekonomisi İçinde KOBİ'lerin Yeri ve Önemi

KOBİ'ler, ülkemizde işletmelerin %99,77'sini ve toplam katma değer %55'ini oluşturmaktadır. Toplam istihdamında %78'ini KOBİ'ler karşılamaktadır. Toplam satışlarda %65,5 ve toplam yatırımlarda %50 etkileri vardır. KOBİ'ler toplam ihracatın %60,1'ini, toplam kredilerin %24'ünü gerçekleştirmektedir. Rakamlardan anlaşıldığı üzere KOBİ'lerin Türkiye ekonomisindeki önemi apaçık görülmektedir (www.anahtar.sanayi.gov.tr).

KOBİ'lerin büyük işletmelerden bağımsız olarak ele alınması 1990 yılından sonra olmuştur. Dünyada yaşanan hızlı gelişmelere bağlı olarak meydana gelen talepler doğrultusunda KOBİ'lerin uyumlu etkileri, elastik imalat yapıları, bölgesel kalkınma önemleri, işsizliğin azaltılması ve ekonomik, sosyal kalkınmaya yarar sağladıkları görülmektedir (Erdil ve Kalkan, 2005). Bu sebepler ele alındığında, KOBİ'lerin doğup büyüüp ve hayatlarını devam ettirebilmeleri için taktikler

geliştirmesi gerekmektedir. Dolayısıyla ÷lkelerin KOBİ'lerin rekabet güçlerini artırması için KOBİ'lere teşvik ve destek vermesi gerekmektedir (Yeni, 2018, s. 13).

1.3.2.2. Avrupa Birliğinde KOBİ'ler

Avrupa Birliği, KOBİ tanımları konusunda karışık olmaması için yeni bir tanım yapmıştır. Konsey kararı kapsamında yapılan tanım; çalışan sayısını, bilanço büyüklüğünü ve bağımsızlık ifadelerini içermektedir. (Bağımsız işletmeler; sermayelerinin veya hisse senetlerinin %25 ya da daha fazlasını bir işletme tarafından üstlenilmemiş, sermayesi küçük ve orta büyüklükteki işletme tanımı dışında tutulan kuruluşlardan meydana gelmemiş olan işletmelerdir.)

- a) Mikro Ölçekli İşletmeler; maksimum 10 kişi çalıştırır ve bağımsızlık kriterini taşır,
- b) Küçük Ölçekli İşletmeler; maksimum 50 kişi çalıştırır, yıllık cirosu 5 milyon EURO'yu aşmaz, yıllık bilanço değeri 2.2 milyon EURO'yu geçmez ve bağımsızlık kriteri taşır,
- c) Orta Ölçekli İşletmeler ise; 50-250 işçi çalıştırır ve yıllık cirosu 20 milyon EURO'nun altında, yıllık bilanço değeri 10 milyon EURO'yu aşmaz ve bağımsızlık kriterlerini taşır (www.danismend.com).

1.3.2.3. KOBİ'lerin Zayıf Yönleri

KOBİ'lerin zayıf yönlerine bakıldığında dikkat çeken unsurların başında satışlarda meydana gelen iniş çıkışlardan ve olumsuz rekabet şartlarından etkilenmesi göze çarpmaktadır. KOBİ'ler karar alma aşamasında tek yöneticiye bağlıdır dolayısıyla özgürlüklerinden olma ve çökme riski taşırlar. Örgüt içi yapısal yetersizlikleri olduğu gibi parasal yönden de gerekli olan miktarı tedarik ederken zorlanırlar. Pazarlamaya yalnızca satış yönünden bakılır. Yönetim, muhasebe ve üretim konusunda fazla yeterli olmadıkları görülmektedir (Dinçer ve Fidan, 1991, s. 71; www.mevzuatdergisi.com).

KOBİ'lerin işbirliği yapma ve verimliliği sağlamada da eksiklikleri vardır. İletişim açısından teknolojik enformasyon araçları yaygın bir şekilde kullanılmamaktadır. KOBİ yöneticilerinin ve çalışanlarının eğitim seviyesi ve kalitesi

beklenenin altındadır. Bu işletmelerde modern pazarlama teknikleri kullanılmamaktadır (www.wise.tv/blog).

1.3.2.4.KOBİ'lerin Üstün Yönleri

KOBİ'lerin üstün yönlerine bakıldığında dikkat çeken unsurların başında, esnek bir yapıda olup kolay uyum sağlamaları ve yeniliklere açık olmaları gelmektedir. KOBİ'ler düşük girdilerle yüksek çıktılar alabilmektedirler. Gelişmiş insani ilişkilere ve örgütsel iklime sahiptirler. Üretimde oluşan boşlukları kendi bünyesindeki diğer bölümler aracılığıyla anında doldurabilmektedirler. Bireysel tasarrufların teşvikinde yardımcıdırlar ve büyük işletmelere lazım olan temel materyalleri daha çabuk üretirler. KOBİ'ler rekabetin teşvikinde de yardımcıdırlar ve bölgelerarası dengeli kalkınmaya katkıda bulunurlar. KOBİ'lerde pazar alanı dardır. Dolayısıyla hızlı karar vererek rekabet fırsatı yaratmayı sağlarlar (Dinçer ve Fidan, 1991, s. 71; www.mevzuatdergisi.com). Yüksek öz sermaye oranı ile çalışırlar. KOBİ'ler finansal krizlere karşı daha az duyarlıdır. Dinamik yapısıyla ülke ekonomisinde oldukça önemli yer tutmaktadır (www.wise.tv/blog).

1.4.Yiyecek ve İçecek İşletmeleri

İlk defa dışarıda yemek yeme deneyimi, büyük olasılıkla başkalarına misafir olmayla gerçekleşmiştir (Beardsworth ve Keil, 2011, s. 172). İnsanların yaşam alanlarının dışında kalan yerlerde yemek yemeye karar vermeleri oldukça önemli bir süreçtir. Bu süreç insanların dışarıda yemek yeme amaçları doğrultusunda ilerlemektedir. İnsanları dışarıda yemeye yönlendiren farklı amaçlar vardır. Her insanın dışarıda yemek yeme amacı farklılık göstermektedir. Bu amaçlardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Tablo 3. Dışarıda Yemek Yeme Amaçları ve Boyutları

Açlığı giderme	Fizyolojik
Yenilik arayışı	Psikolojik
Eğlence	Psikolojik/sosyal
Mutluluk	Psikolojik
Ruh halinde iyileşme	Psikolojik
Haz	Psikolojik
Kolaylık(evde yemek hazırlamaktan kaçınma)	Ekonomik
Zaman tasarrufu	Ekonomik
Sosyal etkileşim(yeni insanlarla tanışma)	Sosyal
Aile/arkadaşlarla birlikte olma	Sosyal
Statü	Sosyal
Prestij	Sosyal

Kaynak: Özdemir, 2010, s. 221.

Kişilerin dışarıda yemek yeme amaçları dışarıda yemek yeme gereksinimini meydana getirmektedir. Ekonomik durumu dışarıda yemek yemeye elverişli tüketiciler bu gereksinimlerini gidermek için yeme-içme işletmelerini tercih etmektedirler. Dışarıda yemek yemeye karar vermiş tüketicileri beklemekte olan iki unsur bulunmaktadır. Bu karar unsurlarından biri ne yiyeceği diğeri ise nerede yiyeceğidir (Özdemir, 2010, s. 221).

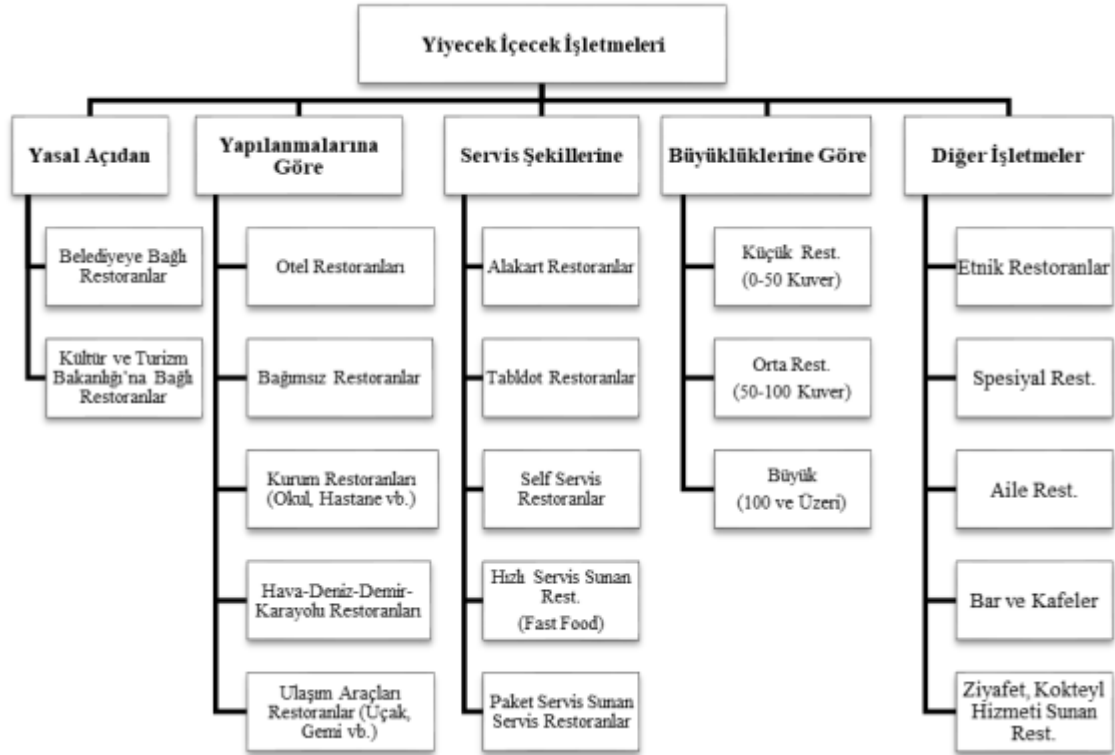
Yiyecek içecek işletmelerinin tüketicilere sağladığı iki önemli fayda bulunmaktadır. Bunlardan ilki ürün ve hizmetin hazırlanması ikincisi ise sunumudur. Ürünün temelini oluşturan unsur yiyecektir. Müşterinin tükettiği yemekten memnun kalıp o yemeği tekrar tatmak arzusu, tekrar satın alma niyetine yarayan hayati bir önem taşımaktadır (Lundberg ve Walker, 1993).

Yiyecek ve içecek işletmeleri, yapısı, teknik donatımı, rahatlığı ve bakım durumu gibi maddesel, sosyal değeri ve personelin hizmet kalitesi gibi özellikli elemanları ile kişilerin beslenme gereksinimlerini karşılayan bir meslek grubudur. Hizmet sektörü denildiğinde, daha çok kar amacı elde etme doğrultusunda hareket eden konaklama ve yiyecek işletmeleri aklımıza gelmektedir. Fakat, günümüzde bu kavram insanların değişik sebeplerden ötürü ev dışında oldukları esnada onlara

barınma ve yiyecek hizmetleri sunan kurum ve kuruluşları çatısı altında barındırmaktadır (Karakaş, Çiçek ve Ercan, 2015, s. 1272).

1.4.1.Yiyecek İçecek İşletmelerinin Sınıflandırılması

Yiyecek içecek işletmeleri sınıflandırılırken farklılıklar göstermektedir. Bu farklılıkların oluşmasında ülkelere göre ortaya çıkan değişiklikler etkilidir. Fakat belli başlı özellikler birbiriyle benzerlik göstermektedir. Sınıflandırmalarda kıtalararası farklılıklar da meydana gelebilmektedir. Ancak, günümüze kadar yiyecek-içecek işletmeleriyle alakalı yapılan araştırmalarda bu konu üzerinde fazla durulmamıştır. Yiyecek-içecek işletmeleri Türkiye'de genellikle Kültür ve Turizm Bakanlığı yerine Belediyelere bağlı bulunarak faaliyet göstermektedirler. Açık bir ifadeyle, Türkiye'de yiyecek- içecek işletmeleri yasal açıdan sınıflandırmaya tabi olarak faaliyetlerini sürdürmektedirler (Kızıleli, 2018, s. 43). Yiyecek içecek işletmelerinin sınıflandırılması şu şekilde yapılabilir:



Şekil 2.Yiyecek İçecek İşletmelerinin Sınıflandırılması(Denizer, 2012, s. 6).

1.4.1.1. Yasal açıdan yiyecek-içecek işletmeleri

a) Turizm işletme belgeli yiyecek-içecek işletmeleri (Turizm Bakanlığında işletme belgesi alınır ve daha sonra faaliyete geçer, denetimleri yine Bakanlıkça yapılır)

1- Lokantalar

- Lüks lokantalar
- Birinci sınıf lokantalar
- İkinci sınıf lokantalar
- Üçüncü sınıf lokantalar

2- Kafeteryalar

3- Barlar

b) Belediye belgeli yiyecek-içecek işletmeleri (Bu işletmelerin kuruluşları esnasında gerekli izinler bağlı buldukları belediyeden alınır ve denetimleri belediyeler tarafından yapılır. Sınıflandırılması da belediyeler tarafından yapılır (Çetiner, 2010, s. 17-18).

1.4.1.2. Yapılanmalarına göre yiyecek içecek işletmeleri

- Otel restoranları
- Bağımsız restoranlar
- Kurum restoranları
- Hava-deniz-demir-kara yolu restoranları
- Ulaşım araçları restoranlar (uçak, gemi)

1.4.1.3. Servis şekillerine göre yiyecek içecek işletmeleri

- Alakart (kart usulu) restoranlar
- Tabldot restoranlar
- Self servis restoranlar
- Fast food restoranlar
- Paket servis sunan restoranlar

1.4.1.4. Büyüklüklerine göre yiyecek içecek işletmeleri

a. Küçük Ölçekli İşletmeler (0-50 Kuver)

- Ayaküstü restoranlar,

- Tavuk/Piliç restoranlar,
- Unlu mamul işletmeleri,
- Pastaneler,
- Pizza restoranlar,
- Sandwich büfeleri,
- Deniz ürünleri restoranları.

b. Orta Ölçekli İşletmeler (50-100 Kuver)

- Kafeteryalar,
- Ayaküstü restoranlar,
- Aile tipi restoranlar,
- Otel restoranları,
- Izgara restoranları,
- Özel yemek restoranları.

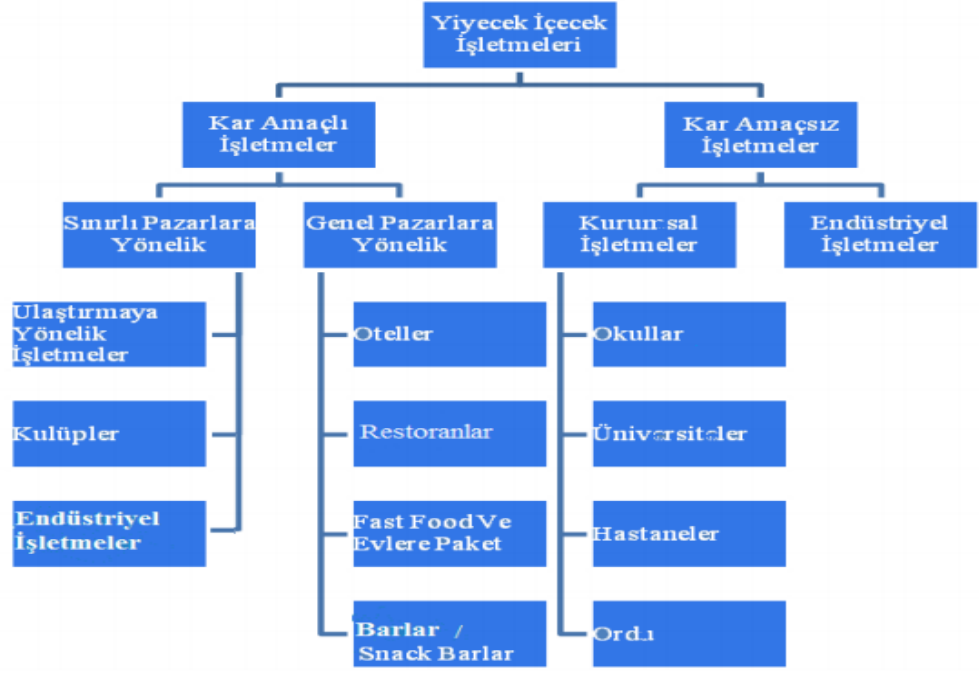
c. Büyük Ölçekli İşletmeler (100 ve üzeri Kuver)

- Rezervasyonlu restoranlar,
- Otel restoranları,
- Özel yemek restoranlarıdır (Goldman, 1993, s. 61).

1.4.1.5. Diğer işletmeler

- Etnik restoranlar
- Spesiyal restoranlar
- Aile restoranları
- Bar ve kafeler
- Ziyafet, kokteyl hizmeti sunan restoranlar (Denizer, 2012, s. 6).

Bu sınıflandırmalara dahil ayrıca yiyecek içecek işletmeleri amaçlarına yönelikte sınıflandırılmıştır. Amaçlarına göre sınıflandırılmış yiyecek-içecek işletmelerini ise;



Şekil 3. Yiyecek İçecek İşletmelerinin Amaçlarına Göre Sınıflandırılması
(Bucak, 2012, s. 13).

1.4.1.6. Kar Amaçlı (Ticari Amaçlı) İşletmeler

Kar amaçlı yiyecek-içecek işletmelerinin, asıl amaçlarının kâr elde etmek olduğu bilinmektedir. Amaç; kârı olabildiğince yukarı çıkarmaktır. Bu işletme türlerine yalnız özel mülkiyetle değil kamu mülkiyetinde de rastlanmaktadır (Bucak, 2012, s. 14).

Ticari amaçlı yiyecek içecek işletmelerinin kapsadığı alan çok geniştir. Bundan dolayı, tek bir sınıfta değerlendirilemezler. Bu işletmeler küçük ünitelerden oluşmakta ve küçük ölçeklerde imalat yapmaktadırlar. Bu geniş kapsamlı işletmeler genel olarak restoranlar, barlar, konaklama işletmelerinde yer alan yiyecek içecek üniteleri, kantin ve kafeteryalar ve diğer yiyecek-içecek işletmelerinden oluşmaktadır (Kızıleli, 2018, s. 24).

1.4.1.6.1. Sınırlı Pazara Yönelik Kar Amaçlı Yiyecek-İçecek İşletmeleri

Yiyecek-içecek endüstrisinde faaliyet halinde bulunan işletmelerin hepsi, tüm pazara hitap etmeyebilir. Bu duruma sebep olarak işletmelerin buldukları çevre ya da hitap edilen müşteri kitlesi söylenebilir. Otobüs garlarında, hava alanlarında, tren ve

gemilerde verilen yiyecek ve içecek hizmetleri bu kapsamda sınıflandırılabilir. Ulaşım sektöründe yiyecek-içecek hizmetlerinde belirli bir sosyo-ekonomik pazar mevcut değildir (Bucak, 2012, s. 14).

-Ulaştırılmaya Yönelik İşletmeler: Ulaşım sektöründe bulunan yiyecek-içecek işletmelerinin özellikleri farklılık göstermektedir. Örneğin, otobüs garlarında sade restoranlar bulunurken, uluslararası havalimanlarında ki işletmeler lüks ve kapsamlıdır (Kızıleli, 2018, s. 25). Ulaşım sektöründe yer alan işletmeler, diğer yiyecek-içecek işletmelerine göre farklılık arz etmektedir. Bu tür işletmelerde aynı anda çok sayıda müşteriye hizmet sunulması beklenmektedir. Örneğin; uçakta belirli sayıda öğün için yeterli yiyecek ve içecek temini sağlandığından herhangi bir nedenle müşterilere bu yemek verilmezse, alternatif sunmak hemen mümkün olmayabilir. Hizmet alanındaki fiziksel koşullar yüzünden yiyecek-içecek servisi özellikle zor olabilir (Çetiner, 2010, s. 23).

-Kulüpler: Bu işletmeler sadece kaydı olan üyelerine yiyecek içecek hizmeti sunarlar. Bu işletmelerden en önemlileri iş adamlarına hizmette bulunan kulüplerden (Rotary, Lions, Tüsiad, vb.) politik kulüpler, sosyal kulüpler ve spor kulüpleridir. Şehir kulüpleri, ticaret odası veya sanayi odası gibi kulüplerde yiyecek içecek hazırlama birimleri yoksa, bu hizmeti otel ya da restoranlardan da hazır olarak temin edebilmektedirler (Kızıleli, 2018, s. 25).

-Endüstriyel İşletmeler: Sınai işletmelerde yeme-içme hizmetlerinin hususiyetine göre mutfak ve servis bölümleri düzenlenmelidir. İhtiyacı karşılayacak nitelikte teçhizat, malzeme ve çalışan bulundurulmalıdır. Bu işletmelerde içecek ihtiyacını ve atıştırmalık yiyecek servisinin karşılanması açısından otomatik satış makineleri bulundurulabilir (Bucak, 2012, s. 21).

1.4.1.6.2. Genel Pazara Yönelik Yiyecek-İçecek İşletmeleri

Genel pazarlara yönelik yiyecek içecek işletmelerinin sınıflandırılması aşağıdaki şekilde yapılabilir;

-Oteller: Otellerde bulunan yiyecek içecek hizmetleri çeşitlilik yönünden zengindir. Self servisten, açık büfe hizmetlere, garsonlu, gümüşlü servislere kadar oldukça çeşitliliğe sahiptir. Otellerin yiyecek içecek bölümü kapsamına; alakart restoran, açık

büfe restoran, banket salonları, lobby bar, pool bar, vitamin bar, mini bar, roof bar ve oda servisi bölümlerinde, konukların yiyecek içecek gereksinimleri giderilmektedir (Bucak, 2012, s. 15).

-Restoranlar: Ticari restoranlarda konaklama hizmeti bulunmamaktadır. Bu nedenle temel işlevleri yiyecek-içecek hizmeti sunmaktır. Bu restoranlar, geçici müşterilere ve ağızdan ağza yayılan reklâma oldukça bağımlıdırlar (Çetiner, 2010, s. 21). Restoranlar, müşterilere konforlu bir şekilde yiyecek içecek hizmet imkanı sunarlar. Restoranlar tek başına bağımsız olarak çalışan ya da bir konaklama tesisi bünyesinde çalışan işletmeler olarak tanımlanmaktadır. Yiyecek içecek işletmesi dendiği zaman şüphesiz akla ilk gelecek olan kavram restorandır (Bucak, 2012, s. 16).

Restoranda, menüler önceden belirlenir. Bu menülerde yer alan yiyecek içecekler servis edilir. Restoranlarda genelde kart usulü servis yahut açık büfe servisi yapılmaktadır (Bucak, 2012, s. 16). Restoranların çoğunluğu, lüks oteller gibi yüksek konfor sunmazlar. Farklı servis hizmeti veren restoran işletmeleri aşağıdaki gibi sıralanabilir;

-Lüks Restoranlar: Lüks restoranlar beş yıldızlı oteller bünyesinde veya bağımsız olarak işletilebilmektedirler. Bu işletmelerde kullanılan servis malzemeleri, işletmenin görünüşü ve personelin kalitesi mümkün oldukça en üst seviyede tutulmaya çalışılır. Bugün bu işletmeler yiyecek-içecek endüstrisinin %3- 5'ini oluşturmaktadır (Özekici, 2016, s. 31).

Bu tür restoranlarda hizmet yüksek kalitede sunulmaktadır. Dolayısıyla hizmet bedeli de yüksek fiyattan verilmektedir. Bu tür restoranların yüksek fiyatta hizmet vermesinin temel sebepleri vardır. Bunlar arasında değişken maliyetlerin, toplam maliyetler içerisindeki ağırlığının düşük olması ve kaliteli personel istihdam etme zorunluluğu gösterilmesidir. Bununla beraber fiyatlarda ortaya çıkacak değişimlerden işletmenin satışları önemli ölçüde etkilenmektedir (Özekici, 2016, s. 32).

-Mom ve Pop Restoranlar: Mom ve pop restoranlar küçük aile işletmelerini ifade etmektedir. Çoğunlukla karı koca tarafından işletilen lokantalar, bakkallar, küçük işletmelerdir (www.eksisozluk.com). Bu restoranlarda yemekler taze olarak hazırlanır, serviste kadın servis elemanları çalıştırılır, oldukça ucuz ve temizdirler. Bu tip restoranlar Amerika'da mom ve pop lokanta adıyla bilinirler. Bu işletmeler zincir

kafeteryalar, pizza, sandviç ve hamburger gibi belirli tek bir yiyecek sunan lokantalar ile rekabet etmek zorundadır (Cevizkaya, 2015, s. 36). Bu tarz restoranlar slow food (yavaş yemek) temasını benimsemektedirler (Bucak, 2012, s. 17).

-Büyük Ölçekli Restoranlar; Hizmet verdikleri pazarın, lüks ve geleneksel restoranlardan kat kat büyük olduğu işletmelerdir. Bu restoranlar yarı nitelikli mutfak çalışanı ile belirlenmiş standart yemek tariflerini oldukça sıkı kontrollerle uygulamaktadır. Bu sayede israf minimum düzeydedir. Bu restoranlara örnek olarak balık restoranları gibi yanında müzik hizmeti de sunan restoranlar gösterilebilir. Bu restoranlarda genellikle yemek çeşidi sınırlıdır ve kart usulü yemek hizmeti sunulur. Ayrıca bunun yanında değişik beş altı çeşit table d'hote çeşidinden de yararlanılmaktadır (Kızıleli, 2018, s. 28).

-Ulusal Restoranlar: Tamamen bir ülkenin mutfak kültürüne has ve özgü yiyecek- içeceklerin servis edildiği restoranlardır. Önde gelen mutfaklar arasında; Çin, Japon, İtalyan, Fransız ve Meksika restoranları yer almaktadır. Yiyecek ve içecekler haricinde, restoranın görünüşü, menüsü, müziği, personel kıyafeti ve benzeri özelliklerinin de o kültürü yansıması gerekmektedir (Bucak, 2012, s. 16).

-Fast-Food Restoranlar: Fast Food restoranların çıkış noktası Amerika kıtasıdır. Buradan tüm dünyaya yayılmıştır. Dilimize hızlı servis olarak çevrilmektedir. Bu işletmelerde menüler sınırlıdır. Sundukları yiyecek ve içeceklerin fiyatları ekonomiktir. Dolayısıyla tüm pazara yönelik çalışırlar. Fast-food restoranlar hamburger, sandviç ve pizza gibi belli bir yemek çeşidinde uzmanlaşmışlardır. Bu restoranlar genellikle bir zincir işletme bünyesinde çalışırlar. Self-servis olarak faaliyet gösterirler. Genellikle bu tür işletmeler, zincir işletmeler şeklindedir. Fast-food restoran zincirleri, pazar paylarını artırmak için devamlı olarak yeni pazar bölümlerine, yeni marka ve konseptlerle girmek için çalışmaktadırlar (Bucak, 2012, s. 17). Bu restoran sahipleri, franchising sözleşmesi kapsamında belirlenmiş tutarı öder ve ana işletmenin adını kullanma hakkını elde ederler. Yapılan sözleşmeye göre ana şirket restoranın dekorunu, menü planlamasını ve tasarımını, yiyecek malzemelerinin kalitesini, satın alma kaynağını ve ürünlerin satış fiyatını belirlemede yetkili olabilmektedir. Mc Donalds, Burger King, KFC gibi restoranlar fast food restoran türüne örnek olarak verilebilir (Cevizkaya, 2015, s. 37).

Fast food hizmeti sunan restoranlarda masa servisinde ayrıntı gerekli değildir. Bu restoran türleri televizyon ve radyo reklamları ile çok iyi biçimde pazarlanabilmektedir. Fiyatlar dengeli bir şekilde belirlenip kişi başına hesaplanmaktadır. Yiyecek hazırlama tamamen veya kısmen standardize edilir. Ayrıca her ülkenin kendi geleneksel gıdalarından oluşan fast food ürünleri vardır. Bazıları şunlardır (Cevizkaya, 2015, s. 38): Türkiye'de simit, döner, mantı, pide, börek, dürüm, lahmacun, çiğ köfte, kokoreç. Amerika'da hamburger, cheeseburger, Kuzey Avrupa'da hot dog, fish and chips, İtalya'da pizza, makarna, Meksika'da Tako, madrano, Çin'de Kızarmış Ördek, Arap Ülkeleri'nde Lavaş ekmeği içerisinde felafil, Japonya'da Sushi.

-Barlar ve Snack Barlar: Alkollü ve alkolsüz içecekler günümüzde önemli bir müşteri kitlesine ve kar payına sahiptir. Alkollü içecek satan işletmelerin özel ruhsatlarının olması gerekmektedir. Bu işletmelerde yaş kısıtlaması uygulanır. İşletmeye girebilecek müşterilerin yaşları önceden kanunen saptanır. Bu işletmelerde içeceklerle beraber meze çeşitleri veya aperatif yiyeceklerde servis edilmektedir .

Snack barlarda ise genellikle çay, kahve ve benzeri hafif içecekler bulunur. Yiyecek çeşidi olarak hamburger, kek, pizza, ızgara ve benzeri yiyecekler mevcuttur. Günün erken saatlerinde açılıp gece geç saatlere kadar hizmet sunarlar. Servis gayet hızlı ve müşteri dolaşımı yüksektir. Genellikle kart usulü servis uygulanır (Bucak, 2012, s. 19).

1.4.1.7. Kar Amaçsız İşletmeler (Ticari olmayan İşletmeler)

Bu işletmelerin esas amacı kar elde etmek değildir. Bünyesinde barındırdığı çalışanlara uygun fiyatla yiyecek ve içecek hizmeti sunmaktır. Kar amacı gütmeyen işletmeler müşteri istek ve beklentilerine göre menüler hazırlarlar. Çok sayıda yöneticisi bulunmaktadır. Bu durum ise yönetsel sorunlara neden olmaktadır. Kar amacı gütmeyen işletmeler aşağıdaki gibidir (Bucak, 2012, s. 20).

1.4.1.7.1. Kurumsal Yiyecek İçecek İşletmeleri

Kurumsal işletmeler, sağlığı dikkate alan kişiler için faaliyet göstermektedirler. Bu yüzden ticari amaç taşımazlar. Bu işletmelerde sunulan hizmetler, kendi bünyeleri ya da bünyesi dışından sözleşme kapsamında yürütülür. Menüler, amaca göre farklılıklar taşıyabilir. Örneğin; hastanede diyet besinler ağırlıktayken, okulda sunulan

yiyeceklerin kalorisi fazladır. İşletmede çalışanlar bu hizmetlerden, ücretsiz olarak veya düşük fiyatlardan yararlanabilmektedirler. Bu tür işletmeler okullar, hastaneler, askeriye ve hapisane gibi yerlerde verilen kafeterya hizmetidir (Cevizkaya, 2015, s. 41). Kurumsal işletmeler; okullarda faaliyette bulunan yiyecek-içecek hizmetleri, hastanelerde faaliyette bulunan yiyecek-içecek hizmetleri, üniversitelerde faaliyette bulunan yiyecek-içecek hizmetleri ve askeri birliklerde faaliyette bulunan yiyecek-içecek hizmetleri olarak sınıflandırılabilir (Bucak, 2012, s. 21).

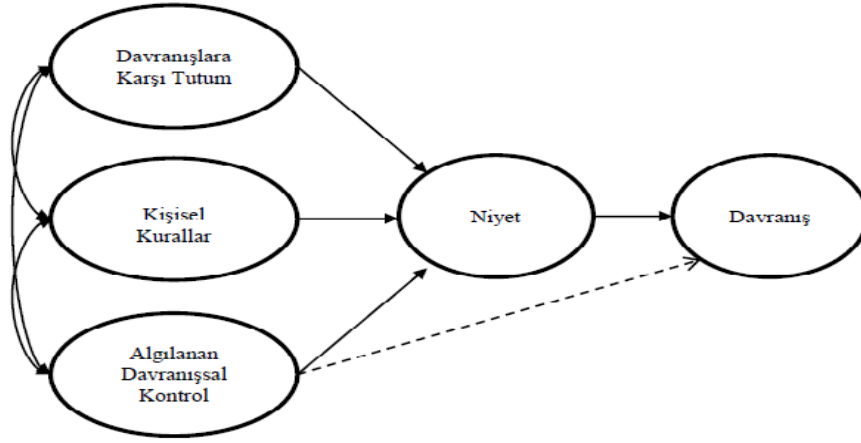
1.4.1.7.2.Endüstriyel Yiyecek İçecek İşletmeleri

Endüstriyel işletmelerde çalışanların yeme içme hizmetleri, yapılan anlaşmalar dahilinde ticari yiyecek-içecek firmalarına verilir. Yahut işletme çatısı altında mutfak ve yemekhane kurulur. Belirtilen bu yolların seçimini işletmenin büyüklüğü, konumu, çalışan personel sayısı ve işletmenin kuralları belirler. Yapılan araştırmalara göre, Türkiye’de şirketlerin %70’i öğle ve akşam yemeklerini kendi mutfaklarında pişirirken. % 30’u yemek işini özel yiyecek firmalarından ihale yoluyla temin etmektedir (Çetiner, 2010, s. 30).

1.5.Tekrar Ziyaret Etme Niyeti

Baker ve Crompton (2000)'a göre davranışsal niyet yaygın şekilde niyet olarak da bilinir. Belirli bir davranışın özümsemesinden önce kişinin davranışsal eğilimini ifade eder. Davranışsal niyet süreci tüm davranış ifadelerinde gereklidir. Fiili davranışın, eyleme dönüşmeden önceki aşamasıdır. Niyet ile öngörülen davranışlar ve iyi bir tahmin ile elde edilen sonuçlar genelde gerçek tüketici davranışını temsil etmektedir (Türkmendağ, 2015, s. 41). Tekrar ziyaret niyetinin temelinde davranışsal niyetler yatmaktadır. Bu niyetler belirli bir davranışı eyleme dönüştürmek için planlanmış düşünceler olarak tanımlanır. Yani, insanın gelecek davranışını planlaması veya beklenti haline girmesi olarak ifade edilebilir (Sever, 2018, s. 25).

Sebepli davranışta olduğu gibi, planlı davranışta da ana faktör, kişinin belirli bir davranışı gerçekleştirme niyetidir. Davranışları etkileyen motivasyon faktörleri bulunmaktadır. Genel bir kural olarak, bir davranışta bulunma niyeti ne kadar güçlüyse, motivasyonu da o kadar yüksek olmalıdır (Ajzen, 1991, s. 182). Ajzen planlı davranış modeli geliştirmiştir ve bu model aşağıdaki gibidir.



Şekil 4. Planlı Davranış Teorisi (Ajzen, 1991, s. 182).

Gitelson ve Crompton (1984)'a göre tekrar ziyaret etme niyetini motive eden beş faktör vardır. Bunlardan ilki; önceki yemek yeme deneyimi memnuniyetle bitmişse tekrar ziyareti olumlu yöndedir. İkincisi; ziyaretçilerin önceki ziyaretlerinde tanışmış oldukları arkadaşlarını tekrar bulup görüşmek istemeleri tekrar ziyareti sağlar. Üçüncüsü; aile fertlerindeki duygusal bağlılıktır. Dördüncüsü; geçmişteki ziyaretinde bilinçli ve bilgili bir şekilde hareket etmediğini fark edip bazı durumları tam kavrayamamaktır. Son olarak; bir önceki seçiminden memnun kalmışsa, bir sonraki seçimini aynı restorandan yana kullanacaktır (akt. Kocatürk, 2018, s. 32).

Oh, H. (2000)'e göre; restoranda sunulan hizmetin kalitesi beklenen derecedeyse veya beklenenden daha yüksek olursa, müşteriler bu restorandan memnun kalacaklar ve muhtemelen aynı restorana tekrar geleceklerdir. Bu nedenle, tekrar ziyaret etme niyetinde olan, memnuniyet derecesi yüksek müşteri potansiyeli ile restoran endüstrisindeki pazar segmentlerini genişletmek gerektiği söylenebilir (akt. Yan, Wang ve Chau, 2015, s. 646).

İnsanlar satın alma kararı vermeden önce, internet aracılığıyla çevrimiçi olarak bilgi edinirler ve diğer tüketicilerin ürün veya hizmet hakkındaki yorumlarını göz önünde bulundururlar. Örneğin, bir kişi yemek yemek istediğinde farklı restoranlar hakkında bilgi edinmek için diğer müşterilerin yorumlarına bakar ve hangisine gideceğine karar verebilir. Müşteriler ziyaretlerin ardından restoranlardaki deneyimlerini, servis, yemek kalitesi, fiyat hakkındaki yorumlarını paylaşmaktadırlar.

Çevrimiçi inceleme analizi yapıldığında insanların bu paylaşımlarının tekrar ziyaret etme niyetini etkilediği görülmektedir (Yan, Wang ve Chau, 2015, s. 645).

Müşteri memnuniyetinin ve sadakatının sağlandığını anlamak için işletmelerin müşteriyi devamlı olarak destinasyona çekme durumuna ve ziyaretlerin tekrarlanıp tekrarlanmadığına bakılabilir (Güngör, 2010, akt., Karaçar, 2016, s. 45). Genel anlamıyla turist memnuniyeti, satın alınan mal veya hizmetten beklenen yararı sağladıktan sonra doğan psikolojik bir terimdir (Pizam ve Ellis, 1999, s. 327). Opermann (2000)'a göre, ziyaretçinin tekrar gelmesi, memnun kaldığını göstermektedir. Tekrar gelen ziyaretçilerin aynı davranışta tekrar bulunma ihtimali bulunmaktadır ve işletme için arkadaş veya akraba gruplarına tavsiyede bulunabilirler (akt.Karpuz, 2017, s. 52).

Turizmde de işletmelerin devamlılığını sürdürebilmeleri bağlamında müşteri sadakati ve müşterilerin destinasyonları tekrar ziyaret etmeleri büyük ölçüde önem teşkil etmektedir. Bir restoran veya destinasyondan kazanılan müşteri sadakati bölgedeki işletmelerin varlığını ve destinasyonun turistik değerlerinin korunmasını, aynı zamanda bölge için yapılacak maddi harcamaların devamlılığını da direkt olarak etkileyebilmektedir. Bir coğrafyaya ilk defa ziyarette bulunan turistlerin motivasyonu, yaşadıkları topluluktaki yayılım sürecine bağlı bir biçimde ortaya çıkmaktadır (Um, 1997, s. 44., akt., Boztoprak ve ark., 2017, s. 100).

Müşteri sadakatının oluşmasında öncelikli olay müşteri memnuniyetinin sağlanması ve müşteri sadakatının oluşmasıdır. Buna bağlı olarak da sadık müşteriler ziyaretlerini tekrarlayabilirler (Karaçar, 2016, s. 45). Shoemaker ve Lewis, (1999)'a göre tekrar ziyaretçilerin ilgisini çekmek yeni ziyaretçi kazanmaktan daha az maliyetlidir (akt. Kocatürk, 2018, s. 35).

1.5.1. Yiyecek İçecek İşletmelerini Tekrar Ziyaret Etmeyi Sağlayan Faktörler

Turistler destinasyonu ve yiyecek içecek işletmelerini ziyaretleri sırasında bir çok deneyim yaşarlar. Bunun sonucunda da bölge ve işletmelerle ilgili oluşan algılarının tekrar ziyaret niyetlerini direkt olarak etkilediği görülmektedir. Turistlerin memnuniyetini etkileyen başlıca faktörler destinasyon imajı, yemek deneyimleri,

misafirperverlik, yiyecek içecek işletmeleri, konaklama işletmeleri, ulaşım, hijyen ve temizlik olarak görülmektedir.

1.5.1.1. Destinasyon İmajı

Destinasyon imajı, konusu edilen bölgeyle ilgili kişilerin dini inançlarının, düşüncelerinin ve izlenimlerinin tümü olarak tanımlanmaktadır. Bu imajın etkili olması, geçerliliğine, inandırıcılığına, sadeliğine, çekici olmasına ve farklı özelliklerinin bulunmasına bağlanmaktadır (Ceylan, 2011, s. 92).

Atay ve Akyurt (2009)'a göre algı, bilgi ve etkinliğe dayalı olarak yapılan değerlendirmelerin destinasyon imajının oluşmasında oldukça önemli olduğu vurgulanmıştır. Turistlerin konakladıkları işletmelerin, satın aldıkları ürün ve hizmetlerin, bölgeye ulaşım durumunun, yerel halkın ve çalışanların davranış biçimlerinin, çevresel ve kültürel çekiciliklerin, bir sonraki seyahate çıkma kararlarını etkilediği saptanmıştır (akt. Ceylan, 2011, s. 93). Bu etkenler seyahate çıkma kararını etkilediği gibi aynı zamanda işletmeler bazında tekrar ziyareti de etkilemektedir. Destinasyona seyahat gerçekleşmezse yiyecek içecek işletmelerine de tekrar ziyaret olmayacaktır.

Bigne, Sanchez ve Sanchez (2001)'e göre, destinasyon imajı tekrar ziyaret etme niyetini etkilemektedir. Dolayısıyla, destinasyon imajı, davranışsal değişkenler üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Destinasyonun genel imajındaki pozitif yönlü gelişme, turistlerin ilerde tekrar ziyaret etme niyetleri üzerinde direkt etkili olabilmektedir. Bununla birlikte ilerde, insanların ziyaretlerini güzel hatırlama olasılıklarını artırmakta ve yüksek kalitede hizmet aldıkları algısını yaratmaktadır. Algılanan kalite, müşteri tatmini ve davranışsal değişkenler arasındaki ilişkiler değerlendirildiğinde, algılanan hizmet kalitesinin, müşteri tatminini ve tekrar ziyaret niyetini olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir (akt. Boztoprak, Kurnuç, ve Çetinkaya, 2017, s. 100).

Destinasyon imajının tekrar ziyaret niyetini oluşturan 3 farklı boyutu bulunmaktadır. Birincisi genel ve bilgiye bağlı oluşan organik imajdır. İkincisi; tanıtım, reklam gibi materyaller sonucu oluşan uyarılmış imajdır. Son olarak deneyim sonrası ortaya çıkan karmaşık imajdır (Andsager ve Drzewiecka, 2002, s. 402).

1.5.1.2. Yemek Deneyimleri

Pettersson ve Fjellström (2007), yemek yeme deneyimi bir çok unsuru kapsamaktadır. Bu unsurların başlıcaları yiyecek ve içecekler, restoranın iç mimarisi ve atmosferi, servisi ve başkaları tarafından eşlik edilmedir. Anderson ve Mossberg (2004)'de İsveç'te iki ayrı şehirdeki iki restoranda bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Bu araştırmadan elde edilen sonuçlara göre tüketicileri tatmin eden beş yemek deneyimi faktörü belirlemişlerdir. Bu faktörler; mutfak, restoranın iç dekorasyonu, servis, başkaları tarafından eşlik edilme ve diğer restoran müşterileridir. Hansen ve ark. (2005) yapmış olduğu çalışmada araştırma bulguları ile ortaya koymuş oldukları tüketici perspektifini yansıtan modelde ise dışarıda yemek yeme deneyimi ile ilgili bileşenleri yiyecek ve içeceklerden oluşan çekirdek ürün, restoranın iç dekorasyonu, sosyal karşılaşma, başkaları tarafından eşlik edilme ve restoran atmosferi olarak belirlemişlerdir. Turistler, restorana dair beklentileri ve restoranın performansı açısından bir değerlendirme yaptıklarında yemek deneyiminden duyduğu tatmin olumluysa restoranın tekrar ziyaret edilme olasılığı daha fazladır (Özdemir, 2010, s. 229). Dolayısıyla, turistlerin yemek deneyimleri bir destinasyonu ve işletmeyi tekrar ziyaret etme de etkilidir (Sparks, Bowen ve Klag, 2003, s. 12).

1.5.1.3. Misafirperverlik

Türk Dil Kurumu (2016) misafiri; ücret karşılığında hizmet satın alan birey olarak tanımlamaktadır. Misafirperverliği ise; insanlara hizmette bulunmaktan hoşlanmak ya da konukseverlik olarak tanımlamaktadır. Misafirperverlik, insan davranışlarını etkileyen ve bu davranışlara yön veren, temelinde kültür yatan bir kavramdır. Misafirperverlik kavramı insanlık tarihinin başlarından bu yana bütün toplumlarda ve kültürlerde devam etmektedir. İşletme yöneticileri işyerlerini evleri, kendilerini ev sahibi, konukları da misafirleri olarak görürse memnuniyet düzeyinin yüksek olması kaçınılmazdır (Serçek, ve Serçek, 2016, s. 142). Misafirperverlik, hizmet kalitesini etkileyen faktörler arasında soyut bir kavram olarak yer almaktadır. Bir destinasyonda ya da bir işletmede misafirperverlik düzeyini belirleyen unsurlar vardır. Bu unsurlar; genel ortam, güvenlik, konaklama işletmesi ve işletme dışında çalışan personelin tutum ve davranışları, yerli esnafın ve halkın tutum ve davranışlarıdır (Duman, ve Öztürk, 2005, s. 13).

Lashley ve Morrison (2001), misafirperverlik kavramının kişisel, toplumsal ve ticari üç boyutu vardır. Kişisel boyutu; ev sahibi misafir etkileşimi, toplumsal boyutu; misafirlerle ilgilenme, etkileşim ve prestij kavramlarını ele almaktadır. Ticari boyutu ise üretimi artırarak yarar sağlama, üretici ve pazar kavramalarından oluşur. Kişisel, toplumsal ve ticari boyutlar, misafirperverlik deneyim ve aktivitelerini oluşturmaktadır (Serçek, ve Serçek, 2016, s. 142).

Türkiye'nin büyük ölçüde gelir elde ettiği sektöründen biri de turizmdir. Misafirperverlik bu sektör bünyesinde yer almaktadır. Bu konuda ne kadar başarılı ve kaliteli olunursa her yıl gelecek turist sayısında aynı oranda yükselme görülmesi muhtemel olacaktır. Duman ve Öztürk (2005) 'ün yaptığı çalışmaya göre, özellikle yiyecek içecek hizmetinde bulunan işletmelerde misafirperver yaklaşımlar müşteri memnuniyetini ve tekrar ziyaret etme niyetini tetikleyen ve en çok etkileyen davranışlardandır (Sever, 2018, s. 29).

1.5.1.4. Yiyecek İçecek İşletmeleri ve Konaklama İşletmeleri

Chen ve Kerstetter (1999)'a göre, turistlerin tatillerini geçirmek için geldikleri destinasyonda, tatilleri süresince yararlandıkları hizmetlerin ilk sırasında konaklama ve yiyecek içecek hizmetleri gelmektedir. Bu sebeple otel ve yiyecek içecek işletmelerinin kaliteli olması turistlere, turistik bölge bazında kaliteli bir hizmet sunabilmek için büyük önem taşımaktadır. Turistik destinasyonlarda bulunan konaklama ve yiyecek içecek işletmelerinin kalitesini belirleyen unsurların başında bu işletmelerin temizliği gelmektedir. Çoğu turist tarafından aranan başlıca niteliklerden birisi konaklama veya yiyecek içecek işletmesinin temiz olmasıdır. Aynı şekilde, sunumu yapılan yiyecek ve içeceklerin kalitesi gibi çeşitliliği de kaliteli bir hizmet servisi için oldukça önemlidir (Duman, ve Öztürk, 2005, s. 12). Hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletmeler, müşterilerin tekrar geri gelmelerini verimlilik ölçütü olarak kabul etmektedirler. Turistlerin tekrar ziyaret etme niyetlerinin odak noktasında memnun kalmaları olduğu söylenebilir (Sever, 2018, s. 31).

1.5.1.5. Ulaşım

Kozak (2001b)'ye göre, turistlerin destinasyon dahilinde aldıkları ilk hizmet ulaşım hizmetidir. Turistlerin tatilleri hakkındaki ilk intibaları bu evrede oluşmaktadır.

Bu nedenle bu safhada meydana gelen küçük bir olumsuzluk turistlerin tatil süresince almış oldukları tüm hizmetleri olumsuz yönde etkileyecektir. Ulaşım hizmetlerinin kalitesini belirlemede başlıca unsurlar bulunmaktadır. Bu unsurlar ulaşım hizmetinin rahatlığı, ulaşım hizmetinin sıklığı, genel olarak destinasyona olan ulaşılabilirlik ve ulaşım hizmetindeki görevlilerin tutum ve davranışlarıdır (Sever, 2018, s. 31).

Turistin seyahat için aradığı başlıca özelliklerden birisi de destinasyona kolaylıkla ulaşılabilirlik imkanının olmasıdır. Konaklayacağı, gezeceği ve geri dönüş için kullanacağı ulaşım imkanlarının yeterli olması turist tarafından seyahat safhasında önem teşkil etmektedir. Dolayısıyla, destinasyonun pazarlanmasında ulaşım kaynaklarının yeterli ölçüde olması gerekmektedir (Akyurt, 2008, s. 58). Destinasyona ve işletmeye kolay ulaşılabilirlik turistlerin tekrar ziyaret etme niyetlerinde önem arz etmektedir. Ulaşımı kolay ve konforlu olan işletmelerin, turistler tarafından tekrar ziyaret edilme ihtimalleri yüksektir.

1.5.1.6. Hijyen ve Temizlik

Yunanca'da sağlığa yararlı anlamını taşıyan hijyen, "Hygieinos" sözcüğünden türeyerek dilimize katılmıştır. Hijyen, sağlıklı yaşayabilmek amacıyla beden ve çevreyi temiz tutmak için gerekli şartların sağlanması olarak tanımlanabilir. Hijyen kişisel ve toplumsal olarak insan sağlığını korumak ve geliştirmek, yaşamın sağlıklı bir şekilde devam etmesi için sağlıkla ilgili bilgileri bir bileşim gibi uygulayan bilim karmaşasıdır. Temizliğin tanımı, su ve çeşitli kimyasal maddelerin kullanımıyla bir yerin somut ve soyut etmenlerden belli miktarda arındırılması işlemi olarak yapılmaktadır (Artık, Şanlıer, ve ark. 2017, s. 228,238).

Yiyecek içecek işletmelerinde hijyen koşullarında uygun imalat yapılabilmesi için ilk olarak işletmenin bulunduğu binanın genel özelliklerinin buna elverişli olması gerekir. İşletmenin etrafında bulaşmaya yol açabilecek çöp ve atık, su birikintisi, zararlıların yerleşmesine neden olacak etmenler olmamalıdır. İşletme tasarımı, konumu, büyüklüğü ve yerleşke yönünden tatmin edici düzeyde olmalıdır. Bakım, temizlik veya dezenfeksiyon yapabilmeye müsait olmalı, hava yoluyla oluşan bulaşmayı önleyebilmeli veya minimuma indirebilmelidir. Bu işlemleri gerçekleştirebilmek adına hijyenik performans için yeterli çalışma alanı olmalıdır (Bayram, 2011, s. 48).

Otel veya yiyecek içecek işletmelerindeki hizmetlerden faydalanan turistlerin sağlıkları için servis ve mutfak departmanlarında yeterli hijyen ve temizlik koşulları oluşturulmalıdır. Tüketicilerin, gittikleri yiyecek içecek tesislerinde salgın hastalıklara yakalanmaması veya gıda zehirlenmesi ile karşı karşıya kalmamaları işletme açısından pozitif yönlü olacaktır. İşletmelerin başlıca hedefi kar elde etmektir. Kar elde etmek için tüketiciye temiz, kaliteli ve sağlıklı yiyecek-içecekler sunulmalıdır (Sever, 2018, s. 32).

Yiyecek ve içecek endüstrisinde hijyen hayati derecede önemlidir. İşletme yöneticileri, departman görevlileri, yiyecek ve içecek tedarikçileri ve araçlar, temizlik malzemesi sağlayanlar ve halk sağlığı uzmanlarının ortaklığıyla hijyenik ortamlar yaratmayı sağlamaları beklenmektedir. Bu endüstride başarı; tüketiciye güvenilir, temiz, kaliteli ve sağlıklı yiyecek-içeceklerin sunulmasıyla sağlanabilir (Çetiner, 2010, s. 42). Turistlerin işletmeden hijyen ve temizlik beklentileri pozitif yönde karşılandığında turistler memnun kalacak ve işletmeyi tekrar ziyaret etme niyetinde bulunacaklardır.

1.6.Turizm Alanında Tekrar Ziyaret Etme Niyeti ile İlgili Araştırmalar

Bu bölümde turizm alanında tekrar ziyaret etme niyeti ile ilgili gerçekleştirilmiş bazı araştırmalara yer verilmiştir.

Duman ve Öztürk (2005), destinasyon ölçeğinde hizmet kalitesi algıları, fiyat algıları, genel tatil memnuniyeti ve tekrar ziyaret niyeti arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Araştırma, Mersin Kızılkalesi'nde 231 yerli turistle yapılmıştır ve sonuç olarak konaklama yeri, yiyecek içecek hizmetleri ve misafirperverliğin müşteri memnuniyetini etkileyen faktörler olduğunu tespit etmiştir. Bu faktörlerin yanında aktivite ve hizmetlerin de müşteri memnuniyetini etkilediği görülmüştür.

Çetinöz (2011), yabancı turistlerin tatilleri sürecinde algıladıkları risk seviyelerini incelenmiştir. Araştırma 2010 yılının Temmuz ve Ağustos aylarında Antalya'nın Alanya ilçesinde yapılmış ve 559 katılımcı ile görüşülmüştür. Sonuçlar dahilinde turistlerin algıladıkları risk boyutları olarak fiziksel risk, memnuniyet riski, sosyo-psikolojik risk, zaman riski ve işlevsel risk tespit edilmiştir. Algılanan fiziksel, memnuniyet ve zaman riski boyutları tekrar ziyaret niyetini etkilemektedir. Sosyo-psikolojik risk ve işlevsel risk boyutları ise tekrar ziyaret niyetini etkilememektedir.

Organ ve Soydaş (2012), araştırmasında Denizli Karahayıt bölgesini ziyaret eden yerli turistlerin hizmet kalitesi ve tekrar ziyaret niyetlerini algılamaları incelenmiştir. Örneklem olarak destinasyonu ziyaret eden bireyler seçilmiştir. Katılımcı turistler çeşitli demografik değişkenlere göre incelenmiştir. Araştırmanın sonucuna göre turistlerin konaklama sayıları, yaşları, meslek grupları, daha önce otelde kalıp kalmadıkları ve gelir durumlarına göre hizmet kalitesine ve tekrar ziyaret niyetine yönelik tutumları incelenmiştir. İncelemeler sonucunda anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Seçilmiş (2012), araştırmasını Sakarılıca kaplıcalarında gerçekleştirmiştir. Turistlere sunulan mal ve hizmet kalitesini ölçerek, duyulan memnuniyetin tekrar ziyaret etme niyeti yönünden önemini tespit etmek amaçlanmıştır. Araştırma verileri destinasyona gelen yerli turistlerden toplanmıştır. Memnuniyet boyutları olan; tesislerin genel nitelikleri, turistlere karşı tutum, tesislerin hizmet kalitesi ve destinasyon kimliği ile tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkiyi tespit etmek için korelasyon ve regresyon analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; “memnuniyet” ve “tekrar ziyaret niyeti” arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Tekrar ziyaret etme niyetinin, medeni durum, yaş, eğitim durumu ve mesleğe göre de değiştiği saptanmıştır.

Kement (2013), Planlanmış Davranış Teorisini kullanarak yeşil yıldızlı otelleri ziyaret eden turistlerin, otelleri tekrar ziyaret etme niyetini araştırmıştır. Araştırmada kullanılan veriler anket kullanılarak toplanmıştır. Müşterilerin, davranışsal inançları arttıkça tutumlarının olumlu yönde geliştiği tespit edilmiştir. Aynı zamanda normatif inançları arttıkça sübjektif normlarının da arttığı belirlenmiştir. Sübjektif normlar ve tatmin düzeyinin tekrar ziyaret etme niyetleri üzerinde olumlu etkisi olduğu araştırma bulguları arasında yer almaktadır.

Bayrakçı (2014), araştırmasında turistlerin yerel yemek tüketim motivasyonlarının tekrar ziyaret niyetlerine etkisini açıklamıştır. Çalışma için gerekli veriler Gaziantep'e gelen yerli turistlerden anket aracılığıyla toplanmıştır. Yapılan analiz sonuçlarında yerel yemek tüketim motivasyonunun bir bütün olarak ve alt boyutları ile birlikte turistlerin tekrar ziyaret niyetine olumlu etki ettiği tespit edilmiştir.

Çetin (2015) araştırmasının amacı, Kapadokya bölgesini ziyaret eden Japon turistlerin seyahat motivasyonlarının, memnuniyet ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Veriler anket tekniğiyle toplanmış ve analiz edilmiştir. Analizler sonuçlarına göre turistlerin seyahat motivasyonu, memnuniyet ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkilidir. Toplanan veriler çoklu regresyonla analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular dahilinde; seyahat motivasyonunun alt boyutları olan yenilik, bilgi ve dinlenme boyutlarının turist memnuniyeti üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Sürücü (2016), yaptığı çalışmada yiyecek içecek işletmelerinde estetik değerlerin müşterilerin estetik deneyimlerine ve tekrar ziyaretlerine etkisini incelemiştir. Araştırma Muğla'nın ilçelerinde 1. ve 2. sınıf restoranları tercih eden yerli ve yabancı turistler üzerinde yapılmıştır. Restoranın estetik değeri ile müşterilerin estetik deneyimleri arasındaki ilişkiyi belirlemek adına basit regresyon analizi uygulanmıştır. Sonuca göre restoranın estetik değeri ile müşterilerin estetik deneyimleri arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

Öztürk ve Yumuk (2016), araştırmaları 8.Uluslararası Antalya Kum Heykel Festivali'ne katılan ziyaretçilerin festivale yönelik algılarını ve bu algının festivali tekrar ziyaret etme ve başkalarına tavsiye etme üzerindeki etkilerini ölçmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçlarında ziyaretçilerin uyruk ve festival tecrübesi değişkenleri ile festival algılarında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Festivali ilk kez ziyaret edenlerin festivali daha önce ziyaret edenlere göre daha olumlu algıya sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca festival algısının, başkalarına tavsiye etme ve tekrar ziyaret etme niyetini etkilediği saptanmıştır.

Seder (2017), araştırmasının amacı Çinli turistlerin Türk yemekleri hakkındaki görüşlerini belirlemektir. Aynı zamanda Türkiye'de kaldıkları süre zarfında daha çok ne tür yemekleri tercih ettiklerini ve Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisi ile beraber Çinli turistlerin yeni yemekleri denemeye istekli olup olmadıkları da incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda, Çinli turistlerin büyük kısmının kendi kültürlerine yabancı, yeni yiyecekleri denemeye istekli oldukları belirlenmiştir. Çinli turistlerin Türk yemeklerinden en çok balık, salata, pilav ve et yemeklerini beğendikleri aynı zamanda Türk tatlılarını ise fazla tatlı buldukları tespit edilmiştir.

Araştırmanın sonucu Çinli turistlerin Türkiye'yi yeniden ziyaret etme kararlarında Türk yemeklerinin etkili olmayacağını göstermektedir.

Kocatürk (2018), çalışmasında yabancı turistlerin çekici seyahat motivasyonlarının tekrar ziyaret etme niyetine etkisini araştırmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, yabancı turistlerin Marmaris'i tercih etmesini etkileyen en önemli iki faktör bulunmuştur. Bu faktörler; hijyen-güvenlik ve fiyattır. Yabancı turistlerin tekrar ziyaret etme niyetini etkileyen en önemli çekici faktörün fiyat olduğu bulgular arasında yer almaktadır.

Sever (2018), yaptığı çalışmasında turistlerin restoran deneyimleri ile destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkinin belirlenmesini araştırmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre, turistlerin ziyaret ettikleri destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerini restoran memnuniyetleri ve o destinasyona olan sadakatleri etkilediği belirlenmiştir.

Özdemir ve Bozok (2019), çalışmasında Berlin'deki Türk restoranlarını ziyaret eden Almanların demografik özelliklerine göre destinasyonu ziyaret etme niyetlerinin değerlendirilmesi araştırılmıştır. Sonuçlara göre yaş, cinsiyet, Türkiye'yi daha önce ziyaret etmiş olma ve kalış süreleri değişkenlerinin, katılımcı Almanların Türkiye'yi ziyaret etme niyetleri üzerinde farklılık yarattığı belirtilmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda, Türkiye'yi daha önce ziyaret etmemiş katılımcılar, Türk restoranları deneyimlerinin ardından daha yüksek bir oranda Türkiye'ye ziyaret niyeti geliştirdiği görülmektedir. Bunun yanı sıra, Türkiye'yi ziyarette bulunmuş olan katılımcılar ile bu ziyaretlerin süresi 10 gece ve üzeri olan katılımcıların ziyaret niyetlerinin düşük olduğu ortaya çıkmıştır.

Kazancı (2019), Kuşadası'nda faaliyet gösteren restoranlarda müşteriler tarafından algılanan yenilikçiliğin tekrar ziyaret etme niyetine olan etkisini incelemiştir. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre Kuşadası sahil şeridinde faaliyet gösteren restoranların yenilikçi müşteriler tarafından algılanan yenilikçilikleri ile tekrar ziyaret etme niyeti arasında bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Kim, Park, Kim ve Ryu (2013), çalışmalarında Güney Kore'deki restoran işletmelerinde algılanan gıda sağlığının değer, memnuniyet ve tekrar ziyaret niyetleri

üzerine etkisini araştırmışlardır. Bu alışmayla Güney Kore'deki orta ölçekli restoranlarda algılanan restoran gıda sağlığı, değer, memnuniyet ve tekrar ziyaret niyetleri arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Sonuç olarak dört sağlık özelliği(beslenme bilgisi, taze ve doğal içerikler, kilo kontrolü ve dengeli beslenme) Koreli yemek yiyen kişilerin değer algılarını, memnuniyetini ve tekrar ziyaret niyetlerini arttırmada temel faktörler olarak bulunmuştur.

Pratminingsih, Rudatin ve Rimenta (2014), turistlerin tekrar ziyaret etme niyetlerini tahmin etmede destinasyon imajı ve motivasyonun rollerini araştırmışlardır. Çalışmanın sonucunda destinasyon imajının ve motivasyonun turist memnuniyetini etkilediğini ve memnuniyetin tekrar ziyaret niyetini doğrudan etkilediği ortaya koyulmuştur.

Yan, Wang ve Chau (2015), online yapılan yorumların, müşterilerin restoranları tekrar ziyaret etme niyetlerine etkisini araştırmışlardır. Çalışma Çin'de online müşteriler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışma yemek kalitesi, fiyat ve değer, hizmet kalitesi ve atmosfer boyutlarından oluşmaktadır. Sonuç olarak bu boyutların restoran müşterilerinin yeniden ziyaret etme niyetinin öncüleri olduğu ve müşteri memnuniyetinin hizmet kalitesinden etkilendiği tespit edilmiştir.

Abubakar, Ilkan ve Eluwole (2016), çalışmalarında sağlık turizm endüstrisinde cinsiyetin hafifletici rolünün ve destinasyon güveninin tekrar ziyaret etme niyetinde elektronik ağızdan ağza pazarlamanın etkisini araştırmışlardır. Araştırma sonucunda, eWOM'un tekrar ziyaret etme ve destinasyon güveni oluşturma niyetini etkilediği ve destinasyon güveninin tekrar ziyaret etme niyetini etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca eWOM'un tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisinin erkeklerde yaklaşık 1,3 kat daha fazla olduğu; eWOM (electronic word of mouth marketing/elektronik ağızdan ağza pazarlama) destinasyon güveni üzerindeki etkisinin erkeklerde yaklaşık 1,2 kat daha fazla olduğu ve destinasyon güveninin tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisi kadınlarda yaklaşık 2,3 kat daha fazla olduğu belirtilmiştir.

Zhang, Wu ve Buhalis (2017), yaptıkları çalışmada algılanan imaj, unutulmaz turizm deneyimleri ve tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırma sonucunda, ülke imajı ve destinasyon imajının, unutulmaz turizm deneyimlerinin tekrar ziyaret niyetini etkilediği belirtilmiştir

Wu, Li ve Li (2018), çalışmasında tema park ziyaretçilerinin kalite, değer ve memnuniyet deneyimleri ile tekrar ziyaret etme niyetleri arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Sonuçlar, tema parkı ziyaretçilerinin algıladığı 4 ana boyut deneyimsel kaliteyi ortaya koymaktadır. Ayrıca, fiziki çevre kalitesinin tema parkı ziyaretçilerinin algıladığı deneysel kalitenin en temel boyutu olarak tanımlandığı belirtilmiştir.

Literatür incelendiğinde tekrar ziyaret etme niyeti ile ilgili yapılan çalışmaların çoğunda turistlerin memnuniyet düzeyleri ele alınarak bir destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetinin incelendiği görülmüştür.

İKİNCİ BÖLÜM

GIDA GÜVENLİĞİ, KOBİ NİTELİKLİ YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE GIDA GÜVENLİĞİ VE HİJYEN, BENZER ARAŞTIRMALAR

2.1. Gıda Güvenliği

Gıda, canlılar tarafından ihtiyaç duyulan enerji ile dokuların yapımında ve onarımında kullanılan maddeler bütünüdür. Bu tanım dünyada kabul görülmüş bir tanımdır fakat araştırmacılara göre farklılık gösterebilmektedir. Alkol, sigara ve ilaçlar haricinde vücuda alınan bütün maddeler gıda sayılabilmektedir. Bira alkollü içecek olmasına karşın B grubu vitaminleri bünyesinde barındırır ve aynı şekilde şarapta da demir miktarı oldukça fazladır. Bu tanımdan anlaşılan gıdanın vücuda alınan besin öğeleri olduğudur. Protein, yağ, karbonhidrat, vitamin, mineral v.b. maddeler birer besin öğesidir. Verilen bilgiler ışığında gıdanın tanımı; *"ilaçlar dışında insanlar tarafından doğal yöntemlerle veya çeşitli şekillerde işlendikten sonra çiğnenen, yenilebilen, içilebilen her şeydir şeklinde yapılabilir"* (Başoğlu, 2016, s. 1).

Gıda güvenliği; *"gıdaların üretilmesi, taşınması, depolanması, dağıtılması ve tüketim evrelerinde, gerekli kurallara uyularak, önlemler alınarak sağlıklı ve güvenli gıda üretmek"* olarak tanımlanabilir (Erkmen, 2010, s. 220). Güvenli gıdaya erişim geçmişten günümüze kadar insanlığın başlıca sorunlarından biri olmuştur (Dölekoğlu ve Yurdakul, 2004, s. 63). Günümüzde ise teknolojinin gelişmesi, üretimin çoğalması, eğitilmiş insanların artması, ekonomik yönden gelişmelerin olması güvenli gıda arayışını arttırmıştır. Teknolojinin gelişmesiyle de gıda ürünlerinin çeşitliliğinde bir artış meydana gelmiştir. Bu artış beraberinde insanlarda gıda ürünleri hakkında güvenilir olup olmadıkları endişesini de ortaya çıkarmıştır.

Gıda güvenliği ve güvencesi, günümüzde yaşanan çoğu sorunun bir araya gelmesi ile birlikte tehdit altındadır. Dünya çapında gıda güvenliği ve güvencesinin sağlanabilmesi için çeşitli işbirlikleriyle ortak tedbirler alınabilir. Aksi halde, yakın gelecekte yeterli, sağlıklı ve güvenli gıdalara ulaşabilmek oldukça güçleşecektir. Bununla beraber çeşitli hastalıklar ve açlık vakaları hızla yayılacaktır (Koç ve Uzman,

2015, s. 19). Gıdadan kaynaklanan hastalık salgınları; dünya genelinde bir tehdit unsuru haline gelmektedir. Yer yüzünde insanlar, canlı hayvanlar ve gıda ürünlerinin artan hareketi, gelişmekte olan ülkelerdeki hızlı yapılanma, gıda işlemedeki metot değişiklikleri, yeni patojenlerin ortaya çıkmasına ve patojenlerde antibiyotik direncinin artması da gıda güvenliği risklerini artırmaktadır (Ayaz ve Acar, 2018, s. 14). Gıda güvenliği risklerini kontrol altına almak için, hangi gıdaların, patojenlerin veya durumların gıda kaynaklı hastalıklara neden olduğunu belirlemek ve bunların insan sağlığı üzerindeki etkisinin büyüklüğünü belirlemek önemlidir (Lammerding ve Fazil, 2000, s. 147).

Geçmiş yıllara bakıldığında gıdadan kaynaklı bir çok hastalığın meydana geldiği görülmüştür. Gıda kaynaklı hastalıkların nedeni genellikle bulaşıcı veya toksiktir. Bakteriler, virüsler, parazitler veya kontamine yiyecek ya da su yoluyla vücuda ulaşan kimyasal maddelerden kaynaklıdır (WHO). Son otuz yıl içinde Avrupa Birliği ülkelerinde meydana gelen gıda güvenliği krizleri, gıda güvenliği hususunu gündemde en üst sırada tutmuştur. Akıllarda kalan ve bu süreci hızlandıran en önemli olaylar arasında İngiltere’de ortaya çıkan deli dana ve Uzakdoğu ülkelerindeki kuş gribi vakaları ve AB ülkelerinde Salmonella krizleri vardır. Bu vakalar o dönemde özellikle gelişmiş ülkelerde gıda güvenliği politikalarının halk tarafından sorgulanmasına yol açmıştır. Güvenli gıda üretimi için halk baskısını meydana getirmiştir (www.ikv.org.tr). Gıdadan kaynaklanmış hastalıklar, sağlık bakım sistemlerini zorlayarak ve devletlerin ekonomilerine, turizmüne ve ticaretine zarar vererek sosyoekonomik gelişmeyi engellemektedir (WHO). *"Dünyanın hiçbir ülkesinde gıdaların tam olarak denetlenebilmesi için sağlıklı işleyen bir sistem oluşturulamamıştır. Toprakta sofraya gelene kadar büyük oranda denetim eksikliği olan gıdalar insanlar için gizli bir teröre dönüşmüştür ve hayati tehlike arz etmektedir."* (Tokalak, 2016, s. 57).

Gıda güvenliğini sağlamada Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) dört koşulu ileri sürmektedir. Bu koşullar:

- Gıdaya erişimde eşitlik,
- Gıdada sürdürülebilir üretim,
- Gıda maddelerine ulaşım ya da bütçe imkanları,
- Gıda kalitesi olarak ifade edilmektedir (Vural, 2015, s. 197).

Giray ve Soysal (2007), plastik ve cam kırıkları, taş, tahta, toprak parçaları, saç, kıl, tüy, tırnak, pestisit kalıntıları, radyoaktivite vb. fiziksel risk etmenleri; doğal toksinler (örn; mikotoksinler), çevresel metaller (örn; civa, kurşun), zirai ilaçlar ve veteriner ilaçları kalıntıları, gıda katkı maddelerinden kaynaklı kimyasal risk etmenleri; bakteri, virüs ve parazitlerin neden olduğu mikrobiyolojik kirlenmelerden kaynaklı biyolojik risk etmenleri olarak tanımlanmaktadır.

Gıda kaynaklı risklerin meydana gelmesinde bir çok neden vardır. Bu nedenler arasında ilk sırada çevrede kirlilik, nüfusta artış, evrenselleşme sürecinde değişmiş tüketim alışışlıkları, eğitim ve gelir düzeyinde düşüklük gelmektedir. Daha sonra gıda üretim birimlerinde gerekli fiziki mevduatların yapılamaması, yetersiz mevzuat, denetleme uygulamalarında eksiklikler gelmektedir (Uzunöz, Büyükbay ve Bal, 2008, s. 36).

Büyük ölçekli gıda güvensizliği sorunu öncelikli olarak dağıtımla ilgili olup gıdaya ihtiyaç duyan insanlara, yiyeceklerin ihtiyaç duydukları anda ulaştırılması ve uygun fiyatlı erişimin sağlanmasıdır. Yerel ve evrensel olarak gıda güvenliğini arttırmak amacıyla, tamamlayıcı ve rekabet halindeki kamu ve özel mekanizmalardan oluşan bir dizi görevlendirilmiştir (Barret, 2002, s. 4).

Gıda sistemi için önümüzdeki son on yıldaki zorluklar şunları içermektedir: Büyüyen ve demografik olarak değişen bir nüfus ; satın alma gücü ve beklentilerindeki ortalama artışlar ve buna bağlı olarak gıda değişikliği; kaynak kıtlığı; küresel çevre değişimi ve son olarak sera gazı emisyonlarının azaltılması ihtiyacıdır (Godfr, ve Garnett, 2014, s. 2).

2.2. KOBİ Nitelikli Yiyecek İçecek İşletmelerinde Gıda Güvenliği

Özellikle son otuz yıl içinde, insanların sabah, öğlen ve akşam yemeklerini ev dışında yedikleri görülmüştür. İş ortamından ya da ev dışında olma durumlarından dolayı insanlar bu ihtiyaçlarını dışarıdan karşılamak istemektedirler (Sarışık, 1994, s. 68). Ev dışında tüketilen besinlerin güvenli olmaması nedeniyle her yıl çoğu ülkede bir çok insan gıdadan kaynaklanan hastalıklara yakalanmaktadır (Koçak, 2007, s. 137).

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) tarafından gıda güvenliği, *“Tüm insanların, aktif ve sağlıklı bir yaşam sürdürebilmeleri için duydukları besin ihtiyaçlarını karşılayacak yeterli, sağlıklı ve güvenilir gıdaya fiziksel, sosyal ve ekonomik olarak erişimi”* olarak tanımlanmaktadır (FAO, 1996).

Yiyecek içecek işletmeleri insanların beklentilerini yerine getirmeye çalışırken aynı zamanda da kar hedeflerine ulaşabilme çabası içerisindeyler. Yiyecek içecek işletmelerindeki hızlı artışla birlikte rekabette kaçınılmaz olmuştur. Yiyecek-içecek işletmeleri varlıklarını devam ettirebilmek için rakipleriyle yarışırken, bünyelerinde de etkili bir kontrol mekanizması oluşturmaya çalışırlar (Çetiner, 2010, s. 8).

Gıda işletmelerinde hijyenin sağlanması işletmenin doğum aşamasından başlar ve üretim boyunca devam eder. Gıda güvenliğinin sağlanmasında en önemli unsur işletmenin altyapısıdır. Binanın ve tesisin özellikleri, yerleşke alanı, çevresinde bulunan yapılar işletmenin gelecekte karşılaşacağı tehlikeler hususunda belirleyici etmenlerdir. Bu belirleyicilere göre işletmelerin büyümeye ve ilerde eklenebilecek yeni ekipmanlara uygun şekilde yerleşimi planlanır ve de kurulacağı yer belirlenir. İşletmenin fiziki çevresinde çöp ve atıklar, kirli su birikintileri, zararlı canlıların yaşam alanları ve yakma sistemleri vb. gibi iş kollarının bulunmaması gerekmektedir. Çevresinde trafik olan yiyecek içecek işletmelerinde trafikten kaynaklı oluşan toz ve kire karşı önlemler alınmalıdır. Çevrede oluşabilecek su birikintilerine izin verilmemelidir. Kuruluş evresinde yapılacak doğru fizibilite çalışmasına bağlı olarak hem gıda güvenliği hem de ekonomik yönden en uygun sonuca ulaşılmaya çalışılır. Bu fizibilite çalışmasında çevresel ve ekonomik etkenlerin tümü analiz edilerek ve karar verilir (Tabak, 2018, s. 24).

2.3. KOBİ Nitelikli Yiyecek İçecek İşletmelerinde Hijyen

Sökmen (2003, s. 57), yemek yiyebilmek için yiyecek-içecek işletmesine gelen tüketicilerin sağlıklarının korunabilmesi servis ile mutfak departmanında hijyenle sanitasyon kurallarına uyularak mümkün olabilmektedir. İnsanlar hoş bir atmosferde yemek yemek amacıyla geldikleri işletmede, bulaşıcı hastalıklara yakalanmayı, gıda zehirlenmesi ile karşı karşıya kalmayı ve yiyecek-içeceklerin içinden arzu edilmeyen maddelerin çıkmasını istemezler. Yapılan uluslararası

istatistiklerde gıda sonucu meydana gelen 42 zehirlenme vakası görülmüştür. Bunun başlıca sebeplerinin başında yöneticiler ve personel tarafından yiyecek içecek departmanında hijyenik uygunluğun oluşturulmasında dikkatsiz davranılmasıdır. Bu davranışa bağlı olarak yiyecek ve içecek departmanında hijyenik ortamın oluşturulmasına fazlaca önem verilmelidir. Yiyecek ve içecek departmanında hijyenik koşulları uygulamanın esas amacı misafirin sağlığını korumaktır (akt. Çetiner, 2010, s. 40).

Gıda hijyeni, yiyecek maddelerinin satın alınması, depolanması, üretime hazırlanması, pişirilmesi ve servis anında mikroorganizmaların gıdalara transfer olmasını engellemekle ilgili bir durumdur. Bundan dolayı gıda hijyeni, yiyecek malzemesinin satın alınması aşamasında hijyen açısından kontrollerinin yapılması, depolanması hazırlanması, pişirilmesi ve servisi esnasında mikroorganizmalar tarafından kirletilmesinin önlenmesini esas alır (Şimşek, 2017, s. 150, akt.Sünbül, 2018, s. 57).

Besin kaynaklı enfeksiyonlar gelişmiş ve de gelişmeye devam eden ülkelerde başlıca toplum sağlığı sorunları arasındadır. Gıda Tarım Örgütü (FAO) ve Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), Besin Güvenliği Uzman Komitesi, kontamine besin tüketiminden çıkan besin kaynaklı hastalıkların evrensel bazda en sık rastlanan sağlık sorunu olduğunu göstermektedir (Bilici, 2008; akt. Kayalı, 2013, s. 6). Bununla birlikte, sadece gıda zehirlenmesine yol açan gıda hijyeni bilgisizliği değil, aynı zamanda edinilen bilgiyi doğru şekilde uygulamamaktır (Walker ve ark., 2003, s. 339).

Gıdaların birçok yolla sağlığa zararlı etki yaptığı bilinmektedir. Bu zararlı etkilerden kurtulmak için yiyecek-içecek işletmelerinde uyulması gereken hijyenik kurallar şunlardır (Çetiner, 2010, s. 43).

- A)Besin hijyeni
- B) Personel hijyeni (Kişisel Hijyen)
- C)Fiziki koşullar ve araç - gereç hijyeni

2.3.1.Besin Hijyeni

Gıda hijyeni; gıdanın temizlenmesi ve tümünün hastalık yapabilecek mikroorganizmalardan, kimyasallardan vb. arınması anlamına gelmektedir. Başka bir

deyişle yiyecekler tüketicileri hasta etmemelidir. Gıdalar bazı durumlarda sağlık için tehlike unsuru olabilmektedir. Gıdalar çevresinde var olan mikroplarla kirlenebilir ve tüketim esnasında da insanların hastalanmasına sebebiyet verebilmektedir (Arıkan, 2014). Besinlerden kaynaklanmış enfeksiyonlar gelişmiş ve gelişmeye devam eden ülkelerde en önemli halk sağlığı sorunları arasındadır. FAO (Gıda Tarım Örgütü) ve WHO, Besin Güvenliği Uzman besin tüketiminden çıkan besin kaynaklı hastalıkların evrensel bazda en sık rastlanan sağlık sorunu olduğunu göstermektedir (Erbil, 2000).

Besinlerde fiziksel, kimyasal ve mikrobik zararlı etkilerin bulunması insan sağlığı için tehlike arz etmektedir. Dolayısıyla besinlerin üretimden tüketime kadar geçen süreçte sağlığa zararlı mikroplara, toksinlere ve zehirli kimyasal maddelere karşı önlem alınmalıdır. Bu önlemlerle bulaşmayı, küflenmeyi, bozulmayı ve besin değerini düşüren etkenler ortadan kaldırılabilir. Bu bakımdan gıdaların hazırlanması, saklanması, paketlenmesi ve sunumu hijyenik şartlar altında yapılmalı ve sıklıkla kontrol edilmelidir (www.foodelphi.com).

Fiziksel, kimyasal ve biyolojik özelliklerin tümü kaliteyi oluşturmaktadır. Böyle olmasına rağmen, en çok aranan kalite özelliğinin sağlık açısından bakıldığında güvence olduğu söylenebilir. Yiyecekler hijyen şartlarında üretilmesi ve hijyen zinciri bozulmadan tüketilmesi sağlık açısından önemlidir. Besinlere üretimden tüketimine kadar birçok farklı kaynaktan mikroorganizma bulaşmaktadır. Bu mikroorganizmalar çoğalarak yiyeceklerin kalitesini bozmaktadırlar. Kalitesi bozulan yiyecekler ise maddi zayıya ve gıda kaynaklı hastalıkların doğmasına sebebiyet verebilmektedir (Erbil, 2000).

Besin hijyenini sağlamak için dikkate alınması gereken hususlar vardır. Bunların başında; dayanıklı, hijyenik ve güvenilir gıdalar satın almak gelirken, diğer bir husus ise hali hazırda tüketimi yapılmayacak yiyeceklerin türlerine uygun yöntemle depolanmasıdır. Tüketilecek miktara göre yemek hazırlamak aynı zamanda olabildiğince pişen yiyeceği hızlı servis etmek de diğer bir husustur. Yiyecekleri pişirme yöntemi olarak yüksek ısıda kısa sürede pişirme yöntemi tercih edilmelidir. Dondurulduktan sonra pişirilen ve servise hazır yiyecekler en fazla 10 dakika içerisinde tüketilmelidir. Yiyeceklerin muhafazası, hazırlanması, pişirmesi ve sunumu aşamasında mikroorganizma ısı etkileşimi unutulmamalıdır. Tekrar ısıtılan yiyeceğin

iç sıcaklığı 70°C olacak şekilde hazırlanmalıdır. Piştikten sonra sunumu yapılacak yiyecekler ise maksimum 30 dakikada 10°C'ye kadar soğutularak soğutucu dolaplara yerleştirilmelidir. Pişmiş sıcak yemekler ise oda sıcaklığında dört saati geçmeyecek şekilde bekletilmelidir (Erbil, 2000).

Ayrıca besin hijyeni için uyulması gereken talimatlar bulunmaktadır. Bu talimatlar ise şunlardır; miktarı fazla olan yiyecekler küçük kaplara bölünmelidir. İçinde iyi bir havalandırma sistemi ve aralıklı raflar bulunan ve sıcaklığı devamlı 0°C' de tutulabilen özel odalar kullanılmalıdır. Dondurulmuş besinlerin çözündürülme işlemi buzdolabı sıcaklığında (4°C) yapılmalı ve çözündürülmüş yiyecekler tekrar dondurulmamalıdır. Pişirilen fast food türü gıdalar hızlıca soğutularak 0-3°C de maksimum 5 gün bekletilmeye bırakılmalıdır. Tamamen hazır veya yarı hazır gıdalar taşınma esnasında soğuk zinciri sürdürecektir şekilde (0-3°C arasında) ulaştırılmalıdır.

Donmuş vaziyette işletmeye gelmiş yiyecekler (-17,7 ile -23,3 °C arasında), tüketime dek dondurulmuş şekilde saklanmalıdır. Çiğ sebze ve meyveler temiz içme suyunda bol bol yıkanmalıdır. Sıcak tutulması gereken besinlerin bekletilme işlemi en az 62,8 °C sağlayabilen sistemde olmalıdır. Besinler sıcak dolaplar, fırınlar ve sıcak arabalarda bekletilmelidir. Oda ısısında uzun müddet bekletilen gıdalar gıda zehirlenmesine yol açmaktadır. Yiyecek işletmelerinde bu tür uygulamalara dikkat edilirse besin hijyenini bozan etkenler ortadan kaldırılmış olur. Yeni bulaşmalar önlenebilir var olan bakterilerin çoğalarak tehlikeli sayılara ulaşması engellenebilir (Erbil, 2000).

Yaşamın devam ettirilebilmesi ve insan sağlığının korunabilmesi için yeterli ve dengeli beslenme sağlanmalıdır. İnsanların bu ihtiyaçlarının gıdalarla karşılanması yönünden güvenilir gıda tüketmeleri bir zorunluluktur. Hayatımızın ana maddesi olan besinler, üretimden tüketim aşamasına kadar geçen süreçte gerekli hijyen sağlanamadığı için zararlı hale gelmekte ve sağlığımız için tehlikeye yol açmaktadır. Güvenilir gıdanın temin edilmesi ve besin kaynaklı hastalıkları önlemek için;

- Satın alma,
- Depolama,
- Hazırlama- pişirme ve
- Servis esnasında hijyen kurallarına uyulmalıdır (hsgm.saglik.gov.tr).

2.3.1.1. Satın Almada Hijyen

Yiyecek içecek işletmelerinde üretim yapan personel menü için gerekli yemekleri hazırlama aşamasında bazı malzemelere gereksinim duyar. Bu malzemeleri liste haline getirip işletmenin deposundan talepte bulunur. Üretim için kullanılan malzemeler depolarda tükenmiş ya da azalmış olabilir. Bu durumda depo sorumlusu satın alma istek formu düzenler ve satın alma departmanına gönderir. Böylece satın alma işlemi başlamış olur (Sökmen, 2003; akt. Artık ve ark., 2017, s. 193).

Besinleri satın alırken güvenilir ve satın alma ilkelerine uygun olup olmadığına dikkat edilmelidir. Bu husus gıda güvenliği ve ekonomik yönden yarar sağlamaktadır. Satın alma aşamasında dikkat edilmesi gereken noktalar vardır. Bu önemli noktaların başında; güvenilir kaynaklardan tahsis edilmesi ve güvenli olup olmadığından şüphe edilmeyen gıdaların satın alınması gelmektedir. Taze peynir yerine pastörize edilmiş sütlerden yapılan, olgun ve salamura peynirler tercih edilmelidir. Sokakta satılan sütler alınmamalıdır. Et, tavuk, süt ve balık gibi riski bulunan gıdalar 4 ile 4,5 °C'de muhafaza edilmelidir. Et ve et ürünlerinin yapısına, rengine, kokusuna ve görünümüne dikkat edip damgalı olanlar tercih edilmelidir. Çatlamış, kirli ve kırılmış yumurtalar satın alınmamalıdır.

-18 °C'de depolanan dondurulmuş gıdalar satın alınmalıdır. Dondurulmuş gıdalar çözülmemesi için alışverişin sonunda alınmalıdır. Ambalajlı gıdaların etiket bilgileri; üretildikleri tarihi, son kullanma tarihi, üretim izni gibi bilgilerine dikkat edilmelidir. Sebze ve meyve alırken ezik, çürük, çamurlu ve böceklenmiş olanlar alınmamalıdır. Konserve gıdalar satın alırken, alt ve üst kapaklarının şişmemiş, kutusu hasar görmemiş, kapağı gevşememiş kutular satın alınmamalıdır. Tahıl ve kuru bakliyatların, küflü, böcekli, kırık taneli olmamasına dikkat edilmelidir (sbu.saglik.gov.tr).

2.3.1.2. Depolamada Hijyen

Yiyecek içecek işletmelerinde satın alma, teslim alma ve depolama işlemi sırasıyla uygulanır (Artık ve ark., 2017, s. 196). Hem besin hem de besinle temas eden maddelerin doğal yapısını bozmadan ve teknik açıdan uygun olacak şekilde saklanmasına depolama denir (Kayalı, 2013, s. 8). Depolama; toplu beslenme sunan

işletmelerde gıdaların satın alınmasından sonra gelen aşamadır. İşletme tarafından satın alınan yiyecekler anında tüketilmeyecekse uygun koşullarda depolanır. Eğer yiyecekler uygun olmayan şekilde depolanırsa; kısa sürede bozulur, pişen yemeğin kalitesini düşürür, sağlığa zarar verebilir ve ekonomik kayıplara neden olabilir (Bulduk, 2009, s. 384). Uygun depolanmayan besinlerde aynı zamanda; fiziksel değişikliklerin, bakterilerin, küflerin ve enzimlerin neden olduğu değişiklikler meydana gelir (sbu.saglik.gov.tr). Bazı besinlerin uygun depolama ve bekleme süreleri aşağıdaki gibi olmalıdır:

Tablo 4. Bazı Besinlerin Saklama Dereceleri ve Bekletme Süreleri

Besin	Sıcaklık(°C)	Süre(gün)
Et	0-2	5
Kıyma	0-2	1-2
Balık	(-1)-0	1-2
Yumurta	4-7	7
Pastörize süt	3-4	1
Yumuşak meyveler	4-7	2
Sert meyveler	4-7	14
Soğan, patates	15-20	14-21
Yeşil sebzeler	4-7	5
Diğer sebzeler	4-7	14

Kaynak: (sbu.saglik.gov.tr).

Depolamada dikkat edilmesi gereken önemli hususlar; depolar ürün sıcaklığına uygun ve temiz aynı zamanda düzenli olmalıdır. Besinlerin üzerinde son kullanma tarihi, TSE ve Bakanlık izinlerinin olması gerekmektedir. SKT geçmiş besinler olmamalıdır. Depoda çürümüş, kötü ambalajlanmış, paslı, üzeri açık vs. ürün olmamalıdır. Depoda yabancı maddeler (personel kıyafetleri, temizlik malzemeleri) bulunmamalıdır. Tahta kasalarda ürün saklanmamalıdır (Tanır, 2015).

Gıdalar dört farklı şekilde depolanmaktadır. Bunlar kuru depolama, soğuk depolama, derin soğutma ve derin dondurucudur (Artık ve ark., 2017, s. 196).

2.3.1.3. Hazırlama ve Pişirmede Hijyen

Yiyeceklerin kesme, doğrama, dinlendirme, karıştırma, süsleme ve porsiyonlama gibi bir çok hazırlık aşaması vardır. Bu esnada gıdalar bir çok malzeme ve ellerle temas durumundadır. Dolayısıyla her aşamada çok dikkatli ve titiz olunmalıdır (Artık ve ark., 2017, s. 200). Gıdaların hazırlanma aşamasındayken mikroorganizmalarla kirlendiği görülmektedir. Bu kirlenmeden kaçınabilmek için hazırlama sürecinde yapılan işlemler hijyen kurallarına uygun şekilde ve temiz ortamlarda yapılmalıdır (Kayalı, 2013, s. 10).

Hazırlık aşamasında diğer önemli hususta mutfak yüzeyleri ve personel hijyenidir. Hazırlık işini yapan personel hasta ise, tuvalet ihtiyacından sonra ellerini yıkamıyorsa yiyeceklere dokunduğunda patojen yayma riski oldukça yüksektir. Eğer hazırlık işini gerçekleştiren aşçı kullandığı bıçağı birden fazla farklı gıdayı kesmek için kullanıyorsa ve doğrama tahtasında farklı besinler doğruyorsa mutfak içi patojen kontaminasyonu (çapraz bulaşma) yaratmış olur (Kayalı, 2013, s. 11).

Çapraz Bulaşma; bakteri ve virüslerin bulaşmış olduğu bir yüzeyden, kirlenmeye maruz kalmamış başka bir yüzeye ulaşmasıyla medyana gelmektedir. Çapraz bulaşmanın dört ana kaynağı vardır. Bunlar gıdalar, insanlar, ekipman ve çalışma alanları olarak sınıflandırılmaktadır (www.invenura.com).

Pişirme işlemi üretim evresinin ikinci basamağıdır. Bu yöntemle gıdaların bakteri içeriği azaltılır yahut yok edilir. Uygun sıcaklık ve yeterli pişirme süresi ile gıdaların zarar verme riski azalır. Bu bağlamda pişirme işlemi yapılırken ürünlerin ana sıcaklığı 70°C'den az 2 dakika; 60°C'de en az 45 dakika; 80°C'de en az 2 saniye bekletilmesi gerekmektedir (Artık ve ark., 2017, s. 204). Pişirme esnasında dikkat edilmesi gereken bazı önemli hususlar aşağıdaki gibidir:

- Pişirme işleminde kullanılacak araç gereçlerin temiz olması oldukça önemlidir.
- Pişirme sıcaklığı bakterinin ölebileceği sıcaklıkta (65°C ve üzeri) olması önemlidir.
- Özellikle potansiyel riski olan gıdaların uygun sıcaklıkta pişirilmesi çok önemlidir ve yemek termometresi kullanılması gerekmektedir.
- Pişirme işleminden 2 saat sonra yenecek sıcak yemekler (65°C ve üzeri), soğuk yemekler (5°C ve altında) saklanmalıdır.

- Pişmiş yemekler maksimum 2 saat oda sıcaklığında, tezgahta veya ocağın üzerinde bekletilebilir (Kurt, 2018, s. 19).

2.3.1.4. Serviste Hijyen

Vücudumuzda doğal olarak var olan mikroorganizmalar besinlerle temasa geçince zehirlenmeye yol açmaktadır. Dolayısıyla bu zehirlenmelere sebep olmamak için servis esnasında servis personeli eldiven, bone, maske kullanılmalıdır. Toplu beslenme sistemlerinde servis sırasında kullanılan benmari sıcaklığı da önemlidir. Benmariye konulan su, besinin içine konulduğu kaplarla temas halinde olmalıdır. Bu durum besinin sıcaklığının sabitlenmesine yardımcı olacaktır. Sıcak tutulması gereken besinlerin sıcaklığı 65°C seviyesinin altına düşmemelidir. Besinler bu sıcaklıkta 3 saatten fazla tutulmamalıdır (Kayalı, 2013, s. 11). Servis hijyeni için önemli kurallar aşağıdaki gibidir:

- Serviste kullanılan araç gereçlerin (tabak, çatal, kaşık vb.) temizliğine dikkat edilmelidir.
- Çizilen, çatlayan ya da kırılmış malzemeler kullanılmamalıdır.
- Tabakların ve bardakların ağız kısımlarına dokunulmamalı, alt kısımdan ve ya kenarlarından tutulmalıdır.
- Servis sırasında yere düşmüş yemek ve ya serviste kullanılan malzemeler tekrar kullanılmamalıdır.
- Besinler kaplara fazla doldurulmayarak elle teması engellenebilir.
- Servis edilecek yiyeceklerin üzerini kapatmada bez kullanılmamalıdır.
- Pişme işlemi gerçekleşmiş yiyecekler iki saatti geçmeyecek şekilde oda ısısında dışarıda bekletilmemelidir (sbu.saglik.gov.tr).

2.3.2. Kişisel Hijyen

Yiyeceklere mikroorganizma bulaştıran başlıca kaynak yemek hazırlama aşamasında çalışan personeldir. Dolayısıyla yemek hazırlama işini yapan kişilerin kişisel temizliklerine çok dikkat etmesi gerekmektedir (Kurt, 2018, s. 14).

Besinlerin mikrobiyolojik kalitesi işletmede çalışan personelin hijyeni ile doğrudan ilgilidir. Çünkü; işletme personeli besinlerdeki hem saprofit, hem de patojen mikroorganizmaların potansiyel kaynağını teşkil etmektedir. Gıda üreten işletmelerde

çalışanlar özellikle solunum (soğuk algınlığı, anjin, pnömoni, tüberküloz, kızıl) ve sindirim (dizanteri, kolera, tifo) hastalık etkenlerinin besinlere bulaşmasında önemli etkidir (Göbel, 2008, s. 32). Personelin dakikada on bin ile yüz bin adet mikroorganizma yaydığı ifade edilmektedir. Dolayısıyla, personel hijyeni ve eğitimi oldukça büyük önem taşımaktadır. İnsanlar, gıdaların birinci derecede kontaminasyon kaynağıdır. Ve bu işi portör olarak da yaparlar. Portörün tanımı ise, patojenleri bünyesinde barındıran ve bunu diğer insanlara aktaran, ancak kendisinde hiçbir belirti görülemeyen kişiler demektir (Arıkan, 2014, s. 31).

Personele ürün kabulünden hazırlık, işleme, ambalajlama ve taşıma sürecine kadar gıdaya doğrudan mikroorganizma bulaştırmasını önleyebilmek adına personel hijyeni ve eğitimi verilmelidir. Personele verilen eğitimin işinde uygulanması sağlanmalıdır (www.diatek.com.tr). Personel kişisel hijyeni için dikkat edilecek hususlar aşağıdaki gibidir:

- Personel iş başı yapmadan önce sağlık kontrollerinden geçmelidir.
- Eller temiz, tırnaklar kesilmiş ve ojesiz olmalıdır.
- Bağırsak hastalığı olan, açık yarası ve enfeksiyonu bulunan personel mikroorganizma bulaştıracığı düşünülen bölümlerde çalıştırılmamalıdır.
- Personelin saç ve sakal temizliği tam olmalı, üzerinde takı bulunmamalıdır.
- Personel günlük kıyafetleri ile mutfakta bulunmamalı, çalışma kıyafetinin ayrı olmasıyla birlikte temiz olması da önemlidir.
- Çalışma alanlarında sigara içilmemesine özen gösterilmelidir (Artık, Şanlıer ve Ceyhun Sezgin, 2017, s. 218).

Personelin çalışma esnasında sağlıklı olması gerekmektedir ve besinlerle uğraşırken kişisel hijyen ve temizliğine de dikkat etmesi zorunludur. Mikroorganizmaları yiyeceklere taşıyan en önemli organ ellerdir. Personel, bir işe başlamadan önce, tuvalet ihtiyacından, çiğ yiyeceklere temas ettikten, kirli malzemelere dokunduktan, hapşırma ve öksürmeden sonra ellerini mutlaka yıkamalıdır (Göbel, 2008, s. 33).

Baş ve arkadaşları(2004), 109 yiyecek işletmesinde (31 hastane, 14 yemek fabrikası, 4 okul beslenme servisi, 11 otel, 27 kebabçı, 14 fast food restoran ve 18 restoran) gerçekleştirilen bu çalışmayla, işletmelerde çalışan beslenme servisi

personeli ile HACCP ve ön gereksinim programlarının uygulanması açısından, yüz yüze görüşmeler yapılmış. Aynı zamanda soru cevap yöntemi ve bununla birlikte çalışanlar 8 ay boyunca izlenmiştir. Çalışma sonunda; elde edilen sonuçlar; hastaneler %50, catering işletmeleri %68, okullar %42, restoranlar %41, kebabçılar %43 ve fast food restoranlar %46 oranında başarılı bulunmuştur. Araştırmada hastanelerin ve yemek fabrikalarının personel hijyeni ile ilgili bilgi düzeylerinin ve uygulamalarının, diğer işletmelere göre biraz daha iyi düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır. Ancak karşılaşılan durumun beklenenin altında olduğu tespit edilmiştir (Göbel, 2008, s. 34).

2.3.3.Fiziki Koşullar ve Araç-Gereç Hijyeni

Yiyecek içecek işletmeleri hijyen koşullarına uygun olarak üretim yapmak istiyorsa ilk olarak buldukları bina çevresinin bu duruma elverişli olup olmadığına dikkat etmelidir. Mekan çevresinde bulaşmaya neden olabilecek çöp yığınları, su birikintileri gibi zararlıların oluşmasına sebebiyet verecek etmenler olmamalıdır. İş yeri dizayn, lokasyon, ebat ve yerleşke bakımından yeterli bakım ve temizliğe izin verebilmeli, hava yoluyla bulaşmayı önleyecek ve bu işlemlerin tamamı için hijyenik performansına uygun kapasitede çalışma imkanı sağlayabilmelidir (Bayram, 2011, s. 48). Dışsal faktörlerin yanı sıra üretimin yapıldığı mutfak ve hizmetin sunulduğu ortam da hijyenik ve temiz olmalıdır.

Gıda üretiminin yapıldığı mutfak ve yemek yenilen bölümün fiziki yapısı, yiyecek hazırlama, pişirme ve servisinde kullanılan malzemeler hijyenini etkilemektedir. Soğuk algınlığı bulunan ya da portör personel, havadaki tozlar, haşerelerin ve böceklerin oluşması, koşulları hijyenik açıdan daha da zorlaştırmaktadır (acikders.ankara.edu.tr). Yemek hazırlarken kullanılan araç gereçlerde (kesme tahtaları, bıçaklar, makaslar vb.) mikrobik bulaşmanın engellenebilmesi adına ısıtılmış su ve uygun deterjanlarla temizlenmelidir. Gerek görülürse dezenfekte edilmelidir. Yapılan çalışmalarda, bulaşık süngeri ve havuz örneklerinde fekal koliform konsantrasyonu %63–67 oranında bulunmuş *E.coli* konsantrasyonu bulaşık havuzlarında %16, bulaşık süngerlerinde ise %33 oranında bulunmuştur. Bunun yanında mutfak yüzeylerinde *Salmonella* ve *Campylobacter* bakterilerine rastlanmıştır (Kayalı, 2013, s. 11). Bu durumlar göz önüne alındığında gıda işletmelerinde fiziki

koşullar ve araç gereçler açısından da uyulması gerekli hijyen kuralları vardır. Araç-gereç hijyeninde aşağıdaki noktalara dikkat edilmelidir:

- Çalışma esnasında kullanılan araç gereçlerin yüzeylerinde aşınma olmamalıdır.
- Kullanılan araçların kendi temizliğini ve çevresinin temizliğini zorlaştırmayacak şekilde yerleştirilmesi gerekmektedir.
- Kırılan, çatlayan ve çizilmiş araç-gereç kullanılmamalıdır. Kirli olan araç-gereçlerin temizliği hijyenik şekilde yapılmalıdır.
- Tüm araçların temizlik ve bakımının nasıl yapılacağını anlatan listeler hazırlanmalıdır. Bu listeler aracın kolaylıkla görülebilecek herhangi kısmına asılı olmalıdır.
- Bütün araç-gereçlerin özellikle kıyma makineleri, salam, jambon dilimleme makineleri ve etle ilgili bütün araçların temizliğine dikkat edilmelidir. Her kullanımdan sonra sıcak, dezenfektan katkılı deterjanlı su yardımıyla fırçalanıp, iyice durulanıp, kurulanmalıdır (Şimşek, 2014, s. 35).

Bu araç-gereçler *Campylobacter jejuni*, *Clostridium perfringens* ve *Salmonella* riski taşımaktadır. Her türlü mutfak araç gereci temizlenirken temiz ve sıcak içme suyu kullanılmalı, durulama işleminde bol sıcak su kullanılmalıdır (Şimşek, 2014, s. 36).

Fiziki koşullar adına yapılması beklenenler ise; mutfak ve yemek tüketilen bölümlerde uygun havalandırma sistemi bulunmalı ve havalandırma yapıldığı esnada içeriye sinek vs. girmemesine dikkat edilmelidir. Mutfağın aydınlatma sistemi de içeride üreyebilecek böceklerin daha kolay görülebilmesi ve temizliğinin yapılabilmesi için uygun bir şekilde dizayn edilmelidir. Mutfağın zemini ise kolay temizlenebilmeli, kaygan olmayan açık renkli sağlam malzemeyle yapılmış olmalıdır. Mutfak zemini uygun temizleyicilerle günde en az bir defa yıkanmalıdır.

Kirlenen mutfak duvarları kirlendikçe sık sık yıkanmalıdır. Tavanlarda kir olmamalı ve kabarmış tavanlardan yemeklerin içine kir düşmemesine dikkat edilmelidir. Yeterli sayıda kadın-erkek personel için tuvalet bulunmalı ve hijyenik bir şekilde el yıkamanın sağlanabileceği malzemeler bulundurulmalıdır. Personel için kıyafet odaları ve duş alma imkanı sağlanmalıdır. Mutfağa konan çöp kovaları yemek hazırlanan kısımlardan uzakta tutulmalı ve personelin elinin değmeden açılacağı şekilde çöp poşeti geçirilmiş biçimde olması gerekmektedir.

Mutfakta kullanılan suyun mikrobiyolojik kontrolleri sık sık yapılmalıdır. Depolarda sıcaklık, nem ve oluşabilecek böceklenmelere karşı kontrol ihmal edilmemelidir. Depoya ilk giren malzeme ilk çıkan malzeme olmalıdır. Halihazırda tehlike arz eden yiyecekler mutlaka buzdolabında depolanmalıdır (Demirel, 2009, s. 6)

2.4. Turizm Alanında Gıda Güvenliği İle İlgili Yapılmış Çalışmalar

Bu bölümde turizm alanında yapılmış gıda güvenliğine yönelik bazı araştırmalara yer verilmektedir.

Kabacık (2008), 4 ve 5 yıldızlı otellerin mutfak bölümünde görev yapan personellerin gıda güvenliği bilgi düzeylerini ölçmek amacıyla çalışmasını yürütmüştür. Araştırma Antalya, Trabzon, Çanakkale, Gaziantep ve İzmir İli Çeşme İlçesinde bulunan 4 ve 5 yıldızlı otellerde, 377 mutfak personeline anket tekniği uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Sonuçlara bakıldığında katılımcıların %88,3'ünün hizmet içi eğitim aldığı ve uygulanan testten aldıkları puanlarla öğrenim durumu ortalamalarına göre anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir.

Alyakut (2009), Turizm Meslek Yüksekokulunda gıda güvenliği eğitimi alan ve almayan öğrencilerin bilgi düzeyi ve uygulama farklılıklarını belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırma verileri anket aracılığıyla toplanmıştır. Sonuçlar doğrultusunda, öğrencilerin bilgi düzeyi, riskli gıda tüketimine dair görüşleri ve uygulamalar değerlendirildiğinde; eğitim aldıktan sonra bilgi düzeylerinde önemli derecede artış ve fark olduğu tespit edilmiştir. Eğitim almamış öğrencilerde ise, riskli gıda tercihi ve yanlış uygulamalar tespit edildiği belirtilmiştir.

Bayram (2011), çalışmasında dört farklı ülkede; Türkiye'de İstanbul, Ankara ve Antalya, Almanya'da Dusseldorf, İspanya'da Sevilla ve Birleşik Arap Emirlikleri'nde Dubai şehirlerinde bulunan dört ve beş yıldızlı otellerde çalışan mutfak personelinin mutfaklarda gıda güvenliği konusundaki bilgi, tutum ve uygulamalarını araştırmıştır. Araştırmada veriler anket aracılığıyla toplanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; personelin ülkelere göre gıda güvenliği bilgi düzeylerine bakıldığında anlamlı fark olduğu tespit edilmiştir. Ünelere göre gıda güvenliği tutumlarında ise anlamlı fark olduğu tespit edilmiştir. Personelin ülkelere göre gıda güvenliği davranış düzeylerine bakıldığında ise anlamlı fark olduğu belirtilmiştir.

Kılıçalp (2011), Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin gıda güvenliği algılarını belirlemek amacıyla yürüttüğü çalışmasında anket tekniğini kullanmış ve 524 yabancı turistten veri toplamıştır. Anket 5 bölüm ve 79 sorudan oluşmaktadır. Verilerin analizi sonucunda, Türkiye'ye yönelik gıda güvenliği algısının olumlu yönde olduğu belirlenmiş, araştırmanın gerçekleştirildiği otelin aritmetik ortalamasının Türkiye aritmetik ortalamasından yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Çiftçi (2014), çalışmasında beş yıldızlı otellerde çalışan aşçılık eğitimi almış ve almamış yönetici statüsündeki mutfak görevlilerinin gıda güvenliği konusundaki bilgi ve uygulamalarını araştırmıştır. Çalışmanın verileri Ankara, Antalya ve İstanbul'da bulunan 5 yıldızlı otellerin mutfağında görev yapmakta olan yöneticilerden anket yoluyla toplanmıştır. Personelinin "gıda güvenliği, hijyen, depolama, pişirme ve hazırlama" gibi konulardaki bilgi ve uygulamalarını belirlemek için 57 kriterden oluşan "Gıda güvenliği" anketi kullanılmıştır. Analizler yardımıyla elde edilen sonuçlar dahilinde, yönetici statüsündeki mutfak görevlilerinin almış olduğu gıda güvenliği bilgi düzeyi ve gıda hazırlama sırasındaki uygulama düzeyi puanları incelendiğinde aşçılık eğitimi almış ve almamış personel arasında anlamlı bir fark tespit edilememiştir.

Başer, Şanlıer, Abubakirova ve Çil (2016), çalışmalarını Türkiye ile Kazakistan'daki 4-5 yıldızlı otellerde çalışan servis ve mutfak personeli üzerinde gerçekleştirmişlerdir. Çalışanların gıda güvenliğine dair bilgi düzeylerini, tutum ve davranışlarını inceleyip iki ülke arasında farklılıklar olup olmadığını saptamayı amaçlamışlardır. İki ülkede 4-5 yıldızlı otellerde 866 mutfak ve servis personeline veriler toplanmıştır. Toplanan verilerin analizleri sonucunda, Türkiye ile Kazakistan arasında gıda güvenliği genel bilgi düzeyi yönünden farklılık olmadığı belirtilmiştir. Türkiye'de gıda güvenliğine dair tutum ve davranışının Kazakistan'a göre daha pozitif yönde olduğu tespit edilmiştir.

Kızılıcık (2016), çalışmasında Kahramanmaraş'da, turizme hizmet sunan pastanelerde istihdam eden, geleneksel Maraş dondurması üreten görevlilerin hijyen ve gıda güvenliğine dair bilgi ve uygulama düzeyinin belirlenmesini amaçlamıştır. Kolayda örneklem yöntemiyle anket formu aracılığıyla veriler toplanmıştır. Yapılan analizler sonucunda, çalışanların hijyen ve gıda güvenliğine dair bilgi ve uygulama

düzeşinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca personelin hijyen ve gıda güvenliğine ilişkin bilgi düzeyi üzerinde, personelin demografik özelliklerinin(yaş, eğitim düzeyi, iş tecrübesi, hijyen ve gıda güvenliği üzerine eğitim alma durumu) önemli bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Eren, Nebioğlu ve Şık (2017), çalışmalarında Antalya'nın Alanya İlçesi'ndeki beş yıldızlı otel mutfaklarında çalışan personelin gıda güvenliği konusundaki bilgi düzeylerini ölçmeyi amaçlamışlardır. Sınırlılıklardan kaynaklı olarak araştırmasını Alanya'nın Okurcalar Beldesi'nde faaliyette bulunan otel mutfak çalışanları üzerinde gerçekleştirmiştir. Anket yoluyla verileri toplamıştır. Araştırmanın sonuçlarında sezonluk çalışan personelden ziyade tüm yıl iş gören personelin içinde gıda güvenliği hususunda bilgi sahibi olma üzerinde etkisi olduğu belirtilmiştir.

Ayaz ve Aydın (2017), turizm sektöründe gıda hizmeti sunan çalışanların hijyen davranışlarını belirlemek ve demografik özellikleri ile hijyen davranışları arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını araştırmışlardır. Sonuç olarak çalışanların hijyen davranışlarının; hijyen bilgisi, hijyen düşüncesi, zorunlu hijyen davranışı ve gönüllü hijyen davranışı olarak ortaya çıktığını belirtmişlerdir. Çalışanların demografik özellikleri; cinsiyet, medeni durum, yaş, gelir durumu, çalışılan işletme türü ve hijyen eğitim durumu değişkenleri ile hijyen davranışı boyutları arasında anlamlı farklılıklar tespit etmişlerdir.

Dolmacı ve Bulgan (2018), yapmış oldukları çalışmada turizm sektöründe faaliyette bulunan işletmelerde gıda güvenliğinin bir insan hakkı olan sağlıklı yaşam açısından taşıdığı önem, içerik analizi yöntemine başvurularak araştırılmış ve değerlendirilmiştir. Sonuçlara göre, sağlık konusunda bilinçli olan turist, turistik destinasyon tercihinde sağlıklı ve kaliteli satın alma davranışının ön planda olduğu belirtilmiştir.

Ertaş (2019), Safranbolu'da 1-2-3 yıldızlı otel işletmelerinin yiyecek içecek bölümünde çalışan personelin gıda güvenliği bilgi düzeyini ölçmek için yaptığı araştırmada anket yöntemini kullanmıştır. Aynı zamanda personelin elinden swap yardımı ile örnek alarak *Escherichia coli* olup olmadığını ölçmüştür. Sonuçlara göre çalışanların hiçbirinde *E. coli* çıkmamış ve gıda güvenliği kursu alan personelin daha bilinçli ve daha dikkatli olduğu tespit edilmiştir.

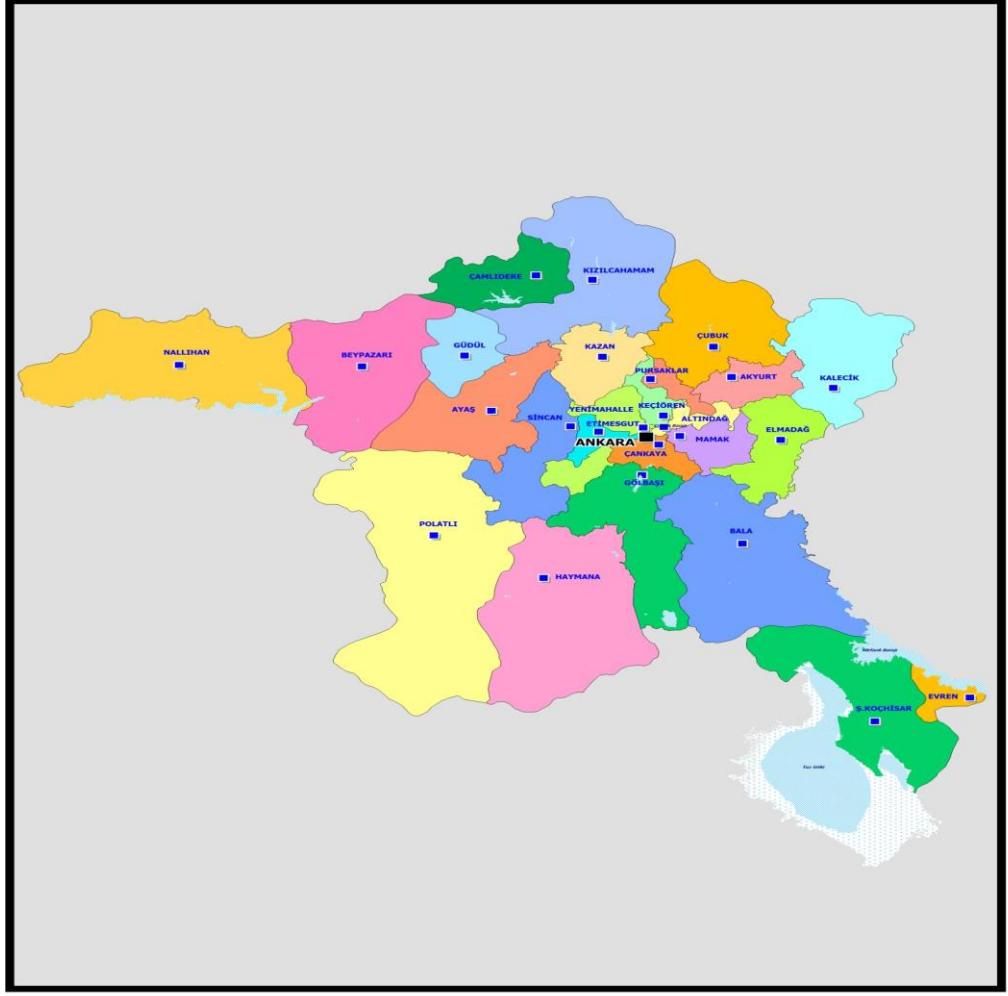
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KOBİ NİTELİKLİ YIYECEK VE İÇECEK İŞLETMELERİNDE GIDA GÜVENLİĞİ BİLGİSİNİN TEKRAR ZİYARET ETME NİYETİNE ETKİSİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK ARAŞTIRMA

3.1. Araştırma Bölgesi

Araştırma, Ankara ilinde gerçekleştirilmiştir ve araştırma evrenini Ankara'ya gelen yerli turistler oluşturmuştur. Ankara, Orta Anadolu Bölgesi'nde yer alarak doğusunda Kırıkkale ve Kırşehir, kuzeyinde Çankırı, kuzeybatısında Bolu ve batısında Eskişehir, güneyinde Konya ve Aksaray illeriyle çevrilidir. Kızılırmak ve Sakarya nehirlerinin oluşturduğu ovalarla kaplı olan bölge 26.897 km²'lik bir alana sahiptir. Altındağ, Çankaya, Çubuk, Elmadağ, Etimesgut, Gölbaşı, Keçiören, Mamak, Sincan, Pursaklar ve Yenimahalle Ankara'nın merkez ilçeleridir. Taşra ilçeleri ise Ayaş, Bala, Beypazarı, Çamlıdere, Evren, Güdül, Haymana, Kalecik, Kazan, Kızılcahamam, Nallıhan, Polatlı ve Şereflikoçhisar'dır (Ankara İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 1995, s. 2).

23 Nisan 1920 tarihinde kurulan Türkiye Büyük Millet Meclisi, hükümet merkezini Ankara olarak ilan etmiş ve Ankara'yı, İstiklal Savaşı'nın idare edildiği bir merkez haline getirmiştir. Ankara, 13 Ekim 1923'te çıkarılan kanunla da resmi olarak yeni Türkiye'nin yeni başkenti olarak ilan edilmiştir. Bununla birlikte kentin bugünkü gelişiminin başladığı görülmüştür (www.ankara.bel.tr).



Şekil 5. Ankara Haritası (ankara.ktb.gov.tr).

Ankara'ya 2018 yılında havayolu ulaşımıyla yurtdışından toplam 581.117 kişi giriş yapmıştır. Yurt içinden yapılan giriş sayısı ise 596.188'dir. Konaklama işletmelerine bakıldığında yerli turistlerin toplamda yıllık oda doluluk oranı %33,48'dir. Ankara İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden elde edilen verilere göre 2018' de Ankara ilinde konaklama yapan yerli turist sayısı 182.581 olarak tespit edilmiştir. Bu sayı aynı zamanda Ankara'yı ziyaret eden yerli turist sayısı olarak da ele alınmıştır (ankara.ktb.gov.tr).

Bu bölümde, araştırma bölgesi olarak seçilen Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin gıda güvenliği bilgisi ve KOBİ nitelikli yiyecek ve içecek işletmelerini tekrar ziyaret etme niyetine yönelik araştırma sonuçlarına ilişkin analiz ve bulgulara yer verilmiştir.

3.2. Araştırma Verilerinin Toplanması

Bu çalışmanın verileri Ankara ilini Haziran-Eylül 2019 arasında ziyaret eden 437 yerli turistten anket aracılığıyla toplanmıştır. Veriler, SPSS istatistikî paket programı ile analiz edilmiştir. Anket ölçeği (Ek-1)'inde gıda güvenliği bilgisi ile ilgili 29 ifade, tekrar ziyaret etme niyeti ile ilgili 5 ifade bulunmaktadır. Gıda güvenliği ölçeğinde bulunan (S14, S15, S16) ifadeleri birden çok faktöre yüklendiği için analizden çıkartılmıştır. Yine gıda güvenliği ölçeğinde bulunan (S18, S19, S20, S29) katılımcıların cevapları esnasında ifadeleri tam anlamadıkları görülmüş ve analizler esnasında sorun yarattığı anlaşılarak analizden çıkartılmıştır. Analizler sonucunda tekrar ziyaret etme niyeti ölçeğinden de bir ifade (S4) faktör yükünün 0.30'un altında olmasından dolayı çıkarılmıştır.

Veriler bu ifadelerin anketten çıkarılmasından sonra analiz edilmiştir. Bu veriler için güvenirlilik ve faktör analizi yapılmıştır. Faktör sayısının belirlenmesindeki amaç, değişkenler arasındaki ilişkiyi en iyi şekilde temsil eden en az sayıda faktöre ulaşmaktır. Gerekli ve yeterli faktöre ulaşmak için her bir faktörün toplam varyansın %'de kaçının açıklandığına bakılmalıdır. Toplam varyansın %40'ının açıklaması her bir faktör için yeterli bulunmaktadır (Büyüköztürk, 2002; Kalaycı, 2006; Eroğlu, 2008).

Yapılan bu araştırmada kullanılan anket formu A ve B olmak üzere iki bölüm olup toplamda üç kısımdan oluşmaktadır. Anket formunun A bölümü birinci kısımda gıda güvenliği bilgisi ile ilgili 29 ifade ikinci kısımda tekrar ziyaret etme niyeti ile ilgili 5 ifade olup toplamda 34 ifade bulunmaktadır. Bu 34 ifade için 5'li likert kullanılmış ve ifadeler "1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde kodlanmıştır. Kısım B de ise katılımcıların tanımlayıcı özelliklerine ait 10 ifadeye yer verilmiştir.

3.3. Araştırma Verilerinin Analizi

Verilerin sonuçları için aşağıdaki analizler gerçekleştirilmiştir:

1. Skewness ve Kurtosis Testi
2. Betimsel İstatistikler ve Frekans Tabloları

3. Faktör ve Güvenirlik Analizi (Kasier-Meyer-Olkin (KMO) ve Barlett Sphericity (Bartlett) testi)
4. Tukey (HSD) testi
5. t-Testi, Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA)
6. Korelasyon ve Regresyon Analizi

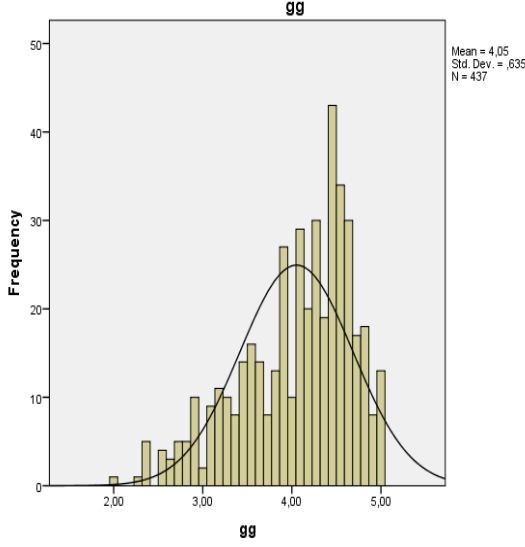
Çarpıklık (Skewness): Bir dağılımın normal dağılıma bakılarak simetrik olup olmadığını belirten bir analizdir.

Basıklık (Kurtosis): Bir dağılımın normal dağılıma bakılarak basık ya da tepeleşmiş olup olmadığını belirten bir analizdir (Özdamar, 2004, s. 272).

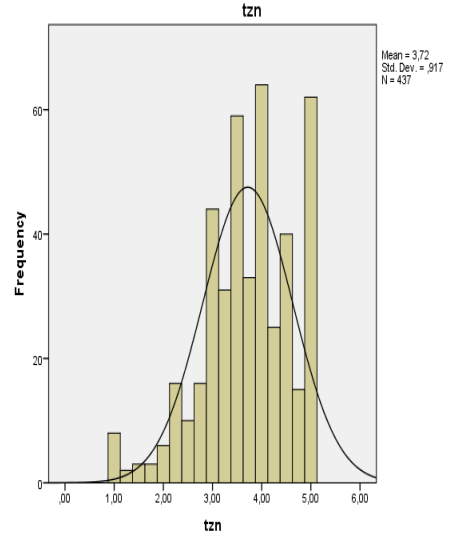
Araştırma verilerinin çarpıklık ve basıklık katsayılarının; (tekrar ziyaret etme niyeti) için -0,691 ve 0,390, (gıda güvenliği) için -0,761 ve 0,058 aralığında olduğu gözlenmiştir. Ulaşılan değerlerin -1 ile +1 arasında olması çalışma grubunun normal dağılım gösterdiğini ifade etmektedir. Buna bağlı olarak Skewness ve Kurtosis değerlerinin (-+1) aralığında olması parametrik testlerin uygulanabileceğini ifade etmektedir (İşleyen ve Küçük, 2013, s. 203; Ayaz ve Aydın, 2018, s. 292). Çarpıklık ve basıklık test sonuçları Tablo 5' de görüldüğü gibidir:

Tablo 5. Skewness ve Kurtosis Test Sonuçları

Ölçek Adı	n	mi n	ma x	Ortalama	Standart sapma	Skewness		Kurtosis	
						Statistik	Standart hata	Statistik	Standart hata
Tekrar ziyaret etme niyeti	437	1,00	5,00	3,72	0,91	-0,691	0,117	0,390	0,233
Gıda güvenliği bilgisi	437	2,00	5,00	4,05	0,635	-0,761	0,117	-0,058	0,233



Şekil 6. Gıda Güvenliği Ölçeği



Şekil 7. Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Ölçeği

Bu sonuçlar kapsamında, gıda güvenliği bilgisi ve tekrar ziyaret etme niyetinin demografik ve diğer özelliklerle karşılaştırılmasında iki değişkenli gruplar (cinsiyet, medeni durum) için "Bağımsız Örneklem t-Testi"; ikiden fazla olan değişkenli gruplar (yaş, eğitim durumu, aylık gelir, meslek, yaşam süresi, tüketim sıklığı) için "Bağımsız Örneklem Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA)" ve "Tukey (HSD) testi" sonuçları kullanılmıştır. Araştırma hipotezlerinin test edilmesi için "Korelasyon ve Regresyon" analizine başvurulmuştur.

3.4. Araştırma Bulguları ve Yorumlar

Bu bölümünde, Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerden anket tekniğinden faydalanarak elde edilen veriler kapsamında tekrar ziyaret etme niyeti ve gıda güvenliği bilgisine ilişkin analiz bulgularına ve yorumlarına yer verilmektedir.

3.4.1. Turistlerin Demografik ve Diğer Özelliklerine İlişkin Bilgiler

Ankete cevap veren yerli turistlerin kişisel ve diğer özelliklerine ait (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, meslek, aylık gelir, Ankara'da kalış süresi, Ankara'yı ziyaretinizde kaç kez yemek yediniz, Ankara'yı ziyaret nedeniniz, gıda güvenliği bilgi düzeyi) frekans ve yüzde dağılımlarına ilişkin elde edilen bulgulara aşağıdaki tablolarda yer verilmiştir.

Tablo 6. Katılımcıların Cinsiyet Değişkenine İlişkin Bilgiler

Değişken	Gruplar	f	%
Cinsiyet n: 437	Kadın	217	%49,7
	Erkek	220	%50,3

Tablo 6'da katılımcı turistlerin cinsiyet dağılımlarına bakıldığında (n:217) %49,7 'sinin kadın, (n:230) %50,3' ünün erkek olduğu görülmektedir.

Tablo 7. Katılımcıların Medeni Durum Değişkenine İlişkin Bilgiler

Değişken	Gruplar	f	%
Medeni durum n: 437	Evli	182	%41,6
	Bekar	255	%58,4

Tablo 7'de katılımcı turistlerin medeni durum gruplarına bakıldığında(n:182) %41,6'sı evli, (n:255) %58,4'ü bekarlardan oluştuğu görülmektedir.

Tablo 8. Katılımcıların Gelir Durumuna İlişkin Bilgiler

Değişken	Gruplar	f	%
Aylık gelir n: 437	1500 TL ve altı	144	%33,0
	1501-2500 TL	122	%27,9
	2501-3500 TL	83	%19,0
	3501-4500 TL	30	%6,9
	4501-5500 TL	26	%5,9
	5501tl'den fazla	32	%7,3

Tablo 8'de turistlerin aylık gelirlerine bakıldığında (n:144) %33,0'ının 1500 TL ve altı, (n:122) %27,9'unun 1501-2500 TL, (n:83) %19,0'unun 2501-3500 TL, (n:30) %6,9'unun 3501-4500, (n:26) %5,9'unun 4501-5500 TL, (n:32) %7,3'ünün 5501 TL'den az olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 9. Katılımcıların Eğitim Durumlarına İlişkin Bilgiler

Değişken	Gruplar	f	%
Eğitim durumu n: 437	İlköğretim	53	%12,1
	Lise	119	%27,2
	Ön lisans	82	%18,8
	Lisans	141	%32,3
	Lisansüstü	42	%9,6

Tablo 9'da katılımcılar eğitim düzeyleri açısından (n:53) %12,1'i ilköğretim, (n:119) %27,2'si lise, (n:82) % 18,8'i ön lisans, (n:141) %32,3'ü lisans, (n:42) %9,6'sı lisansüstü eğitime sahiptir.

Tablo 10. Katılımcıların Mesleklerine İlişkin Bilgiler

Değişken	Gruplar	f	%
Meslek n: 437	İşçi	90	%20,6
	Memur	54	%12,4
	Esnaf	41	%9,4
	Serbest meslek	69	%15,8
	Ev kadını	23	%5,3
	Emekli	37	%8,5
	Öğrenci	93	%21,3
	Çalışmıyor	30	%6,9

Tablo 10'da katılımcı turistlerin meslek gruplarına bakıldığında (n:90) %20,6'sı işçi, (n:54) %12,4'ü memur, (n:41) %9,4'ü esnaf, (n:69) %15,8'i serbest meslek(doktor/avukat/mimar/mühendis/müteahhit/muhasebeci), (n:23) %5,3'ü ev hanımı, (n:37) %8,5'i emekli, (n:93) %21,3'ü öğrenci, (n:30) %6,9'u çalışmıyor olarak belirlenmiştir.

Tablo 11. Katılımcıların Yaş Değişkenine İlişkin Bilgiler

Değişken	Gruplar	f	%
Yaş n: 437	24 yaş ve altı	116	%26,5
	25-34	128	%29,3
	35-44	100	%22,9
	45-54	65	%14,9
	55 ve üzeri	28	%6,4

Tablo 11'de turistlerin yaş aralıkları incelendiğinde (n:116) %26,5'i 24 yaş ve altı, (n:128) %29,3'ü 25-34 yaş, (n:100) %22,9'u 35-44 yaş, (n:65) %14,9'u 45-54 yaş, (n:28) %6,4'ü 55 yaş ve üzeridir. Tabloya bakıldığında genç katılımcıların çoğunlukta olduğu görülmektedir. Bu durum Türkiye'de genç nüfusun fazla olması ile doğru orantılıdır.

Tablo 12. Katılımcıların Ankara'da Kalış Sürelerine İlişkin Bilgiler

Değişken	Gruplar	f	%
Ankara'da Kalış Süresi n: 437	1günden(24 saatten)az	59	%13,5
	1-3 gün	165	%37,8
	6 gün	78	%17,8
	7 gün ve üzeri	135	%30,9

Tablo 12'de katılımcı turistlerin Ankara'da kalış süresi olarak; (n:59) %13,5'inin 1günden(24saatten) az, (n:165) %37,8'inin 1-3 gün, (n:78) %17,8'inin 6gün, (n:135) %30,9'unun 7 gün ve üzeri cevabını verdiği görülmektedir.

Tablo 13. Katılımcıların Ankara'da Yemek Yeme Sayılarına İlişkin Bilgiler

Değişken	Gruplar	f	%
Kaç kez yemek yediniz? n: 437	1 kez	56	%12,8
	2 kez	91	%20,8
	3kez	87	%19,9
	4 Kez	68	%15,6
	5 ve üzeri	135	%30,9

Tablo 13'de katılımcıların Ankara'yı ziyaretinizde kaç kez yemek yediniz ifadesine verdiği cevaplar, (n:56) %12,8'inin 1kez, (n:91) %20,8'inin 2kez, (n:87) %19,9'unun 3 kez, (n:68) %15,6'sının 4kez, (n:135) %30,9'unun 5 ve üzeridir.

Tablo 14. Katılımcıların Ankara'yı Ziyaret Nedenine İlişkin Bilgiler

Değişken	Gruplar	f	%
Ziyaret nedeniniz? n: 437	İş seyahati	56	%12,8
	Akraba ve arkadaş ziyareti	157	%35,9
	Tatil	66	%15,1
	sağlık	60	%13,7
	Eğitim	98	%22,4

Tablo 14'de katılımcıların Ankara'yı ziyaret nedenleri olarak; (n:56) %12,8 iş seyahati, (n:157) %35,9 akraba ve arkadaş ziyareti, (n:66) %15,1 tatil, (n:60) %13,7 sağlık, (n:98) %22,4 eğitim olarak belirtilmiştir.

Tablo 15. Katılımcıların Gıda Güvenliği Bilgi Düzeyine İlişkin Bilgiler

Değişken	Gruplar	f	%
Gıda güvenliği bilgi düzeyi n: 437	Gıda güvenliğine yönelik kurslar/dersler aldım	115	%26,3
	Hiçbir bilğim yok	322	%73,7

Tablo 15'de Gıda güvenliği bilgi düzeylerine ilişkin verilen yanıtlar; (n:115) %26,3 gıda güvenliğine yönelik kurslar/dersler aldım, (n:322) %73,7 hiçbir bilğim yok şeklindedir.

Ankete katılan yerli turistlerin demografik ve diğer tanımlayıcı özelliklerine bakıldığında; cinsiyet bakımından %50,3 erkekler, medeni duruma göre %58,4 evlilerin çoğunlukta olduğu görülmüştür. Aylık gelir olarak %33,0 1500 TL ve altı, eğitim düzeyleri açısından %32,3 Lisans, meslek olarak %21,3 öğrenciler ön plandadır. Yaş aralığı bakıldığında %29,3 oranla 25-34 yaş aralığının diğer yaş gruplarına kıyasla daha çoğunlukta olduğu belirlenmiştir. Ankara'da kalış süresi bakımından %37,8 1-3gün, yemek yeme sayısı bakımından %30,9 5 ve üzeri, Ankara'yı ziyaret nedenleri olarak %35,9 akraba ve arkadaş ziyareti, gıda güvenliği bilgi düzeyi bakımından ise %73,7 hiçbir bilğim yok ifadelerinin öne çıktığı söylenebilir.

3.4.2. Turistlerin Gıda Güvenliği Bilgisine Yönelik Bulgular

Araştırma için toplanan verilerin analizinde faktör ve güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Gıda güvenliği ile ilgili 22 ifade için faktör analizi doğrultusunda uygunluğu gerçekleştirilen Kasier-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett Sphericity (Bartlett) testi sonuçları kullanılmıştır. KMO testi sonucunu gösteren değer $p < 0,50$ değerinin altında ise ölçek kötü olarak nitelendirilir ve faktör analizi için uygun görülmez. Barlett testi sonucunun $p < 0,05$ seviyesinde anlamlı olması ölçeğin faktör analizi için uygun olduğunu söylemektedir (Büyüköztürk, 2006; Alpar, 2010, Çokluk vd., 2014).

Cronbach Alpha istatistikte psikometrik testlerin güvenilirliğini ölçmek için kullanılır. Tek bir ifade için cronbach alpha değeri olabileceği gibi ölçekteki bütün ifadelerin ortalama cronbach alpha değeri de hesaplanabilir. Katsayının 0.70 ve

üstünde çıkması ölçeğin güvenilirliğinin iyi olduğunun göstergesini ifade eder (Kılıç, 2016, s. 47-48).

Tablo 16. Cronbach Alpha

Güvenirlilik Katsayısı(Cronbach Alpha)	Yorum
0.81< α <1.00	Ölçek güvenilirliği yüksek
0.61< α <0.80	Ölçek güvenilirliği orta
0.41< α <0.60	Ölçek güvenilirliği düşük
0.00< α <0.40	Ölçek güvenilir değil.

Kaynak: (Kılıç, 2016, s. 48).

Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin gıda güvenliği bilgisine yönelik beş boyut (çapraz bulaşma, hijyen, kişisel hijyen, temizlik ve personel sağlığı) ortaya çıkmıştır (Tablo:17). KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerini ziyaret eden yerli turistlerin gıda güvenliği bilgisi faktör analizinde 22 ifadeye ait faktör analizi için KMO Örneklem Ölçüm Değer Yeterliliği (Kasier-Meyer-Olkin) 0,888, Bartlett's Kürsellik Testi anlamlılık düzeyi; $p=0,001$ olup, varyans açıklama oranı; 63,639 ve güvenilirlik katsayısı ise; 0,90 olarak belirlenmiştir.

Tablo 17. Gıda Güvenliği Bilgisine İlişkin Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Faktör	\bar{X}	σ	Faktör yükü	α	Varyans açıklama (%)
1. Çapraz Bulaşma	4,07	0,82		0.88	17,905
Personelin vücudunun herhangi bir yerine dokunduktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	4,18	0,99	0.634		
Personelin yere düşen bir şeyi aldıktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	4,07	1,01	0.616		
Personelin paraya dokunduktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	3,99	1,11	0.759		
Personelin saçlarıyla oynadıktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	3,94	1,16	0.776		
Personelin hapsirme veya öksürmeden sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	4,37	1,01	0.622		
Personelin çalışırken ellerini üniformaya silip silmediğine dikkat ederim.	3,65	1,18	0.612		
Personelin çöpe dokunduktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	4,30	0,97	0.505		
2. Hijyen	4,32	0,71		0.78	
Personel evcil hayvan (kedi, köpek, kuş vb.) sevdiikten sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	4,25	1,03	0.510		

Tabak veya bardakların parmaklar içine girerek taşınıp taşınmadığına dikkat ederim.	4,39	0,95	0.703		13,480
Kaşık, çatal veya bıçakların hijyenik olmayan biçimde tutularak masaya bırakılıp bırakılmadığına dikkat ederim.	4,36	0,91	0.831		
Personelin çıplak elle bardağa şeker/buz koyup koymadığına dikkat ederim.	4,39	0,99	0.705		
Herhangi bir nedenle yere düşen malzemelerin(çatal, kaşık, bıçak vb.) temizlenmeden yerine konulup konulmadığına dikkat ederim.	4,22	0,96	0.566		
3.Kişisel Hijyen	4,22	0,88		0.83	
Personelin iş kıyafetlerinin temiz olup olmadığına dikkat ederim.	4,34	0,98	0.834		12.260
Personelin hazırlık öncesi ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	4,23	0,96	0.817		
Personelin tek kullanımlık eldiven giyip giymediğine dikkat ederim.	4,08	1,10	0.624		
4. Temizlik	3,96	0,94		0.72	
Aynı ıslak bezle birden çok masanın temizlenip temizlenmediğine dikkat ederim.	3,93	1,16	0.731		10.195
Personel masaları temizledikten sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	4,01	1,10	0.628		
Aynı kurulama bezi ile birçok farklı malzemenin (bardak, tabak vb.) silinip silinmediğine dikkat ederim.	3,93	1,26	0.835		
5. Personel Sağlığı	3,60	0,88		0.66	
Personelin sigara içip içmediğine dikkat ederim	2,89	1,38	0.573		9.800
Personelin çalışma esnasında bir şeyler yiyip içmediğine dikkat ederim.	3,24	1,34	0.585		
Soğuk algınlığı bulunan personelin gıda hizmetlerinde çalışıp çalışmadığına dikkat ederim.	4,21	1,06	0.781		
Herhangi bir parmak kesikliğine uğramış personelin gıda hizmetlerinde çalışıp çalışmadığına dikkat ederim.	4,07	1,17	0.712		
Toplam Cronbach Alpha/Varyans Açıklama (%)				0,90	63.639

KMO Örneklem Ölçüm Değer Yeterliliği:**0.888**

Bartlett's Kürsellik Testi (Ki-kare / sd /p (anlamlılık düzeyi): **4662.156 / 231 / 0,001**

Yerli turistlerin gıda güvenliği bilgisi kapsamında Tablo 17'de ulaşılan beş boyut içinde ($\bar{x}=4,32$) hijyen konusuna çok fazla önem verdikleri görülmektedir. Hijyen boyutunda "Personelin çıplak elle bardağa şeker/buz koyup koymadığına dikkat ederim" ifadesi ön plandadır.

Kişisel hijyen ($\bar{x}=4,22$) boyutu ikinci önemli boyut olarak görülmektedir. "Personelin iş kıyafetlerinin temiz olup olmadığına dikkat ederim." ifadesi bu boyutta turistlerin en çok dikkat ettiği ifade olarak belirtilmiştir.

Çapraz bulaşma ($\bar{x}=4,07$) boyutu kişisel hijyen boyutundan sonra en fazla önem verilen boyut olarak görülmektedir. Çapraz bulaşma boyutunda "Personelin hapşırma

veya öksürmeden sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim." ifadesinin turistler açısından önem teşkil ettiği görülmektedir.

Temizlik ($\bar{x}=3,96$) boyutunda " Personel masaları temizledikten sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim." ifadesi turistlerin verdiği yanıtlar doğrultusunda ilk sıraya girmiştir.

Personel sağlığı ($\bar{x}=3,60$) boyutunda "Soğuk algınlığı bulunan personelin gıda hizmetlerinde çalışıp çalışmadığına dikkat ederim." ifadesine önem verdikleri analiz sonunda elde edilmiştir.

3.4.2.1. Gıda Güvenliği Bilgisi Çapraz Bulaşma Boyutuna İlişkin Bulgular

Yerli turistlerin gıda güvenliği bilgisi ölçeğinde ortaya çıkan çapraz bulaşma boyutuna ait frekans, yüzde dağılımları, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri tablo 18'de gösterildiği gibidir.

Tablo 18. Gıda Güvenliği Bilgisi Çapraz Bulaşma Boyutuna İlişkin Bulgular (n:437)

		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	\bar{X}	σ
Personelin vücudunun herhangi bir yerine dokunduktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	f	7	19	85	99	227	4,18	0,99
	%	1,6	4,3	16,5	22,7	51,9		
Personelin yere düşen bir şeyi aldıktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	f	7	27	85	124	194	4,07	1,01
	%	1,6	6,2	19,5	28,4	44,4		
Personelin paraya dokunduktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim	f	13	41	71	122	190	3,99	1,11
	%	3,0	9,4	16,2	27,9	43,5		
Personelin saçlarıyla oynadıktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim	f	21	36	74	120	186	3,94	1,16
	%	4,8	8,2	16,9	27,5	42,6		
Personelin hapşırma veya öksürmeden sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim	f	10	24	40	82	281	4,37	1,01
	%	2,3	5,5	9,2	18,8	64,3		

Personelin çöpe dokunduktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim	f	24	51	112	116	134	3,65	1,18
	%	5,5	11,7	25,6	26,5	30,7		
Personelin çalışırken ellerini üniormaya silip silmediğine dikkat ederim.	f	11	19	39	124	244	4,30	0,97
	%	2,5	4,3	8,9	28,4	55,8		

Tablo 18'de elde edilen sonuçlara göre katılımcıların çapraz bulaşma boyutuna verdikleri yanıtlardan "Personelin hapşırma veya öksürmeden sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim." ($\bar{x}=4,37$) ve "Personelin çalışırken ellerini üniormaya silip silmediğine dikkat ederim." ($\bar{x}=4,20$) ifadelerinin ön planda olduğu tespit edilmiştir. Daha sonra "Personelin vücudunun herhangi bir yerine dokunduktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim." ($\bar{x}=4,18$) ifadesi bulunmaktadır. "Personelin yere düşen bir şeyi aldıktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim." ($\bar{x}=4,07$), "Personelin paraya dokunduktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim." ($\bar{x}=3,99$) , "Personelin saçlarıyla oynadıktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim." ($\bar{x}=3,94$) ve "Personelin çöpe dokunduktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim." ($\bar{x}=3,65$) ifadelerinin önem olarak diğer ifadelerden daha az değere sahip olduğu görülmektedir.

3.4.2.2. Gıda Güvenliği Bilgisi Hijyen Boyutuna İlişkin Bulgular

Katılımcıların gıda güvenliği bilgisi hijyen boyutuna vermiş oldukları yanıtlara ait frekans, yüzde dağılımları, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri tabloda 19'da gösterildiği gibidir.

Tablo 19. Gıda Güvenliği Bilgisi Hijyen Boyutuna İlişkin Bulgular (n:437)

		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	\bar{X}	σ
Personel evcil hayvan (kedi, köpek, kuş vb.) sevdikten sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	f	13	25	40	117	242	4,25	1,03
	%	3,0	5,7	9,2	26,8	55,4		
Tabak veya bardakların parmaklar içine girerek taşınıp taşınmadığına dikkat ederim.	f	13	9	41	102	272	4,39	0,95
	%	3,0	2,1	9,4	23,3	62,2		
Kaşık, çatal veya bıçakların hijyenik olmayan biçimde tutularak masaya bırakılıp bırakılmadığına dikkat ederim.	f	6	19	38	121	253	4,36	0,91
	%	1,4	4,3	8,7	27,7	57,9		
Personelin çıplak elle bardağa şeker/buz koyup koymadığına dikkat ederim.	f	15	15	28	104	275	4,39	0,99
	%	3,4	3,4	6,4	23,8	62,9		
Herhangi bir nedenle yere düşen malzemelerin(çatal, kaşık, bıçak vb.) temizlenmeden yerine konulup konulmadığına dikkat ederim.	f	6	23	61	125	222	4,22	0,96
	%	1,4	5,3	14,0	28,6	50,8		

Tablo 19'da elde edilen sonuçlara göre katılımcıların hijyen boyutuna verdiği yanıtlar "Personelin çıplak elle bardağa şeker/buz koyup koymadığına dikkat ederim." ($\bar{x}=4,39$) ve "Tabak veya bardakların parmaklar içine girerek taşınıp taşınmadığına dikkat ederim." ($\bar{x}=4,39$) olup en önemli ifadeler olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca "Kaşık, çatal veya bıçakların hijyenik olmayan biçimde tutularak masaya bırakılıp bırakılmadığına dikkat ederim." ($\bar{x}=4,36$) ifadesinin de önem olarak diğer ifadelere yakın olduğu söylenebilir. "Personel evcil hayvan (kedi, köpek, kuş vb.) sevdikten sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim." ($\bar{x}=4,25$) ve "Herhangi bir nedenle yere düşen malzemelerin(çatal, kaşık, bıçak vb.) temizlenmeden yerine konulup konulmadığına dikkat ederim." ($\bar{x}=4,22$) ifadelerinde ise en az katılımın olduğu görülmektedir.

3.4.2.3. Gıda Güvenliği Bilgisi Kişisel Hijyen Boyutuna İlişkin Bulgular

Yerli turistlerin gıda güvenliği bilgisi ölçeğinde ortaya çıkan kişisel hijyen boyutuna dair frekans, yüzde dağılımları, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri tablo 20'de gösterildiği gibidir.

Tablo 20. Gıda Güvenliği Bilgisi Kişisel Hijyen Boyutuna İlişkin Bulgular (n:437)

		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	\bar{X}	σ
Personelin iş kıyafetlerinin temiz olup olmadığına dikkat ederim.	f	14	12	41	112	258	4,34	0,98
	%	3,2	2,7	9,4	25,6	59,0		
Personelin hazırlık öncesi ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	f	6	24	55	129	223	4,23	0,96
	%	1,4	5,5	12,6	29,5	51,0		
Personelin tek kullanımlık eldiven giyip giymediğine dikkat ederim.	f	16	30	63	120	208	4,08	1,10
	%	3,7	6,9	14,4	27,5	47,6		

Tablo 20 incelendiğinde katılımcıların kişisel hijyen boyutuna yönelik en önemli yargı "Personelin iş kıyafetlerinin temiz olup olmadığına dikkat ederim." ($\bar{x}=4,34$) olmuştur. Bu ifadeyi "Personelin hazırlık öncesi ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim." ($\bar{x}=4,23$) ve "Personelin tek kullanımlık eldiven giyip giymediğine dikkat ederim" ($\bar{x}=4,08$) ifadeleri izlemiştir.

3.4.2.4. Gıda Güvenliği Bilgisi Temizlik Boyutuna İlişkin Bulgular

Yerli turistlerin gıda güvenliği bilgisi ölçeğinde ortaya çıkan temizlik boyutuna dair üç ifadenin frekans, yüzde dağılımları, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri tablo 21'de gösterildiği gibidir.

Tablo 21. Gıda Güvenliği Bilgisi Temizlik Boyutuna İlişkin Bulgular (n:437)

		Kesinlikle katılmıyor	Katılmıyor	Kısmen katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	\bar{X}	σ
Aynı ıslak bezle birden çok masanın temizlenip temizlenmediğine dikkat ederim.	f	28	24	71	141	173	3,93	1,16
	%	6,4	5,5	16,2	32,3	39,6		
Personel masaları temizledikten sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	f	15	29	87	108	198	4,01	1,10
	%	3,	6,6	19,9	24,7	45,3		
Aynı kurulama bezi ile birçok farklı malzemenin (bardak, tabak vb.) silinip silinmediğine dikkat ederim.	f	40	13	58	122	194	3,93	1,26
	%	9,2	5,3	13,3	27,9	44,4		

Tablo 21. incelendiğinde katılımcıların temizlik boyutuna ilişkin en önemli yargı "Personel masaları temizledikten sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim." ($\bar{x}=4,01$) olmuştur. Bu ifadeyi "Aynı kurulama bezi ile birçok farklı malzemenin (bardak, tabak vb.) silinip silinmediğine dikkat ederim." ($\bar{x}=3,93$) ve "Aynı ıslak bezle birden çok masanın temizlenip temizlenmediğine dikkat ederim." ($\bar{x}=3,93$) ifadeleri izlemiştir.

3.4.2.5. Gıda Güvenliği Bilgisi Personel Sağlığı Boyutuna İlişkin Bulgular

Yerli turistlerin gıda güvenliği bilgisi ölçeğinde ortaya çıkan personel sağlığı boyutuna dair dört ifadenin frekans, yüzde dağılımları, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri tablo 22'de gösterildiği gibidir.

Tablo 22. Gıda Güvenliği Bilgisi Personel Sağlığı Boyutuna İlişkin Bulgular (n:437)

		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	\bar{X}	σ
Personelin sigara içip içmediğine dikkat ederim	f	97	81	103	85	71	2,89	1,38
	%	22,2	18,5	23,6	19,6	16,2		
Personelin çalışma esnasında bir şeyler yiyip içmediğine dikkat ederim	f	61	70	111	93	102	3,24	1,34
	%	14,0	16,0	25,4	21,3	23,3		
Soğuk algınlığı bulunan personelin gıda hizmetlerinde çalışıp çalışmadığına dikkat ederim.	f	16	19	58	107	237	4,21	1,06
	%	3,7	4,3	13,3	24,5	54,2		
Herhangi bir parmak kesikliğine uğramış personelin gıda hizmetlerinde çalışıp çalışmadığına dikkat ederim.	f	23	29	59	107	219	4,07	1,17
	%	5,3	6,6	13,5	24,5	50,1		

Tablo 22. incelendiğinde katılımcıların "Soğuk algınlığı bulunan personelin gıda hizmetlerinde çalışıp çalışmadığına dikkat ederim." ($\bar{x}=4,21$) ve "Herhangi bir parmak kesikliğine uğramış personelin gıda hizmetlerinde çalışıp çalışmadığına dikkat ederim." ($\bar{x}=4,07$) ifadelerine önem verdiği görülmüştür. Bu ifadeleri "Personelin çalışma esnasında bir şeyler yiyip içmediğine dikkat ederim." ($\bar{x}=3,24$) ve "Personelin sigara içip içmediğine dikkat ederim." ($\bar{x}=2,89$) ifadeleri izlemiştir.

3.4.3. Turistlerin Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Yönelik Bulgular

Araştırma için toplanan verilerin analizi için faktör ve güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Verilerin açıklayıcı faktör analizi doğrultusunda uygunluğu gerçekleştirilen Kasier-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett Sphericity (Bartlett) testi sonuçları kullanılmıştır. KMO testi sonucunu gösteren değer $p < 0,50$ değerinin altında ise ölçek kötü olarak nitelendirilir ve faktör analizi için uygun görülmez. Barlett testi sonucunun $p < 0,05$ seviyesinde anlamlı olması ölçeğin faktör analizi için uygun olduğunu söylemektedir (Büyüköztürk, 2006; Alpar, 2010, Çokluk vd., 2014).

Cronbach Alpha istatistikte psikometrik testlerin güvenilirliğini ölçmek için kullanılır. Tek bir ifade için cronbach alpha değeri olabileceği gibi ölçekteki bütün ifadelerin ortalama cronbach alpha değeri de hesaplanabilir. Katsayının 0.70 ve üstünde çıkması ölçeğin güvenilirliğinin iyi olduğunun göstergesini ifade eder (Kılıç, 2016, s. 47-48).

Tablo 23. Cronbach Alpha

Güvenirlilik Katsayısı(Cronbach Alpha)	Yorum
0.81< α <1.00	Ölçek güvenilirliği yüksek
0.61< α <0.80	Ölçek güvenilirliği orta
0.41< α <0.60	Ölçek güvenilirliği düşük
0.00< α <0.40	Ölçek güvenilir değil.

Kaynak: (Kılıç, 2016, s. 48).

Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin hizmet satın aldıkları KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerini tekrar ziyaret etme niyetine yönelik bir boyut (tekrar ziyaret etme niyeti) ortaya çıkmıştır (Tablo 24). Yiyecek içecek işletmelerini ziyaret eden yerli turistlerin tekrar ziyaret etme niyetlerinin faktör analizinde 4 ifadeye ait faktör analizi için KMO Örneklem Ölçüm Değer Yeterliliği (Kasier-Meyer-Olkin) 0,633, Bartlett's Kürsellik Testi anlamlılık düzeyi; $p=0,000$ olup, varyans açıklama oranı; 79,515 ve güvenilirlik katsayısı ise; 0,98 olarak belirlenmiştir.

Tablo 24. Tekrar Ziyaret Etme Niyetine İlişkin Faktör ve Güvenirlilik Analizi Sonuçları

Faktör	\bar{X}	σ	Faktör yükü	α	Varyans açıklama (%)
1. Tekrar Ziyaret Etme Niyeti	3,79	0,91		0,98	79, 515
Bu işletme gelecekteki ziyaretlerimde ilk tercihim olur.	3,74	0,937	0,98		
Önümüzdeki yıllarda bu restorani tekrar ziyaret etme olasılığım var.	3,77	1,002	0,86		
Bu işletmeyi tekrar ziyaret ederim.	3,84	1,038	0,85		
Arkadaşlarıma bu işletmeyi tavsiye edeceğim.	3,80	1,146	0,85		
Toplam Cronbach Alpha/Varyans Açıklama (%)				0,98	79, 515

KMO Örneklem Ölçüm Değer Yeterliliği: **0,633**

Bartlett's Kürsellik Testi (Ki-kare / sd / p (anlamlılık düzeyi): **1651,138/ 6 / 0,000**

Araştırmanın tekrar ziyaret etme niyeti boyutuna dair dört ifadenin frekans, yüzde dağılımları, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri aşağıdaki tabloda gösterildiği gibidir.

Tablo 25. Turistlerin Tekrar Ziyaret Etme Niyetine İlişkin Bulgular (n:437)

		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	\bar{X}	σ
Bu işletme gelecekteki ziyaretlerimde ilk tercihim olur.	f	16	47	168	140	66	3,44	0,99
	%	3,7	10,8	38,4	32,0	15,1		
Önümüzdeki yıllarda bu restorani tekrar ziyaret etme olasılığım var.	f	16	22	117	171	111	3,77	1,00
	%	3,7	5,0	26,8	39,1	25,4		
Bu işletmeyi tekrar ziyaret ederim.	f	16	27	98	165	131	3,84	1,03
	%	3,7	6,2	22,4	37,8	30,3		
Arkadaşlarıma bu işletmeyi tavsiye edeceğim.	f	30	16	110	135	146	3,80	1,14
	%	6,9	3,7	25,2	30,9	33,4		

Tablo 25. incelendiğine "Bu işletmeyi tekrar ziyaret ederim." ($\bar{x}=3,84$), "Arkadaşlarıma bu işletmeyi tavsiye edeceğim." ($\bar{x}=3,80$) ifadelerinin ön planda olduğu anlaşılmaktadır. Bu ifadeleri "Önümüzdeki yıllarda bu restorani tekrar ziyaret etme olasılığım var." ($\bar{x}=3,77$) ve "Bu işletme gelecekteki ziyaretlerimde ilk tercihim olur." ($\bar{x}=3,44$) izlemiştir.

3.4.4. Gıda Güvenliği Bilgisi ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetinin Demografik ve Diğer Özelliklere Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerini ziyaret eden yerli turistlerin gıda güvenliği bilgisi doğrultusunda demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, aylık gelir, meslek) ve diğer özelliklerine (kalış süresi, yemek yeme sayısı, ziyaret nedeni, gıda güvenliği bilgi düzeyi) göre farklılaşma durumlarını analiz etmek için farklılık testleri uygulanmıştır. Bu kapsamda gerçekleştirilen; bağımsız iki grubun, arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını saptamak için "Bağımsız Örneklem t-Testi" birkaç grup arasında, ortalama skorlardaki anlamlı farklılıkları tespit etmek için ise "Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)" testi yapılmıştır. Ve ikiden fazla değişkenin olduğu gruplarda hangi gruplar arasında farklılığın meydana geldiğini

bulmak amacıyla “Çoklu Karşılaştırma-Tukey HSD-Analizi” sonuçlarına yer verilmiştir.

3.4.4.1. Gıda Güvenliği Bilgisi ve Alt Boyutları ile Tekrar Ziyaret Eme Niyeti t-Testi Sonuçları

t-Testi: analiz edilecek iki veri dizisinin farklı iki ayrı gruptaki birimlerden elde edilmiş olduğunu ifade eder (Özdamar, 2004, s. 316). Çalışma dahilinde katılımcıların iki değişkenli demografik bilgilerinden cinsiyet, medeni durum, gıda güvenliği bilgi düzeyi ile gıda güvenliği bilgisi toplamı ve alt boyutları arasındaki farklılığı belirlemek amacıyla t- testi yapılmıştır.

Tablo 26. Gıda Güvenliği Bilgisi ve Alt Boyutlarının Cinsiyet Değişkeni ile Arasındaki İlişki

<i>Cinsiyet</i>	<i>N</i>	<i>Çapraz Bulaşma</i>	<i>Hijyen</i>	<i>Kişisel Hijyen</i>	<i>Temizlik</i>	<i>Personel Sağlığı</i>	<i>Gıda Güvenliği Bilgisi Toplamı</i>
<i>Kadın</i>	217	4,156	4,393	4,244	4,035	3,595	4,1039
<i>Erkek</i>	220	3,999	4,261	4,198	3,886	3,613	4,0006
<i>t testi</i>		p=0,045*	p=0,054	p=0,588	p=0,101	p=0,831	P=0,089

(p<0,05)*

Yapılan T-testi sonucunda katılımcı turistlerin cinsiyetleri ile çapraz bulaşma alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Ancak cinsiyet değişkeni ile hijyen, kişisel hijyen, temizlik, personel sağlığı alt boyutları ve gıda güvenliği bilgisi toplamı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Tablo 26'da yer alan bulgulara göre, kadın katılımcıların (\bar{x} =4,156) erkek katılımcılara (\bar{x} =3,999) göre daha fazla çapraz bulaşma konusuna dikkat ettikleri saptanmıştır (p<0,05 p=0,000; p<0,05). Bunun sebebi olarak toplum zihniyetinde

oluşmuş geçmişten gelen erkeklerin gıdayı tedarik etme, kadınların ise sunumuyla ilgilendiği, kadının daha temiz ve titiz olduğu algısı söylenebilir.

Benzer çalışmalarda elde edilen sonuçlara bakıldığında; Sünbül(2018, s. 100), çalışmasında çapraz bulaşma ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Tablo 27. Gıda Güvenliği Bilgisi ve Alt Boyutlarının Medeni Durum Değişkeni ile Arasındaki İlişki

<i>Medeni Durum</i>	<i>N</i>	<i>Çapraz Bulaşma</i>	<i>Hijyen</i>	<i>Kişisel Hijyen</i>	<i>Temizlik</i>	<i>Personel Sağlığı</i>	<i>Gıda Güvenliği Bilgisi Toplam</i>
<i>Evli</i>	182	4,069	4,231	4,239	3,882	3,679	4,0335
<i>Bekar</i>	255	4,082	4,395	4,207	4,015	3,551	4,0651
<i>t testi</i>		p=0,871	p=0,021*	p=0,707	p=0,153	p=0,124	P=0,613

p<0,05*

Yapılan T-testi sonucunda katılımcı turistlerin medeni durumları ile hijyen alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Ancak medeni durum değişkeni ile çapraz bulaşma, kişisel hijyen, temizlik ve personel sağlığı alt boyutları ve gıda güvenliği bilgisi toplamı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Tablo 27'de yer alan bulgulara göre, bekar katılımcıların ($\bar{x}=4,395$) evli katılımcılara ($\bar{x}=4,231$) göre daha fazla hijyen konusuna dikkat ettikleri saptanmıştır (p<0,05). Medeni durumu bekar olan katılımcıların hijyen konusunda farklılık göstermesinin sebebi olarak ülkemizde evlenme oranının geçmiş yıllara göre azaldığı, boşanmalarda yaşanan artış ve bekar nüfusun çoğunlukta olması söylenebilir. Evlenen çiftlerin sayısı 2017 yılında 569 bin 459 iken 2018 yılında %2,9 azalarak 553 bin 202 olmuştur (tüik.gov.tr).

Araştırmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda daha önce yapılan çalışmalar incelendiğinde sonuçların farklılık gösterdiği görülmüştür. Ayaz ve Aydın (2017, s.

144) yapmış oldukları çalışmada hijyen konusunda medeni durumu evli olan iş görenlerin daha dikkatli oldukları sonucuna varmışlardır. Köksal, Soysal ve ark.(2016, s.144), medeni durumu evli olan çalışanların gıda hijyenine yönelik davranışlarının olumlu yönde olduğu sonucuna varmışlardır. Özkaya ve Oğan (2018), üniversite çalışanlarının yiyecek içecek işletmelerinde hijyen ve sanitasyon görüşlerini ortaya koymak için yaptıkları çalışmalarında medeni durumu evli olanların hijyen ve sanitasyon konusunda daha dikkatli olduklarını tespit etmiştir.

Tablo 28. Gıda Güvenliği Bilgisi ve Alt Boyutlarının Gıda Güvenliği Bilgi Düzeyi ile Arasındaki İlişki

<i>Gıda Güvenliği Bilgi Düzeyi</i>	<i>N</i>	<i>Çapraz Bulaşma</i>	<i>Hijyen</i>	<i>Kişisel Hijyen</i>	<i>Temizlik</i>	<i>Personel Sağlığı</i>	<i>Gıda Güvenliği Bilgisi Toplam</i>
<i>Gıda güvenliğine yönelik kurslar/dersler aldım</i>	115	4,371	4,567	4,400	4,255	4,037	4,3431
<i>Hiçbir bilğim yok t testi</i>	322	3,972	4,241	4,157	3,855	3,450	3,9479
		p=0,000*	p=0,000*	p=0,008*	p=0,000*	p=0,000*	p=0,000*

p<0,05*

Yapılan T-testi sonucunda katılımcı turistlerin gıda güvenliği bilgi düzeyleri ile gıda güvenliği bilgisi toplamı ve çapraz bulaşma, hijyen, kişisel hijyen, temizlik, personel sağlığı alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

Tablo 28'de yer alan bulgulara göre, gıda güvenliğine yönelik kurslar/dersler aldım diyen katılımcıların ($\bar{x}=4,371$) hiçbir bilğim yok diyen katılımcılara ($\bar{x}=3,972$) göre daha fazla çapraz bulaşma konusuna dikkat ettikleri saptanmıştır.

Ayrıca gıda güvenliğine yönelik kurslar/dersler aldım diyen katılımcıların ($\bar{x}=4,567$) hiçbir bilgin yok diyen katılımcılara ($\bar{x}=4,241$) göre hijyen konusuna dikkat ettikleri saptanmıştır.

Gıda güvenliğine yönelik kurslar/dersler aldım diyen katılımcıların ($\bar{x}=4,400$) hiçbir bilgin yok diyen katılımcılara ($\bar{x}=4,157$) göre daha fazla kişisel hijyen konusuna dikkat ettikleri saptanmıştır.

Ayrıca gıda güvenliğine yönelik kurslar/dersler aldım diyen katılımcıların ($\bar{x}=4,255$) hiçbir bilgin yok diyen katılımcılara ($\bar{x}=3,855$) göre daha fazla temizlik konusuna dikkat ettikleri saptanmıştır.

Gıda güvenliğine yönelik kurslar/dersler aldım diyen katılımcıların ($\bar{x}=4,037$) hiçbir bilgin yok diyen katılımcılara ($\bar{x}=3,450$) göre daha fazla personel sağlığı konusuna dikkat ettikleri saptanmıştır.

Gıda güvenliğine yönelik kurslar/dersler aldım diyen katılımcıların ($\bar{x}=4,3432$) hiçbir bilgin yok diyen katılımcılara ($\bar{x}=3,9479$) göre gıda güvenliği bilgisinin daha fazla olduğu saptanmıştır.

Sonuçlar incelendiğinde gıda güvenliğine yönelik bilgisi olan katılımcıların, hiçbir bilgisi olmayanlara göre gıda güvenliği konusuna daha dikkatli yaklaştığı söylenebilir. Bu durumu eğitim seviyesi ve bilgi arttıkça, gıda güvenliğine dikkatte artar şeklinde açıklayabiliriz.

3.4.4.2. Gıda Güvenliği Bilgisi ve Alt Boyutları ile Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Anova ve Tukey Testi Sonuçları

Çalışma kapsamında katılımcıların demografik ve diğer bilgilerinden olan, yaş, eğitim durumu, aylık gelir, meslek, Ankara'yı ziyaret etme nedeni, Ankara'da kalma süresi, yemek yeme sayısı ile gıda güvenliği bilgisi ve alt boyutları arasındaki farklılığın belirlenmesi amacıyla Anova Testi yapılmıştır.

Tablo 29. Gıda Güvenliği Bilgisi ve Alt Boyutlarının Yaş Değişkeni ile Arasındaki İlişki

Yaş	N	Çapraz Bulaşma	Hijyen	Kişisel Hijyen	Temizlik	Personel Sağlığı	Gıda Güvenliği Bilgisi Toplam
24 yaş ve altı(A)	116	4,0911	4,4207	4,3161	3,9282	3,3211	4,0345
25-34(B)	128	4,1451	4,3625	4,2318	4,0391	3,6387	4,0998
35-44(C)	100	4,0043	4,3320	4,1133	4,0167	3,7750	4,0536
45-54(D)	65	4,0242	4,1385	4,2154	3,9282	3,7385	4,0112
55 yaş ve üzeri(E)	28	4,0969	4,2000	4,1786	3,6071	3,7054	3,9935
ANOVA		F=0,491 p=0,742	F=1,935 p=0,104	F=0,729 p=0,572	F=1,334 p=0,256	F=4,587 p=0,001*	F=0,328 P=0,859
Tukey		-	-	-	-	A<B A<C A<D A<E	-

p<0,05*

Yapılan Anova testi sonucunda katılımcıların yaş değişkeni ile personel sağlığı alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Ancak yaş değişkeni ile çapraz bulaşma, hijyen, kişisel hijyen, temizlik alt boyutları ve gıda güvenliği bilgisi toplamı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

24 yaş ve altı ($\bar{x}=3,321$) yaş grubuna sahip katılımcıların, 25-34 yaş arasında ($\bar{x}=3,638$), 35-44 yaş arasında ($\bar{x}=3,775$), 45-54 yaş arasında ($\bar{x}=3,738$), 55 yaş ve üzeri ($\bar{x}=3,705$) yaş aralığına sahip katılımcılara göre personel sağlığı konusuna daha az dikkat ettiği saptanmıştır. Genç ve küçük yaştaki katılımcıların ileri yaş seviyesine sahip katılımcılara göre gıda güvenliği konusunda daha az dikkatli olduğu görülmüştür. Bunun sebebi olarak, ileri yaş grubu katılımcıların sosyo-ekonomik ve eğitim hayatında belirli bir seviyeye ulaşmış olması söylenebilir. Ayrıca yiyecek

içecek işletmesi seçiminde iş hayatına atılmayan gençler için maddi olanakların kısıtlı olması da önemli bir etkidir.

Benzer çalışmalarda elde edilen sonuçlara bakıldığında; Türkmen (2019, s.87), yapmış olduğu çalışmada tüketicilerin gıda güvenliği algısıyla yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit etmiştir. Sumbül (2018, s. 106), yapmış olduğu çalışmada tüketicilerin gıda güvenliği algısıyla yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit etmemiştir. Ünsal (2018, s. 34), hazır yemek üretim ve toplu tüketim sektöründe çalışanlar üzerine yaptığı çalışmasında yaş aralıklarına göre gıda güvenliği ve hijyen arasında anlamlı bir farklılık tespit etmiştir. Bıyıklı (2011, s. 61), aşçıların yaş grubuna göre besin hijyeni, personel hijyeni, mutfak, araç-gereç hijyeni ve toplam sorulardan aldığı puanları karşılaştırıldığında puanlar arasında anlamlı bir farklılık bulamamıştır. Özkaya ve Oğan (2018), hijyen ve sanitasyon ile yaş değişkeni arasında farklılık bulamamıştır.

Tablo 30. Gıda Güvenliği Bilgisi ve Alt Boyutlarının Eğitim Durumu Değişkeni ile Arasındaki İlişki

<i>Eğitim Durumu</i>	<i>N</i>	<i>Çapraz Bulaşma</i>	<i>Hijyen</i>	<i>Kişisel Hijyen</i>	<i>Temizlik</i>	<i>Personel Sağlığı</i>	<i>Gıda Güvenliği Bilgisi Toplam</i>
<i>İlköğretim(A)</i>	53	3,6685	3,9434	3,8239	3,7421	3,5000	3,7316
<i>Lise(B)</i>	119	3,9916	4,1849	4,1485	3,6751	3,5567	3,9347
<i>Ön lisans(C)</i>	82	4,1028	4,4683	4,2805	3,9675	3,6250	4,1048
<i>Lisans(D)</i>	141	4,1915	4,4227	4,3357	4,0851	3,5142	4,1260
<i>Lisansüstü(E)</i>	42	4,4048	4,6190	4,4286	4,6111	4,1369	4,4361
ANOVA		F=6,238 p=0,000*	F=8,703 p=0,000*	F=4,282 p=0,002*	F=9,646 p=0,000*	F=4,628 p=0,001*	F=9,538 P=0,000*
Tukey		A<C A<D A<E B<E	A<C A<D A<E B<C B<D B<E	A<C A<D A<E	A<E B<D B<E C<E D<E	A<E B<E C<E D<E	A<C A<D A<E B<E C<E D<E
p<0,05*							

Yapılan Anova testi sonucunda katılımcıların eğitim durumları ile gıda güvenliği bilgisi ve alt boyutlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Meydana gelen bu farklılık çapraz bulaşma, hijyen, kişisel hijyen, temizlik, personel sağlığı alt boyutları ve gıda güvenliği bilgisi toplamındadır.

İlköğretim grubu katılımcıların ($\bar{x}=3,668$), ön lisans grubu ($\bar{x}=4,102$), lisans grubu ($\bar{x}=4,191$) ve lisansüstü grubu ($\bar{x}=4,404$) katılımcılara göre çapraz bulaşma bilgisinin daha düşük saptanmıştır. Ayrıca lise grubu katılımcıların ($\bar{x}=3,991$) lisansüstü ($\bar{x}=4,404$) katılımcılara göre çapraz bulaşma bilgisinin daha düşük olduğu saptanmıştır.

İlköğretim grubu katılımcıların ($\bar{x}=3,943$), ön lisans grubu ($\bar{x}=4,468$), lisans grubu ($\bar{x}=4,422$) ve lisansüstü grubu ($\bar{x}=4,619$) katılımcılara göre hijyen konusuna daha az dikkat ettiği saptanmıştır. Ayrıca lise grubu katılımcıların ($\bar{x}=4,184$), ön lisans ($\bar{x}=4,468$), lisans ($\bar{x}=4,422$) ve lisansüstü ($\bar{x}=4,619$) katılımcılara göre hijyen konusuna daha az dikkatli olduğu saptanmıştır.

İlköğretim grubu katılımcıların ($\bar{x}=3,823$), ön lisans grubu ($\bar{x}=4,280$), lisans grubu ($\bar{x}=4,335$) ve lisansüstü grubu ($\bar{x}=4,428$) katılımcılara göre kişisel hijyen konusuna daha az dikkat ettiği saptanmıştır.

İlköğretim grubu katılımcıların ($\bar{x}=3,742$), lisansüstü grubu ($\bar{x}=4,611$) katılımcılara göre temizlik konusuna daha az dikkat ettiği saptanmıştır. Lise grubu katılımcıların ($\bar{x}=3,675$), lisans grubu ($\bar{x}=4,085$) ve lisansüstü grubu ($\bar{x}=4,611$) katılımcılara göre temizlik konusuna daha az dikkat ettiği görülmüştür. Ayrıca lisansüstü grubu katılımcıların ($\bar{x}=4,611$), ön lisan grubu ($\bar{x}=3,967$) ve lisan grubu ($\bar{x}=4,085$) katılımcılara göre temizlik konusuna daha fazla dikkat ettiği saptanmıştır.

Lisansüstü grubu katılımcıların ($\bar{x}=4,136$), ilköğretim grubu ($\bar{x}=3,500$), lise grubu ($\bar{x}=3,556$), ön lisans grubu ($\bar{x}=3,625$) ve lisans grubu ($\bar{x}=3,514$) katılımcılara göre personel sağlığı konusuna daha fazla dikkat ettiği saptanmıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda eğitim düzeyi arttıkça gıda güvenliğine olan dikkatinde arttığı söylenebilir. Eğitim durumu yüksek olan bir kişiyle eğitim durumu düşük olan bir kişinin gıda güvenliği bilgisi konusunda büyük ölçüde farklılık vardır. Eğitimi düşük kişilerin hijyen, temizlik, çapraz bulaşma gibi konularda eğitilmiş kişilerle aynı düzeyde

bilgiye sahip olmaları beklenmemektedir. Tüketicilerin yaşam biçimleri, yaşadıkları çevre de gıda güvenliği algısını etkileyebilmektedir.

İlköğretim grubu katılımcıların ($\bar{x}=3,7316$) , ön lisans grubu ($\bar{x}=4,1048$), lisans grubu ($\bar{x}=4,1260$) ve lisansüstü ($\bar{x}=4,4361$) grubu katılımcılara göre gıda güvenliği bilgisi arasında farklılar olduğu saptanmıştır. Lisansüstü eğitim grubu katılımcıların ($\bar{x}=4,4361$) lise ($\bar{x}=3,9347$), ön lisans ($\bar{x}=4,1048$) ve lisans ($\bar{x}=4,1260$) grubu katılımcılara göre gıda güvenliği bilgisinin fazla olduğu tespit edilmiştir.

Benzer çalışmalarda elde edilen sonuçlara bakıldığında; Özkaya ve Oğan (2018), hijyen ve sanitasyon ile eğitim durumu arasında farklılık tespit etmiştir. Bıyıklı (2011, s. 61), aşçıların eğitim durumuna göre besin hijyeni, personel hijyeni, mutfak, araç-gereç hijyeni ve toplam sorulardan aldığı puanları karşılaştırıldığında puanlar arasında anlamlı bir farklılık bulamamıştır. Türkmen 2019, s. 87), tüketicilerin gıda güvenliği algısı ile eğitim değişkeni arasında farklılık tespit etmiştir. Köksal, Soysal ve ark. (2016, s. 144), çalışmasında öğrenim düzeyi yüksek olan çalışanların hijyen bilgilerinin daha yüksek olduğu görülmüştür.

Tablo 31. Gıda Güvenliği Bilgisi ve Alt Boyutlarının Aylık Gelir ile Arasındaki İlişki

Aylık Gelir	N	Çapraz Bulaşma	Hijyen	Kişisel Hijyen	Temizlik	Personel Sağlığı	Gıda Güvenliği Bilgisi Toplam
1500 TL ve altı(A)	144	4,1657	4,4667	4,3333	3,9769	3,4878	4,1080
1501-2500 TL(B)	122	4,0433	4,2246	4,2268	3,8224	3,6701	4,0115
2501-3500TL(C)	83	3,8468	4,0651	3,8313	3,8394	3,3825	3,8089
3501-4500TL(D)	30	4,1762	4,3667	4,2778	4,2333	3,5833	4,1333
4501-5500TL(E)	26	4,1978	4,3923	4,2436	3,9231	3,8365	4,1451
55001TL den fazla(F)	32	4,2188	4,6812	4,6354	4,5000	4,2891	4,4318
ANOVA		F=2,088 p=0,066	F=5,724 p=0,000*	F=5,408 p=0,000*	F=3,463 p=0,004*	F=6,264 p=0,000*	F=5,524 p=0,000*
Tukey		-	C<A B<F C<F	C<A C<B C<F	B<F C<F	A<F B<F C<F D<F	A<C B<F C<F D<F

p<0,05*

Yapılan Anova testi sonucunda katılımcıların aylık gelirleri ile gıda güvenliği bilgisi ve alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Meydana gelen bu farklılık hijyen, kişisel hijyen, temizlik, personel sağlığı alt boyutları ve gıda güvenliği bilgisi toplamındadır. Ancak aylık gelir değişkeni ile çapraz bulaşma alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

1500 TL ve altı gelire sahip katılımcıların (\bar{x} =4,466), 2501-3500 TL gelire sahip katılımcılara (\bar{x} =4,065) göre hijyen konusuna daha fazla dikkat ettiği tespit edilmiştir. Ayrıca 5500 TL den fazla gelire sahip katılımcıların (\bar{x} =4,681), 1501-2500tl gelire sahip (\bar{x} =4,224) ve 2501-3500 TL gelire sahip (\bar{x} =4,065) katılımcılara göre hijyen konusuna daha fazla dikkat ettiği saptanmıştır.

2501-3500 TL gelire sahip katılımcıların ($\bar{x}=3,831$), 1500 TL ve altı gelire sahip katılımcılara ($\bar{x}=4,333$), 1501-2500 TL gelire sahip katılımcılara ($\bar{x}=4,226$) ve 55001 TL den fazla gelire sahip katılımcılara ($\bar{x}=4,635$) göre kişisel hijyen konusuna daha az dikkat ettiği saptanmıştır.

55001 TL den fazla gelire sahip katılımcıların ($\bar{x}=4,500$), 1501-2500 TL gelire sahip katılımcılara ($\bar{x}=3,822$) ve 2501-3500 TL gelire sahip katılımcılara ($\bar{x}=3,839$) göre temizlik konusuna daha fazla dikkat ettiği saptanmıştır.

55001 TL den fazla gelire sahip katılımcıların ($\bar{x}=4,289$), 1500 TL ve altı gelire sahip ($\bar{x}=3,487$) katılımcılara, 1501-2500 TL gelire sahip ($\bar{x}=3,670$) katılımcılara, 2501-3500 TL gelire sahip ($\bar{x}=3,382$) katılımcılara ve 3501-4500 TL gelire sahip ($\bar{x}=3,583$) katılımcılara göre personel sağlığı konusuna daha fazla dikkat ettiği tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, yüksek gelirli kişilerin daha fazla ödeme yaparak gıda güvenliği konusuna daha fazla dikkat eden işletmeleri seçtiği söylenebilir.

5501 TL den fazla ($\bar{x}=4,4318$) gelire sahip katılımcıların 1501-2500 TL gelire sahip ($\bar{x}=4,0115$), 2501-3500 TL gelire sahip ($\bar{x}=3,8089$) ve 3501-4500 TL gelire sahip ($\bar{x}=4,1333$) katılımcılara göre gıda güvenliği bilgisinin daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca 1500 TL ve altı ($\bar{x}=4,1080$) gelire sahip katılımcıların 2501-3500 TL ($\bar{x}=3,8089$) katılımcılara göre gıda güvenliği bilgisinin düşük olduğu saptanmıştır.

Benzer çalışmalarda elde edilen sonuçlara bakıldığında; Sünbül (2018, s.106), çalışmasında gelir değişkeni ile gıda güvenliği arasında anlamlı bir farklılık bulamamıştır ($p=0,191$, $p>0,05$). Türkmen (2019, s. 88), çalışmasında gıda güvenliği algısı ile gelir değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit etmemiştir ($p=0,353$; $p>0,05$).

Tablo 32. Gıda Güvenliği Bilgisi ve Alt Boyutlarının Meslek Değişkeni ile Arasındaki İlişki

<i>Meslek</i>	<i>N</i>	<i>Çapraz Bulaşma</i>	<i>Hijyen</i>	<i>Kişisel Hijyen</i>	<i>Temizlik</i>	<i>Personel Sağlığı</i>	<i>Gıda Güvenliği Bilgisi Toplam</i>
<i>İşçi(A)</i>	90	3,9476	4,1822	4,1741	3,8778	3,6667	3,9712
<i>Memur(B)</i>	54	4,3228	4,4630	4,4074	4,1543	3,6806	4,2264
<i>Esnaf(C)</i>	41	3,4808	3,9073	3,8618	3,7073	3,6341	3,6885
<i>Serbest Meslek(D)</i>	69	4,2795	4,4058	4,1739	4,2126	3,6884	4,1772
<i>Ev Kadını(E)</i>	23	3,9068	4,2696	4,0870	3,8261	3,4674	3,9229
<i>Emekli(F)</i>	37	4,1699	4,2649	4,1351	3,7207	3,8311	4,0639
<i>Öğrenci(G)</i>	93	4,1797	4,4968	4,4194	4,0108	3,3925	4,1183
<i>Çalışmıyor(H)</i>	30	4,0762	4,5067	4,2222	3,8667	3,5333	4,0667
ANOVA		F=5,454 p=0,000*	F=4,209 p=0,000*	F=2,220 p=0,032*	F=2,048 p=0,058	F=1,451 p=0,183	F=3,511 p=0,001*
Tukey		C<A C<B C<D C<F C<G C<H	C<B C<D C<G C<H	C<G	- -	- -	C<B C<D C<G

p<0,05*

Yapılan Anova testi sonucunda katılımcıların meslekleri ile gıda güvenliği bilgisi ve alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Meydana gelen bu farklılık çapraz bulaşma, hijyen, kişisel hijyen alt boyutlarında ve gıda güvenliği bilgisi toplamındadır. Ancak meslek değişkeni ile temizlik ve personel sağlığı boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Esnaflık grubu katılımcıların ($\bar{x}=3,480$), işçi grubundaki ($\bar{x}=3,947$) katılımcılara, memur grubundaki ($\bar{x}=4,322$) katılımcılara, serbest meslek grubundaki ($\bar{x}=4,279$) katılımcılara, emekli grubundaki ($\bar{x}=4,169$) katılımcılara, öğrenci grubundaki ($\bar{x}=4,179$) katılımcılara ve çalışmıyor grubundaki ($\bar{x}=4,076$) katılımcılara göre çapraz bulaşma konusuna daha az dikkat ettiği söylenebilir.

Esnaflık grubu katılımcıların ($\bar{x}=3,907$), memur grubundaki ($\bar{x}=4,463$) katılımcılara, serbest meslek grubundaki ($\bar{x}=4,405$) katılımcılara, öğrenci grubundaki ($\bar{x}=4,496$) katılımcılara ve çalışmıyor grubundaki ($\bar{x}=4,506$) katılımcılara göre hijyen konusuna daha az dikkat ettiği tespit edilmiştir.

Esnaflık grubu katılımcıların ($\bar{x}=3,861$), öğrenci grubu ($\bar{x}=4,419$) katılımcılara göre kişisel hijyen konusuna daha az dikkat ettiği saptanmıştır. Sonuçlara göre, kendi işini yapan, herhangi bir kuruluş çatısı altında bulunmadan çalışanların gıda güvenliği bilgisinin daha düşük olduğu söylenebilir.

Esnaflık grubu katılımcıların ($\bar{x}=3,6885$), memur ($\bar{x}=4,2264$), serbest meslek ($\bar{x}=4,1772$) ve öğrenci ($\bar{x}=4,1183$) grubu katılımcılara göre gıda güvenliği bilgisinin daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

Benzer çalışmalarda elde edilen sonuçlara bakıldığında; Türkmen (2019, s. 88) tüketicilerin yöresel yiyecek gıda güvenliği algıları ile meslek değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olmadığını tespit etmiştir ($p=0,076$; $p>0,05$). Sünbül (2018, s. 106) tüketicilerin meslek değişkeni ile gıda güvenliği bilgileri arasında ilişki tespit etmiştir.

Tablo 33. Gıda Güvenliği Bilgisinin ve Alt Boyutlarının Ankara'yı Ziyaret Etme Nedeni ile Arasındaki İlişki

Ankara'yı Ziyaret Etme Nedeni	N	Çapraz Bulaşma	Hijyen	Kişisel Hijyen	Temizlik	Personel Sağlığı	Gıda Güvenliği Bilgisi Toplam
İş Seyahati(A)	56	4,0995	4,5286	4,2143	4,0417	3,6473	4,1226
Akraba Ve Arkadaş Ziyareti(B)	157	4,1183	4,2318	4,1699	3,9618	3,5510	4,0266
266Tatil(C)	66	4,1017	4,3879	4,3182	4,0455	3,7045	4,1164
Sağlık(D)	60	3,9667	4,1800	4,2278	3,7167	3,6625	3,9614
Eğitim(E)	98	4,0510	4,4143	4,2381	4,0034	3,5638	4,0640
ANOVA		F=0,416 p=0,797	F=2,963 p=0,020*	F=0,341 p=0,850	F=1,278 p=0,278	F=0,505 p=0,732	F=0,717 p=0,581
Tukey		-	B<A D<A	-	-	-	-

p<0,05*

Yapılan Anova testi sonucunda katılımcıların Ankara'yı ziyaret etme nedeni ile gıda güvenliği bilgisi alt boyutu olan hijyende istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Ancak Ankara'yı ziyaret etme nedeni ile çapraz bulaşma, kişisel hijyen, temizlik, personel sağlığı alt boyutları ve gıda güvenliği bilgisi toplamı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

İş seyahati grubu katılımcıların (\bar{x} =4,528), akraba ve arkadaş ziyareti grubu katılımcılara (\bar{x} =4,231), sağlık grubu (\bar{x} =4,180) katılımcılara göre hijyen konusuna daha fazla dikkat ettiği saptanmıştır.

*Yapılan Anova testi sonucunda katılımcıların Ankara'da kalış süresi ve Ankara'da yemek yeme sayısı ile gıda güvenliği bilgisi ve alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Çalışma kapsamında katılımcıların demografik ve diğer bilgilerinden olan medeni durum, cinsiyet ve gıda güvenliği bilgi düzeyleri ile tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki farklılığın belirlenmesi amacıyla t-testi yapılmıştır. Katılımcıların

demografik ve diğer bilgilerinden olan yaş, eğitim durumu, aylık gelir, meslek, Ankara'yı ziyaret etme nedeni, Ankara'da kalma süresi, yemek yeme sayısı ile tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki farklılığın belirlenmesi amacıyla Anova Testi yapılmıştır.

Tablo 34. Demografik ve Diğer Özelliklerle Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Arasındaki İlişki (n:437)

Değişkenler	N	\bar{x}	t/F	p	Tukey
Eğitim Durumu	437				
İlköğretim (A)	53	3,46	2,424	p=0,047*	A<E
Lise (B)	119	3,62			
Ön lisans (C)	82	3,71			
Lisans (D)	141	3,80			
Lisansüstü (E)	42	3,96			
Gelir	437				
1500 TL ve altı (A)	144	3,61	3,288	p=0,006*	C<D
1501-2500 TL (B)	122	3,81			
2501-3500 TL (C)	83	3,48			
3501-4500 TL (D)	30	4,07			
4501-5500 TL (E)	26	3,78			
55001TL den fazla (F)	32	3,99			
Meslek	437				
İşçi (A)	90	3,59	3,017	p=0,004*	H<B H<C H<D H<F H<G
Memur (B)	54	3,76			
Esnaf (C)	41	3,93			
Serbest Meslek (D)	69	3,89			
Ev Kadını (E)	23	3,56			
Emekli (F)	37	3,83			
Öğrenci (G)	93	3,75			
Çalışmıyor (H)	30	3,12			

*(p<0,05)

Yapılan Anova testi sonucunda katılımcıların eğitim durumları ile tekrar ziyaret etme niyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. İlköğretim grubu katılımcıların ($\bar{x}=3,467$) lisansüstü grubu ($\bar{x}=3,964$) katılımcılara göre daha düşük tekrar ziyaret etme niyeti gösterdikleri saptanmıştır. Eğitim düzeyi yüksek katılımcıların tekrar ziyaret etme niyetinin de yüksek olduğu söylenebilir. Eğitimi yüksek bir kişi satın aldığı hizmetin kalitesini sahip olduğu gıda güvenliği bilgisi doğrultusunda olumlu ya da olumsuz biçimde yorumlayabilecektir. Bu

doğrultuda memnuniyet düzeyi yüksek olan kişiler tekrar ziyaret etme niyetinde bulunacaklardır.

Benzer çalışmalarda elde edilen sonuçlara bakıldığında; Timur (2015, s. 68), hizmet kalitesi, destinasyon imajı algısı ve tekrar ziyaret niyeti arasındaki ilişki üzerine yapmış olduğu araştırmada; eğitim durumunun tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkili olduğunu saptamıştır. Boztoptak, Kurnuç ve ark.(2017, s. 105), Erzurum yöresel yemeklerinin restoran tercihine etkileri ve tekrar ziyaret etme niyetlerine yönelik yaptıkları araştırmada; eğitim durumu ile tekrar ziyaret etme niyeti arasında anlamlı bir farklılık saptamamıştır. Karaçar (2016, s. 86), eğitim durumu ile tekrar ziyaret etme niyeti arasında anlamlı bir farklılık saptamamıştır.

Yapılan Anova testi sonucunda katılımcıların gelir durumları ile tekrar ziyaret etme niyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. 2501-3500 TL gelire sahip ($\bar{x}=3,484$) katılımcıların, 3501-4500 TL gelire sahip ($\bar{x}=4,075$) katılımcılara göre daha düşük tekrar ziyaret etme niyeti gösterdikleri görülmüştür. Gelir durumu yüksek olan bir kişiyle gelir durumu düşük olan bir kişinin tekrar ziyaret etme niyetinde büyük ölçüde farklılık vardır. Maddi imkanlardaki sınırlılık tekrar ziyaret etme niyetinin oluşmasında önemli etkindir.

Benzer çalışmalarda elde edilen sonuçlara bakıldığında; Seçilmiş (2012, s. 244), termal turizm destinasyonlarından duyulan memnuniyet düzeyinin tekrar ziyaret niyetine etkisi üzerine yaptığı çalışmasında gelir değişkeni ile tekrar ziyaret etme niyeti arasında anlamlı bir farklılık tespit etmemiştir. Boztoprak, Kurnuç Ve Çetinkaya (2017, S.106), Erzurum yöresel yemeklerinin restoran tercihine etkileri ve tekrar ziyaret etme niyetleri üzerine yönelik yaptıkları çalışmada gelir değişkeni ile tekrar ziyaret etme niyeti arasında anlamlı farklılık bulamamıştır ($0,05 < 0,523$).

Yapılan Anova testi sonucunda katılımcıların meslekleri ile tekrar ziyaret etme niyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Çalışmıyor grubu katılımcıların ($\bar{x}=3,125$), memur grubu ($\bar{x}=3,768$) katılımcılara, esnaf grubu ($\bar{x}=3,939$) katılımcılara, serbest meslek grubu ($\bar{x}=3,891$) katılımcılara, emekli grubu ($\bar{x}=3,831$) katılımcılara ve öğrenci grubu ($\bar{x}=3,752$) katılımcılara göre daha düşük tekrar ziyaret etme niyeti gösterdiği saptanmıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda, çalışmayan yani maddi olanakları kısıtlı kişilerin tekrar ziyaret eğiliminde bulunamadıkları söylenebilir.

Benzer çalışmalarda elde edilen sonuçlara bakıldığında; Karaca (2018, s. 84), Restoran atmosferinin tekrar ziyaret niyetine etkisine yönelik yaptığı çalışmada, katılımcıların meslek değişkeniyle tekrar ziyaret etme niyeti arasında anlamlı bir farklılık saptamamıştır ($p=0,103>0,05$).

Yapılan t-Testi ve Anova testi sonucunda katılımcıların demografik özelliklerinden yaş, cinsiyet, medeni durum; diğer özelliklerinden Ankara'yı ziyaret nedeni, kalış süresi, yemek yeme sayısı ve gıda güvenliği bilgi düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

3.4.5. Turistlerin Gıda Güvenliği Bilgisinin KOBİ Nitelikli Yiyecek ve İçecek İşletmelerini Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi

Yiyecek içecek işletmelerinden hizmet talep eden turistlerin gıda güvenliği bilgilerinin tekrar ziyaret etme niyetine etkisinin belirlenmesi bağlamında ilk olarak korelasyon analizi yapılmıştır. Gıda güvenliği bilgisi ile tekrar ziyaret etme niyeti arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı test edilmiştir.

Korelasyon analizi; iki değişken arasındaki ilişkinin boyutunu, yönünü ve önemini belirleyen bir yöntem olarak tanımlanabilir. İlişki katsayısı(r), $-1<r<+1$ aralığında gözlenir.

-1 ile 0 arası değerler : negatif ilişkiyi

0 ile +1 arası değerler : pozitif ilişkiyi ifade eder.

r katsayısı doğrudan değerleri yazılarak kullanılır ve yüzde olarak ifade edilmez (Özdamar, 2004, s. 537-538). İki değişken arasındaki korelasyon değeri; $r<0.20$ ve sıfıra yakın değerlerde ilişkinin olmadığı ya da çok zayıf ilişki olduğunu, $0.20-0.39$ arası zayıf ilişki olduğunu, $0.40-0.59$ arası orta düzeyde ilişki olduğunu, $0.60-0.79$ arası yüksek düzeyde ilişki olduğunu ve $0.80-1.0$ ise çok yüksek düzeyde ilişki olduğunu ifade etmektedir (Şen, 2016, s. 12).

Tablo 35. Gıda Güvenliği Bilgisi ve Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Arasındaki İlişkilere Yönelik Korelasyon Analizi

	\bar{x}	σ		Çapraz Bulaşma	Hijyen	Kişisel Hijyen	Temizlik	Personel Sağlığı	Tekrar Ziyaret Etme
Çapraz Bulaşma	4,0775	0,82306	r	1					
Hijyen	4,3272	0,71697	r	0,637**	1				
Kişisel Hijyen	4,2212	0,88214	r	0,643**	0,507**	1			
Temizlik	3,9603	0,94898	r	0,465**	0,394**	0,383**	1		
Personel Sağlığı	3,6047	0,88213	r	0,386**	0,319**	0,341**	0,347*	1	
Tekrar Ziyaret Etme	3,7157	0,91682	r	0,153**	0,182**	0,273**	0,188*	0,212**	1
**p<0,01									

Tablo 34'de yapılan Pearson korelasyon analizi sonucunda çapraz bulaşma ile hijyen ($r=,637$) ve kişisel hijyen ($r=,643$) arasında yüksek düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki saptanmıştır. Çapraz bulaşma ile temizlik ($r=,465$) arasında orta düzeyde pozitif yönlü bir ilişki saptanmıştır. Çapraz bulaşma ile personel sağlığı ($r=,386$) arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü bir ilişki saptanmıştır. Çapraz bulaşma ile tekrar ziyaret etme niyeti ($r=,153$) arasında çok zayıf düzeyde pozitif yönlü bir ilişki saptanmıştır.

Hijyen ile kişisel hijyen ($r=,507$) arasında orta düzeyde pozitif yönde bir ilişki saptanmıştır. Hijyen ile temizlik ($r=,394$) ve personel sağlığı ($r=,319$) arasında zayıf düzeyde pozitif bir ilişki saptanmıştır. Hijyen ile tekrar ziyaret etme niyeti ($r=,182$) arasında çok zayıf düzeyde pozitif yönlü bir ilişki saptanmıştır.

Kişisel hijyen ile temizlik ($r=,383$), personel sağlığı ($r=,341$) ve tekrar ziyaret etme niyeti ($r=,273$) arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Temizlik ile personel sağlığı ($r=,347$) arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Temizlik ile tekrar ziyaret etme niyeti arasında ($r=,188$) arasında çok zayıf düzeyde pozitif yönde bir ilişki tespit edilmiştir.

Personel sağlığı ile tekrar ziyaret etme niyeti ($r=,212$) arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Tablo 36. Gıda Güvenliği Bilgisi Toplamı ve Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Analizi

Temel Değişkenler (Boyutlar-Faktörler)	\bar{x}	σ	Gıda Güvenliği	Tekrar Ziyaret Etme Niyeti
Gıda Güvenliği Bilgisi	4,0519	0,63528	1	0,254**
Tekrar Ziyaret Etme Niyeti	3,7157	0,91682	0,254**	1
** $p<0,01$				

Yapılan Pearson korelasyon analizi sonucunda gıda güvenliği bilgisi ile tekrar ziyaret etme niyeti ($r=,254$) arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü bir ilişki saptanmıştır.

Bu araştırmada önerilen hipotezlerin test edilmesi için Basit Doğrusal Regresyon Analizi yapılması öngörölmüştür. Regresyon analizi; bağımlı değişken ve bağımsız değişken olmak üzere iki değişken arasındaki sebep-sonuç ilişkisini doğrusal bir model ile ortaya koyan yöntem olarak tanımlanabilir (Özdamar, 2004, s. 528).

Aşağıdaki Tablo 36'da KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelinden hizmet talep eden yerli turistlerin gıda güvenliği bilgisi ile tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkinin neden-sonuç bağlamında yorumlanabilmesi için basit doğrusal regresyon analiz sonuçları ele alınmıştır.

Tablo 37. Turistlerin Gıda Güvenliği Bilgisinin Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisine Yönelik Basit Doğrusal Regresyon Analizi

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken: Tekrar Ziyaret Etme			
	β	t	Anlamlılık (p)	Sabit
Gıda Güvenliği Bilgisi	0,366	8,135	0,000*	2,233
Model F	29,880			
R ²	0,062			

* $p<0,05$

Yiyecek içecek işletmelerinden hizmet talep eden turistlerin gıda güvenliği bilgisinin tekrar ziyaret etme niyetine etkisini ölçmeye yönelik basit doğrusal regresyon analizinde gıda güvenliği bilgisinin ($\beta=0,366$ ve $p=0,000$; $p<0,05$) anlamlılık düzeyinde olmak üzere tekrar ziyaret etme niyetini olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Gıda güvenliği bilgisi ve tekrar ziyaret etme niyeti ilişkisi için basit doğrusal regresyon modeli aşağıda gösterilen şekilde belirlenmiştir:

$$\text{Tekrar Ziyaret Etme Niyeti} = 2,223 + 0,366 \times \text{Gıda Güvenliği Bilgisi}$$

Tablo 36'daki verilere göre, uygulanan regresyon modeline ait 29,880(F) ve 0,062(R²) değerlerine bakıldığında modelin 0,05 anlamlılık düzeyinde olduğu görülmektedir. Ayrıca, araştırma modeline göre turistlerin tekrar ziyaret etme niyetinin gıda güvenliği bilgisini %6,2 oranında açıkladığı şeklinde yorumlanabilir. Bu sonuç neticesinde araştırmada ana hipotez olan **H₁** hipotezi (KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinden hizmet talep eden turistlerin gıda güvenliği bilgisi tekrar ziyaret etme niyetini etkiler) kabul edilmiştir.

Tablo 38. Turistlerin Gıda Güvenliği Bilgileri ile Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Arasındaki İlişkiye Ait Çoklu Regresyon Analizi

Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişken: Tekrar Ziyaret Etme				R ²
	β	t	p	F	
Sabit	2,057	7,228	0,000*	9,972	0,093
Çapraz Bulaşma	-0,161	-2,074	0,039*		
Hijyen	0,090	1,157	0,248		
Kişisel Hijyen	0,264	4,163	0,000*		
Temizlik	0,083	1,620	0,106		
Personel Sağlığı	0,135	2,544	0,011*		

*p<0,05

Tablo 37' de görüldüğü üzere turistlerin gıda güvenliği bilgisini oluşturan alt boyutların tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisini belirlemek üzere yapılan çoklu regresyon analizi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=9,972; p=0,000).

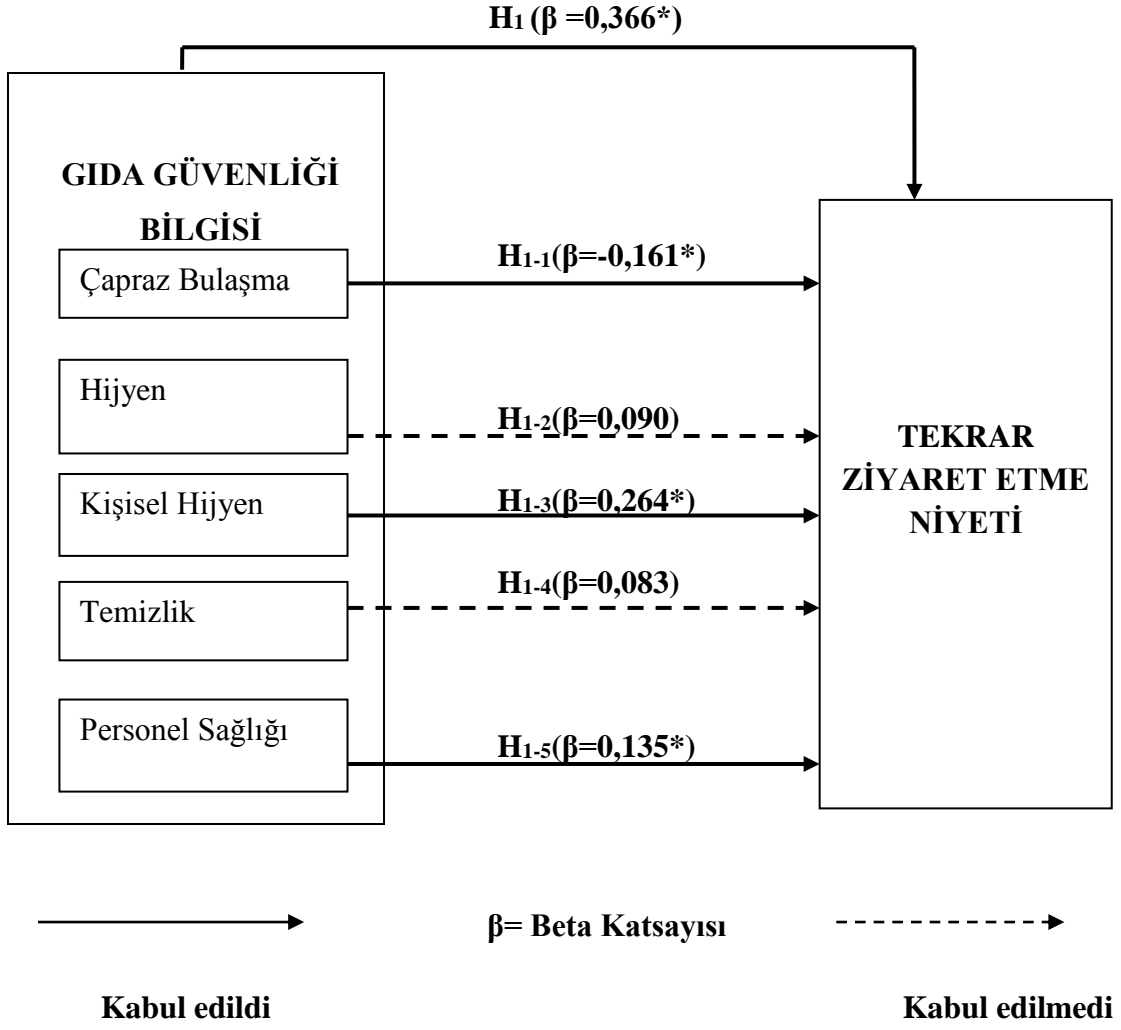
Hijyen (p=0,248, p>0,05) ve temizliğin (p=0,106, p>0,05) tekrar ziyaret etme niyetini arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda

araştırma hipotezlerinden **H₁₋₂** (KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinden hizmet talep eden turistlerin hijyen bilgisi tekrar ziyaret etme niyetini etkiler) ve **H₁₋₄** (KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinden hizmet talep eden turistlerin temizlik bilgisi tekrar ziyaret etme niyetini etkiler) kabul edilmemiştir.

Çapraz bulaşma ($\beta=-0,161$; $p<0,039$, $p<0,05$), kişisel hijyen ($\beta =0,264$; $p<0,000$, $p<0,05$) ve personel sağlığı ($\beta=0,135$; $p<0,011$, $p<0,05$) anlamlılık düzeyinde olmak üzere, tekrar ziyaret etme niyetini pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda araştırma hipotezlerinden **H₁₋₁** (KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinden hizmet talep eden turistlerin çapraz bulaşma bilgisi tekrar ziyaret etme niyetini etkiler), **H₁₋₃** (KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinden hizmet talep eden turistlerin kişisel hijyen bilgisi tekrar ziyaret etme niyetini etkiler) ve **H₁₋₅** (KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinde hizmet talep eden turistlerin personel sağlığı bilgisi tekrar ziyaret etme niyetini etkiler) hipotezleri kabul edilmiştir. Gıda güvenliği bilgisi alt boyutları ve tekrar ziyaret etme niyeti ilişkisi için çoklu doğrusal regresyon modeli aşağıda gösterilen şekilde belirlenmiştir:

$$\text{Tekrar Ziyaret Etme Niyeti} = 2,057 + -0,161 x (\text{çapraz bulaşma}) + 0,264 x (\text{kişisel hijyen}) + 0,135 x (\text{personel sağlığı})$$

Ayrıca araştırma modelinde yer verilen bağımsız değişkenlerin (çapraz bulaşma, kişisel hijyen ve personel sağlığı) tekrar ziyaret etme niyetini %9,3 oranında açıkladığı ifade edilebilir. Bu araştırma kapsamında analiz edilmesi öngörülen ana ve alt hipotezlerin kabul ya da reddedilme durumlarına yönelik genel değerlendirme sonuçları Şekil 8' deki gibi özetlenebilir:



Şekil 8. Araştırma Hipotezlerinin Kabul Edilme ve Reddedilme Durumları

SONUÇ VE ÖNERİLER

Besin ihtiyacının ortaya çıkması insanlığın doğuşuyla başlamıştır. İnsanoğlu yüzyıllar boyunca karnını doyurabilmek için çeşitli yöntemler aramış ve bulmuştur. Avcı-toplayıcı beslenme şeklinin yetersiz olduğunu anlayan insan tarıma atılmış ve modern besin sistemine geçiş başlamıştır. Geçmişte insanlar avcılık yaparak sadece kendi ve aile fertlerinin besin ihtiyacını karşılayabilirken, günümüzde arzu ettikleri besinlere hemen ulaşabilmekte, yemeklerini istedikleri mekanda yiyebilmekte ve yemek yeme ihtiyaçlarını karşılayacakları işletme seçeneklerinin çok fazla olduğu görülmektedir (Beardsworth ve Keil). Yiyecek içecek işletmelerinin fazla olması insanları aynı mekanı tekrar ziyaret edip etmeme kararsızlığına düşürmekte ve tüketicilerin tekrar ziyaret etme niyetinde gıda güvenliği önemli bir belirleyici olarak öne çıkmaktadır.

Bu araştırma turistlerin gıda güvenliği bilgisinin tekrar ziyaret etme niyetine etkisinin var olup olmadığını tespit etmek amacıyla tasarlanmıştır. Aynı zamanda bu çalışmayla hem çalışanların hem de müşterilerin gıda güvenliği konusundaki duyarlılıklarını ve farkındalıklarını artırması beklenmektedir.

Literatür incelendiğinde turizm alanında gıda güvenliğine yönelik çalışmalar (Doğruyol, 2014; Sümbül, 2018; Türkmen, 2019; Kızılcık, 2016; Ertaş, 2019; Kılıçalp, 2011; Tuncer, 2019; Gün, 2019; Kızılcık, 2016; Eken, 2019; Şan, 2005; Eren, 2008; Yılmaz, 2004; Girgin, 2019; Kurt, 2019; Cömert, 2007; Ayaz ve Aydın, 2017) ve turizmde tekrar ziyaret etme niyetine yönelik çalışmalar (Çakmakoğlu Arıcı, 2018; Karakan, 2019; Kazancı, 2019; Oskan, 2019; Kahraman, 2019; Kargiglioğlu, 2019; Kement, 2019; Metin, 2019; Yağmur, 2019; Sever, 2018; Kocaturk, 2018; Karpuz, 2017; Seder, 2017; Acar, 2016; Çetin, 2015; Kement, 2013; Çetinsöz, 2011; Çavuşoğlu, 2019; Çamlıca, 2014; Türkmendağ, 2015; Karaçar, 2016; Akan, 2016) bulunmaktadır. Bununla birlikte turistlerin gıda güvenliği bilgisinin tekrar ziyaret etme niyetine etkisi üzerine yönelik yapılan bir araştırmaya rastlanmamaktadır.

Bu tez çalışmasında yiyecek içecek işletmelerinden hizmet talep eden yerli turistler perspektifinden gıda güvenliği ve tekrar ziyaret etme niyetine bir bakış açısı oluşturulması amaçlanmaktadır. Bu anlamda yerli turistlerin gıda güvenliği bilgisinin

tekrar ziyaret etme niyetine etkisi test edilmiştir. Ayrıca, turistlerin demografik ve diğer özellikleri ile gıda güvenliği bilgisi ve tekrar ziyaret etme niyeti arasında anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığı analiz edilmiştir. Bu kapsamda Haziran-Eylül 2019 döneminde Ankara ilini ziyaret eden 437 yerli turistten elde edilen verilerin analizi sonrasında aşağıdaki sonuçlar ortaya çıkmıştır:

- Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin demografik özelliklerinde cinsiyet durumu açısından erkekler (%50,3), medeni durum yönünden bekarlar (%58,4), yaş grubu olarak 24-35 yaş (%29,3), aylık gelir açısından 1500 TL ve altı (%33,3), eğitim durumu yönünden lisans düzeyinde olanlar (%32,3), meslek yönünden öğrenciler (%21,3) öne çıkmıştır. Diğer özellikler kapsamında ise Ankara'da kalış süresi açısından 1-3 gün (%37,8), yemek yeme sayısı yönünden 5 ve üzeri (%30,9), ziyaret nedeni açısından akraba ve arkadaş ziyareti (%35,9) ve gıda güvenliği bilgi düzeyi olarak hiçbir bilgim yok diyenler (%73,7) olarak öne çıkmıştır.
- Yiyecek içecek işletmelerini ziyaret eden yerli turistlerin gıda güvenliği bilgisinde çapraz bulaşma, hijyen, kişisel hijyen, temizlik ve personel sağlığı olmak üzere beş boyut tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre yerli turistlerin gıda güvenliğinde en çok önem verdikleri alt boyutların hijyen, kişisel hijyen ve çapraz bulaşma olduğu söylenebilir.
- Yiyecek içecek işletmelerini ziyaret eden yerli turistlerin tekrar ziyaret etme niyetinde tek boyut olan tekrar ziyaret etme niyeti tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre tekrar ziyaret etme niyetinde, bu işletmeyi tekrar ziyaret ederim ifadesi öne çıkmıştır. Turistler tekrar ziyaret etme niyetinin yanı sıra gittikleri işletmeyi tavsiye edeceklerini de vurgulamışlardır.
- Yiyecek içecek işletmelerini ziyaret eden yerli turistlerin gıda güvenliği bilgisi alt boyutu olan çapraz bulaşma ile demografik ve diğer özelliklerle karşılaştırılmasında cinsiyet, eğitim, meslek ve gıda güvenliği bilgi düzeyinde farklılık tespit edilmiştir. Bulgulara göre, kadınların erkeklere göre daha fazla çapraz bulaşma bilgisine sahip olduğu; eğitim durumunda ilköğretim grubu katılımcıların, ön lisans grubu, lisans grubu ve lisansüstü grubu katılımcılara göre çapraz bulaşma konusuna daha az dikkat ettiği; ayrıca lise grubu katılımcıların

lisansüstü katılımcılara göre çapraz bulaşma konusuna daha az dikkat ettiği saptanmıştır. Meslek değişkeninde esnaf grubu katılımcıların, işçi grubundaki katılımcılara, memur grubundaki katılımcılara, serbest meslek grubundaki katılımcılara, emekli grubundaki katılımcılara, öğrenci grubundaki katılımcılara ve çalışmıyor grubundaki katılımcılara göre çapraz bulaşma konusuna daha az dikkat ettiği; ayrıca, gıda güvenliğine yönelik kurslar/dersler aldım diyen katılımcıların hiçbir bilgim yok diyen katılımcılara göre daha fazla çapraz bulaşma konusuna dikkat ettikleri saptanmıştır. Bu sonuçlara göre katılımcılardan kadınların, eğitim düzeyi olarak lisansüstü, meslek grubu olarak memur ve gıda güvenliğine yönelik kurslar/dersler aldım diyenlerin çapraz bulaşma konusunda bilgili oldukları söylenebilir.

- Yiyecek içecek işletmelerini ziyaret eden yerli turistlerin gıda güvenliği bilgisi alt boyutu olan hijyen ile demografik ve diğer özelliklerle karşılaştırılmasında medeni durum değişkeni, gıda güvenliği bilgi düzeyi, eğitim durumu değişkeni, gelir durumu değişkeni, meslek ve Ankara'yı ziyaret nedeninde farklılıklar tespit edilmiştir. Bulgulara göre, bekar katılımcıların evli katılımcılara göre daha fazla hijyen konusuna dikkat ettikleri; ayrıca gıda güvenliğine yönelik kurslar/dersler aldım diyen katılımcıların hiçbir bilgim yok diyen katılımcılara göre hijyen konusuna dikkat ettikleri saptanmıştır. Eğitim durumu yönünden ilköğretim grubu katılımcıların, ön lisans grubu, lisans grubu ve lisansüstü grubu katılımcılara göre hijyen konusuna daha az dikkat ettiği; ayrıca lise grubu katılımcıların, ön lisans, lisans ve lisansüstü katılımcılara göre hijyen konusuna daha az dikkatli olduğu saptanmıştır. 2501-3500 TL gelire sahip katılımcıların, 1500 TL ve altı gelire sahip katılımcılara, 1501-2500 TL gelire sahip katılımcılara ve 55001 TL den fazla gelire sahip katılımcılara göre kişisel hijyen konusuna daha az dikkat ettiği saptanmıştır. Etna grubu katılımcıların , memur grubundaki katılımcılara, serbest meslek grubundaki katılımcılara, öğrenci grubundaki katılımcılara ve çalışmıyor grubundaki katılımcılara göre hijyen konusuna daha az dikkat ettiği tespit edilmiştir. İş seyahati grubu katılımcıların, akraba ve arkadaş ziyareti grubu katılımcılara, sağlık grubu katılımcılara göre hijyen konusuna daha fazla dikkat ettiği saptanmıştır. Bu sonuçlara göre katılımcılardan bekarların, gıda güvenliğine yönelik kurslar/dersler alanların, lisansüstü eğitime sahip olanların, 55001 TL den fazla geliri olanların ve

çalışmayanların, iş seyahati nedeniyle ziyarette bulunanların hijyen konusunda daha bilgili olduğu söylenebilir.

- Yiyecek içecek işletmelerini ziyaret eden yerli turistlerin gıda güvenliği bilgisi alt boyutu olan kişisel hijyen ile demografik ve diğer özelliklerle karşılaştırılmasında eğitim durumu, meslek durumu, aylık gelir gıda güvenliği bilgi düzeyi ile farklılıklar tespit edilmiştir. İlköğretim grubu katılımcıların, ön lisans grubu, lisans grubu ve lisansüstü grubu katılımcılara göre kişisel hijyen konusuna daha az dikkat ettiği; esnaf grubu katılımcıların, öğrenci grubu katılımcılara göre kişisel hijyen konusuna daha az dikkat ettiği saptanmıştır. 2501-3500 TL gelire sahip katılımcıların, 1500 TL ve altı gelire sahip katılımcılara, 1501-2500 TL gelire sahip katılımcılara ve 55001 TL den fazla gelire sahip katılımcılara göre kişisel hijyen konusuna daha az dikkat ettiği; gıda güvenliğine yönelik kurslar/dersler aldım diyen katılımcıların, hiçbir bilgim yok diyen katılımcılara daha fazla kişisel hijyen konusuna dikkat ettikleri saptanmıştır. Bu sonuçlara göre lisansüstü eğitime sahip, öğrenci grubunun, 55001 TL den fazla geliri olan ve gıda güvenliğine yönelik kurslar/dersler alan katılımcıların kişisel hijyen konusunda daha bilgili olduğu söylenebilir.
- Yiyecek içecek işletmelerini ziyaret eden yerli turistlerin gıda güvenliği bilgisi alt boyutu olan temizlik ile demografik ve diğer özelliklerle karşılaştırılmasında eğitim durumu, aylık gelir ve gıda güvenliği bilgi düzeyinde farklılıklar tespit edilmiştir. İlköğretim grubu katılımcıların, lisansüstü grubu katılımcılara göre temizlik konusuna daha az dikkat ettiği; Lise grubu katılımcıların, lisans grubu ve lisansüstü grubu katılımcılara göre temizlik konusuna daha az dikkat ettiği görülmüştür. Ayrıca lisansüstü grubu katılımcıların ön lisans grubu ve lisan grubu katılımcılara göre temizlik konusuna daha fazla dikkat ettiği saptanmıştır. 55001 TL den fazla gelire sahip katılımcıların, 1501-2500 TL gelire sahip katılımcılara ve 2501-3500 TL gelire sahip katılımcılara göre temizlik konusuna daha fazla dikkat ettiği; ayrıca gıda güvenliğine yönelik kurslar/dersler aldım diyen katılımcıların hiçbir bilgim yok diyen katılımcılara göre daha fazla temizlik konusuna dikkat ettikleri saptanmıştır. Bu sonuçlara göre lisansüstü eğitim

düzeyinde, 55001tl den fazla gelire sahip ve gıda güvenliğine yönelik kurslar/dersler alan katılımcıların temizlik bilgisinin fazla olduğu söylenebilir.

- Yiyecek içecek işletmelerini ziyaret eden yerli turistlerin gıda güvenliği bilgisi alt boyutu olan personel sağlığı ile demografik ve diğer özelliklerle karşılaştırılmasında yaş, eğitim, gelir durumu ve gıda güvenliği bilgi düzeyinde farklılıklar tespit edilmiştir. 24 yaş ve altı yaş grubuna sahip katılımcıların, 25-34 yaş arasında, 35-44 yaş arasında, 45-54 yaş arasında, 55 yaş ve üzeri yaş aralığına sahip katılımcılara göre personel sağlığı konusuna daha az dikkat ettiği; Lisansüstü grubu katılımcıların, ilköğretim grubu, lise grubu, ön lisans grubu ve lisans grubu katılımcılara göre personel sağlığı konusuna daha fazla dikkat ettiği; 55001 TL den fazla gelire sahip katılımcıların, 1500 TL ve altı gelire sahip katılımcılara, 1501-2500 TL gelire sahip katılımcılara, 2501-3500 TL gelire sahip katılımcılara ve 3501-4500 TL gelire sahip katılımcılara göre personel sağlığı konusuna daha fazla dikkat ettiği tespit edilmiştir. Ayrıca gıda güvenliğine yönelik kurslar/dersler aldım diyen katılımcıların hiçbir bilgim yok diyen katılımcılara göre daha fazla personel sağlığı konusuna dikkat ettikleri saptanmıştır. Bu sonuçlara göre 35-44 yaş arası, lisansüstü eğitime sahip, 55001tl den fazla geliri olan ve gıda güvenliğine yönelik eğitimler alan katılımcıların personel sağlığı bilgisinin daha fazla olduğunu söyleyebilir.
- Yiyecek içecek işletmelerini ziyaret eden yerli turistlerin gıda güvenliği bilgisi ile demografik ve diğer özelliklerle karşılaştırılmasında eğitim, gelir durumu, meslek ve gıda güvenliği bilgi düzeyinde farklılıklar tespit edilmiştir. Gıda güvenliğine yönelik kurslar/dersler aldım diyen katılımcıların hiçbir bilgim yok diyen katılımcılara göre gıda güvenliği bilgisinin daha fazla olduğu, saptanmıştır. Eğitim düzeyi ilköğretim olan katılımcıların; ön lisans, lisans ve lisansüstü eğitim düzeyine sahip katılımcılara göre gıda güvenliği bilgisinin düşük olduğu, lisansüstü eğitime sahip katılımcıların lise, ön lisans ve lisans eğitim düzeyindeki katılımcılara oranla gıda güvenliği bilgisinin fazla olduğu saptanmıştır. 1500 TL ve altı gelire sahip katılımcıların 2501-3500 TL gelire sahip katılımcılardan daha düşük gıda güvenliği bilgisine sahip oldukları, ayrıca 5500 TL' den fazla gelire sahip katılımcıların 1501-2500 TL, 2501-3500 TL, 3501-4500 TL gelire sahip

katılımcılara göre gıda güvenliği bilgisinin fazla olduğu saptanmıştır. Esnaf grubu katılımcıların memur, serbest meslek ve öğrencilere oranla daha düşük gıda güvenliği bilgisine sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre gıda güvenliğine yönelik kurslar/dersler alan, lisansüstü eğitim düzeyi ve 5500 TL den fazla gelire sahip katılımcıların gıda güvenliği bilgisinin fazla olduğu söylenebilir.

- Yiyecek içecek işletmelerini ziyaret eden yerli turistlerin tekrar ziyaret etme niyeti ile demografik ve diğer özelliklerle karşılaştırılmasında eğitim durumu, aylık geliri ve meslek gruplarında farklılıklar tespit edilmiştir. İlköğretim grubu katılımcıların lisansüstü grubu katılımcılara göre daha düşük tekrar ziyaret etme niyeti gösterdikleri; 2501-3500 TL gelire sahip katılımcıların, 3501-4500 TL gelire sahip katılımcılara göre daha düşük tekrar ziyaret etme niyeti gösterdikleri; çalışmıyor grubu katılımcıların, memur grubu katılımcılara, esnaf grubu katılımcılara, serbest meslek grubu katılımcılara, emekli grubu katılımcılara ve öğrenci grubu katılımcılara göre daha düşük tekrar ziyaret etme niyeti gösterdiği saptanmıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda lisansüstü eğitime ve 3501-4500 TL gelire sahip, esnaf meslek grubunun daha fazla tekrar ziyaret etme niyetinde buldukları söylenebilir.
- Yiyecek içecek işletmelerini ziyaret eden yerli turistlerin tekrar ziyaret etme niyeti ile gıda güvenliği bilgisi arasındaki ilişkinin belirlenmesi bağlamında gerçekleştirilen korelasyon analizi sonucunda zayıf düzeyde pozitif yönlü bir ilişki saptanmıştır. Turistlerin gıda güvenliği bilgisi ile tekrar ziyaret etme niyeti arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu söylenebilir.
- Yiyecek içecek işletmelerinden hizmet talep eden turistlerin gıda güvenliği bilgisinin tekrar ziyaret etme niyetini olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bu sonuç neticesinde araştırmada ana hipotez olan **H₁** hipotezi (KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinden hizmet talep eden turistlerin gıda güvenliği bilgisi tekrar ziyaret etme niyetini etkiler) kabul edilmiştir. Bu sonuca göre turistlerin gıda güvenliği bilgisinin artması durumunda tekrar ziyaret etme niyetinin de olumlu yönde etkileneceği söylenebilir.

- Turistlerin gıda güvenliği bilgisinde **H₁₋₁** (KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinden hizmet talep eden turistlerin çapraz bulaşma bilgisi tekrar ziyaret etme niyetini etkiler), **H₁₋₃** (KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinden hizmet talep eden turistlerin kişisel hijyen bilgisi tekrar ziyaret etme niyetini etkiler) ve **H₁₋₅** (KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinde hizmet talep eden turistlerin personel sağlığı bilgisi tekrar ziyaret etme niyetini etkiler) hipotezleri kabul edilmiştir. Bu sonuçlar kapsamında yiyecek içecek işletmelerinde çalışan personelin çapraz bulaşmaya, kişisel hijyene ve personel sağlığı konularına dikkat etmeleri gerektiği söylenebilir. İşletmelerin tekrar ziyareti arttırabilmeleri için çapraz bulaşmada; personelin çalışırken ellerini üniformaya silmemesine ve personelin vücudunun herhangi bir yerine dokunduktan sonra ellerini yıkamasına kişisel hijyende; personelin iş kıyafetlerinin temiz olmasına personel sağlığında; soğuk algınlığı bulunan personelin gıda hizmetlerinde çalıştırılmamasına dikkat etmeleri gerekmektedir.

Araştırmada ulaşılan sonuçlar doğrultusunda KOBİ nitelikli yiyecek ve içecek işletmelerine aşağıdaki öneriler sunulabilir;

- Yiyecek içecek işletmeleri özellikle hijyen ve temizlik konusunda oldukça dikkatli olmalıdır. Tuvaletlerin temizliği, mutfakın temizliği, kullanılan çatal, kaşık vb. malzemelerin temizliği müşterinin tekrar ziyaret sağlaması için oldukça önemlidir.
- Yiyecek içecek işletmelerinde çalışan personel kişisel temizliğine, görünüşüne, sağlığına önem vermelidir. Personel günlük kıyafetiyle çalışmamalıdır. Hizmet içi alanlarda personel sigara içmemelidir. Aksi durumda tüketicilerin işletmeyi tekrar ziyaret etmemesi kaçınılmaz olabilir.
- Hasta olan personel iyileşene kadar çalıştırılmamalıdır. Yiyecek ve içeceklerle birebir temas içinde olan personel, insan sağlığı açısından risk taşımaktadır. Pek çok gıda zehirlenmesinin nedeni personelden kaynaklıdır. Mutfak ve servis departmanlarında çalışan personelin akciğer ve portör muayenesi düzenli olarak yaptırılmalıdır.
- KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmelerinde çalışan personelin az olması işletme sorumlularının personeliyle birebir ilgilenmesini daha kolay hale getirir. Buna bağlı olarak gıda güvenliği ve hijyen konusunda eksikliği olan personel tespit

edilerek gerekli eğitim verilmelidir. Personele gıda güvenliği konusunda gerekli eğitimler iş başı yapmadan önce verilmelidir. Verilen eğitim yalın ve anlaşılır bir dille anlatılmalıdır.

Literatürde tekrar ziyaret etme niyeti üzerine yapılan çalışmaların genellikle turistlerin destinasyon ziyareti ile ilgili olduğu görülmektedir. Aynı zamanda restoranlar için yapılan çalışmalarda gıda güvenliği ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerine araştırmaya rastlanmadığı, yapılan çalışmaların da restoran atmosferi, restoran deneyimlerinin tekrar ziyaret etme niyeti üzerine kurgulanmıştır. Bu tez çalışmasında turistlerin gıda güvenliği bilgisi ile yiyecek içecek işletmelerini tekrar ziyaret etme niyetine yönelik bir bakış açısı oluşturulmuştur. Yerli turistler üzerinde uygulanan bu ölçek yabancı turistler üzerinde de uygulanabilir. Aynı şekilde bölge olarak sadece Ankara değil farklı şehirlerde de araştırma yapılabilir. KOBİ nitelikli yiyecek içecek işletmeleri dışında lüks ve büyük ölçekli işletmelerde ele alınabilir.

KAYNAKÇA

- Abubakirova, Y. D. D. A., Syzdykova, A. G. A., Igilikovna, O. A., ve Binöl, Ö. G. D. Z. (2018, June). Otel İşletmelerinde Genç Çalışanların Mutfaktaki Gıda Güvenliği, Önemi Ve Haccp Uygulamaları. *In Congress Book*.
- Acar, Y.(2016). Turistlerin sakin şehirleri tercih nedenleri, memnuniyet düzeyleri ve tekrar ziyaret etme niyetleri: Türkiye'deki sakin şehirlerin değerlendirilmesi. Aksaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü , İşletme Anabilim Dalı.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Akan, A., N., (2016). Turist destinasyonunda restoran deneyiminin tekrar ziyaret niyeti üzerine etkisi: Kapadokya örneği. Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü , Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı.
- Aktaş, A. (2001). *Yiyecek ve İçecek Yönetimi*, Antalya:Livane Yayınları.
- Akyurt, H. (2008). Turizm bölgesine yönelik talebi etkileyen faktörlerden imaj ve Çeşme örneği (Doctoral dissertation, DEÜ Sosyal Bilimleri Enstitüsü).
- Alyakut, Ö.(2009). Turizm Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Gıda Güvenliği Bilgi ve Uygulamaları. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Andsager, J. L., ve Drzewiecka, J. A. (2002). Desirability of differences in destinations. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 401-421.
- Anonim(b), (T.B.). TÜKO-BİR, Tüketici Rehberi, *Avrupa Birliği Tüketici Köprüsü Projesi Kapsamındaki Yayın. 11, 42.*
- Arıkan, G.,(2014). Gıda Güvenliği Yönetimi Akdeniz Üniversitesi Akademik Bilgi Sistemi. *Gıda ve Personel Hijyeni. (Hijyendensmnotları). (aves.Akdeniz.Edu.Tr/Imageofbyte.aspx?Resim=8&S NO=3&USE R=112)*
- Artuğer, S., ve Kocatürk, E. Yabancı Turistlerin Çekici Seyahat Motivasyonlarının Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine Etkisi. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(1), 147-159.
- Aşık, N. A. (2018). Turistlerin Yerel Mutfak Tüketim Değeri Boyutlarının Destinasyona Yönelik Olumlu Tutum, Tavsiye Etme ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 548- 562.

- Ayaz, N. ve Acar, A.(2018). *Turizm İş görenleri İçin Gıda Güvenliği El Kitabı*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ayaz, N., ve Aydın, A. (2017). Turizmde gıda güvenliği sürecinde hijyen davranışı üzerine bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 136-150.
- Ayaz, N., ve Aydın, A. (2018). Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde İş Motivasyonun Hijyen Davranışına Etkisi: İşgörenler Üzerine Bir Araştırma. *JTHM- Journal of Travel and Hospitality Management*, 15(2), 287-301.
- Ayaz, N.,Sünbül, K., ve Türkmen, B. M.(2018). Turizm Eğitiminin Gıda Güvenliği Bilgisi ve Davranışına Etkisi. *Turizm Akademik Dergisi*, 5(2), 185-202.
- Barış, Z. (2015). Turizm işletmelerinde organik gıda kullanımı algı ve tutumlarının araştırılması: *Gaziantep ili örneği* (Master's thesis).
- Barrett, C. B. (2002). Food security and food assistance programs. *Handbook of agricultural economics*, 2, 2103-2190.
- Başer, F., Abubakirova, A., Şanlıer, N., ve Burhan, Ç. İ. L. (2016). 4-5 yıldızlı otellerdeki servis ve mutfak personellerinin gıda güvenliğine ilişkin bilgi, tutum ve davranışları: Türkiye ve Kazakistan karşılaştırması. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13(3), 23-37.
- Başoğlu, F. (2016). *Gıda Kalite Kontrolünün Esasları ve Gıda Güvenliği Yönetim Sistemleri*. Bursa: Dora.
- Baştürk, S., ve Taştepe, M. (2013). Evren ve örneklem. *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Vize Yayıncılık, 129-159.
- Bayrakçı, S., ve Akdağ, G. (2016). Yerel yemek tüketim motivasyonlarının turistlerin tekrar ziyaret eğilimlerine etkisi: Gaziantep’i ziyaret eden yerli turistler üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(1), 96- 110.
- Bayram, F. (2011). Otel Mutfaklarında Çalışan Mutfak Personelinin Gıda Güvenliği Konusundaki Bilgi Tutum ve Davranışları. *Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Aile Ekonomisi ve Beslenme Eğitimi Ana Bilim Dalı*.
- Beyaz, İ.(2013). Risk Toplumu Ve Gıda Güvenliği.Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı. Erzurum.
- Beardsworth ve Keil.(2011). *Yemek Sosyolojisi*. Phoenix Yayınevi. Ankara.

- Bıyıklı, A. E. (2011). Hastane mutfaklarında çalışan aşçıların gıda güvenliği bilgi ve uygulamalarının belirlenmesi: Konya il merkezi örneği (Doctoral dissertation, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Bilgen, İ.,(2011).Tüketici Davranışlarında Durumsal Faktörlerin Satın Alma Niyeti Ve Memnuniyet Üzerindeki Etkisi Ve Bir Araştırma.Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Bilici, S. (2008). *Toplu Beslenme Sistemleri Çalışanları İçin Hijyen El Kitabı*. Klasmat Matbaacılık. Birinci Basım.
- Bland, J.(2010).Clinical Approaches to Hormonal and Neuroendocrine Imbalances. *Textbook of Functional Medicine*.
- Bozkurt. İ., (2004). *İletişim odaklı pazarlama: Tüketiciden müşteri yaratmak*. İstanbul: MediaCat Akademi.
- Boztoprak, F., Kurnuç, M., ve Çetinkaya, N. Erzurum Yöresel Yemeklerinin Restoran Tercihine Etkileri Ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetleri Üzerine Bir Araştırma. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(4), 96-110.
- Bucak, T. (2012). Yiyecek içecek işletmelerinde ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sisteminin uygulanabilirliği:İzmir ili örneği(Doctoral dissertation, DEÜ Sosyal Bilimleri Enstitüsü).
- Bulduk, S. (2009), *Gıda teknolojisi*, (5. Baskı). Ankara: Detay.
- Buyruk, B., ve Korkmaz, Ö. (2014). FeTeMM farkındalık ölçeği (FFÖ): Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Journal of Turkish Science Education*, 11(1), 3-23.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Cevdet Çetinsöz, B.(2011). Uluslararası seyahatlerde turistlerin çekim yerinde algıladıkları risklerin tekrar ziyaret etme niyetlerine etkileri: Alanya ilçesine yönelik bir araştırma. Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Cevizkaya, G.,(2015). Tüketicilerin Etnik Restoran İşletmelerini Tercih Nedenleri: İstanbul'da Bir Araştırma. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Ceylan, S. (2011). Destinasyon marka imajı ve pamukkale yöresinde bir uygulama. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (7).

- Cohen, L., Manion, L., ve Morrison, K. (2002). *Research methods in education*. routledge.
- Cömert, M., Durlu-Özkaya, F., ve Şanlıer, N. (2008). Otellerde Gıda Güvenliği. *Türkiye*, 10, 121-124
- Çabuk, S., Nakıboğlu, B., ve Canoğlu, M. (2013). Algılanan otel imajı ve hizmet kalitesi ile tekrar satın alma niyeti arasındaki ilişkiler. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 96-108
- Çakmaköglü Arıcı, N.(2018). Tıbbi turizmde tekrar ziyaret etme niyetinin sebepleri: Kùltürlerarası bir çalışma. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Çamlıca, K.(2014). Sürdürülebilir turizme ilişkin ziyaretçi tutumlarının ve tekrar ziyaret niyetlerinin pazar bölümlendirme kriteri olarak kullanılması: Kapadokya bölgesi örneği. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı.
- Çavuşoğlu, S.(2019). Müşteri deneyimi, deneyimsel değer ve yeşil davranışlara karşı tutumun tekrar ziyaret niyetine etkisinin belirlenmesi: Yeşil imajın düzenleyicilik ve aracılık rolü. Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı İşletme Bilim Dalı.
- Çelik, Ş., ve Ünver, B.(1994).Tüketicilerin gıda kontrolü ile ilgili uygulamaları. *Gıda/The Journal Of Food*, 19(1).
- Çetin, B. (2015). Japon Turistlerin Seyahat Motivasyonlarının Turist Memnuniyeti ve Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerine Etkisi: Kapadokya Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sosyal Bilimler Enstitüsü Nevşehir Hacı Bektaşı Veli Üniversitesi. Nevşehir.
- Çetiner, H. (2010). Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Hijyen, Sanitasyon ve Personelin Hijyen Kurallarına İlişkin Davranışlarında Eğitim Faktörü. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Çetinsöz, B. C. (2011). Uluslararası seyahatlerde turistlerin çekim yerinde algıladıkları risklerin tekrar ziyaret etme niyetlerine etkileri: Alanya ilçesine yönelik bir araştırma.
- Çiftçi, B.(2014). 5 Yıldızlı Otellerde Aşçılık Eğitimi Alan Ve Almayan Yönetici Pozisyonundaki Mutfak Personelinin Gıda Güvenliği Konusundaki Bilgi Ve

- Uygulamaları. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş., (2014). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve LISREL uygulamaları*, 4. Baskı, Ankara:Pegem Akademi.
- Dayılar, Ö. D. (2018). Gıda güvenliği kavramı bilinç düzeyinin belirlenmesi (Doctoral dissertation, Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü).
- Demirel, S. (2009). *Hazır yemek üretimi yapan işletmelerde çalışanların hijyen bilgi düzeylerinin belirlenmesi* (Master's thesis, Namık Kemal Üniversitesi).
- Denizer, D. (2012). *Yiyecek-İçecek Hizmetleri*. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2540, Eskişehir.
- Doğduyol, S. (2014). İstanbul bölgesindeki restoran işletmelerinde yöneticilerin inovasyon anlayışı ve uygulama stratejileri (Doctoral dissertation, Adnan Menderes Üniversitesi).
- Dolmacı, N., ve Bulgan, G. (2018). Turizmde gıda güvenliğinin bir insan hakkı olan sağlık hakkı açısından taşıdığı önem. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 234-250.
- Dölekoğlu, C. Ö., ve Yurdakul, O. (2004). Adana İlinde Hanehalkının Beslenme Düzeyleri. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi* (8) , 62-86.
- Duman, T., ve Öztürk, A. B. (2005). Yerli Turistlerin Mersin Kızkalesi Destinasyonu ve Tekrar Ziyaret Niyetleri ile İlgili Algılamaları Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Arastirmalari Dergisi*, 16(1).
- Eken, V.(2019). Konya il merkezinde bulunan restoranlarda çalışan mutfak personellerinin gıda güvenliği bilgilerinin artırılması yönünde etkili broşür ve çizgi roman uygulamaları. Selçuk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Erbil, S. (2000). İstanbul'da Toplu Beslenme Üretimi Yapan Yemek Fabrikalarının Sanitasyon ve Hijyen Koşullarının Değerlendirilmesi. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Erdil, O., ve Kalkan, A. (2005). Kobilere sağlanan desteklerin Kobilerin performanslarına etkisi.
- Erdoğan, S.(2014).*Bir İnsan Hakları Sorunu Olarak Gıda Güvenliği*. İstanbul: Hayat Yayın Grubu.

- Eren, R. (2008). HACCP gıda güvenlik sistemi uygulamalarının önündeki engellerin belirlenmesi ve çözüm önerileri: Alanya bölgesi 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde bir uygulama. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Eren, R., Nebioğlu, O., & Şık, A. (2017). Otel işletmeleri mutfak çalışanlarının gıda güvenliği konusunda bilgi düzeyleri: Alanya örneği. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 2(1), 47-64.
- Erkmen, O. (2010). Gıda Kaynaklı Tehlikeler Ve Güvenli Gıda Üretimi. *Çocuk Sağlığı Ve Hastalıkları Dergisi*, 53(3), 220-35.
- Eroğlu, A. (2008). *Faktör analizi, SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*, Ankara: Asil Publishers, 321-331.
- Ertaş, M.(2019). Safranbolu Turizm Destinasyonunda Mevcut Yiyecek-İçecek İşletmelerindeki Çalışan Personellerin Gıda Güvenliği Bilgi Düzeyinin Belirlenmesi. Selçuk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Giray, H., ve Soysal, A. (2007). Türkiye’de gıda güvenliği ve mevzuatı. *TSK koruyucu hekimlik bülteni*, 6(6), 485-490.
- Girgin, G. K. (2008). HACCP sisteminin otel işletmeleri açısından değerlendirilmesi: 5 yıldızlı otel işletmelerinde bir uygulama (Master's thesis, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Girgin, G.(2019). Tüketicilerin sokak lezzeti tercihleri ve hijyen algılarının kişilik tiplerine göre incelenmesi. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Godfray, H. C. J., ve Garnett, T. (2014). Food security and sustainable intensification. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 369(1639), 20120273.
- Goldman, K. (1993). Concept selection for independent restaurants. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 34(6), 59-72.
- Göbel, P. (2008). Yiyecek Hizmeti Veren İşletmeler ve Tedarikçi Firmalarda Besin Güvenliği Uygulamaları, *Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi, Ankara*.
- Gök, T. (2009). Stratejik rekabet üstünlüğü açısından konaklama işletmelerinde ISO 22000 gıda güvenliği yönetim sisteminin iş süreçlerine etkileri: Teori ve otel

- işletmelerinde uygulamalı bir araştırma (Doctoral dissertation, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü).
- Gökçe, K. O. Ç., ve Uzmay, A. (2015). Gıda Güvencesi Ve Gıda Güvenliği: Kavramsal Çerçeve, Gelişmeler Ve Türkiye. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 21(1 ve 2), 39-48.
- Gün, S.(2019). Yiyecek-içecek hizmeti veren otel mutfaklarının gıda güvenliği ve hijyen yönünden incelenmesi: Tokat'taki 3 ve 4 yıldızlı otel işletmelerinin mutfak departmanlarına yönelik bir araştırma. İzmir Katip Çelebi Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Gürsoy, O., Kınık, Ö., ve Kavas, G. (2002). Gıda güvenliği ve HACCP kapsamında süt teknolojisi açısından biyosensörlerin değerlendirilmesi. *Dünya Gıda*, 10(7), 62-68.
- İşlek, M. S. (2012). Sosyal medyanın tüketici davranışlarına etkileri Türkiye'deki sosyal medya kullanıcıları üzerine bir araştırma (Master's thesis, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- İşleyen, T., ve Küçük, B. (2013). Öğretmen Adaylarının Yaratıcı Düşünme Düzeylerinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi/Examining Prospective Teachers' Level of Creative Thinking In Terms Of Different Variables. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(21), 199-208.
- Jones, G. R. (2013). *Organizational theory, design, and change*. Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Kabacık, M.(2008). Dört Ve Beş Yıldızlı Otel Mutfaklarında Çalışan Personelin Gıda Güvenliği Konusundaki Bilgilerinin Saptanması. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Kahraman, O.,C.(2019). Turist deneyimi ve tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkide kişilik özelliklerinin aracı rolü: Alternatif turizm türlerine katılan turistler üzerine bir araştırma. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı. Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı.
- Kalaycı, Ş. (Editör), (2006), *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*, 2. baskı, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

- Karaca, K. Ç. (2018). Restoran atmosferinin tekrar ziyaret niyetine etkisi: akış deneyiminin aracılık rolü (Master's thesis, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Karaçar, E. (2016). Rekreatif faaliyetlerde çevreye yönelik tutumların ve destinasyon imajının tekrar ziyaret niyetine etkisi: Ilgaz dağı milli parkı örneği. *Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Rekreasyon Anabilim Dalı, Ankara.*
- Karakan, H.(2019). Türkiye'yi tekrar ziyaret etme niyeti olmayan turistlerin algıladıkları risk faktörlerinin ve seyahat motivasyonlarının belirlenmesine yönelik bir çalışma. Mersin Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Karakaş, Y. E., Çiçek, B. İ., ve Aysen, E. (2015). Yerel ve Uluslararası Markalı Yiyecek İçecek İşletmelerinin Tercih Edilme Nedenlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *16. Ulusal Turizm Kongresi, 12-15.*
- Kargiglioğlu, Ş.(2019). Planlı davranış teorisi bağlamında sokak lezzetlerinin destinasyon seçimi ve tekrar ziyaret etme niyetine etkisi: İstanbul ili örneği. Gazi Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı.
- Karpuz, M. (2017). Macera turizm faaliyetlerine katılan turistlerin memnuniyetinin tekrar ziyaret etme niyeti ile ilişkisi: Fethiye örneği.
- Kayalı, F.,(2013). Toplu Beslenme Hizmeti Veren Bir Kurum Mutfağı Ve Personelinin Hijyen Yönünden Değerlendirilmesi Ve Beslenme Durumlarının Saptanması. Hacettepe Üniversitesi. Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Kazancı, O.(2019). Restoranlarda yenilikçiliğin tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisi: Kuşadası restoranları üzerine bir uygulama. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Kement, A.(2019). Tüketici deneyimlerinin tekrar ziyaret etme niyetine etkisinde ekolojik dünya görüşünün düzenleyici rolü: Yeşil Oteller örneği. İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Otel Yöneticiliği Bilim Dalı.
- Kılıçalp, M. (2011). Türkiye'ye gelen turistlerin gıda güvenliği algılamaları üzerine bir araştırma (Master's thesis, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).

- Kılıçalp, M.(2011). Türkiye’yi Ziyaret Eden Turistlerin Gıda Güvenliği Algılamaları Üzerine Bir Araştırma. Adnan Menderes Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Kılıçer, T. (2013). KOBİ’ler için girişimci pazarlamanın anahtarı: pazarlama ilişki ağları, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2).
- Kızılcık, O., ve Giritlioğlu, İ. (2016). Turizme Hizmet Sunan Pastane İşletmelerinde Çalışan Dondurma Üretim Personelinin Hijyen Ve Gıda Güvenliğine İlişkin Bilgi Ve Uygulama Düzeyi Üzerine Bir Araştırma-A Research On Knowledge And Practice Levels About Food Safety And Hygiene Of Employees In. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 301-319.
- Kızıleli, M., (2018). Üniversite Öğrencilerinin Yiyecek İçecek İşletmesi Tercihlerine Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi(Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı(Ankara).
- Kiliç, S. (2016). Cronbach's alpha reliability coefficient. *Psychiatry and Behavioral Sciences*, 6(1), 47.
- Kocatürk, E., (2018). Yabancı Turistlerin Çekici Seyahat Motivasyonlarının Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine Etkisi. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı. Muğla.
- Koçak, N. (2009). *Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi*, Ankara: Detay Yayınları.
- Köksal, Ş., Soysal, A., Ergör, G., ve Kaner, G. (2016). İzmir’de sağlık kurumlarına yemek üretim ve dağıtım hizmeti veren bir firmada çalışanların gıda hijyeni ile ilgili bilgi ve davranışları. *Türk Hijyen ve Deneysel Biyoloji Dergisi*, 73(2), 139-148.
- Köster, E. P. (2009). Diversity in the determinants of food choice: A psychological
- Kurt, M., (2018).Kapadokya Bölgesi Otel Mutfaklarında Çalışanların Mutfak Hijyenleri Üzerine Görüşleri. Gazi Üniversitesi. Yüksek Lisans Tezi.
- Kurt, Y.(2019). Yiyecek-içecek personelinin gıda israfı hakkında bilgi, görüş ve davranışları: Eskişehir ili örneği . Gazi Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı.

- Lammerding, A. M., ve Fazil, A. (2000). Hazard identification and exposure assessment for microbial food safety risk assessment. *International journal of food microbiology*, 58(3), 147-157.
- Lundberg, D. E., ve Walker, J. R. (1993). *The restaurant: from concept to operation*. Wiley.
- Metin, D.(2019). Algılanan destinasyon imajının turist memnuniyeti ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerine etkisi: Van'ı ziyaret eden İranlı turistler üzerine bir araştırma. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Morrison, A. (2002). Hospitality research: a pause for reflection. *International Journal of Tourism Research*, 4(3), 161-169.
- Mucuk, İ. (1997) *Pazarlama İlkeleri*.
Müdürlüğü, A. V. İ. T. (1995). *Ankara. İl Turizm Müdürlüğü*.
- Oskan, M.(2019). Kruvaziyer turizmde deneyimsel pazarlamanın müşteri sadakati ve tekrar ziyaret etme niyetine etkileri: Kuşadası limanını ziyaret eden yabancı turistler üzerine bir araştırma. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Ömer Dinçer ve Yahya Fidan,(1991) *İşletme Yönetimine Giriş*,(İstanbul:Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ), s.71
- Özdamar, K.(2004). *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özdemir, B. (2010). Dışarıda Yemek Yeme Olgusu: Kuramsal Bir Model Önerisi. *Anatolia: Turizm Araştırma Dergisi*, 218-232.
- Özdemir, S., Ersöz, H., ve Sarıoğlu, H. (2011). Küçük Girişimciliğin Artan Önemi ve KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, (53), 173-230.
- Özekici, Y.,K.(2016). Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Karşılaşılan Hizmet Hata Ve Telafilerinin Değerlendirilmesi. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Özer, L., Kement, Ü., ve Gültekin, B. (2015). Genişletilmiş Planlanmış Davranış Teorisi Kapsamında Yeşil Yıldızlı Otelleri Tekrar Ziyaret Etme Niyeti. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(4).

- Özkaya, F. D., ve Oğan, Y. Yiyecek İçecek İşletmelerinde Hijyen-Sanitasyon; Artvin Çoruh Üniversitesi Örneği.
- Papatya, N. (2005). Tüketici Davranışları İle İlgili Motivasyon Modelleri: Bir Perakende İşletmesinde Temizlik Ve Kişisel Bakım Ürünlerine Bağlı Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(1), 221-240.
- perspective. *Food quality and preference*, 20(2), 70-82.
- Pizam, A., ve Ellis, T. (1999). Customer satisfaction and its measurement in hospitality enterprises. *International journal of contemporary hospitality management*, 11(7), 326-339.
- Rodríguez-Arauz, G., Ramírez-Esparza, N., ve Smith-Castro, V. (2016). Food attitudes and well-being: The role of culture. *Appetite*, 105, 180-188.
- Sarıışık, M. (1994). *Konaklama İşletmelerinde Mutfak Planlamasında Dikkat Edilmesi Gereken Konular*, Anatolia, Yıl: 5. Sayı: 4. Aralık.
- Seçilmiş, C. (2012). Termal Turizm Destinasyonlarından Duyulan Memnuniyet Düzeyinin Tekrar Ziyaret Niyetine Etkisi:" Sakarılıca Örneği.". *Electronic Journal of Social Sciences*, 11(39).
- Seder, M. (2017). Türk yemeklerinin Çinli turistlerin memnuniyeti ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerine etkisi (*Master's thesis, Anadolu Üniversitesi*).
- Serçek, G. Ö., ve Serçek, S. Otel Misafirperverliği Algısının Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Yabancı Turistler Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*. C, 8, 140-161.
- Sever, P. (2018). Turistlerin restoran deneyimleri ile destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkinin belirlenmesi: İstanbul örneği.
- Sirgy, M. J. (1982). Self-concept in consumer behavior: A critical review. *Journal of consumer research*, 9(3), 287-300.
- Sökmen, A. (2003). *Ağırlama Endüstrisinde Yiyecek ve İçecek Yönetimi*. (1.baskı).
- Şan, A., ve Kahraman, N.(2005) Yiyecek Ve İçecek İşletmelerinde Tehlike Analizleri Ve Kritik Kontrol Noktaları Sistemi: İstanbul-Tarihi Yarımada'da Sisteme İlişkin Analiz Çalışması.
- Şen. S. (2016). 7. Sunum. Korelasyon.[https://sedatsen.files.wordpress.com/2016/11/7-sunum.pdf\(04.02.2020\)erişildi](https://sedatsen.files.wordpress.com/2016/11/7-sunum.pdf(04.02.2020)erişildi).

- Şimşek, A. (2017). Hijyen alışkanlıklarını belirlemeye yönelik bir araştırma: Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi örneği. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 149- 156.
- Şimşek, A., (2014). Ticari Mutfaklarda Hijyen Ve Sanitasyon: Turizm Lisans Öğrencilerinin Hijyen Ve Sanitasyon Alışkanlıklarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Tabak, M. H.,(2018). İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri. Enstitüsü. Doktora Tezi. İstanbul.
- Tanır,F., (2015).Çukurova Üniversitesi Gıda Çalışanları Hijyen Eğitimi Rehberi. ÇİSAM .
- Timur, B. (2015). Termal turizmde hizmet kalitesi, algılanan destinasyon imajı ve tekrar ziyaret niyeti arasındaki ilişkilerin incelenmesi (*Master's thesis, ESOGÜ, Sosyal Bilimler Enstitüsü*).
- Tokalak, İ.(2016). *Dünyada Gıda Terörü.İstanbul:Ataç Yayınları*.
- Tuncer, T.(2019). Otellerdeki mutfak çalışanlarının gıda güvenliği bilgi düzeylerinin ölçülmesi. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Tunç, A. (2003). Dünyadaki Türkiye imajının turizm sektörüne etkisi ve bir uygulama. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 38-54.
- Türkmen, M. (2019). Yöresel Yiyeceklere Yönelik Gıda Güvenliği Algısı: Mersin Tantunisi Örneği. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ABD. Yüksek Lisans Tezi.
- Türkmendağ, Z.(2015). Fiziksel engelli turistlerin karşılaştıkları fiziksel ve tutumsal engellerin tekrar ziyaret niyetlerine etkileri. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı.
- Türksoy, A. (2002).*Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Yönetimi*, Ankara: Turhan Kitabevi Yayınları.
- Türksoy, A., ve Altınığne, N. (2008). Konaklama İşletmelerinde Gıda Güvenliği Ve Çeşme İlçesinde Yer Alan Turizm Belgeli Konaklama Tesislerinde Gıda Güvenliği Uygulamalarının Değerlendirilmesi. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 8(2), 605-629.

- Usta, Ö.,(2009). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ünsal, C. (2018). Hazır yemek üretim ve toplu tüketim sektöründe çalışanların gıda hijyeni bilgi düzeylerinin ölçülmesi: Tekirdağ/Hayrabolu örneği (*Master's thesis, Namık Kemal Üniversitesi*).
- Vural, H. (2015). Tarım ve gıda güvenliğinde etik ilkelerin önemi. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 29(2).
- Walker, E., Pritchard, C., ve Forsythe, S. (2003). Food handlers' hygiene knowledge in small food businesses. *Food Control*, 14(5), 339-343.
- Yağcı, M. İ., ve İlarıslan, N. (2011). Reklamın ve cinsiyet kimliği rolünün tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki etkisi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 11(1), 138-155.
- Yağmur, Y.(2019). Otel işletmelerinde helal ürün ve hizmetlerin risk değerlendirmesinde turistlerin memnuniyet ve tekrar ziyaret etme niyetlerine ilişkin destinasyon imajının aracı etkisine yönelik bir araştırma. Akdeniz Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Yaman, G.(2002). Pazarlamada Tüketici Bilinci Ve Bilinçli Tüketici (Sakarya İli Uygulaması)Yüksek Lisans Tezi(Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme ABD).
- Yan, X., Wang, J., ve Chau, M. (2015). Customer revisit intention to restaurants: Evidence from online reviews. *Information Systems Frontiers*, 17(3), 645-657.
- Yeni, A.,(2018), Türkiye'de Plastik İmalat Sektöründe Faaliyet Gösteren Kobi'lere Sağlanan Kosgeb Finansal Desteklerinin Kobi'lerin Performansına Etkileri. İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.Yüksek Lisans Tezi.
- Yorulmazer, G., ve Doğan, O. (2017). Turizm İşletmelerindeki Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkileri: Turistlere Yönelik Bir Araştırma. *Gümüşhane University Electronic Journal of the Institute of Social Science/Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 8(21).

İnternet Kaynakçası

- <https://tr.wikipedia.org/wiki/KOBİ><(03.03.2019 14:48) erişildi
- [https://kobidestekmerkezi.wordpress.com/2014/03/31/gida-sektorunde gelişmeler](https://kobidestekmerkezi.wordpress.com/2014/03/31/gida-sektorunde-gelistmeler)<(07.07.2019)erişildi.
- <http://www.kobi.org.tr/index.php/zinler/gda-tarm-ve-hayvanclik-bakanl-zinleri><(17.03.2019 14:34) erişildi.
- <http://danismend.com/kategori/altkategori/avrupa-birliginde-kobiler/><(17.03.2019 14:51)erişildi.
- <https://acikders.ankara.edu.tr/mod/resource/view.php?id=4789> (04.08.2019) erişildi.
- [http://www.besfin.com/var/uploads/files/Yiyecek%20ve%20İcecek%20Sektör%20Raporu%20ve%202020%20Trendleri\(2\).pdf](http://www.besfin.com/var/uploads/files/Yiyecek%20ve%20İcecek%20Sektör%20Raporu%20ve%202020%20Trendleri(2).pdf)<(27.08.2019)erişildi.
- <http://www.biltas.com.tr/yiyecek-icecek>< (27.08.2019)
- <http://www.yasamicingida.com/gida-etigi-ve-tuketici-bilinci/><(14.10.2018) erişildi.
- http://www.diatek.com.tr/Makale-Yontem/Gida-isletmelerinde-Personel-Hijyeni/Gida-isletmelerinde-Personel-Hijyeni_85.htm<(15.05.2019) erişildi.
- <https://sbu.saglik.gov.tr/Ekutuphane/kitaplar/B%201.pdf>< (09.05.2019) erişildi.
- <https://www.invenura.com/gidalarda-capraz-bulasma-ve-korunma-yontemleri-nelerdir/><(12.05.2019) erişildi.
- <https://www.foodelphi.com/besin-hijyeni-ve-haccp/> <(06.05.2019) erişildi.
- <https://eksisozluk.com/mom-and-pop-store--1851146><(26.04.2019) erişildi.
- <http://www.pliturkey.com/Sayfa/650/tuketici-satin-alma-davranisini-etkileyen-faktorler.aspx> <(21.04.2019) erişildi.
- <https://wise.tv/blog/kobilerin-zayif-yanlari.html><(13.04.2019) erişildi.
- <https://www.turkcebilgi.com/turist.>< (13.04.2019) erişildi.
- <http://turizmnotlari.blogspot.com/2014/01/turist-kavrami.html><(12.04.2019) erişildi.
- <https://www.osmed.com.tr/turizm-nedir> <(12.04.2019) erişildi.
- <https://www.mevzuatdergisi.com/2005/03a/06.htm><(13.04.2019)erişildi.
- <https://hsgm.saglik.gov.tr/tr/beslenme/besin-guvenligi-ve-hijyen.html> <(06.05.2019)erişildi.
- <http://www.kulturelbellek.com/turist-kimdir-kimler-turist-sayilir/><(26.10.2018/21:45) erişildi.

https://www.ikv.org.tr/images/upload/data/files/gida_guvenligi_degerlendirme_notu___72.pdf<(26.10.2018/21:29) erişildi.

<https://kanalfinans.com/egitim/kobi-bilgileri/kobi-nedir-kimler-kobi-sayilir1><(03.03.2019-14:50) erişildi.

<https://www.ankara.bel.tr/ankara-kent-rehberi/ankara-nin-kisa-tarihi><(18.12.2019/14:54) erişildi.

<https://ankara.ktb.gov.tr/TR-247093/2018-yili-stratejik-plan-ve-performans-programi.html><(18.12.2019 15:22) erişildi.

<https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/saglikli-beslenme-hareketli-hayatdb/Yeterli-ve-Dengeli-Beslenme/Besin-Guvenligi-ve-Hijyen/Toplu-Beslenme-Sistemlerinde-Calisanlar-Icin-Hijyen-El-Kitabi.pdf>

<http://tuik.gov.tr/PreTabloArama.do?metod=search&araType=vt><(08.02.2020) erişildi.

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Evren ve Örneklem Sayısı	21
Tablo 2. KOBİ'lerin Sınıflandırılması.....	27
Tablo 3. Dışarıda Yemek Yeme Amaçları ve Boyutları	30
Tablo 4. Bazı Besinlerin Saklama Dereceleri ve Bekletme Süreleri	60
Tablo 5. Skewness ve Kurtosis Test Sonuçları	72
Tablo 6. Katılımcıların Cinsiyet Değişkenine İlişkin Bilgiler	74
Tablo 7. Katılımcıların Medeni Durum Değişkenine İlişkin Bilgiler	74
Tablo 8. Katılımcıların Gelir Durumuna İlişkin Bilgiler	74
Tablo 9. Katılımcıların Eğitim Durumlarına İlişkin Bilgiler	74
Tablo 10. Katılımcıların Mesleklerine İlişkin Bilgiler.....	75
Tablo 11. Katılımcıların Yaş Değişkenine İlişkin Bilgiler	75
Tablo 12. Katılımcıların Ankara'da Kalış Sürelerine İlişkin Bilgiler	76
Tablo 13. Katılımcıların Ankara'da Yemek Yeme Sayılarına İlişkin Bilgiler	76
Tablo 14. Katılımcıların Ankara'yı Ziyaret Nedenine İlişkin Bilgiler	76
Tablo 15. Katılımcıların Gıda Güvenliği Bilgi Düzeyine İlişkin Bilgiler	77
Tablo 16. Cronbach Alpha	78
Tablo 17. Gıda Güvenliği Bilgisine İlişkin Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları	78
Tablo 18. Gıda Güvenliği Bilgisi Çapraz Bulaşma Boyutuna İlişkin Bulgular (n:437)	80
Tablo 19. Gıda Güvenliği Bilgisi Hijyen Boyutuna İlişkin Bulgular (n:437).....	82
Tablo 20. Gıda Güvenliği Bilgisi Kişisel Hijyen Boyutuna İlişkin Bulgular (n:437) .	83
Tablo 21. Gıda Güvenliği Bilgisi Temizlik Boyutuna İlişkin Bulgular (n:437)	84
Tablo 22. Gıda Güvenliği Bilgisi Personel Sağlığı Boyutuna İlişkin Bulgular (n:437)	85

Tablo 23. Cronbach Alpha	86
Tablo 24. Tekrar Ziyaret Etme Niyetine İlişkin Faktör ve Güvenirlik Analizi Sonuçları	86
Tablo 25. Turistlerin Tekrar Ziyaret Etme Niyetine İlişkin Bulgular (n:437)	87
Tablo 26. Gıda Güvenliği Bilgisi ve Alt Boyutlarının Cinsiyet Değişkeni ile Arasındaki İlişki.....	88
Tablo 27. Gıda Güvenliği Bilgisi ve Alt Boyutlarının Medeni Durum Değişkeni ile Arasındaki İlişki.....	89
Tablo 28. Gıda Güvenliği Bilgisi ve Alt Boyutlarının Gıda Güvenliği Bilgi Düzeyi ile Arasındaki İlişki.....	90
Tablo 29. Gıda Güvenliği Bilgisi ve Alt Boyutlarının Yaş Değişkeni ile Arasındaki İlişki	92
Tablo 30. Gıda Güvenliği Bilgisi ve Alt Boyutlarının Eğitim Durumu Değişkeni ile Arasındaki İlişki.....	93
Tablo 31. Gıda Güvenliği Bilgisi ve Alt Boyutlarının Aylık Gelir ile Arasındaki İlişki	96
Tablo 32. Gıda Güvenliği Bilgisi ve Alt Boyutlarının Meslek Değişkeni ile Arasındaki İlişki	98
Tablo 33. Gıda Güvenliği Bilgisinin ve Alt Boyutlarının Ankara'yı Ziyaret Etme Nedeni ile Arasındaki İlişki	100
Tablo 34. Demografik ve Diğer Özelliklerle Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Arasındaki İlişki (n:437)	101
Tablo 35. Gıda Güvenliği Bilgisi ve Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Arasındaki İlişkilere Yönelik Korelasyon Analizi	104
Tablo 36. Gıda Güvenliği Bilgisi Toplamı ve Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Analizi	105
Tablo 37. Turistlerin Gıda Güvenliği Bilgisinin Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisine Yönelik Basit Doğrusal Regresyon Analizi.....	105

Tablo 38. Turistlerin Gıda Güvenliği Bilgileri ile Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Arasındaki İlişkiye Ait Çoklu Regresyon Analizi	106
--	-----

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Araştırma Modeli	18
Şekil 2. Yiyecek İçecek İşletmelerinin Sınıflandırılması(Denizer, 2012, s. 6).	31
Şekil 3. Yiyecek İçecek İşletmelerinin Amaçlarına Göre Sınıflandırılması (Bucak, 2012, s. 13).....	34
Şekil 4. Planlı Davranış Teorisi (Ajzen, 1991, s. 182).	40
Şekil 5. Ankara Haritası (ankara.ktb.gov.tr).....	70
Şekil 6. Gıda Güvenliği Ölçeği	Şekil 7. Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Ölçeği.. 73
Şekil 8. Araştırma Hipotezlerinin Kabul Edilme ve Reddedilme Durumları.....	108

EKLER

Ek 1: Anket Formu

Sayın Katılımcı,									
Bu anket ile turistlerin gıda güvenliği bilgisinin, yiyecek ve içecek işletmelerini tekrar ziyaret etme niyetlerine etkisinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Soruları cevaplarken isim belirtmeniz kesinlikle istenmemektedir . Cevaplarınıza ilişkin gizlilik kesin bir şekilde sağlanacak ve toplanan veriler yalnızca bilimsel araştırma amacıyla kullanılacaktır. Soruları cevaplandırarak araştırmaya yapacağınız önemli katkıdan dolayı şimdiden çok teşekkür ederiz.									
Habibe ÖZÇELİK Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı h.ozcelik89@gmail.com			Doç. Dr. Hüseyin Avni KIRMACI Karabük Üniversitesi Safranbolu Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü avnikirmaci@karabuk.edu.tr						
BÖLÜM A Lütfen ziyaret ettiğiniz yiyecek ve içecek işletmelerini düşünerek aşağıdaki ifadelere katılım düzeyinizi işaretleyiniz.									
Kısım 1. GIDA GÜVENLİĞİ BİLGİSİ					Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.	Personelin iş kıyafetlerinin temiz olup olmadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
2.	Personelin hazırlık öncesi ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
3.	Personelin tek kullanımlık eldiven giyip giymediğine dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
4.	Personelin vücudunun herhangi bir yerine dokunduktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
5.	Personelin yere düşen bir şeyi aldıktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
6.	Personelin paraya dokunduktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
7.	Personelin saçlarıyla oynadıktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
8.	Personelin hapşırma veya öksürmeden sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
9.	Personelin sigara içip içmediğine dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
10.	Personelin çalışırken ellerini üniformaya silip silmediğine dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
11.	Personelin çöpe dokunduktan sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			

	ederim.					
12.	Personel masaları temizledikten sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13.	Personel evcil hayvan (kedi, köpek, kuş vb.) sevdikten sonra ellerini yıkayıp yıkamadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
14.	Personelin aynı bıçağı birçok kesim işinde kullanıp kullanmadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
15.	Personelin aynı kesim tahtasının birçok kesim işinde kullanıp kullanmadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
16.	Dondurulmuş gıdaların tezgah üzerinde çözdürülüp çözdürülmediğine dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
17.	Aynı ıslak bezle birden çok masanın temizlenip temizlenmediğine dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
18.	Pişmiş yiyeceklerin buzdolabında korunup korunmadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
19.	Pişmiş yiyeceklerin buzdolabı dışında sıcak olarak tutulup tutulmadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
20.	Et ve et ürünlerinin tam olarak pişirilip pişirilmediğine dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
21.	Tabak veya bardakların parmaklar içine girerek taşınıp taşınmadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
22.	Kaşık, çatal veya bıçakların hijyenik olmayan biçimde tutularak masaya bırakılıp bırakılmadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
23.	Aynı kurulama bezi ile birçok farklı malzemenin (bardak, tabak vb.) silinip silinmediğine dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
24.	Herhangi bir nedenle yere düşen malzemelerin(çatal, kaşık, bıçak vb.) temizlenmeden yerine konulup konulmadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
25.	Personelin çalışma esnasında bir şeyler yiyip içmediğine dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
26.	Personelin çıplak elle bardağa şeker/buz koyup koymadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
27.	Soğuk algınlığı bulunan personelin gıda hizmetlerinde çalışıp çalışmadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
28.	Herhangi bir parmak kesikliğine uğramış personelin gıda hizmetlerinde çalışıp çalışmadığına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
29.	Açık alanlara (işletme bahçesi, yol kenarı vb.) misafir gelmeden önce kuver açılıp açılmamasına dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Kısım 2. TEKRAR ZİYARET ETME NİYETİ		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.	Bu işletmeyi tekrar ziyaret ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2.	Bu işletme gelecekteki ziyaretlerimde ilk tercihim olur.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3.	Önümüzdeki yıllarda bu restoranı tekrar ziyaret etme olasılığım var.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4.	Yemek yemek için tekrar aynı yere gitme ihtimalim çok yüksek.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5.	Arkadaşıma bu işletmeyi tavsiye edeceğim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
BÖLÜM B: Tanımlayıcı Özellikler						
1.	Yaşınız? e) 55 yaş ve üstü	a) 24 yaş ve altı	b) 25-34	c) 35-44	d) 45-54	
2.	Cinsiyetiniz?	() Kadın	() Erkek			
3.	Medeni Durumunuz?	() Evli	() Bekar			
4.	Öğrenim Durumunuz? () Lisansüstü	() İlköğretim	() Lise	() Ön lisans	() Lisans	
5.	Aylık Ortalama Geliriniz?	() 1.500 TL ve altı	() 1.501-2.500 TL arası	() 2.501-3.500 TL arası	() 3.501-4.500 TL arası () 4.501-5500 TL arası () 5.501 TL'den fazla	
6.	Mesleğiniz ?	İşçi ()	Memur ()	Esnaf ()		
		Serbest meslek(doktor/avukat/mimar/mühendis/müteahhit/muhasebeci) ()				
		Ev Kadını ()	Emekli ()	Öğrenci ()	Çalışmıyor ()	
7.	Ankara'yı ziyaret nedeniniz?	İş seyahati () Akraba ve arkadaş ziyareti () Tatil () Sağlık () Eğitim ()				
8.	Ankara'da kalış süreniz?	1 günden (24 saatten) az () 1-3 gün () 4-6 gün () 7 gün ve üzeri ()				
9.	Ankara'yı ziyaretinizde restoranlarda kaç kez yemek yediniz?	1 kez () 2 kez () 3 kez () 4 kez () 5 ve üzeri ()				
10.	Gıda güvenliği bilgi düzeyiniz?	Gıda güvenliğine yönelik kurslar/dersler aldım () Hiçbir bilgim yok ()				
Katılımınız için teşekkürler...						

Ek 2: Etik Kurul Kararı



T.C.
KARABÜK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL ve BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU
KARARLARI

TOPLANTI TARİHİ 28.05.2019
TOPLANTI NO : 2019/10

Karar 5:

22/05/2019 tarih ve 20415 sayılı Doç.Dr.Hüseyin Avni KIRMACI 'nın dilekçe ve ekleri görüşüldü.
Karabük Üniversitesi öğretim üyelerinden Doç.Dr.Hüseyin Avni KIRMACI 'nın danışmanlığında yürütülen "KOBİ Nitelikli Yiyecek İçecek İşletmelerinde Gıda Güvenliğinin Turist Perspektifinde Değerlendirmesi" konulu çalışma kapsamında uygulanmak üzere ekte sunulan anket çalışmasının etik kurallara uygunluğu oy çokluğu ile kabul edilmiştir.

ASLI GİBİDİR

Prof. Dr. Zeki TEKİN

Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurul Başkanı

Ek 3: Ölçek İzin Belgesi

25.06.2020

Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Turizm İşletmeciliği Bölümünde tamamlamış olduğum "Yöresel Yiyeceklere Yönelik Gıda Güvenliği Algısı: Mersin Tantunisi Örneği" yüksek lisans tezimde Doç. Dr. Nurettin Ayaz ile geliştirdiğimiz "Gıda Güvenliği" ölçeğinin Habibe Özçelik' in "KOBİ Nitelikli Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Gıda Güvenliği Bilgisinin Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi" tez çalışmasında kullanmasına tarafımdan izin verilmiştir.

Büşra Meltem TÜRKMEN



ÖZGEÇMİŞ

28.02.1990 tarihinde Ankara'da doğmuştur. İlköğretimini ve orta öğretimini Ankara'nın Mamak ilçesinde bulunan Gazeteci Hasan Tahsin İlköğretim Okulu ve Nahit Mentеше Lisesinde tamamlamıştır. 2011 yılında Karabük Üniversitesi Safranbolu Meslek Yüksek Okulu Turizm ve Otel İşletmeciliği bölümünde ön lisans eğitimine başlamıştır. 2014 yılında mezuniyetle birlikte ara vermeden dikey geçiş sınavı ile Selçuk Üniversitesi Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi Konaklama İşletmeciliği bölümüne başlamıştır ve 2016 yılında mezun olmuştur. Yine 2016 yılında Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesinde Pedagojik Formasyon eğitimi almıştır. 2018 yılında Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda yüksek lisansa başlamıştır. Lisans eğitimi esnasında sosyal sorumluluk projesi dahilinde "Beş Gün Engelli Hayat" ile "Kırlangıç Dostu Şehir Beyşehir" adı altındaki çalışmalarda bulunmuş ve Selçuk Üniversitesi Kuş Gözlem Topluluğunda yer almıştır. Hobileri arasında fotoğrafçılık ve doğa sporları ön sıradadır.