

**HER ŞEY DAHİL OTELLERDE İSRAF: BEŞ YILDIZLI KIYI
OTELLERİNDE BİR ARAŞTIRMA**

DOKTORA TEZİ

MEHTAP ÖZKAN BUZLU

**MERSİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ
ANABİLİM DALI**

**MERSİN
EKİM - 2019**

**HER ŞEY DAHİL OTELLERDE İSRAF: BEŞ YILDIZLI KIYI
OTELLERİNDE BİR ARAŞTIRMA**

DOKTORA TEZİ

MEHTAP ÖZKAN BUZLU

**MERSİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

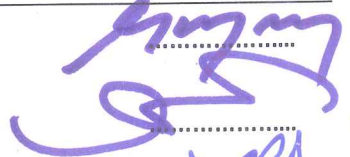
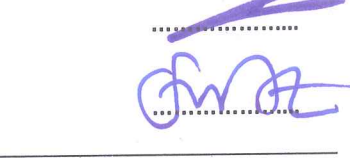
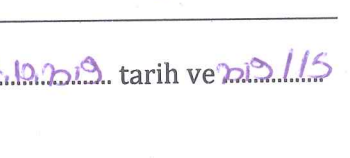
**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ
ANABİLİM DALI**

**Danışman
Doç. Dr. Kamil UNUR**

**MERSİN
EKİM - 2019**

ONAY

Mehtap ÖZKAN BUZLU tarafından Doç. Dr. Kamil UNUR danışmanlığında hazırlanan “Her Şey Dahil Otellerde İsrâf: Beş Yıldızlı Kıyı Otellerinde Bir Araştırma” başlıklı bu çalışma aşağıda imzaları bulunan jüri üyeleri tarafından oy birliği ile Doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

Görevi	Ünvanı, Adı ve Soyadı	İmza
Başkan	Doç. Dr. Kamil UNUR	
Üye	Prof. Dr. A. Celil ÇAKICI	
Üye	Prof. Dr. Tefvik AYTEMİZ	
Üye	Prof. Dr. Zafer ÖTER	
Üye	Dr. Öğr. Üyesi Sibel OĞUZ	

Yukarıdaki Jüri kararı Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu’nun 17.12.2019 tarih ve 2019/15 sayılı kararıyla onaylanmıştır.

Prof. Dr. Yusuf Gürhan TOPÇU
Sosyal Bilimler Enstitü Müdürü



Bu tezde kullanılan özgün bilgiler, şekil, tablo ve fotoğraflardan kaynak göstermeden alıntı yapmak 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu hükümlerine tabidir.

ETİK BEYAN

Mersin Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliğinde belirtilen kurallara uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada,

- Tez içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlâk kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- Atıfta bulunduğum eserlerin tümünü kaynak olarak kullandığımı,
- Kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı,
- Bu tezin herhangi bir bölümünü Mersin Üniversitesi veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı,
- Tezin tüm telif haklarını Mersin Üniversitesi'ne devrettiğimi

beyan ederim.

ETHICAL DECLARATION

This thesis is prepared in accordance with the rules specified in Mersin University Graduate Education Regulation and I declare to comply with the following conditions:

- I have obtained all the information and the documents of the thesis in accordance with the academic rules.
- I presented all the visual, auditory and written informations and results in accordance with scientific ethics.
- I refer in accordance with the norms of scientific works about the case of exploitation of others' works.
- I used all of the referred works as the references.
- I did not do any tampering in the used data.
- I did not present any part of this thesis as an another thesis at Mersin University or another university.
- I transfer all copyrights of this thesis to the Mersin University.

11 Ekim 2019 / 11 October 2019

İmza / Signature

Mehtap ÖZKAN BUZLU

ÖZET

Araştırmanın amacı otellerde turistler tarafından gerçekleştirilen israf davranışlarının, nedenlerinin, otellerdeki mevcut önleyici uygulamaların, otel çalışanlarının ve otel misafirlerinin çözüm önerilerinin tespit edilmesidir. Böylece, otellerdeki israf sorununun çözümüne katkı sağlanabilmesi hedeflenmektedir. Çalışma evreni, Antalya'daki her şey dahil beş yıldızlı resort otellerde konaklayan yerli turistler ve otel çalışanlarından oluşmaktadır. Çalışmada, amaçlı örnekleme tekniğiyle belirlenen otel çalışanları ve kolayda örnekleme tekniğiyle belirlenen otel misafirleriyle 1-13 Nisan 2018 tarihleri arasında yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Verilere içerik analizi ve betimsel analiz uygulanmıştır. Bulgulara göre, otellerde israfın en çok ortaya çıktığı alanlar; yeme içme alanları, odalar ve genel kullanım alanlarıdır. Ortaya çıkan israf türleri; gıda israfı, enerji israfı, tekstil kullanımıyla ilgili israflar, sarf malzemesi israfı, su israfı, mala/malzemeye zarar vermek, aşırılık, hijyen ve temizlikle ilgili israflar, zaman ve emek israfı şeklindedir. İsrاف davranışlarının en çok gözlemlendiği misafir gruplarının; Arap ülkelerinden gelen misafirler, Türk, Rus, İranlı, İsrailli misafirler, çocuk, genç ve kısa konaklamalı misafirler olduğu; israfın en az karşılaşıldığı misafir gruplarının ise Almanlar başta olmak üzere, Avrupa ülkelerinden gelen misafirler, yaşlı misafirler ve uzun konaklamalı misafirler olduğu ortaya çıkmıştır. İsrاف davranışının nedenlerinin; "tatil kültürü", "uygulamaya ilişkin nedenler", "ulusal kültür ve yaşam koşulları", "kişisel nedenler", "tatil psikolojisi" ile ilgili olduğu ortaya çıkmıştır. Otel misafirlerinin israftan kaçınmasının en önemli nedenlerinin; sosyal sorumluluk bilinci, kültür ve yaşam koşulları olduğu bulgulanmıştır. Hem otel çalışanları hem de otel misafirleri tarafından israfı önlemeye yönelik çok sayıda çözüm önerisi getirilmiştir. Aynı zamanda, her iki grupta da otellerde israfı önlemeye yönelik bazı kısıtlayıcı uygulamaların otel misafirlerinin memnuniyet düzeyini, tekrar ziyaret niyetini olumsuz etkileyebileceği, otelin tercih edilirliliğini düşürebileceği ve benzeri kaygılar tespit edilmiştir. Çalışmanın, otel işletmelerinde israfın yönetilmesinin yanısıra ulusal ve küresel sürdürülebilirlik çabalarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. "Planlı Davranış Teorisi" ve "Mülkiyete ve Bedele Dayalı İsrاف Matrisi" ekseninde tartışılan bulguların turizm alanyazını açısından da önemli açılımlar sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: İsrاف, Aşırı Tüketim, Sürdürülebilirlik, Turizm, Otel

Danışman: Doç. Dr. Kamil UNUR, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Mersin Üniversitesi, Mersin.

ABSTRACT

This study aims to investigate extravagant (squander) behaviors performed by tourists in hotels, reasons of the extravagant behaviors, the preventive practices in hotels, the solution proposals of hotel employees and hotel guests. Thus, it is targeted to contribute to the solution of the extravagancy problem in hotels which causes multi-dimensional damages in terms of organisational, social, environmental and economic aspects. Population of this study was defined as hotel employees and local tourists staying in all-inclusive five star hotels in Antalya. Face to face interviews were conducted between 1-13 April 2018 with hotel employees determined by purposive sampling technique and hotel guests determined by convenience sampling technique. Content and descriptive analysis were applied to the data. According to the findings, the most common areas of extravagancy in hotels are; eating and drinking areas, rooms and common use areas. The emergent waste categories are food waste, energy waste, waste related to textile use, consumables waste, water waste, damage to the assets/materials, stealing, waste related to hygiene and cleaning, waste of time and labour. The guest profiles, where extravagant behaviors are observed the most are those coming from Arab countries, Turkish, Russian, Iranian, Israeli, children, youngs and those with short stays; guest profiles with minimum extravagancy are guests from European countries, especially Germans, the elders and those with long stays. The reasons of extravagant behavior are related to “holiday culture”, “hotel practices”, “national culture and living conditions”, “personal reasons” and “holiday psychology”. The most important reasons why hotel guests avoid extravagancy are social responsibility awareness, culture and living conditions. Numerous solutions are proposed by both hotel employees and hotel guests to avoid extravagancy. However, both groups were found to have concerns about some restrictive practices to prevent extravagancy in hotels may negatively affect guest satisfaction, re-visit intention and decrease the preferability of the hotel and so on. This study is expected to contribute to national and global sustainability efforts in addition to guiding preventive strategies in hotel businesses. It is considered that the findings discussed in terms of “Planned Behavior Theory” and “Ownership and Cost Based Extravagancy (Squander) Matrix” will provide important expansions in terms of tourism literature.

Keywords: Extravagancy (Squander), Over Consumption, Sustainability, Tourism, Hotel.

Advisor: Assoc. Prof. Kamil UNUR, Department of Tourism Management, The University of Mersin, Mersin.

TEŞEKKÜR

Doktora tezimin tüm süreçlerinde büyük bir titizlikle süreç takibi ve değerlendirme yapan, tezime benim kadar güvenen ve desteklerini esirgemeyen değerli danışmanım Doç. Dr. Kamil UNUR başta olmak üzere, tezde çözüm üretilmeye çalışılan temel problemin fark edilmesi, araştırma tasarımının şekillendirilmesi ve otel yöneticilerinden oluşan örnekleme ulaşılması konularında çok değerli katkıları olan tez izleme komitesi üyesi Prof. Dr. A. Celil ÇAKICI'ya, tez savunması jüri üyeliğini kabul ederek değerli görüş ve önerilerini benimle paylaşan Prof. Dr. Tevfik AYTEMİZ, Prof. Dr. Zafer ÖTER, Dr. Öğr. Üyesi Sibel OĞUZ hocalarıma teşekkür ederim. Tez izleme komitesi üyesiyken ömrü nihayete eren çok kıymetli hocam Dr. Öğr. Üyesi Beril DÖNMEZ'e tüm desteklerinden ötürü minnettarım. Diğer tez izleme komitesi üyesi olan ve yurtdışı görevlendirmesi nedeniyle tez savunma jürisinde bulunamayan Dr. Öğretim Üyesi Hülya TAŞTAN hocama tez izleme süreçlerindeki tüm katkıları için teşekkür ederim. Tez izleme komitesinde bulunmamasına karşın, tüm süreçlerde bana destek olan, tez çalışmama ilgi göstererek kıymetli görüş ve önerilerini benimle paylaşan, asistanlığını yürüttüğüm Doç. Dr. Dilek ATÇI'ya ayrıca teşekkür ederim. Doktora tez sürecimde, kurum içinden ve kurum dışından, akademik ve sosyal açıdan desteklerini esirgemeyen tüm diğer hocalarıma da şükranlarımı sunuyorum. "Mersin Turizm" mezunlarının bağlılığını ve gücünü her platformda olduğu gibi bilimsel araştırmalara katkı anlamında da bir kez daha gösteren, otel çalışanları ve otel misafirleriyle yüzyüze görüşmelerin gerçekleştirilebilmesi için bana çalıştıkları otellerin kapılarını açarak araştırmama destek veren değerli METİOD üyelerine de sonsuz teşekkürler. Bu uzun, stresli ve yorucu, bir o kadar da heyecanlı ve keyifli süreçte, benden desteklerini esirgemeyen hayat arkadaşım, sevgili eşim Ali BUZLU'ya, babam Enver ÖZKAN'a, kardeşim Erkan ÖZKAN'a ve varlığıyla bana güç veren canım kızım Ela BUZLU'ya özel olarak teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
İÇ KAPAK	i
ONAY	ii
ETİK BEYAN	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar DİZİNİ	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ	x
KISALTMALAR ve SİMGELER	xi
1. GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Problemi	2
1.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	11
1.3. Araştırma Soruları	13
1.4. Araştırmanın Önemi	15
1.4.1. Araştırmanın Uygulama Açısından Önemi	16
1.4.2. Araştırmanın Kuramsal Açısından Önemi	18
2. KAYNAK ARAŞTIRMALARI	19
2.1. İsrâf Kavramı	19
2.2. Literatür Taraması	22
2.2.1. Otel Misafirlerini Kaynak Tasarrufuna Yönlendirici Yönetmelik Uygulamalarıyla İlgili Çalışmalar	23
2.2.2. Otel Misafirlerinin Kaynak Kullanım Şekilleri ve Belirleyicileriyle İlgili Çalışmalar	25
2.2.3. Otel Misafirlerinin Gıda İsrâfı Davranışları, Belirleyicileri ve Önleyici Uygulamalarla İlgili Çalışmalar	27
2.2.4. İsrâfla İlgili Türkiye Kaynaklı Çalışmalar	29
2.3. Teorik Geri Plan	37
2.3.1. Friedman Matrisi	37
2.3.2. Gerekçeli Eylem Teorisi	39
2.3.3. Planlı Davranış Teorisi	40
3. MATERYAL ve YÖNTEM	44
3.1. Veri Kaynakları	44
3.2. Evren ve Örneklem	45
3.3. Veri Toplama Aracının Geliştirilmesi	49
3.4. Analiz Süreci	53
3.5. Pilot Uygulama ve Veri Toplama Süreci	54
3.5.1. Pilot Uygulama	54
3.5.2. Veri Toplama Süreci	55
4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI	58
4.1. Otel Çalışanlarıyla Yapılan Görüşme Bulguları	58
4.1.1. Görüşülen Otel Çalışanlarına İlişkin Demografik Bilgiler	58
4.1.2. Otel Çalışanlarıyla Gerçekleştirilen Görüşme Bulguları	59
4.1.2.1. Otel Çalışanlarına Göre İsrâfın Tanımı	59
4.1.2.2. Otel Çalışanlarına Göre İsrâfın En Çok Ortaya Çıktığı Alanlar	61
4.1.2.3. Otel Çalışanlarına Göre İsrâfın Ortaya Çıkma Şekilleri	62
4.1.2.4. Farklı Misafir Grupları Arasındaki Davranışsal Farklılıklar	76
4.1.2.5. Otel Çalışanlarına Göre İsrâfın Nedenleri	98
4.1.2.6. Otel Misafirlerinin İsrâfa Yönelmesini Önlemeye Yönelik Uygulamalar	114
4.1.2.7. Otel Çalışanlarının İsrâfı Önlemeye/Azaltmaya Yönelik Çözüm Önerileri	126
4.1.2.8. Otellerde İsrâfı Önleyici Uygulamalara Yönelik Algılanan Engeller	137

4.2. Otel Misafirleriyle Yapılan Görüşmenin Bulguları	141
4.2.1. Görüşülen Otel Misafirlerine İlişkin Demografik Bilgiler	142
4.2.2. Otel Misafirleriyle Gerçekleştirilen Görüşme Bulguları	142
4.2.2.1. Otel Misafirlerine Göre İsrafın Tanımı	142
4.2.2.2. Otel Misafirlerine Göre İsrafın En Çok Ortaya Çıktığı Alanlar	144
4.2.2.3. Otel Misafirlerine Göre İsrafın Ortaya Çıkma Şekilleri	144
4.2.2.4. Otel Misafirlerine Göre İsrafın Nedenleri	147
4.2.2.5. Otel Misafirlerinin İsraf Davranışlarına Yönelik Öz Değerlendirmeleri	151
4.2.2.6. Evdeki ve Oteldeki Tüketim Davranışlarının Farklı Olmasının Nedenleri	157
4.2.2.7. Otel Misafirlerinin İsrafı Önlemeye/Azaltmaya Yönelik Çözüm Önerileri	160
5. SONUÇ ve ÖNERİLER	165
5.1. Teoriye Yönelik Sonuçlar	165
5.2. Uygulayıcılara Yönelik Sonuçlar	186
5.3. Sınırlılıklar	203
KAYNAKLAR	207
EKLER	219
ÖZGEÇMİŞ	239

TABLÖLAR DİZİNİ

	Sayfa
Tablo 3.1. Görüşme Sorularına Yönelik Uzman Görüşleri ve Hesaplanan İçerik Geçerlilik Oranları	51
Tablo 3.2. Uzman Görüşlerinden Hareketle Görüşme Sorularında Yapılan Değişiklikler	52
Tablo 3.3. Görüşülen Otel Çalışanlarının Departman ve Pozisyonlarının Dağılımı	56
Tablo 4.1. Otel Çalışanlarına İlişkin Demografik Bulgular	58
Tablo 4.2. Otel Çalışanlarına Göre İsrafın Tanımı	59
Tablo 4.3. Otel Çalışanlarına Göre İsrafın En Çok Ortaya Çıktığı Alanlar	62
Tablo 4.4. Otel Çalışanlarına Göre İsrafın Ortaya Çıkma Şekilleri	62
Tablo 4.5. İsrafın En Sık Gözlemlendiği Misafir Grupları	77
Tablo 4.6. İsrafın En Az Rastlandığı Misafir Grupları	78
Tablo 4.7. Veri Toplanan Otellerde 2018 Yılında Konaklayan Misafirlerin Milliyetlerine İlişkin Oranlar	79
Tablo 4.8. Otel Çalışanlarının, Avrupa Ülkelerinden Gelen Misafirlerin Tüketim Eğilimlerine Yönelik Gözlemleri	81
Tablo 4.9. Otel Çalışanlarının, Alman Misafirlerin Tüketim Eğilimlerine Yönelik Gözlemleri	83
Tablo 4.10. Otel Çalışanlarının, Orta Doğu Ülkelerinden Gelen Misafirlerin Tüketim Eğilimlerine Yönelik Gözlemleri	85
Tablo 4.11. Otel Çalışanlarının, Türk Misafirlerin Tüketim Eğilimlerine Yönelik Gözlemleri	87
Tablo 4.12. Otel Çalışanlarının, Arap Ülkelerinden Gelen Misafirlerin Tüketim Eğilimlerine Yönelik Gözlemleri	90
Tablo 4.13. Otel Çalışanlarının, İranlı Misafirlerin Tüketim Eğilimlerine Yönelik Gözlemleri	91
Tablo 4.14. Otel Çalışanlarının, İsrailli Misafirlerin Tüketim Eğilimlerine Yönelik Gözlemleri	92
Tablo 4.15. Otel Çalışanlarının, BDT Ülkelerinden Gelen Misafirlerin Tüketim Eğilimlerine Yönelik Gözlemleri	93
Tablo 4.16. Otel Çalışanlarının, Rus Misafirlerin Tüketim Eğilimlerine Yönelik Gözlemleri	94
Tablo 4.17. Otel Çalışanlarının, Çocuk Misafirlerin Tüketim Eğilimlerine Yönelik Gözlemleri	96
Tablo 4.18. Otel Çalışanlarına Göre İsrafın Nedenleri	99
Tablo 4.19. Otel Misafirlerinin İsrafa Yönelmesini Önlemeye Yönelik Uygulamalar	115
Tablo 4.20. Otel Çalışanlarının İsrafi Önlemeye/Azaltmaya Yönelik Çözüm Önerileri	126
Tablo 4.21. Görüşülen Otel Misafirlerinin Cinsiyet ve Yaş Gruplarına İlişkin Bilgiler	142
Tablo 4.22. Otel Misafirlerine Göre İsrafın Tanımı	143
Tablo 4.23. Otel Misafirlerine Göre İsrafın En Çok Ortaya Çıktığı Alanlar	144
Tablo 4.24. Otel Misafirlerine Göre İsrafın Ortaya Çıkma Şekilleri	145
Tablo 4.25. Otel Misafirlerine Göre İsrafın Nedenleri	148
Tablo 4.26. Otel Misafirlerinin Kendi İsraf Davranış Şekillerine Yönelik İfadeleri	152
Tablo 4.27. Otel Misafirlerine Göre Kendi İsraf Davranışlarının Nedenleri	153
Tablo 4.28. Otel Misafirlerinin İsraftan Kaçınmalarının Nedenleri	155
Tablo 4.29. Evdeki ve Oteldeki Tüketim Davranışlarının Farklı Olmasının Nedenleri	158
Tablo 4.30. Otel Misafirlerinin İsrafi Önlemeye/Azaltmaya Yönelik Çözüm Önerileri	161
Tablo 5.1. Otel İşletmecileri ve Yatırımcılarına Yönelik Öneriler	197

ŞEKİLLER DİZİNİ

	Sayfa
Şekil 1.1. Atık Yönetimi Hiyerarşisi	12
Şekil 2.1. Otellerde kullanılabilir gıda atık/kayıpları	36
Şekil 2.2. Friedman Matrisi	38
Şekil 2.3. İsraf açısından kamusal harcama ve özel harcama alanları	39
Şekil 2.4. Gerekçeli Eylem Teorisi	40
Şekil 2.5. Planlı Davranış Teorisi	41
Şekil 5.1. Otel misafirlerinin israf davranışlarının belirleyicileri	173
Şekil 5.2. Mülkiyete ve Bedele Dayalı İsraf Matrisi	184

KISALTMALAR ve SİMGELER

Kısaltma/Simge	Tanım
ABTA	İngiltere Seyahat Örgütü
Akt.	Aktaran
AKTOB	Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği
ANVR	Hollanda Seyahat Örgütü
BDT	Bağımsız Devletler Topluluğu
Bkz.	Bakınız
EC	Avrupa Komisyonu
EESC	Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi
ETKB	T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı
EUROSTAT	Avrupa İstatistik Ofisi
FAO	Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü
f_i	İfade frekansı
GSYİH	Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
HACCP	Tehlike Analizleri ve Kritik Kontrol Noktaları
İGO	İçerik Geçerlilik Oranı
İGİ	İçerik Geçerlilik İndeksi
n	Frekans, gözlem sayısı
T.C.	Türkiye Cumhuriyeti
TDK	Türk Dil Kurumu
TESK	Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu
TMO	Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Toprak Mahsulleri Ofisi Genel Müdürlüğü
TUADER	Turizm Akademisyenleri Derneği
TURSAB	Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
TÜBA	Türkiye Bilimler Akademisi
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSİAD	Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği
t.y.	Tarih yok
UNDP	Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı
UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
UNWTO	Dünya Turizm Örgütü
vb.	Ve benzeri
WHO	Dünya Sağlık Örgütü
WTTC	Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi
YÖK	Yükseköğretim Kurulu
Σ	Toplam

1. GİRİŞ

Tüketim, insanoğlunun doğumundan ölümüne kadar çeşitli ihtiyaçlarını karşılayarak yaşamını idame ettirebilmesi için zorunlu olarak gerçekleştirilen bir eylemdir. Tüketici davranışı alanında, ihtiyaçların belirlenmesi her ne kadar satın alma karar süreçlerinin ilk aşamasını oluştursa da (Noel, 2009:135); her tüketim belirli bir ihtiyacın karşılanmasına yönelik gerçekleşmeyebilmektedir. Kaynakların (satın alınan ürünler, zaman, para, doğal kaynaklar gibi) gereksiz yere, amaçsızca, aşırı ya da sorumsuzca sarf edilmesi şeklinde ortaya çıkan israf olgusu; toplumsal, ekonomik, ekolojik ve örgütsel açılardan çok yönlü zararlara yol açabilmektedir (Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi [EESC], 2013:5). Dünyadaki temel ekonomik aktivitelerden biri olan turizm bir yandan israfın çeşitli şekillerde gerçekleştiği alanlardan biriyken (Menekşe, 2005; Bohdanowicz ve Martinac, 2007; Gössling, Peeters, Hall, Ceron, Dubois ve Scott, 2012; Lipinski, Hanson, Lomax, Kitinoja, Waite ve Searchinger, 2013), bir yandan da turizmin iklim, hava koşulları, su ve elektriğe olan bağımlılığıyla, kaynakların artan maliyeti ve atıkların gelir, çevresel performans ve kamusal imaja olumsuz etkileri nedeniyle israfın sonuçlarının mağduru olduğu da görülmektedir (Trung ve Kumar, 2005; Gössling vd., 2012; Njoroge, 2016).

Turizmde son altmış yıldır en büyük ve en hızlı büyüyen ekonomik sektörlerden biri haline gelme yolunda sürekli bir gelişme yaşanmaktadır (Dünya Turizm Örgütü [UNWTO], 2017:2). Dünya geneli için turizm hareketlerinin temel göstergelerinden birisi, uluslararası kapsamda seyahat eden turistlerin sayısıdır (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği [TURSAB] ve Turizm Akademisyenleri Derneği [TUADER], 2017:6). Uluslararası turizm hareketleri 1950 yılında 25 milyonken, 1980 yılında 278 milyona, 2000 yılında 674 milyona ve 2018 yılında 1 milyar 400 milyona yükselmiştir (UNWTO, 2017:2; 2019:2). Aynı şekilde, dünya genelindeki destinasyonlar tarafından kazanılan uluslararası turizm gelirleri de, 1950'de 2 milyar dolardan 1980'de 104 milyar dolara, 2000'de 495 milyar dolara ve 2018'de 1 milyar 700 milyon dolara yükselmiştir (UNWTO, 2017:2; 2019:2). Gerçekleşen seyahat ve turizm hareketleri 2018 yılında küresel ekonomiye toplamda 8,8 trilyon dolar kazandırmış ve bu rakam küresel gayri safi yurtiçi hasılasının (GSYİH) %10,4'ünü oluşturmuştur (Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi [WTTC], 2019a:3). 2017 yılında küresel turizm ihracatının toplam değeri 1,6 trilyon dolara ulaşmıştır (UNWTO, 2018:6). Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı (2019a) tarafından yayınlanan sınır istatistiklerine göre Türkiye 2018 yılında 39.448.401 yabancı ziyaretçiyi ağırlamıştır. Yurt dışında ikamet eden 6 milyon 624 bin 191 vatandaşın da dahil olduğu rakamlarla birlikte Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı 46 milyon 112 bin 592 olmuştur (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019b). Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK, 2019) verilerine göre 2018'de 29 milyar 512 milyon 926 bin dolar turizm geliri elde edilmiştir. Seyahat ve

turizm'in 2018 yılında Türkiye ekonomisine toplam katkısı 461,3 milyar TL (95,6 milyar dolar) olup, bu rakam GSYİH'nın % 12,1'ini oluşturmaktadır (WTTC, 2019b). Türkiye'de 2018 yılında turizm hareketlerinden kaynaklı ihracat, 114,2 milyar TL (31,3 milyar dolar) ile toplam ihracatın % 18,62'sini oluşturmuştur (WTTC, 2019c:1). Günümüzde turizm sektörü, sağladığı gelir ve bağlantılı olan diğer sektörlerle katkıları bakımından Türkiye ekonomisinin temel direklerinden birisi olarak görülmektedir (TURSAB ve TUADER, 2017:5). Turizm sektörünün dünyada ve Türkiye'de bahsedilen büyüklüğünden hareketle, bu sektördeki faaliyetler esnasında ciddi boyutlarda üretim ve tüketimin gerçekleştiği dikkate alındığında, özellikle turizm faaliyetleri açısından israf sorununu ele alıp değerlendirmenin gerekli olduğu düşünülmektedir.

Literatürde daha önce otel misafirlerini kaynak tasarrufuna yönlendirici yönetsel uygulamalarla (Goldstein, Cialdini ve Griskevicius, 2008; Schultz, Khazian ve Zaleski, 2008; Mair ve Bergin-Seers, 2010; Bohner ve Schlüter, 2014; Reese, Loew ve Steffgen, 2014; Morgan ve Chompreeda, 2015; Cvelbar, Grün ve Dolnicar, 2017), otel misafirlerinin gıda israfına yönelik tutumlarıyla (Ilyasova, 2017) ve otel misafirlerinin gıda israfını azaltmaya yönlendirilmesiyle ilgili (Kallbekken ve Saelen, 2013) çeşitli ampirik araştırmalar yapılmıştır. Otel misafirlerinin israfa yönelik algıları, tutum ve davranışları, bunların nedenleri ve çözüm yollarına odaklanması bakımından bu tez çalışması da, turizmde israf konusuna yönelik kapsamlı bir bakış açısı sunarak, otellerdeki israf sorununun yönetimine katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

1.1. Araştırmanın Problemi

Sanayileşmenin etkisiyle üretim ve tüketimde yaşanan artışlar, ortaya çıkan aşırı tüketim ve kaynak israfı pek çok toplumsal, ekonomik ve ekolojik sorunu beraberinde getirmiştir. Yaşanan sosyo-ekonomik ve teknolojik gelişmeler, farklılaşan yaşam standartları ve biçimleri gibi tüketimi etkileyen pek çok unsur, tüketimi yalnızca zorunlu ihtiyaçların giderilmesine yönelik bir olgu olmaktan çıkarmış, hedonik, sembolik ve gösterişçi tüketim şekillerinin de ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Aksoy ve Solunoğlu, 2015:165-166). Günümüz toplumunun sorunlarından biri olan obezitenin, önde gelen nedenlerinden birinin gereğinden fazla gıda tüketimi olduğu bilinmektedir (Eker ve Şahin, 2002:246). Dünya Sağlık Örgütü'nün [WHO] (2016) açıklamalarına göre, 2014 yılında 600 milyonu obez olmak üzere 1,9 milyardan fazla yetişkinin (18 yaş ve üzeri) aşırı kilo problemine sahip olduğu, aşırı kilo ve obezite problemlerine sahip 5 yaşın altındaki çocuk sayısının ise 41 milyon olduğu bilinmektedir. Ayrıca, her yıl 2,8 milyonun üzerinde insan aşırı kilo ya da obezite nedeniyle hayatını yitirmektedir (WHO, 2017). Öte yandan, artan tüketim kültürünün etkisiyle kaynakların etkin, verimli ve ekonomik şekilde kullanılamaması, kaynak israfının ve yoksulluğun artmasına, hatta

açlık sorunlarıyla karşı karşıya kalınmasına neden olmaktadır (Aksoy ve Solunoğlu, 2015:166-167).

Günümüzde bir tarafta yoksulluk ve açlıkla mücadele çabaları varken, diğer tarafta aşırı üretim ve tüketimin ekosistem üzerindeki olumsuz etkilerinin artmasıyla yaşanabilecek gıda krizleri tehlikesi yeni bin yılın önemli sorunlarının başında yer almaktadır (Dölekoğlu, Gün ve Giray, 2014:172). Özellikle 2008-2009 gıda krizinden sonra, gıda güvenliği pek çok uluslararası örgüt ve politika yapıcılarının öncelikli meselesi haline gelmiştir (EESC, 2013:2). Ayrıca, ciddi iklim değişimi senaryoları altında mevcut ve gelecekteki su ihtiyacını karşılama konusunda da sorunlar baş göstermektedir (Gössling vd., 2012:12).

Gıda israfına yönelik yapılan çalışmalar, gerçekleşen küresel israfın büyüklüğünü ve neden olduğu sorunları gözler önüne sermektedir. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü'nün açıklamalarına göre, her yıl üretilen gıdanın üçte biri (yaklaşık 1,3 milyar ton) kayıp ya da israfa uğramakta, bu kayıp ve israf miktarının yaklaşık 680 milyar dolarlık kısmı gelişmiş ülkelerde, 310 milyar dolarlık kısmı gelişmekte olan ülkelerde gerçekleşmektedir (FAO, 2017). Gelişmekte olan ülkelerde gıda zararlarının %40'ı hasat sonrası ve işleme süreçlerinde gerçekleşirken, gelişmiş ülkelerdeki gıda zararlarının %40'ı perakende satış ve gıdanın tüketiciye ulaşmasından sonraki aşamada gerçekleşmektedir (Avrupa Komisyonu [EC], 2017). Sahra-altı Afrika'sı, Güney ve Güneydoğu Asya'daki tüketiciler tarafından bir yılda kişi başı yalnızca 6-11 kilogram gıda atılırken, Avrupa ve Kuzey Amerika'daki tüketiciler tarafından bir yılda gerçekleşen kişi başı gıda israfı 95-115 kilogramı bulmaktadır (FAO, 2017). Türkiye'de hane halkı düzeyindeki gıda israfını tahminlemeye yönelik, Ankara ilinde 1736 kişi üzerinde gerçekleştirilen Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü destekli bir araştırmaya göre, Türkiye'de günlük kişi başı çöpe atılan gıda miktarı ortalama 318,8 gramdır (Pekcan, Köksal, Küçükerdönmez ve Özel, 2005:28). Buradan hareketle, Türkiye'de bir yılda yalnızca hanehalkı düzeyinde gerçekleşen kişi başı gıda israfının yaklaşık ortalama 116 kilogram olduğu ve Türkiye'nin gıda israfı bakımından önde gelen ülkelerden biri olduğu söylenebilir.

Gerçekleşen gıda kayıp ve israfı; ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan çok yönlü sorunlara yol açmaktadır (EESC, 2013:5). Üretilen fakat yenilmeyen gıdalar, tarımsal faaliyetlerden kaynaklı çevresel etkilerin azaltılması ve küresel gıda güvenliğinin geliştirilmesine yönelik fırsatların kaçırılması anlamına gelmektedir (FAO, 2013:8). O nedenle, özellikle yoksul ülkelerde açlıkla mücadele, gelir artışı ve gıda güvenliğinin artırılmasına yönelik çabalar açısından gıda kayıpları sorunu büyük önem arz etmektedir (Gustavsson, Cederberg, Sonesson, van Otterdijk ve Meybeck, 2011:1).

Gerçekleşen kayıp ve israfın bir çıktısı olan atıklar, çevresel bir takım sorunları beraberinde getirmektedir. Katı atık sahalarında yok edilmeye çalışılan atıklar sera gazı (zararlı gazlar) üreterek, yeraltı ve yerüstü sularının ve havanın kirlenmesine yol açmaktadır (Singh,

Cranage ve Nath, 2014:39). Sera gazı salınımı aynı zamanda iklim değişimini de olumsuz yönde etkilemektedir (EESC, 2013:5). Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü'nün açıklamalarına göre tarımsal arazi kullanımından kaynaklı sera gazı emisyonları hesaplanmaksızın, yalnızca üretilen ve yenilmeyen gıdalardan kaynaklı olarak 3,3 milyar ton karbondioksit eşdeğer karbon ayak izi* bırakıldığı tahminlenmektedir (FAO, 2013:6). Küresel ölçekte, yalnızca gıda zayıatından kaynaklı açık denizlerdeki ayak izi* yaklaşık 250 km³ olup, bu miktar Volga Nehri'nin bir yılda akıttığı su miktarına ya da Geneva Nehri'nin üç katı büyüklüğüne denk düşmektedir) (FAO, 2013:6).

Gıda kayıpları; arazi, su, enerji gibi üretimde kullanılan diğer kaynakların da israf edilmesi anlamına gelmektedir (Gustavsson, vd., 2011:1). Üretilen fakat yenilmeyen gıdalar 1,4 milyar hektarlık alanı boş yere işgal etmekte, bu alan dünyadaki tarımsal arazilerin %30'una yakını (Rusya Federasyonunun iki katı büyüklüğünde bir alanı) ifade etmektedir (FAO, 2013:6). Ayrıca, arazi sıkıntısının yanı sıra, atıklardan kaynaklanan; çöp, toz, kötü koku, kemirgenler, zararlı böcekler, yangın, kuş istilası, toprak kayması ve erozyon gibi sorunlar da ortaya çıkabilmektedir (Singh, vd., 2014:39). Günümüzde özellikle, endüstriyel ve tarımsal faaliyetlerin yabani alanlara yayılması ve kentlerin genişlemesi tarıma elverişli arazilerin çeşitliliğinde azalmalara, ekosistem kirliliği, doğal yaşam alanlarının tahrip edilmesi ve biyolojik çeşitliliğin kaybolması gibi negatif dışsallıklara sebep olmaktadır (FAO, 2013).

Gerçekleşen kayıp ve israf; işgücü ve sermaye gibi üretim faktörlerinin etkin kullanılamaması ve atık yönetimi için katlanılan maliyetlerin artmasına neden olmaktadır (Dölekoğlu vd., 2014:177). O nedenle, ortaya çıkan her türlü atık, hem tüketiciler hem de tedarik zincirinin diğer halkaları açısından finansal bir kayıp anlamı taşımaktadır (EESC, 2013:5). Küresel ölçekte bakıldığında, yalnızca tarımsal ürünlere yönelik gıda zayıatının (balık ve deniz ürünleri hariç) 2007 yılındaki doğrudan ekonomik maliyeti (sadece 2009 yılı üretici fiyatlarına dayanarak) yaklaşık 750 milyar dolar olup, bu rakam yaklaşık olarak Türkiye ya da İsviçre'nin 2011 yılı gayri safi yurtiçi hasılasına eşdeğerdir (FAO, 2013:7-55). Buradan hareketle, israfın küresel ekonomi açısından da ciddi kayıplara neden olduğu anlaşılmaktadır.

* *Karbon ayak izi: Ekolojik ayak izi türlerinden biri olup (Özsoy, 2015:200), bir faaliyetin doğrudan veya dolaylı olarak neden olduğu veya bir ürünün yaşam aşamalarında biriken karbondioksit emisyonlarının toplam miktarının bir ölçüsüdür (Wiedman ve Minx, 2008: 4). Ekolojik Ayak İzi ise, mevcut teknoloji ve kaynak yönetimiyle bir bireyin, topluluğun ya da faaliyetin tükettiği kaynakları üretmek ve yarattığı atığı bertaraf etmek için gereken biyolojik olarak verimli toprak ve su alanı olarak tanımlanmaktadır (Özsoy, 2015:201). İnsanların üretim ve tüketimleri sonucunda doğa üzerinde oluşan etkilerin toplamı ekolojik ayak izlerini oluşturmaktadır (Tosunoğlu, 2014:138).*

* *Açık deniz ayak izi (blue water footprint): Bir malın veya hizmetin üretilmesi sonucunda tüketilen yüzeysel ve yer altı sularının hacmi; yeraltı sularından veya yüzey sularından çekilen ve su toplama merkezine geri dönmeyen su miktarıdır (Hoekstra, Chapagain, Aldaya ve Mekonnen, 2011).*

Gıda israfının aksine, küresel ölçekte enerji ve su israfının boyutuna yönelik hesaplamalara ulaşılamamakla birlikte, enerji ve su tüketiminin hızlı artışı ve bu artışa bağlı çeşitli sorunların küresel krizlere yol açtığı bilinmektedir. Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü'nün (UNESCO) yaptığı açıklamalara göre, dünyada 768 milyon kişinin gelişmiş su kaynaklarına erişiminin bulunmadığı, tahminlere göre 3,5 milyar insanın yeterli su kaynağına sahip olmadığı, 2,5 milyar kişinin sağlığa uygun hale getirilmiş su kaynağına erişiminin bulunmadığı, 1,3 milyar kişinin elektrik erişiminin olmadığı, 2,6 milyar kişinin pişirme işlemlerinde katı yakıt kullandığı, bu kişilerin iç mekan hava kirliliğinden kaynaklanan solunum yolu hastalıklarına sahip olduğu, güvenli içme suyu ve sanitasyon (sağlığa uygun hale getirme) işlemlerinin yetersizliğinden kaynaklı ishal ve su kaynaklı hastalıklara sahip olduğu bilinmektedir (UNESCO, 2014:2). Dünya nüfusunun 2050 yılında %33 oranında artarak 7,3 milyardan 9,7 milyar kişiye ulaşacağı, küresel su talebinin 2000 ile 2050 yılları arasında %50 oranında artacağı, sulama için mevcut suyun azalmasının gıda üretimini olumsuz etkileyeceği, mevcut tüketim yapısında önemli değişiklikler olmadığı takdirde, 2040 yılına kadar küresel enerji talebinin %40'ın üzerinde artmaya devam edeceği öngörülmektedir (Petersen ve Larsen, 2016:10). Artan nüfusun ihtiyaçlarını karşılamak için önümüzdeki on yıllar boyunca önemli derecede artmaya devam edecek olan tatlı su ve enerji talebinin, sınırlı doğal kaynaklar ve ekosistemler üzerindeki mevcut baskıyı büyük ölçüde artırarak, 2050 yılında küresel nüfusun %40'ının çeşitli su sıkıntıları olan alanlarda yaşamasına yol açacağı öngörülmektedir (UNESCO, 2014:2-3). Bahsedilenlerden hareketle, küresel ölçekte birbirine yüksek oranda bağımlılığı nedeniyle de ilave riskler taşıyan (Petersen ve Larsen, 2016); su, enerji ve gıda kaynaklarının kullanımına yönelik verimlilik ve israfı önleme çabalarına ihtiyaç olduğu açıktır.

Türkiye'de özellikle 1960'lı yıllardan sonra israf sorununa yönelik çeşitli örgütler tarafından bazı çalışmalar gerçekleştirildiği görülmektedir. Milli Prodüktivite Merkezi'nin 1969'da yaptığı bir araştırmaya göre Ankara'da 16 ton, İzmir'de 3 ton ve İstanbul'da 23 tondan fazla ekmek israfı olduğu ve bu rakamların yılda 15000 ton buğdayın israf edildiği anlamına geldiği tespit edilmiştir (Kılış, 1980:91). İstanbul Ticaret Odası'nın teklifi üzerine İktisadi Araştırmalar Vakfı tarafından 20/21 Aralık 1979 tarihlerinde "Türk Ekonomisinde Savurganlık" semineri düzenlenmiş, ekonomide israf sorunu bütün olarak ele alınıp tartışılmış ve Türkiye'de kamu kesiminde, özel kesimde, tüketim düzeyinde ve dış ticarete meydana gelen israf ortaya konmuştur (İktisadi Araştırmalar Vakfı, 1980:1). Seminer raporunda belirtilen tahminlere göre, yalnızca İstanbul'da musluklardan damlayan suyun miktarının günde 5500 m³ civarında olduğu ve bu rakamın İstanbul'da 55.000 kişinin su sıkıntısı çekmesine sebep olduğu açıklanmaktadır (Kılış, 1980:91). Türkiye'de kaynakların etkin ve verimli kullanılmasının sağlanması ve toplumda israfın önlenmesi bilincinin geliştirilmesine katkı sağlamak amacıyla 2003 yılında Türkiye İsrafı Önleme Vakfı kurulmuştur (Türkiye İsrafı Önleme Vakfı, 2003). Türkiye İsrafı

Önleme Vakfı'nın önderliğinde, Türkiye'nin önde gelen 40 sivil toplum kuruluşu ile birlikte, 2004 yılı "İsrafi Önleme ve Verimlilik" yılı ilan edilmiş, aynı yıl Başkent Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öncülüğünde Ankara'da "İsrafi Önleme Sempozyumu" düzenlenmiştir (Akgül, 2004:7). Türkiye İsrafi Önleme Vakfı araştırmalarına göre, 2003 yılında 19,5 milyon tona eşdeğer petrol tüketildiği, bu tüketimin yaklaşık 6,8 milyon tonunun israf edildiği, konutlarda ısıtma ve aydınlatmada kullanılan enerjininse %35'inin israf edildiği, yapılan tahminlere göre hane halkı düzeyinde o günün parasıyla yıllık 84 trilyon liralık su israfı gerçekleştiği, yılda yaklaşık 104 milyon ekmek israf edildiği, israf edilen ekmeğin o günkü değerinin ise 30 trilyon lira olduğu açıklanmaktadır (Akgül, 2004:9). Toprak Mahsulleri Ofisi'nin yaptığı araştırmalara göre, 2008 yılından 2012 yılına kadar ekmek israfının %20 oranında arttığı, 2012 yılında 2,17 milyar adet ekmeğin israf edildiği bunun parasal karşılığının ise 1,6 milyar TL olduğu tespit edilmiştir (T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Toprak Mahsulleri Ofisi Genel Müdürlüğü [TMO], 2014a). 2 Nisan 2013 tarihinde yayınlanan Başbakanlık Genelgesi ile TMO koordinasyonluğunda başlatılan "Ekmek İsrafını Önleme Kampanyası" sonucunda ekmek israfında %18'lik bir iyileşme sağlanmış ve 2,8 milyar TL ekonomiye kazandırılmış olmasına rağmen, 2013 yılında halen 1,79 milyar adet ekmek israfı tespit edilmiştir (TMO, 2014b:90). Yapılan bir başka çalışmada, tarımdaki toplam kayıp ve israfın GSMH içindeki payı %25'i bulurken, gıda sanayiindeki kayıp ve israfın GSMH'a oranı ise %6,6 olarak hesaplanmıştır (Ömürgönülşen, Öztan ve Halkman, 2004:101).

T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından 2017 yılında Türkiye'de israfın boyutlarının ve en çok israf edilen ürün gruplarının tespit edilmesi amacıyla Türkiye'nin 7 bölgesinden 26 kent merkezinde, 18-69 yaş arası 1650 kişi ile yüz yüze görüşülerek bir araştırma gerçekleştirilmiştir (Şimşek, 2017). Araştırma sonucunda yayınlanan Türkiye İsraf Raporu'nda, kişi başı haftada 226 gr (yaklaşık bir adet) ekmeğin çöpe atıldığı, hanelerde yılda yaklaşık 81.347 ton ekmeğin israf edildiği, bireylerin %9,3'ünün evde pişen yemeği bitiremediği için çöpe atma eğilimde olduğu, bireylerin %18,9'unun tabağına aldığı yemekleri bazen bitirip bazen çöpe attığı açıklanmıştır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2017). Ayrıca raporda, bireylerin %63,3'ünün ihtiyacı olmadığı halde beğendiği giysileri/ayakkabıları satın aldığı, % 60,2'sinin satın alıp hiç giyinmediği ayakkabı ve kıyafetleri olduğu, bireylerin 1/5'inin su tasarrufuna yönelik davranışları sergilemedikleri, bireylerin %20'sinin evden çıkarken ışıkları kapatmak gibi temel düzeydeki elektrik tasarrufu davranışlarını sergilemedikleri, akıllı telefon sahiplerinin %6,8'inin yılda bir, %16'9'unun iki yılda bir akıllı telefonunu değiştirdiği, otomobil sahiplerinin %10,4'u otomobilini 2-3 yılda bir değiştirdiği açıklanmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2017). T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından 2018 yılında tekrarlanan araştırma sonucunda yayınlanan Türkiye İsraf Raporu'nda, akıllı telefon sahiplerinin yaklaşık %60'ının cep telefonunu 3 yıl ve daha kısa sürede yenilediği, bireylerin cep telefonu değiştirmesinin önde gelen nedenlerinin "telefonun

bozulması" (%74) ve "piyasaya çıkan en yeni modele sahip olma isteği" (%30,8) olduğu, otomobil sahibi bireylerin otomobil değiştirme sıklığının ortalama 2,8 yıl olduğu, otomobil sahiplerinin otomobillerini değiştirmesinin önde gelen nedenlerinin "otomobilin bozulması" (%36) ve "yeni otomobillere duyulan ilgi" (%30) olduğu açıklanmaktadır. Raporda gıda israfına yönelik olarak, bireylerin evlerinde pişen yemeklerin hepsini her zaman bitiremeyip bazen ya da her zaman çöpe atanların toplam oranının %10,4 olduğu, bireylerin %23,3'ünün bazen ya da çoğunlukla tabağındaki yemeği bitiremediği ve kalan yemeklerin çöpe atıldığı, bireylerin %22,8'i tarafından "satın alınan" gıdaların tüketilmeden çöpe atıldığı, bireylerin %40,8'inin aldıkları ekmeğin tümünü bitiremedikleri kalanını değerlendirdikleri, %11,7'sinin bitiremedikleri bölümü çöpe atma eğiliminde oldukları, 2017 yılına kıyasla 2018'de ekmek israfının arttığı açıklanmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2018). Ayrıca, su israfını azaltmaya yönelik önlemlere katılımcıların yaklaşık %25'inin dikkat etmediği, elektrik tasarrufuna ilişkin uygulamaları her zaman gerçekleştirme oranının %50'nin altında olduğu, katılımcıların yaklaşık yarısının ısı tasarrufu sağlamaya yönelik uygulamaları gerçekleştirmedikleri, bireylerin 1/5'inden fazlasının ayda bir ve daha sık giyim alışverişi yaptığı, "Giyilmeyen giysi ve ayakkabıları çöpe atma" (%50,8), "markası için bir giyim eşyasına daha fazla para ödemeyi göze alma" (%40,6), "satın alıp hiç giyilmemiş ayakkabı ve kıyafetlerin olması" (%38,4), "modadaki değişimleri izleme ve gardrobu buna göre düzenleme" (%38,2) gibi davranışların toplumda yaygın olduğu açıklanmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2018). T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından yıllık olarak yayınlanan bu güncel raporlar, Türkiye'de hanehalkı düzeyinde gıdadan enerjiye, teknolojik aletlerden giyime kadar pek çok farklı tüketim alanında gerçekleşen israfın günümüzde de önemli bir sorun olduğunu ortaya koymaktadır.

Türkiye'de, özellikle 1950'lerden sonra, sanayileşme, şehirleşme, gelir seviyesinin yükselmesi ve hızlı nüfus artışına paralel olarak gelişen enerji tüketimi, yerli kaynak üretimi ile karşılanamayacak boyutlara ulaşmıştır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 1997a:1). 1990'lı yıllardan itibaren ülkedeki enerji talebinin yüksek oranlarda artış göstermesi, 1997 yılından itibaren ülkede elektrik sıkıntılarının yaşanmasına yol açmıştır (Demirbaş, 2003:205). Enerji sektöründen kaynaklanan hava kirliliği üzerine hazırlanan *Ulusal Çevre Eylem Planı*'nda, çevre açısından kaynak kullanımındaki israfın önlenmesinin atık üretiminin en aza indirilmesi kadar önemli bir faktör olduğu, enerji tasarrufu ve verimliliği konusunda alınması gereken bir çok önlem ve büyük bir tasarruf potansiyeli mevcut olduğu, Türkiye'de enerji tüketiminden kaynaklı emisyonların önemli çevre problemlerine sebep olmanın yanında, uluslararası boyutta tartışılır seviyelere ulaştığı, bir çok şehirde hayatı tehdit eder boyutlara ulaşan hava kirliliği problemlerine, ayrıca termik santraller çevresinde sürekli şikayet konusu olan ve gerek doğal hayatı, gerekse çevredeki halkı, ürünleri ve binaları etkileyen hava kirliliği problemlerine en önemli katkının enerji tüketiminden gelmekte olduğu, tasarruf ve verimlilik çalışmalarının

yapılması gerektiği vurgulanmıştır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 1997a:1-24). Yurt içi enerji talebindeki hızlı artışlar aynı zamanda, Türkiye'nin dış enerji kaynaklarına olan bağımlılığının artmasına yol açmış ve 21. yüzyılda ciddi bir enerji sıkıntısı yaşama olasılığını artırmıştır (Demirbaş, 2003:203). Onuncu Kalkınma Planı'nda, Türkiye'nin enerji arzındaki dışa bağımlılığının azaltılabilmesi için, yerli kaynakların enerji üretiminde kullanımının yanı sıra, enerji üretiminden kullanımına kadar bütün süreçlerde *"verimliliğin artırılması"* ve *"israfın önlenmesi"* gerektiği vurgulanmıştır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013:117). Türkiye, son on yıllık dönemde OECD ülkeleri içerisinde enerji talep artışının en hızlı gerçekleştiği ülke durumuna gelmiş, T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı tarafından *"enerjinin nihai tüketiciye sürekli, sürdürülebilir, çevre ile uyumlu, kaliteli, güvenli ve asgari maliyetlerle arzı"*, *"enerji yoğunluğunu azaltmayı destekleme"*, *"israfı ve enerjinin çevresel etkilerini asgariye indirme"* gibi amaçlarla 2015-2019 Stratejik Planı hazırlanmıştır (ETKB, 2014:9). Hazırlanan stratejik planda, her ne kadar enerji yoğunluğundaki* artış, ülkenin sanayi yapısını oluşturan sektörlerdeki (özellikle demir-çelik, çimento gibi) büyümeyle yakından ilgili olsa da, ileride verimlilik artışı ve enerji tasarruflarının yetersiz kalabileceği, verimlilik ve tasarrufa ilişkin farklı sektörlerin koordinasyon ve işbirliği eksikliğinin belirlenen amaçlara ulaşılmasına engel teşkil edebileceği açıklanmıştır (ETKB, 2014:53). Bahsedilenlerden hareketle enerji tüketimindeki hızlı artışın Türkiye'de çevresel, toplumsal ve ekonomik açılardan çok yönlü sorunlara yol açtığı, enerji tasarrufunun artırılarak, israfın önlenmesine yönelik işbirlikçi çabalara ihtiyaç olduğu açıktır.

Su kaynaklarının yönetimi üzerine hazırlanan *Ulusal Çevre Eylem Planı*'nda, Türkiye'de yerel olarak su kıtlıkları ve bazı bölgelerde tahsis problemlerinin olduğundan, kontrolsüz kullanımlar nedeniyle su kalitesi problemlerinin yaşandığından, suyun daha ekonomik kullanımı açısından önemli bir potansiyel olduğundan bahsedilmektedir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 1997b:1). Hızlı nüfus artışı ve sosyo-ekonomik değişimle yaşanan kişi başına günlük su tüketiminin artışı, içme ve kullanma suyu gereksinimini ciddi biçimde artırmaya devam etmektedir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 1997b:45). Onuncu Kalkınma Planı'nda, artan su talebi, kuraklık ve su toplama havzalarındaki kirlenme sonucunda, Türkiye'deki mevcut su miktarının giderek ihtiyaçları karşılayamaz hale geldiği, Türkiye'nin toplam 112 milyar m³ ve kişi başına 1.500 m³ düzeyinde toplam tüketilebilir su potansiyeliyle su kısıtı yaşayan bir ülke konumunda olduğu, su kaynakları yönetiminin sürdürülebilir kalkınma ve aynı zamanda gıda güvenliği için de önemli olduğu ifade edilmektedir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013:138). Türkiye'nin coğrafi konumu da, mevcut su kaynaklarının sürdürülebilirliği açısından dezavantaj oluşturmaktadır. Batılı rüzgarların ve Kuzey Atlantik salınımlarının etkili olduğu bir bölgede yer alan ve karmaşık bir topografik yapıya sahip olan Türkiye, coğrafi konumu itibarıyla, iklim değişimine bağlı ciddi

* *Enerji Yoğunluğu: Bir dolarlık gayri safi hasıla yaratabilmek için kullanılan enerji miktarıdır (Pamir, 2003: 1). Enerji verimliliğinin önemli bir göstergesi olarak dikkate alınmaktadır (ETKB, 2014: 53).*

risk altındadır (Türkiye Bilimler Akademisi [TÜBA], 2002:51). Küresel iklim değişikliğinin etkisiyle, ani sellerdeki artışlar ve deniz suyu seviyesindeki yükselmeye birlikte, üst-tropiklerdeki (dönencelerdeki) yüksek basınç alanlarının Türkiye üzerine doğru genişleyeceği, Türkiye’de önemli bir kuraklık, sel ve tatlı su sorunu yaşanacağı öngörülmektedir (TÜBA, 2002:51). T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından yayınlanan Türkiye İsrar Raporu’nda da, Türkiye’deki nüfusun 2030 yılında 100 milyon olacağı ve kişi başı yıllık su miktarının 1120 m³ civarına düşeceği, önümüzdeki 25 yıl içerisinde de su ihtiyacının üç katı artacağı varsayılarak gerekli önlemlerin alınmaması durumunda, ülkede su yetersizliği problemleriyle karşılaşılacağı açıklanmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2017:11). Bahsedilenlerden hareketle, mevcut su kaynaklarının tasarruflu kullanılarak, su israfının en aza indirilmesinin Türkiye’de yaşanabilecek ciddi su sorunlarının önüne geçebilmek açısından önemli olduğu değerlendirilmektedir.

Dünyadaki temel ekonomik aktivitelerden biri olan turizm; arazi kullanımı, enerji tüketimi, biyo-çeşitlilik kaybı, iklim değişimi ve su kullanımı gibi mevcut ve potansiyel etkileri sebebiyle küresel çevresel değişimin önemli etmenlerinden biri olarak görülmektedir (Rico-Amoros, Olcina-Cantos ve Saurí, 2009:493-500). Bunun sebeplerinden biri, otel işletmelerinin sera gazı emisyonlarının temel sebebi olan atık üretimine önemli ölçüde katkı sağlamasıdır (Singh vd., 2014: 39). Otellerde ortaya çıkan; gıda atığı, plastik, kağıt, bahçe atıkları ve kimyasal atıklar (temizlik maddeleri, kullanılmış yağlar, boya ve çözücü maddeler, kullanılmış piller, deodorantlar gibi) gibi katı atıkların kaynakları ise genellikle, yiyecek ve içecek (mutfak ve restoran), misafir odaları, ofisler, çamaşırhane ve bahçedir (Trung ve Kumar, 2005:111). Otellerde üretilen ve katı atık depolama alanlarında imha edilmeye çalışılan bu tür katı atıklar, araziye başka herhangi bir amaçla kullanılamaz hale getirmekte, yer altı sularının kirlenmesine ve toprak kalitesinin bozulmasına yol açmaktadır (Singh vd., 2014:40). Ayrıca, otellerde su ve enerji kullanımının etkinliği de son yıllarda araştırmacılar (Trung ve Kumar, 2005; Bohdanovich ve Martinac, 2007; Knezevic ve Vivic, 2008; Rico-Amoros vd. 2009; Charara, Cashman, Bonnell ve Gehr, 2011; Gössling vd., 2012) tarafından dikkat çekilen hususlardan biri haline gelmiştir. Otellerde, elektrik başta olmak üzere (iklimlendirme, aydınlatma, elektrikli aletler, su ısıtma ve su pompalama için), LPG (pişirme işlemleri için), mazot (dizel jeneratörler için) ve kömür (ısıtma ve yakıtlı kazanlar için) gibi çeşitli enerji kaynakları kullanılabilir (Trung ve Kumar, 2005:110). Sektörel anlamda bir hesaplama olmamakla birlikte, otellerde kullanılan enerjinin önemli büyüklükte bir kısmının israf edildiği tahmin edilmektedir (Bohdanowicz ve Martinac, 2007:82).

Büyük ve lüks standartlara (yüzme havuzları, spa ve wellness olanakları, golf alanları, soğutma kuleleri gibi) sahip resort otellerde yüksek oranda su kullanımı gerçekleşmektedir (Bohdanovich ve Martinac, 2007:87-88; Rico-Amoros, vd., 2009:498; Gössling vd., 2012:13).

Resort otellerde su tüketiminin büyük bir kısmı açık alan aktivitelerinde (bahçe ve havuz gibi), diğer kategorilerdeki otellerde ise ortak su kullanım alanlarından (çamaşırhane, mutfak ve açık alan aktiviteleri için) çok, misafir odalarında gerçekleşmektedir (Trung ve Kumar, 2005:111). Küresel ölçekte turizmdeki büyüme, daha yüksek standartlara sahip konaklama trendleri ve suya dayalı aktivitelerin artması, su kaynaklarının üzerindeki baskının artmasına, pek çok bölgede su kaynaklarının azalmasına sebep olmakta ve pek çok destinasyonda su çatışmalarının artmasını zorunlu hale getirmektedir (Gössling vd., 2012:13). Çevresel etkilerin yanı sıra, su ve enerji kaynaklarının artan maliyetleri ve atıkların etkileri otel işletmelerinin gelirini, çevresel performansını ve toplumsal imajını olumsuz yönde etkilemektedir (Trung ve Kumar, 2005:109).

Otellerde lüks standartlar, aktivite olanaklarının fazlalığı ya da çeşitli uygulamalar, otel misafirleri tarafından gerçekleştirilen kaynak tüketimini de dolaylı olarak artırabilmektedir. Örneğin, otel misafirleri tarafından gerçekleştirilen yüksek miktarlardaki su kullanımının sebeplerinden biri, yüzme ya da lüks spa ve wellness olanaklarından sonra alınan ilave duşlardır (Gössling vd., 2012:7). Ayrıca, kullanılan standart ve büyük ebatlardaki porsiyonlar, aşırı tüketime ya da tabaktaki yiyeceklerin tüketilememesinden kaynaklı olarak gıda israfına sebep olmaktadır (Limpinski vd., 2013:26). Türkiye’de yaygın olarak kullanılan bir pansiyon türü olan her şey dahil sistemi de, konaklama süresince ihtiyaç duyabileceği her çeşit mal ve hizmet için önceden ödeme yapmış olan turistlerin, tüm gün boyunca otelde sürekli bir tüketim halinde bulunmasına ve otellerde yiyecek ve içecek israfının artmasına sebep olmaktadır (Menekşe, 2005:114).

İşletme kaynaklı sebeplerin yanı sıra, gerçekleşen aşırı tüketim ve israf doğrudan otel misafirlerinden kaynaklı da olabilmektedir. Bireyler, otellerde günlük hayatlarındakine kıyasla iki katından daha fazla tüketim gerçekleştirmektedir (Özdoğan, Hancer ve Öter, 2013:2). Avrupa İstatistik Ofisi’nin (EUROSTAT, 2009) yaptığı bir çalışmaya göre, otellerdeki su tüketimi, hane halkı düzeyinde gerçekleşen su tüketiminden oldukça fazladır. Bunun sebebi otellerdeki günlük operasyonel faaliyetlerin (bahçelerin sulanması, günlük oda temizliği, yüzme havuzlarının doldurulması, mutfak ya da çamaşırhanede gerçekleştirilen faaliyetler) yanı sıra; otel misafirlerinin banyo gibi su gerektiren ihtiyaçlara yönelik zevk yaklaşımına sahip olmaları ve tatilde evdeki yaşamlarına göre daha fazla su tüketmeleridir (EUROSTAT, 2009:16). Gössling ve diğerlerinin (2012) uluslararası su tüketimi verilerine yönelik karşılaştırmalar yaptığı çalışmada da, turistlerin tatilde, evdeki su tüketiminin yaklaşık iki katı kadar su tükettiği tahminlenmiştir. TÜİK’nun 2011 yılı Türkiye istatistikleri de, Türkiye’de bir kişinin günde ortalama 217 litre su tüketirken, lüks bir otelde bir kişinin bir gecede 750-1000 litre arasında su tüketebildiğini göstermektedir (Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği [TÜSİAD], 2012:29). Otellerde kaynak israfına sebep olan tüketici davranışlarından biri de, otellerde özellikle su,

elektrik ve deterjan kullanımının artmasına yol açan gereksiz havlu değişimi talepleridir (Mair ve Bergin-Seers, 2010: 265).

Otellerde gerek örgütsel uygulamalardan kaynaklı gerek turist kaynaklı kaynak israfının söz konusu olduğunu söylemek mümkündür. Daha geniş bir perspektiften bakıldığında; otellerdeki turist davranışlarından kaynaklı israf kalemlerinin neler olduğu, turistlerin israf davranışlarının nedenleri, otel işletmelerinin turist kaynaklı israfı önlemeye yönelik mevcut uygulamalarının (varsa) neler olduğu ve israfı önlemeye yönelik ne tür uygulamalar yapılabileceği belirsizdir. İsrafın neden olduğu örgütsel, toplumsal, çevresel ve ekonomik sorunlar dikkate alındığında, bu belirsizliklerin otel işletmelerinde israfı önlemek (en azından azaltmak) açısından giderilmesi gerektiği değerlendirilmektedir. Bu tez çalışması da, bahsedilen bu ihtiyaçtan/gereklilikten dolayı ortaya çıkmıştır.

1.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın amacı, otellerde turistler tarafından gerçekleştirilen israf davranışlarının ve turistleri israfa yönelten nedenlerin ortaya çıkarılmasıdır. Ayrıca, otel işletmelerinin turist kaynaklı israfı önlemeye yönelik mevcut uygulamalarının ve otel çalışanlarının turist kaynaklı israfa yönelik çözüm önerilerinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Böylece, örgütsel, toplumsal, çevresel ve ekonomik açılardan çok yönlü zararlara neden olan otellerdeki turist kaynaklı israf sorununun çözümüne katkı sağlanabilmesi hedeflenmektedir.

İşletmelerde israfın azaltılması ve atıkların en aza indirilmeye çalışılması konusu, çevreye duyarlı yönetim kapsamı içerisinde değerlendirilebilir. Çevreye duyarlı yönetim, işletmenin karar alma süreçlerinde ekolojik çevreyi göz önünde bulunduran, operasyonlarında çevreye verilen zararı en aza indirmeyi amaçlayan, sunduğu ürünlerin tasarımını ve ambalajlanmasını, üretim süreçlerini çevreye duyarlı yaklaşımla şekillendiren ve değiştiren, çevreye duyarlılık felsefesini örgüt kültürüne yerleştirmeye uğraşan, sosyal sorumluluklarını yerine getirmeye çabalayan işletmelerin benimsediği bir anlayış olarak açıklanmaktadır (Nemli, 2001:213). Çevreye duyarlı çabalarını sistematik şekle getirmek, hedefler belirleyip belirlenen hedeflere ne ölçüde ulaşıldığını tespit etmek ve iyileştirici önlemler almak isteyen işletmeler, çevre yönetim sistemlerini oluşturma ve belgelendirmeye gitmektedirler (Nemli, 2001:213-214). Bir çevre yönetim sistemi çevreye duyarlı satın alma politikalarını, atıkların yönetimi ve yok edilmesini içermektedir (Kirk, 1995:5). Atık yönetimi hiyerarşisine göre, atık yönetimi en az arzu edilenden en çok arzu edilene doğru; atık depolama (en zararlı), atık yakma, atık geri dönüşümü (malzemeleri tekrar kullanmak üzere geri kazanma), atık tekrar kullanımı (materyali işleme tabi tutmadan tekrar kullanma) ve atık oluşumunun en aza indirilmesi (asgari

ambalajlama, atık oluşumunu önleme) şeklinde uygulamaları içermektedir (Kirk, 1995:6). Atık yönetimi hiyerarşisi Şekil 1.1.'deki piramitle görselleştirilerek sunulmuştur.



Şekil 1.1. Atık Yönetimi Hiyerarşisi

Kaynak: (Kirk, 1995).

Hiyerarşinin ilk dört basamağında ortaya çıkmış olan atıkların yönetilmesi söz konusuysa, atık oluşumunun en aza indirilmesi (waste minimisation) basamağında atığın ortaya çıkmasının önlenmesi söz konusudur. Bu yönüyle, atık oluşumunun en aza indirilmesi basamağı, atık yönetimi hiyerarşinin diğer basamaklarından farklılık göstermektedir. Atık oluşumunun en aza indirilmesinde, atık oluşumunun sürecin en başında önüne geçilmeye çalışılarak aynı zamanda ortaya çıkabilecek atıkların yol açabileceği çevresel, ekonomik ve toplumsal maliyetler de önlenmiş olmaktadır (örneğin, asgari ambalajlamayla kaynak israfının önüne geçilebilmektedir). Bu tez çalışmasında, israfın önlenmesine yönelik olarak, hiyerarşinin en ideal basamağı olan “atık oluşumunun en aza indirilmesine” odaklanılmaktadır.

Otel işletmelerinde israf sorununun çözümü, aynı zamanda söz konusu işletmelerin kaynak kullanım etkinliğine yönelik performansının da artırılması anlamına gelmektedir. Otel işletmelerinde kaynak kullanımının etkinliğine yönelik performans ise, çeşitli *fiziksel* (bina büyüklüğü, yapısı, tasarımı, yaşı, kurulan enerji ve su sistemleri gibi) ve *işleyişsel* (aktivite alanlarındaki işleyiş şemaları, sunulan hizmetler, doluluk oranlarındaki dalgalanmalar, otel misafirlerinin iç mekan konforuna yönelik tercihlerindeki değişimler, otel misafirlerinin kültürü ve kaynak tüketimine yönelik farkındalık düzeyi gibi) parametreler tarafından etkilenebilmektedir (Bohdanovich ve Martinac, 2007:83). Bu tez çalışmasında, bahsedilen işleyişsel faktörlerin kapsamı içerisinde olduğu değerlendirilebilecek “turistlerin israfa yönelik davranışlarıyla, bu davranışların geri planındaki unsurlara” ve “israfı önleyici örgütsel

uygulamalara” odaklanılmaktadır. Otellerdeki fiziksel parametreler ise yalnızca turistlerin israf davranışları üzerindeki etkileri bakımından dikkate alınmaktadır.

Otellerde, kaynakların etkin kullanımı (zayıfın önlenmesi) çeşitli şekillerde gerçekleştirilebilir. Bunlar; kaynak tasarruflu ekipman ve sistemlerin kullanımı (yalnızca oda anahtar kartı takılı olduğunda elektriği aktive eden sistemler, su tasarruflu musluklar ya da duş başlıkları gibi) ya da kaynak kullanımının etkinliği konusunda çalışanlarla işbirliği yapılması gibi arz yönlü (supply side) uygulamalar olabilir (Cvelbar vd., 2017:921). Ancak, otellerde günlük operasyonel faaliyetler sırasında gerçekleşen kaynak kullanımının dışında, turistler tarafından da ciddi boyutlarda kaynak kullanımı gerçekleşmektedir. Turistlerin kaynak tüketiminin ise, günlük hayattaki tüketim faaliyetlerinin oldukça üzerinde olabildiği yapılan çalışmalarda vurgulanmaktadır (EUROSTAT, 2009; Gössling vd., 2012). O nedenle, bahsedilen arz kaynaklı uygulamalar kaynak israfının minimize edilmesinde tek başına yeterli olmayabilir. Bu durum, Cvelbar ve diğerleri (2017) tarafından bahsedilen, turistlerle işbirliği yapılması (turistlerin çevreye karşı daha duyarlı davranmaya yönlendirilmesi gibi) gibi talep yönlü (demand-side) uygulamalara odaklanılmasının gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu çalışmada, turist tarafından gerçekleştirilen israfın yine turist davranışlarının değiştirilmesine yönelik işletme uygulamalarıyla nasıl ortadan kaldırılabileceğine (ya da azaltılabileceğine) yönelik “talep yönlü” unsurlara odaklanılmaktadır. Otellerdeki arz yönlü kaynaklar ise yalnızca otel misafirlerinin israf davranışları üzerindeki etkileri bakımından dikkate alınmaktadır.

1.3. Araştırma Soruları

Tüketici Davranışı Modeli (Kara Kutu Modeli), tüketici davranışlarının çeşitli kişisel ve çevresel faktörlerden hareketle şekillendiğini öne sürmektedir (Odabaşı ve Barış, 2002:48). Bu çalışmada yürütülen temel mantık, herhangi bir istenmeyen davranışı değiştirebilmek için, bireyi o davranışa yönelten kişisel ve çevresel nedenlerin tespit edilmesi gerektiğidir. Turistlerin israf davranışını değiştirebilmek için de, israfa neden olan kişisel ve çevresel unsurların öncelikli olarak ortaya çıkarılması gerekmektedir. Turistlerin israf olgusunu nasıl algıladıklarının, israfa yönelik tutumlarının neler olduğunun ortaya çıkarılmasının da önemli olduğu değerlendirilmektedir. Ayrıca, otel işletmelerinde israfı önlemeye yönelik var olan uygulamaların neler olduğu ve alınabilecek ilave önlemlerin neler olabileceği de araştırmada ortaya çıkarılması hedeflenen diğer belirsizliklerdir.

Turistlerin otellerde ne tür israf davranışları sergiledikleri ve bu israf davranışlarının otelin hangi alanlarında (bölümlerinde) yoğun olarak gerçekleştiğinin bilinmesi, israf sorununa yönelik alınabilecek önlemlerin belirlenebilmesi ve bu önlemlerin öncelik sırasının doğru değerlendirilebilmesi açısından önem arz etmektedir. İsfraf kalemlerine ilişkin bu tespitlerin,

aynı zamanda otel yönetiminin, otel bölümleri bazında (örneğin, odalarda, restoranda, barlarda, aktivite alanlarında) israfı önleyici uygulamalar geliştirebilmeleri açısından da yol gösterici olabileceği değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, çalışmada otel misafirleri tarafından gerçekleştirilen israf türlerinin neler olduğuyla ilgili olarak aşağıdaki araştırma sorusuna yanıt aranmaktadır.

- **A.S.1.** *Turistler otellerde ne tür israf davranışları sergilemektedirler (otellerde turist kaynaklı israf kalemleri nelerdir?)*

Bir davranışın birbiriyle bağlantılı pek çok belirleyicisi vardır. Örneğin, bireylerin çevredeki çeşitli uyaranları seçmesi, zihninde organize etmesi ve yorumlaması olarak tanımlanan algılar (Solomon, Bamossy, Askegaard ve Hogg, 2006:36), psikolojik bir faktör olarak davranışların önemli belirleyicilerindendir (Kotler, Bowen ve Makens, 2010:151). Ayrıca, tutumlar, normlar, inançlar, kişisel faktörler (kişilik özellikleri, değerler, duygular, zeka), sosyal faktörler (yaş, cinsiyet, ırk, etnik köken, eğitim, gelir, din), bilgi kaynakları (tecrübe, bilgi, medya kaynakları) ve diğer çevresel faktörler gibi pek çok unsur davranış üzerinde etkili olabilmektedir (Fishbein ve Ajzen, 1975:16; Ajzen, 1991:182; Odabaşı ve Barış, 2002:48; Ajzen, 2005:135). Turistlerin israf davranışında bulunmasının nedenlerinin ortaya çıkarılması, israfa yol açan örgütsel uygulamalara yönelik önleyici düzenlemeler yapılmasının yanı sıra, turistlerle bu konuda yapılacak işbirliği ve iletişim çabaları açısından da yol gösterici olabilecektir. Bu bağlamda, çalışmada aşağıdaki araştırma sorusunun yanıtı aranmaktadır.

- **A.S.2.** *Turistler otel konaklamaları süresince neden israfa yönelmektedirler?*

Bazı yabancı kaynaklı çalışmalarda, turistlerin otellerdeki su tüketiminin, günlük hayattaki su tüketimden oldukça fazla olduğu açıklanmaktadır (EUROSTAT, 2009; Gössling vd., 2012). Bu çalışmalar, turistlerin günlük yaşamdaki tüketim davranışlarıyla oteldeki tüketim davranışları arasında farklılıklar olabileceğine işaret etmektedir. Tüketim davranışlarında böyle bir farklılık varsa, bu farklılıkların nasıl ve neden ortaya çıktığının belirlenmesinin, otellerde israfın nedenlerinin anlaşılması açısından önemli açılımlar sağlayabileceği değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, çalışmada aşağıdaki araştırma sorusunun yanıtı aranmaktadır.

- **A.S.3.** *Turistlerin günlük yaşamdaki tüketim davranışlarıyla oteldeki tüketim davranışları farklılık göstermekte midir? Nasıl ve Neden?*

Literatürdeki bazı çalışmalarda, farklı sosyo-demografik özelliklere sahip bireylerin otellerdeki kaynak kullanım şekilleri (su tasarrufu, havlu tekrar kullanımı gibi) arasında anlamlı farklılıklar bulunduğu (Gabarda, Mallorqui, Fragué ve Ribas, 2018) ve gıda israfı davranışlarının farklılıklar gösterdiği (Juvan, Grün ve Dolnicar, 2018; Özdemir ve Güçer, 2018; Tekin ve Ilyasov, 2017; Aydın ve Yıldız, 2011) görülmektedir. Bu çalışmalar, otellerdeki farklı müşteri grupları arasında israf davranışları açısından önemli farklılıklar olabileceğini işaret

etmektedir. Otellerdeki farklı müşteri grupları arasında böyle bir farklılık varsa, bu farklılıkların nasıl olduğunun ortaya çıkarılmasının, otellerdeki turist kaynaklı israfın sosyo-demografik belirleyicilerinin anlaşılması açısından önemli açılımlar sağlayabileceği değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, çalışmada aşağıdaki araştırma sorusunun yanıtı aranmaktadır.

- **A.S.4.** *Otellerdeki farklı müşteri (misafir) grupları arasında israf davranışları açısından farklılıklar var mıdır? Varsa, otellerdeki farklı müşteri gruplarının tüketim/israf davranışları nasıl farklılaşmaktadır?*

Otel işletmelerinde turist kaynaklı israfı önlemeye yönelik mevcut uygulamaların tespit edilmesi, hem turizm literatürü hem de sektör açısından önem arz etmektedir. Turist kaynaklı israfı önlemeye yönelik etkili uygulamaların kayıt altına alınarak değerlendirilmesi, diğer otel işletmeleri için örnek teşkil edebilecek ve farklı uygulamaların düzenlenmesinde yol gösterici olabilecektir. Ayrıca, otellerde var olan uygulamaların güçlü ve zayıf yönlerinin değerlendirilerek, yeni uygulama tasarımlarının yapılabilmesine olanak tanıyabilecektir. Bu bağlamda, çalışmada aşağıdaki araştırma sorusunun yanıtı aranmaktadır.

- **A.S.5.** *Otel işletmelerinin, turist kaynaklı israfı önlemeye yönelik uygulamaları nelerdir?*

Turist kaynaklı israfı önlemeye yönelik otel işletmeleri çalışanlarının mevcut uygulamalarından hareketle sunabilecekleri çeşitli çözüm önerileri olabileceği gibi, münferit bir otel işletmesinin tek başına uygulayamadığı ancak işbirliği ile gerçekleştirilecek çeşitli çözüm önerileri de olabilir. Bu noktada, turistleri israfa yönelten nedenlerle ilgili bulgulardan hareketle araştırmacının kendisi tarafından uygulayıcılara getirilebilecek bir takım çözüm önerilerinin yanı sıra, bizzat sektörün içerisinde olan uygulayıcıların kendi çözüm önerilerinin ortaya çıkarılarak değerlendirilmesinin, sorunun çözümüne yönelik kapsamlı bilgiler sunabileceği düşünülmektedir. Bu bağlamda, çalışmada aşağıdaki araştırma sorusunun yanıtı aranmaktadır.

- **A.S.6.** *Otel çalışanlarının turist kaynaklı israfa yönelik çözüm önerileri nelerdir?*

Otel misafirlerinin kendi içsel gözlemleri, diğer otel misafirlerinin davranışlarına yönelik gözlemleri (varsa) ve otel uygulamalarına yönelik gözlemlerinden hareketle sunabilecekleri çeşitli çözüm önerilerinin otellerdeki israf sorununun çözümüne ilave katkılar sağlayabileceği değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, çalışmada aşağıdaki araştırma sorusunun yanıtı aranmaktadır.

- **A.S.7.** *Otel misafirlerinin turist kaynaklı israfa yönelik çözüm önerileri nelerdir?*

1.4. Araştırmanın Önemi

Otellerde turist kaynaklı israf sorununun çözümüne katkı sağlanmasının hedeflendiği bu araştırmanın hem uygulama açısından hem de kuramsal açıdan önemli olduğu

değerlendirilmektedir. Takip eden kısımda, öncelikle araştırmanın uygulama açısından, ardından kuramsal açıdan önemi açıklanmaktadır.

1.4.1. Araştırmanın Uygulama Açısından Önemi

Turizm; iklim ve hava koşullarına yönelik hassasiyeti, doğal fauna ve flora ya bağlılığı nedeniyle iklim değişiminden önemli ölçüde etkilenmektedir. (Njoroge, 2016:1487). Gelecekte iklim değişimi ve su kullanımının artmasına (turist sayılarındaki büyüme ve suya dayalı aktivitelerin artmasıyla) bağlı olarak pek çok bölgede, su kaynakları ve kalitesiyle ilgili ciddi problemler yaşanacağı ve özellikle su kaynaklarının kıt olduğu bölgelerdeki turizm işletmelerinin bu durumdan olumsuz etkileneceği öngörülmektedir (Gössling vd., 2012:7-11). Bu noktada, otel işletmelerinde kaynak yönetimi uygulamaları, turizmin sürdürülebilirliğine katkı sağlaması bakımından büyük önem taşımaktadır (Trung ve Kumar, 2005:109). Otel işletmelerinde tüketici kaynaklı israfın azaltılmasına yönelik çözüm önerileri sunulan bu çalışmanın, otel işletmelerinde kaynak yönetimi uygulamaları açısından yol gösterici olması ve bu yönüyle turizmde sürdürülebilirlik çabalarına katkı sağlaması bakımından önemli olduğu değerlendirilmektedir. İklim değişimi gerçeği ve turizmle ilişkisinin beyan edildiği, Ekim 2007’de İsviçre Davos’ta gerçekleştirilen II. Uluslararası İklim Değişimi ve Turizm Konferansı’nda; hükümetler, sektör ve tüketicilerin çevreye duyarlı eylemlere öncelik vermesi konusunda küresel bir çağrı yapılmıştır (Njoroge, 2016:1487). İsrafın iklim değişimine yönelik olumsuz etkisi dikkate alındığında, bu tez çalışmasının bahsedilen küresel politika ve çabalara katkı sağlaması bakımından da önemli olduğu değerlendirilebilir.

Türkiye üç tarafı denizlerle çevrili bir ülke olsa da, tatlı su varlığı açısından zengin bir ülke sayılmamakta, ülkesel politikalar kapsamında su kaynaklarının tasarruflu kullanımına yönelik önlemler alınması planlanmaktadır. Su kaynaklarının yönetimi üzerine hazırlanan *Ulusal Çevre Eylem Planı*’nda, Türkiye’de su kaynaklarının sürdürülebilir yönetiminin uzun dönemli ekonomik kalkınmada önemli rol oynaması sebebiyle, su kaynaklarının korunmasına ve su israfının azaltılmasına yönelik çeşitli hedefler belirlenmiştir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 1997b:1). T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı 2017-2021 Stratejik Planı’nda ise, su israfının azaltılmasına yönelik bilinçlendirme ve yönlendirme faaliyetlerinin yürütüleceği açıklanmaktadır (T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı, 2016:27). Ticaret Bakanlığı tarafından Türkiye’nin içilebilir su azlığı yaşayan bir ülke olmasının, ülkedeki su israfının önlenmesini zorunlu kıldığı belirtilmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2018:130). Onuncu Kalkınma Planı’nda, “Öncelikli Dönüşüm Programları” başlığı altında “Yurtiçi Tasarrufların Artırılması ve İsrafın Önlenmesi Programı”na yer verilmiş ve bu program kapsamında orta-uzun dönem kalkınma hedeflerinin yakalanabilmesine yönelik; israfın boyutlarının tespit edilmesi, bilinçli tüketimin

yaygınlaştırılması ve israfın azaltılması ile ilgili kampanyalar düzenlenmesi yoluyla israfın azaltılması amaçlanmıştır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013:154-155). Onuncu Kalkınma Planı'nda ayrıca, enerjinin nihai tüketiciye sürekli, kaliteli, güvenli ve asgari maliyetlerle arzına yönelik olarak enerji israfının ve enerjinin çevresel etkilerinin en aza indirilmesi temel amaçlardan biri olarak belirlenmiştir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013:117). Onuncu Kalkınma Planı'nda, Ticaret Bakanlığı Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü'ne 'İsrafın Azaltılması ve Mükerrer Tüketimin Önlenmesi' bileşenini yürütme sorumluluğu verilmiştir. Bu sorumluluk kapsamında Ticaret Bakanlığı tarafından yayınlanan Türkiye İsraf Raporu'nda günümüzün en önemli enerji kaynağı olan fosil yakıtların hızla tükendiği ve Türkiye'nin enerji kaynağının yaklaşık %70'inin dışa bağımlı olduğu dikkate alındığında, enerji israfının önlenmesinin dışa bağımlılığın azaltılması açısından önem kazandığı açıklanmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2018:22). Aynı raporda, medya takip ve raporlama ajansı PRNet'in Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK) ve medya yansımalarından derlediği bilgilerin Türkiye'de bir yıl içinde 214 milyar liralık gıda israfı yapıldığını ortaya koymasına dayalı olarak, Temmuz 2018 itibariyle 1738 TL olarak belirlenen açlık sınırındaki dört kişilik bir ailenin, bir yıllık gecimi için gereken ortalama rakamlar esas alındığında, "Türkiye'de yaklaşık 43 bin kişinin bir yıllık geçiminin sadece gıda israfının önlenmesi ile gerçekleştirilebileceği" vurgulanmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2018:97). Bu göstergelere dayalı olarak raporda, gıda israfının önemli bir problem olduğu ve bunu önlemeye yönelik stratejilerin geliştirilmesinin zorunlu olduğu açıklanmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2018:97). Bu tez çalışmasının, otel işletmeleri düzeyinde israfı azaltmaya yönelik içerik sunarak, ülke kaynaklarının sürdürülebilir kullanımı ve kalkınmayla ilgili ülkesel politika hedeflerine ulaşılmasına katkı sağlama potansiyeli bakımından da önemli olduğu değerlendirilmektedir.

Bir ülkeye gelen yabancıların doğrudan ya da dolaylı olarak yaptıkları harcamalar o ülkenin dış turizm gelirlerini oluşturmakta ve ihracatta olduğu gibi ülkeye döviz girişi sağlamaktadır (Usta, 2008:58). Ortaya çıkardığı döviz girişleriyle ülkelerin cari işlemler dengesine de olumlu etki eden turizm, ülke ekonomilerine önemli katkılar sağlamaktadır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2006:78; Usta, 2008:54). Çalışmada getirilebilecek öneriler doğrultusunda, bu sektördeki israfın azaltılması sektörden elde edilen ekonomik katkının da artmasını sağlayabilecektir.

Araştırmadan elde edilecek bulgulara dayalı olarak otel işletmelerinde turist kaynaklı israfı azaltmaya ilişkin uygulayıcılara dönük öneriler getirilebilecektir. İsrafın örgütsel etkileri dikkate alındığında (Trung ve Kumar, 2005:109), uygulayıcılara yönelik getirilecek önerilerin; işletmelerin karlılığı, çevresel performansı ve imajının iyileştirilmesi açısından da önemli katkılar sağlayabileceği değerlendirilmektedir. Ayrıca, bu tez çalışmasının; sektör çalışanlarının, sektörel birliklerin, politika yapımcıların ve toplumun diğer kesimlerinin israf konusuna

dikkatinin çekilmesi ve bu konudaki bilincin artırılabilmesi bakımından da önemli olduğu düşünülmektedir.

1.4.2. Araştırmanın Kuramsal Açıdan Önemi

Otellerde gerek uygulamalardan kaynaklı (Menekşe, 2005), gerekse doğrudan otel misafirlerinin davranışlarından kaynaklı (EUROSTAT, 2009; Mair ve Bergin-Seers, 2010; Özdoğan, Hancer ve Öter, 2013) gerçekleşen israfın önemli bir sorun olduğu bilinmektedir. Ancak, otel misafirlerinin bazı israf davranışlarıyla (ağırlıklı olarak gıda israfıyla) ilgili gerçekleştirilen sınırlı sayıdaki çalışmalar (Kallbekken ve Saelen, 2013; Aydoğdu ve Koçoğlu, 2017; Tekin ve İlyasov, 2017; Özdemir ve Güçer, 2018; Qoura ve Ali, 2018; Juvan vd., 2018) dahil olmak üzere incelenen literatür dikkate alındığında; otel misafirlerinin hangi tür davranışlarının “israf” olarak değerlendirildiğinin ve israf davranışlarının nedenlerinin daha önce ortaya konulmadığı görülmektedir. Bu bakımdan, bu tezin otel misafirleri tarafından gerçekleştirilen israf davranışlarına, nedenlerine ve bu konudaki çözüm stratejilerine ilişkin yapılan ilk kapsamlı çalışma olduğu söylenebilir. Bu yönüyle çalışmanın, bu konuda yapılabilecek benzer çalışmalara kuramsal zemin oluşturması bakımından önemli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca, çalışmada araştırmacılara yönelik getirilen önerilerin otellerde israfı ilgili çalışılabilecek konular açısından yön gösterici olacağı söylenebilir. Literatürdeki israf tanımlarının yanısıra, otel çalışanları ve otel misafirlerinin israfı tanımlayış şekilleri de dikkate alınarak, israf kavramının yeniden tanımlandığı ve kavramsal içeriğinin tartışılarak açıklandığı bu çalışmanın aynı zamanda, israfın kavramsal çerçevesinin netleştirilmesine katkı sağlaması bakımından da önemli olduğu düşünülmektedir.

2. KAYNAK ARAŞTIRMALARI

2.1. İsrâf Kavramı

İsrâf olgusu ve nedenlerinin turizm bağlamında çok yönlü araştırılmasına olan ihtiyaç, bu çalışmada tek bir değişkenle derinlemesine araştırma yapılması kararında belirleyici olmuştur. Türk Dil Kurumu tarafından israf “gereksiz yere para, zaman, emek vb.ni harcama, savurganlık” olarak, savurmak “boşuna ve çok miktarda harcamak, israf etmek”, savurgan kelimesi ise “tutumsuz” şeklinde tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu [TDK], 2019). Ekonomik terimler ansiklopedik sözlüğünde, Arapça’da “sarf” kökünden türeyen israf (kaynakta İngilizcesi “waste, squandering” olarak belirtilen) kavramı; “para, emek, zaman gibi kıt kaynakları gereksiz yere harcama, savurganlık, tutumlu olmamak” şeklinde tanımlanmakta, israfta bulunan kişiye ise “müsrif” denildiği belirtilmektedir (Seyidoğlu, 1992:401). Savurgan kelimesi ise; (kaynakta İngilizcesi prodical, extravagant olarak belirtilen) “aşırı şekilde ve boş yere para harcayan, tutumlu olmayan, müsrif” ve “tasarruflu olmanın tam tersi” olarak açıklanmaktadır (Seyidoğlu, 1992:746).

Osmanlı Türkçesi sözlüklerinde israf “savurma, savurganlık” (Kanar, 2008), “gereksiz yere harcama” (Devellioğlu, 1993) olarak açıklanmaktadır. Arapça’daki “kasd” kökünden türeyen (kaynakta İngilizcesi “economics” olarak belirtilen) iktisat kelimesi ise, “aşırı gitmeme, aşırı davranmama”, “tutum, tutma”, “biriktirme, artırma” şeklinde israfın tersi anlamlara gelmektedir (Seyidoğlu, 1992:387). Makro-ekonomik açıdan israf, “belirli milli gelir düzeyine fazla kaynak kullanarak (veya israf ederek) ulaşmak”, “ekonominin sahip olduğu kaynakları (veya potansiyeli) iyi değerlendirememek veya kullanamamak”, “ekonomik etkinlik derecesinin düşük olması” şeklinde açıklanmaktadır (Manisalı, 1980:9). Uzgören (2006) ise israf kavramını “kaynakların amaca götürmeyen ya da amacı aşan biçimde kullanılması” şeklinde tanımlamaktadır. Ural (1999) israfı “savurganlık, gereksiz yere yapılan harcama” olarak tanımlamaktadır (Akt.; Uzgören, Şengür ve Yiğit, 2013:32). Müftüoğlu (2004) ise israfı, kaynakların kıt olduğu dünyada gereksiz, yararsız veya amaçsız bir şekilde kaynak kullanma olarak tanımlamakta; israfa konu olan kaynakların emek, mal, hizmet, zaman, toprak, parasal veya fiziki sermaye olabileceğini ifade etmektedir. Bir diğer tanıma göre israf; ihtiyaç ve istekleri karşılayan mevcut kaynakların ve olanakların; dengesiz, plansız ve gereğinden fazla harcanması, bilgisizce ve rasyonel olmayan bir şekilde kullanılmasıdır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2018:1). İsrafa yönelik yapılan tanımlamalar incelendiğinde israfın, -kaynakların gereksiz yere, aşırı şekilde, sorumsuzca sarf edilmesi ya da kaynakların etkin kullanılamaması- olduğu anlaşılmaktadır.

İsrâf kavramının İngilizce karşılığı, “wasteful expenditure; extravagance”, israf etmek fiilinin karşılığı “waste; squander; dissipate” olarak (The Oxford Turkish-English Dictionary,

1993), savurmak kelimesinin karşılığı ise “to spend extravagantly” olarak (Redhouse Türkçe-İngilizce Sözlük, 1992) açıklanmaktadır. Waste kavramının Türkçe karşılığına bakıldığında kavramın, “umursamazca, aşırı şekilde ya da amaçsızca kullanım ya da tüketim” olarak açıklandığı görülmektedir (Lexico Dictionary Online, 2019). Extravagance kelimesinin Türkçe karşılığına bakıldığında da benzer şekilde, “para harcamada ya da kaynakları kullamada sınırsızlık” olarak açıklandığı görülmektedir (Lexico Dictionary Online, 2019).

İncelenen tanımlar karşılaştırıldığında, israf ve savurganlığın benzer anlamlara geldiği ve sıklıkla birbiri yerine kullanıldığı görülmektedir. Bununla birlikte, israf kavramının savurganlık kavramına göre daha yaygın kullanıldığı, savurganlık kavramının parasal kaynakların çok ve/veya boşuna harcanması durumunda daha yaygın kullanıldığı, israf kavramının ise para, zaman, emek gibi hem somut hem de soyut kaynakların gereksiz ve çokça harcanmasıyla ilgili olarak daha kapsamlı olarak tanımlanabildiği değerlendirilmektedir. Çalışmada israf veya savurganlık kelimelerinden hangisinin kullanılmasının daha uygun olacağını değerlendirebilmek için incelenen tanımların yanısıra uzman görüşlerine başvurulmuştur. Bir Türk Dili Bölümü Öğretim Görevlisi, bir Türk Halk Edebiyatı Anabilim Dalı profesörü ve bir Yeni Türk Dili Anabilim Dalı Profesörü’nden çalışmanın amacı da açıklanarak çalışmada hangi kavramın kullanılmasının daha uygun olacağı ve hangi kavram kullanılırsa katılımcılar tarafından görüşme sorularının anlaşılabilirliği ve yanıtlanabilirliğinin artırılacağı konusunda telefon yoluyla görüş alınmıştır. Üç öğretim elemanının ortak görüşü; israf kavramının savurganlık kavramından daha yaygın kullanıldığı ve çalışmada israf kavramının kullanılmasının çalışmanın amacı göz önünde bulundurulduğunda daha uygun olacağı yönünde gerçekleşmiştir.

Benzer bir durum kavramların İngilizcesi olan “waste” ve “extravagance” için de geçerlidir. Kavramın İngilizcesi olarak hangi kelimenin kullanılmasının daha uygun olacağını değerlendirebilmek için de, İngiltere’de pazarlama yönetimi, tüketici araştırmaları, turizm ve kültürlerarası araştırmalar konusunda çalışmaları ve çok sayıda uluslararası dergi editörlükleri olan bir İşletme Yönetimi Anabilim Dalı profesöründen çalışmanın amacı açıklanarak benzer şekilde telefon yoluyla görüş alınmıştır. Yapılan görüşmede, waste kavramının literatürde “atık” anlamında da kullanıldığı, israf kavramının İslami yönetim çalışmalarında daha çok ele alındığı, kavramların literatürdeki kullanımları ve çalışmanın amacı göz önünde bulundurulduğunda çalışmada “extravagance” kelimesinin kullanımının daha uygun olduğu yönünde görüş alınmıştır. Kavramların tanımlarına yönelik incelemeler ve uzman görüşleri dikkate alınarak, çalışmada “israf” ve İngilizce karşılığı olarak “extravagance” kelimelerinin kullanılması tercih edilmiştir.

Türkiye İsraf Raporu’nda, kamuoyu tarafından israfın “gereksiz/aşırı tüketim/harcama”, “çöpe atmak/ziyan etmek”, “ihtiyaç dışı satın almak” olarak tanımlandığı açıklanmaktadır (T.C.

Ticaret Bakanlığı, 2017:65; 2018:75). 2017 yılında yayınlanan ilk israf raporunda, kamuoyu tarafından taksiye binmek (%70,7), abur cubur tüketmek (67,7), dışarıda yemek yemek (%61,1), tatile gitmek (%60,4), kültür-sanat konularına para harcamak (%59,9), yazın soğutma için para harcamak (%53,9) ve otomobil kullanmak (%52,1) eylemlerinin ihtiyaç dışı tüketim (israf) olarak; gazete, kitap, dergi için para harcamanın (%56,6) ve eğlence/sosyalleşme için para harcamanın (%51,5) ise zorunlu ihtiyaç olarak algılandığı açıklanmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2017:65). 2018 yılında yayınlanan israf raporunda ise; gazete, kitap, dergi için para harcamak ve eğlence/sosyalleşme için para harcamak da dahil olmak üzere bahsedilen eylemlerin tamamının kamuoyunun çoğunluğu (her bir eylem için %50'den fazla) tarafından isteğe bağlı keyfi tüketim (israf) olarak algılandığı açıklanmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2018:78). Bununla birlikte, bahsedilen davranışların israf olarak algılanma(ma)sının cinsiyet, gelir düzeyi ve eğitim durumuna göre anlamlı farklılıklar gösterdiği açıklanmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2018:78). Bu bulgular, Türk toplumu tarafından israf olarak algılanan davranışları ortaya koymasının yanı sıra, aynı toplumda israf olarak görülen davranışların bir yıl gibi kısa bir sürede bile bazı değişiklikler gösterebildiğini işaret etmektedir. Yayınlanan raporlarda, kamuoyu tarafından israf olarak algılanan davranışların kişiden kişiye ve zaman içerisinde değişmesinin nedeninin, israfın satın alınan/kullanılan/tüketilen kaynağın ihtiyaç olarak görülüp görülmemesi üzerinden açıklanması olduğu değerlendirilmektedir.

İsrafla ilgili çalışmalar ağırlıklı olarak gıda israfına yönelik olduğundan, gıda israfı ayrıca tanımlanmaktadır. Gıda israfı, son kullanma tarihi geçecek şekilde muhafaza edilmiş ya da bozulmaya terk edilmiş olsun veya olmasın, insan tüketimine yönelik gıdaların atılmasını ifade etmektedir (FAO, 2013:9). Gıda israfı nihai tüketim aşamasında atılan gıdaları ifade ederken, genellikle üretim aşamasında meydana gelen ve gıda kaybı (food losses) olarak adlandırılan fireler "israf" kapsamına girmemektedir (Dölekoğlu vd., 2014:175).

Uzgören (2006) israfa neden olabilecek unsurları tüketim miktarı (aşırı ya da eksik tüketim), zamanı etkin kullanamama, gösteriş amaçlı tüketim ve diğer tüketicilerden etkilenme olarak açıklamaktadır. Bu konuda daha çok gıda israfının nedenlerine değinildiği dikkat çekmektedir. Gıda israfına neden olan faktörlerden bazıları Avrupa Komisyonu (2017) tarafından; alışveriş ve öğün planlaması eksikliği, "bir alana bir bedava" gibi tutundurma çabaları, son kullanma tarih etiketlerine yönelik yanlış anlamaların yenilebilir gıdaların çöpe atılmasına sebep olması, restoranlardaki standartlaştırılmış porsiyon büyüklükleri, israf sorununun büyüklüğüne ve gıda israfını azaltmayla elde edilebilecek faydalara ilişkin bilinçsizlik olarak açıklanmaktadır. Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi (EESC, 2013), aile yapısı ve yaşam stillerindeki değişim gibi sosyolojik unsurların da gıda israfını etkileyen faktörlerden olduğunu, bununla birlikte gelişmiş ülkelerde problemin daha çok davranışsal olduğu ve gıda harcamalarının hanehalkı giderleri içerisindeki payının küçüklüğünden de

kaynaklı olarak umursamazca yapılan tüketimin arttığını açıklamaktadır. Bununla birlikte, yoksulluk ve hanehalkı gelirinin düşük olmasının gıda israfını kabul edilemez kıldığı ve gelişmekte olan ülkelerde genellikle az miktarlarda gıda malzemesi satın alınmasına bağlı olarak daha az gıda israfına rastlandığı ifade edilmektedir (Gustavsson, vd., 2011: 13). Lipinski ve diğerleri de (2013), tüketici tutum ve davranışlarının gerçekleşen gıda israfında büyük bir rol oynadığını ifade etmektedir. Ancak, gıda israfının nedenleri sektöre özgü de olabilmektedir (EC, 2017). Örneğin, birçok restoranın sabit fiyatlardan açık büfe hizmet vermesi, insanları tabaklarını yiyebileceklerinden çok daha fazla yemekle doldurmaya yönleltebilmektedir (Gustavsson vd., 2011:14). Bu durum aynı zamanda, sektörlerdeki uygulamaların da tüketicileri israfa yönleltebileceği gerçeğini ortaya koymaktadır.

2.2. Literatür Taraması

İsrafla ilgili uluslararası literatürün taranması için kelimenin İngilizce karşılığı olarak kullanılabilen “extravagancy”, “extravagant” ve “extravagance” anahtar kelimelerinden yararlanılmıştır. Literatürde bu kavramların geçtiği çalışmaların, lüks ve savurganlık ilişkisi (Davidson, 1898), çocukların davranışsal problemlerinden biri olarak açıklanan ölçsüz davranış özellikleri (zorbalık, aksilik, rahatsızlık verme vb.) (Ellis ve Miller, 1936), enerji israfı ekonomisi ve enerji krizlerinin nedenleri (Walker ve Large, 1975), banka çalışanlarının ölçsüz yaşam stilinin (extravagant life style) dolandırıcılık davranışı üzerindeki etkisi (Balogun, Selemogve ve Akinfala, 2013), örgütsel baskıların kamuda mevkiye ilişkin savurgan tüketim (yolsuzluk, kamu gücünün bireysel çıkarlar için kötüye kullanılması) üzerindeki etkisi (Gong ve Xiao, 2017), savurganlık hakkındaki düşüncelerin lüks ürünlere yönelik tüketici kararlarına etkisi (Park, Kim, Kwak ve Wyer, 2014), lüks tüketim davranışlarına yönelik değere dayalı müşteri bölümlendirmesi (Wiedman, Hennings ve Siebels, 2009) konularıyla ilgili olduğu görülmektedir. Bahsedilen çalışmaların daha çok psikoloji, pazarlama, politika ve etik alanlarıyla ilgili olduğu görülmektedir. Turizm alanındaki araştırmalarda “extravagance/extravagant/extravagancy” kavramları yerine, atık yönetimi ve israfla ilgili yaygın olarak “waste” kavramının kullanıldığı görülmektedir.

İsrafla ilgili uluslararası turizm literatürün taranması için kelimenin İngilizce karşılıklarından bir diğeri olan “waste” anahtar kelimesinden yararlanılmıştır. Ancak bu kelime İngilizce’de hem israf hem de atık anlamına gelmektedir. Bu sebepten, kavramın israf mı yoksa atık anlamında mı kullanıldığı, ancak çalışmaların özet ve anahtar kelimelerine yönelik titiz inceleme sonucunda anlaşılabilmektedir. Kelimenin, yapılan çalışmalarda daha çok atık anlamında kullanıldığı görülmüştür. İsrafla ilgili olabilecek çalışmalara ulaşma çabasıyla otellerde kaynak tüketimiyle ilgili çeşitli çalışmalar incelenmiştir. Bu çalışmaların da, otellerin

inşaatından imha aşamasına kadarki süreçte enerji kullanımı ve atık üretiminden kaynaklı karbondioksit gazı üretimi (Rosselló-Batle, Moià, Cladera ve Martínez, 2010), otel atıklarından kaynaklı sera gazı üretimi (Singh vd., 2014), kaynak (su ve enerji) kullanımı ve atık yönetimi (Trung ve Kumar, 2005), lüks ve orta ölçekli otellerde kaynak (su ve enerji) tüketimini etkileyen fiziksel ve operasyonel faktörler (Bohdanovicz ve Martinac, 2007), turistlerin konakladığı işletme türüne göre (kamp, otel, resort, daire gibi) su tüketim miktarındaki farklılıklar (Rico-Amoros vd., 2009), otellerde su kullanımının (oda sayısı, doluluk oranları ve yıllık toplam su tüketimine dayalı olarak) etkinliği (Charara vd., 2011), turizmde su kullanım miktarlarına ilişkin ülkeler arası karşılaştırma ve su güvenliği (Gössling vd., 2012), otellerin su tasarrufu uygulamaları ve atık azaltımı uygulamalarının otel misafirlerinin tekrar ziyaret niyeti ve yeşil otel uygulamalarına katılım niyeti üzerindeki etkisi (Han, Lee, Trang ve Kim, 2018) gibi konularla ilgili olduğu görülmüştür. Söz konusu çalışmalar, otellerde kaynak tüketiminin miktarı, etkinliği, kaynak tüketimini etkileyen arz kaynaklı faktörler, kaynak tüketiminin ve tasarruf uygulamalarının sonuçlarına ilişkin önemli bilgiler sağlamakla birlikte, turistlerin kaynak kullanım şekilleri ve atık üretimindeki payının ne olduğuyla ilgili içerik sağlamadığı görülmektedir. Literatür taraması detaylandırılarak; “hotel”, “waste”, “wastage”, “hotel guest”, “water conservation”, “water consumption”, “towel re-use”, “energy consumption”, “water use/usage”, “waste reduction”, “waste minimisation”, “energy use/usage”, “consumption stage”, “food waste”, “customer”, “consumer”, “open buffet”, “behavior/behaviour” anahtar kelimelerinin farklı kombinasyonlarıyla 2.6.2017-21.06.2019 tarihleri arasında “CAB Direct”, “EbscoHOST”, “Emerald”, “IEEEExplore”, “Jstor”, “Proquest”, “PsycARTICLES(APA)”, “Science Direct”, “Springerlink”, “Taylor & Francis”, “Wiley” veritabanlarında ve Google Akademik’te detaylı tarama yapılmıştır. Yapılan taramada, otel misafirlerini kaynakları tasarruflu kullanmaya yöneltebilecek yönetsel uygulamalarla, otel misafirlerinin kaynak kullanım şekilleri ve belirleyicileriyle, otel misafirlerinin gıda israfı davranışları, belirleyicileri ve önleyici uygulamalarla ilgili çeşitli çalışmalara erişilmiştir. Takip eden alt başlıklarda bu çalışmalara ilişkin açıklamalar yer almaktadır.

2.2.1. Otel Misafirlerini Kaynak Tasarrufuna Yönlendirici Yönetmelik Uygulamalarla İlgili Çalışmalar

Literatürde, otel misafirlerini kaynakları tasarruflu kullanmaya ya da israfı azaltmaya yönelik, otel banyolarına yerleştirilen sosyal norm içerikli mesaj kartı uygulamalarının kullanımını inceleyen çeşitli deneysel araştırmaların var olduğu görülmektedir (Goldstein, vd., 2008; Schultz, vd., 2008; Mair ve Bergin-Seers, 2010; Bohner ve Schlüter, 2014; Reese, vd., 2014; Morgan ve Chompreeda, 2015). Enerjiden tasarruf edilmesi ve deterjan kullanımının azaltılması yoluyla çevresel kaynakların korunmasına dikkat çekerek, otel misafirlerini havlularını tekrar

kullanmaya teşvik eden mesaj kartları bir yandan çevrenin korunmasına katkı sağlamakta bir yandan da otelin maliyetlerini azaltmaktadır (Goldstein vd., 2007:145; Bohner ve Schlüter, 2014:1; Morgan ve Chompreeda, 2015:20). Oteller aynı zamanda, bu uygulamalarını bir kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti olarak tanıtarak pazar paylarını artırabilmektedirler (Morgan ve Chompreeda, 2015:20).

Yapılan çalışmalarda, çevre koruma bilincini artırmaya yönelik bilgilendirici mesajların yanı sıra sosyal norm (örneğin, diğer otel misafirlerinin büyük çoğunluğunun havlu tekrar kullanım programına katıldığı bilgisi) içerikli açıklamaların (Goldstein, vd., 2008; Schultz, vd., 2008; Bohner ve Schlüter, 2014; Reese, vd., 2014) ve teşvik bildiren (havlu tekrar kullanımı durumunda misafir adına bağış yapma gibi) mesajların (Mair ve Bergin-Seers, 2010; Morgan ve Chompreeda, 2015) otellerde havlu tekrar kullanımını önemli ölçüde artırdığı görülmüştür. Havlu tekrar kullanımının sebepleri otel misafirleri tarafından, “alışkanlık”, “ihtiyaç duymama (evde temiz havluları her gün değiştirmiyor olması)”, “kaynakları (su ve enerji gibi) israf etmek istememe”, “çevreye faydalı olma arzusu” olarak açıklanırken; misafirlerin havluları tekrar kullanmamalarının sebepleri de “tatilde olma (ve muhtemelen her gün yeni havlu almaya hak kazanmış olma)”, “hijyen sebepleri” ve “kişisel tercih” olarak açıklanmaktadır (Mair ve Bergin-Seers, 2010). Otellerde havlunun tekrar kullanımında belirleyici olan kişisel ve seyahat özelliklerinin belirlenmesine yönelik Cvelbar, Grün ve Dolnicar (2017) tarafından yapılan bir çalışmada da, yerel turistler, seyahat acentası yoluyla rezervasyon yapan ve çocuksuz turistlerin havlu tekrar kullanımı konusunda daha iyi oldukları; iş turistlerinin bütün gününü seminerlerle geçirmesi, spor aktivitelerinin pek fazla olmaması nedeniyle birden fazla havluya ihtiyaç duymadığı ve ailelere göre daha çok havlu tekrar kullanımı yaptıkları görülmüştür.

Farklı mesaj türlerinin havlu tekrar kullanımı üzerindeki etkilerini araştıran çalışmalarda, betimleyici, normatif ve ekonomik teşvik bildiren mesajlardan hangisinin daha etkili olduğu konusunda birbiriyle çelişen bulgulara ulaşıldığı görülmektedir. Orta Avrupa’daki Alp resortlerinde veri toplanarak gerçekleştirilen, Reese ve diğerlerinin (2014) çalışmasına göre, betimleyici norm içerikli mesajların, standart mesajlara (yalnızca çevreyi korumaya yönelik) göre havlu tekrar değişimi üzerinde daha etkili olduğu bulgulanmıştır. Tayland’da bir ada resort oteli misafirlerinden veri toplanan Morgan ve Chompreeda’nın (2015) çalışmasına göre, havlu tekrar kullanım oranları etki düzeyine göre sırasıyla; buyruksal (normatif) mesajlarda %84,5; betimleyici + buyruksal mesajlarda %65,5; ekonomik teşvik bildiren mesajlarda %61,3; betimleyici mesajlarda %59,3 oranında gerçekleşmiştir. Avustralya’da dört motel misafirlerinden veri toplanarak gerçekleştirilen Mair ve Bergin-Seers’in (2010) çalışmasında, ‘Bilgilendirme ve rica’ mesajları ve ‘normatif’ mesajlar, ekonomik teşvik bildiren mesajlara göre daha etkili bulunmuştur. Almanya’da iki otelde (3 ve 4 yıldızlı) yapılan Bohner ve Schlüter’in (2014) araştırmasına göre ise, betimleyici norm içerikli mesajların, standart

mesajlara göre havlu tekrar değişimi üzerindeki etkisi bakımından ilave bir katkı sağlamadığı tespit edilmiştir. Birbirleriyle çelişen bu araştırma bulguları, farklı milliyet ve kültürlerden gelen turistlerin sunulan mesaj türlerine tepkilerinin farklılık gösterdiğini, bir diğer ifadeyle mesaj türlerinin havlu tekrar kullanımı (sürdürülebilir tüketim davranışı) üzerindeki etkilerinin kültürlere göre farklılaştığını işaret ediyor olabilir. Ancak yapılan çalışmalarda, müşteri kökenlerine ilişkin bir açıklamanın sunulmamış olması, kültürler açısından durumu tartışmayı olanaksız hale getirmektedir. Konuyla ilgili bahsedilen çalışmalar hakkında detaylı bilgilere ilişkin tablo, Ek 1'de sunulmuştur. Literatürde, otel misafirlerinin havlu tekrar kullanım davranışlarını artırmaya yönelik uygulamalarla ilgili bahsedilen çalışmaların, otel misafirlerinin kaynak kullanımı/israfı davranışları ve belirleyicileriyle ilgili çalışmalara zemin hazırladığı görülmektedir. Takip eden başlık altında otel misafirlerinin kaynak kullanımı şekilleri ve belirleyicileriyle ilgili çalışmalarla ilgili açıklamalar sunulmaktadır.

2.2.2. Otel Misafirlerinin Kaynak Kullanım Şekilleri ve Belirleyicileriyle İlgili Çalışmalar

Literatürde otel misafirlerinin kaynak kullanımıyla ilgili olduğu belirlenen çalışmalarda, otel misafirlerinin kaynakları tasarruflu kullanma(ma) durumunun yanısıra, otel misafirlerinin kaynak kullanım şekillerinin belirleyicilerinin de araştırıldığı görülmektedir (Gabarda-Mallorqui, vd., 2018; Han ve Hyun, 2018a; 2018b; Han, Lee ve Kim, 2018). Gabarda-Mallorqui ve diğerleri (2018) tarafından farklı sosyo-demografik özelliklere sahip otel misafirlerinin su tasarrufuna katkı sağlama düzeylerinin ortaya çıkarılması amacıyla İspanya'da üç yıldızlı bir resort oteldeki otel misafirinden anket tekniğiyle veri toplanarak gerçekleştirilen çalışmada yapılan kümeleme analizi sonucunda farklı sosyo-demografik özelliklere, çevresel farkındalık (bilinç) düzeyine ve proaktivite (çevre yanlısı davranış) düzeyine sahip dört misafir profili ortaya çıkmıştır. Bu gruplar; bilinçli/proaktif olmayan grup (otelde kullanılan su tasarruf sistemleri hakkında makul düzeyde bilince sahip fakat düşük düzeyde çevre yanlısı davranış), bilinçsiz/proaktif olmayan grup, bilinçli/proaktif grup ve bilinçsiz proaktif grup şeklindedir. Araştırmada, bilinçsiz/proaktif grubun tüm misafir grupları içerisinde otelin su tasarrufu uygulamalarına en fazla katkı sağlayan grup olduğu bulgulanmıştır. Bu gruptaki bütün misafirlerin dişlerini fırçalarken ya da sabunlanırken musluğu kapattıklarını, sıcak suyu tasarruflu kullandıklarını, aynı havluyu bir günden fazla kullandıklarını, tuvaletteki sifonu çekerken küçük ya da büyük buton ayırımını yaptığını belirttikleri açıklanmaktadır. Araştırmada bu bulgu, çevre yanlısı davranış sergilemek için çevresel farkındalığa sahip olmanın şart olmadığı şeklinde yorumlanmaktadır. Ayrıca, bilinçsiz/proaktif gruptaki otel misafirlerin çevresel farkındalıkları düşük olmasına rağmen su tasarrufu alışkanlıklarına sahip oldukları, daha yalın bir yaşam stili kapsamında daha az su kullanımından kaynaklı içsel bir doyum

yaşadıkları ve bu yüzden tasarruf davranışlarının ahlaki inançlarıyla ilgili olabileceği belirtilmektedir. Bilinçli/proaktif olamayan gruptaki misafirlerin ise su tasarrufu uygulamalarına katkı sağlamamasının muhtemel nedeni misafirlerin evdeki ve oteldeki su tüketim alışkanlıklarının farklı olması şeklinde açıklanmaktadır. Çalışmada ayrıca, yaşlı misafirlerin (istikrarsız zamanlarda yaşamaktan gelen koruma ahlakını devam ettirmeleriyle açıklanmakta), kadın misafirlerin (erkeklerle göre başkalarının iyi oluşlarıyla daha fazla ilgilenmeleriyle açıklanmakta), Akdeniz ülkelerinden gelen misafirlerin (kıtık zamanlarından etkilenen ülkelerden gelmeleriyle/geçmiş yaşantılarıyla açıklanmakta) ve eğitim düzeyi yüksek olan misafirlerin (yüksek farkındalık düzeyleriyle açıklanmakta) su tasarrufu uygulamalarına daha fazla destek verdikleri ortaya çıkmıştır (Gabarda-Mallorqui, 2018:11).

Han ve Hyun (2018a) tarafından çevre yanlısı davranışlara (su tasarrufu ve havlu tekrar kullanımı davranışlarına) yönelik karar süreçlerini ortaya çıkarmak amacıyla online anket tekniği kullanılarak gerçekleştirilen araştırmada, otel misafirlerinin günlük hayattaki su tasarrufu davranışları ve havlu tekrar kullanım alışkanlıklarının bir otelde su tasarrufu ve havlu tekrar kullanımı davranışları üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu ortaya çıkarılmıştır. Araştırmada, beklenen suçluluk (anticipated guilt) ve özsaygı (anticipated pride) duygularının ve ahlaki normların (bireyin kişisel/içsel –dışsal normlardan bağımsız- olarak bir davranışı gerçekleştirmenin kendisinin ahlaki bir sorumluluğu olduğu hissi) da benzer şekilde bir otelde su tasarrufu ve havlu tekrar kullanımı davranışları üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu ortaya konulmuştur. Çalışmada, dışsal/sosyal normların (betimsel normların ve buyruksal normların) bir otelde su tasarrufu davranışı üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı ancak ve havlu tekrar kullanımı davranışı üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu bulunmuştur (Han ve Hyun, 2018:91). Han ve Hyun (2018b) tarafından otel misafirlerinin çevre yanlısı davranışlarına (su tasarrufuna) yönelik karar oluşumlarını açıklamak amacıyla anket tekniği kullanılarak gerçekleştirilen bir başka araştırmada, biyosferik değer (canlıküreye yönelik kaygılar) ve çevresel duyarlılığın (çevreye yönelik tehditler konusunda endişeli olma), çevre için fedakarlık yapma isteği ve bireysel/ahlaki norm (çevre yanlısı eylemin ahlaki bir zorunluluk olduğu hissi) üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu ortaya çıkarılmıştır. Çalışmada, çevre için fedakarlık yapma isteğinin, bireysel normun ve betimleyici sosyal normun (belirli bir davranışın toplumda yaygın olduğuna yönelik düşünce) “suyu tasarruflu kullanma” ve “suyu koruma davranışını başkalarına da tavsiye etme” üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu bulunmuştur (Han ve Hyun, 2018:1444).

Han, Lee ve Kim (2018) tarafından otel misafirlerinin havlu tekrar kullanım davranışlarına neden olan faktörlerin ortaya çıkarılması amacıyla online anket tekniği kullanılarak gerçekleştirilen bir başka araştırmada, bir otelde çevre dostu davranışlar sergilemeye yönelik sorumluluk hissinin (literatürde ahlaki norm ya da bireysel norm olarak da adlandırıldığı belirtilen) havlu tekrar kullanımı eğilimi üzerinde güçlü bir pozitif etkiye sahip

olduğu bulgulanmıştır. Araştırmada ayrıca, bir otelde çevre dostu davranışlara yönelik bütünsel imajın, bir otelde çevre dostu davranışa yönelik tutumun ve çevresel farkındalığın bir otelde çevre dostu davranışlar sergilemeye yönelik sorumluluk hissini ve havlu tekrar kullanımı eğilimini pozitif yönde etkilediği ortaya çıkarılmıştır. Araştırmanın bir diğer önemli bulgusu ise, günlük hayattaki havlu tekrar kullanım davranışının; bir otelde çevre dostu davranışlar sergilemeye yönelik sorumluluk hissi ve bir otelde havlu tekrar kullanımı eğilimi arasında aracılık etkisinin bulunmasıdır (Han vd., 2018:1305).

Bahsedilen çalışmalar (Gabarda-Mallorqui, vd., 2018; Han ve Hyun, 2018a; 2018b; Han, Lee ve Kim, 2018), otel misafirlerinin kaynak kullanım şekillerinin çeşitli sosyo-demografik özelliklere (yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, ikamet edilen ülke/bölge vb.) göre farklılıklar gösterebildiğini ve çevresel farkındalık/bilinç düzeyi, alışkanlıklar, beklenen suçluluk duygusu, beklenen ösuygı duygusu, ahlaki/bireysel normlar, sosyal normlar, biyosferik değer, çevre için fedakarlık yapma isteği, bir otelde çevre dostu davranışlar sergilemeye yönelik sorumluluk hissi gibi faktörler tarafından etkilenebildiğini ortaya koymaktadır. Bu konuda yapılan çalışmaların oldukça sınırlı olması her ne kadar otel misafirlerinin kaynak kullanım şekillerinin belirleyicileri hakkında kısıtlı bir ampirik destek sağlıyor olsa da, bu çalışmaların bulgularının otel misafirlerinin israf davranışlarının nedenleriyle ilgili araştırmalara zemin hazırlaması bakımından oldukça önemli olduğu değerlendirilmektedir.

2.2.3.Otel Misafirlerinin Gıda İsrafı Davranışları, Belirleyicileri ve Önleyici Uygulamalarla İlgili Çalışmalar

Literatürde, otellerde ortaya çıkan gıda atıklarıyla, gıda atıklarının ortaya çıkma şekilleriyle ilgili ve otel misafirlerinin gıda israfı davranışlarıyla ilgili son yıllarda yayınlanmış çeşitli araştırmalar olduğu görülmektedir (Kallbekken ve Saalen, 2013; Marchant ve Cloy, 2017; Juvan, vd., 2018; Qoura ve Ali, 2018; Okumuş, 2019). Marchant ve Cloy (2017) tarafından, İskoçya'daki üç otelde ortaya çıkan gıda atığı miktarlarının, kategorilerinin ve kaynaklarının tespit edilerek uygun atık azaltımı ölçümlerinin belirlenmesi amacıyla nitel ve nicel araştırma yöntemleri birlikte kullanılarak gerçekleştirilen çalışmada, otellerdeki gıda atıklarının büyük bir kısmının misafir tabaklarında kalan yiyeceklerden kaynaklı olduğu, gıda atıklarının en büyük ikinci kaynağının ise gıdaların hazırlık aşamasındaki hatalar olduğu bulgulanmıştır. Çalışmada, otellerdeki gıda atıklarının azaltılmasının önündeki en büyük engellerin otel misafirlerinin tutumları, çalışanların eğitimsizliği ve gıda atığı azaltma uygulamalarına destek vermemeleri olduğu bulgulanmıştır (Marchant ve Cloy: 2017:49).

Okumuş (2019) tarafından otellerdeki gıda atıklarının azaltılmasına ve yönetilmesine yönelik stratejilerin belirlenmesi amacıyla Orlando'daki yedi büyük ölçekli otel işletmesindeki 32 otel çalışanıyla (mutfak çalışanları, servis çalışanları ve otel müdürleri) yarı yapılandırılmış

görüşme yoluyla veri toplanarak gerçekleştirilen araştırmada da benzer şekilde, otellerdeki gıda israfının en büyük nedenlerinin otel misafirleri tarafından aşırı sipariş verme, tabakta bırakma (toplum bilincinin düşük olması) ve gıdaların hazırlık aşamasındaki hatalar olduğu bulgulanmıştır. Gıda israfının diğer nedenlerinin ise, planlama eksikliği (menü planlamasındaki eksiklikler/hatalar, menü çeşitliliğinin çok fazla olması, otel misafirlerinin istek ve ihtiyaçlarının tahminlenememesi vb.), stok yönetimindeki eksiklikler, personelin eğitimsizliği, restoran/hizmet türü (büfe/banket), porsiyon büyüklüğünün fazla olmasıdır (Okumuş, 2019:10). Çalışmada ayrıca, otellerde gıda atıklarının azaltılmasına yönelik; planlama ve satın almanın doğru yapılmasıyla (misafirlerin neleri sipariş ettiğine ve misafirler tarafından nelerin tüketilmediğine daha fazla dikkat etme vb.), menü planlamasının doğru yapılmasıyla (menü çeşitliliğinin sınırlandırılması, porsiyon büyüklüklerinin azaltılması vb.), gıdaların hazırlanması ve hizmet sürecindeki hataların azaltılmasıyla (personelin eğitilmesi, uygun pişirme tekniklerinin sağlanması, yiyeceklerin uygun sıcaklıkta servis edilmesinin sağlanması vb.), çalışanların gıda atıkları/israfı konusunda bilinçlendirilmesiyle (gıda israfı konusunda farkındalık oluşturulması, gıda stoklama ve hazırlama konusunda eğitilmesi, kurum içi etkin iletişimin sağlanması vb.), otel misafirlerinin bilinçlendirilmesiyle (misafirlerin yemeğin içeriği ve baharatları konusunda bilgilendirilmesi, misafirlerin porsiyon büyüklüğü konusunda yönlendirilmesi, porsiyon boyutlarının küçültülmesi vb.) ve tüketim sonrasında geri dönüşümle ilgili çeşitli statejiler sunulmaktadır (Okumuş, 2019:11). Qoura ve Ali (2018) tarafından otel misafirlerinin açık büfelerdeki tüketim/israf davranışlarını etkileyen faktörlerin ortaya çıkarılması amacıyla Sharm El Sheikh'te (Mısır'ın Sina Yarımadası'nda Kızıldeniz kıyısında bir turizm merkezi) bulunan 33 beş yıldızlı oteldeki otel misafirlerinden anket tekniğiyle veri toplanarak gerçekleştirilen, gözlem ve döküman incelemesiyle desteklenen araştırmada; otel misafirlerinin gıda israfı yapma nedenlerinin “doyma”, “keyifsizlik”, “menü çeşitliliğinin fazla olması”, “görgü”, “iğrenme”, “yiyeceğin lezzetsiz olması/ çekici gelmemesi” ve “kötü hizmet ve sunum” olduğu açıklanmaktadır. Araştırmada ayrıca, öznel normlar, sosyo-demografik özellikler, kişisel inançlar, tutumlar ve açık büfenin özelliklerinin misafirlerin gıda israfı davranışları üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu bulgulanmıştır (Qoura ve Ali, 2018:419).

Kallbekken ve Saalen (2013) tarafından yapılan çalışmada, otel misafirlerinin gıda israfını azaltmaya yönlendirilmesi konusuna odaklanılmıştır. Otel restoranlarında yapılan deneysel araştırmanın ölçüm bulgularına göre, tabak büyüklüğünü azaltmanın gıda israfını %19.5 oranında, misafirlerin büfeden bir kerede çok miktarda yiyecek yerine birden fazla az miktarlarda yiyecek almasını tavsiye eden notlar yerleştirilmesinin gıda israfını %20.5 oranında azalttığı görülmüştür (Kallbekken ve Saalen, 2013:326). Çalışmada, bu bulgular gözlemsel nitelikte ikinci bir saha araştırması yoluyla da desteklenmiş olup, tabak büyüklüğündeki 1 cm

azaltmanın gıda israfını %7.4 oranında; 3 cm azaltmanın ise gıda israfını yaklaşık %22 oranında azalttığı bulunmuştur (Kallbekken ve Saelen, 2013:326).

Juvan ve diğerleri (2018) tarafından bir otel kahvaltı büfesinde ortaya çıkan gıda atığı miktarının ölçülünerek misafir ve kahvaltı özelliklerinin misafirler tarafından gerçekleştirilen gıda israfı üzerindeki etkilerini ortaya çıkarmak amacıyla Slovenya'daki dört yıldızlı bir sahil otelinde gerçekleştirilen çalışmada, çocukların yetişkinlerden daha fazla gıda israfı yaptığı bulgulanmıştır. Ağırlıklı olarak; Avustralya, Slovenya, İtalya, Almanya, Macaristan, Belçika, Slovakya, Rusya ve Çek Cumhuriyeti uyruklu otel misafirlerinin konakladığı bir otelde yapılan bu araştırmada, Avusturyalı misafirlerin diğer milliyetlerden misafirlere göre önemli ölçüde daha az gıda israfı yaptığı, Rus misafirlerin ise diğer milliyetlerden misafirlere göre önemli ölçüde daha fazla gıda israfı yaptığı açıklanmaktadır (Juvan, vd., 2018:239). Araştırma bulgularına göre, oteldeki kahvaltıda ürünlerin sunulduğu büfe standlarının sayısı arttıkça, kişi başına düşen gıda miktarı ve algılanan bolluk arttığından gıda israfı da önemli ölçüde artmaktadır. Araştırmada ayrıca, kahvaltı salonunda bulunan kişi sayısı arttıkça, misafirler tarafından gerçekleştirilen gıda israfının da arttığı bulgulanmıştır. Bu durumun nedeni araştırmacılar tarafından, ortamdaki kişi sayısı arttığında misafirlerin algılanan anonimlik düzeyinin de artırması ve sosyal normların bireylerin üzerindeki etkilerinin azalması olarak açıklanmaktadır (Juvan, vd., 2018:239).

Bahsedilen çalışmaların (Kallbekken ve Saelen, 2013; Marchant ve Cloy, 2017; Juvan, vd., 2018; Qoura ve Ali, 2018; Okumuş, 2019), otel misafirlerinin gıda israfı davranışlarının, nedenlerinin, farklı misafir gruplarının gıda tüketim davranışlarındaki farklılıkların ve otel misafirlerinin gıda israfı davranışlarını önlemeye yönelik stratejilerin ortaya çıkarılması bakımından önemli olduğu değerlendirilmektedir. Uluslararası literatürdeki incelenen çalışmalarda; otel misafirlerini kaynak tasarrufuna yönlendirici uygulamalar, otel misafirlerinin otellerde kaynak kullanım şekilleri, belirleyicileri ve otel misafirlerinin gıda israfı davranışlarıyla ilgili konulara odaklanılırken, daha bütüncül bir bakış açısıyla otel misafirlerinin bir otelde gerçekleştirdiği israf davranışı şekilleri/türleri, misafirleri israf davranışlarına yönelten unsurların neler olduğu ve alınabilecek tedbirlere yönelik bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu tespit tez çalışmasında konuyu araştırmanın gerekliliğine dayanak sağlamaktadır.

2.2.4. İsrafla İlgili Türkiye Kaynaklı Çalışmalar

Türkiye'de israfla ilgili yapılan akademik çalışmalara ulaşabilmek amacıyla 13.06.2017 ile 24.06.2019 tarihleri arasında başlık ve anahtar kelimelerde "israf" ve "savurganlık" olarak Dergipark Akademik, Ulakbim, Asos Index veri tabanları, Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez

Merkezi ve Google Akademik üzerinden yıl sınırlaması olmaksızın tarama yapılmıştır. Taramada rastlanan çalışmalara ve bu çalışmalarda atıf verilen israfla ilgili diğer çalışmalara erişilmiştir. Ayrıca, kütüphane kaynakları taranmış ve konuyla ilgili bazı yerli kaynaklara erişilmiştir. Yapılan tarama sonucunda, Türkiye’de özellikle 1979 yılında gerçekleştirilen “Türk Ekonomisinde Savurganlık Semineri” ve 2004 yılında gerçekleştirilen “İsrafı Önleme Sempozyumu” etkinliklerinde israf konusunun Türkiye ekonomisi açısından tartışıldığı çeşitli bildiri çalışmalarına rastlanmakla birlikte, israfla ilgili ampirik araştırma sayısının oldukça sınırlı olduğu görülmüştür.

İsrafı makro-ekonomik açıdan dikkate alan Manisalı (1980) tarafından, Türkiye ekonomisinde israfın gerçekleşme şekilleri, ülke ekonomisindeki üretim yapısından kaynaklanan israf (sınai yatırımların dağılımından kaynaklı israf ve üretim yapısının yanlış yönlendirilmesinden kaynaklı israf), tüketimde israf, teşvik politikasından kaynaklı israf, mevzuattan, bürokrasiden ve devlet yönetimindeki aksaklıklardan kaynaklı israf ve enflasyondan kaynaklı israf olarak gruplanmış ve tartışılmıştır. İsrafın ölçütü olarak verimsizliği dikkate alan Aysan (1980) tarafından, Türkiye’deki “kamu kuruluşlarında” verimsizlik örnekleri (personel verimsizliği, yönetim verimsizliği ve yatırımlarda israf) ve verim düşüklüğünün önlenmesi için alınması gerekli önlemler tartışılmıştır. Alkin (1980), özel kesimde israfın oluşma nedenlerini; nüfus artış hızı, gelir-tasarruf kısır döngüsü ve alt yapı yetersizliği gibi “*yapısal faktörler*”, optimum işletme büyüklüğünü engelleyen vergi yapısı, açık finansmana dayalı kamu harcamaları, negatif faiz politikası, aşırı değerlenmiş kur politikası, teşvik politikaları gibi “*yanlış iktisat politikaları*”, tekelci davranışlardan ve bilgi, eğitim eksikliğinden kaynaklanan “*grup davranışları*” ve “*uluslar arası koşullar*” olarak ele alıp tartışmıştır. İsrafı nihai ve sınai tüketim açısından dikkate alan Kılış (1980), arz- talep dengesizliğinden kaynaklı israfı, muhafaza ve nakliye yetersizliği nedeniyle israfı, kullanımda israfı ve eğitimde israfı tartışarak tüketimde israfın önlenmesine yönelik tüketicinin eğitilmesi, standartlaştırma ve kalite kontrolü kurumunun kurulması, reklamcılıkta dürüst ahlak yasasının oluşturulması, ticaret ve sanayi sayımlarının yapılması şeklinde çeşitli öneriler getirmiştir. İsrafa dış ticaret açısından yaklaşan Turan (1980) ise, ithal ikamesi stratejilerinden, dış finansman kaynaklarının tedariki ve kullanımından, kambiyo sistemi ve uygulamalarından, ihracattan, mevzuattan, yanlış zamanlama ve piyasa oluşturucuların hatalarından kaynaklı israfı ele alarak tartışmıştır. Bahsedilen çalışmalar Türkiye ekonomisinde gerçekleşen israf şekillerini farklı açılardan ortaya koymaktadırlar.

Türkiye’de bankacılık sektörü, enerji sektörü, ulaştırma sektörü ve kamu ihalelerinde yaşanan yolsuzlukların (rüşvet, zimmet, ihtilas, rant kollama, lobicilik şekillerinde) ele alındığı bir çalışmada, Türkiye’de yapılan yolsuzluklar nedeniyle ortaya çıkan kaynak israfı ve yolsuzluğun ülke ekonomisine etkileri tartışılmıştır (Ay, Karaçor ve Çetinkaya, 2004:21). Bir

başka çalışmada, kamu yatırımlarında stratejik planlama eksikliğinden kaynaklı ortaya çıkan kaynak israfı örnekleri tartışılarak, optimum kaynak yatırım kararlarının alınmasında, bir stratejik planlama aracı olarak fayda-maliyet analizi kullanılmasının önemi tartışılmıştır (Bekçioğlu, Öztürk ve Açıkgoz, 2004:35). Türkiye’de mevcut ulaşım yapısından kaynaklı israfa odaklanılan bir çalışmada, çarpık ulaşım yapısının yol açtığı yüksek kamusal ve çevresel maliyetlerin azaltılabilmesi için ulaşım politikasına yönelik çeşitli öneriler getirilmektedir (Elker, 2004:49). Türkiye’deki devlet üniversitelerinde yönetim yanlışlıklarından kaynaklı israfa odaklanılan bir çalışmada, devletçi sistemden kaynaklanan hantallık, gereğinden fazla istihdam yapılması, yöneticilerin yandaşlarını istihdam etmesi, işlerin lüzumsuz bürokrasiye takılması, gereksiz iş bölümü yapılması, kontrol eksikliği, liyakat esasına dayanmayan, rüşvet ve iltimasla gereksiz ve haksız istihdam, işi savsaklama gibi nedenlerden kaynaklanan israf tartışılmaktadır (Erdemir, 2004:57). Müftüoğlu (2004) tarafından yapılan bir çalışmada da, serbest piyasa ekonomisinin, rekabetin, özel mülkiyet ve kamu mülkiyeti yapısının israf ve verimlilik üzerindeki etkileri tartışılmakta, özelleştirme ve rekabetçi piyasaların oluşturulmasının israfın azaltılarak verimliliğin artırılmasında etkili olduğu açıklanmaktadır. İsrafın örgütsel açıdan ele alındığı bir çalışmada, işletmelerde yalın yönetim yaklaşımına yönelik uygulamalarla israfı azaltma yolları, Japon Mottainai felsefesi çerçevesinde ele alınarak tartışılmaktadır (Öğüt, Güleş ve Emni, 2004:77). Özdemir (2004) tarafından yapılan bir çalışmada, kamu sektöründe israfı önleyici dinamik kontrol mekanizmaları oluşturan yerel, bölgesel, ulusal (politik) ve uluslararası rekabetin, kaynak kullanımını sınırlandırıcı ve disipline edici etkileri tartışılmaktadır. Özyılmaz tarafından yapılan bir çalışmada (2004), hizmet organizasyonlarında hizmet arz ve talep dengesizliğinden kaynaklı israfın önlenmesinde bilgi teknolojilerinin sunduğu imkanlar tartışılarak, bilgi teknolojileri kullanımının (örneğin, internet ortamında araba kiralama, otel rezervasyonu yapma, üniversitelerde ders kaydı yenileme gibi işlemlerde) hizmet alıcıları açısından zaman israfını önleyici, hizmet işletmesi açısındansa kaynak israfını önleyici özellikleri açıklanmaktadır. Uğurlu tarafından yapılan çalışmada da (2004), mimari tasarım hatalarının (örneğin, çevre, iklim ve arazi yapısının dikkate alınmaması, işlevsel olmayan blok planları, estetik olmayan dış tasarım, ısıtmayı ve aydınlatmayı zorlaştıran mekan yükseklikleri gibi) yol açtığı kaynak kayıp ve israf şekilleri açıklanmaktadır.

Türkiye’de israfıla ilgili alan araştırması içeren çalışmalarda (bakınız Ek 2), ağırlıklı olarak “gıda” israfına yönelik algı, tutum ve davranışların araştırıldığı görülmektedir (Gül, Işık, Bal ve Ozer, 2003; Pekcan, vd.; 2005; Aydın ve Yıldız, 2011; Ekmekçi Bal, Sayılı ve Gözener, 2013; Ertürk, Arslantaş, Sarıca ve Demircan, 2015; Tekin ve Ilyasov, 2017; Taşçı, Karabak, Bolat, Acar, Şanal, Pehlivan ve Albayrak, 2017; Özdemir ve Güçer, 2018). Özellikle ekmek israfına yönelik Türkiye’nin farklı illerinde araştırmalar yapılmış, ekmek tüketicilerinin ekmek israfına yönelik algıları (Ertürk vd., 2015), israf miktarları (Ekmekçi Bal vd., 2013), çeşitli demografik

özelliklere göre israf davranışındaki farklılıklar (Aydın ve Yıldız, 2011), israf etme ve israf etmeme nedenleri (Gül vd., 2003) araştırılmıştır. Bu çalışmaların ortak bulgularına göre Türkiye’de dikkate değer şekilde ekmek israfı yapılmaktadır. Gül ve diğerlerinin (2003) Adana il merkezinde yaşayan ekmek tüketicileri üzerinde yaptığı bir araştırmaya göre, yapılan ekmek israfının sebepleri; tüketicilerin bayat ekmek sevmemeleri, ihtiyaçtan fazla ekmek satın almaları, alışkanlıkları ve bayat ekmeğin nasıl değerlendirileceğini bilmemeleridir. Katılımcıların ekmek israf etmeme nedenleri ise “ihtiyaç kadar satın alma”, “israfın günah olması”, “nasıl değerlendirileceğinin bilinmemesi” ve “alışkanlıklar” olarak belirlenmiştir (Gül vd. 2003: 12). Bu bulguların genel israfın nedenleri konusunda da ipuçları vermesi bakımından önemli olduğu değerlendirilmektedir.

Isparta ili kentsel alanda yaşayan aileler üzerinde yapılan bir araştırmaya göre (Ertürk vd., 2015), ailelerin % 84.9’unun bayat ekmeği hayvanlara vermenin israf olmadığını düşünmesinden hareketle, ekmeğin hayvan yemi olarak kullanmanın da bir israf olduğu konusunda toplumda yeterli ölçüde bilinçlenme olmadığı gözlemlenmiştir. Bazı çalışmalarda da, ekmek israfının çeşitli demografik özelliklere göre farklılıklar gösterdiği bulgulanmıştır. Gül ve diğerlerinin çalışmasında (2003), ekmek israfının geliri yüksek olan ailelerde maksimum, geliri düşük olan ailelerde minimum olduğu tespit edilmiştir. Aydın ve Yıldız’ın (2011) çalışmasında da, ekmek israfının yaş ilerledikçe azaldığı, okuryazar olmayanlarda lisansüstü eğitim görenlere göre daha düşük olduğu, emekliler ve ev hanımları tarafından daha az, öğrenci ve memur grubunda ise daha fazla ekmek israfı gerçekleştiği, ailedeki birey sayısı arttıkça ekmek israfının azaldığı bulgulanmıştır.

Üniversite öğrencilerinin cep telefonu kullanımındaki israfa yönelik algılarını araştıran bir başka çalışmada (Uzgören, vd., 2013), gösteriş merakı ve marka takıntısı gibi sebeplerle telefon talebinde bulunmanın, birden fazla cep telefonuna, GSM hattına ve kullanılmayan telefon özelliklerine sahip olmanın israf olarak algılandığı görülmektedir. Terzi ve Altunışık (2016) tarafından müslüman tüketicilerin israf olgusuna bakışı ve israf davranışlarına yönelik yapılan bir çalışmada, israf davranışının bireysel israf ve toplumsal israf davranışı olmak üzere iki boyuta ayrıldığı görülmektedir. Bireysel israf davranışları; moda için imkanı olduğundan fazla harcama, toplum standartlarından fazla harcama, moda ürünlerini ihtiyaç olmamasına rağmen satın alma, ihtiyaç olmasa bile mağazaları kontrol etme, gelirle orantılı olmayan ürünler satın alma, ihtiyaçtan fazla su ve elektrik harcama, ihtiyaçtan fazla yemeyi içermektedir. Toplumsal israf davranışları ise kaynakları etkin kullanmama, toplumsal refahı olumsuz etkileme, rasyonel davranışın dışına çıkma, tüketim toplumunun sonucu olmasıdır.

Bahsedilen çalışmalar israfı bir tüketici davranışı olarak dikkate alırken, Birgün, Gülen ve Özkan da (2006), ‘üretim sürecindeki’ israf ve israf kaynaklarının analizine odaklanmıştır. Çalışmada değer akışının haritalanması ile üretim sürecindeki israf ve israf kaynaklarının neler

olduğu tespit edilmiş, üretim sürecinde yapılacak çeşitli düzenlemelerle temin süresinin kısalarak, envanter devrinin artırılabilceği belirlenmiştir (Birgün, vd., 2006:57). Ömürgönülşen, Öztan ve Halkman (2004) tarafından bir gıda firmasında yapılan maliyet kalemleri karşılaştırmasına göre ise, Gıda sanayiinde HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points –Tehlike Analizleri ve Kritik Kontrol Noktaları) uygulamalarının israfı %81 oranında azalttığı bulgulanmıştır.

Türkiye’de çeşitli ürün (ekmek, cep telefonu gibi) tüketicilerinin, tüketim sürecindeki israf davranışına yönelik bazı çalışmalar yapıldığı görülmekle birlikte, israf olgusunu doğrudan bir “turist davranışı” olarak dikkate alan çalışmalar oldukça sınırlıdır. Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi’nde yapılan taramada, israf davranışını doğrudan bir turist davranışı olarak dikkate alan yalnızca bir yüksek lisans tezine ulaşılmıştır (YÖK, 2019). Ilyasova (2017) tarafından hazırlanan tez çalışmasında, Antalya’nın Alanya İlçesindeki beş yıldızlı otel işletmelerinde konaklayan 323 yerli turistten anket tekniğiyle veri toplanarak, gıda israfına yönelik tutumlar araştırılmış ve çeşitli demografik özelliklere göre karşılaştırmalar yapılmıştır. Söz konusu tezden yararlanılarak hazırlanan makalede (Tekin ve Ilyasov, 2017); araştırmacılar tarafından oluşturulan ve 29 maddeden oluşan Gıda İsrafı Tutum Ölçeği’nin (FWAS) beş boyuta ayrıldığı görülmektedir. Ölçeğin Cronbach’s Alpha güvenirlik katsayısı 0,930, toplam açıklanan varyans değeri ise %68,8 çıkmıştır. Ölçeğin boyutları; “gıdadan kaynaklı gıda israfı”, “hijyen kaynaklı gıda israfı”, “ambiyans kaynaklı gıda israfı”, “personelden kaynaklı gıda israfı”, “kişisel sebeplerden kaynaklı gıda israfı” şeklindedir. Otel misafirlerinin en hassas olduğu konunun hijyen olduğu ve gıda israfının en önemli sebebinin tabak, çatal, kaşık, bıçak, masa ve sandalyenin temizliğiyle ilgili problemler olduğu ortaya çıkmıştır. Gıda israfı üzerinde en az etkili olan faktör ise; sıcaklık, aydınlatma, dekorasyon, havalandırma ve koku gibi ambiyansla ilgili unsurlardır. Türk misafirlerin gıda israfına yönelik tutumları ise demografik özelliklere göre anlamlı farklılıklar göstermektedir. Cinsiyete göre yapılan karşılaştırmaya göre, kadınlar erkeklere oranla hijyene dayalı nedenlerden kaynaklı olarak daha fazla gıda israfı yapma eğilimindedir. Evli olan kişilerin ise bekar (single) olanlara göre daha fazla hijyen kaynaklı gıda israfı yapma eğiliminde oldukları görülmüştür. Katılımcılardan 21-30 yaş grubunda olanların diğer yaş gruplarına göre en fazla gıda israfı tutumu sergilediği ve 41-50 yaş grubundaki kişilerin ise en az gıda israfı tutumu sergilediği görülmüştür. Gıda israfına yönelik tutumların; eğitim düzeyine, gelir düzeyine, beş yıldızlı otelde tatil sıklığına, açık büfe hizmet alımına yönelik geçmiş deneyimlere, açık büfenin israfa yol açıp açmadığına yönelik görüşlerine göre anlamlı farklılık göstermediği bulgulanmıştır. Katılımcıların %66’sı, otelde sunulan açık büfe hizmetin gıda israfına yol açtığını düşünmektedir. (Tekin ve Ilyasov, 2017:19). Bu çalışma, turizm literatüründe konuya ilişkin atılmış önemli bir adım olmakla birlikte, gıda israfına yönelik tutumlarla sınırlandırılmıştır.

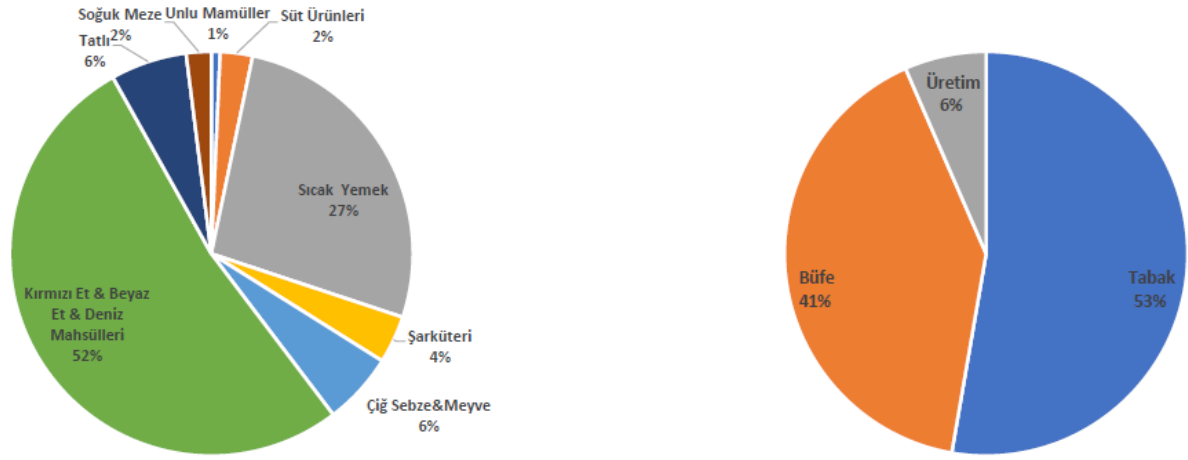
Özdemir (2018) tarafından hazırlanan beş yıldızlı zincir otellerde mevcut gıda israfı politikalarının ve geleceğe yönelik plan ve projelerinin incelenerek otellerde gıda israfı yönetimine yönelik öneriler getirilmesinin amaçlandığı doktora tezinde gıda israfını önlemeye yönelik örgütsel uygulamalar ve çalışanların tutumlarının yanısıra otel misafirlerinin tutumları da ele alınmıştır. Araştırma, Ankara'daki dokuz beş yıldızlı zincir oteldeki 21 çalışanla (İnsan kaynakları, gıda mühendisi, teknik servis çalışanları ve otel müdürleri) yarı yapılandırılmış görüşme yoluyla veri toplanarak gerçekleştirilmiştir. Söz konusu tezden yararlanılarak hazırlanan makalede, gıda israfını önlemeye yönelik Yeşil Yıldız, Yeşil Anahtar, Yeşil Küre gibi sürdürülebilirlik sertifikaları, sürdürülebilirlik politikaları, karbon ayak izi hesaplamaları ve takibi, sürdürülebilirlik, gıda israfı ve gıda güvenliği gibi konularda personel eğitimleri, iç denetim, Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları (HACCP - Hazard Analysis and Critical Control Points) gibi örgütsel uygulamalar bulunduğu açıklanmaktadır (Özdemir ve Güçer, 2018:289). Çalışmada ayrıca, mutfak çalışanlarının gıda israfına yönelik genel olarak hassas oldukları ancak, otel misafirlerinin gıda israfı konusunda genel olarak hassas davranmadıkları bulgulanmıştır. Mutfak ve servis personelinin gıda israfını önleme konusunda yeterli eğitimi ve tecrübesi bulunduğu, otellerdeki gıda israfının büyük oranda otel misafirlerinin tutumlarından ve bilinçsizliğinden kaynaklandığı açıklanmaktadır. Otel misafirlerinin alakart restoranlardayken gıda israfı konusunda hassas davranırken, açık büfede aşırı derecede gıda israfında bulundukları çalışmanın bir diğer önemli bulgusudur. Çalışmada, bazı çalışanların Avrupa ülkelerinden gelen misafirlerin gıda israfı konusunda oldukça hassas davranırken, Asya ülkelerinden gelen misafirlerin (özellikle de Arapların ve Türk misafirlerin) çok fazla gıda israfına yol açtığını belirttiği açıklanmaktadır. Çalışmada, açık büfedeki tabak boyutlarının küçültülmesi, reçeller, tereyağı, ekmek, yoğurt gibi gıdaların paketli sunulması ve otel misafirlerinin gıda israfının sonuçları konusunda bilinçlendirilmesi önerilmektedir (Özdemir ve Güçer, 2018:295).

İsrafın turist davranışı olarak dikkate alındığı bir diğer çalışma ise (Aydoğdu ve Koçoğlu, 2017) Muğla'nın Marmaris İlçesinde helal konseptli bir beş yıldızlı otelde örnek olay çalışması olarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, görüşme ve gözlem tekniklerinden yararlanılmıştır. Görüşme aşamasında; otelin genel müdürü, operasyon müdürü, eğitim ve kalite müdür yardımcısı, aşçıbaşı, kat hizmetleri müdürü ve bulaşıkhanne şefine e-mail yoluyla çeşitli açık uçlu sorular yöneltilmiştir. Otelde israfı önlemeye yönelik uygulamalar olarak, energy saver kullanıldığı, havlu ve çarşafların tekrar kullanımına yönlendirici mesajlar olduğu, su ve enerji kullanımının ihtiyaç düzeyinde olması gerektiğini açıklayıcı bilgiler sunulduğu, açık büfe alanına "Yiyiniz, içiniz, ancak israf etmeyiniz" yazan büyük bir pano asıldığı, personel alanlarında tasarruflu sistemler (sensörlü aydınlatmalar vs.) kullanıldığı belirtilmiştir. Otel misafirleri tarafından plaj havlu kullanımı ve buklet tüketiminin çok fazla olduğu, bilgilendirici mesajlar

öncesinde kişi başı havuz ve plaj havlu kullanımı günlük 9 iken, uygulama sonrasında ancak 4'e gerilediği belirtilmektedir. Odalarda havlu, bornoz ve çarşafın mesajlara rağmen hemen her gün değiştirilmesi, hatta gün içerisinde ekstra havlu taleplerinin oldukça fazla olduğu belirtilmiştir. Hedef tüketici kitlesine uygun olmayan (İslami inanç çerçevesinde tüketilmesi hoş görülme-yen midye ve havyar gibi) yiyeceklerin büfede çıkarılması gibi yanlış uygulamaların da önemli derecede israfa yol açtığı, tadına bakma amacıyla pek çok yiyecek çeşidinin tabaklara alındığı ve tüketilmeden masalarda bırakıldığı, tabakların aşırı doldurulduğu, tabaklarda kalıp dökülen yemeklerden kaynaklı %20-50'ye varan oranlarda israf olduğu, bardaktaki içeceklerin sıcaktan ısınması ve yenileriyle değiştirilmesi suretiyle %20-30'a varan içecek israfı söz konusu olduğu belirtilmiştir. Misafirlere ikişer adet oda kartı (elektriği aktive edici) verilmesi konusunda yönetimin esneklik sağlaması, misafirlerin odada bulunmadığı zamanlarda da ısıtma soğutma yapmasına olanak tanınması ve bunun da enerji israfına yol açtığı ifade edilmiştir. Çalışma, turizm literatürüne konuyla ilgili önemli bilgiler sağlamakla birlikte, araştırmanın tek bir helal konseptli otel işletmesiyle sınırlı tutulması, yalnızca yiyecek - içecek tüketimi, tekstil malzemeleri ve ısıtma soğutma hizmetlerinin kullanımındaki israfa odaklanılması, yiyecek içecek müdürünün tüm çabalara rağmen araştırmaya katılmamış olması çalışmanın önemli sınırlılıkları arasındadır (Aydoğdu ve Koçoğlu, 2017:1107).

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından 2018 yılında desteklenen dokuz girişimden birisi ve tek Türk girişimi olan Fazla Gıda Platformu tarafından yapılan bir araştırmada "otellerde kullanılabilir gıda atık/kayıp dağılımları" tespit edilmiştir. Araştırma bulgularına platform yöneticileriyle yapılan elektronik yazışmalar neticesinde ulaşılmış ve bulguların çalışmada kaynak olarak kullanılması konusunda mail yoluyla onay alınmıştır (Ek 3). Araştırmaya göre; otellerde satın alınan ürünlerin %27-30'u üretim ve tüketim (büfede ya da tabakta kalan gıdalar) aşamalarında atığa dönüşmektedir. En çok atığa dönüşen ürün grubu kırmızı et, beyaz et ve deniz mahsüllerinden (%52) oluşmaktadır. Otellerdeki gıda atığının %53'ü tabakta kalan gıdalardan kaynaklıdır. Gıda atıkları sırasıyla en fazla akşam yemeği, ardından öğle yemeği ve kahvaltı aşamalarında ortaya çıkmaktadır. Raporda ayrıca, beş yıldızlı her şey dahil otellerin büfesinde soğuk mezeleri, tatlılar vesaire dahil olacak şekilde 200-250 çeşit ürün çıkarıldığı, gıda atıklarının en fazla açık büfede, ardından alakart restoranlarda ve en az olarak da anlık (alaminüt) sunumlarda ortaya çıktığı belirtilmektedir. Otel misafirleriyle yapılan görüşmelerden hareketle, otel misafirlerinin gıda çeşitliliğinden ziyade, gıda kalitesinin artırılmasını tercih ettiği açıklanmaktadır. Ayrıca, misafirlerin demografik özelliklerine ve reçeteye göre ürün planlama, ürün bazlı atık ve maliyet takibi, otomatik stok takip ve maliyet takibi, otomatik sipariş sistemi gibi uygulamalarla tabakta bırakmayla oluşan atıkların %25, büfeden dönen gıdalarla oluşan atıkların %20, üretim aşamasında oluşan atıkların %15

oranında azaltılarak otellerdeki toplam gıda atığının %25 oranında azaltılabileceği açıklanmaktadır.



Şekil 2.1. Otellerde kullanılabilir gıda atık/kayıpları (Fazla Gıda Platformu'ndan alınmıştır).

Otellerde ortaya çıkan gıda atıklarının tespit edilmesi, atık oluşumunu önlenmeye ve atıkların değerlendirilmesine yönelik uygulamaların ortaya konulması amacıyla; Antalya, İstanbul, Ankara, İzmir, Muğla, Denizli ve Gaziantep illerinde 24 beş yıldızlı otel işletmesi çalışanlarıyla görüşme ve gözlem tekniği kullanılarak yapılan bir araştırmada bir otelde ortaya çıkan günlük ortalama gıda atığı miktarının 332 kg olduğu tespit edilmiştir (Kılınç Şahin ve Bekar, 2018:1039). Araştırma bulgularına göre gıda atıklarının tüm atık çeşitleri içindeki oranı %70'tir. Otellerde ortaya çıkan diğer atık türleri ise, cam atığı (%11), kağıt-karton atığı (%10) ve plastik atık (%4) şeklindedir. Çalışmada, gıda atığı oluşumunun en önemli nedenlerinin, otel misafirlerinin tüketebileceğinden fazla yiyecek almaları, porsiyonların büyük olması, personelin eğitimsiz olması ve ürünlerin kalitesizliği olduğu açıklanmaktadır. Gıda atıklarının her şey dahil sistemiyle çalışan otellerde oda-kahvaltı hizmet sunulan otellere göre daha çok ortaya çıktığı belirtilmektedir. Bir otel misafirinin bir günde meydana getirdiği atık miktarının yaklaşık 700 gram olduğu bunun 500 gramının (yılında 180 kg) gıda atığı olduğu açıklanmaktadır. Çalışmada, otellerde gıda atıklarının azaltılmasına yönelik; kaliteli malzeme tedarik edilmesi, açık büfeden sorumlu personel görevlendirilerek büfe takviyelerinin azar azar yapılmasının sağlanması, anlık pişirimlere ağırlık verilmesi, açık büfede sunulan yiyeceklerin porsiyonlanması, otel misafirlerinin yazılı mesajlar ve görseller yoluyla bilgilendirilmesi, personele atık yönetimi konusunda eğitimler verilmesi şeklinde uygulamaların var olduğu ortaya çıkarılmıştır.

İsrafla ilgili Türkiye kaynaklı çalışmalar incelendiğinde, israfı bir turist davranışı olarak dikkate alan ampirik araştırmaların gıda israfıyla (Tekin ve Ilyasov, 2017; Özdemir ve Güçer, 2018; Aydoğdu ve Koçoğlu, 2017), enerji ve tekstil kullanımıyla ilgili israflarla (Aydoğdu ve

Koçoğlu, 2017) ilgili olduğu görülmektedir. Bu çalışmaların otellerde gıda israfının yönetilmesine ilişkin izlenebilecek stratejiler açısından yol gösterici olduğu değerlendirilmektedir. Ulusal literatürde var olan sınırlı sayıdaki turist kaynaklı israf çalışmalarında ağırlıklı olarak gıda israfına odaklanılmış olması, bir konaklama sürecinde otel misafirleri tarafından gerçekleştirilen tüm israf kalemlerini, israfın nedenlerini, otel işletmelerindeki önleyici uygulamaların yanı sıra, çalışan ve turistlerin çözüm önerilerini içeren kapsamlı bir araştırma için dayanak oluşturmaktadır. Takip eden kısımda, çalışmada yararlanılacak teorik geri plan hakkında açıklamalar sunulmaktadır.

2.3. Teorik Geri Plan

Sosyal bilim çalışmaları açısından teori; sosyal hayatı ya da insanların hayatlarını nasıl yürüttüklerini ve anlamlandırdıklarını açıklamaya çalışan birbiriyle bağlantılı önermelerden oluşan sistematik örüntülerdir (Rubin ve Babbie, 2008:47). Teoriler, farklı gözlem alanlarındaki bağlantıları fark etme ve anlamlandırma konusunda yol göstermesi bakımından sosyal bilimlere yönelik araştırma ve uygulamalar açısından önemli bir role sahiptir (Rubin ve Babbie, 2008:47). Bu çalışmada, israf ve israfla ilgili olabilecek diğer olgular arasındaki bağlantıları fark edebilmek ve anlamlandırabilmek açısından; Friedman Matrisi ve 1990'lı yıllardan sonra insan davranışı çalışmalarına temel oluşturması bakımından yaygın olarak kullanılan planlı davranış teorisinin yol gösterici olabileceği düşünülmektedir. Takip eden kısımda, öncelikle Friedman Matrisi, ardından planlı davranış teorisinin temelini oluşturan gerekçeli eylem teorisi ve genişletilmiş şekliyle planlı davranış teorisi açıklanmaktadır.

2.3.1. Friedman Matrisi

Friedman Matrisi 1976 yılında Nobel İktisat Ödülü'nü alan Milton Friedman tarafından geliştirilmiştir. Matriste, bireylerin kendi parasını ya da başkasının parasını; bireyin kendi faydası ya da başkasının faydası için harcadığına dayalı olarak Şekil 2.2.'de sunulan dört farklı alternatif durum ortaya konulmaktadır (Friedman ve Friedman, 1980:116).

		Kimin için harcıyor	
		Kendisi için	Başkası için
Kimin parasını	Kendi parasını	1	2
	Başkasının parasını	3	4

Şekil 2.2. Friedman Matrisi**Kaynak:** (Friedman, & Friedman, 1980).

Friedman Matrisi'ndeki dört farklı harcama/sahiplik durumu aşağıdaki şekilde açıklanmaktadır (Friedman ve Friedman, 1980:116-119):

- Matristeki 1 numaralı alan, bireyin kendi parasını kendisi için harcadığı durumu ifade etmektedir. Bu durumda, birey parayı olabildiğince tasarruflu kullanır (ekonomik harcama yapar) ve harcadığı para karşılığında mümkün olan maksimum değeri elde etmeye çalışır.
- Matristeki 2 numaralı alan, bireyin kendi parasını başkası için harcadığı durumu ifade etmektedir (örneğin, başkasına alınan hediyeler). Bu durumda, birey 1. alanda olduğu gibi parayı olabildiğince tasarruflu kullanır, ancak harcanan paranın karşılığını tam olarak elde etmek için aynı oranda güdülenmez.
- Matristeki 3 numaralı alan, bireyin başkasının parasını kendisi için harcadığı durumu ifade etmektedir (örneğin, şirket tarafından ödenen öğle yemeği). Bu durumda, bireyi maliyeti düşürmeye teşvik eden güçlü bir güdü yoktur. Ancak para kendisinin olmamasına rağmen bireyde paranın karşılığını almak için güçlü şekilde güdülenme söz konusudur.
- Matristeki 4 numaralı alan, bireyin başkasının parasını başkası için harcadığı durumu ifade etmektedir (örneğin, başka birinin öğle yemeğini şirket hesabından ödeme). Bu durumda bireyi ne parayı tasarruflu kullanmaya yönelten, ne de harcamanın yapıldığı kişinin en fazla değeri elde etmesine yönelik bir güdülenme söz konusudur.

Friedman ve Friedman (1980) tarafından, bürokratlar başkasının parasını başkası için harcarken, sadece insaniyetlerinin parayı alıcılara en faydalı şekilde harcadıklarını garanti edeceği, kamu harcamalarında israf ve verimsizliğin kaynağının temelinde de bu durumun yattığı ifade edilmektedir. Matrise yönelik açıklamalardan hareketle, israfın en fazla ortaya çıktığı alanın matristeki 4 numaralı alan olduğu, israfın en az ortaya çıktığı alanların ise, bireyin kendi parasını kendisi ve başkası için harcadığı 1 ve 2 numaralı alanlar olduğu ortaya çıkmaktadır (Aktan, 2011:46). Paranın başkasına ait olduğu ve birey için sadece paranın

karşılığını en iyi şekilde almanın önemli olduğu 3 numaralı alanda, kişi paranın tasarruflu kullanılıp kullanılmamasıyla ilgilenmemektedir (Uzgören, 2006:80). Dolayısıyla, bu durumda da 1 ve 2 numaralı alanlara kıyasla daha fazla israf ortaya çıkmaktadır.

Aktan (1999) tarafından Friedman Matrisi'nden hareketle, israf açısından kamusal harcama ve özel harcama alanları arasındaki farklılıkları açıklamaya yönelik yeni bir matris oluşturmuştur (Aktan, 2011:17). Şekil 2.3'te de görüldüğü üzere, kamuya ait mal ve mülk, bürokratlar tarafından yönetildiği D alanı, israfın en fazla görüldüğü alandır. Bireyin kendisine ait bir mülkiyeti kendisinin yönettiği A alanı ise, israfın en az olduğu alandır. A alanında, bireyin maliyetleri en aza indirerek karı ençoklamak için, mümkün mertebe israftan kaçınacağı açıklanmaktadır. İsrafın ikinci derecede en az ortaya çıktığı B alanında, başka birine ait bir özel işletmeden sorumlu olan yöneticinin, işini kaybetmemek için maliyetleri en aza indirmenin ve karı ençoklamanın bir yolu olarak mümkün mertebe israftan kaçınacağı ifade edilmektedir (Aktan, 2011:17). C alanında kamu mülkiyetinin sahibi olan halkın, mülkiyeti doğrudan kendisinin yönetmemesine bağlı olarak israfın ne düzeyde olduğu açıklan(a)mamıştır.

		MÜLKİYETİ KİM YÖNETİYOR	
		Sahibin Kendisi	Sahibin Vekili
MÜLKİYET ŞEKLİ NASIL?	Özel Mülkiyet	A. İsrafın en az görüldüğü alan	B. İsrafın ikinci derecede en az görüldüğü alan
	Kamu Mülkiyeti	C. Kamusal mülkiyetin sahibi (halk) mülkiyeti (teşebbüsü) kendisi doğrudan yönetmiyor	D. İsrafın en fazla görüldüğü alan

Şekil 2.3. İsfaf açısından kamusal harcama ve özel harcama alanları

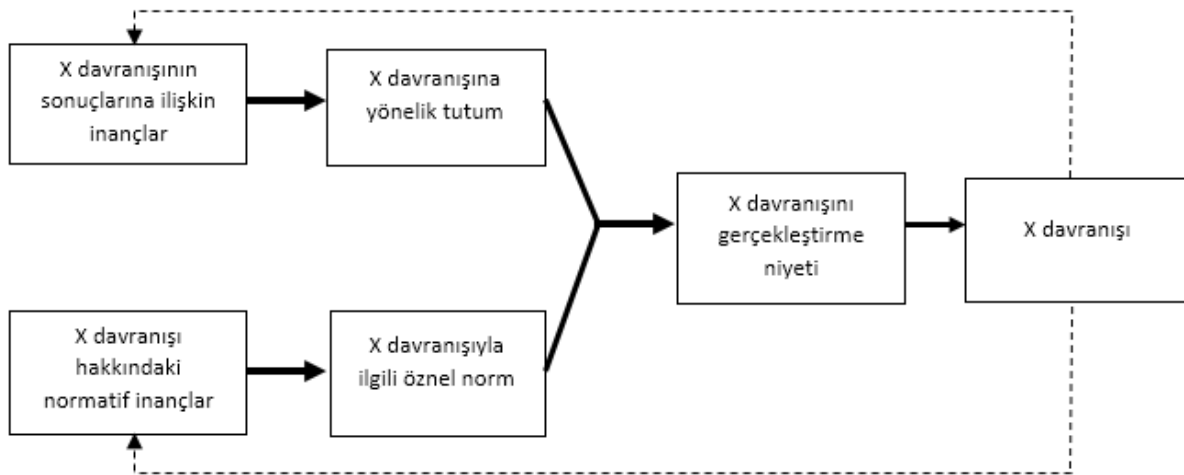
Kaynak: (Aktan, 2011).

Çalışmada, Friedman Matrisi'nden hem otel misafirlerinin israf davranışlarının nedenlerinin anlamlandırılması hem de otel misafirlerinin evdeki ve oteldeki tüketimleri arasındaki farklılıkların açıklanması konusunda yararlanılmaktadır. Bahsedilen konulardaki açıklamalara “teoriye yönelik sonuçlar” başlığı altında yer verilmektedir.

2.3.2. Gerekçeli Eylem Teorisi

Gerekçeli eylem teorisi Fishbein ve Ajzen (1975) tarafından geliştirilmiştir. Teori, bireylerin alternatif davranışların sonuçlarını değerlendirerek, alternatifler arasında belirli bir davranışa yöneldiğini iddia etmektedir (Akıncı ve Kıymalıoğlu, 2014:388). Teoriye göre, bireyin belirli bir davranış gerçekleştirmeye yönelik tutumu, bu davranış gerçekleştirmenin belirli

sonuçlara yol açacağı inancı ve bu sonuçlara ilişkin değerlendirmelerine dayalı oluşmakta olup, davranışsal niyetin önemli belirleyicilerinden biridir (Fishbein ve Ajzen, 1975:16). Davranışsal niyetlerin oluşumunda etkili olan ikinci faktör ise; normatif inançlardır. Bireyin, “diğer kişilerin davranışın gerçekleştirilmesinin uygun olup olmadığına yönelik görüşlerine” ilişkin inancı, bireyde normatif baskılar (normative pressures) oluşturmaktadır. Bu normatif baskıların tamamına “özel norm” adı verilmektedir (Fishbein ve Ajzen, 1975:16). Özel norm, diğer bireylerin davranışın gerçekleştirilmesinin uygun olup olmadığına ilişkin görüşüne yönelik inancının yoğunluğu ve bu inançla uyumlu olmaya yönelik motivasyon (bireyin diğer kişilerin beklenen tepkilerini dikkate alma derecesi) tarafından belirlenmektedir (Solomon vd., 2006:156). Bireyin davranışsal niyeti ise; bireyin davranışsal tutumu ve özel normunun bir fonksiyonu olarak açıklanmakta ve ilgili davranışın doğrudan belirleyicisi olarak görülmektedir. Teoriye göre bir davranışın gerçekleşmesinde etkili olan faktörler Şekil 2.4.’te gösterilmektedir.



Şekil 2.4. Gerekçeli Eylem Teorisi

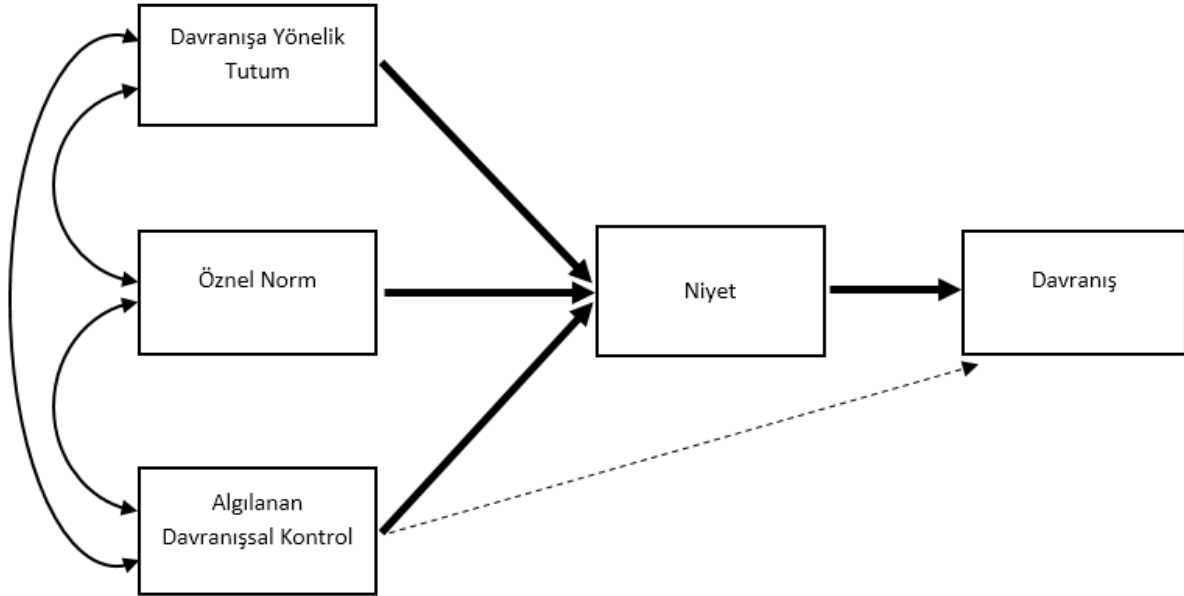
Kaynak: (Fishbein, & Ajzen, 1975).

Gerekçeli eylem teorisi, bireyin kontrolü altındaki davranışların oluş süreci hakkında açıklama getirirken, çeşitli yetenek, fırsat ya da kaynaklar gibi bireyin kontrolü dışındaki faktörlerin etkili olduğu davranışları açıklama konusunda yetersiz kalmaktadır (Akıncı ve Kıymalıoğlu, 2014:390). Ancak, gerekçeli eylem teorisi, bir sonraki başlık altında açıklanmakta olan planlı davranış teorisine temel oluşturması bakımından önemlidir.

2.3.3. Planlı Davranış Teorisi

Planlı davranış teorisi, gerekçeli eylem teorisinin genişletilmiş şeklidir (Kim ve Han, 2010:1000). Ajzen (1985;1991) tarafından, gerekçeli eylem teorisindeki davranışsal niyeti etkileyen faktörlere algılanan iradesel (volitional) kontrol değişkeni ilave edilmesiyle teori

kişinin kontrolü dışındaki unsurları da kapsayacak şekilde genişletilmiştir (Akıncı ve Kıymalıoğlu, 2014:390). 1990'lı yıllardan sonra, insan davranışı çalışmalarına temel oluşturması bakımından yaygın olarak kullanılmaya başlanmış olan planlı davranış teorisi; tutumlar, sosyal normlar ve algılanan davranışsal kontrolün, davranışsal niyetleri belirlediğini ve buna bağlı olarak davranışları oluşturduğunu önermektedir (Cvelbar vd., 2017:923). Teorinin şekilsel gösterimi Şekil 2.5.'teki gibidir.



Şekil 2.5. Planlı Davranış Teorisi

Kaynak: (Ajzen, 1991).

Gerekçeli eylem teorisinde olduğu gibi planlı davranış teorisi de, bireylerin rasyonel davrandığı varsayımına dayanarak, mevcut bilgiyi ve davranışlarının olası sonuçlarını değerlendirdiğini iddia etmektedir (Ajzen, 2005:117). Teoriye göre, bireyin davranışı gerçekleştirme ya da gerçekleştirilmeye yönelik niyeti davranışın doğrudan belirleyicisidir. Davranışsal niyetlerin, bir davranışı etkileyen motivasyonel faktörleri içerdiği ve bireyin davranışı gerçekleştirmek için ne kadar çaba sarf ettiğinin, ne kadar istekli olduğunun göstergesi olduğu kabul edilmektedir. Bir davranışı gerçekleştirmeye yönelik niyet ne kadar güçlüyse, davranışın gerçekleşme olasılığı da o kadar yüksek olmaktadır. Bununla birlikte, davranışsal niyetler yalnızca davranışın iradesel kontrol altında olduğu durumlarda (örneğin, bireyin bir davranışı gerçekleştirme(me)ye karar verebiliyorsa) anlam ifade etmektedir. Bazı davranışlar bu gerekliliği oldukça iyi sağlarken, birçok davranış gerekli kaynak ve fırsatların mevcut olup olmadığıyla ilgili motivasyonel olmayan faktörlere (örneğin; zaman, para, beceriler, diğer kişilerle işbirliği gibi) dayanmaktadır. Bu faktörlerin tamamı bireyin davranış üzerindeki esas kontrolünü ifade etmektedir. Birey gerekli olan fırsat ve kontrole sahip olduğu ve davranışı

gerçekleştirmeye niyet ettiği ölçüde davranış başarıyla gerçekleştirilebilecektir (Ajzen 1991:181-182).

Planlı davranış teorisi davranışsal niyetlerin üç temel belirleyicisi olduğunu önermektedir. Bunlardan birincisi, *davranışa yönelik tutum* olup, söz konusu davranışa yönelik olumlu ya da olumsuz değerlendirmelerin derecesini ifade etmektedir. İkinci öncül değişken olan *öznel normlar*, davranışı gerçekleştirmeye ya da gerçekleştirmemeye yönelik algılanan sosyal baskıdır. Niyetlerin öncülü olan üçüncü değişken olarak *algılanan davranışsal kontrol* ise, davranışı gerçekleştirmeye yönelik öngörülen engellerin ve geçmiş deneyimlerin etkisine dayalı olarak; davranışı gerçekleştirmenin algılanan kolaylığı ya da zorluğu anlamına gelmektedir. Şekil 2.5.'te de görülebileceği gibi, davranışsal niyetlerin geri planındaki tutumlar, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrol değişkenleri arasında da anlamlı ilişkiler vardır. Tutum, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrolün niyetleri tahmin etmedeki göreceli öneminin ise; davranışlara ve durumlara bağlı olarak değişkenlik gösterebileceği belirtilmektedir (Ajzen, 1991:188-189).

İnsan davranışını yalnızca tahmin etmenin değil aynı zamanda açıklamanın da amaçlandığı planlı davranış teorisinde tutumlar, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrolün belirleyicilerine de değinilmiştir. Teori en basit haliyle; davranışın “ilgili davranışa yönelik bilgi ve inançların” bir fonksiyonu olduğunu önermektedir. Bu belirgin inançların, bireylerin niyet ve davranışlarının öncelikli belirleyicileri olduğu kabul edilmektedir. Teoride; (teorinin şekilsel gösteriminde anlaşılabilirliği kolaylaştırmak için yer verilmesine de) tutumları, öznel normları ve algılanan davranışsal kontrolü etkileyen üç tür belirgin inanç bulunmaktadır (Ajzen, 1991:189). Birincisi, davranışa yönelik tutumları etkileyen, davranışı çeşitli çıktılarla ilişkilendiren davranışsal inançlardır (Akıncı ve Kıymalıoğlu, 2014:396). Buna göre, birey olumsuz (ya da olumlu) çıktılarının olacağını düşündüğü davranışlara göre olumsuz (ya da olumlu) tutum geliştirmektedir. İsrafın bir takım çevresel ve toplumsal sorunlara yönelik çıktılarının olacağını düşünen birinin israf davranışına yönelik olumsuz tutum geliştirmesi buna uygun bir örnek olabilir. İkincisi öznel normların altında yatan belirleyiciler olarak normatif inançlardır (Ajzen, 1991:189). Kendisi için referans oluşturan kişilerin düşüncelerine uygun davranışlar sergileme çabası içinde olan birey, bu referans kişileri tarafından olumlu kabul edilen davranışları gerçekleştirmeye daha yatkın olacaktır (Akıncı ve Kıymalıoğlu, 2014:399). Üçüncüsü ise, davranışsal kontrole yönelik algılara temel oluşturan kontrol inançlarıdır (Ajzen, 1991:189). Birey ne kadar fazla kaynak ve imkana sahip olduğunu düşünürse, davranışı gerçekleştirmeye yönelik de daha az engel algılar ve algıladığı davranışsal kontrol düzeyi o kadar fazla olur (Akıncı ve Kıymalıoğlu, 2014:399). Ayrıca, davranışsal inançlar, normatif inançlar ve kontrol inançları, farklı kişisel faktörlerden (genel tutumlar, kişilik özellikleri, değerler, duygular, zeka), sosyal faktörlerden (yaş, cinsiyet, ırk, etnik köken, eğitim, gelir, din)

ve bilgi kaynaklarından (tecrübe, bilgi, medya kaynakları) etkilenebilmektedir (Ajzen, 2005:135).

Çalışmada, planlı davranış teorisinden, özellikle israfa yönelik davranışların açıklanmasında, israf davranışının geri planında etkili olabilecek davranışsal, normatif ve kontrol inançlarının fark edilebilmesi ve anlamlandırılabilmesi noktasında yararlanılmaktadır. Takip eden kısımda araştırmanın metodolojisine yönelik açıklamalara yer verilmektedir.



3. MATERYAL VE YÖNTEM

Bu araştırma, amaca dayalı olarak yapılan sınıflamalardan; tanımlama ve açıklama amacı taşıyan *betimleyici (descriptive) araştırma* türüne girmektedir. Gerçeğin ne olduğunu bulmak ve var olan duruma anlam verilmesine yönelik araştırmalar tanımlayıcı özellik taşıırken, nedenleri açıklayarak temeldeki belirleyicileri anlamlandırıp anlamayı amaçlayan araştırmalar ise açıklayıcı özellik taşımaktadırlar (Ural ve Kılıç, 2013:18-19). Bu araştırmanın, tatilde turistler tarafından hangi turist davranışlarının israf olarak görüldüğü ve israf davranışının altında yatan nedenlerin neler olduğunun ortaya çıkarılmaya çalışılması bakımından hem tanımlayıcı hem de açıklayıcı özellik taşıdığı söylenebilir. Bu bakımdan, araştırmada nitel yaklaşımdan yararlanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2013; Creswell, 2013/2018; Merriam, 2009/2018; Rubin ve Babbie, 2008; Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2007).

Nitel araştırmalarda, bireylerin olguları (deneyimlerini) nasıl yorumladıklarına, olguya ne tür anlamlar yüklediklerine odaklanılarak, olguyu kapsamlı şekilde anlama ve açıklamaya yönelik tümevarımsal (inductive) şekilde elde edilen bulgulara, temalara, tipolojilere, kavramlara ve/veya teoriye ulaşılmaya çalışılmaktadır (Merriam, 2009/2018:14). Bu tür araştırmalarda, neden sonuç ilişkilerinin tümünden gelim ilkesine dayalı olarak sınanmasının aksine, genellikle sınanmak üzere önceden belirlenmiş hipotezler yoktur (Yıldırım ve Şimşek, 2013:53). Bunun yerine, olgular doğal ortamlarında bütüncül bir şekilde araştırılarak, okuyucuya bütüncül bir resim sunulmaya çalışılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013:45-54). Bu tür çalışmalarda, değişkenler arasındaki sıkı neden sonuç ilişkilerinden çok her durumdaki faktörlerin karmaşık etkileşimleri belirlenmeye çabalanmaktadır (Creswell, 2013/2018:47). Bu bakımdan nitel araştırmalar, nicelik (etki derecesi, ilişki düzeyi vb.) yerine niteliğe (olgunun doğasına, özüne) odaklıdır (Merriam, 2009/2018:18). Takip eden alt başlıklarda araştırma verilerinin nasıl toplandığı, araştırmanın evreni ve örnekleme, akabinde araştırmada yararlanılan analiz türleri hakkında bilgi verilmektedir.

3.1. Veri Kaynakları

Araştırma sorularına yanıt bulabilmek için hem turistler hem de çeşitli pozisyonlardan otel çalışanlarıyla yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme (mülakat), katılımcılara çeşitli açık uçlu sorular yöneltilerek, belirli bir konuyla ilgili düşünce ya da gözlemleri hakkında veri toplanması olarak tanımlanmaktadır (Kozak, 2014:89). Sözlü iletişim yoluyla gerçekleştirilen bir veri toplama (soruşturma) tekniğidir (Karasar, 2005:165). Görüşme tekniği, katılımcıların kendi bakış açılarını kendi kelimeleriyle ifade etmelerine olanak tanımaktadır (Rubin ve Babbie, 2008:444). Görüşme yoluyla, zengin bir veri setine ulaşılarak, karmaşık bir konu ya da problem hakkında derinlemesine bilgi elde edilebilmektedir (Yıldırım ve Şimşek,

2013:153). Bu yönüyle; görüşme tekniği bireylerin deneyimleri, tutumları, niyetleri, algıları, davranışları ve bunların olası nedenlerinin ortaya çıkarılması ve anlaşılmasında yaygın olarak kullanılmaktadır (Karasar, 2005:165; Yıldırım ve Şimşek, 2013:148). Bu araştırma açısından da, görüşme tekniğinin turistlerin israf davranışlarının ve bunların geri planındaki olası nedenlerin ortaya çıkarılması konusunda kullanışlı olacağı değerlendirilmiştir.

Araştırmada, görüşme türlerinden “görüşme formu yaklaşımı” (yarı yapılandırılmış görüşme tekniği) kullanılmıştır (Rubin ve Babbie, 2008:444; Yıldırım ve Şimşek, 2013:150). Bu yaklaşımda, hazırlanan görüşme formu bir yandan görüşmenin içermesi gereken temel konu ve sorunların genel çerçevesini çizerken, bir yandan da araştırmacıya her bir görüşmede soruların ifade edilmiş şeklini ve sıralamasını uygun şekilde değiştirme olanağı tanımaktadır (Rubin ve Babbie, 2008:444). Görüşmeci, önceden hazırladığı konulara sadık kalarak, hem önceden hazırlanmış olan soruları sorma, hem de daha ayrıntılı bilgi alma amacıyla ilave sorular sorma özgürlüğüne sahiptir (Yıldırım ve Şimşek, 2013:150). Görüşmeci, katılımcının yanıtlamış olduğu soruları tekrar sormayabilir, bazı soruları atlayabilir veya sormaktan vazgeçebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2013:150). Görüşme formu yaklaşımının bahsedilen esnek yapısı, araştırmacı ve katılımcı arasında karşılıklı konuşmaya ve beklenmedik yanıtları derinlemesine soruşturmaya imkan tanımaktadır (Rubin ve Babbie, 2008:444). Aynı zamanda, önceden hazırlanmış bir görüşme formunun olması, araştırma problemiyle ilgili tüm boyutların kapsanmasını güvence altına alarak, farklı katılımcılardan daha sistematik ve karşılaştırılabilir bilgi elde etmeyi sağlamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013:150).

Çalışmada, örneklem çeşitlemesi (triangulation) prensibine dayalı olarak; hem otel çalışanlarından hem de turistlerden veri toplanmıştır. Araştırılan konunun farklı boyutlardan değerlendirilmesine ve anlamlandırılmasına yardımcı olan örneklem çeşitlemesiyle, araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliği desteklenmeye çalışılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2013:102; Başkale, 2016:24). Takip eden kısımda araştırmanın evreni ve örneklemini açıklanmaktadır.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmadan elde edilen sonuçların genellemek istenildiği bütüne evren, araştırma evreninden belirli kıstaslara göre seçilen kesiti oluşturan ve aynı özelliklere sahip kişilerin bir araya getirdiği gruba da örneklem adı verilmektedir (Kozak, 2014:111). Genel evren, tanımlanması kolay fakat ulaşılması güç hatta çoğu zaman olanaksız bütünü ifade ederken, çalışma evreni araştırmacının ya doğrudan gözleyerek ya da ondan seçilmiş bir örnek küme üzerinde yapılan gözlemlerden yararlanarak hakkında görüş bildireceği evreni ifade etmektedir (Karasar, 2005:110). Bu araştırmanın genel evrenini her şey dahil sistemini uygulayan beş

yıldızlı resort otellerde konaklayan yerli turistler ve otel çalışanları oluşturmaktadır. TÜİK (2016) verilerine göre, 2017 yılında yerli turistler tarafından 77.179.000 seyahat gerçekleştirilmiştir. Türkiye'ye giriş yapan vatandaş sayısı ise 2017 yılı TÜİK verilerine göre 14.444.990 olarak açıklanmaktadır. Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği (AKTOB) Araştırma Birimi'nin Temmuz ayı SGK verilerinden derlediği bilgilere göre, Türkiye'de konaklama işletmelerinde istihdam edilen sigortalı çalışan sayısı ise 2014 yılında 365.260 kişi olarak belirtilmektedir ("Turizm sektöründe", 2014). Genel evrendeki bireylerin tamamına ulaşmak mümkün olmadığı için çalışma evreni tanımlamasına gidilmiştir.

Çalışma evreni, Türkiye'nin önemli turizm destinasyonlarından biri olan Antalya'daki her şey dahil sistemini uygulayan beş yıldızlı resort otellerde konaklayan yerli turistler ve otel çalışanları olarak belirlenmiştir. Çalışmada, her şey dahil otellerin tercih edilmesinin nedeni, bu sistemin konaklama süresince ihtiyaç duyabileceği her çeşit mal ve hizmet için önceden ödeme yapmış olan turistlerin, tüm gün boyunca otelde sürekli bir tüketim halinde bulunmasına yol açması ve her şey dahil otellerde, bu sisteminin uygulanmadığı otellere göre israfın daha fazla gerçekleşiyor olmasıdır (Menekşe, 2005:114). Antalya'nın yerli ve yabancı ziyaretçi sayıları bakımından Türkiye'nin önde gelen turizm destinasyonlarından biri olması ve Antalya'daki otellerde her şey dahil sistemin yaygın olarak uygulanıyor olması, bu ilin araştırma için tercih edilmesinin nedenlerindendir (Üngüren, Algür ve Doğan, 2009:96). Antalya'daki turizm işletmesi belgeli tesislerde 2016 yılında 11.328.410 kişi konaklamış olup, bu sayının 4.887.490'ı yerli turisttir (TURSAB ve TUADER, 2017:30).

Çalışmada yalnızca "yerli" turistlerin örneklenmesinin nedeni, israf olgusunun göreceli oluşundan ve bir ülkede israf olarak değerlendirilen bir davranışın bir başka ülkede aynı şekilde değerlendirilmediğinden hareketle (Manisalı, 1980:9), birden fazla milliyete ilişkin verilerin, israf olgusunun ve nedenlerinin anlaşılmasında karmaşa yaratabileceği kaygısıdır. Bu tercihin bir diğer sebebi ise, yapılacak yüz yüze görüşmelerin araştırmacının kendi anadilinde olmasının, katılımcılarla rahat iletişim kurularak, verilerin doğru ve eksiksiz şekilde toplanabilmesi açısından kolaylık sağlayacağını değerlendirilmesidir.

Yüz yüze görüşmelerin, katılımcılar açısından vakit alıcı olması ve gönüllülük esasına dayalı olması sebebiyle, veriler araştırmaya destek vermeyi kabul eden yöneticilerin olduğu otellerden toplanmıştır. Bu bağlamda, Antalya'nın farklı bölgelerinden 21 otel yöneticisiyle ön görüşme yapılmıştır. Otel yöneticileriyle yapılan ön görüşmeler neticesinde 16 otelin araştırmaya destek verebilecek durumda olduğu tespit edilmiştir. Bu otellerden 6'sı Belek bölgesinde, 5'i Manavgat bölgesinde, 2'si Lara bölgesinde ve 3'ü Alanya bölgesinde bulunmaktadır.

Araştırmada otel çalışanlarına yönelik örneklemin belirlenmesinde, araştırmacının kendisini çalışmanın amaçlarına en kolay ve en hızlı şekilde ulaştıracak katılımcıları belirlediği

amaçlı (kasıtlı) örnekleme tekniği tercih edilmiştir (Kozak, 2014:118). Nitel araştırmalarda, örneklemin evreni temsil etmesinden çok, araştırmacının amaçlı bir şekilde araştırma sorularına yanıt bulabileceğine inandığı ve araştırılan olguya uygun olan kitleden örnekleme seçmesi gerekmektedir (Yıldırım, 2010:83). Bu nedenle nitel araştırmalarda genellikle olasılıklı olmayan örnekleme tekniklerinden amaçlı örnekleme tekniğinin tercih edildiği bilinmektedir (Karataş, 2017:76). Bu teknikte, örnekleme oluşturan kişiler araştırmacının araştırma problemlerine cevap bulabileceğine inandığı kişilerden oluşur (Altunışık, vd., 2007:132). Turizm alanındaki çalışmalarda da, veri kalitesinin artırılması ve geçerliliğin desteklenmesi gibi amaçlarla amaçlı örnekleme tekniğinden yararlanılarak, araştırma amaçlarına ulaşılmasına katkı sağlayabileceği değerlendirilen kişilerden (örneğin, ön saftaki –frontline- otel çalışanlarından, konuyla ilgili gözlem şansına sahip farklı departmanlardaki veya pozisyonlardaki çalışanlardan) veri toplandığı görülebilmektedir (Scerri, Jenkins ve Lovell, 2017:84; Safavi ve Bouzari, 2019:68; Wu ve Chen, 2019:127)

Bu çalışmada, amaçlı örnekleme tekniğinin tercih edilmesinin en önemli nedeni, otel çalışanlarından oluşan örneklemin, otel misafirleri tarafından gerçekleştirilen israfi gözlemlene imkânına sahip kilit pozisyonlardan kişiler olması ve böylelikle araştırma sorularına yeterli düzeyde yanıt alınabilmesini sağlamaktır. Bu örnekleme tekniği tercih edilerek, otel misafirlerinin bulunduğu alanlarda hiç görev almamış (ya da nadiren almış), dolayısıyla otel misafirlerinin davranışlarını yeterince gözlemlene imkânına sahip olamamış otel çalışanlarının örnekleme dahil olmasının önüne geçilmeye çalışılmıştır.

Amaçlı örnekleme tekniğinde, örneklem, araştırmacının önceki bilgi, deneyim ve gözlemlerinden hareketle belirlendiğinden, araştırmacı evren hakkında bilgi sahibi olmalıdır (Ural ve Kılıç, 2013:43). Bu aşamada, araştırmacı kendi sektör deneyimlerinden ve gözlemlerinden yararlanmıştır. Ayrıca, turizm alanında uzman iki öğretim üyesinden araştırma amaçlarına en uygun örneklemin nasıl belirlenebileceği konusunda da görüş alınmıştır. Bu bağlamda, çalışanlar açısından otel misafirlerinin israf davranışlarını gözlemlene imkânının en fazla olduğu düşünülen beş farklı departman belirlenmiştir. Bunlar ilk etapta, (1) mutfak, (2) yiyecek ve içecek servisi, (3) kat hizmetleri, (4) teknik servis, (5) önbüro departmanları olarak öngörülmüştür. İlaveten, otel yöneticileriyle yapılan ön görüşmeler esnasında uygulayıcılardan; kalite yönetimi, halkla ilişkiler ve eğlence/etkinlik/aktivite/animasyon departmanlarının yöneticileriyle de görüşmeler yapılmasının çalışma için faydalı olabileceği önerileri gelmiştir. Bu öneriler üzerine, otel çalışanlarından oluşan örneklemin hangi departman ve pozisyonlardan oluşacağıyla ilgili genel bir çerçeve çizilmekle birlikte örnekleme girecek (amaca en iyi hizmet edecek olan) çalışanların sahada araştırma esnasında (sektör yöneticilerinin de önerileri dikkate alınarak) netleştirilmesinin daha uygun olacağı değerlendirilmiştir. Otel misafirleriyle yapılacak görüşmelere katılacak kişilerin belirlenmesinde ise, kolayda örnekleme tekniği

kullanılmıştır. Zaman ve maddi kaynaklardan tasarruf sağlaması nedeniyle sosyal bilimler alanında yaygın olarak tercih edilen bu teknikte, isteyen herkes örnekleme dahil edilmekte ve veri toplama sürecine arzu edilen (yeterli) örneklem hacmine ulaşıncaya kadar devam edilmektedir (Altunışık vd., 2007:132; Yıldırım ve Şimşek, 2013:141; Ural ve Kılıç, 2013:42). Bu araştırmada, araştırmaya dahil olacak otel misafirlerinin belirlenmesinde kolayda örnekleme tekniğinin tercih edilmesinin iki temel sebebi bulunmaktadır. Birincisi, yarı yapılandırılmış yüz yüze görüşmelerin, tatil yapmakta olan otel misafirleri açısından zaman alıcı olacağından ancak onların gönüllü rızalarıyla örnekleme dahil edilebilecek olmalarıdır. İkincisi ise, araştırmada veri toplama tekniği olarak tercih edilen görüşme tekniğinin, araştırmacının veriler birbirini tekrar etmeye başladığı zaman yeterli sayıda örnekleme ulaştığına karar vermeyi gerektirmesidir (Yıldırım ve Şimşek, 2013:142). Görüşme tekniğinde, veri toplama sürecinde araştırmacının yapması gereken bu süreğen takip ve değerlendirme dikkate alındığında kolayda örnekleme tekniğinin bu tür bir araştırma için oldukça kullanışlı olduğu değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, bu tekniğin evrenin temsili (genellenebilirlik) açısından önemli sınırlılıkları bulunmaktadır (Ural ve Kılıç, 2013:42). Bu sınırlılığı bir nebze ortadan kaldırabilmek adına, otel misafirleri örnekleminde, mümkün olduğunca farklı cinsiyet ve farklı yaş gruplarından birbirine yakın sayılarda kişilere ulaşılmaya çalışılmıştır.

Nitel araştırmalar için kabul edilebilir örneklem sayısının alt sınırının 15 olduğu kabul görmektedir (Bertaux, 1981:35; Akt. Guest, Bunce ve Johnson, 2006:61; Mason, 2010:3). Oteldeki farklı departmanların farklı israf türlerine yönelik farklı bilgiler sağlayabileceği düşünülerek (örneğin, yiyecek içecek servisi ve mutfak departmanlarının gıda israfına yönelik, teknik servis ve kat hizmetleri departmanlarının elektrik ve su israfına yönelik gibi), otel çalışanlarına yönelik görüşmeler için en azından belirlenen beş temel departman ve üst yönetim kademesinden oluşan grupların her biri için 15 alt sınır olarak kabul edilmiştir. Benzer şekilde, otel misafirlerine yönelik görüşmeler için de, kadın ve erkek gruplarının her biri için 15 alt sınır olarak belirlenmiştir. Görüşme tekniğinin kullanıldığı araştırmalarda toplanan verinin kalitesi ve tekrar etmesi ilkesi olmakla birlikte, doktora tezi ve diğer çalışmalar için toplamda 20-30 arasında görüşme yapılması yeterli kabul edilmektedir (Kozak, 2014:114).

Nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğünü belirleme noktasında dikkate alınması gereken unsurlardan biri “araştırma odağı”dır. Buna göre; birkaç duruma aynı anda odaklanmayı gerektiren araştırmalarda hedef grubu olabilecek tüm gruplardan temsilcilerin yer aldığı bir örneklem oluşturmak gerekebilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013:142). Bu araştırmada da farklı departmanlardaki çalışanlar tarafından gözlenebileceği öngörülen farklı israf şekillerinin bütünüyle ortaya konulabilmesi için her bir kilit departmandan çalışanların örnekleme dahil edilmesi sebebiyle, örneklem büyüklüğü bir doktora tezi için yeterli görülen sayıların oldukça üzerine çıkmıştır. Çalışmada, örneklem büyüklüğü saha araştırması öncesinde

kesin olarak belirlenmemiş, “veri doygunluğu noktasını bulma yaklaşımından” (Glaser ve Strauss, 2006) yararlanılmıştır. Bu yaklaşımda, ilave görüşmeler araştırma için ilave bir kavrayış/içerik sunmadığında veri doygunluğu noktasına ulaşılmış olur (Juvan ve Dolnicar, 2014:80). Bu yaklaşımın kabul edildiği nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğü veri toplama aşamasında (verilerin tekrar ettiği doyma noktasına göre) netleştigiinden, araştırmada ulaşılan örneklem büyüklüğüne veri toplama süreci başlığı altında yer verilmektedir.

3.3. Veri Toplama Aracının Geliştirilmesi

Görüşme tekniğinde görüşme sorularını yazma basit ve doğrusal bir süreç değildir (Yıldırım ve Şimşek, 2013:165). İyi soru yazabilmek için, literatür ile araştırma soruları arasında bağlantı kurulması, nitel araştırma konusunda deneyimli kişilerden görüş alınması ve soruların bir grup ile önceden denenerek gerekli düzenlemelerin yapılması yararlı olabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013:165). Bu araştırmada da, görüşme sorularının hazırlanmasına yönelik bahsedilen süreç işletilmektedir.

Görüşme tekniğinde soru sayısı açısından tam bir kesinlik bulunmamakta, araştırmanın içeriğine göre 2-3 soru dahi yeterli olabilmektedir (Kozak, 2014:91). Görüşme süresi; soru sayısı, karşılıklı etkileşim, katılımcıların isteklilik durumu, cevapların kalitesi gibi unsurlar tarafından etkilenebilmekte, ancak ilgide dağılma, tekrar ve sonuçların sapması ihtimallerine karşın görüşme süresinin fazla uzatılması önerilmemektedir (Kozak, 2014:91). Dolayısıyla görüşme soruları hazırlanırken, görüşme süresiyle ilgili bu tür uyarıların da dikkate alınması gerekmektedir.

Çalışmada, araştırma amacına bağlı olarak belirlenen araştırma soruları doğrultusunda, turistlere yönelik altı adet, otel çalışanlarına yönelik 5 adet açık uçlu görüşme sorusu içeren bir görüşme formu hazırlanmıştır. Hazırlanan görüşme formunun yüzeysel geçerliliğini test etmek için, turizm alanında çalışan 6 öğretim üyesinden (1 profesör, 4 doçent, 1 doktor öğretim üyesi) görüş alınmıştır. Bir ölçme aracının yüzeysel geçerliliğe sahip olması; ölçmeyi sağlayan ifadeler ile araştırılan kavramsal yapı arasında ilişki olması, ifadelerin düzgün ve anlaşılır olması, doğru terimlerin kullanılması, uygun kelimelerin seçilmesi, anlamın açık ve net olması, birden fazla anlama gelebilecek kelimelerden kaçınılması, ifadelerin okunabilir olması, cümlelerin uygun uzunlukta olması, kullanılan ifadelerin cevaplayıcıların eğitim düzeyleri, bilgi düzeyleri, kültürel yapıları gibi özelliklerine uygun olması ve zorlayıcı ifadeler içermemesini ifade etmektedir (Şencan, 2005:743). Başvurulan öğretim üyelerinin görüşleri doğrultusunda, görüşme formu üzerinde gerekli görülen şekil ve ifade değişiklikleri yapılmıştır.

Bir ölçme aracının geçerliliği için yüzeysel geçerliliğin sağlanması tek başına yeterli değildir (Rubin ve Babbie, 2008:184). Ölçme araçlarının içeriğinin uygunluğunu test etmede

gerekli görülen ve yüzeysel geçerlilikten daha derin bir değerlendirmeyi gerektiren içerik (kapsam) geçerliliği, bir ölçme aracının kavrama dahil olan tüm anlam silsilesini kapsama düzeyi olarak açıklanmaktadır (Rubin ve Babbie, 2008:186). Bir diğer ifadeyle, içerik geçerliliği bir ölçme aracı bileşenlerinin (soruların ya da maddelerin) belli bir ölçme amacı için belirlenen yapıyla ilgili olması ve ölçülmek istenen yapıyı temsil etmesini ifade etmektedir (Haynes, Richard ve Kubanes, 1995:238). Bu çalışmada da, görüşme sorularının ölçülmek istenen içeriği temsil edip etmediğinden emin olabilmek adına, sosyal bilimler alanında çalışan 20 öğretim üyesinden hazırlanan bir veri toplama formu aracılığıyla görüş alınmıştır. Başvurulan uzmanlardan (1) hazırlanan mülakat sorularının araştırma amacına uygunluğuna yönelik görüşlerini belirtmeleri, (2) mülakat sorularına yönelik düzeltme önerileri varsa belirtmeleri ve (3) ilave soru ekleme önerileri varsa belirtmeleri istenmiştir. Uzman değerlendiricilerin içerik geçerliliğine yönelik yaptıkları değerlendirmelerin analizinde, yaygın olarak kabul gören yöntemlerden biri olan Lawshe'nin İçerik Geçerlilik Oranı'ndan (İGO) yararlanılmıştır (Şencan, 2005:752). Lawshe (1975) tarafından geliştirilen İGO Formülü aşağıda gösterildiği gibidir:

$$İGO_i = \frac{n_e - \frac{N}{2}}{\frac{N}{2}}$$

İGO_i: Formun i'inci maddesinin içerik geçerlilik oranı

n_e: İfadenin uygun olduğunu belirten uzman sayısı

N: Toplam uzman sayısı

İGO formülünün uygulanmasıyla birlikte, ölçme aracındaki her bir ifade için -1 ile +1 arasında değişen bir yüzde değeri elde edilmektedir. Uzmanların yarısından fazlasının uygun bulmadığı ifadelerde bu değer eksi çıkmakta ve ilgili ifadenin ölçme aracından çıkarılması gerekmektedir. Lawshe'nin İGO formülüne göre bir ifadenin içerik geçerliliğine sahip olduğunun kabul edilebilmesi için uzmanların yarısından fazlasının ifadenin uygun (gerekli) olduğunu belirtmiş olması gerekmektedir. Ayrıca, ulaşılan oranların farklı panel büyüklükleri için p = 0,05 (tek yönlü) güven aralığında belirlenen asgari içerik geçerliliği oranlarının üzerinde olması istenmektedir (Lawshe, 1975:568).

Görüşme formundaki soru ifadeleriyle ilgili yapılan uzman değerlendirmeleriyle ilgili bilgiler ve hesaplanan İGO değerleri Tablo 3.1.'de sunulmaktadır. Ulaşılan İGO değerlerinin, 20 uzman için p = ,05 güven aralığında belirlenen asgari İGO değeri olan ,42'nin üzerinde olduğu görülmektedir (Lawshe, 1975:568). Ayrıca, görüşme sorularının her birine ait İGO değerlerinin ortalaması alınarak bulunan İçerik Geçerliliği İndeksi (İGİ) değerinin 0,67'den büyük olması istenmektedir (Lawshe, 1975:569; Alpar, 2014:439). Tablo 3.1.'deki İGİ değerlerinin ikisinin de

bu değerden büyük olduğu görülmektedir. Bu durumda, görüşme sorularının içerik geçerliliğine sahip olduğu desteklenmiştir.

Tablo 3.1. Görüşme Sorularına Yönelik Uzman Görüşleri ve Hesaplanan İçerik Geçerlilik Oranları

Maddeler	UYGUN	UYGUN DEĞİL	Düzeltilme	BOŞ	İGO	Karar
Turistlere Yönelik Sorular						
T.1.Size göre israf nedir? İsrafi nasıl tanımlarsınız?	20		2		1,00	Kabul
T.2.Otel konaklamanız süresince diğer otel misafirlerinin israf davranışlarına hiç tanık oldunuz mu? Otel misafirleri ne tür israflarda bulunuyorlar? Lütfen, gözlemlerinizi paylaşır mısınız?	20		6		1,00	Kabul
T.3.Otel misafirleri sizce neden israfa yöneliyor olabilir?	18	2	3		0,80	Kabul
T.4.Sizin de otel içerisinde gerçekleştirdiğiniz tüketimler sırasında israf yaptığınız oluyor mu? Sizce neden? Lütfen paylaşır mısınız?	20		2		1,00	Kabul
T.5.Sizce, insanların evlerindeki tüketim davranışlarıyla oteldeki tüketim davranışları farklılaşıyor olabilir mi? Sizce neden?	20		5		1,00	Kabul
T.6.Sizce, otel misafirlerinin israf davranışlarına yönelik nasıl tedbirler alınabilir? (Sizce otel misafirlerinin israf davranışları nasıl önlenebilir ya da azaltılabilir?)	20		3		1,00	Kabul
İGi					%96,7	
Otel Çalışanlarına Yönelik Sorular						
Ç.1.Size göre israf nedir? İsrafi nasıl tanımlarsınız?	20		2		1,00	Kabul
Ç.2.Otel misafirlerinin israf davranışlarına hiç tanık oldunuz mu? Otel misafirleri ne tür israflarda bulunuyorlar? Lütfen paylaşır mısınız?	20		4		1,00	Kabul
Ç.3.Otel misafirleri sizce neden israfa yöneliyor olabilir?	19	1	3		0,90	Kabul
Ç.4.Çalıştığınız işletmenin, otel misafirlerinin israf yapmasını önlemeye yönelik uygulamaları var mı? Lütfen paylaşır mısınız?	20		2		1,00	Kabul
Ç.5.Sizce, otel misafirlerinin israf davranışlarını önlemeye ya da azaltmaya yönelik ne tür tedbirler alınabilir?	20		3		1,00	Kabul
İGi					%98	

Hazırlanan soru ifadeleri uzmanların büyük çoğunluğu tarafından uygun bulunmakla birlikte, uzmanlar tarafından bazı soru ifadeleriyle ilgili çeşitli kaygılar belirtilmiş (sorunun yanıtlanmasında zorlanılabileceği, verilen yanıtların analizinin zor olabileceği gibi), soru ifadelerinin anlaşılabilirliğini güçlendirebilecek, yanıt alınabilirliği artırabilecek ve alınacak yanıtların kalitesini iyileştirebilecek çeşitli düzeltme önerileri gelmiştir. Bazı uzmanlar tarafından ilave sorular önerilmiştir. Soru ifadeleri, uzmanlar tarafından belirtilen öneriler

dikkate alınarak araştırmacı tarafından tekrar gözden geçirilmiştir. Yapılan değerlendirmeler sonucunda, görüşme sorularına yönelik gerçekleştirilen değişiklikler Tablo 3.2.'de sunulmaktadır.

Tablo 3.2. Uzman Görüşlerinden Hareketle Görüşme Sorularında Yapılan Değişiklikler

TURİSTLERE YÖNELİK SORULAR	
UZMAN GÖRÜŞÜ ÖNCESİ	UZMAN GÖRÜŞÜ SONRASI
T.1.Size göre israf nedir? İsrafı nasıl tanımlarsınız?	T.1.Sizce hangi tür davranışlar israftır?
T.2.Otel konaklamanız süresince diğer otel misafirlerinin israf davranışlarına hiç tanık oldunuz mu? Otel misafirleri ne tür israflarda bulunuyorlar? Lütfen, gözlemlerinizi paylaşır mısınız?	T.2.Otel konaklamanız süresince diğer otel misafirlerinin israf davranışlarına hiç tanık oldunuz mu? Yanıt Evetse; -Misafirler en çok otelin hangi alanlarında (bölümlerinde) israf yapıyorlar? -Otel misafirleri ne tür israflarda bulunuyorlar? Lütfen, gözlemlerinizi paylaşır mısınız?
T.3.Otel misafirleri sizce neden israfa yöneliyor olabilir?	T.3.Sizce, otel misafirlerinin israfa yönelmelerinin nedenleri nelerdir?
T.4.Sizin de otel içerisinde gerçekleştirdiğiniz tüketimler sırasında israf yaptığınız oluyor mu? Sizce neden? Lütfen paylaşır mısınız?	T.4.Sizin de otel içerisinde gerçekleştirdiğiniz tüketimler sırasında israf yaptığınız oluyor mu? Yanıt Evetse; -Otel içerisindeki hangi alanlarda, ne tür israflarda bulunduğunuzu paylaşır mısınız? -Sizce, israf yapmanın nedenleri neler olabilir? Yanıt Hayırsa; -Lütfen, israf yapmama nedenlerinizi açıklar mısınız?
T.5.Sizce, insanların evlerindeki tüketim davranışlarıyla oteldeki tüketim davranışları farklılaşıyor olabilir mi? Sizce neden?	T.5.Sizce, insanların evlerindeki tüketim davranışlarıyla oteldeki tüketim davranışları farklı mıdır? Yanıt Evetse; -Sizce, bu farklılığın nedenleri nelerdir?
T.6. Sizce, otel misafirlerinin israf davranışlarına yönelik nasıl tedbirler alınabilir? (Sizce otel misafirlerinin israf davranışları nasıl önlenabilir ya da azaltılabilir?)	T.6.Sizce otel misafirlerinin israf davranışları nasıl önenebilir ya da azaltılabilir?
OTEL ÇALIŞANLARINA YÖNELİK SORULAR	
UZMAN GÖRÜŞÜ ÖNCESİ	UZMAN GÖRÜŞÜ SONRASI
Ç.1. Size göre israf nedir? İsrafı nasıl tanımlarsınız?	Ç.1.Sizce hangi tür davranışlar israftır?
Ç.2. Otel misafirlerinin israf davranışlarına hiç tanık oldunuz mu? Otel misafirleri ne tür israflarda bulunuyorlar? Lütfen paylaşır mısınız?	Ç.2.Otel misafirlerinin israf davranışlarına hiç tanık oldunuz mu? Yanıt Evetse; -Misafirler en çok otelin hangi alanlarında (bölümlerinde) israf yapıyorlar? -Otel misafirleri ne tür israflarda bulunuyorlar? Lütfen, gözlemlerinizi paylaşır mısınız?

Tablo 3.2. (devamı)

Ç.3. Otel misafirleri sizce neden israfa yöneliyor olabilir?	Ç.3.Sizce, otel misafirlerinin israfa yönelmelerinin nedenleri nelerdir?
Ç.4. Çalıştığınız işletmenin, otel misafirlerinin israf yapmasını önlemeye yönelik uygulamaları var mı? Lütfen paylaşır mısınız?	Değişiklik yapılmamıştır.
Ç.5. Sizce, otel misafirlerinin israf davranışlarını önlemeye ya da azaltmaya yönelik ne tür tedbirler alınabilir?	Ç.5.Sizce, otel misafirlerinin israf davranışlarını önlemeye ya da azaltmaya yönelik ne tür önlemler alınabilir?
	Ç.6.Farklı müşteri (misafir) gruplarının israf konusunda farklı davranışları olduğunu düşünüyor musunuz? Bu konuda varsa gözlemlerinizi paylaşır mısınız?

Görüşme sorularına yönelik uzman görüşlerinden hareketle veri toplama araçlarının iç geçerliliği desteklenmiştir. Görüşme sorularında yapılan değişikliklerle birlikte, görüşme formları veri toplamaya hazır hale getirilmiştir. Çalışma hakkında bilgilendirici bir açıklamayla başlayan, çalışanlar ve turistlere yönelik ayrı ayrı hazırlanan görüşme formları Ek 4 ve Ek 5'te sunulmuştur.

3.4. Analiz Süreci

Araştırmada elde edilen verilere, içerik analizi ve betimsel analiz uygulanmıştır. İçerik analizi; dökümanlar, mülakat dökümleri ya da çeşitli kayıtlardan elde edilen çok sayıdaki verinin, daha anlamlı ve daha az sayıdaki kategorilere ayrılarak karakterize edilmesi, karşılaştırılabilir ve yorumlanabilir hale getirilmesinde yararlanılan ve verilerin daha ileri analizler için kullanılmasını kolaylaştıran bir analiz türüdür (Altunışık, vd., 2007:268-270). Bu analiz türünde, yazılı metinlerin, görsellerin ya da söylemlerin içeriğine bakılarak, en çok ya da en az hangi kavram, olay ya da düşüncelere vurgu yapıldığına bakılarak bir sonuca ulaşılmaya çalışılmaktadır (Kozak, 2014:138). İçerik analizi sürecinin işletilmesi, birbirine benzeyen verilerin belirli kavramlar ve temalar altında toplanarak düzenlenmesi ve yorumlanmasını içermektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013:259). İçerik analizi aynı zamanda, nitel verinin nicel veriye dönüştürülmesinde de kullanılmaktadır (Rubin ve Babbie, 2008:400). Bu çalışmada, içerik analizi türlerinden, frekans analizi ve tematik analiz tekniklerinden yararlanılmaktadır. Frekans analizi, sayılabilecek nitelikte birimlerin (örneğin, kavramların) sayısal ve yüzdesel bir tarzda görünme sıklığını ortaya koymaktadır (Bilgin, 2014:18). Tematik (kategorik) analiz ise, veriden hareketle belirli kodlar (birimler) oluşturma ve akabinde bu kodların belirli kriterlere göre kategoriler (temalar) halinde gruplanmasını ifade etmektedir (Bilgin, 2014:19; Yıldırım ve Şimşek, 2013:260). Araştırmada tematik analiz yapılırken, Braun ve Clarke'ın (2006); *veriye*

aşına olma (kayıtları yazıya geçirme, analize başlamadan önce tüm veriyi en az bir kere aktif şekilde okuma, anlam, örnekler vb. arama, ön değerlendirmeleri not alma), *kodları oluşturma* (veriyi sistematik bir şekilde kodlama, oluşturulan kodları düzenleme ve sıralama), *temalar oluşturma* (sıralı kodların tamamını uygun temalar altında gruplama), *temaları tekrar gözden geçirme* (oluşturulmuş temaları tekrar gözden geçirerek, arıtma/geliştirme), *temaları tanımlayarak adlandırma ve raporlamayı* içeren altı aşamalı süreci takip edilmiştir. Çalışmada, içerik analiziyle birlikte kullanılan betimsel analizle de, veri kaynaklarından bazı alıntılar yapılarak, ulaşılan çarpıcı görüşlerin metne yansıtılması sağlanmakta, veriler okuyucuların anlayabileceği ve isterlerse kullanabileceği bir şekle sokulmaktadır (Altunışık vd., 2007:268). Elde edilen verilerin düzenlenmiş ve yorumlanmış halini okuyucuya sunma amacıyla gerçekleştirilen betimsel analiz aşamasında, veriler sistematik ve açık bir şekilde betimlenerek neden sonuç ilişkileri irdelenmekte ve ulaşılan sonuçlar sunulmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013:256).

3.5. Pilot Uygulama ve Veri Toplama Süreci

Hazırlanan görüşme sorularının, asıl araştırma öncesinde, belirli bir örnek grup üzerinden test edilmesi veri toplama aracının uygunluğu hakkında önemli ipuçları sağlayabilmektedir. Bu kısımda, ilk olarak yapılan pilot uygulama süreci ve ön-test bulgularına yer verilerek veri toplama aracının uygunluğu tartışılmakta, ardından asıl araştırmanın veri toplama sürecinden bahsedilmektedir.

3.5.1. Pilot Uygulama

Hazırlanan görüşme sorularının denenmesi amacıyla, 22.02.2018 ile 20.03.2018 tarihleri arasında, son iki hafta içerisinde her şey dahil sistemini uygulayan beş yıldızlı bir resort otelde konaklamış olan üç kişiden (1 kadın, 2 erkek) ve Mersin’de her şey dahil sistemini uygulayan beş yıldızlı bir resort otelin çalışanlarından (genel müdür, genel müdür yardımcısı ve satış koordinatörü, aşçıbaşı, yiyecek içecek müdürü, teknik servis müdürü, kat hizmetleri müdürü) veri toplanmıştır. Böylece, hazırlanan görüşme sorularının anlaşılabilirliği ve kolay yanıtlanabilirliği test edilmiştir. Yapılan pilot uygulamadan elde edilen veriler içerik analizine ve betimsel analize tabi tutularak, görüşme sorularına alınan yanıtların ortaya koyduğu genel çerçeve değerlendirilmiştir. Böylece, asıl araştırmaya geçmeden önce, sorularda yapılmasına ihtiyaç olabilecek değişiklikler üzerinde irdeleme yapılmıştır. Bu aşamada yapılan analizler aynı zamanda, asıl araştırmada yapılan içerik analizi için yol gösterici bir kod-kategori listesinin oluşturulabilmesini sağlamıştır. Öntest bulgularına ilişkin tablolar Ek 6-15 arasında sunulmaktadır.

Yapılan pilot uygulama veri toplama aracının uygunluğu ve görüşme sorularında yapılması gereken değişiklikler hakkında önemli ipuçları sağlamıştır. Pilot uygulama sırasında ilk olarak; hem otel çalışanlarına hem de otel misafirlerine yöneltilmiş olan “Sizce, hangi tür davranışlar israftır?” sorusunun yanıtlanmasında güçlük çekildiği fark edilmiş ve bu soruya “İsraf size göre nedir?” sorusunun ilave edilmesinin anlaşılabilirliği artırarak sorunun yanıtlanmasını kolaylaştırdığı gözlemlenmiştir. Ayrıca, otel çalışanı katılımcıların verdiği cevaplardan hareketle, soru sıralamasında yer değişikliğine ihtiyaç olduğu ortaya çıkmıştır. Altıncı soru olan *“Farklı müşteri (misafir) gruplarının israf konusunda farklı davranışları olduğunu düşünüyor musunuz? Bu konuda varsa gözlemlerinizi paylaşır mısınız?”* sorusunun, ikinci soru olan *“Otel misafirleri ne tür israflarda bulunuyorlar? Lütfen, gözlemlerinizi paylaşır mısınız?”* sorusunun hemen arkasına alınmasının daha uygun olacağı değerlendirilerek soru sıralamasında değişikliğe gidilmiştir.

Pilot uygulama aşamasında çalışanlarla yapılan görüşmeler ortalama 18 dakika, otel misafirleriyle yapılan görüşmeler ortalama 8 dakika sürmüştür. Pilot uygulamanın veri toplama süreci ve ön-test bulgularından hareketle, hazırlanan veri toplama aracının, konuyu geniş bir açıdan değerlendirmeye olanak tanıyabilecek kadar kapsamlı ve aynı zamanda ortalama görüşme sürelerinden hareketle oldukça uygulanabilir olduğu ortaya çıkmıştır. Buradan hareketle, hazırlanan veri toplama aracıyla araştırmaya devam edilmesinin uygun olduğu değerlendirilmiştir. Otel çalışanları ve otel misafirleriyle görüşmelerde kullanılan görüşme formlarının, pilot uygulama sırasında ve sonrasında yapılan değişikliklerden sonraki hali Ek 16 ve Ek 17’de sunulmuştur.

3.5.2. Veri Toplama Süreci

Belirlenen otellerden verilerin toplanabilmesine yönelik olarak, otel yöneticilerinin 1-13 Nisan 2018 tarihleri arasında uygun oldukları gün ve saatler için randevular alınarak randevu takvimi oluşturulmuştur. Randevu alınan tarih ve saatlerde ilgili otellere gidilmiştir. Ön görüşmelerin üzerinden iki üç hafta geçmiş olması nedeniyle, otel yöneticilerine araştırmanın amacı hatırlatılmış ve araştırmanın nasıl yürütüleceği hakkında bilgiler aktarılmıştır. Bu süreçte, otel yöneticileri otel çalışanlarıyla yapılacak görüşmelerde öncelik verilmesi gereken departmanların; mutfak, yiyecek içecek servisi, teknik servis ve kat hizmetleri departmanları olduğu konusunda hemfikir olduklarını belirtmişlerdir. Ancak, önbüro departmanı çalışanlarının otel misafirlerinin tüketim gerçekleştirdikleri alanlarda bulunmadıklarından israf davranışlarını gözlemleme imkanına çok fazla sahip olmadıklarını ifade etmişlerdir. Görüşülen otel yöneticileri tarafından, önbüro departmanı çalışanları yerine; kalite, misafir ilişkileri ve etkinlik/eglence/aktivite/animasyon departmanı yöneticileriyle görüşmenin, araştırmanın

amacına daha uygun olabileceği ve araştırmaya daha fazla katkı sağlayabileceği önerilmiştir. Yöneticilerden alınan bu görüşler, örneklemin daha doğru seçilmesine dolayısıyla da geçerliliğin desteklenmesine katkı sağlamıştır. İlâveten, bu yönetici görüşleri, konu hakkında yeterli gözlem ve tecrübeye sahip olmayan çalışanlarla görüşülmesinden kaynaklanabilecek zaman ve emek israfının da önüne geçilmesini sağlamıştır.

Görüşülen çalışanların misafir davranışlarıyla ilgili yeterli gözlem ve tecrübeye sahip olduğundan emin olabilmek adına işletmede en az bir sezon çalışmış kişilerin araştırmaya katılım için yönlendirilmesi istenmiştir. Görüşmelerin yapıldığı çalışanlarla araştırmacının otel içerisindeki buluşmaları, üst kademe yöneticilerden departman yöneticilerine, departman yöneticilerinden alt kademe çalışanlara doğru yapılan yönlendirmelerle gerçekleştirilmiştir. Görüşülen her bir departman yöneticisine de, araştırmanın amacı ve nasıl yürütüleceği konusunda bilgi verilerek, konuyla ilgili yeterli gözlem ve tecrübeye sahip olduğu öngörülen çalışanların görüşme için araştırmacıya yönlendirilmesi talep edilmiştir. Ayrıca, farklı pozisyonlardan çalışanların konuya ilişkin farklı gözlem ve değerlendirmeleri olabileceği düşüncesiyle, belirlenen her bir departmandan hem müdür/müdür yardımcısı, hem şef, hem de alt kademe çalışan pozisyonlarından kişilerle görüşülmeye çalışılmıştır. Böylece, örneklemin heterojen yapısının artırılması amaçlanmıştır. Nitekim, veri toplama sürecinde, 17 üst kademe yönetici (genel müdür/yardımcısı/koordinatör), mutfak, yiyecek ve içecek servisi, kat hizmetleri ve teknik servis departmanlarından 15'er çalışan (6'sı müdür/yardımcısı, 5'i şef, 4'ü alt kademe çalışan olmak üzere), 5 kalite departmanı yöneticisi, 6 misafir ilişkileri departmanı yöneticisi, 3 eğlence/etkinlik/aktivite/animasyon departmanı yöneticisi ve 2 önbüro departmanı yöneticisi olmak üzere toplam 93 otel çalışanıyla yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşülen çalışanlarının departman ve pozisyonlarının dağılımı, daha anlaşılır olacağı düşüncesiyle Tablo 3.3.'de sunulmaktadır. Verilerin büyük ölçüde birbirini tekrar etmeye başladığı ve artık yeni bir veriye ulaşamadığı bu noktada otel çalışanlarına yönelik veri toplama süreci sonlandırılmıştır.

Tablo 3.3. Görüşülen Otel Çalışanlarının Departman ve Pozisyonlarının Dağılımı

	Müdür/Yrd	Şef	Çalışan	Σ
Genel Koordinatör/Müdür/ Yardımcısı	17			17
Mutfak	6	5	4	15
Yiyecek & İçecek Servisi	6	5	4	15
Kat Hizmetleri	6	5	4	15
Teknik Servis	6	5	4	15
Kalite	5			5
Misafir İlişkileri	6			6
Eğlence/Etkinlik/Aktivite/Animasyon	3			3
Önbüro	2			2
Σ	57	20	16	93

Veri toplama süreci öncesinde, alt kademe çalışanların otel misafirleriyle en yoğun etkileşimde olan kişiler olduğu düşünülerek, belirlenen dört temel departman olan mutfak, yiyecek ve içecek servisi, kat hizmetleri ve teknik servis departmanlarından 4'er müdür, 5'er şef ve 6'şar çalışanla görüşülmesi planlanmıştır. Buna karşın, veri toplama sürecinde departman yöneticilerinin konuya ilişkin gözlem, bilgi ve tecrübelerinin daha kapsamlı olduğu ve çözüm önerileri noktasında daha rahat değerlendirmelerde bulunabildikleri gözlemlendiğinden, planlanan alt kademe ve yönetici sayılarının yeri değiştirilerek görüşülen yönetici sayısının 6'ya çıkarılması ve alt kademe çalışan sayısının 4'e düşürülmesi araştırmacı tarafından bilinçli olarak tercih edilmiştir. Otel çalışanlarıyla gerçekleştirilen görüşmelerin her biri ortalama 17 dakika sürmüştür.

Otel misafirleriyle görüşmelerin ayarlanması sürecinde, misafir ilişkileri departmanı çalışanlarından destek alınmıştır. Bunun nedeni, otel yöneticilerinden bazılarının, misafirlerin tatil sürecindeyken araştırmaya katılma teklifiyle rahatsız edilmelerini hoş karşılamayarak acentalarına otelle ilgili şikayette bulunabilecekleri kaygısını taşıdıklarını, misafir ilişkileri departmanı çalışanlarının, misafirlerle ön iletişim kurarak görüşme teklifine ılımlı yaklaşanların araştırmacıyla görüştürülmelerinin uygun olacağını açıkça belirtmiş olmalarıdır. Toplam 34 otel misafiriyle yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Otel misafirleriyle yapılan görüşmelerden elde edilen verilerin büyük ölçüde birbirini tekrar etmeye başladığı ve artık yeni bir veriye ulaşamadığı bu noktada otel misafirlerine yönelik veri toplama süreci sonlandırılmıştır. Veri toplama sürecinin sonlandırılmasına karar verilmesinde, otel misafirlerinden elde edilen verilerin, otel çalışanlarından elde edilen verileri teyit ettiği ancak, artık ilave bir katkı sağlamadığı doygunluk noktasına geldiğinin fark edilmesi de belirleyici olmuştur.

Otel misafirlerinden elde edilen veriler 04.04.2018, 12.04.2018 ve 13.04.2018 tarihlerinde toplanmıştır. Katılımcı otel misafirlerinden 2'sine daha önce çalışanlarla görüşme yapılan Belek bölgesindeki bir otelden, 31'ine Manavgat bölgesindeki iki farklı otelden ve 1'ine Alanya'daki bir otelden ulaşılmıştır. Otel misafirleriyle yapılan görüşmelerin ağırlıklı olarak Manavgat bölgesinde gerçekleştirilmesinin nedenlerinden biri, veri toplanan tarihte Manavgat'taki araştırma için izin alınan otellerin açık olması ve yerli turistlerin konaklıyor olmasıdır. Belek'te araştırma için izin alınan otellerin ise lüks konsept olması ve misafir profilinin bu tür araştırmalara sıcak bakmaması nedeniyle, bu bölgede ulaşılabilen otel misafirlerinin sayısı sınırlı olmuştur. Otel misafirleriyle yapılan görüşmelerin her biri ortalama 6 dakika sürmüştür. Takip eden kısımda araştırma bulguları açıklanmaktadır.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmanın bulguları; otel çalışanlarıyla gerçekleştirilen görüşme bulguları ve otel misafirleriyle gerçekleştirilen görüşme bulguları olarak iki alt başlıktan oluşmaktadır. Takip eden alt başlık içerisinde otel çalışanlarıyla gerçekleştirilen görüşme bulguları sunulmaktadır.

4.1. Otel Çalışanlarıyla Yapılan Görüşme Bulguları

Bu kısımda öncelikle görüşülen otel çalışanlarına ilişkin demografik bilgiler sunulmaktadır. Ardından otel çalışanlarıyla yapılan görüşmelerin analizi sonucunda elde edilen bulgular farklı alt başlıklar altında açıklanmaktadır.

4.1.1. Görüşülen Otel Çalışanlarına İlişkin Demografik Bilgiler

Araştırmaya katılan otel çalışanlarına ilişkin demografik bilgiler Tablo 4.1.'de sunulmaktadır. Araştırma kapsamında yüz yüze görüşme gerçekleştirilen 93 otel çalışanının 68'i (%73,1) erkektir. Katılımcıların 38'i (%40,9'u) 11-20 yıl arasında sektör deneyimine sahiptir. Katılımcıların %89,3'ünün 5 yıldan ve %79,6'sının 10 yıldan daha uzun sektör deneyimine sahip olması görüşme yapılan işgörenlerin deneyimli olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 4.1. Otel Çalışanlarına İlişkin Demografik Bulgular

	n	%
CİNSİYET		
Kadın	25	26,9
Erkek	68	73,1
Toplam	93	100
SEKTÖR DENEYİMİ		
1-5 yıl	10	10,7
6-10 yıl	9	9,7
11-20 yıl	38	40,9
21-30 yıl	29	31,2
31 yıl ve üzeri	7	7,5
Σ	93	100

Katılımcıların uzun sektör deneyimlerine dayalı olarak, gelişkin gözlem ve değerlendirme yapmaları araştırmada kapsamlı verilere ulaşılmasını kolaylaştırmıştır. Katılımcıların çalıştıkları departman ve pozisyonları, sektör deneyimleri ve cinsiyetlerine ilişkin liste Ek 18'de sunulmuştur. Takip eden başlık altında otel çalışanlarıyla yapılan görüşmelere ilişkin bulgulara yer verilmektedir.

4.1.2. Otel Çalışanlarıyla Gerçekleştirilen Görüşme Bulguları

Bu kısımda, otel çalışanlarına göre, israfın tanımı, israfın en çok ortaya çıktığı alanlar, israf şekilleri, misafir grupları arasındaki davranışsal farklılıklar, israfın nedenleri, otellerdeki israfi önleyici uygulamalar, çalışanların çözüm önerileri, otellerde israfi önleyici uygulamalardan kaçınılmasının nedenleri ve önleyici uygulamalara yönelik algılanan engellerle ilgili bulgular aşağıdaki alt başlıklar altında sunulmaktadır.

4.1.2.1. Otel Çalışanlarına Göre İsrafın Tanımı

Otel çalışanlarının israfi tanımlayış biçimlerini ortaya çıkarmak amacıyla kendilerine yöneltilen “Sizce hangi tür davranışlar israftır? İsfaf size göre nedir?” sorusuna alınan yanıtlar üzerinden oluşturulan kodların tekrar sıklıkları ve oranları Tablo 4.2.’de sunulmaktadır. Çalışanların israfi tanımlayışlarına ilişkin kodlardan en sık tekrarlananlar “ihtiyaçtan/gereğinden fazlasını almak/stoklamak” (43 tekrar; %25,90), “yeterinden/gerektiğinden/ihitiyaçtan fazlasını kullanmak/tüketmek/harcamak” (43 tekrar; %25,90) ve “fuzuli, gereksiz, ihtiyaç dışı, boşa, harcamak/kullanmak/tüketmek” (30 tekrar; %18,07) şeklindedir.

Tablo 4.2. Otel Çalışanlarına Göre İsrafın Tanımı

İfade Kodu	İfade Açılımı	f _i	%
İ1	İhtiyaçtan/gereğinden fazlasını almak/stoklamak	43	25,90
İ2	Yeterinden/gerektiğinden/ihitiyaçtan fazlasını kullanmak/tüketmek/harcamak	43	25,90
İ3	Fuzuli, gereksiz, ihtiyaç dışı, boşa, harcamak/kullanmak/tüketmek	30	18,07
İ4	Kaynakları hoyratça/verimsiz/kontrolsüz kullanmak	14	8,43
İ5	Gereğinden fazla (kontrolsüz) üretmek	9	5,42
İ6	Hedonik satın alma yapmak	7	3,61
İ7	Tüketilebilecek/kullanılabilecek durumdaki ürünleri çöpe atmak	4	2,41
İ8	Ekipmana/malzemeye zarar vermek ya da kullanılamaz hale getirmek	4	2,41
İ9	Başkaları için gereksiz iş yükü (emek) ve zaman kaybına neden olmak	2	1,20
İ10	Aşırı (kontrolsüz) tüketmek	2	1,20
İ11	Alınan ürünleri zamanında tüketmeyerek ziyan olmasına sebep olmak	2	1,20
İ12	Gereksiz davranışlarda bulunmak	2	1,20
İ13	Gereksiz/boş konuşmak	1	0,60
İ14	Atık oluşturmak	1	0,60
İ15	Kişisel çıkar amacıyla kaynakların peşkeş çekilmesi	1	0,60
İ16	Malzemeleri kullanma talimatına (amacına) uygun olmayan şekilde kullanmak	1	0,60
İ17	Kalitesiz ürün üretmek	1	0,60
Σ		167	100

Yapılan tanımlamalara göre ihtiyaçtan ya da gereğinden fazla alınan veya stoklanan şeyler çöpe atılsa da atılmasa da israf olarak değerlendirilmektedir. Çünkü, gereğinden fazlasını almak ya da stoklamak çalışanlara göre iki temel israf riskini içerisinde barındırmaktadır.

Bunlardan birincisi, alınan ya da stoklanan kaynağın zaman içerisinde bozulması, çürümesi ya da kullanılamaz hale gelmesi, ikincisi ise ürün ziyan olmasa bile gereksiz yere stok maliyetine katlanılmış olmasıdır. Çalışanların bu konuyla ilgili ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...haddinden fazla ürünü alıp, zayi olmasına neden olmak, yani tüketemeyeceğimizden fazlasını alıp onun zayi olmasına neden olmak... (Ç14)

...ihtiyaçtan fazlasının alınıp, bir köşeye konularak çürümesi ya da kullanılmaz hale gelmesine sebep olmaktadır... (Ç66)

...gereğinden fazla alması bile, çöpe gitmese bile bir israftır... (Ç76)

... Biliyorsunuz, stoğun bi maliyeti var, stok maliyeti diye çok önemli bi konu var stok maliyeti. Alıp ihtiyaçtan fazlasını stokladığınız anda bi sermaye yatırmak zorundasınız buraya. Sermaye yatırdığınız takdirde de sermaye orda bekleyecek artı bozulma, kullanım süresinin geçmesi gibi riskler oluşacak, büyük zararlar oluşacak, çok büyük bir israf oluşacak... (Ç92)

Çalışanlar tarafından yapılan tanımlamalarda, somut kaynakların yanı sıra soyut kaynakların da israfa konu olduğu değerlendirilmiştir. Örneğin, “kaynakları hoyratça/verimsiz/kontrolsüz kullanma” şeklindeki tanımlamalar kapsamında, kullanılan malzemeler ya da doğal kaynakların israf edilmesinin yanı sıra çalışanlar tarafından sıklıkla zaman ve enerjinin (emeğin) de verimsiz, bilinçsiz ve kontrolsüz kullanılmasından söz edilmiştir. Türk Dil Kurumu Güncel Sözlüğü’nün tanımlamasına göre “hoyrat” kelimesi “kaba, kırıcı, hırpalayıcı, yakışsız, çirkin, acemi, biçimsiz, dikkatsiz, tutumsuz” gibi anlamlara geldiğinden (TDK, 2019), kaynakların acemice/bilinçsizce, uygunsuz, dikkatsiz, verimsiz, kontrolsüz kullanımıyla ilgili ifadelerin tamamı bu kod içerisine dahil edilmiştir. Çalışanların bu konuyla ilgili ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır:

...Doğal kaynakları çok kontrollü tüketmiyoruz bence... (Ç20)

...Malzeme kullanımında kullanılabilcek yerler var onlar mesela atıyorum bi maydonoz bi roka onun sapını da kullanabilir fakat onlar hep çöpe gidiyo... (Ç22)

...Yani ben baktığım zaman mesela işe gelen bi insan eğer kaytariyorsa işini yapmıyorsa ne biliyim değişik şeylerle vakit geçiriyorsa... (Ç22)

...Normal hayatımızda zaman israfı da olabilir, işte ne bilim emek israfı da olabilir... (Ç53).

...Yani misal veriyorum, burda dört tane sandalye yeterli oluyor, buraya altı tane atarsak o israftır... (Ç83)

Çalışanların israf tanımlamaları tüketim süreçlerinin yanı sıra, üretim süreçlerini de kapsamaktadır. Çalışanlar tarafından, “gereğinden fazla (kontrolsüz) üretmek” ve “kalitesiz ürün üretmek” de üretilen ürünlerin tüketil(e)meme durumu dikkate alındığından israf olarak değerlendirilmektedir.

... kontrolsüz üretimler yapmak... (Ç14)

... Evinizde bile bir tencere yemek yaparken, evinizin bireyleri kadar yemek yaparsınız... Siz bu hesaplamanın dışında fazla fazla yiyecekler yaparsanız, hesabınızı misafirinizin tüketeneğinden fazla yaparsanız, bu birinci israf kanalı olur... İkinci israfımız, lezzetsiz yemek yaparsanız, misafir tadını beğenmeyip, tabağında bırakıp, çöpe döktüğünüz zaman ikinci israf kanalı olur... (Ç77)

Tüketim ve üretim süreçlerinin yanı sıra, çalışmada literatürden hareketle “hedonik satın alma” olarak kodlanan satın alma şekilleri de çalışanlar tarafından israf olarak değerlendirilmektedir. Tüketici davranışları literatürüne göre, tüketiciler mal ve hizmetleri iki temel nedenle satın almakta ve tüketimlerini gerçekleştirmektedirler; (1) *hedonik/hazsal tatmin* (duyusal –sensory- niteliklerden), (2) *fonksiyonel fayda* (duyusal olmayan –non sensory-, fonksiyonel niteliklerden, sonuçlara ilişkin beklentilere dayalı) (Holbrook ve Hirschman, 1982:135; Bahta ve Ahtola, 1991:159; Adomaviciute, 2013:756). Faydacı boyut, görevle ilgili ihtiyaçların karşılanması olarak nitelendirilebilirken (Adomaviciute, 2013: 756), hedonik boyut; eğlence, fantezi, uyarılma, duyusal uyarım ve zevki içermektedir (Holbrook ve Hirschman, 1982:135). Yatırım çabalarının aksine, kısa vadeli zevkler için para harcamak, ihtiyaçların karşılanmasına ve geleceği güvence altına almaya yarayacak gelirin azalmasına neden olduğundan; savurganlık, müsriflik, sorumsuzluk ve hatta ahlak dışı bir davranış olarak görülmektedir (Kivetz ve Zheng, 2006:578-579). Çalışanların hedonik satın almayla ilgili ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Gardrobumuz doludur fakat bizde gene aynı alışveriş çılgınlığı devam eder... (Ç25)

...ne biliyim giyimden olsun mesela sık sık moda diye alışveriş yapmak benim için israftır... (Ç52)

...Biz net olarak, açıkçası ihtiyacımızın olmadığı şeyleri biraz almakta, biraz lüks yaşama özenmekte biraz daha istekli bir milletiz. Bu türlü davranışlar bence, bana göre israftır... (Ç65)

...yani bir mağazaya gidip bir tane çoraba ihtiyacı varken, daha fazlasını “aa hoşuma gitti” diyerek alıyorsa o da israf bence... (Ç73)

4.1.2.2. Otel Çalışanlarına Göre İsrafın En Çok Ortaya Çıktığı Alanlar

Görüşülen otel çalışanlarının tamamı tarafından otel misafirlerinin israf davranışlarına tanık oldukları belirtilmiştir. Çalışanların gözlemlerine göre, misafirlerin otel içerisindeki tüketimleri sırasında israfın en çok ortaya çıktığı alanlar Tablo 4.3.’te görüldüğü üzere, restoranlar, barlar, pastaneler ve benzeri “yeme içme alanları” (89 tekrar; %53,29) olmaktadır. “Odalar” (59 tekrar; %35,33), havuz, havuz kenarındaki duş alanları, plaj, lobi, aktivite alanları ve ortak tuvaletler gibi “genel kullanım alanları” (19 tekrar; %11,38), otel misafirlerinin tüketimleri sırasında israfın gerçekleştiği diğer alanlardır.

Tablo 4.3. Otel Çalışanlarına Göre İsrafın En Çok Ortaya Çıktığı Alanlar

	f _i	%
1. Yeme içme alanları	89	53,29
2. Odalar	59	35,33
3. Genel kullanım alanları	19	11,38
Σ	167	100

Yeme alanlarındaki israfın, içecek alanlarındaki israfa göre daha fazla olduğu ve açık büfe hizmet sunulan ana restoran ve snack restoranlarda, alakart hizmet sunulan restoranlara göre daha fazla israf ortaya çıktığı bazı çalışanlar tarafından ayrıca ifade edilmiştir.

4.1.2.3. Otel Çalışanlarına Göre İsrafın Ortaya Çıkma Şekilleri

Otel çalışanlarıyla yapılan görüşmelerden hareketle, otel misafirlerinin israf davranışlarına ilişkin elde edilen bulgular Tablo 4.4.'te sunulmaktadır. Yapılan içerik analiziyle, otel misafirlerinin israf davranışlarına ilişkin toplam 54 koda ulaşılmıştır. Benzer kodlar gruplanarak oluşturulan temalar “gıda israfı” (299 tekrar; %53,11), “enerji israfı” (63 tekrar; %11,19), “tekstil (linen) kullanımıyla ilgili israflar” (59 tekrar; %10,48), “sarf malzemesi israfı” (41 tekrar; %7,28), “su israfı” (33 tekrar; %5,86), “mala/malzemeye zarar vermek” (25 tekrar; %4,44), “aşırarak” (24 tekrar; %4,26), “hijyen ve temizlikle ilgili israflar” (13 tekrar; %2,31), “zaman ve emek israfı” (6 tekrar; %1,07) şeklinde ortaya çıkmıştır.

Tablo 4.4. Otel Çalışanlarına Göre İsrafın Ortaya Çıkma Şekilleri

		f _i	Σ f _i (563)	%	Σ%
Gıda İsrafı	Çok fazla yiyecek almak, alınan yiyecekleri bitirmeden bırakmak	90	299	30,10	53,11
	Alınan içecekleri bitirmeden/bitirmeden bırakmak	51		17,06	
	Tadına bakmak amacıyla birçok farklı yiyecek çeşidinden almak, bitirmeden bırakmak	33		11,04	
	Yiyecek ünitelerinden odalara yiyecek götürmek, tüketememek	23		7,69	
	İhtiyaçtan fazla içecek almak/sipariş vermek, bitirmeden bırakmak	19		6,35	
	Alınan içecekleri hiç içmeden bırakmak	10		3,34	
	Aşırı alkol tüketmek	10		3,34	
	Başka birisi (eş, çocuk, arkadaş v.s.) için yiyecek almak, yiyeceklerin tüketilmeden bırakılması	8		2,68	
	Minibardaki içecekleri açıp tüketmeden/bitirmeden bırakmak	8		2,68	
	Alınan bir içeceği zamanında tüketmeyerek, ısınma, soğuma, asidinin kaçması vb. şekillerde içilemez hale gelmesi nedeniyle yenisini sipariş etmek	7		2,34	
	İçecek ünitelerinden odalara içecek götürmek, tüketememek	6		2,01	
	Yeme alanları dışına yiyecek taşımak, (yiyecek artıklarını bırakmak, malzemenin kırılması, dökülmesine sebep olma)	5		1,67	
	Denemek amacıyla birçok farklı içecek çeşidinden almak, bitirmeden bırakmak	4		1,34	
	İçecekleri amacı dışında (vücuda dökme vb. şekillerde) kullanarak ziyan etmek	4		1,34	

Tablo 4.4.(devamı)

	Büfedeki yiyeceklere dokunmak/ yiyecekleri elle almak	4		1,34	
	Alınan yiyecekleri hiç tüketmeden bırakmak	3		1,00	
	Sipariş edilen yiyeceğin tadına bakmak suretiyle defalarca başka siparişler vermek	3		1,00	
	Çok fazla yiyecek siparişi vermek, bitirmeden bırakmak	3		1,00	
	Gösteriş amacıyla masayı pahalı ve gösterişli yiyeceklerle donatmak, birçok yiyeceği tüketmeden bırakmak	2		0,67	
	Aynı anda aynı gruptan birden fazla kişinin gruptaki herkes için içecek siparişi vermesi	2		0,67	
	Büfeden alınan yiyecekleri yere dökmek, düşürmek	2		0,67	
	Gösteriş amacıyla pahalı, alkol oranı yüksek içecekler almak, tüketmemek	1		0,33	
	Alınan yiyecekleri zamanında tüketmeyerek bozulmasına neden olmak, bitirmeden bırakmak	1		0,33	
Enerji İsrafı	Odada değilken klimaları açık bırakmak	32	63	50,79	11,19
	Odada/balkonda değilken ışıkları açık bırakmak	19		30,16	
	Odada klima çalışırken balkon kapısını açmak/Odada balkon kapısı açıldıkça klimayı açmak	7		11,11	
	Odada değilken televizyonu açık bırakmak	5		7,94	
Tekstil (Linen) Kullanımıyla İlgili İsraflar	Odada çok sık ve gereksiz (temiz olduğu halde) havlu değişim talebinde bulunmak	22	59	37,29	10,48
	Çok sık ve gereksiz (temiz olduğu halde) çarşaf değişim talebinde bulunmak	22		37,29	
	Aynı anda çok sayıda plaj havlusu kullanmak	7		11,86	
	Çok sık plaj havlusu değişimi talep etmek	7		11,86	
	Odadaki banyo havlularını açık alanlara götürüp kullanmak	1		1,69	
Sarf Malzemesi İsrafı	Buketleri çok fazla tüketmek/bitirmeden çöpe atmak/yenisini talep etmek	24	41	58,54	7,28
	Çok fazla tuvalet kağıdı tüketmek	9		21,95	
	Tuvalet kağıtlarını (yırtma, yere atma gibi şekillerde) boşa harcamak	5		12,20	
	Çok fazla kağıt havlu tüketmek	1		2,44	
	Sabun dispenserlerinden çok fazla sabun sıkarak yere dökülmesine sebep olmak	1		2,44	
	İhtiyaçtan fazla peçete almak/kullanmak	1		2,44	
Su İsrafı	Odadaki tuvalet ve banyoda suyu boşa akıtmak/açık bırakmak	20	33	60,61	5,86
	Odada musluk suyunu çok fazla tüketmek	7		21,21	
	Ortak tuvaletlerde suyu açık bırakmak	4		12,12	
	Sahildeki ya da havuz kenarlarındaki duş alanlarında suyu açık bırakmak	2		6,06	
Mala/ Malzemeye Zarar Vermek	Odadaki malı/malzemeyi (tekstili, mobilyayı, parkeyi, minibarı vb.) hor kullanmak/malzemelere zarar vermek	19	25	76,00	4,44
	Plaj havlularını özensiz kullanmak	3		12,00	
	Ortak kullanım alanlarındaki demirbaşlara zarar vermek	3		12,00	
Aşırmak	Otele ait malı/malzemeyi otelden ayrılırken yanında götürmek	15	24	62,50	4,26
	Otelde sunulan yiyecek içecekleri (stoklayarak) otelden ayrılırken yanında götürmek	9		37,50	
Hijyen ve Temizlikle İlgili İsraflar	Odayı çok fazla dağıtmak ve kirletmek	6	13	46,15	2,31
	Restoranda masa ve etrafını çok fazla kirletmek (çok fazla döküp saçarak yemek)	4		30,77	
	Havuz hijyen kurallarına uymamak	1		7,69	
	Günde birden fazla kez oda temizliği talep etmek	1		7,69	
	Dış alanlarda üzerine yapışan kumu, çerçöpü bina içerisine ve odaya taşımak	1		7,69	
Zaman ve Emek İsrafı	Şezlongu üzerine havlu, kıyafet vb. eşyalar bırakarak rezerve etmek, başkaları tarafından kullanılmasını engellemek	4	6	66,67	1,07
	Aynı masadaki birden fazla kişinin teker teker sipariş vermesi nedeniyle garsonu defalarca masaya çağırmak	2		33,33	

Tablo 4.4. incelendiğinde otel misafirlerinin otel içi kullanımları ve tüketimleri sırasında en sık karşılaşılan israfın gıda israfı olduğu görülmektedir. Gıda israfına ilişkin kodlar ihtiyaç duyulduğunda yiyecek israfı ve içecek israfı olarak iki alt kategoriye de ayrılabilir. Ancak tabloda karmaşık bir görünüme yol açması arzu edilmediğinden, bu ayrım yalnızca betimsel analiz aşamasında okuyucular için daha sade ve net bir çerçeve çizilebilmesi için kullanılmıştır. Bu bağlamda, ilk olarak yiyecek israfıyla ilgili, ardından da içecek israfıyla ilgili çalışan ifadelerinden bazı alıntılara yer verilerek bulgular açıklanmaktadır. Yiyecek israfıyla ilgili olarak “çok fazla yiyecek almak, alınan yiyecekleri bitirmeden bırakmak” şeklinde gerçekleşen gıda israfı neredeyse katılımcıların tamamı tarafından dile getirilmiştir. Çalışanların bu israf şekliyle ilgili ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

... Özellikle yemek kısımlarında, bir insanın asla yiyemeyeceği kadar yemek alınmasına çok şahit oluyorum. Yani bir insan eğer onu yerse birkaç gün yemek yememesi gerekiyor. Tabi insanlar ihtiyacı kadarını yiyorlar ve diğerlerini bırakıyorlar masada. Biz de onları tabi ki tekrar sunuma sokamıyoruz yani prensip gereği hijyen açısından sokamıyoruz. Dolayısıyla bunlar çöpe gidiyor. Bu en büyük israf artı bizim cost'umuzu (maliyet) da etkiliyor... (Ç1)

...Ekmek israfı çok oluyor. Masalara çok ekmek alıyorlar, tüketemiyorlar... (Ç2)

... yani bir tabak dolusu diyim meyveyi normal şartlarda naparız birer birer alırsınız veya işte ne kadar yiyeceksek, tamamını alıp götürüp masaya koyan misafirlerimiz var yani oranın tamamını alıp... (K21)

...sabah kahvaltısında tabağınıza ne alırsınız? Bi parça beyaz peynir domates 2-3 parça zeytin. Ama onlar kalıbı (peynir kalıbını) alıyo... (Ç24)

...Ama hani iki kişi masayı gördüğünüz zaman sanki 10 kişi yemek yiyomuş gibi. Hepsini kalıyo doğal olarak, biz zaten hiç bi şekilde onu kullanmadığımız için çöpe döküyoruz... (Ç49)

...Hani böyle masalar ağızına kadar dolu, o 28'lik 32'lik servis tabakları ağızına kadar baklava dolu. Bir insan ne kadar baklava tüketebilir ki... (Ç54).

...Mesela örnek veriyorum yemek saatlerinde masalarına bakıyosun yani bunu hepsi değil ama çoğunlukla o şekilde oluyo. Hınca hınç dolduruluyo, tabi kalktıklarında masalarında hep artık oluşmuş oluyor. Onlar tabi ki de çöpe gidiyor. İsraf yani büyük bi israf... (Ç81).

Birbirinden farklı birçok yiyecek çeşidinin sunulduğu otellerde, misafirler tarafından tadına bakma amacıyla çok fazla yiyecek çeşidinden alınması da, her bir çeşitten azar azar alınsa bile toplamda çok fazla yiyecek almış olmayla sonuçlanmaktadır. Bu şekilde ortaya çıkan gıda israfıyla ilgili ifadelerden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Garsonun biriyle saymıştık. 4 kişilik bi aile geldi. Masada kırkın üzerinde tabak çıktı. Alıyolar geliyolar, kendilerine bi nevi serpmeye kahvaltı koymuşlar yani. Kırkın üzerinde tabak, çeşitli peynirler, konuşuyolardı kendi aralarında, ben işte peynirleri zeytinleri alayım hayatım sen işte soğuk bişeyler varsa onlardan meyvelerden getir. İşte ben diyo sıcakları alayım. Masaya bi geliyorsun işte sağ tarafta poğaçaya yığılı, sol tarafta 4-5 çeşit peynir, 3-5 çeşit zeytini orda, işte tabaklarda meyvaları yığılı, şurda reçelleri yığılmış ama hepsinden var. Hani örnek veriyorum bi insan vişne reçelini sevebilir, çilek reçelini sevebilir, incir reçeli var, patlıcan reçeli var, ahududu var, böğürtlen var, kayısı var yani hepsini mi yer bi insan... (Ç8)

...misafir kalktıktan sonra birçok ürünün tüketilmediğini sadece tadına bakıldığını görüyoruz... (Ç30)

...Yani bu Cem Yılmaz'ın tabir ettiği gibi işte, kat çıkıyorlar (gülüyor). Çıkıyorlar hep üst üste bi tadına bakıyorlar, sonra yemiyorlar. Doyuyorlar... (Ç33).

...Yani tatlıların bütün çeşitlerini alıyo mesela hepsinin ucundan biraz tadına bakıyo, e bırakıyo gerisi de atılıyo. Sadece tatlı değil, bütün çeşitlerde öyle... (Ç33)

...Yani o anda aklına geleni tabağa dolduruyor ya da gördüğünü tabağa dolduruyor. Belki tabakta, belki biraz kaba tabir ama en altta kalan yemeğin tadına bile bakmıyor. Yani böyle bir durum var... (Ç53)

Çalışanlar tarafından sıklıkla, yiyecek ünitelerinden odalara yiyecek götürüp tüketmemek, başka birisi için yiyecek almak ve yiyeceklerin tüketilmeden bırakılması, yeme alanları dışına yiyecek taşımak, büfedeki yiyeceklere dokunmak/ yiyecekleri elle almak, alınan yiyecekleri hiç tüketmeden bırakmak, sipariş edilen yiyeceğin tadına bakmak suretiyle defalarca başka siparişler vermek, çok fazla yiyecek siparişi vererek bitirmeden bırakmak, gösteriş amacıyla masayı pahalı ve gösterişli yiyeceklerle donatarak birçok yiyeceği tüketmeden bırakmak, büfeden alınan yiyecekleri yere dökmek/düşürmek, alınan yiyecekleri zamanında tüketmeyerek bozulmasına neden olmak şekillerinde gerçekleşen yiyecek israfıyla ilgili otel çalışanlarının ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Mesela bir bakıyorsunuz kocaman bir çevirme tavuğu alıp, odasına götürmeye çalışıyor... (Ç89)

...Alıyorlar... Diyelim ki çanta götürüyorlar, restorana. Meyve alıyolar ya da tatlı alıyolar taşıyabilecekleri şeyleri... Çorba bile alanlar var, düşünün. Poşete çorba koyanlar var ne yazık ki... (Ç80)

... Çıkarılan yiyeceklerde tatlı ve meyve çok fazla, yasak ama çıkarıyorlar ve izin verilmediği zaman tartışma çıkarıyorlar açıkta kalıyor, çürüyor, karınca geliyor. Zaten ertesi gün çıkış yapıyor, dolabın içerisinde bu sezon, işte tanık oldunuz mu dediniz ya bu sezon inanmadım ben poşetlerin içerisinde, yani odada kullandığımız çöp poşetlerinin içerisinde mutfaktan aldıkları kayısılar poşet poşet, incirler, yani yovita(meyveli yoğurt) tarzı şeyler onların hepsi bir poşetin içerisinde... Demek ki her gittiğinde çantasına koymuş koymuş tabakta alıp, odaya getiriyor. Şimdi orda tüketip tüketmemesi önemli değil ona verilen o kullanım süresinde kullanmaması da bir israf bence. (Ç78)

...Bi de alıp odalarına çıkarıyorlar. Odalarda yenmiyo, ondan sonra odalarda kalıyor, odalardan zaten çıkarıyoruz. Yani meyvesi yiyeceği yani aşırı derecede zaten bunlar işte odalara zarar da veriyö. Hani böcekleniyo, haşare giriyo, ondan sona yani çürümeye maruz kalıyo, yani görmediklerimiz. Bu da yani şey oluyo, bize de zarar veriyö, ortama da zarar veriyö, yani koku oluyo zaten her türlü zarar yani... (Ç75).

...Restoran da ben senin için de aldım diyor yanındakine ama ben istemiyorum. Kalıyor atılıyor... (Ç5).

...Kardeşimiz vardır, eşimiz vardır, çocuğumuz vardır. "Hanımın sana da aldımın" (gülüyor). Yavv aldın da yiyecek mi bi sor bakalım. İşte "oğlum sana da köfte aldımın". Belki çocuk köfte yemiyo yani anlatabiliyo muyum?... (Ç29)

...Hani bizim belli alanlarımızda yeme içme yapılması lazım. Ama hani misafir onun dışına alanlara çıkıyo. Alanlara çıktığı zaman havuz etrafında yeme, orda işte yediği şeyin artığını bırakma, onun haricinde olması gereken yerde bu işi yapmadığı için malzemenin kırılması dökülmesi, bu da büyük bi israfa yol açabiliyo yani. Havuz kenarında genelde... (Ç32)

...Yani hani restorantta genelde büfelerin başında elle tatlı almaya çalışıyorlar, ürünlere dokunarak yapıyorlar, tabi ki bu da hijyenik açıdan bize çok büyük bi zarar var. Biz onu gördüğümüz anda ya da başka bir misafirden herhangi bir şikayet aldığımız anda işte bu misafir işte elle bu yemeği aldı, ben bu yemekten yemek istemiyorum dediği takdirde biz malesef o yemeği bi şekilde israf etmek zorunda kalabiliyoruz... (Ç32)

...dokunmadan edemedikleri bazı seçme ürün, elma alcak mesela dokunmadan üstten almıyo... (Ç34)

...Yiyecekleri eliyle alma teşebbüsleri oluyor. O küvet komple çöpe gidiyor... (Ç61)

...Bazen hatta alıp, hiç yemeden bırakma, yani ekmek alıp, ya ben ekmek yemek istemiyorum yemeyecem diyip aldığı ekmeğin tamamını bırakan misafirler var... (Ç12).

...siparişi verirken çok da dikkatli olmayıp, ikinciği üçüncüyü dördüncüyü deniyo olmaları... (Ç42)

...Siparişi veriyo örneğin, kebab siparişi veriyo, doymuyo, ikinciği bitiremiyecek ama yine sipariş veriyo... İkinciği yiyemiyo, yarısı çöpe gidiyo... Ücretli alakartta da bizde kuver ücreti alındığı için, yani yemek ücreti değil, kuver ücreti alındığı için, o kuver ücretini ödedikten sonra o menüdeki yemekten istediği kadarını söyleyebiliyo... Fazla sipariş vererek, çocuğunun yemeyeceği siparişleri vererek... (Ç47)

...Bazen mesela ilk defa gördüğü bir şeyi masasında görmek istemesi, fotoğraf çekmek amacıyla masaların donatılması... Bunları da çok görüyoruz. Mesela suşi, bizim yerli misafirimiz hani bilmiyor, televizyonda görüyor vesaire internette görüyor, en azından masamızda olsun, işte Antalya'ya gittik işte tatile gittik en azından suşi yedik desinler diye donatıyorlar yani. Diğer deniz ürünleri gıdalarımız olsun, karides olsun, midye olsun yemese bile alıyor yani. Bunlar tabi pahalı ürünler bu şekilde yeme içme alanlarında çok israf oluyor...(Ç3).

...Masasını istediği kadar dolduruyo, etrafa hava atıyo, işte resimler çektiriyor, arkadaşlarına göstercek işte ben bunları yaptım... (Ç13).

...büfede atıyooo, yere döküyoo, döktüğünü almıyoo, düşürdüğünü kaldırmıyooo... (Ç34)

...yemekleri çok fazla alarak israf ediyolar, birazını yere dökerek, düzgün bir şekilde servis yapmadıklarından dolayı... (Ç38)

... Çerez tüketiyoruz içkinin yanında ama o çerezlerin dörtte biri yeniyo gerisi çöpe atılıyo. Çünkü Antalya biraz biliyorsunuz nemli bi şehrimiz, masada bi 15-20 dakika kaldıktan sonra o çerez yenmiyo ve çöpe atılıyo malum... (Ç24)

Otel çalışanları tarafından, yiyecek israfından sonra en fazla rastlanan israf şekli içecek israfıdır. Ağırlıklı olarak “alınan içecekleri bitirmeden/bitiremeden bırakmak” ve “ihtiyaçtan fazla içecek almak/sipariş vermek, bitirmeden bırakmak” şeklinde gerçekleşen içecek israfıyla ilgili ifadelerden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Diyorum bir fincan kahve alınıyor iki yudum alınıp, o havuz barda bırakılıyor. Lobiye geçecek mesela, kimse evinde bunu yapmaz, salonda içtiği kahveyi, mutfaka geçtiğinde yeni bir fincan doldurmaz... (Ç90)

...Geçen sene bir baktım, 4 kişilik masada oturuyorlar, ikişer tane şarap bardağı, ikişer tane tekila bardağı, ikişer tane soda bardağı masada otuz taneden fazla bardak var... Yani garson bi bakıyorsunuz 30 tane bardağı bir bir götürme, sonra boşunu toplamak, yani acayip çirkin bir görüntü. Sadece yiyecek içecek tüketimi anlamında değil, o kadar bardağın kırılma riski artıyor, kırılınca yaralanma riski artıyor, her şey var yani... (Ç89)

...havuz barda, barlarda, genel alanlarda hep bakıyorum yarım yarım biralar, kokteyller, içkiler hep kalıyor... (Ç93)

...iki kişi iki bardak koladan fazlasını 2 bardak içicekten fazlasını içemez yemekte hadi ikişer bardak diyelim. Ama masa komple bardak, kola, meyve suyu... (Ç49)

...biçok alanda dağıtım yerleri var su olarak dolaplar var yazın özellikle gelen geçen alabiliyo... Bir değil üç beş tane birden alıyolar ve hepsini açıyolar birer yudum, üç yudum beş yudum o orda öyle kalıyo. Bence bu tesiste en büyük israf su, şişe sular kesinlikle. 0,5 litrelik... (Ç21)

...içebileceğinden fazla bi porsiyon istemesi, tüketmiyecekken üçüncüyü de istemesi ama vazgeçip kalkması yerinden gibi durumlar direk olarak israf olarak çıkıyo tabi bizim karşımıza... (Ç42)

...Çok fazla mesela içki tüketimi gerçekleştirip daha sonra kusuyolar. Hem kendilerine zarar veriyolar hem de tesisteki içecek tüketimini artırıyorlar gibi... (Ç6)

...mesela minibar, içecekler, bunlar konu içine çok çok derin giriyo. İsraf konusunda atıyorum bi kola açmıştır yarım kalmış ona göre gazı gitmiştir kaliyo ve tekrar yenisini istiyordur... (Ç7)

...Bir diğer israfımız da misafirlerin geneli barlarda yapıyor, alıyor misafir birayı iki yudum alıyor örnek veriyom dart atacak, o ısındı diye içmiyor yenisini alıyor. Örnek veriyom onu içerken diğer bir masaya muhabbete gidiyor, ısınmış bir birayı içmiyorlar, soğumuş bir kahveyi içmiyorlar. Halbu ki kendileri soğutuyor onu. İçmiyorlar... (Ç85).

...Ne biliyim işte aşağıda içtikleri yetmezmiş gibi odaya da çıkariyolar. Tamam her şey dahil olmasına rağmen odaya çıkariyolar, odada dökülüp gidiyo... (Ç11)

...Çoğu zaman bilmediği içkileri sipariş veriyö. Merak ediyo denemek için sipariş veriyö, tadiyo beğenmiyor bırakıyo. Hepsini denemek istiyö mesela. Burda israf oluyo... (Ç13)

...bizim burda sodayla soda şişeleriyle kafasını yıkayan insanlar var... (Ç13)

...ahırlar iki yudum içip dökerler ya da birbirleriyle su savaşı yaparlar, birbirleriyle kola savaşı yaparlar, böyle bir israf olur... (Ç71).

...Bu animasyon alanlarında ya da barlarda da özellikle büyük gruplarda, gruptan birkaç kişi aynı anda sipariş verebiliyor birbirinden habersiz olarak... (Ç61).

...mesela masamda bulunsun diye viski alan var. Viski almak için ya da işte masada alkolün çok gözükmesini istemesi nedeniyle tüketemediği alkolü alıyor yani... (Ç3)

Aktarılan ifadelerde, tek bir israf kategorisine dahil edilen herhangi bir davranış, birden fazla israf şeklini işaret edebilmektedir. Örneğin, “yiyecek ünitelerinden odaya yiyecek götürme ve tüketememek” şeklinde ortaya çıkan israf ele alınacak olursa, odaya götürülen yiyecekler zamanında tüketilemediğinde ya da uygun olmayan koşullarda bekletildiğinde bozularak gıda israfına yol açabileceği gibi haşerelerin odaya gelmesi, odada kötü koku oluşması gibi pek çok farklı sorunu da beraberinde getirebilmektedir. Bu sebeple, odanın daha sık ilaçlanması, odayı temizleme süresinin uzaması, odayı temizleyebilmek için daha fazla kimyasal kullanılması gibi gereklilikler oluşmasına yol açarak, dolaylı olarak malzeme israfı, zaman ve emek israfı gibi farklı israflara neden olabilecektir. İkinci bir örnek olarak, iki kişilik bir masadan 30 tane içecek siparişinin aynı anda verilmesi ve içeceklerin tüketilememesi gıda israfına yol açarken, aynı zamanda garsonun o masaya pek çok defa servis için gidip gelmesiyle emek ve zaman israfı da oluşmaktadır. Bu yönüyle bakıldığında, herhangi bir davranış pek çok israf türü içerisine dahil olabilir. Ancak, bu araştırmada israf davranışları belirlenen temalar altında toplanırken, ilk olarak ve doğrudan gerçekleşen israf kategorisine dahil edilmiştir. Örneğin, misafir tarafından odaya götürülüp tüketilemeyerek bozulan bir yiyecek ilk olarak ve doğrudan gıda israfına yol açacağından, bu davranış gıda israfı kategorisine dahil edilmiştir. Odanın kat hizmetleri personeli tarafından temizlenmesi, oda parfümü sıkılması, ilaçlama yapılması gibi faaliyetler, gıda israfı ortaya çıktıktan sonra gerçekleşeceğinden, ortaya çıkacak olan malzeme israfı, emek ve zaman israfı da dolaylı israflar olarak değerlendirilmektedir. Benzer şekilde, misafir

tarafından masaya sipariş edilen içeceklerin tüketilememesi, ilk olarak ve doğrudan gıda israfına yol açacağından, bu davranış gıda israfı kategorisine dahil edilmiştir. Bu içecekler tüketilemediği için de garson fuzuli yere servis yapmış olacağından, bu durumun dolaylı olarak emek ve zaman israfına yol açtığı değerlendirilebilir.

Gıda israfıyla ilgili içerik analizi bulguları, gıda israfının yiyecek ve içeceklerin tüketilmesi yoluyla değil (“aşırı alkol tüketme” kodu hariç), alınan yiyecek ve içeceklerin tüketil(e)memesi ya da tüketilemeyecek hale getirilmesi (örneğin, büfedeki yiyeceklere dokunma) durumunda gerçekleştiğini ortaya koymaktadır. Aşağıda sunulan çalışan ifadeleri bu içerik analizi bulgusunu destekler niteliktedir.

...Tüketirse sıkıntı değil hani, bizim otelcilikte şöyle bir anlayışımız vardır, insanlar yiyecek içeceği tükettiği sürece, benim mesela yiyebileceğim belli bir kilogram vardır. Ben o kilogramı tükettikten sonra daha fazlasını yiyemeyeceğim için, daha fazlasını istemem. Biz insanların yediğinden korkmayız zaten, bizi cost (maliyet) anlamında gider anlamında bağlayan insanların döktüğüdür... (Ç54).

...Büfelerde pişen her yiyecek, içecek tabağa alındıktan sonra bizim için, o saatten sonra çöp anlamına gelir veya büfeden çıkmış anlamına gelir, asla geri dönüşü olmayan malzeme anlamına gelir. Biz bir turizmci olarak yenilen, içilene hiçbir zaman karşı olmadık. Biz sadece her zaman çöpe gidene karşı olduk. Eğer bir misafirimiz gerçekten 10 tabak yiyebiliyorsa, gerçekten yesin hiçbir zaman veya bir şişe votka veya alkol içebiliyorsa, 10 bardak içebiliyorsa gerçekten içsin ama çöpe gidene biz her zaman turizmciler olarak, karşı olalım... (Ç65)

Yapılan içerik analizi sonucunda, gıdaların tüketilmesiyle ilgili olarak yalnızca “aşırı alkol tüketme” kodu ortaya çıkmıştır. Aşırı alkol tüketiminin israf olarak değerlendirilmesinin nedenleri çalışanların ifadelerinden hareketle, aşırı alkol alındıktan sonra sarhoş olma, kusma, taşkınlık yapma, alkol komasına girme gibi durumlarla sonuçlanması olabilir. Çalışanların aşırı alkol tüketme ile ilgili ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

... sarhoş olana kadar içiyor mesela... (Ç63)

...gereğinden fazla alkol alıp taşkınlık yapanları... (Ç61).

...Alkolik olmayanı bile tatilde alkolik oluyor. 16 yıldır bu işletmedeyim yaklaşık 100 kişiye alkol komasından hastaneye kaldırdık... (Ç90)

Tablo 4.4.’teki içerik analizi bulgularına göre, gıda israfından sonra, ikinci büyük israf kategorisi enerji israfıdır. Çalışanların enerji israfı ile ilgili ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

... Misafir oda kartını alıyo, kartı odadaki energy saver yuvasına takıyo. Klimayı açıyo, odada klima sürekli çalışır vaziyette kalıyo... (Ç19)

...Klimayı açık bırakıyolar çıkıyo, odada yokken açık bırakıp gidebiliyo mesela. Kartı takıyo, klimasını da açık bırakıyo ya sıcak olsun diye ya da soğuk olsun diye... (Ç26)

...Bizim odalara da girdiğimizde, mesela odalarda kimse yok ama televizyon açık oluyo, ışıklar açık oluyo... (Ç47)

...balkon lambasının bile 24 saat gece gündüz yanıyor olması... (Ç76)

...Ama evindeki gibi çok şey kullanmıyor, odasının lambasını balkonun lambasını sabaha kadar açık bırakabiliyor. Benim en çok dikkatimi çeken konu bu... (Ç88)

...Örneğin ekstra kart alıyor, gene koyup (energy saver kartını) enerjiyi odanın içine sürekli sağlıyorlar. Diyelim ki dışarı çıkıyorlar, klimayı açık bırakıp gidiyorlar. Ki geldiğimizde sıcak olsun soğuk olsun, ona bağlı. O da bi israf diye düşünüyorum... (Ç80)

...örnek veriyorum, odaya gidiyorum klima arızası için, içerisi çok soğuk ama misafir aynı zamanda balkon kapısını da açıyor. Biz burda Belek'i soğutamayız heralde o sıcakta öyle bi sistemimiz yok. Ama balkon kapısı açık adam da böyle kapıya bi sandalyesini koymuş sırtım serinlesin kardeşim diyo... (Ç51)

...Yoğuşma olduğu zaman... Şimdi balkonu açtınız, çıktınız içeri 22 dereceydi bir anda nem ve sıcaktan dolayı içeri olur 40 derece, sonra kapıyı tekrar kapattınız, o 40 dereceyi tekrar 22 ye düşürmek için tükettiğiniz enerjiyi düşünün. Bi de bu yoğuşmaya klimalarda evaporatör vardır sıcak havayla çarpıştığı zaman aradaki sıcaklık farkı burda 13 derece var burda 40 derece var ikisiyle temas ettirdiğin zaman bol miktarda havadaki suyu bırakırsınız o alçıpana, alçıpana gitmesi çok önemli değil, bir de arıza bildirimi yapılır "odam su akıtıyor arıza var" diye... (Ç62)

Otellerdeki bir diğer önemli israf kalemi misafirlerin tekstil malzemelerini kullanma şekilleriyle ilgili olarak ortaya çıkmaktadır. Misafirler tarafından çok fazla tekstil malzemesi kullanılması, tekstil malzemelerinin çok sık veya gereksiz yere değiştirilmesi veya tekstil malzemelerinin yanlış yerlerde kullanılması, oteldeki su, deterjan, elektrik, doğalgaz kullanımının artmasına ve tekstil malzemesinin yıpranmasına neden olduğundan ve böylesine fazla bir tüketimi açıklayabilecek herhangi bir ihtiyaç olmadığından çalışanlar tarafından israf olarak değerlendirilmektedir. Tekstil kullanımıyla ilgili çalışanların ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Temizlik açısından, havlunun gereksiz olarak yere atılması. Çünkü havlunun yere atılan bir havlu değiştirilmesi gereken bir havludur. Çok küçük bir kullanımda bile havlunun yere atılması bir israftır. Çünkü o havlu yıkanırken bayağı bir su tüketiliyor... (Ç1)

...Mesela temiz havlu temiz oluyo ama illa ki o havlu değişecek. Yere atılıyor. Hani temizse katlanıp koyulabilir... (Ç4)

...odalarda dediğim gibi havlu konusu hani en çok gördüğümüz. Bir kere elini siliyo ve değişmesini istiyio en basiti... (Ç23)

...işte günde iki kere üç kere havlu değişimi... İşte çarşaf yorgan değişimi bunlar tabi ki hepsi bi israf... (Ç14)

... Bizim talep ediliyosa günde iki kere değiştirmeye hayır demediğimiz çarşaflarını ve yataktaki lineni (tekstili) değiştirmek gibi bi şeyimiz var. Veya 3 kere olan da var, misafir talep ettiği sürece değiştiriliyo. Orda bi istatistik yok aklımda ama her gün kesinlikle bi kere değişio, bütün çarşaf, yastık kılıfları, örtüleri vesairesi ve banyoda da kullandığı havlu takımları, el havlusu, ayak havlusu ve vücut havlusu şeklinde. Enteresan bişey var misafir değişmesini istemediği takdirde asiyo, genel bi uygulama zaten ama bizde asan misafir sayısı %10'u geçmiyo. Yani tekrar kullanırım sinyalini bize misafirler vermiyo... (Ç42)

...Aa a havuz kenarındaki havlularda şöyle oluyo. Alıyo burda kullanıyor havluyu burda bırakıyo x alanına geçiyo, x alanında bi daha alıyo. Halbuki aynı havluyu kullanabilir. Bu şekilde de bi tekstil israfı oluyo. Tabi tekstili de burda elektrik, su, enerji, doğal gaz hepsinin israfı oluyo haliyle... (Ç33)

...Keza bu işin havlu kanadı var mesela onu da sürekli yıkıyorsunuz sonuçta, orda bir deterjan, yıkama ve enerji maliyetleri var. Dolayısıyla siz plajdayken, her havuzdan çıkışta, her plajdan çıkışta kurulanıp, havluyu kirliye atarsanız, bu da bir israf şeklidir... (Ç77)

...1 şezlongdan bugün mesela tam 20 tane havlu aldım... (Ç50)

...Ondan sonrada işte bizim 'linen' başlığı altına da koyduğumuz tekstillerle ilgili bi israf çok fazla var. Şunu söyleyim uçuk bi örnek olsun diye, kişi başı 9 plaj havlusu yıkadığımız çok fazla gün var sezonda. Kişi başı 9 plaj havlusu demek, işte 1300 bu otelde misafir konaklıyo çarpı

dokuz, bazen 10'a bile gelen x'te böyle bi istatistiğimiz var. Ve bazen derken sezonda bir gün iki gün değil, sezonda 50 günle 70 gün arasında bu sayıya geliyo, diğer günlerde 7 ile 8 arasında giden bi plaj havlusu kişi başı yıkadığımız bi sirkülasyon var. Anormal bi rakam... Gene de bi insana bi tane şezlongu için hadi bi tane de üstünü belki örtmek için diyelim kullanabilir havluyu ama günde 9 tane havlu kullanmasına açıklayabilecek bi şey yok ihtiyaç hali yok hiç bi şekilde... (Ç42)

... Ama sıkamak istemediğin zaman da müthiş bir şey oluyo, israf oluyo yani normal zamanda atıyorum işte 1500 havlu kullancağımız zaman bizim böyle luxury bir servis verdiğimiz zaman 10000 havlu günde değişiyö. Boşu boşuna 7500 8000 havlu bu şekilde yıkanmış oluyo tekrardan... (Ç13)

...mesela odalarda kullanmaları gereken havluyu açık alana götürüyorlar, açık alandaki mesela plaj havlusunu, hem plaj havlusunu hem odadaki havluyu götürüp kullanıyorlar dolayısıyla bu da hani bize ek bi maliyet olarak geri dönüyo israf yani diye düşünüyorum... (Ç38)

Ortaya çıkan israf kategorilerinden bir diğeri sarf malzemesi israfıdır. Çalışanların ifadelerine göre, tuvalet kağıtlarıyla ilgili israf, hem odalardaki tuvaletlerde hem de oteldeki ortak tuvaletlerde gerçekleşebilmektedir. Sarf malzemesi israfı olarak kategorilendirilen bu tür kullan-at şeklindeki ve kullandıkça tükenen malzemelerin israfıyla ilgili çalışan ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...şampuanları kullanıp yarısını attıklarını görüyoruz çöpe. Yani daha şampuan şişelerini çünkü onlar daha kullanılmaya elverişli senden başkası da kullanmamış bunu ikinciye istemenin bi manası yok. Daha şampuan yarım bile olmamış şampuanı yarım yarım atanları gördüm... (Ç36)

...Odalardaki işte sabunları şampuanları mesela noluyo sabunu kullanıyo değiştirmesek diyo ki ben tekrar istiyorum diyo. Mesela terliğini sürekli değiştirmek istiyö... (Ç38)

...hiç kullanılmadan çöpe atılan şeyleri gördüm yani. Çalışırken mesela odalarda... Yiyecek olabiliyo bu kit malzemesi olabiliyo, buklet... (Ç48)

...Odalarda ilk misafir sürekli mesela biz buna şahit oluyoruz, bizim macunlarımız büyük büyük yani, hani evde günlük kullandığımız onu bir ay tüketebiliyoruz. Ama misafir bi sabah bi akşam konulmasını istiyö. Büyük bi diş macunu, çok fazla buklet gidiyo, traş seti mesela, bi hafta bi beyfendi kullanabilir. Ama günlük, sabah istiyö, akşam istiyö, tabi kullanıyo mu hayır, bi kullanıp, çöpe atıyo, bi kullanıp çöpe atıyo... Dediğim gibi buklet malzemelerinde buklet bizim misafirin ihtiyacı olan her şeyi biz zaten odalarına bırakıyoruz. Bi tane kullanmak yerine mesela 3-4 tane alan misafirlerimiz var...(Ç49)

...Şampuanları boşu boşuna bir defa kullandı mesela örnek veriyorum bizim odalarda küçük şampuanlar var, elini yıkamak için şampuan kullanıyorlar. Halbu ki orda sabun olmasına rağmen, güzel güzel sabunlarımız var bizim bi defa kullanıyo çöpe atıyo. Bu tamamen bi israf... (Ç51)

...Odalara bırakılan sabun türlerinde yani bunların hepsinden israf ediyorlar. Yani hiç kimse misal veriyorum, iki tane sabun konmuşsa odaya, bi müşteri bunu bi günde bitirebiliyor. Ama kendi evinde olmuş olsa bunu bir hafta kullanır... (Ç83)

...wc kağıtlarının fazla fazla kullanılması... (Ç41)

...Tuvalet kağıtlarını ellerine sarıp sarıp çöpe atmaları... (Ç50)

...Tuvaletlerde kağıt aldığı zaman mesela yarısını yere atıyo yarısını kullanıyo birazı hani yerde israf olmuş oluyo. Sabun mesela köpük alıyo eline 3-4 kere tek sıkmayla hani kullanabilecek bi sonuçta. Ama onu çok yoğun bi şekilde yarısını yere akıtarak israfta da bulunabiliyorlar... (Ç38)

Ortaya çıkan israf kategorilerinden bir diğeri su israfıdır. Misafirler tarafından gerçekleştirilen su israfı odalarda, ortak kullanım alanlarındaki tuvaletlerde, havuz yakınlarındaki ve sahildeki duş alanlarında ortaya çıkabilmektedir. Çalışanların, su israfıyla ilgili ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...şimdi odalar ses geçirebilme özelliği olduğu için, otellerin çoğunda su sesleri çok geliyo mesela. Tabi kontrollerimizde çeşmeleri açık bırakmış olan misafirlerimiz oluyo... (Ç93)

...odalarda hani suyu tam kapatmıyorlar bazen. Bataryadan suyun akmasına işte izin veriyö. Taharetlendiği musluğu tam kapatmıyo. Musluk akşama kadar akıyo... (Ç36)

...Şimdi taharet musluğunu kapatmadan ve bu taharet musluğu da çok açılıp da, şeyden dışarı taşması mümkün mü... Ya bunun üzerine oduran (oturan) kişi zaten gendi (kendi) de ıslanır (güliyor). Tamam mı he. Bunu sen nasıl açık unutursun da odadan çıkarsın da bu odayı su basar... (Ç79)

...Küvet mesela küveti çok aşırı su doldurup dışına taşıranlar oluyor bazen fazla küvetle ilgili sıkıntı olabilir su harcama konusunda... (Ç87)

...misafir odada suyunu açıyo, su sıcak geliyo ama şahit oluyorum ama o sıcak suyu habire israf ediyö, boş akıtyö... (Ç51)

...Adam giriyor küvete suyu dolduruyor, küvetimiz 200-250 litre su alıyor, dolduruyor canı sıkılıyor "ya dondurmamı yeseydim" diyor basıyor gidiyor 200 litre su bi işe yaramadı... (Ç62)

...Suyun israfı şöyle söyleyim, günlük kullanımların evlere göre tabi ki günlük duşa girme çıkma gibi şeyleri oluyor fakat keyife dönüşüyor bu, bir gereklilik tabi ama bu keyife dönüşüyor. Şöyle söyleyim mesela insanlar evde duşa kullanıyorsa, burda küvetli sistem varsa, küveti ağzına kadar doldurup, orda işte bir saat durup, o küvet mesela duşa göre on katı kadar su harcıyor... (Ç88)

...Ortak kullanım alanlarındaki wc'lerde mesela, bazılarında fotosel yok, (musluğu) açık bırakıp gidenleri görüyoruz... (Ç93)

...Genellikle işte duşş, yani duşların olduğu yerlerde açık bırakıldığını görüyoruz gerçi, bizim otelde dış alanlarda havuzların yan taraflarında duşlarımız vardır... (Ç28)

...bizim sahilde duşlarımız var, işte ayak yıkama alanlarımız var. Adam onu açar, açık bırakır, bizim sahilde yine o bölgeyi yıkamak için kullandığımız hortumlarımız var, onlar normalde müşteri kullanımı için değildir. O daha basitlerine geldiği için, su onda daha tazyikli olduğu için, onları kullanırlar yine açık bırakırlar... (Ç54)

Otellerde israf, otele ait mala/malzemeye zarar vermek şeklinde de gerçekleşebilmektedir. Bu kategori altındaki israf şekillerine yönelik çalışanların ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Odalarda biz biraz daha mahremiyet alanı olduğu için odalara giremiyoruz. Ama bazı odalarda hk (kat hizmetleri) personeli bizi uyarıyor. Bu odalara lütfen gelir misiniz diyorlar. Her şeyi yere atıyorlar, çarşafı yere atmışlar, çok aşırı derecede kirletiyorlar. Bayanlar saç boyalarını çarşafa şey yapıyorlar. Dolayısıyla bu atılamıyor israftan daha da öte oluyor. Bunları çöpe atıyoruz. Check out'larda (çıkışlarda) bazı odalara gidebiliyoruz ancak. Çok kötü bir kullanım yine israf değil midir yani. Parkenin üzerine su dökülmesi kola dökülmesi, mobilyanın şey yapılması israftır. İsfaf sadece yemek açısından düşünülmemeli diye düşünüyorum. Odalarda malzemelere kesinlikle zarar verilmesi söz konusu... (Ç1)

... havluyu farklı amaçlarla kullanma yer paspası olarak kullanma. Ya da balkon, ayağına serme amaçlı kullanma... (Ç3)

... Bi odadaki yani bi mobilyayı kullanım şekli tabi ki, yani deformasyona sebep olabiliyo. Bi atıyorum hani bi ürünün amortismanı 10 yıl olacakken, onların yüzünden bi 5 yıla düşebiliyo... (Ç15)

...Yani oda kullanımında da zarar verdikleri oluyo misafirlerimizin. 2 gün önce bi tane misafirimiz bi büyük çapta haliya zarar verdi ve yaktı... (Ç17)

... Odada sunulan bi takım demirbaşları ya da malzemeyi, tekstil malzemeyi işte yırtmak, koparmak, kesmek, yakmak hani bunlar da aslında israf... (Ç45)

...Minibarın, minibar dolabının kapağı açık olabiliyo. O tür israflar var... (Ç47)

...odaya verdiği bir zarar neticesinde olabiliyor kırıp dökme gibi. Özellikle alkol alan misafirlerin ciddi zararlara yol açtığı gözleniyor... (Ç76)

...sonra içerideki malzemeyi kıranlar oluyor klozet kapağını kırıyorlar, peçeteliği kırıyorlar. Atıyorum duşa kabinin camını kırıyorlar... (Ç86)

...Havlularda (kastedilen plaj havlusu) özellikle çok müsrifler hiç dikkat etmiyorlar. Yani havluyu alıyo misafir havuz başlarında mesela havuz başlarında havluyu alıyo, kullanıyo, gördüğüm bi olayı söyleyim size çocuğun altını değiştirecek altının pisliğini havluya silip havluyu çöpe attıklarını gördüğümüz yerler oluyo. Bu da bi müsrifliktir bana göre. Çünkü havlu birkaç defa yıkanıp kullanılacak bi malzeme geri dönüşümlü bi malzeme olduğu için o şekilde atmak da bi müsriflik. Bunları gördüğümüz oluyo... (Ç36)

...alkole yönelik oldukları için hatırlamıyorlar zaten, elektrik direklerine tırmanıyorlar, hani bir şeyler döküp kırıyorlar. Bardakları yere atıyorlar falan mesela dış mekana zararı oluyor... (Ç70)

...Gidiyo senin golduğu (koltuğu) tekmeliyo, içiyo, bardaaa nası olsa şey diye, alsın bi tene daha diyo, gidiyo çöpe atıyo bardağı. Şimdi buna ne diyecez... (Ç79)

Misafirler tarafından gerçekleştirilen ve bazı çalışanlar tarafından israf olarak nitelendirilen bir başka davranış kategorisi de aşırıdır. Bazı çalışanlar tarafından, otele ait mallar otel dışına çıkarılmaya çalışılırken genelde bunun mallara zarar verilerek (halının bir kısmının kesilmesi, saç kurutma makinesinin yerinden sökülmesi gibi şekillerde) yapıldığından bahsedilmektedir. Benzer şekilde, yiyecek içeceklerin de birçoğunun otele çıkarıldıktan sonra çürüyecek, bozulacak ürünler olduğu (örneğin, haşlanmış yumurta, meyveler) bazı çalışanlar tarafından ifade edilmiştir. Otele ait malların, malzemelerin otel dışına çıkarılmaya çalışıldığında yüksek olasılıkla ziyan olması nedeniyle çalışanların aşırma davranışını bir israf şekli olarak gördükleri anlaşılmaktadır. Bazı çalışanlar aşırma davranışlarını direk ve kesin olarak israf olarak nitelendirilmektedir. Bazı çalışanların ifadelerinden ise, bu tür davranışların israf olarak nitelendirilebileceğinden pek emin olmadıkları anlaşılmaktadır. Aşırıyla ilgili çalışanların ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Geçen yıl çalıştığımız bir misafirle yaşadığım bir olayı anlatayım. Bir misafir bir koli hazırlıyor. Bu koliyi ben götürüyorum çok malzeme var diyo. Bunu benim adresime kargolayabilir misiniz diyor. Çay tabakları, kaşıklar, fincanlar, çay tabakları yemek tabakları doldurmuş misafir, yemek seti hazırlamış. Tabi biz koli çok ağır olunca, zor kaldırıyordu iki kişi, şüphelendik. Biz açtık koliyi göndermeden, gördük bunu. Misafir aradı, kolim gelmedi diye. Biz de kolide otelin malzemeleri olduğunu söyleyerek göndermedik. Misafir sinirlendi benim kolimi nası açarsınız diye. Bu tarz bi misafiri ne kadar bilgilendirsek de zihniyeti farklı olduğu için onu çok fazla şey yapamıyoruz. Bornoz, havluları da götürüyor misafirler. Biz bazen kendimiz açılmamış paketli havlular veriyoruz. Bunlar da israf olarak değerlendirilebilir... (Ç14)

...Buket malzemeleri, yine misafirlerimize hediye ettiğimiz, set up'larımız mesela. Hani bazen kendileri şey yapabiliyor, alıp götürüyor örnek veriyim hani. Bu da bi sonuçta onlara verilen hizmet ama. Biz normalde hani otel olarak her odanın kişi sayısına göre malzeme bırakıyoruz. Bu malzeme zaten tatil boyunca sürekli kontrol ediliyor ve takip ediliyor. Bunun dışında

günlük olarak misafirlerimiz topluyorlar. Yeterli ama daha fazlasını istiyorlar. Tekstil de aynı şekilde. Yani onlara verilen havlu –küçük bi örnek- hani diğer gün mesela bulamıyoruz. Yani götürme anlamında teşebbüslerimiz oluyo misafir olarak. Havlu, bornoz, tabi ki oteldeki demirbaş malzemelerini hani çok kaliteli olduğu için örnek veriyim hani bi bornoz ya da sümenlerimiz var böyle dosyalarımız çok sık. Onları çok beğenip götüren misafirlerimiz var... (Ç17)

...Yani israf kaynakları derken şunu katabilir miyiz bunun içerisine, benim birçok malzemem kayboluyo. Mesela ben sezona 3000 tane kahve kaşığı, 3000 tane çay kaşığı ile başlıyorum. 6 aylık bi süreçten sonra elimde hiç çay kahve kaşığı kalmıyo. Küçük malzemeler, hareketli malzemeler, hediyelik eşya olarkten misafirlerin ülkelerine gidiyo... (Ç30)

...İki çalışan odada temizlik yaparken yatağı bir kaldırıyorlar halının yatağın altında kalan kısmını misafir kesip götürmüş... (Ç61)

...adam odadaki sabunluğu söküp, götürüyor. Fön makinesini sökmeye çalışıyor... (Ç70)

...Odalarda başka... Bu israf mıdır değil midir örneğin şampuan kullanıyoruz, o şampuanların kutularını alıyolar, çünkü ertesi gün o housekeeping o kutuları yenilemek durumunda. Onları da alıp götürüyorlar, gidecekleri yerlere evlerine. Bu bir israf diye nitelendirilir mi tartışılır... (Ç80)

...Bizim minimalistlerimiz vardı hani büfeye attığımız zaman görsel olarak güzel şeyler göstermek amacıyla, mezelerimizi içerisine koyduğumuz böyle renkli bayan ayakkabılarına benzeyen küçük minimalistlerimiz vardı porselenden ilk gün 100 tane geldi dekorladık güzelce büfelerimize koyduk. Geri dönüşü 60-70 tane oldu... Ya ben gördüğüm kadarıyla birkaç kişi üzerindeki ürünü yedikten sonra çantasına koydu. Çünkü şekli çok güzeldi. Hani artık çalıştığımız tur şirketlerinin aldığı kalitesiz müşteriler otele hem yiyecek içecek yönünden israf yapıyor, hem demirbaş olarak yani değerlendireceğimiz kullandığımız malzemelerin israfını yapıyor. Daha doğrusu çalışıyor mu demek lazım buna en doğrusu bu galiba çalışıyor demek lazım. İşte çorba kaseleri, tabaklar... Çaldıklarının yanında israf yani küçük kalıyo yani asıl çaldıkları çok önemli... Aslında israfı önlemekle birlikte bu yapılabilen hırsızlıkları da önlemek lazım diye düşünüyorum... (Anıya ilişkin paylaşım çok uzun olduğu için üç nokta konan yerlerden kısaltılmıştır)... (Ç8)

...Hatta giderken hırsımı alamadım nasıl olsa her şey dahil barlarda içiyorum, mini barlardaki içecekleri de bavula koyup götüreyim diyen misafirlerle çok karşılaştık. Bunlar da birer israf... (Ç88)

...her gün o minibar tamamen boşalıyo ve tamamen yeniden dolduruluyo. Çıkışta da valizlerin içinden, kolilerle malzeme çıkışını görüyorsunuz yani... (Ç19)

...Özellikle check outlarda sanki otelden çıktıktan sonra da bizim alles inclusive şeyimiz devam ediyor gibi arabalarına su koyduklarını, kahvaltıdan pastalar kekler, poşetler dolusu çantalarına koyduklarına şahit oldum. Son dönemlerde de bir minibar hastalığı çıktı. Minibardaki bütün içeceklerin poşetlere konulup dışarı çıkarılması bizi oldukça üzüyor yani. Şu anda bir check out var ve yola gitsinler diye çantalarına ben kendim su koydum. Bizim poşetlerimiz var, onlara ben su koydum hani ihtiyaçları var. Ama bütün varana kadar akşamki yemeğine kadar alıp götürmeleri de oldukça bizi üzüyor tabi. (Ç1)

...Veyahut çantalarında koyabiliyorlar, poşet bile istiyorlar bizden. Poaçaları yahut bir folyo kağıdı börekleri, veyahut işte yolculuğuna gidicek yanına almak amacıyla büfeden bir sürü yiyecek alıyo. Ve ondan sonrası tabiki hani ondan sonrası noluyo yolda belki yiyemiycek bu da israftır... (Ç7)

...Yani, her misafir grubunda görülmez ama fazlaca çantalarına, bavullarına, işte kapalı içecek yiyecekleri restorandan bütün bölünmemiş meyveleri, bazen böyle paketli ambalajlı buldukları farklı ürünleri, çocuk mamalarını gibi şeyleri stoklama şeklinde çantalarına alıp çıkmak isterler. Zaman zaman kibarca üslubunca müdahale edilir, zaman zaman görülmez (gölüyor), onlar bunu daha iyi yaparlar. Öyle diyim, zaman zaman odalarında rastlanır buna. Bavullarına dediğim gibi işte çarşafından yastık kılıfına, işte şampuanından terliğine, bornozuna, bi kaç bavul malzemeyi doldurduklarını görürsünüz... (Ç45).

...Yani geçen sene otelin birinde çıkan ürünler yani odada kalmışlar işte bornozlar tuvalet kağıtları içkiler meyveler... Bundan öncesinde de 4-5 yıl önce çalıştığım otelin birinde de... İki tane yaşlı çift var hani yiyebileceklerinden fazlasını alıp masaya götürüyoları mesela kuru kayısı ve kuru yiyeceklerini örnek veriyorum reçel ve çeşitleri de olabilir. Bunları alıp masaya götürüyolar aradan bi beş dakika geçmiyor hani bakıyorum masa tertemiz tekrar çıkıp aynı üründen tekrar alıyor. Bu iki üç gün boyunca böyle devam etti... Bu dikkatimi çekti... Bikaç gün sonra odalarına temizlik denetlemesine girdiğinde küçük mini buzdolaplarının içi yani abartmıyorum 60-70 tane haşlanmış yumurta, nerden baksan 2-3 kilo lokum çeşitleri belki birkaç kilo kuru kayısı, kuru incir kuru üzüm, reçel çeşitleri, marmelat çeşitleri, yani elmalar, portakallar, çürümüş bazıları tabi. Yani diyo ki dolap dolmuş mini buzdolabı, dışarsına (dışına) koymuş bazı ürünleri... Müşteri aynı şekilde malzemelerini aldı ve çıktı gitti... (Anıya ilişkin paylaşım çok uzun olduğu için üç nokta konan yerlerden kısaltılmıştır) (Ç8)

Misafirler tarafından gerçekleştirilen israflara ilişkin bir diğer kategori hijyen ve temizlikle ilgili israflardır. Hijyen ve temizlik konusunda dikkatsiz ve özensiz davranan misafirlerin bu tür davranışları, oteldeki temizlik malzemeleri, kimyasal (klor gibi), su ve enerji kullanımını artırırken, aynı zamanda personelin temizlik aşamasında daha fazla emek ve zaman harcamasına neden olmaktadır. Çalışanların hijyen ve temizlikle ilgili israflar konusundaki ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

... Oda kullanımında da keza öyle, odayı temiz kullanma anlamında yine... Maalesef çok dikkatli değil. Oraya harcanan bir zaman israfı mevcut. Enerji, yani bu enerji su, elektrik, deterjan anlamında... (Ç55)

... Hani kendileri atması gereken hani özel şeylerini bile nerdeyse hani bayanlara bırakıyorlar... (Ç4)

... Odanın kötü kullanımı, orda çalışan arkadaşlarımızın zaman israfına da sebebiyet vermektedir. Bi maid (kat hizmetleri çalışanı) ortalama bir odada yarım saat çalışma limiti varken, onun 40-45 dakika, 1 saat uzaması aynı zamanda zaman israfını da ortaya çıkarıyor. Yatak ve çarşaflarını yere atması olabilir, banyonun odanın genel materyallerini düzensiz ve dağınık kullanma anlamında söyleyebiliriz. Kendi şahsi eşyalarını düzenli olarak koymaması, çünkü maid arkadaş, odanın genel görünümüyle de ilgili açıkçası biraz sorumlu. Misafirlerin odada bıraktıkları her düzensiz bir materyal maid arkadaşımızı şeyine neden... zamanında temizliği bitirememesine engel oluyor... (Ç72)

...odalar aynı şekilde, kullanım kötü, tabi her kötü kullanımda temizlik de bizi biraz yoruyor... (Ç78)

... paramparça ediyolar her şeyi, yani masanın üstü komple ekmek ya da komple yemek veya çay dökülmüş, su dökülmüş... (Ç18)

... Örnek vereyim restorandaki bir servis personelinin, x uyuğunun masasını toplamasıyla, y uyuğunun masasını toplamasının zamanı hiçbir zaman eşit değil... (Ç55)

... bizim havuzda kurallarımız var, duş alın öyle girin. Havuza girmenin amacı şudur, havuza girer insanlar yüzer, rahatlar ama bizdeki müşteri potansiyeli 2003, 2004, 5, 6'ları saymıyorum, ondan sonraki gelen potansiyellerde bizimkiler serinlemek için değil, duş almak için havuza giriyorlar. Ya insanlar kumlu geliyor atlıyor, çocuğu geliyor atlıyor... Böyle olduğu zaman klor ayarlamalarımız vardır, bir serbest klorun 1,5'tan az olmaması lazım, 1.5-3 arasında olması lazım. Eğer siz haşemayla, türbanla... Bu arada bu otelde çok yoğun değil onu da söyleyim de. Özellikle duş almadan girenler, terleyip ohhh cosss diye atlayanlar... Ayak dezenfektanımız var, diyoruz ki "önce ayağını dezenfekte et, ondan sonra havuza gir ki bir mantar, bakteri, virüs varsa birbirinize bulaştırmayın". Dolayısıyla bunların böyle girmesi bizim bağıl klor seviyesini otomatikman yükseltir... İkincisi böyle kirlilik olduğu zaman su, en çok su, bir buharlaşma zaten var, iki biz havuzu tertemiz tutabilmek için ters yıkama, durulama ve tahliye yaparız, ben günde 50 ton suyla bunu yapacağıma, bu su 150-200 tona çıkarsa ayla çarpın, yılla çarpın otel sayısıyla çarpın ülke tüketimi nereye gider... (Ç62)

... odada ikinci üçüncü defa temizlik isteyebiliyorlar... (Ç42)

... İsrâf deyince aşırı kirliliği ya da onun temizliğe yansımaları da israfı dahil edersek... Mesela misafir kumsaldan terlikleriyle kumu taşıyor, orada musluklarımız olduğu halde tembellik yapıyor o musluklarda ayaklarını terliklerini yıkamıyor. O kumu, o beraberinde getirdiği kirliliği katlara, asansöre, odasına kadar taşıyor. Mesela burda çalışan her alet israfı neden oluyor. Kumu odaya kadar getirince mecburen katçı onu temizleyecek. Ayağına buluşturduğu bir zift, bazen öyle şeyler de yaşıyoruz... (Ç89)

Bazen de misafirler tarafından gerçekleştirilen bazı davranışlar herhangi bir somut kaynağın tükenmesine yol açmasa bile, bir başkası için gereksiz/fazladan zaman ve emek harcanmasına yol açabilmektedir. Bu tür davranışlar, zaman ve emek israfı kategorisi altında birleştirilmiştir. Örneğin, şezlongu üzerine havlu, kıyafet vb. eşyalar bırakarak rezerve etmek, hem bir başka otel misafirinin boş şezlong bulabilmek için fazladan emek ve zaman harcamasına, hem de personelin bu durumu engellemek ya da mağdur olan misafirlerin sorununa çözüm üretmek için fazladan emek ve çaba harcamasına yol açmaktadır. Aynı masadaki birden fazla kişinin teker teker sipariş vermesi nedeniyle garsonu defalarca masaya çağırma durumunda da yine, garson fazladan emek ve zaman harcamak durumunda kalırken, bu durumdan dolayı garsonu daha uzun süre beklemek durumunda kalan bir başka otel misafiri için de yine zaman kaybı oluşabilmektedir. Hatta bu tür durumlardan dolayı otel yönetimi daha fazla işgücüne ihtiyaç duyduğundan personel sayısını artırmak durumunda da kalabilmektedir. Zaman ve emek israfıyla ilgili çalışanların ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

... mesela aynı anda sekiz şezlong tutan bi misafirimiz olabiliyor. Bunun hepsi, evet şezlong tükenen birşey değil ama burdaki çalışanın yani oraya iki çalışan yürütecekken aynı süreci biz oraya sekiz çalışan vermek durumunda kalıyoruz... (Ç15)

...sabah misafir altıda beşte kalkıyo. O şezlongu kaçırmamak için havluyu koyuyo. Lütfen buraya havlu koymayın rezervasyon yapmayın. O havlu gidiyo yani. Başkasının havlusunu alıp koyuyo oraya ben geldiğimde benim şezlongum hazır olsun diyo. Ve bu arada şezlongu da rezerve etmiş oluyo kimse o havlu veya eşya olduğu için o şezlongu kullanmıyo. Ama o misafir saat 10:00'da, 10:30'da geliyo. 10:30'a kadar o şezlongu misafir işgal etmiş oluyo... (Ç24)

...hani adam bi tane şezlongunu havuza koyuyor, öbür şezlongunu da gidiyor denize koyuyor. Evet, o ikisini de değerlendirmek onun hakkı ama biz burda tamamen toplu ve farklı milliyetlere hizmet ettiğimiz için, o zamanın da denizdeki şezlongun veya havuzdaki şezlongu da israf etmiş oluyor bana göre. Hani orda bi hem hak çalmış oluyor, hem de israf etmiş oluyor... (Ç56)

...Emeğin de israf edildiği şeyler var tabi ki. Onu demin saymadım ama. Bahsedilmesi gereken bi nokta. Yani siparişini dört kişilik bi aile teker teker vermesi, siparişi verirken çok da dikkatli olmayıp, ikinciye üçüncüyü dördüncüyü deniyo olmaları, bi garsonun komisiyle birlikte olmasa da 5 dakika harcıyarak doğru servis verebileceği bi durumu 50 dakika sadece o masayla uğraşmasına bile sebep olabiliyo. Bu bizim fazla garson çalıştırmamıza sebep oluyo. Başka masalara da iyi hizmet verilmemesine sebep olduğu gibi bizim 9 kişiyle yapacağımız işi 15 kişiyle yapmamıza da sebebiyet verebiliyo. Bu da emekle ilgili bi israf olarak not edilmesi gereken bi nokta bence... (Ç42)

...Ya bunu zaman olarak bile israftır. Şimdi cocuğa... oturuyolar iki gişi (kişi), geliyo çocuk ona bi çay diyor, gediriyo çayını, beşinden (peşinden) hanımı da diyo ki, ya bana da bi su getir (getir) diyor. Peşinden geliyo, çocuk artık iyice sinirleniyor. Efendim, daha sonra beş dakika sonra getiririm hesabı, artık biiir, ikiii, üçüncüsünde de artık uzaklaşmak istiyor, sen benim için varsın burda eşeğin ayağını daştan mı esirgiyosun, git bi sefer daaa" şimdi bu, israf mı, görgüsüzlük mü ya da zamanı boşa harcıyor, servisi bi seferde gelip gedirecen (getireceksin) ama gitsin... Bu da zaman israfı... (Ç79)

İsrafın ortaya çıkma şekilleriyle ilgili raporlanan bulgular, otel çalışanları tarafından “bazı” misafirlerde karşılaşılan/gözlemlenen israf davranışlarını yansıtmaktadır. Çalışanlar tarafından dile getirilen ve raporlamada aktarılan ifadelerin bazılarında, çalışanlar tarafından zaman zaman genelleştirici ifadeler (bizim misafirler, bizimkiler gibi) kullanılmış olsa da, bu tür ifadeler tüm misafirlerin aynı davranışları (israf davranışı) sergilediği yönünde bir algı oluşturmamalıdır. Hatta, israfın ortaya çıkma şekilleri bazı otel çalışanları tarafından, israfın en çok ve en az hangi misafir gruplarında gerçekleştiğine ve farklı misafir gruplarında israf davranışlarının nasıl farklılaştığına yönelik gözlemleriyle birlikte aktarılmıştır. Ancak, bir sonraki görüşme sorusu bu farklılıklarla ilgili olduğundan, bu tür değerlendirmeler farklı misafir grupları arasındaki davranışsal farklılıklar kapsamında takip eden başlık altında analiz edilip değerlendirilmiştir.

4.1.2.4. Farklı Misafir Grupları Arasındaki Davranışsal Farklılıklar

“Farklı müşteri (misafir) gruplarının israf konusunda farklı davranışları olduğunu düşünüyor musunuz” sorusuna, görüşülen 93 çalışandan 90’ı evet yanıtı vermiştir (hayır diyen katılımcılar; Ç10, Ç84, Ç86). Katılımcıların bu konudaki gözlemlerini paylaşması istendiğinde, çalışanlar tarafından israfın en sık gözlemlendiği ve israfın en az rastlandığı misafir grupları dile getirilmiştir. Ayrıca, misafirler arası davranış farklılıkları çalışanlar tarafından ağırlıklı olarak, “misafirlerin geldikleri coğrafi bölgeler” ve “milliyetler” üzerinden açıklanmıştır. Ayrıca, bazı çalışanlar tarafından israf davranışlarında yaş gruplarına ve konaklama süresine göre farklılar olduğu da belirtilmiştir. İsrafın en sık gözlemlendiği misafir gruplarına ilişkin bulgular Tablo 4.5.’te sunulmaktadır.

Tablo 4.5. İsrafın En Sık Gözlemlendiği Misafir Grupları

	f_i	%
COĞRAFİ BÖLGELERE GÖRE;		
Arap ülkelerinden gelen misafirler	28	11,57
Orta Doğu ülkelerinden gelen misafirler	6	2,48
Asya ülkelerinden gelen misafirler	4	1,65
BDT (Bağımsız Devletler Topluluğu) ülkeleri vatandaşları	2	0,83
Avrupalılar	2	0,83
Doğu Avrupa ülkelerinden gelen misafirler	1	0,41
Balkan ülkelerinden gelen misafirler	1	0,41
MİLLİYETLERE GÖRE;		
Türkler	65	26,86
Ruslar	49	20,25
İranlılar	22	9,09
İsrailliler	14	5,79
Fransızlar	3	1,24
Kazaklar	2	0,83
Özbekler	1	0,41
Azeriler	1	0,41
Iraklılar	1	0,41
Suriyeliler	1	0,41
Afganlar	1	0,41
Almanlar	1	0,41
YAŞ GRUPLARINA GÖRE;		
Çocuklar	10	4,13
Gençler	7	2,89
Ergenler (Teenagers)	3	1,24
Orta yaş grubu misafirler	3	1,24
DİĞER GRUPLAMALAR;		
Kısa konaklamalı misafirler	4	1,65
İlk defa tatile çıkan misafirler	2	0,83
İslam ülkelerinden gelen misafirler	2	0,83
Gelişmekte olan ülkelere gelen misafirler	2	0,83
Gelişmemiş ülkelere gelen misafirler	1	0,41
Rusça konuşulan ülkelere gelen misafirler	1	0,41
Genç ve çocuklu çiftler	1	0,41
Toplantı grubu misafirleri	1	0,41
Σ	242	100

Çalışanlar tarafından, farklı coğrafi bölgelerden gelen misafirlerin davranışlarına yönelik yapılan değerlendirmelere göre, israfın en çok Arap ülkelerinden gelen misafirlerde (28 tekrar; %11,57) gözlemlendiği ortaya çıkmaktadır. Çalışanlar tarafından milliyetler üzerinden yapılan değerlendirmelere göre ise, israfın en sık gözlemlendiği misafirler, Türk misafirlerdir (65 tekrar; %26,86). İsrafın en sık gözlemlendiği diğer milliyetler ise Ruslar (49 tekrar; %20,25), İranlılar (22 tekrar; %9,09) ve İsraillilerdir (14 tekrar; %5,79).

Bazı çalışanlar tarafından israf davranışının farklı yaş gruplarına göre de değişkenlik gösterdiği belirtilmiştir. Yaş gruplarına yönelik değerlendirmelerde, israfın çocuk (10 tekrar;

%4,13) ve genç (7 tekrar; %2,89) misafirlerde daha sık rastlandığı belirtilmiştir. Ayrıca, çalışanlar tarafından, israfın konaklama süresi kısa olan misafirlerde yoğun olarak gözlemlendiği belirtilmektedir (4 tekrar; %1,65).

İsrafın en az rastlandığı misafir gruplarına ilişkin bulgular Tablo 4.6.'da sunulmaktadır. Bölgesel olarak değerlendirildiğinde, çalışanlar tarafından, Avrupa ülkelerinden gelen misafirlerde (31 tekrar; %22,96) ve daha özelden ise Batı Avrupa ülkelerinden gelen misafirlerde (5 tekrar; %3,70) israfa oldukça az rastlandığı belirtilmektedir. Ayrıca, tüm gruplar içerisinde israfın en (özellikle yaşlı kesiminde yok denecek kadar) az rastlandığı misafirlerin Alman misafirler (50 tekrar; %37,4) olduğu görülmektedir. Çalışanlar tarafından yaş gruplarına ilişkin yapılan değerlendirmelere göre, israfın en az görüldüğü yaş grubunun yaşlılar (13 tekrar; %9,63) olduğu ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, bazı çalışanlar tarafından uzun konaklamalı misafirlerde, kısa konaklamalı misafirlere kıyasla israfın daha az görüldüğü (3 tekrar; %2,22) belirtilmektedir.

Tablo 4.6. İsrafın En Az Rastlandığı Misafir Grupları

	f _i	%
COĞRAFİ BÖLGELERE GÖRE;		
Avrupa ülkelerinden gelen misafirler	31	22,96
Batı Avrupa ülkelerinden gelen misafirler	5	3,70
İskandinav ülkelerinden gelen misafirler	3	2,22
Uzak Doğu ülkelerinden gelen misafirler	1	0,74
MİLLİYETLERE GÖRE;		
Almanlar	50	37,04
İngilizler	9	6,67
Belçikalılar	3	2,22
Hollandalılar	2	1,48
Fransızlar	1	0,74
Finlandiyalılar	1	0,74
İspanyollar	1	0,74
Japonlar	1	0,74
Çekler	1	0,74
Avusturyalılar	1	0,74
Letonyalılar	1	0,74
Litvanyalılar	1	0,74
Estonyalılar	1	0,74
Lübnanlılar	1	0,74
Ürdünlüler	1	0,74
Danimarkalılar	1	0,74
Norveçliler	1	0,74
İsveçliler	1	0,74
YAŞ GRUPLARINA GÖRE;		
Yaşlılar	13	9,63
DİĞER GRUPLAMALAR;		
Uzun konaklamalı misafirler	3	2,22
Gelişmiş ülkelere gelen misafirler	1	0,74
Σ	135	100

İsrafın en sık ve en az rastlandığı milliyetlere ilişkin daha doğru değerlendirmelerin yapılabilmesi için, veri toplanan otellerdeki ilgili birimlerle telefon aracılığıyla iletişime

geçilerek 2018 yılında (verilerin toplandığı yıl) konaklayan misafirlerin milliyetlerine ilişkin oranlar talep edilmiştir. Veri toplanan 16 otelin misafir milliyet oranlarına, 14 otelden elektronik posta yoluyla gönderilen tablolardan, 2 otelden ise telefon görüşmesinde sözlü olarak erişilmiştir. Her bir otele ait misafir milliyetlerine ilişkin oranlar, israfın en az ve en çok rastlandığı milliyetler bazında ortak bir tablo haline getirilmiştir. Tablodaki her bir milliyet için otellerden gelen milliyet oranları toplanarak, otel sayısına (16) bölmek suretiyle ortalamaları alınmıştır. Veri toplanan otellerde 2018 yılında konaklayan misafir milliyetlerinden, israfın en çok ve en az rastlandığı milliyetlere ilişkin misafir oranların ortalaması Tablo 4.7.'de sunulmaktadır.

Tablo 4.7. Veri Toplanan Otellerde 2018 Yılında Konaklayan Misafirlerin Milliyetlerine İlişkin Oranlar

	Milliyete İlişkin Konaklama Oranı
İsrafın En Az Rastlandığı Milliyetler	
1. Almanlar	17,679
2. İngilizler	3,971
3. Belçikalılar	1,300
4. Hollandalılar	1,966
5. Fransızlar	0,551
6. Finlandiyalılar	0,340
7. İspanyollar	0,044
8. Japonlar	0,005
9. Çekler	1,645
10. Avusturyalılar	0,514
11. Letonyalılar	0,370
12. Litvanyalılar	1,190
13. Estonyalılar	0,303
14. Lübnanlılar	0,228
15. Ürdünlüler	0,569
16. Danimarkalılar	0,424
17. Norveçliler	0,096
18. İsveçliler	0,499
İsrafın En Çok Rastlandığı Milliyetler	
1. Türkler	22,903
2. Ruslar	24,528
3. İranlılar	1,730
4. İsrailliler	1,262
5. Kazaklar	1,674
6. Özbekler	0,205
7. Azeriler	0,354
8. Iraklılar	0,069
9. Suriyeliler	0,008
10. Afganlar	0,004
Katılımcılar Tarafından İsfaf Davranışları Değerlendirilmeyen Milliyetler	33,248
Σ	100

Otel misafirlerin milliyetlerine ilişkin oranlar incelendiğinde, çalışanların ağırlıklı olarak otelde en çok karşılaşılan/konaklayan milliyetlerden misafirlerin tüketim davranışları üzerinden değerlendirmeler yaptıkları görülmektedir. Bir diğer ifadeyle, israf ve israf karşıtı tüketim davranışlarının ağırlıklı olarak Alman, Türk ve Rus misafirler üzerinden yapılmış olmasının, bu üç milliyetten misafirlerin veri toplanan otellerde ve Antalya genelinde (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2015) konaklama oranlarının yüksek olmasıyla ilişkili olduğu değerlendirilebilir. Bununla birlikte, İranlı ve İsrailli misafirlerin konaklama oranları diğer milliyetlere göre çok düşük olmasına rağmen, israfın en çok rastlandığı üçüncü ve dördüncü milliyetler olarak ortaya çıkmıştır. Konaklama oranı bu derece az olan milliyetlerin, çok fazla dikkat çekmiş olmasının nedeni sayıca az olmalarına rağmen, yol açtıkları israfın büyüklüğü olabilir. Aynı zamanda, İranlı misafirlerin dikkat çekmesinin bir diğer nedeni, özellikle Nevruz döneminde İran pazarına hitap eden otellerde kalabalık İranlı misafir gruplarının ağırlanması ve o dönemlerde İranlı misafirlerin sayısında dönemsel bir patlamanın yaşanması da olabilir.

Misafir milliyetlerinin oranları üzerinden yapılabilecek bir değerlendirmenin, farklı coğrafi bölgeler üzerinden de yapılması düşünülmüştür. Ancak, çalışanlar tarafından gruplanan coğrafi bölgelerin birbirinin içine geçmesi (örneğin, Asya, Orta Doğu, BDT ülkeleri, Arap ülkeleri, Avrupa ülkeleri gibi) nedeniyle, bölgelere ilişkin karşılaştırmalarla sağlıklı sonuçlara ulaşılamayacağı değerlendirilmiştir. Bununla birlikte, veri toplanan otellerde Arap ülkelerinden (Suudi Arabistan, Yemen, Umman, Birleşik Arap Emirlikleri, Katar, Bahreyn, Kuveyt, Irak ve Ürdün'den) gelen misafirlerin oranı yalnızca % 0,9 olmasına rağmen, israfın en çok Arap ülkelerinden gelen misafirlerde karşılaşılmış olması dikkat çekicidir. Arap ülkelerinden gelen misafirlerin israf davranışları bakımından dikkat çekmesinin nedenlerinden biri, sayıca az olmalarına rağmen Arap ülkelerinden gelen misafirlerin yol açtığı israfın büyüklüğü olabilir. Ancak, Arap kültürü adı altında tüm Arap yarımadası ülkelerine yayılmış ortak bir kültürün olması nedeniyle, çalışanlar tarafından daha büyük coğrafi bölgelere göre (örneğin, Orta Doğu, Asya) Arap ülkeleri insanlarına yönelik davranışsal genellemelerin daha rahat yapılabilmesine yol açmış olabileceği de göz önünde bulundurulmalıdır.

İsrafın en sık gözlemlendiği ve israfa en az rastlanan milliyetlere ilişkin bulgular değerlendirilirken, günümüzde bireylerin doğdukları ülkelerin dışında başka ülkelerde yaşayabildikleri ve özellikle uzun süre yaşamış oldukları coğrafyadaki toplumların kültürlerinden, davranışlarından etkilenmiş olabilecekleri de göz önünde bulundurulmalıdır. Örneğin, Türkiye'de ikamet eden bir Türk misafirle (bu çalışmada yerli misafir olarak anılmaktadır), Almanya'dan gelen bir Türk misafirin tüketim eğilimleri arasında fark olabileceği dikkate alınmalıdır. İsraf eğilimlerini milliyetler üzerinden değerlendirmeyi doğru bulmayan bir katılımcı bu konuda kendisini "Bugün artık dünya çok uluslu, bugün bize Almanya'dan gelen

orijinal Almandan çok Türk var, Bulgar var, Rus var... (Ç91) şeklinde ifade etmiştir. Ayrıca, farklı misafir gruplarının israf konusundaki davranışsal farklılıkları milliyetler üzerinden açıklanırken, bazı milliyetlerde israfın yoğun olarak gözlemlenmiş olması, söz konusu milliyetten her bireyin israf yaptığı anlamına gelmemektedir. Bazen aynı milliyetten olup, aynı ülkeden ve hatta aynı şehirden geldiği halde birbirinden çok farklı davranışlar sergileyen misafirlerin olduğu da bazı çalışanlar tarafından özellikle dile getirilmiştir. Bu farklılıklarla ilgili bazı ifadeler aşağıda sunulmaktadır.

...Türk insanımızın da belli bir kültürü var, hepsi bir değil. İstanbul'dan veya İzmir'den gelen de çok fark ediyor... (Ç74)

...bizim de ülkemizde birçok bölge var, hepsinin yeme içme alışkanlığı çok farklı... (Ç53)

...Türk misafirlerde de sınıf sınıf değişiyor açıkçası. Hitap ettiğiniz şehre göre bile eğilim değişiyor. Çok görgülüler, çok elit bir kısım da var ama böyle zıvanadan çıkmış gibi ben bunu ödedim deyip, gereğinden fazla, düşünsenize vücudunuza zarar verme adına bile... (Ç89)

... Rusların nası diyim köyünden kasabasından gelenler hani böyle alt tabakadan gelenler onlar da çok israfa açıklar... (Ç37)

Muhtemel grup içi farklılıklara rağmen, toplumların üyeleri tarafından paylaşılan kendine özgü bir kültürü olduğu ve aynı kültürden kişilerin birbirine benzer tüketim davranışları sergiledikleri bilinmektedir (Odabaşı ve Barış, 2002:313-315). Çalışanlar tarafından milliyetler üzerinden yapılan böyle bir ayrımın geri planında da bu kültürel farklılıkların olduğu değerlendirilmektedir. Takip eden kısımda sunulan, farklı misafir gruplarının tüketim eğilimlerindeki farklılıklara ilişkin bulgular da bu değerlendirmeyi destekler niteliktedir. Tablo 4.8.'de Avrupa ülkelerinden gelen misafirlerin tüketim eğilimlerine ilişkin bulgular sunulmaktadır.

Tablo 4.8. Otel Çalışanlarının, Avrupa Ülkelerinden Gelen Misafirlerin Tüketim Eğilimlerine Yönelik Gözlemleri

AVRUPA ÜLKELERİNDEN GELEN MİSAFİRLER	f _i	%
İhtiyaca göre yiyecek almak ve aldığını bitirmek	11	29,73
Büfeden küçük porsiyonlar halinde yiyecek almak ve ihtiyaç halinde ya da beğendiği yiyecekler için büfeye tekrar gitmek	4	10,81
Yemek servis sıralamasına uymak (örneğin, servisine başlangıçlarla başlayıp tatlıyla bitirme)	4	10,81
Bilinçli tüketmek	4	10,81
İhtiyaca göre içecek almak ve aldığını bitirmek	3	8,11
İsrafla karşılaştığında tepki göstermek, diğer misafirleri ya da otel çalışanlarını uyarmak	2	5,41
Günün her saatinde alkol tüketmek	1	2,70
Aşırı alkol tüketmek	1	2,70
Genel olarak israfa karşı durmak, çocuklarına da aynı duyarlılığı aşılamak	1	2,70
Alınan içecekleri bitirmeden bırakmak	1	2,70
Sakin, koşturmacasız, sunulan hizmetin tadını çıkararak tüketmek	1	2,70
Ebeveyn tarafından çocuğa alınan yemeğin çocuk tarafından tüketilmemesi	1	2,70
Sağlıklı beslenmek	1	2,70
Kuralcı, kurallara riayet etmek	1	2,70
Gıda israfı yapmamak	1	2,70
Σ	37	100

Avrupa ülkelerinden gelen misafirlerin genel olarak gıda israfından kaçındığı ortaya çıkmakla birlikte, bu misafirlerde günün her saatinde alkol tüketme, aşırı alkol tüketme ve alınan içecekleri bitirmeden bırakma şeklinde içecek konusunda israfla karşılaştığı birer çalışan tarafından dile getirilmiştir. Otel çalışanlarının, Avrupa ülkelerinden gelen misafirlerin tüketim eğilimleriyle ilgili ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Yani aslında çok kaba tabirle anlatırsam Avrupa ülkesi misafirleri yiyecek kültürleri çok güzel, yani evet, baktığınızda belki turizm için ilginç fazla alkol tüketimi var. Ama gıda anlamında yani yiyebilecekleri kadarını alıp sonra tekrar devam edebiliyorlar... (Ç20)

...Avrupalı misafirde kesinlikle böyle bi olay göremezsiniz. Eğer bir porsiyon yiyecekse bir porsiyondan bi gram fazlasını almaz ve tabağında da hiç malzemenin arttığını görmezsiniz... (Ç36)

...Avrupalı misafir denemek istediği şeyden biraz alıp, beğenirse devamını alıyor ve böylece de israf yaşıyor... (Ç55)

...Avrupalı misafirin tüketimi çok çok daha az, ya misafir yiyebileceği kadar şey alıyo, içebileceği kadar şey alıyo. O anlamda daha nezih bir ortamda daha şık bir şekilde yiyip içiyorlar... (Ç39).

...Avrupalı biraz daha bilinçli bu konuda ve biraz daha Avrupa'da çevre ve sürdürülebilirlik başlığı altında toplayabileceğimiz konularda bilinç ve algı gerçekten yüksek... (Ç45)

...Bir de gastronomide bir menü sıralaması vardır biliyorsunuz. İşte soğuklardan başlanır, çorbalar, sıcaklar ara sıcaklar vesaire diye gider. Büfe sıralamasında da milliyetler bunu tatil kültürü oluşmuş ya da yemek kültürü özellikle Avrupa'da birazcık daha farklıdır. Avrupalı misafir buna çok dikkat eder, dolayısıyla bir de hem daha sağlıklı beslenirler, mideyi ana yemeğe veya tatlıya daha iyi hazırlarlar, hem de bu anlamda israf daha minimuma düşer. Sadece israf nasıl oluşur orda, örnek veriyorum, yemek lezzetiyle ilgili israf çıkar orda. Yani tadını beğenmemiş olabilir, acısı fazladır, tuzu fazladır, tatsızdır, tuzsuzdur, yani yemek lezzetiyle ilgili bir israf çıkar Avrupalının masasında. Avrupalının masasında alınıp da yenmemiş çıkmaz. Yani mutlaka lezzetle ilgili sıkıntı vardır o masada... (Ç71)

...Alışkanlıklar çok farklı, işte bi Avrupalı misafir önce soğuğunu, salatasını, işte daha sonra sıcaklarını ve tatlısını şeklinde gidip, hepsinden ayrı ayrı, farklı tabaklara alıp, yemek gibi bi kültürü var. O da tabii ki insanın yiyebileceği kadar alacağı anlamına geliyo ve bilmiyorum aldıkları eğitim veya kültürlerinde de tabakta bi şey bırakmanın ayıp olduğu gibi bi şey var, dolayısıyla da hiç bi zaman israf, yiyecek israfı çok az oluyo... (Ç92)

...Avrupalı bir misafir Ortadoğulu bir misafire tabağınızda yemek kalmış unutmuşsunuz diyip, esprili bir şekilde bir laf dokundurabiliyor... (Ç53)

...Örneğin, Avrupa toplumundan bir ebeveyn çocuğunu gezdirir, önce hepsini bir gösterir, şu şudur, bu budur der anlatır, çocuğa verebileceğini verir, daha sonra ona beraber alır. Büfeye başladığı zaman veyahutta sunumlar bir bütünlük edecekse, menüyü açar, büfeye bakar, hepsini çocuğa gösterir, ne kadar, hangi amaçla (giriş, ana yemek v.s.) unsurları, ne amaçla geldiği, yeneceği gibi v.s. bunlar ebeveynler tarafından izah edilir... (Ç60)

...Hani bi Avrupalı da evet alacağı hizmetin takibini yapıyo. Evet hani bana otelin sunduğu vereceği hizmetler bunlar. Onları almadığında sıkıntı çıkarıyor ama o hizmetin tadını çıkararak alıyo. Hani saatlerce oturuyor, bi şarabını içiyo, sohbetini yapıyo. Orda o an diğer hizmet gidiyo, yani diğer hizmetlerin saati geçiyo diye düşünmüyo... (Ç15)

...Hiç kimsenin kaygısı yok, söyle çevremizi koruyalım gibi kirli havlularınızı yere atın temizleri katlar koyarız gibi uyarı yazılarımız olduğu halde... Avrupalılar kurallara önerilere harfi harfine uyar ama diğerleri değiştireceksiniz kardeşim ben bunun parasını verdim der umursamaz... (Ç72)

...Onlar gerçekten günün her saatinde sabah öğlen akşam içki içerler... Ya da doldurur bardağı yarısını içer, yarısını atar. Bu da bi israftır. İçecek konusunda Avrupalılar da israf yapıyor... (Ç6)

...Avrupalılarda genelde çocuğuna alıyor, çocuk israf ediyor. Avrupalı yetişkinlerin genelde israf ettiğini görmedim %90'ının israf ettiğini görmedim... (Ç63)

Bazı çalışanlar tarafından, Batı Avrupa ülkelerinden gelen misafirlerin israftan en çok kaçınan gruplar olduğu ifade edilmiştir. Çalışanların Batı Avrupa ülkelerinden gelen misafirlerin tüketim eğilimlerine yönelik ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Batı Avrupa dediğimiz bölgelerden gelen misafirlerin, yeme içme kültürleri en üst seviyede olduğu için, onlar bilerek veya tadına bakacaklarsa çok az tabaklara alarak, tadına bakıp, daha sonrasında sevdiiyse tüketim yoluna gidiyor. Avrupa'nın biraz doğusuna geldiğimiz zaman, bu biraz daha hoyratça oluyor. Ama yine de belli bir kültür var diyebilirim, israf yüksek düzeyde değil diyebilirim... (Ç53)

...Batı Avrupalılarda çok daha az hatta eksi diyebilirim. Onlar hatta diğer israf edenleri de israftan vazgeçirmeye çalışıyorlar. Alman, Finlandiyalı, İsveçli bu tarz insanlar, oteli çalışanlarımızdan daha fazla koruyabiliyor. Aynen yani gelip direk ilgili müdürlere olsun, ilgili departman müdürlerine olsun bakın işte sizin bu misafirinizi bunu yapıyor veya bu personelinizi bunu yapıyor diye şeye yapabiliyorlar, söyleyebiliyorlar... (Ç54)

Almanlar, israftan kaçınma düzeylerinin diğer milliyetlerin çok üzerinde olması sebebiyle, çalışanlar tarafından diğer Avrupa ülkelerinden gelen misafirlerden ayrı tutulup değerlendirilmektedir. Tablo 4.9.'da israfın en az rastlandığı grup olarak ifade edilen Almanların tüketim eğilimlerine ilişkin bulgular sunulmaktadır. Almanların tüketim eğilimlerine ilişkin bulgular, Avrupa ülkelerinden gelen misafirlerin tüketim eğilimlerine ilişkin bulgularla oldukça benzerlik göstermekle birlikte, Alman misafirlerin israf karşısı tüketim eğilimlerine ilişkin ifadelerin tekrar sıklıklarının çok daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 4.9. Otel Çalışanlarının, Alman Misafirlerin Tüketim Eğilimlerine Yönelik Gözlemleri

ALMAN MİSAFİRLER	f_i	%
İhtiyaca göre yiyecek almak ve aldığını bitirmek	20	24,39
Büfeden küçük porsiyonlar halinde yiyecek almak ve ihtiyaç halinde ya da beğendiği yiyecekler için büfeye tekrar gitmek	8	9,76
İsrafla karşılaştığında tepki göstermek, diğer misafirleri ya da otel çalışanlarını uyarmak	5	6,10
Temiz, titiz ve düzenli davranmak	5	6,10
Gıda israfından kaçınmak	5	6,10
İhtiyaç halinde havlu, çarşaf değişimi talep etmek	5	6,10
Bilinçli tüketmek	5	6,10
Yemek servis sıralamasına uymak (örneğin, servisine başlangıçlarla başlayıp tatlıyla bitirmek)	4	4,88
Genel olarak israfa karşı durmak, çocuklarına da aynı duyarlılığı aşılamak	3	3,66
Sağlıklı beslenmek	3	3,66
Davranışlarıyla diğer misafirlere örnek olmak	2	2,44
Yiyecek israfından kaçınmak	2	2,44
Fiziksel ve toplumsal çevreye karşı yüksek duyarlılık	2	2,44
Suyu dikkatli kullanmak	2	2,44
Enerji israfından kaçınmak	2	2,44
Kurallara riayet etmek	1	1,22
Tüketirken sessiz ve sakin hareket etmek	1	1,22
İhtiyaca göre içecek almak ve aldığını bitirmek	1	1,22
Buket malzemelerini israf etmemek	1	1,22
Çok fazla alkol tüketmek	1	1,22
İhtiyaçtan fazla içecek siparişi vermek, bitirmeden bırakmak	1	1,22
Alınan içecekleri bitirmeden bırakmak	1	1,22
Beğendiği yiyeceklerden tekrar alacağına tekrar aynı tabağı kullanmak	1	1,22
Büfedeki reçeteleri (ürünün içeriğiyle ilgili açıklamaları) okuyarak yiyecek tercihinde bulunmak	1	1,22
Σ	82	100

Alman misafirlerin genel olarak gıda israfından kaçınmasına rağmen, Alman misafirlerde içecek (alkollü) konusunda israfı karşılaştığı bazı çalışanlar tarafından dile getirilmiştir. Alman misafirlerin tüketim şekilleriyle ilgili çalışanların ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...En az Almanlarda kesinlikle Alman %100 Alman diyebilirim. Yiyecek içecek konusunda prensip konusunda Almanlar biraz daha önde. Çünkü yiyecekleri kadar alıyolar ve birkaç kez kalkıp masadan, kesinlikle tabaklarını doldurmuyolar. O anda seçimini yapıyorlar küçük porsiyonlar halinde tadımlık alıyolar eğer hoşuna giderse tekrar gidip alıyo ve o tabak bitiyö. İstisnadır belki hani tabaklarında bişey kalmıştır damak zevkine bağlıdır ama onu da çok böyle hani istiyerek bıraktıklarını düşünmüyorum. Çünkü onların kültüründe tabakta yemek bırakmak ayıp... (Ç7)

...Almanlar Türkiye'deki otellerde bi kere otelciliği öğrenenlerdir, yıllardan beri otelciliğin nasıl olması gerektiğini her temada, yiyecek içecek konseptleri olarak, otelin içerisindeki davranışlar olarak diğer misafirlere örnek davranışlar sergiliyorlar. Almanlar aslında insanları frenleyen el frenleri olarak görünüyor, yani insanlar onların masalarına baktıkları zaman, kendilerini kontrol etmek zorunda kalıyorlar... (Ç57)

...Örneğin şöyle söyleyeyim; bir Alman misafir gelir, eline tabağını alır, önce nedir, onların bir yeme içme kültürleri vardır. İşte bu soğuk dediğimiz mezeler kısmından başlar, tabağına küçük porsiyonlar alır gider o tabaktakini yer. Aynı tabakla kalkar, tabağını garsona vermez. Tabağını alır, eğer ki orda hoşuna gitmiş bir lezzet varsa, gider ondan tekrar alır. Ondan tekrar yer, ondan sonra çatalı bıçağını bırakır. Sonra tabağını da bırakır ana yemeğini, işte sıcak yemeğini alır. Çok fazla lezzetleri birbirine karıştırmaz, her şeyden almaz, bakar, inceler, reçetesine bakar canının istediği ve hoşuna gideni alır. Onu yer hoşuna gitmişse bir daha alır ama aynı tabakla alır. Aynı tabakla almasının altını özellikle çiziyorum, neden; burda da hani daha önce de söyledik ya, deterjan, yıkama, maliyet israf işte o da israf.. (Ç77)

...Hani Alman misafir kesinlikle israf yapmayan misafir... Hani ne istediğini bilen ne yiyeceğini bilen ona göre alıyo masasına oturuyo kalkıyo zaten bişey görmüyosunuz tertemiz bi masa... (Ç23)

... Almanlardan şu örneği verebilirim, kendimin şahit olduğu birçok örnekler olduğu gibi, şimdi çocuğunu bırakıyor büfeye Alman ama takip ediyor. Git, yemeğini al diyor, çocuk aldı yemeğini bir kaşık bıraktığı zaman, çünkü annesi de biliyor çocuğunun ne kadar yiyeceğini az çok. Alıyor, ikinciye yeltendiği zaman dur diyor. Bunu bitir, doymazsan bir daha alırsın, bunu çocuğa daha 5-6 yaşında empoze ediyor... (Ç66)

... Yani Alman bilinçli bi misafir, her şeyi yerinde ve zamanında yapmayı seviyo. Bi de kuralcı onlar. Bizi de uyarıyolar. Bakın bu böyle. İşte burda bunu yapsanız daha iyi olur... Çünkü onlar enerjiyi her türlü kullanmayı gerçekten benimsemişler kendi yaşadıkları ülkelerde. Burda da geldikleri zaman bizi uyarıyolar. Bakın bu böyle şu söyle. Mesela sahildeki duşlar boşa aktığı zaman müdahale ediyolardı. Diyolar ki boşa akıyo diye hemen arıyolar. Bizim çocuklarda gidiyolar, hemen düzeltiyolar onu mesela... (Ç19)

... ülkesel bazda vurgularsak özellikle Almanlar, bu işte çok hassaslar. Özellikle 1., 2. Dünya savaşında çok yenik düşmüş yerle bir olmuş bir toplum olarak, malın kıymetini, hizmetin kıymetini, ürünün kıymetini bilmek anlamında mükemmel derecede yetiştirmişler kendilerini. Hatta o kadar ki yan masadakinin fazla aldığı yemek bile onları rahatsız ediyor. Ve hatta farklı ülkeden Rus misafirle tartışmaları çok yaşayabiliyoruz. Diyo ki ya bu kadar yiyeceği yiyemeyecek niye alıyor, hatta diyor ki onun yiyemeyeceği yemeğin parasını da ben verdim, dolayısıyla ben kendimde şikayet etme hakkı buluyorum diyor. Yani siz bize bu hizmeti vermek için x lira para ödetiyorsunuz, bunların fazla tüketim eğiliminde de bizim ödediğimiz para da var. Yani bu adam bu tüketimi yapmasa belki ben 5 euro daha ucuza kalacağım diye öyle enteresan bize baskı yaptıkları da olur. Bak bak aldı bir tabak yemeği fotoğrafını çekip gösterenler... (Ç89)

...Almanlar yani hakaten bu konuda yeme içme konusunda çok bilinçliler. Sağlık açısından, hani sağlığı da düşünerek tabi ki... Aynı şekilde odalarda da... Almanların odaları çok temiz

oluyo mesela, dağınık olmaz hani zamanımızdan çok fazla çalmıyorlar. O da biliyorsunuz zaman da bi israf... (Ç3)

...Onlarda çevre bilinci biraz daha ön plana çıkar. Mesela der ki bir Alman misafir siz benim tekstillerimi her gün değiştirmeyin, her gün yıkamayın... (Ç45)

...Mesela onlar da çok fazla içki tüketirler... (Ç28)

...Almanlar içkilerini israf ediyorlar, içmeden bırakma konusunda. yiyecekte fazla görmedim... Sonuçta adam buraya parasını veriyordu istediği kadar içebilir ama içeceği kadar alsın her şeyi. Şimdi 3 bira söylüyö 2 yudum alıyo bırakıyo Almanlar genelde bunu yapıyorlar... (Ç51)

Avrupa'dan Almanların dışında, Fransızlar ve İngilizlerin tüketim eğilimleriyle ilgili de bazı bulgulara ulaşılmıştır. Bazı çalışanlar tarafından Fransızlarda, "temizlik ve hijyenle ilgili israf yapma" (Ç64), İngilizlerde ise "aynı anda aynı gruptan birden fazla kişinin tüm grup için içecek siparişi vermesi" (Ç23) ve "çok hızlı, koşturmacalı, agresif şekilde tüketme" (Ç34) şeklinde davranışlara rastlandığı ifade edilmiştir.

Ç14 kodlu katılımcı tarafından, Avrupa ülkelerinden gelen misafirlerle Asya ülkelerinden gelenler karşılaştırıldığında, Asya ülkelerinden gelen misafirlerin israf eğilimlerinin daha fazla dile getirilmiştir. Ç14 kodlu katılımcının Asya ülkelerinden gelen misafirlerde "ödenen paranın karşılığını alma çabasıyla tüketme" ve "otele ait malı/malzemeyi otelden ayrılırken yanında götürme" şeklinde davranışlar gözlemlendiğine yönelik ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Tabi ki yani şimdi Asyalı misafirle Avrupalı misafir arasında çok fark var. Şöyle çok fark var yani baktığınız zaman iki kesim var. Kesimin bi tanesi tüketebileceği kadarını alabiliyo diğer kısım ise ben buraya belirli bi ücret ödedim, belli bi meblağ ödedim. Bu meblağı bi şekilde fazlasıyla çıkartmam gerekiyor gibi bi zihniyet var. Genellikle Asya tarafı bunu yapıyo. Avrupalı misafirler bunu birçok ülkede birçok otellerde işte çalıştığımız dönemlerde buna tanık olduk tabi ki. Bu tanıklıklardan bi tanesi de tabiki misafirlerin hani ödedikleri meblağları fazlasıyla işte geri alabilmek mantığıyla hareket etmeleri. İşte tüketimleri yiyebileceklerinden tüketebileceklerinden fazlasını almaları... İşte otelden veya tesisten ayrılırken otel araç gereçlerini çantalarına koyup götürmeleri gibi bunun gibi birçok konuya tanık olduk... (Ç14)

Bazı çalışanlar tarafından, Asya kıtasının farklı bölgelerinden gelen misafirlerin üzerinden bazı gruplamalar yapılmıştır. Ele alınan bölgelerden biri Orta Doğu'dur. Orta Doğu ülkelerinden gelen misafirlerin tüketim eğilimlerine yönelik bulgular Tablo 4.10.'da sunulmaktadır.

Tablo 4.10. Otel Çalışanlarının, Orta Doğu Ülkelerinden Gelen Misafirlerin Tüketim Eğilimlerine Yönelik Gözlemleri

ORTA DOĞU ÜLKELERİNDEN GELEN MİSAFİRLER	f_i	%
Temizlik ve hijyenle ilgili israf yapmak	3	27,27
Gıda israfı yapmak	2	18,18
Çatal bıçak kullanmadan (elle) yemek yemek	2	18,18
Yiyecek israfı yapmak	1	9,09
Odada küçük tüpte yemek pişirmek	1	9,09
Çok fazla yiyecek almak, bitiremeden bırakmak	1	9,09
Kendilerine gösterilen tepkileri ya da uyarıları umursamamak	1	9,09
Σ	11	100

Otel çalışanları tarafından, Orta Doğu ülkelerinden gelen misafirlerde en çok temizlik ve hijyenle ilgili israflar dikkat çekmektedir. Orta Doğu'dan gelen misafirlerin tüketim eğilimlerine yönelik çalışanların ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Orta Doğulular zaten olmazz olsun, olmazz olsun böyle bişey. Yani gerçekten haa ihtiyaç var misafir misafirdir. Amaa, yaaa felaket ötesi yani. Yani hem hijyen hem tüketim bakımından. Bi restoranta girdiğiniz zaman, restorantı mesela bi gün bi analiz edin. Herkes yemeğini yesin kalsın. Hangi masada kim oturmuştur, hangi milliyetten onuu yüzde doksann bilirsiniz yani. Muttlaka bilirsiniz... (Ç29)

...insanlar buraya aç geliyorlar. "Otele gidiyorsak her şey dahil yeriz" bunu bi kere beyinlerinde tüketmek lazım. Bu adamda yoksa siz isteseniz de tasarruf yapamazsınız. Adam ilk gördüğü şeyleri onu da al, onu da al diye alıyor. Adam ilk defa görüyor... (Ç62)

...(Başka bir misafir tarafından uyarıldıklarında) ... ama onlar için de çok eğitici, öğretici olmadığını gözlemledik. Hayır yemeyeceğim deyip, çok rahat bir şekilde yürüyüp gidebiliyor yani. Ya öğrenebileceklerini zannetmiyorum... (Ç53)

...Ortadoğulularda da israf var ama onların bizi asıl yorduğu üzdüğü konu, çok fazla kirletiyorlar, hizmeti çok fazla zorlaştırıyorlar, diğer milletleri çok fazla rahatsız ediyorlar... (Ç54)

...Çok kirliler, her türlü yemeği yiyorlar, yemekleri elleriyle de yiyorlar... (Ç62)

...odalarda yemek pişirmeye kadar giden, küçük tüplerde yemek pişirmeye gidinceye kadar odalarda karşılaştık daha önceki otellerde. Adama kendi damak tadına özgün yemek pişirme durumuna girebiliyo, o andaki koşullarıyla, aldığı şeylerle doğru orantılı, eliyle yemek yeme isteği olabiliyo. Nasıl kullanılacağını bilmiyo, alışkanlık yok, o kültürde değil. Bu tür konuklarımız çok fazla. (Ç80)

Orta Doğu bölgesinde, israf eğilimlerine göre, Türk misafirler, Arap ülkelerinden gelen misafirler, İranlı ve İsrailli misafirler çalışanlar tarafından ayrıca ele alınmıştır. Çalışanlar tarafından israfın en çok rastlandığı grup olarak ortaya çıkan Türk misafirlerin tüketim eğilimleriyle ilgili bulgular Tablo 4.11.'de sunulmaktadır.

Tablo 4.11. Otel Çalışanlarının, Türk Misafirlerin Tüketim Eğilimlerine Yönelik Gözlemleri

TÜRK MİSAFİRLER	f_i	%
Çok fazla yiyecek almak, bitirmeden bırakmak	28	21,71
Ödenen paranın karşılığını alma çabasıyla tüketmek	18	13,95
Gıda israfı yapmak	14	10,85
Masayı donatmak	10	7,75
Tadına bakmak amacıyla çok fazla yiyecek çeşidi almak, bitirmeden bırakmak	7	5,43
Çok sık havlu, çarşaf değişimi talebinde bulunmak	5	3,88
Yemek servis sıralamasına uymamak (tatlıdan çorbaya her şeyi masaya dizmek)	4	3,10
Yiyecek ünitelerinden odaya yiyecek çıkarmak	4	3,10
Odayı çok dağınık/düzensiz kullanmak, kirletmek	3	2,33
Başkası için yiyecek almak	3	2,33
Otelde sunulan yiyecek içecekleri otelden ayrılırken yanında götürmek	3	2,33
Yiyecek israfı yapmak	2	1,55
Alınan içecekleri bitirmeden bırakmak	2	1,55
İhtiyaçtan fazla içecek siparişi vermek	2	1,55
Otele ait malı/malzemeyi otelden ayrılırken yanında götürmek	2	1,55
Buket malzemelerini israf etmek	2	1,55
Bilinçsiz tüketmek	2	1,55
Fiziksel ve toplumsal çevreye karşı düşük duyarlılık	1	0,78
Çocuğunu serbest bırakarak israf yapmasına izin vermek	1	0,78
Çok fazla plaj havlusu kullanmak	1	0,78
Büfedeki yiyeceklerle dokunmak/yiyecekleri elle almak	1	0,78
Büfeden alınan ürünü yere dökmek, düşürmek	1	0,78
Masa ve etrafını çok fazla kirletmek	1	0,78
Denemek amacıyla çok fazla içecek çeşidinden almak, bitirmeden bırakmak	1	0,78
Odada musluk suyunu açık bırakmak	1	0,78
Odadaki malzemeleri hor kullanmak, zarar vermek	1	0,78
İçecek ünitelerinden odaya içecek çıkarmak	1	0,78
Odada değilken klimayı açık bırakmak	1	0,78
Enerji israfı yapmak	1	0,78
Tatili boyunca, yiyecek içecek servis noktaları arasında bir koşturmaca halinde tüketmek	1	0,78
Tekstil kullanımıyla ilgili israf yapmak	1	0,78
Yiyeceklerin biteceği kaygısıyla ihtiyaçtan fazla yiyecek almak	1	0,78
Ebeveynlerin çocuğu için çok fazla yiyecek alması ve çocuğu daha fazla yemeye zorlaması	1	0,78
Aşırı alkol tüketmek	1	0,78
Yiyecek içecekleri dökmek	1	0,78
Σ	129	100

Ağırlıklı olarak gıda israfı olmak üzere, hemen hemen bütün israf kategorilerinden (gıda israfı, su ve enerji israfı, sarf malzemesi israfı, tekstil malzemelerinin kullanımıyla ilgili israflar, temizlik ve hijyenle ilgili israflar, mala/malzemeye zarar vermek, aşırılık) davranışların Türk misafirlerde gözlemlenebildiği görülmektedir. Otel çalışanlarının, Türk misafirlerin otel içerisindeki tüketim eğilimlerine ilişkin ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Mesela yiyeceği alıyo ama kat kat böyle pilavın üstüne pilav, pilavın üstüne pilav böyle dağ gibi diziyo, yarısını yiyo, yarısını çöpe atıyo. Bi daha alıp odasına götürdüğüne buna hani canlı olarak şahit olduğum dönemlerim oldu. Ama hani iki kişi masayı gördüğünüz zaman sanki 10 kişi yemek yiyomuş gibi... Ama masa komple bardak, kola, meyve suyu... (Ç49)

...Bizimkiler gidiyor, hiç içecek siparişi bile vermeden, masaya telefonu atıp gidiyor ya da sigarayı ondan sonra gidiyor, en şey tatlıdan başlıyor, gerçek söylüyorum, gerçekten. Tatlı, meyve orta bi kere doluyo zaten. Ondan sonra çorbayı zaten pek içmiyolar bizimkiler. Adam zaten dolduruyo geliyo, masada zaten en son içecek siparişi veriyolar, içecekleri koyacak yer kalmıyo. Tuzluğu, peçeteliği alıyo, masanın dibine koymaya çalışıyo, gerçekten ya. Bu bizim, yani bu bizim ayıbımız, Türk şey olarak, yani Türk misafirler için söylüyorum, bu bizim ayıbımız...(Ç64)

...Türk gruplar geldiğinde mutfakta olağanüstü hal ilan ediliyor. Türkler geldiğinde iki katına çıkartıyoruz hazırlıkları (gülüyor)... (Ç8)

...Türklerden bahsedeyim kim ne derse desin biz ne kadar yemek yemesini ve yemek yemeyi seven bi milletiz. Bizim kendi evlerimizdeki sofralarımızda da her şey aynı anda konur ve aynı anda toplanır... Biz bizde genelde yaa bi daha mı gidicem, üşengeçlikte var içinde alırlar ve sofrada kalır... (Ç28)

...Biz şöyleeee bi masayı donatırız...(Ç29)

...“Hatice bak, sana da aldım. Emine bak sana da aldım, bey bende sana almıştım” bir de bakmışsınız birbirlerine aldıkları bir birimlik şey bi anda dörde katlanıyor... (Ç89)

...Mesela otele kaç para veriyor, günlük bin lira para veriyorlar ya, ben günlük bin lira para verdim, içeyim, yemek yiyeyim, içebildiğim kadar içeyim onlarda bi de bu mantık vardır... (Ç81)

...Dört kişilik bir Türk ailenin doyup kalktığı masada, rahatlıkla on kişilik bir aile tekrar doyabilir, bu derecede bir israfa sahipler... (Ç83)

...Yerliler özellikle hani ben de Türk’üm ama tabi öğrenmemiz gerekiyor bunları. Ama verdiğimiz paranın acısını çıkarma amaçlı tatil yapanlar var. Çıkartıyorlar da hani öyle söyleyim... Hani israf olduğu sürece bu yeme içme olmuyor başka bişey oluyor yani, otele zarar verme hani... (Ç3)

...Türklerde masayı donatma kültürü var. Para verdim diye zihniyet oluşuyor. Ama diğer misafirler de kötü kötü bakıyor... (Ç5)

...Türklerde de aynı o bitecek, alamayacağım korkusu onlarda da aynı hani ve şey de var, ben buraya para verdim, bunu da açık açık söylemekten de çekinmezler. Sanırsınız ki oteli satın almış adam hani... (Ç54)

...Türk’lerde de şu özellik var, bizimkiler bir yere gittiğinde parasını verdiğinde zannediyor ki ora benim her şeyim, benim malım, istediğimi yaptırabilirim, o yüzden onlarda hiçbir limit yok... (Ç62)

...Efendime söyleyim takdir edersiniz zor şartlarda belki bir tatil geçiriyor, bir anda otelde geldiklerinde bunun hani acısını çıkartırcasına her şeyden yararlanmak istiyolar bilinçli değiller belki evlerinde bu israfı yapmıyo ama evet ben paramı ödedim bunu çok Türk misafirlerden daha çok duyuyoruz. Ben paramı ödedim ve istediğimi alırım mantığıyla gittiği için maalesef bu konuda çok müzdaribiz açıkçası... (Ç7)

...Biz gidiyoruz, çocuğu sanki balun (balon) gibi yedikçe şişecek zannediyoruz midesi, büyüyecek zannediyoruz ve habire daha çok alıyoruz, aldıktan sonra da yemeye zorluyoruz ve çocuk yemeyince de tabi bu da başka bir mevzu. Biz zorluyoruz bi de, almaya da zorluyoruz. Al oğlum al, yani bunu söylemek gerçekten beni utandırıyor ama bu cümlelere gerçekten şahit oldum. Yani bir karı koca, beyefendi gayet nazik kibar almış biraz yiyebileceği kadar almış tabağına, bi hanımefendi, görünüşü hanımefendi, açık söyleyim yani beyefendiye fırça atıyor, eşine fırça atıyor, bunu gerçekten yaşadım. Eşine fırça atıyor, doldursana tabağını diyor. Hanım benim yiyeceğim bu, bu kadar diyor, yok diyor parasını vermişiz al diyor. Yani böyle bir mantık da var bizde maalesef... (Ç66)

...Bir Türk kadın çocuğuna yemek yedirmeye çalışıyor. Çocuk yemek istemiyor ama anne ne diyor biliyor musunuz – ye oğlum ye çok para verdik... (Ç53)

...Milliyete göre Türkler parasını verdiği için öyle düşünerekten geliyor, onun için orda ekonomik davranmak zorunda değilim diyor, suyu, elektriği açık bırakıp gidebilirim diyor ya da ben bunu yiyemeyeceğim halde masama alabilirim diyor... (Ç72)

...Odalar aynı şekilde, kullanım kötü, tabi her kötü kullanımda temizlik de bizi biraz yoruyor... (Ç78)

...Odalarda, mesela odaya ait eşyaları çok hor kullanan misafirlerimiz var. Çok fazla yıpratıyor... (Ç49)

...Biz. Türkler. Acayip şekilde. Yani biz de Türk olduğumuz zaman gözümüz doymuyor yani her yönünden yani yemesinden içmesinden kullandıkları şeyden. Normalde hani iki güne bir değişen çarşafı saatlik istiyolar. Ne biliyim işte aşağıda içtikleri yetmezmiş gibi odaya da çıkarıyorlar... Yani odada olmadıkları takdirde işte ben yemekten geldiğimde soğuk olsun benim odam yemekten geldiğim zaman veya havuzdan geldiğim zaman sıcak olsun (klimayı açık bırakma)... (Ç11)

...Türklerde odadaki şeyler, mesela adam bi tane bazen burda kontrol ediliyor bavullar filan. Adam doldurmuş mesela bavulun içine portakal, şampuan, mesela odaya mini şampuan koyuyorlar ya, portakal, şampuan ve benzeri şeyler dolduruyor adam gidiyor, sanki ne işine yarayacaksa... (Ç70)

...Tamamiyle özellikle Türk misafirler aynı anda bir sürü hizmet alıyo. Burdan çıkıyo, özellikle ana restoranda yemeğini yedi sonra çıkıyo snack restoranlarda atıştırıyor ve hepsi tabakta kalan şeyler. Atıştırıyor, kalkıyo. Alkol alıyo, alkolü saatlerce burda sevdiği insanlarla ya da beraber tatile geldiği insanlarla ya da burda tanıştığı insanlarla muhabbet etmek yerine hemen hızlı bikaç yudum alıyo, ordan başka nerde hizmet alabilirim... Hani tamamiyle koşarak bi tatil yapıyo. Ve her gittiği yerde çok bizim bi de paketli ürünlerimiz olduğu için azar azar alıp başka bi yere gidip yine aynı üründen alıyo. Ya da alkol çeşitli alkoller tadıyo, birer tadımlık alıyo ve geçiyo ve hiç bişeyin tadını çıkarmıyor. Tamamiyle deneme usulü bi tatil yapıyo. Her şeyin tadına bakıyorlar... (Ç15)

Aktarılan ifadelerden, Türk misafirlerin israf davranışlarının birçoğunun geri planında ödenen paranın karşılığını alma çabasının olduğu anlaşılmaktadır. İsrاف davranışlarının nedenlerine ilişkin bulgular kısmında bu konu ayrıca tartışılmaktadır. İsrاف davranışlarına Türk misafirlerde çok sık rastlandığı belirtilmekle birlikte, bazı çalışanlar tarafından geçmişten günümüze Türk misafirlerdeki bahsedilen israf davranışlarında azalma olduğu da ifade edilmiştir. Çalışanların Türk misafirlerde rastlanan israf davranışlarındaki azalmayla ilgili ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Ha Türkler biraz bilinçlendi... (Ç51)

...Türk misafirlerimiz başlangıçta çok israf etti ama artık bizler de alıştık... Artık herkes tatile ihtiyaç duyuyor. Üzerine kıyafet almıyor ama yılda 3-5 gün tatile gitme gereği duyuyor. (İsrاف) Oluyor ama her geçen gün azalıyor... (Ç58)

...Türkiye’de de iç turizmde, son yıllarda turizm yerleştikçe biraz daha iyileşiyor... (Ç88)

Orta Doğu coğrafyasından gelen misafirler arasında ayrıca ele alınan bir diğer grup Arap ülkelerinden gelen misafirlerdir. Arap ülkelerinden gelen misafirlerin tüketim eğilimlerine ilişkin bulgular Tablo 4.12.’de sunulmaktadır.

Tablo 4.12. Otel Çalışanlarının, Arap Ülkelerinden Gelen Misafirlerin Tüketim Eğilimlerine Yönelik Gözlemleri

ARAP ÜLKELERİNDEN GELEN MİSAFİRLER	f _i	%
Çok fazla yiyecek almak, bitirmeden bırakmak	9	31,03
Masayı donatmak (gösteriş amacıyla)	5	17,24
Tadına bakmak amacıyla çok fazla yiyecek almak, bitirmeden bırakmak	3	10,34
Odayı çok dağınık/düzensiz kullanmak, kirletmek	2	6,90
Büfedeki yiyeceklere dokunmak/yiyecekleri elle almak	2	6,90
Gıda israfı yapmak	2	6,90
Yemek servis sıralamasına uymamak (tatlıdan çorbaya her şeyi masaya dizmek)	2	6,90
Masa ve etrafını çok fazla kirletmek	1	3,45
Ödenen paranın karşılığını alma çabasıyla tüketmek	1	3,45
Yiyecek ünitelerinden odaya yiyecek çıkarmak	1	3,45
Buket malzemelerini israf etmek	1	3,45
Σ	29	100

Otel çalışanlarının, yer yer Türk misafirlerin davranışlarıyla da benzerlik gösterdiği dile getirilen (örneğin, her iki kültürde de masayı kadınların kurması, masayı donatma) Arap misafirlerin otel içerisindeki tüketim eğilimlerine ilişkin ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Türkler de, Araplar da heralde bu kültürle ilgili, adamlar önce masa kuruyolar, masalarda her türlü yiyecekten alıyolar, daha sonra tadına bakıp, masayı bırakıp gidiyolar. Nerdeyse, çünkü hepsini yemeleri mümkün değil... Hanımlar ne varsa gidiyolar, getiriyolar yani işte et, tavuk, balık hepsinden alıyolar. İşte tatlılar hepsinden alınıp masaya konuluyo, işte çorbalar alınıp, getiriliyo, ondan sonra oturup hep birlikte yemeye çalışıyolar ama o kadar şeyy... yeme imkanları yok. O yapıyo yani öyle. En büyük israf bu. Aynı şey Araplarda da var... (Ç92)

...Bi hava atma şeyi var. Gösteriş var, o şimdi ne yapıyor (ne yapıyor), masayı böyle dolduracak, hebisinden (hepsinden) birer tane alacak, ama çevredekiler ona bakm... Onun masası dolu, onun imajını yaratabilmek için, cebinde on kuruş da varsa, onun hepsini oraya harcıyor. O havayı, o gösterişi, o şeyi sağlayabilmek için. Bu Arap diplomunda (toplumunda) birinci ön planda. Evet biz Türklerrr, Araplar aynı kategoriye girebiliriz yani. Biz de aynı kategoride olabiliriz. Türk diplomu olarak ama buna sende, bende hikayesi değil. Bunu bölgeselliğe şey hiç sokmaya gerek yok. Türk toplumuyla Arap toplumu benzer şeyleri yaşıyor... (Ç79)

...Gösterişi de sever Araplar. Şatafatlı olsun istiyor masalar, yiyemeyince de, onlarda bu var. Bizde göz doymazlık, gözü açlık var, Araplarda ise birazda gösteriş merakı var. Ondan dolayı da masaları mümkün mertebe donatmaya çalışıyorlar... (Ç66)

...Araplar da, Türkler de kendim de Türk'üm ama ne yazık ki Araplarda ve Türklerde genelde tabakta bırakıyolar... (Ç93)

...Arap misafirler mesela bir bütün ekmeği alıp, masaya bütün olarak koyup, bir sabah faslı bir bütün ekmeği yiyebiliyorlar. Bunun da hem diğer misafirler tarafından bir farklı bir bakış açısı çıkarıyor, hem de o bir bütün ekmeğe bir misafir ellediği zaman, onu böldüğü zaman, zaten onu bizim tekrar kullanma şansımız yok, biraz önce de söyledim, direkt atık oluşuyor orada... (Ç71)

...Arap kültüründen gelen misafirler genelde ürünleri elle kurcalamayı oynamayı çok seviyolar. Yani hani restoranlarda genelde büfelerin başında elle tatlı almaya çalışıyolar, ürünlere dokunarak yapıyorlar... Bu da çok büyük yansıyo. Kültür konusu. İşte dediğim gibi yiyebileceğinden fazla almak o karşı taraftaki insana birazcık antipati uyandırabiliyo. Bu da rahatsız edici bi durum oluştuyo. Restoranlarda genelde işte her şeyin tadına bakmak istedikleri için yiyebilceğinden fazla ürün alıyolar. Bu da çok büyük bi israfa sebep açıyo... (Ç32)

...Oda kullanımında da keza öyle, odayı temiz kullanma anlamında yine, bahsettiğim uyruklar (Türkler, Araplar, İranlılar) maalesef çok dikkatli değil. Oraya harcanan bir zaman israfı

mevcut. Enerji, yani bu enerji su, elektrik, deterjan anlamında ama dediğim gibi bu uyruklarla yaşıyoruz genellikle... (Ç55)

Arap misafirlerin tüketim eğilimlerine yönelik aktarılan ifadelerle, Türk misafirlere ilişkin bulgular birlikte değerlendirildiğinde, toplumlar arası davranışsal benzerlikler olsa da, davranışların geri planındaki belirleyici faktörlerin değişkenlik gösterebildiği anlaşılmaktadır. Örneğin, hem Arap misafirlerde hem de Türk misafirlerde masayı donatma, tatlıdan çorbaya tüm çeşitleri masaya dizme davranışı gözlemlenmiş olsa da, Arap misafirlerde bu davranışın ağırlıklı olarak gösteriş amacıyla, Türk misafirlerde ise (bazen gösteriş amacıyla da bu davranışlar sergilenmekle birlikte) ağırlıklı olarak ödenen paranın karşılığını alma çabasıyla gerçekleştirildiği değerlendirilebilir. Ayrıca, çalışanların ifadelerinden hareketle, hem Arap hem de Türk misafirlerin israf davranışlarının zaman zaman bu davranışlara tanık olan kişilere rahatsızlık verdiği, hoş karşılanmadığı dikkat çekmektedir. Orta Doğu coğrafyasından gelen misafirler arasında ayrıca ele alınan bir diğer grup olan İranlı misafirlerin tüketim eğilimlerine yönelik bulgular Tablo 4.13.'te sunulmaktadır.

Tablo 4.13. Otel Çalışanlarının, İranlı Misafirlerin Tüketim Eğilimlerine Yönelik Gözlemleri

İRANLI MİSAFİRLER	f _i	%
Çok fazla yiyecek almak, bitirmeden bırakmak	12	32,43
Gıda israfı yapmak	4	10,81
Temizlik ve hijyenle ilgili israf yapmak	3	8,11
Otelde sunulan yiyecek içecekleri otelden ayrılırken yanında götürmek	3	8,11
Tadına bakmak amacıyla çok fazla yiyecek almak, bitirmeden bırakmak	2	5,41
Ödenen paranın karşılığını alma çabasıyla tüketmek	2	5,41
Yiyecek ünitelerinden odaya yiyecek çıkarmak	2	5,41
Masayı donatmak	1	2,70
Yemek servis sıralamasına uymamak (tatlıdan çorbaya her şeyi masaya dizme)	1	2,70
Odayı çok dağınık/düzensiz kullanmak, kirletmek	1	2,70
Masa ve etrafını çok fazla kirletmek	1	2,70
Büfedeki yiyeceklere dokunmak/yiyecekleri elle almak	1	2,70
Büfeden alınan ürünü yere dökmek, düşürmek	1	2,70
Çocuğunu serbest bırakarak israf yapmasına izin vermek	1	2,70
Otele ait malı/malzemeyi otelden ayrılırken yanında götürmek	1	2,70
Buket malzemelerini israf etmek	1	2,70
Σ	37	100

Çalışanlar tarafından, İranlı misafirlerde çoğunlukla gıda israfına rastlandığı görülmektedir. Otel çalışanlarının, İranlı misafirlerin otel içerisindeki tüketim eğilimlerine ilişkin ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...İranlılarda sadece yiyecek üzerine israf yapıyorlar... (Ç26)

...Biz şu bir ayda gözlemlediğimiz kadarıyla, alıyolar işte anlattım ya bu ekmeği poğaçaya arasına koyma onlardan mesela bi örnek. Dolduruyolar, bırakıyorlar. Bide onlarda çocuk çok fazla... Çocukların takibi onlarda yok mesela. Çocukları salıyorlar ortaya. Çocuk da oradan gidip alıyo kenara koyuyo. Elleriyle elliyorlar. Elleriyle elleme çok fazla var onlarda mesela. Elliyo, kenara koyuyo... (Ç33)

... İranlı misafir 4 kişilik bir masada tatlıya kadar her şeyi masaya dizer, yiyebileceğini yer, yiyemeyeceğini masada bırakır, 4 kişilik masada 20 tane tabak olur. Çorbasından tatlısına kadar her şey masada olur. Çoğunu yemez, o da çöpe gider. Diyorum a siz ne kadar doğru

planlarsanız, doğru strateji yaparsanız doğru lezzetleri de yaparsanız da ama öbür taraftan da o insanların belli bir kültürü var, o insanların kültürü bu... (Ç77)

...Mesela şu an İranlı bi misafir grubumuz var. Açıklayamıyım size o kadar söylüyorum yani (gülüyor). Yani bara geldiklerinde restoranta geldiklerinde bir problem, misafir masadan kalktıktan sonra başka bir sorun var yani temizlik açısından... (Ç24)

...Poğaçaları ekmeği yarıp ortasına dürüm edip kapadıp çantasına koyup götürülenler var ya... (Ç84)

...Tabağını doldurup hatta ben bunu belki gece yatarken yerim diyip odaya çıkardıklarını görüyoruz asansörlerde... (Ç36)

...Bi İranlı misafir ne bulduysam yiyeyim, nasıl olsa buldum tarzında davranıyor. Verdiğim paranın karşılığını sonuna kadar alayım diyebiliyor... (Ç88)

Orta Doğu bölgesinden gelen misafirler arasında ayrıca ele alınan bir diğer grup İsraili misafirlerdir. İsraili misafirlerin tüketim eğilimlerine yönelik bulgular Tablo 4.14.'te sunulmaktadır.

Tablo 4.14. Otel Çalışanlarının, İsraili Misafirlerin Tüketim Eğilimlerine Yönelik Gözlemleri

İSRAİLLİ MİSAFİRLER	f _i	%
Çok fazla yiyecek almak, bitirmeden bırakmak	4	30,77
Otele ait malı/malzemeyi otelden ayrılırken yanında götürmek	2	15,38
Otelde sunulan yiyecek içecekleri otelden ayrılırken yanında götürmek	1	7,69
Yiyecek ünitelerinden odaya yiyecek çıkarmak	1	7,69
Büfedeki yiyeceklerle dokunmak/yiyecekleri elle almak	1	7,69
Büfeden alınan ürünü yere dökmek, düşürmek	1	7,69
Ülkeye zarar vermek amacıyla tüketmek	1	7,69
Temizlik ve hijyenle ilgili israf yapmak	1	7,69
Gıda israfı yapmak	1	7,69
Σ	13	100

İsraili misafirlerin tüketim eğilimlerine yönelik en sık tekrarlanan ifadeler, “çok fazla yiyecek alma, bitirmeden bırakma” ve “otele ait malı/malzemeyi otelden ayrılırken yanında götürme” şeklindedir. İsfraf şekilleri bakımından, İsraili, İranlı ve Türk misafirlerin davranışlarının büyük ölçüde benzerlik gösterdiği bazı çalışanlar tarafından ayrıca vurgulanmış ve bu üç milliyetten bireylerin benzer davranışları bir arada aktarılmıştır. Çalışanların bu konudaki ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Mesela İsraililer her gün dolaplar baştan aşağı dolduruluyoo... Ama İsrail grubu girdiği zaman baktığın zaman her gün o minibar tamamen boşalıyo ve tamamen yeniden dolduruluyo. Çıkışta valizlerin içinden, kolilerle malzeme çıkışını görüyorsunuz yani... (Ç19)

...İsrail, İran, Türk, evet en fazla israf yapanlar bunlar... Bunların davranışları birbirine çok benziyo. Hor kullanım, hor tüketim, aç gözlülük, doymamazlık. Isırıp bırakıyo, büfede atıyo, yere döküyo, döktüğünü alıyo, düşürdüğünü kaldırmıyo, omuz vurarak geçmeler millete, masada yani kaç dilim ekmek yersin sen, 3 dilim yersin, o 13 dilim alıyo. 3 dilim tatlı mı yersin. O 13 dilim tatlı alıyo. Sen 1 tabak mı yemek yersin oo tepelene 2 tabak yemek alıyo. Bunun yarısını israf ediyoo, her aldığının yarısını. Artı giderken de odalarına aç kalırsın korkusuyla odalarına taşıdığı bi gıda var. Çantalarıyla şeyleriyle... (Ç34)

...İran ve İsrail diyebilirim. Hani üzülerek söylüyorum ama bizi de (yerli misafirler kastediliyor) ben sokuyorum açıkçası. Genelde yeme içme üzerinden gidiyoruz ama dediğim gibi, hani yiyeceği kadar almıyor, tabaklara her zaman fazla doldurma gayreti içinde, öyle bir düşünce var aralarında... (Ç65)

...Ordaki konuşmalara bizzat şahit oldum. Ben İbranice bilmiyorum ama bizim tercümanlarımız vardı teknik tercümanlar, ne kadar ülkeye zarar verirse kardır mantığıyla geldikleri için o yüzden İsrailliler, yani dünyada İsrailliler, İsrailli turistin üzerine ben israfçı tanımam. Hani onları gördükten sonra bunlar biraz daha minimize israf ediyormuş gibi görüyorum... (Ç51)

...Türklerle göre tabi ki daha fazla pisler, daha fazla dağıtıyolar, daha fazla israf yapabiliyolar. Malzemeleri alıp götürme olayları olabiliyor. Benim daha önce çalıştığım yıllarda havluları alıp götürdükleri oldu. Yani otelin eşyalarına zarar verip, valizde götürdükleri oldu. Bavullarında... (Ç68)

...Bizim kültürümüzde biz Türklerde var bu. Muhakkak ki tabakta bırakıyorlar ama İsrailliler ve İranlı misafirler çok aşırı alıp, yiyemedikleri için kalıyor... (Ç85)

...Ülke olarak, İsrailliler alıyor, adamların alışkanlığı, malzeme alıyorlar... (Ç86)

Çalışanlar tarafından, Asya kıtası içerisinde, Orta Doğu ülkelerinden gelen misafirlerin yanı sıra, BDT ülkelerinden gelen misafirler de ayrıca değerlendirilmiştir. BDT ülkelerinden gelen misafirlerin tüketim eğilimlerine ilişkin bulgular Tablo 4.15.'te sunulmaktadır.

Tablo 4.15. Otel Çalışanlarının, BDT Ülkelerinden Gelen Misafirlerin Tüketim Eğilimlerine Yönelik Gözlemleri

BDT ÜLKELERİNDEN GELEN MİSAFİRLER	f_i	%
Çok fazla yiyecek almak, bitirmeden bırakmak	2	28,57
Gıda israfı yapmak	1	14,29
Tadına bakmak amacıyla çok fazla yiyecek çeşidi almak, bitirmeden bırakmak	1	14,29
Çok fazla yiyecek siparişi vermek, bitirmeden bırakmak	1	14,29
İçecek israfı yapmak	1	14,29
Masayı donatmak (gösteriş amacıyla)	1	14,29
Σ	7	100

BDT ülkelerinden gelen misafirlerin tüketim eğilimlerine ilişkin ifadelerin tamamının yiyecek ve içecek israfıyla ilgili olduğu dikkat çekmektedir. Çalışanların konuyla ilgili ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...BDT topluluğu dediğimiz işte Rusya, Kazakistan, işte ne biliyim, Ukrayna, Azerbeycan ve o bölgelerden gelen misafirlerimizdeki israf alışkanlıkları daha yoğun. Yani bi anda tabağa her şeyden doldurup, zaten o ilk hızla mideye yavaş yavaş doyuyorum komutu., bi de hızlı yemek yeme alışkanlığımız olduğu için o komut gittikten sonra tabaktaki diğer yiyeceklerin kalıp israf edilmesi eğilimi bu ülkelerde daha fazla maalesef... (Ç19)

...Bizim Kazak ve o bölge cumhuriyetlerinin aşağı yukarı bütün yeme içme alışkanlıkları birbirinin aynısıdır. Bir bayan bir erkek arkadaşıyla yemeğe gittiği zaman, bayan menüyü alıyor, menüde ne varsa çoğundan masaya söyleme gereği duyuyor. İki kişi otursalar bile masaya 10-15 kişilik bir yemek geliyor. Bu onlarda bayanın diğer arkadaşlarına karşı bir gösterişi olarak ifade ediliyor... Aynı şekilde masanın dolu olması, onlarda bir güç göstergesi... Eski Sovyetler Birliği cumhuriyetleri var ya, işte Azerbaycan, Kazakistan, Tacikistan, Tataristan, Kırgızistan yani bu bölgenin aşağı yukarı yeme alışkanlıkları birbirine çok yakın. Onlarda et ağırlıklı yemek, salatalar yemeklerin yanında dekor olarak duruyor mesela. Ben kendim de çalıştığım için biliyorum... Ama hiç yenilmese bile onların mutlaka masada olması gerekiyor. Böyle bir kültürel alışkanlıkları var açıkçası... (Ç65)

...(Diğer Sovyetlerden dağılan ülkelerde) Yani Ukrayna, Rusya, Kazakistan gibi, bu ülkelerden gelen misafirlerde alkol veya içecek diyelim içekte çok fazla yapıyorlar... (Ç73)

Bazı çalışanlar tarafından, Rus misafirlerin tüketim eğilimleri ayrıca değerlendirilmiştir. Yerli misafirlerden sonra israfın en sık rastlandığı grup olarak ortaya çıkan Rus misafirlerin tüketim eğilimlerine yönelik bulgular Tablo 4.16.'da sunulmaktadır.

Tablo 4.16. Otel Çalışanlarının, Rus Misafirlerin Tüketim Eğilimlerine Yönelik Gözlemleri

RUS MİSAFİRLER	f_i	%
Çok fazla yiyecek almak, bitirmeden bırakmak	11	13,41
Gıda israfı yapmak	10	12,20
Aşırı alkol tüketmek	7	8,54
Masayı donatmak	6	7,32
Tadına bakmak amacıyla çok fazla yiyecek çeşidi almak, bitirmeden bırakmak	4	4,88
İhtiyaçtan fazla içecek siparişi vermek	4	4,88
Yiyecek ünitelerinden odaya yiyecek çıkarmak	4	4,88
Yiyecek israfı yapmak	3	3,66
Yemek servis sıralamasına uymamak (tatlıdan çorbaya her şeyi masaya dizme)	3	3,66
Alınan içecekleri bitirmeden bırakmak	3	3,66
Ödenen paranın karşılığını alma çabasıyla tüketmek	3	3,66
Odayı çok dağınık/düzensiz kullanmak, kirletmek	3	3,66
İçecek israfı yapmak	2	2,44
Alkollü içecekleri israf etmek	2	2,44
Malı/malzemeyi hor kullanmak, zarar vermek	2	2,44
Çok sık havlu, çarşaf değişimi talebinde bulunmak	2	2,44
Tatlıları israf etmek	1	1,22
Enerji israfı yapmak (klimayı açık bırakmak)	1	1,22
Çocuğunu serbest bırakarak israf yapmasına izin vermek	1	1,22
Tatili boyunca, yiyecek içecek servis noktaları arasında bir koşturmaca halinde tüketmek	1	1,22
Yiyeceklerin biteceği kaygısıyla ihtiyaçtan fazla yiyecek almak	1	1,22
Alınan içecekleri zamanında tüketmeyerek içilemez hale gelmesine sebep olmak	1	1,22
Denemek amacıyla çok fazla içecek çeşidinden almak bitirmeden bırakmak	1	1,22
Buket malzemelerini israf etmek	1	1,22
Alınan içecekleri tamamen tüketmek	1	1,22
Yiyecek içecekleri dökmek	1	1,22
Alınan yiyecek ve içecekleri tamamen tüketmek	1	1,22
Bilinçsiz tüketmek	1	1,22
Fiziksel ve toplumsal çevreye karşı düşük duyarlılık	1	1,22
Σ	82	100

Rus misafirlerde yiyecek israfı ve aşırı alkol tüketimi şeklindeki davranışların çalışanlar tarafından en çok gözlemlenen davranışlar olduğu ortaya çıkmaktadır. Çalışanlar tarafından çoğunlukla Türk misafirlere ve bazı açılardan Arap misafirlere benzetilen Rus misafirlerin tüketim eğilimlerine yönelik ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Yani genelde Ruslar saldırır gibi, Türkler de, biz de öyleyiz saldırır gibi büfeden alıyor... (Ç59)

...Bizler Ruslara biraz benziyoruz, yemek yerken her şey masaya geliyor, çorbasından tatlısına kadar. Böyle bir yemek kültürümüz var, Ruslar da öyle... (Ç66)

...Türklerde, Ruslarda, Arap kültürlü misafirlerde tamamen ortaya (masaya) yığmadan kaynaklı fazla yiyip, artık kapasitenin olduğundan kaynaklı bir israf çıkar ki ortaya, bunun da zaten hepsi çöp olur... (Ç71)

...Var Rusların da yemek, içecek kültürü bize benziyor. Tüm her şeyin masada olacak. Araplar öyle... (Ç63)

...Türk misafirlerde olsun ya da Ruslarda olsun masayı doldurana kadar zaten o büfede bi geziyorlar, ondan sonra, yedikleri iki, üç parçadır, masada kalan benim gözümde israf... (Ç81)

...Onlar ilk önce tatlıyı meyveyi alırlar, şey var onlarda biraz, hırs var, hani bitecek, o Cem Yılmaz'ın meşhur skecindeki var ya, ondaki bitecek korkusu var böyle... (Ç54)

...Ama yerli misafir olsun, Rus misafir olsun, işte daha yeni turizmi daha yeni görmüş, ya da verdiği paranın acısını çıkarma amaçlı gelen misafirlerimiz var... (Ç3)

...Yani bi yudum alıp koca bi bardağı alıp gidebiliyorlar mesela. Ruslar da yapıyo, Türkler de yapıyo bunu... (Ç21)

...Ruslar da derler ki alkolde, çünkü alkolle beslenen bir ülke durumda. Kültürleri onu gerektiriyor, adamların sabah kahvaltısı, ilk içtikleri şey belki su yerine votka... (Ç88)

...İnsanlar tatile geldikleri zaman, aşırı derecede bir tüketim olabiliyor, özellikle Ruslarda alkol tüketimi daha çok göze batıyor... (Ç90)

...Yine ülke ülke gidicek olursak örneğin Ruslar çok fazla alkol tüketiyorlar. Yine içiceğinden fazla. Örneğin 3 kişiyiz biz burda şu anda üç kişi oturduklarında masaya 6 tane votka istiyorlar. Örneğin, haliyle kişiye bir bardak kişiye göre söylemiyorlar. Fazla fazla söylüyorlar... (Ç35)

...Ruslar özellikle alkolde çok fazla ve tatlı grubunda çok israf yapıyorlar... (Ç73)

...Ruslarda aynı Türkler gibidir, alkol olsun gereğinden fazla içip, oraya buraya dağıtıyorlar. Zaten barların oraya gittiğin zaman, barların orayı her zaman siliyorlar, yere döküyorlar sarhoş olup. Götürürken döküyorlar... (Ç82)

...Mesela Ruslar çok fazla meyve yiyorlar, depoluyorlar, stoklarını odalarda görmek mümkün. (gülüyor)... (Ç6)

...Diğer misafirleri, kötü kullanma konusunda da Rus misafirleri örnek gösterebilirim. Odalarda ve diğer alanlarda... (Ç1)

...Bayan onları odasını 10 dakikada yapıyorsa bi Rusun bi Türk misafirimizin odasını hani daha uzun sürede hani çıkabiliyo odadan. Çünkü şey anlayışı da oluyo hani demin ki söylediğim gibi biz ücret ödedik yapılısın şeyi oluyo... (Ç4)

...Ruslar aslında odalar konusunda çok dağınıklar, görsel olarak çok çirkin görünüyor... (Ç78)

...Ruslarda da görüyoruz yapıyorlar tekstilini işte sürekli değiştirmek istiyorlar, sürekli bukletin malzemesinin yenilenmesini istiyorlar. Bunlar hani israf olduğunu düşünüyorum... (Ç38)

Masayı donatmak (çorbadan tatlıya kadar tüm yiyecekleri masaya dizmek) şeklindeki davranışların Rus, Arap, İranlı ve Türk misafirlerde ortak olarak gözlemlendiği ve bu davranışların büyük bir gıda israfıyla sonuçlandığı ortaya çıkmaktadır. Çalışanların ifadelerinden hareketle, Rus misafirlerin, diğer misafirlerden farklı olarak, çoğunlukla alkol, tatlı ve meyve tüketiminde israfı sonuçlanan davranışlarla ön plana çıktıkları dikkat çekmektedir. Rus misafirlerin odayı çok dağınık kullanmak, kirletmek ve mala/malzemeye zarar vermek şeklindeki davranışları üzerinde aşırı alkol tüketiminin etkisinin olduğu bazı çalışanların ifadelerinden anlaşılmaktadır. Rus misafirler israfın en sık gözlemlendiği gruplardan biri olmakla birlikte, geçmişten günümüze Rus misafirlerin israf davranışlarında önemli ölçüde bir azalmanın söz konusu olduğu bazı çalışanlar tarafından dile getirilmiştir. Çalışanların bu konudaki ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Belki bu tatil yapma bilincini artık yapa yapa Rusların üzerinde biraz daha bilinçlenmesi güçlü oldu diye düşünüyorum. Birkaç kez tatil yapan bir Rus aile, biraz daha Avrupalı gibi davranmaya başlıyor. Yemek alırken, ha demek bu şekilde alınıyor dikkatli olmak lazım diye gittiği otele göre kendini daha ayarlama ihtiyacı duyuyor. Ruslar üzerinde biraz benim gözlemlerim olumlu yönde oluştu... (Ç65)

...Yani bu Rusya, daha doğrusu doğu blok ülkelerle çalıştığımız 15 sene aşağı yukarı 15 sene oluyo. 15 seneye baktığımız vakit, büyük bi ilerleme kaydettiğimizi görüyoruz. Yani 15 sene önceki davranışlarla şu andaki davranışlar tamamen farklı birbirinden. Artık onu özümstediler. İnsanlar eskiden zannediyodu ki yaa hemen alıyım almazsam biterse ben burda aç kalırım. Ama şimdi bakıyorlar ki biterse yerine başkası konuyo... (Ç13)

...Mesela biz Ruslarla ilk karşılaştığımız zamanlarda 90 lı yıllarda, tabi böyle bir hayat, böyle bir bolluk görmemiş adamlar, ne bulurlarsa yiyip içme ve tüketme eğilimindeler... ...Tabi göre göre Avrupalılarla iletişimden dolayı onlar da birçok davranıştan vazgeçtiler. Ama yine de karşılaşmıyor değiliz... (Ç89)

...Bazı misafir portföylerimiz var onlar çok sıkıntılı. Özellikle yerli misafir, İranlı misafir, önceden Ruslarda buna dahildi ama onlar kendilerini çok çok eğittiler onlar israf etmiyorlar. Tabaklarını yığıyorlar böyle ama hepsini yiyorlar... (Ç85)

BDT ülkeleri kategorisinde ayrıca el alınan Azeri misafirlerle ilgili olarak, bir çalışan tarafından “tüketirken dağınık ve gürültülü hareket etmek”, “büfedeki yiyeceklerle dokunmak/yiyecekleri elle almak” ve “otelde sunulan yiyecek içecekleri otele ayrılmadan yanında götürmek” şeklinde davranışların gözlemlendiği belirtilmiştir (Ç34). Ayrıca, çalışanlar tarafından gelişmiş ülkelere gelen misafirlerin “israf konularında çok daha bilinçli, çok daha duyarlı olduğu” (Ç13) ve müslüman ülkelere gelen misafirlerde “çok fazla yiyecek almak, bitirmeden bırakmak” ve “yiyecek ünitelerinden odaya yiyecek çıkarmak, tüketmemek” şeklindeki davranışlara çokça rastlandığı (Ç20) ifade edilmiştir.

Bazı çalışanlar tarafından israf davranışlarının yaş gruplarına göre farklılaştığı ifade edilmiştir. Çocuk misafirlerin tüketim eğilimlerine yönelik bulgular Tablo 4.17’de sunulmaktadır.

Tablo 4.17. Otel Çalışanlarının, Çocuk Misafirlerin Tüketim Eğilimlerine Yönelik Gözlemleri

ÇOCUK MİSAFİRLER	f_i	%
Tadına bakmak amacıyla çok fazla yiyecek çeşidi almak, bitirmeden bırakmak	5	23,81
Alınan yiyecekleri bitirmeden bırakmak (özellikle, dondurma)	5	23,81
Alınan içeceği bitirmeden bırakmak	4	19,05
Çok fazla içecek çeşidinden almak, bitirmeden bırakmak	2	9,52
İhtiyaçtan fazla içecek almak	1	4,76
Alınan içeceği hiç içmeden bırakmak	1	4,76
Ebeveynleri tarafından kendileri için alınmış yiyecekleri tüketmemek	1	4,76
Pastane ürünlerini israf etmek	1	4,76
Gıda israfı yapmak	1	4,76
Σ	21	100

Çocuk misafirlerde israfın daha çok tadına bakmak amacıyla ve ihtiyaçtan fazla yiyecek-içecek olarak tüketilememesi şeklinde gerçekleştiği görülmektedir. Çalışanların, çocuk misafirlerde gözlemlenen tüketim eğilimleriyle ilgili ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Ondan sonra çocuk misafirlerin işte ciddi tüketimleri oluyo. İşte snack restoranlarda veya işte barlarda atıyorum çocuk bi tane hamburger alıyo, bi ısırik alıyo, ondan sonra gidiyo bi tane hot dog alıyo, ondan sonra gidiyo bi tane pide alıyo, patates kızartması alıyo falan. Yani çocuk tabaklarında daha çok israflar var veya işte bizde içecek dispensörleri var. İşte oradan kola fanta sprite neyse onlardan mesela tenekeler halinde mesela biz değişik istasyonlara koyuyoruz ondan alıyo bitane yarısını içiyo atıyo gidiyo bilmem öbür tarafta başka bişey alıyo. Dondurmalar da keza öyle... (Ç12)

...Çocuklarda mesela şöyle bi sıkıntımız var bizim çocuk her şeyin tadına bakmak istiyio. Yani orda 5 çeşit içecek varsa da o 5 çeşidin tadına bakmak istiyio. Kolayı görüyo koladan... yani benim kendi görüşüm aslında biz otelde en büyük israfı çocuktan dolayı yaşıyoruz. Neden hani, çocuk orda hamburgeri görüyo, karnı tok olmasına rağmen o hamburgerden yemek istiyio. Dondurmayı görüyo, dondurmada işte çok fazla yiyemeyeceğini bildiği halde işte her, hepsinden tatmak istiyio. Çünkü çocuk. Hani kendi çocuğumdan da biliyorum... Biz de en büyük sıkıntıyı bundan alıyoruz. Aslında bakıldığı zaman çoğu otelde belli bi yaş grubu çocuk ücretsizdir. Ama en büyük zararı da biz bundan görüyoruz... (Ç32)

...En çok çocuklar israf yapıyor. Bişey istiyor, ardından başka bişey istiyor. Dondurmayı alıyor bir kaşık yiyip kenara bırakıyor... (Ç50)

...Ya da çocuklar yemek yerken veya herhangi bir yerde otururken, söylediği içeceği ki, hepimizin çocuğunda var. Yani sipariş edilen içeceği, belki 1/3 ünü içiyor, gerisini içmiyor. Bunu gözlemleyen bazı aileler, yarım bardak getirin diyebiliyor ama kaç kişi vardır böyle... (Ç53)

...Daha 4 yaşına kadar annesinin kontrolünde beslenmelerine baktığınız vakit. Anne tercih yapıyor çocuk ben bunu yemicem diyor, bir ısıyor, bırakıyor, öyle bir israf var... Kendi kendine beslenebilenler de işte ordan bir çikolata alıyor, yarısını yiyip atıyor. Bir dondurma alıyor yarısını yiyip atıyor. Kola'yı söyleyim, bazen bir çocuk 30 bardak kola söylemiş olabiliyor ama onun 2 tanesini filan çocuk içiyor... (Ç72)

...Aslında bizim israf kalemlerimizden en büyüğü de çocukların verdiği israf. Örneğin yani çocuk istiyor, çocuk ister, kimse de dur demez, o çocuğun işte bir ondan bir bundan bir şundan çocuk her gördüğünü ister. Aslına baktığınız zaman engelleyemediğimiz çok da, çocuk olduğu için üzerinde duramadığımız israf, çocuk israflarıdır. Tabi çocuklar üzerinden en büyük israfı da pastanelerde yaşarız... (Ç77)

...Çocuklar mesela çok daha masraflı, en çok masraf çocuklar yüzünden oluyor. Çocuk dondurmayı görüyor istiyor, bir yalıyor, çöpe atıyor. Kola istiyor içiyor ben bunu sevmedim deyip ordan başka bir şey pamuk şekeri görüyor onu alıyor... (Ç91)

Bazı çalışanlar tarafından, ergen (teenager) misafirlerde “gıda israfı yapma”, “deneyimlemeye dayalı, bilinçsiz tüketme” (Ç15), “çok fazla içecek alma, bitirmeden bırakma” ve “içecekleri amacı dışında (oyun amaçlı) tüketme” (Ç71) şeklinde davranışların gözlemlendiği belirtilmektedir. Çalışanların bu konudaki ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Mesela teenager grubun çok olduğu ya da çocuk misafirin olduğu alanda evet alkol tüketimi olmuyo ama gıda israfı çok fazla oluyo... Teenage grubu 18 yaşına kadar olan bi grup. Çok fazla deneyimlemeyi seviyolar her alanda tüketim yapıyolar. 14-18 arası. Tam böyle ne istediklerini bilmeyen bi grup, ergen grup onlar tam olarak ne istediklerini bilmiyor... (Ç15)

... Yaş gruplarında da, teenage dediğimiz gruplar var, 14 – 18 yaş grubu bunlar daha çok içekte zayıyat oluşturlar. Her türlü içeceği denemek isterler, alırlar iki yudum içip dökerler ya da birbirleriyle su savaşı yaparlar, birbirleriyle kola savaşı yaparlar, böyle bir israf olur. Bunların yiyecek ayağında çok fazla israfları yoktur ama o teenage grubunun içekte çok fazla israfı vardır... (Ç71)

Bazı çalışanlar tarafından, genç misafirlerde “alkollü içecekleri israf etme” (Ç32) ve (israfın en az rastlandığı belirtilen milliyetlerden gençlerde bile) “bilinçsiz tüketme” şeklinde davranışların gözlemlendiği (Ç93) belirtilmektedir. Çalışanların bu konudaki ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

... 17- 25 arası bu israfı çok fazla yapabiliyo. Artı single (yalnız) gelen misafirler de bu israfı yapabiliyo. Yani genelde genç kesimde israf ne yönden olabiliyo, genelde alkol tüketiminde olabiliyo. Ya singlelarında şöyle oluyo. Single geldikleri için burda eğlenmek amaçlı geliyolar, bir çevreyle tanışmak amaçlı geliyolar, bunun için işte nası söyleyim, genç singlelardan bahsediyorum özellikle genç singlelar hani birileriyle tanışmak için birazcık fazla israf

yapabiliyo. Yani hareketlerine dikkat etmeden, kullanım alanlarına dikkat etmeden... Ya birileriyle bi erkek bi bayan tanışma amacıyla bu israfı çok fazla yapabiliyo. Aşırı derecede gösteriş yapabiliyo. Bu da çok büyük zarar veriyö...(Ç32)

...Ama şu an Almanya'nın gençlerinde bile, genç kuşakta bi bilinçsizlik var. Mesela gözlemliyorum, Norveçli, ben kaç kez biliyorum ki Norveçli gençlerin tuvalette suyu açık bırakıp gidiyo mesela...(Ç93)

Ç42 kodlu katılımcı tarafından ise, genç ve çocuklu çiftlerin “koşturmaca halinde bir tatil ve tüketim gerçekleştirme” şeklinde davranışlarının gözlemlendiği belirtilmiştir. Çalışanın bu konudaki ifadesi aşağıda sunulmaktadır.

...Daha çocuklu olanlar genç çocuklular, şeyler her anını öyle maksimum zevkle, hazla geçirmek için uğraştıkları çabaladıkları bi tatil yaşıyorlar. Koşturma şeklinde yaşıyö. Ve onların da hem zevk almadığını, hem de standart üzerinde bi tüketim yaptıklarını düşünüyorum. Genç ve çocuklu çiftlerin özellikle... (Ç42)

Bazı çalışanlar tarafından, israfın en az rastlandığı yaş grubu olarak nitelendirdiği yaşlı misafirlerin “sağlıklı beslenme” (Ç16 ve Ç35) ve “bilinçli tüketme” (Ç35) şeklinde davranışların gözlemlendiği belirtilmektedir. Çalışanların, yaşlı misafirlerin tüketim eğilimleriyle ilgili ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Yaş arttıkça bence azalıyor gözlemlerime göre. Onlarda şey görmezsiniz hele ki 52, 55 yaş üzeriyse çok böyle nası diyim olması gerektiği kadar kendi sağlıklarına ya da işte damak zevklerine yetecek kadar tüketirler... (Ç16)

...Yaşlılar daha az tüketimi. Şöyle daha az, bilinçli tüketici onlar. Ne aradığını ne istediğini bilen, ne içeceğini bilen, kafa kargaşası yaşamayan bi tüketici. En az israf da onlarda oluyo. Çünkü sağlık sorunlarından dolayı işte kolestrolüm var tansiyonum var tuza dikkat etmem gerekiyo. Yağa dikkat etmem gerekiyo diye daha sağlıklı beslenme mecburiyetinde hissediyö kendisini... (Ç35)

4.1.2.5. Otel Çalışanlarına Göre İsrafın Nedenleri

Otel çalışanlarıyla yapılan görüşmelerden hareketle, otel misafirlerinin israf davranışlarının nedenlerine ilişkin elde edilen bulgular Tablo 4.18.'de sunulmaktadır. Yapılan içerik analiziyle, otel misafirlerinin israf davranışlarının nedenlerine ilişkin toplam 65 kod oluşturulmuştur. Otel misafirlerinin israf davranışlarının nedenleriyle ilgili teorik geri plan oluşturabilecek bir çalışmaya rastlanamadığından, kodların gruplanması ve temaların oluşturulması aşamasında turizm alanında uzman üç öğretim üyesinden yardım alınmıştır. İsrafın nedenleriyle ilgili her bir kod üç uzmanın ortak görüşüyle belirlenen temalar altında toplanmıştır. İsraf davranışının nedenlerine ilişkin temalar “tatil kültürü” (143 tekrar; %27,29), “uygulamaya ilişkin nedenler” (130 tekrar; %24,81), “ulusal kültür ve yaşam koşulları” (130 tekrar; %24,81), “kişisel nedenler” (96 tekrar; %18,32), “tatil psikolojisi” (25 tekrar; %4,77) şeklinde ortaya çıkmıştır.

Tablo 4.18. Otel Çalışanlarına Göre İsrafın Nedenleri

		f _i	Σ f _i (525)	%	Σ%
Tatil kültürü	Ödenen paranın karşılığını (fazlasıyla) alma isteği	36	143	25,17	27,24
	Doyumsuzluk (gözün doymaması, gözün aç olması)	33		23,08	
	Ödenen para karşılığında her şeyi yapma, kullanma, tüketemeyeceği şeyleri bile sınırsızca isteme/alma hakkını elde ettiği düşüncesi	27		18,88	
	Tatil kültürünün yerleşmemiş/gelişmemiş olması	22		15,38	
	Açık büfedeki yiyeceklerin biteceği endişesi	10		6,99	
	Ekonomik şartlarını zorlayarak tatile çıkmış olma	6		4,20	
	Açık büfe sistemine alışkın olmama	6		4,20	
	Konaklama süresinin kısa olması	3		2,10	
Ulusal kültür ve yaşam koşulları	Eğitimsizlik/Bilinçsizlik	36	131	27,48	24,95
	Kültür (toplumsal yapı, tarih, gelenekler, görenekler, adetler, kültürel alışkanlıklar, değerler vb.),	36		27,48	
	Misafirlerin sosyo-ekonomik yaşam koşulları, yaşadığı ülkedeki refah düzeyi	18		13,74	
	Yetiştirilme tarzı	17		12,98	
	Yeme içme alışkanlıkları/kültürü	10		7,63	
	Fiziksel ve toplumsal çevreye karşı düşük duyarlılık	6		4,58	
	Ailelerin çocuklarını başıboş bırakmaları	4		3,05	
	Genetik yapı	2		1,53	
	Tüketim kültürü	1		0,76	
	Toplum olarak yemeğe düşkün olma	1		0,76	
Uygulamaya ilişkin nedenler	Her şey dahil sistemi	31	130	23,85	24,76
	Konsepte dahil olan mal ve hizmetler için ekstra ödeme yapmıyor olma (Konsept dahilinde sınırsız tüketme/kullanma hakkı)	19		14,62	
	Yiyecek içecek çeşitliliğinin çok fazla olması (kalite algısını ya da memnuniyeti artırmak adına gereğinden fazla çeşit sunulması)	17		13,08	
	Misafire sunulan ürünlerin kalitesiz/kusurlu olması	15		11,54	
	Misafir memnuniyeti adına misafirlere aşırı müsamaha gösterilmesi ve hizmette sınır tanınmaması	13		10,00	
	Açık büfe uygulaması (porsiyonlamanın misafirin insiyatifine bırakılmış olması, sınırsız olması)	8		6,15	
	Sunulan ürünlerin ve imkanların bolluğu	6		4,62	
	Büfedeki görsel-sanatsal sunumların çekiciliği	4		3,08	
	Rekabetçi üstünlük (competitive advantage) sağlama adına hizmet çeşitliliğini yeterinden fazla artırma, her alanda lükse yönelme	3		2,31	
	Lüks konsept adı altında kısıtlayıcı uygulamalardan kaçınılması	3		2,31	
	Günün her saatinde çeşitli noktalarda yiyecek içecek hizmetinin sunulması	2		1,54	
	Hizmet hataları (Garsonların masalara sipariş için çok seyrek uğraması)	2		1,54	
	Sözlü yönlendirme ve uyarıların eksikliği	1		0,77	
	Menüdeki yiyeceklerin içeriğiyle ilgili bilgi eksiklikleri	1		0,77	
	Otel içi etkinliklerin (animasyon şovları, spor aktiviteleri vb.) yetersiz olması nedeniyle misafirlerin yalnızca yeme içmeye yönelmesi	1		0,77	
	Büfede yeterince çeşit olmaması nedeniyle belirli ürünlerin önünde kalabalık sıraların oluşması	1		0,77	
	Büfede sunulan yiyeceklerin lezzet ve içerik olarak hitap edilen misafir kitlesinin mutfak kültürüne uygun olmaması	1		0,77	
	Restoran içerisinde büfelerin konumundan ve yapısından kaynaklı sorunlar	1		0,77	
	Tesisin fiziksel altyapısı (iklimlendirme sisteminin iyi olmaması, ısı yalıtımı yapılmamış olması vb.)	1		0,77	
Kişisel nedenler	Konfor arayışı	16	96	16,67	18,29
	Merak (tüm çeşitlerin, daha önce denemediği çeşitlerin, yöresel lezzetlerin tadına bakma arzusu)	11		11,46	
	Misafirin tüketilebilecek miktarı yanlış tahminlenmesi (özellikle açken), porsiyonlamayı doğru yapamaması	10		10,42	
	Görgü	10		10,42	
	Alışkanlıklar (yaşam tarzı)	10		10,42	
	İntikam (revenge) arzusu	6		6,25	
	Gösteriş merakı	4		4,17	
	Ahlaki değerlerdeki eksiklikler	4		4,17	
	Misafirin mülkiyeti başkasına ait olan bir şeyi kullanıyor olması	4		4,17	
	Üşengeçlik	3		3,13	
	Yenilik arayışı (daha önce tatmadığı bir yiyeceği/içeceği tatmak isteme)	3		3,13	
	Düşüncesizlik	2		2,08	
	Ben merkezilik (egoism)	2		2,08	
	Ülkeye zarar verme isteği, ev sahibi topluma yönelik düşmanlık beslemek	2		2,08	

Tablo 4.18. (devamı)

	Lüks arzusu	2		2,08	
	Karakter	1		1,04	
	Psikolojik rahatsızlıklar/Sapkın davranışlara yatkınlık	1		1,04	
	Titizlik	1		1,04	
	Bencillik (selfism)	1		1,04	
	Dikkatsizlik	1		1,04	
	Gidilen otel (sunulan ürünler, konsept vb.) hakkında bilgi sahibi olmama	1		1,04	
	Misafirin destinasyona ilk kez gelmiş olması, ülke mutfak kültürünü tanımaması	1		1,04	
Tatil psikolojisi	Sarhoşluk	8	25	32	4,76
	Tatilde olmanın verdiği rahatlık/tatil psikolojisi	7		28	
	Sürü psikolojisi/Grup etkisi	5		20	
	Toplumsal normlar, tatilde normatif baskı hissetmeme	3		12	
	Günlük hayatta yoğun çalışan kişilerin tatilde aşırı/sınırsızca tüketerek stres atacağına ya da mutlu olacağına inanması	1		4	
	Hedonizm	1		4	

Tablo 4.18. incelendiğinde, otel çalışanlarına göre otel misafirlerinin otel içi kullanımları ve tüketimleri sırasında ortaya çıkan israfın birincil nedeninin tatil kültürü olduğu görülmektedir. Bu tema altında toplanan ve en sık tekrar edilen kodlar “ödenen paranın karşılığını (fazlasıyla) alma isteği”, “doyumsuzluk (gözün doymaması, gözün aç olması)” ve “ödenen para karşılığında her şeyi yapma, kullanma, tüketemeyeceği şeyleri bile sınırsızca isteme/alma hakkını elde ettiği düşüncesi” şeklindedir. Çalışanların açıklamalarından hareketle, bu tema altındaki kodların büyük oranda misafirlerin tatil kültürünün gelişmemiş olmasıyla ilişkili olduğu anlaşılmaktadır. Çalışanlar tarafından, misafirlerin tatile çıkma sıklığı, tatildeki konaklama süreleri, daha önce turistik amaçlı ziyaret ettikleri destinasyonların çeşitliliği, açık büfe sistemine alışkın olma(ma) durumları gibi unsurlar tatil kültürünün yerleşmiş/gelişmiş olup olmamasının göstergeleri olarak değerlendirilmektedir. Çalışanlar tarafından, tatil kültürü gelişmemiş olan misafirlerde israf davranışlarıyla daha sık karşılaşıldığı ifade edilmektedir. Tatil kültürü teması altında gruplanan kodlarla ilgili çalışanların ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Turizm bir kültür işidir. Bu kültür de sorgulayarak edinilecek bir alışkanlıktır. İnsanların tatilden ne beklediğini ve tatile gelirken neye ihtiyacı olduğunu belirlemek, bilmek bu kültürün bir parçasıdır. O tatile gidip ödenen paranın karşılığını çıkarmaya çalışmak değildir. Maksimum tüketim sağlayarak hatta otelin malına zarar vererek zaman zaman bir şekilde o parayı çıkardığını düşünen misafirlerle de karşılaşırız. Bu aslında bir fayda maliyet analizi. Nasıl söyleyim, aslında misafirin yaptığını zannettiği şey bu aslında...Temelde olan şey, tatil bir kültür meselesi. Bu kültüre çok alışkın olmayan insanların özellikle ilk günlerinde masasında yoğun bir yemek alımıyla karşılaşsınız. Midesini değil, gözünü doyurma derdindedir. Düzensiz ve seyrek tatile çıkan insanlar genelde revirde buluyorlar kendilerini mide fesadı geçirdiğinden... (Ç61)

...Kaç kere otele gelmiş, kaç ülke gezmiş, bunlar hep birer şey, baz alabilceğimiz şeyler. Ne kadar turizmde, ne kadar otelde konaklamış, kaç gün kaç ay kaç yıl hangi ülke, kaç ülke... (Ç34)

...Hani tatil kültürü oturan toplumlarda tamamiyle burda almak istediği hizmeti bilerek geliyor, evet ben müzik dinlemek isterim, ben güneş ve atıyorum burdaki yeşil ortamda huzur bulmak istiyorum. Bi kitle de ben evet benim 5-10 günüm var ve ben buraya ciddi bi para verdim ve ben bu parayı çıkarmaya çalışıyorum diye. Orada tamamen o kişinin tatil sayısının artması tatile gittiği alanların farklı farklı tatil, mesela Avrupa destinasyonunda tatil yapması

ya da farklı alanlardaki destinasyonlarda tatil yapması onu etkiliyo ama bazıları da sadece verdiği parayla aldığı hizmeti kıyaslıyo. Orda aldığı hizmet izole bi ortamdır, aldığı hizmet daha yani dışarıya baktığında sırf gıda değildir. Bunu gıda olarak düşünen kişiler var. O da tatil kültürü oturmadağı için... (Ç15)

...Çünkü hani tatile gelmek demek onlar için oteli satın aldık, her şeyi sonuna kadar kullanalım mantığıyla diye düşünüyorum. Yani tatil kültürünü bilmedikleri için bana kalsa eğer, yani benim düşüncem o... (Ç38)

...Verdiği paranın karşılığını nasıl alabilirim psikolojik bir alt nedeni var yani. Bu psikolojik bir sorun, gerçekten bir sorun. Biz bunu zaman zaman konuşmalarında da gözlemliyoruz. Şöyle diyorlar "çok para verdik hadi yiyelim, hadi yiyin, hadi yiyin" diye çocuklarına böyle dürttenler falan da oldu. Buna şahit oldum... (Ç1)

...İşletmeye geldiklerinde sanki işletmeyi komple satın almış gibi bi hareket tavırlarını seziyorum... Öyle bi hani oteli ben aldım bura benim dermiş gibi bi havası oluyo... (Ç52)

...Nasılca parayı verdik, bu heralde psikolojik bi eşik. Biz parayı verdik, yiyebildiğimiz kadar yiyelim, içebildiğimiz kadar içelim, nasolsa ödedikkk diye düşünüp belki de verdikleri paranın yani yediklerinden içtiklerinden çok çok daha yukarda olduğunu düşünüyorlar ki çok ciddi bi yanlış bu... (Ç12)

...Eğer satın aldığı rakamın yüksek olduğunu düşünüyorsa, ille ben bunun altını doldurmalıyım psikolojisi... (Ç89)

...parasını verdiği için öyle düşünerekten geliyor, onun için orda ekonomik davranmak zorunda değilim diyor, suyu, elektriği açık bırakıp gidebilirim diyor ya da ben bunu yiyemeyeceğim halde masama alabilirim diyor... (Ç72)

...Ya biraz da bizim tüm insanları, tüm misafirleri ülke uyruk, dil din mezhep ayrımı yapmadan genel olarak söyleyim, doyumsuzluğumuz var bizim, hep böyle en fazlasını istemek var. Gözümüz doymuyor, ondan kaynaklanıyor... (Ç77)

...İnsanoğlunun bir huyu vardır, tatminsizdir, verdikçe daha fazlasını ister. Ha bu bizde mi böyle, bütün dünyanın insanlarında da mı böyle... Dünyada bu böyledir, çünkü insanoğlunun ruhi yapısında hep daha üstü, hep daha fazlası var. Bundan da kaynaklı olabilir yani... (Ç62)

Otel çalışanları tarafından, açık büfe sistemine alışkın olmama ve açık büfedeki yiyeceklerin biteceği kaygısının israfı artırdığı ifade edilmektedir. Misafirin otele girişinden sonraki ilk iki-üç günün otele ve sisteme alışma evresi olduğu ve özellikle bu ilk günlerde çok fazla israf davranışlarıyla karşılaşıldığı ifade edilmektedir. Konaklama süresi kısa olan misafirlerde israfa çok rastlanmasının da nedenlerinden birinin bahsedilen alışma evresi içerisinde konaklama süresinin sona ermesi olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca, kısa konaklamalarda ortaya çıkan zaman baskısının da misafirlerin daha fazla tüketmeye yönelmelerinde etkili olabileceği değerlendirilmektedir. Bahsedilen açık büfeye alışkın olma durumu ve açık büfedeki yiyeceklerin biteceği kaygısı çalışanlar tarafından doğrudan tatil kültürünün gelişmişliğiyle ilişkilendirilmektedir. Çalışanların bu konuyla ilgili ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Öncelikle misafirin tatil anlayışıyla alakalı. Eğer, ilk defa tatile geliyorsa, bu hepimizin başından geçti, turizme başlamadan önce ilk defa tatile gitmemişken bile az önce söylediğim şeyi hepimiz yaşamışızdır ilk etapta. Acaba aç kalır mıyız, acaba yemek biter mi, tatilde vermezler mi... (Ç58)

...İnsanlar eskiden zannediyodu ki yaa hemen alıyım almazsam biterse ben burda aç kalırım. Ama şimdi bakıyorlar ki biterse yerine başkası konuyo... (Ç13)

...saniyo ki hani yemek restoranında bunların hepsi bitecek hani bir daha alamayacak... (Ç7)

...Açık büfe kavramına yabancı olduğumuz için, bitecek korkusu var, devamı olmayacak korkusu olduğu için, habire saldırıyoruz açık söyleyim. Yani bunu kendim tatil yaptığım yerlerde de gördüm. Kapiya hıncınan, büfeye saldıranlara bile denk geldim... (Ç66)

...misafir bütün dünya ülkeleri için geçerli, ilk geldiği iki gün saldırıyor esasında, sonra görüyor ki fazla geliyor, bir vicdan var, sonra düşüyor bu. İlk üç günde düşüyor ama ilk iki günde israf var. Sonra öğreniyor ama onun o şekilde olmayacağını... (Ç74)

...misafir konaklamalarında ilk üç gün fazla bir israf olur hem yeme içme anlamında, bir de son bir-iki gün. Dolayısıyla bir haftalık misafirlikte işletmenin en çok bunu karlılık demeyelim de, israfın en az olduğu dördüncü, beşinci günlerdir. Çünkü insanların artık ortama alıştığı, nasıl olsa her şey elimin altında, istediğim zaman ulaşabiliyorum kanısına vardığı dönemler. O dönemlerde de israf daha az olur. Ama misafirin ilk girdiği bir-iki gün tüketimin ve israfın çok zirve yaptığı günlerdir. Bir de son gün aaaa nasıl olsa tatil bitti, hadi battı balık yan gider düşüncesiyle böyle bir saldırma olayı vardır yiyecek içecek... (Ç71)

...Yani tatil sürelerinin kısa olmasından dolayı, kısa sürede her şeyi tadayım düşüncesi. Bunlar mesela, 14-15 günlük periyotlarda gelen misafirlerde bu pek görmüyorsunuz, daha oturaklı, daha yavaş sakın ama 3-4 günlük konaklamaya gelen misafirler o kadar yiyeceği içeceği bir arada görünce, hazır yemek de olunca, yani şurdan tadyım, buradan tadyım filan derken... Kısa süreli misafir her zaman her şeyi kısa yoldan daha çabuk halledeyim derken, uzun süreli gelenler de belki 1-2 gün bu şekilde davranış sergiliyorlar ama 1-2-3 gün yedikten sonra her şey mevcut, rahat ve rolantiye giriyor... (Ç88)

...Bence en önemlisi kısa konaklamalarda maliyetler daha yüksek, yani insanlar ilk 2-3 günde gerçekten çok daha fazla tüketiyorlar. Gözünün doyması kavramı var ya... (Ç91)

...Çünkü 3 günlük tatile gelen misafirler o 3 gün içerisinde tüm hizmetlerden, her şeyden faydalanmaya çalışacaktır. İhtiyacının ne olduğunu düşünmez mesela... (Ç61)

Çalışanlar tarafından, tatil kültürünün gelişmişlik düzeyinin bir göstergesi olarak değerlendirilen “ekonomik şartlarını zorlayarak tatile çıkmış olma” durumu da misafirlerin israf davranışlarının nedenlerinden biri olarak ortaya çıkmaktadır. Çalışanların bazı ifadelerinden, gelir düzeyinin, tatile çıkma sıklığı ve tatil deneyimlerinin çeşitliliğine paralel olarak tatil kültürünün gelişmişliği üzerinde etkili olabilecek nedenlerden biri olduğu anlaşılmaktadır*. Ekonomik şartlarını zorlayarak tatile çıkan misafirlerin ise, ödenen paranın karşılığını alma çabasıyla daha fazla tüketmeye yöneldiği açıklanmaktadır. Çalışanların bu konudaki ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...hani çok fazla tatil yapmış misafirlerde bunu çok fazla görmezsiniz hani çok dolu bi tabak ya da işte. Zaten masayı gördüğünüzde ya da tabağını gördüğünüzde ona karar verebiliyorsunuz. Hani kendi tüketiminden kendi yiyebileceğinden çok fazlasını almıyor deneyimli misafir ya da gelir düzeyi belirli bi düzeye gelmiş olan misafirler. Çünkü çok sık tatil yapıyo, çok sık görüyo... (Ç16)

...Bu otele bu kadar para verdim bunun karşılığını da sonuna kadar alıcammm gibi bi tüketmeye ekstra mailli bi davranış şekilleri var misafirlerin. Hemen hemen hepsinde var. Ama bazen o bize, bizim ücretimizi çok zorlanarak ödeyen misafir profilinde daha fazla görüyoruz bunu. Bu çok hangi ülkeden geldiğinden bağımsız olarak böyle oluyo. Aslında bi alt kademedeki otelde tatil yapmaya alışkın olup bu sefer zorluycam maddi durumumu ve ...'da tatil yapıcam diyip ondan sonra da saldırır şekilde bi tüketme şeyi olan hırsı olan misafir profiliyle karşılaşıyoruz... (Ç42)

*İsraf davranışının tatil kültürü dışında birçok farklı belirleyicileri bulunduğundan, bu bulgu gelir düzeyi yüksek olan misafirlerin israf davranışlarının daha az olduğu anlamına gelmemektedir.

...Bence birincisi tatil kültürü. Çünkü bir alışmışlık var, bir sene biz yorulduk biriktirdik, biriktirdik şimdi paramızı verdik, bu paramızın tam karşılığını alalım düşüncesi var. Bunun, paramızın karşılığını alalım düşüncesi çok önemli, yani bu paramızın karşılığını aslında konfor olarak verildiğinin farkında değil bazı misafirlerimiz, maalesef yemeye içmeye endeksliyor verdiği parayı. 3000-5000 para verdiğini ve bunun tamamen para verdiğiyse çıkacağını düşünüyor, fazla yeme içmesinin kendi bünyesine zarar olduğunun farkında değil. Bıraktığı israf ve bünye zararının farkında değil. Bu tamamen kültür ben olduğumu düşünüyorum yani. Bu tatil kültürü arttıkça bu azalıyor... (Ç71)

...Biz buraya geldik, bunları yiyeceğiz. Bunları tüketeceğiz mantığı veya bi hafta iznimize var bizim bir hafta bunu için para biriktirdik, bunu da doyasıya yaşaycaz gibi bişey oluyo... (Ç30)

...bir de üzerine kazandığımız parayı, sene boyunca kazandığımız çabaladığımız parayı verip iyi bir hizmet alma psikolojisiyle geldiğimiz için birazcık daha bu etken diye düşünüyorum... (Ç28)

...takdir edersiniz zor şartlarda belki bir tatil geçiriyo, bir anda otelde geldiklerinde bunun hani acısını çıkartırcasına her şeyden yararlanmak istiyorlar... (Ç7)

İsrafın nedenlerine ilişkin ikinci kategori ulusal kültür ve yaşam koşullarıdır. Bu kategori içerisinde en sık tekrarlanan ifade eğitimsizlik/bilinçsizlik şeklindedir. Çalışanlar tarafından, israf davranışının eğitim düzeyinin ya da bilinç düzeyinin düşük olmasından kaynaklandığı ifade edilmektedir. Burada çalışanlar tarafından kastedilen eğitim, çevresel ve toplumsal konulardaki bilinci artırmaya yönelik, ailede başlayıp okullarda ve sosyal çevrede devam eden, devlet politikalarıyla da desteklenen bir gelişim şekli olduğundan bu kod ulusal kültür ve yaşam koşulları teması altında değerlendirilmektedir. Çalışanların israfın nedenlerinden biri olan eğitimsizlik/bilinçsizlik ile ilgili ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Bu bi eğitim sorunu. Bu eğitim sorunu ta aileden başlar, sonra okullarda ve sosyal hayatta başlar... (Ç1)

...Ailesinden, ailesine yansıyan zaten yaşadığı toplum... Eğitim derken aslında kültürel eğitim veya yaşadığı toplumu veya aile eğitimi, ailede gördüğü şeyleri kastediyorum. İlle eğitim nedir, işte sınıflayalım işte ilkökul mezunu, üniversite mezunu, her üniversite mezunu işte çok güzel yemek yer, çöpe atmaz, çok iyi elektriği kapatır israfta bulunmaz diye bişey yok. E tamamen aslında o eğitimi yanlış söylüyoruz. Bence eğitime toplumsal eğitim demek lazım. Onla alakalı. Ben size bi örnek veriyim, binnn, 2000 yılında. Bugün ne 2018. 18 yıl önce. Ben almanyaya gittim. 6 ay orda şeyde kaldım. Yabancı dil kursu için kaldım. Almanca. Bi evde kalıyorum misafirlerimin birinin evinde. Ya bilmiyoruz ki çöp ayrışımı ne. Ya biliyoruz da bilmiyoruz yani... Evde ayrıştırıyosun, işte organik, inorganik, plastik ondan sora, cam... Ondan sonra konteynırları var bahçede. İlgili konteynırı alıyosun, çöpçüler geliyo alıyo. Ayrı ayrı götürüyo. Biz tabi bilmiyorum 18 yıl önce. Üniversite okumuşuz evet. Turizmde çalışmaya başlamışız evet. Ama yok ki yani toplumda o bilinç yok. Biz de görmemişiz ben alıyorum alıyorum atıyorum. Hangisi kapağı açık ona atıyorum falan (alaycı bir gülüşle). Tak 15 gün sonra bi ceza, mektup. İşte çöp ayrıştırmayı düzenli yapmıyosunuz. O günün parasıyla hatırlamıyorum, 100 mark, 200 mark ceza falan. Yani adamlar 20 yıl önce gidiyo bizden. Belki daha fazla bu konularda. Yüzde yüz bunun etkisi var. Veya bu büyük bi etken. Taa tepeden başlıyo, devlet politikası, yönetim, o halka kadar iniyoo... (Ç29)

... Yaaa, yaş arttıkça, olgunlaştıkça bilinç artıyo. İsraf azalıyo. Eğitimde de, eğitim seviyesi arttıkça farkındalık çoğalıyo. İşte doğal kaynakların tüketilmesinden tutun, vesaire vesaire... Aç insanlar, Afrika'da yaşayan ihtiyaç sahipleri... İnsanlar bu konuda bilinçlendiğinde tüketim konusunda artık daha tedbirli olmaya başlıyo... (Ç29)

...Yani, eğitim, aileden aldığı eğitim... Okuldaki eğitim, aileden aldığı, yani bütün eğitimden bahsediyorum yani sadece okul, toplumsal eğitimden bahsediyorum... (Ç32)

...Çevreyi tehdit edecek unsurların farkında olmadan bilinçsizce tüketim yapılmakta... (Ç41)

İsrafın nedenlerine ilişkin olarak ulusal kültür ve yaşam koşulları teması altında ele alınan bir diğer ifade kültürdür. Çalışanlar tarafından; toplumsal yapı, tarih, gelenekler, görenekler, adetler, değerler ve benzeri unsurların kültürün birer parçası olarak israf davranışları üzerinde etkili olabileceği değerlendirilmektedir. Farklı milliyetlerden misafirlerin israf davranışları karşılaştırılırken de sıklıkla değinilen kültür konusuyla ilgili çalışanların ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Tamamen kültürle ilgili heralde... Ben sadece kültüre bağlıyım yani. Çünkü onlar çocukları da aynı şekilde, o şekilde geliyo yani... (Ç48)

...Bu öncelikle kültürle alakalı gelişmiş toplumlarda da biraz daha yüksek bu ama insanın, kendini de geliştirmiş olabilir. Toplumun içinde illaki toplumun genel niteliklerine uymaya gerek olmadığını düşünüyorum. Öncelik kültür diyorum yani. Herhangi bir şeyi kullanım kültürü. Bu aileden gelen bir kültür olabilir, ülkeden gelen bir kültür olabilir veya belli bir ülkenin belli bir bölgesinden gelen bir kültür olabilir... (Ç53)

...Örf, gelenek, adetlerden kaynaklanıyor...(Ç17)

...Buuu bi de gelenek göreneğe bağlıdır... (Ç25)

...Bunlar kültürle de yerleşmiş olabilir tabi bunun için de çok çok daha geriye gitmek lazım işte. Belki tarihte bizim milletlerimizin yaşadığı şeyler bile, bu konu üzerine etkili... (Ç45)

...Daha bireysel değil de sosyal bir şekilde yaşayan, bu etkileşimi sağlamış, kültürel seviyesi yeme içmede de olsa üst seviyeye çıkmış, bunu bir kültür olarak algılayan toplumlarda tüketim oranı daha farklı... (Ç60)

...Yaşlı Alman kesimi fakirliği yaşamış. "Biz, Almanya savaştan çıktı işte, ekmeği şeyle verdiler bize, karneyle verdiler, ekmeğin değerini ben biliyorum, ekmeği bulamazdık" diyor. Onun şeyi var, hala o alışkanlık oluştu bizde, çok da olsa çok yemiyeceğiz, ekmeğin şu kadarını alacaz, elmanın yarısını yiyecez. Bu işte sağlığımıza zararıdır. Taa o zamandan beri biz böyle oldu...". Şimdi ordaki yaşlı kesim bunu, geçmişteki savaş zamanında çekmiş olduğu yokluğa bağlıyor... (Ç79)

...Bunu da ülkesel bazda vurgularsak özellikle Almanlar, bu işte çok hassaslar. Özellikle 1., 2. Dünya savaşında çok yenik düşmüş yerle bir olmuş bir toplum olarak, malın kıymetini, hizmetin kıymetini, ürünün kıymetini bilmek anlamında mükemmel derecede yetiştirmişler kendilerini... (Ç89)

İsrafın nedenlerine ilişkin olarak ulusal kültür ve yaşam koşulları teması altında ele alınan bir diğer ifade misafirlerin sosyo-ekonomik yaşam koşulları, yaşadığı ülkedeki refah düzeyidir. Çalışanların bu konudaki ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Bence yaşam şartları da ordaki ülkelerindeki ya da ailevi yaşam şartları da bunları etkiliyor olabilir...(Ç32)

...Ülkelerindeki sosyo-ekonomik durumları... (Ç34)

...İşte ülkelerindeki maddi durumları, ülkenin kendi konjonktürü monjenktürü derken noluyo görmediği, örneğin şöyle düşünün ... dönemiyle biz çıkita muz diye çıkmıştı o dönemlerde, Türkiye'de muz yoktu muz geldiğinde biz de bi saldırdık. Kiviye ilk gördüğümüzde biz de saldırdık. Hatta hatırlarsınız Almanya'dan turist akrabalarınız varsa Almanya'dan akrabalar şey getirirdi, çikolata getirirlerdi. Biz onları gördüğümüzde çünkü satışı yoktu burda Türkiye'de onları gördüğümüzde bizler de saldırıyoduk görmemiş gibi... (Ç35)

...Aslında israfa yönelmeleri bulundukları bölgelerde o ürünlerin çok pahalı olması ya da bulamaması. Mesela Kazakistanlıların bitanesine ben sordum. Karpuz bizim orda yok olmuyor diye burda fazla aldı çöpe döktü mesela... (Ç52)

...Çok hani Türki cumhuriyetleri biraz Ruslardan etkilenmişler bu anlamda, alıyorlar, göremiyorlar çünkü kendi ülkelerinde bi çilek yok, kiraz yoktur, inanılmaz karpuzla filan biliyorsunuz hayranlığını, çok almak isterler... (Ç57)

...Rus, hani toplumu ve geneliyle Rusya dağılmadan önce sosyalizm bu insanlar burda her şeyi devletten alıyordu, hiçbir şeyin onun için önemi yoktu. Hiç bir şeyin önemi yoktu. Hani dolayısıyla israf hat safhadaydı. Yani otururdu, her ne şeyse, nasıl olsa parasını devlet veriyordu her şeyi hak.. alabildiğine hor kullanıyordu... (Ç79)

...Mesela biz Ruslarla ilk karşılaştığımız zamanlarda 90 lı yıllarda, tabi böyle bir hayat, böyle bir bolluk görmemiş adamlar, ne bulurlarsa yiyip içme ve tüketme eğilimindeler... (Ç89)

İsrafın nedenlerine ilişkin olarak ulusal kültür ve yaşam koşulları teması altında ele alınan bir diğer ifade yetiştirilme tarzıdır. Çalışanların bu konudaki ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...İsrafa yönelmelerinin nedenleri ooo yetiştiriliş tarzı. Yani o zaten kendisinin evde yaşadığı evde yetiştirilişine göre devam ediyordu adam. Yani otele de gelse aynı evinde de aynı. Evinde bi tık daha dikkat edice çünkü bunun parasını ödüyordu... (Ç27)

...Traş olurken babasının musluğu sadece traş makinasını temizlemesi gerekirken açtığını gördüğünde çocuk da o şekilde devam ediyordu yani. Aslına bakarsanız biz anne ve babalarımızı tekrar eden insanlarız... (Ç35)

...Ailede olması lazım her şeyin... Hani çocuklukta her şey... Ağaç yaşken eğilir muhabbeti atasözü gerçekten çok güzel bi söz. Önce ailede olması lazım... Bir insanın 10 senede 15 senede eğitemediği bir oğlunu kızını veya 40 yaşındaki bi adamı biz nasıl burda bilgi vericez ki nasıl anlatacaz ki... (Ç51)

...Aileden alınan eğitim çok önemli, yani şöyle söyleyim mesela, Almanlardan şu örneği verebilirim, kendimin şahit olduğu birçok örnekler olduğu gibi, şimdi çocuğunu bırakıyor büfeye Alman ama takip ediyor. Git yemeğini al diyor, çocuk aldı yemeğini bir kaşık bıraktığı zaman, çünkü annesi de biliyor çocuğunun ne kadar yiyeceğini az çok. Alıyor, ikinciye yeltendiği zaman dur diyor. Bunu bitir, doymazsan bir daha alırsın, bunu çocuğa daha 5-6 yaşında empoze ediyor çocuğa. Ama bizde o yok, biz gidiyoruz, çocuğu sanki balun gibi yedikçe şişecek zannediyoruz midesi, büyüyecek zannediyoruz ve habire daha çok alıyoruz, aldıktan sonra da yemeye zorluyoruz ve çocuk yemeyince de tabi bu da başka bir mevzu. Biz zorluyoruz bi de, almaya da zorluyoruz... (Ç66)

İsrafın nedenlerine ilişkin olarak ulusal kültür ve yaşam koşulları teması altında ele alınan bir diğer ifade yeme içme alışkanlıkları/kültürü şeklindedir. Çalışanların bu konudaki ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Dediğim gibi temel nokta, bir kimi ağırladığımız, ülkelerin yiyecek içecek kültürleri... (Ç16)

...Evlerimizdeki sofralarımızda da her şey aynı anda konur ve aynı anda toplanır... (Ç28)

...Evet bazı kültürlerde yemek yeme alışkanlıkları tamamen kişinin zamana yayabildiği bir ritüel olarak keyif alarak yaptığı şey olarak karşımıza çıkıyor. Bazı milliyetlerde de hırçın, haşarı, gaddar öyle davranıyor çünkü gaddar kelimesini özellikle söyledim. Çok agresif yemek yeme tarzları var... (Ç34)

...Yemek yerken her şey masaya geliyor, çorbasından tatlına kadar. Böyle bir yemek kültürümüz var... (Ç66)

...Çünkü bu da bol porsiyonlu masada servis onların da bizim de bir kültürümüz. Biliyorsunuz biz de masalarımıza her şeyi koyarız, ortadan yeme alışkanlığımız vardır... (Ç71)

...Ruslarda derler ki alkolde, çünkü alkolle beslenen bir ülke durumda. Kültürleri onu gerektiriyor, adamların sabah kahvaltısı, ilk içtikleri şey belki su yerine votka. Dolayısıyla

bizdeki yeme içme kültüründen gelen şeyler, başka ülkelerde başka şekillerde farklılaşıyor. Atıyorum, bir Alman misafir ya da Avrupa misafirleri yeme içme kültüründe biraz daha oturmuş, daha tok, biraz daha böyle seçici ve miktara bağlı reaksiyon gösterirken... (Ç88)

...Kadınların hazırladığı oluyo, hazırlamasa da, ayrı tabaklarda yemek yeme gibi bir alışkanlıkları yok... (Ç92)

İsrafın nedenlerine ilişkin olarak ulusal kültür ve yaşam koşulları teması altında ele alınan bir diğer ifade fiziksel ve toplumsal çevreye karşı düşük duyarlılık şeklindedir. Çalışanların bu konudaki ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Duyarsız insanlar yani düşüncesiz hareketlerden de kaynaklanabilir. Çünkü dışa kapalı insanlar. Dışarı ne oluyor, insanlar aç mıdır tok mudur onun bilincinde olmayan insanlar bunu yapıyorlar... (Ç1)

...O da tamamen şeyden kaynaklanıyo, ya maddi durumu çok iyi olan kişiler tamamen kendi dünyalarını yaratmışlar, dışarıya kapatmışlar kendilerini... (Ç15)

...ülke ekonomisi, çevre kirliliği, hiç kimsenin umurunda değil... (Ç90)

Otel çalışanlarıyla yapılan görüşmelerden hareketle, israfın bir diğer nedeni otel uygulamalarıdır. Çalışanlara göre, otellerdeki bazı uygulamalar misafirlerin israfa yönelmelerini tetiklemektedir. Uygulamaya ilişkin nedenler teması altında en sık tekrarlanan ifadeler “her şey dahil sistemi” ve “konseptte dahil olan mal ve hizmetler için ekstra ödeme yapmıyor olma (konsept dahilinde sınırsız tüketme/kullanma hakkı)” şeklindedir. Her şey dahil sistemi; oda kahvaltısı, yarım pansiyon ve tam pansiyon sistemlerinin aksine konaklama, uçak bileti, havaalanı transferleri, oteldeki ana öğünler, ara öğünler, içecekler ve otel misafirlerinin ihtiyaç duyabileceği çeşitli aktivitelerin tamamının önceden belirlenmiş bir fiyat üzerinden satıldığı bir sistemdir (Menekşe, 2005:98). Çalışanların bu konudaki ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...özellikle her şey dahil sistem olduğu için, esas israfın kapısını açan, bu her şey dahil sistemde insanın özgürce yiyebilmesi, içebilmesi hem sadece çocukların değil, büyüklerin de aynı şekilde davranması açısından israfın anahtarını biz misafirlere verdik, o da her şey dahil sistemle... (Ç56)

...Aslında kısacası şöyle söyleyim, her şey dahil sisteminin zaten kendisi israf. Yani şimdi birim fiyatını ödeyerek, yedikleri şeyleri her şey dahil sistemle alıp, elinde bir sonsuzluk, açlık oluşturuyor. Dolayısıyla kendi sistemi zaten kendi başına müthiş bir israf ve getirisi yok bu işin... (Ç88)

...bu her şey dahil konseptinin bu cüretkarlığı, onları yoldan çıkarıyor... (Ç89)

...Ben şeyden dolayı olduğunu düşünüyorum her şey dahil mantığının biraz buna sürüklediğini düşünüyorum. Çünkü insanlar ben parasını ödedim, yemesem bile alırım, tadına bakarım, beğenmezsem bırakırım mantığı etkisinde, bu sebeple israf çok yaşıyor. Bence her şey dahil sistem buna sürükledi insanları daha çok... (Ç55)

...Yani kendi düşüncem olarak söylüyorum her şey dahil sistemi insanın doğasına daha çok uygun bir sistem değil. Her şeyin bedava sınırsız olduğu yerde, insan tabii belli akıl mantık kullanma yetisini kaybediyor. Dolayısıyla nasıl olsa para vermeyecem, her şeyi deneyebilirim, her şeyi isteyebilirim mantığı gelebiliyor. Dışarıda asla göstermediği mantığı burda gösterebiliyor. Mesela dışarıda aynı anda hem pizza hem hamburger yemezsiniz ama burda pide de, pizza da, hamburger de söyleyim bakıyım. İşte bu israfa giriyor, her şey dahil sistem de biraz teşvik ediyor bunu söyleyebilirim... (Ç72)

...Her şey dahil sistemmm. Bence bunda çok etkili. Çünkü hiç kimse para vererek ya da satın aldığı bi ürünü bu kadar gözden çıkartıp yarım bırakmıyacaktır. Biz daha önce uzun yıllar şehir otelciliği yaptım orda öyle bişey görmessiniz hani misafir bişeyin siparişini veriyse bi tane verir parasını öder ve onu bitirir. Ama burda öyle bi kaygısı yok. Evet her şey dahil bize turizm için çok büyük lokomotif etkisi görüyo ama oteller için de ne yazık ki çok da sağlıklı değil... Ne yazık ki hem sistem böyle, hem de ürün çeşitliliği inanılmaz misafiri cezbedecek çünkü memnun etmeye misafiri mutlu etmeye ve geri kazanmaya yönelik bi sistem olduğu için... (Ç16)

...ücretini ödemiyeceğini bildiğinden dolayı da odam geldiğimde soğuk olsun diye enerji israfı yapıyo... (Ç35)

... Çünkü –sınırsız- havlu kullanma yetkisi var... (Ç13)

...Her şey dahil sistemi olduğu için ve ek bi masraf olmadığı için kendilerine dolayısıyla hunharca kullanabiliyo ve hunharca tüketilebiliyo... (Ç21)

Çalışanların ifadelerinden hareketle, kalite algısını ve misafir memnuniyetini artırmak ya da rekabetçi üstünlük (competitive advantage) sağlamak adına; yiyecek içecek ve hizmet çeşitliliğinin yeterinden fazla artırılması, hizmette sınır tanınmaması, misafirlere aşırı müsamaha gösterilmesi ve lüks konsept adı altında kısıtlayıcı uygulamalardan kaçınılması gibi uygulamaya ilişkin unsurların israfın artmasında önemli bir etkiye sahip olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca, otel memnuniyet puanlamalarının düşmesine ve şikayet almaya yönelik kaygıların, otel yönetimlerini misafirler için oluşturulan özgür tüketim alanını genişletici uygulamalara yöneltebildiği ortaya çıkmaktadır. Çalışanlar tarafından otel misafirlerinin taleplerinin “hayır” cevabıyla reddedilmesinin otel politikası gereği kabul edilmemesinin de, otel misafirlerini daha rahat, daha talepkar olmaya sevk ettiği anlaşılmaktadır. Çalışanların bu konudaki ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Yani biz hani birazcık memnuniyet adı altında bazı şeyleri çok fazla verebiliyoruz, çok fazla yapabiliyoruz yani. Çünkü bunun geri dönüşümü bize iyi olacak düşüncesiyle aslında yeterinden fazla ikramda bulunabiliyoruz... (Ç32)

...Seçenek fazla olduğu zaman insan bocalıyo hangisinden, bu tüketimde de öyledir, mağazalarda da böyledir, gıda sektöründe de böyle. Çünkü biz misafir memnuniyeti için çalıştığımızdan ordaki tabi her türlü yiyecek içecek geniş bol tutuluyo, onun için herrr zevke göre herrr görenin istediği yiyecekler var. Onun için biraz fazla kapılabiliyo insanlar... (Ç25)

...Bizim de kusurumuz var. Bu kusurlarımızdan bi tanesi çok çeşitlilik. Yani çok çeşitli ürün yapmak... (Ç34)

...Ortada bi bolluk oldu mu ister istemez israf ta artıyo, bolluktan kaynaklaniyo bu iş... (Ç18)

...Şu zamanki gösterge şunu gösteriyo, misafir gelsin biz gerekiyorsa, biz artık o kadar çok ileri gittik ki sunumda, veride, verimlilikte diyelim, artık ağızımızla çiğneyip de ağızımızla veresimiz geliyo yani o kadar çok ileri gittik. Her gittiği yerde bişey vermeye çalışıyoruz, her gittiği yerde bişey yedirmeye çalışıyoruz. Aman aç kalmasınlar, sen çocuğuna o kadar özenmiyosun yaa. Aman bi saat bile boş durmasınlar, aman büfe arasında gözleme verelim, amannn tatlı verelim dondurma verelimmm... Hiç boş kalmasınlar... E verirsen isterler. Yani aslında biz onlara zarar ediyoruz biliyo musunuz. İsrafı biz körüklüyoruz. Sınırı yokkk. İşte sınırımız olmadığı için her gün yeni bişey yapıyoruz, şurda da şunu mu yapsak, aaa o ona başlamış, biz de mi onu yapsakkk, vayy öbürü bunu da yapmaya başlamış, hadi biz de yapalımmm... Bunun sonu yok ki... (Ç34)

...Adamın iştihayı açtırıp işte lüks şimdi otel standartlarına göre şimdi bunu da yapmamız lazım hizmet şeyi olarak bi yarış içerisindeyiz turizmde her gün yani bizde misafirin isteği limitsiz. Misafir yani sonsuza kadar şey isteyebilir, biz de bunun için elimizden geleni yapıyoruz. Menüler değişiyö, şekiller değişiyö işte, renkler değişiyö, falan bi şekilde müşterinin

önce gözüne hitap etmeye çalışıyoruz. E tabi bu da bi dez avantaj olabiliyo. Adam onu da alıyım ya bunu da alıyım ooo şu da varmış diyebiliyo... (Ç37)

...Sade sözlü... Yazılı bi kural yani şey yok yani. Adam oraya söylüyo ya da yazıyo ufak ufak kağıda, hani dışarı çıkarmak yasak ama bu caydırıcı değil yani. Caydırıcı bişey olmadığı için, işin içi şikayet... Bizde şimdi şikayet üzerinden puanlama yapıldığı için, orda o kadar şikayet olduğu için de ister istemez bu da bizim puanı etkiliyo, misafir memnuniyetini de etkilediği için. Onun için de bize yukardan üslerden gelen talimata göre hani yok yok. Yani istediğini yesin çıkarsın gibisinden şeyapiyo. O yüzden bundan da kaynaklanıyo. Halbuki bi sınır bişey olsa ne bilem, dışarı çıkartmasa, belli bölümlerde şeyapsalar, belki bu kadarda israf olmayacak yani. Ondan da rahat davranıyolar hani... (Ç64)

...Biz yasak demektense hani biz şey demeyi tercih ediyoruz, yani doğru değil, sebebi bu bu bu, ama ısrar eden misafire de malesef hani buna hayır yapamıyoruz, katı kurallarımız olmuyo... (Ç32)

...Çünkü ona hesap soracak kimse yok ki... Caydırıcı sebepler olmadığı için kullanımda kabalaşıyor yani. (Ç70)

...Misafir memnuniyeti adı altında çalışanların, idari kanalların idare eden insanların buna müdahale edemeyişleri... (Ç35)

...Bizim rahat vermemizden de kaynaklanıyo, kart (plaj havluları için) uygulaması yapmıyoruz vesaire. Lüksü tanımlarken böyle olması gerekliliğini düşündük ama misafirleri de uyarıyo vaziyetteyiz... En yakın rakibinin nerdeyse ... katı fiyatına satan otel olduğu için kısıtlama lafını kullanmak istemiyoruz. Misafirlere o noktada bi stres yaratmak istemiyoruz. Kendi anlayışlarına, kendi alışkanlıklarına, kendi lüksü tanımlamalarına göre oteldeki imkanları kullanabilsinler istiyoruz. Ama bu rahatlık ve bu sınırsız tüketebilme standardı misafirlerin kendi algılarına kendi kullanım şekillerine, ahlaklarına göre değişkenlik gösteriyo... (Ç42)

...Biz bunda çok cömert olan tesislerden bi tanesiyiz zaten. Hani çok böyle tasarruf ucu ucuna misafire yetecek kadarını vermenin ötesinde biraz daha böyle konforu artırmak adına ya da lüks konseptin gerekliliği adına fazla fazla sunuyoruz. Buklet malzemeleri ya da farklı farklı malzemeleri diyim yedekli bırakıyoruz mesela o anda işte bittiğinde çağırıp işte onunla uğraşmak durumunda kalmasın diye vesaire gibi, dediğim gibi ha yaşam konforunu artırıcak... (Ç45)

...Yani biz biraz serbest bırakıyoruz işte fazla para aldığımız için insanları sıkamak istemiyoruz. Ama sıkamak istemediğin zaman da müthiş bir şey oluyo, israf oluyo... Böyle relax bıraktığımız ödenen paraya karşılık bırakmak zorunda kaldığımız için örnek olarak... (Ç13)

...Biz sınırsızca hizmet veriyoruz. Biz en başta misafir memnuniyetini düşündüğümüz için, sınırsızca, tuvalet kağıtlarını sınırsızca koyuyoruz, çarşaf konusunda mesela hep temiz şık olmasına özen gösteriyoruz. Dondurmayı pakette koyuyoruz, bir kerelik içilmeyecekleri sınırsız veriyoruz. Aslında baktığınız zaman biz teşvik ediyoruz yani. Misafir memnuniyeti baz alınarak yapılan sınırsız hizmet... (Ç93)

...Otel bazında düşündüğümüz zaman misafirin taleplerini karşılamak durumunda otel. Bir şeyleri kısıtlama şansı bir nevi yok. O olay için o an bir çözüm çok da yok... (Ç76)

Yiyecek büfesindeki çeşitliliğinin gereğinden fazla olması israfı artırırken, büfede yeterince çeşit olmadığında da bazı yiyecek çeşitleri önünde kalabalık sıralar oluşabilmekte, bu durum misafirlerin tekrar sıraya girip beklememek için fazladan yiyecek almasına yol açabilmektedir. Bu bağlamda, büfedeki yiyecek çeşitliliğinin miktarında bir denge sağlanması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Ç88 kodlu katılımcının bu konudaki ifadesi aşağıda sunulmaktadır.

...Ben çeşitliliğin tüketimi düşürdüğünü düşünüyorum. Yani az çeşit her zaman yemeye zorluyor. İşte misal büfelerde oluşan sıralar insanları yemeye zorluyor veya yememesi gerektiği halde, acaba bir daha sıraya geçer miyim korkusuyla daha fazla almaya yönlendiriyor... Bugün tavuk ızgara veriyorsunuz, misafir geliyor menünüze bakıyor, patatesiniz var, pırasanız var, ispanağınız var bi tane de tavuk ızgaranız var, büyük ihtimalle tek ve çeşitlilik dar olduğu için,

oralarda sıra artıyor. Sıraya girdiği zaman insanlar, ya bi daha mı sıraya girecem, bi de bir çeşit var, alternatif yok, haydi hurra oraya hücum ediyor. Çeşitlilik biraz göz tatmini sağlıyor. (Ç88)

Otel çalışanlarına göre, otel misafirlerinin tüketimleri sırasında ortaya çıkan israfın önemli nedenlerinden biri de misafire sunulan ürünlerin kalitesiz/kusurlu olmasıdır. Misafir tarafından alınıp beğenmeme nedeniyle tüketilmeden bırakılan ürünler tekrar kullanılamayacak hale gelirken, misafirin başka bir ürün almasıyla da tüketimin ve israfın boyutu artmaktadır. Bu bağlamda, israf misafir tarafından gerçekleştirilmiş olsa da, israfın kaynağı misafire kalitesiz ürün sunan işletmeler ya da çalışanlardır. Otel çalışanlarının bu konuyla ilgili ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Hani eğer mesela verdiğiniz ürün asitsizse hani asiti kaçmışsa zaten onun hiçbirşeyi yok. Hani alternatifi yok direk çöp... (Ç6)

...Kalitesiz ürün alırsanız aldığınız ürünler yenmez çöpe gider. Onun yerine başkasını alır misafir. Mesela büfeden bir ürünü aldınız yemediniz. Bunun nedenleri 1) ya ürün kalitesizdir, 2) iyi hazırlanmamıştır, 3) iyi sunulmamıştır... (Ç61)

...Bir ürünün kalitesini etkiliyo, ürünün kalitesi ve lezzeti kötü olduğu zaman misafir başka ürüne yöneliyor, onu alıyo ama onu beğenmediği için... Eğer biz bi ürünü gereken kalitede ve lezzette servis edemiyosak hazırlayamıyosak ekip olarak bizim için tüketim artacak misafir için de israf artacak. Ben bu balığı beğenmedim, aldım çok güzel görünüyordu ama içi çiğ. E ben bunu napiyım yemiycem ki, taabi ki yemiyecek misafir onu. Onu atıcak bi kenara tabağna, garson gelip alıcak, o sırada gidicek kendine başka bişey seçicek. Hani burda bizim yaptığımız işin kalitesi ve standardı da misafirin israfını önlemede çok belirleyici oluyo. Tabi bu barmenin hazırladığı kokteyle kadar öyle... Barmen bi kokteyli hazırlar. Eğer verilen reçeteye ya da uluslararası standardına uymazsa, misafir bi yudum aldığı anda onun standart bi tadı vardır, atıyorum bi dry martini kokteyli ben bunu beğenmedim diyip başka bişey içicek. Benim için hem para kaybı misafir için de dolayısıyla israf olacak... (Ç16)

...Markaları yanlış verdiği zaman, görünmeyen verdiği zaman, alıyorlar konsantre iyi değilse marka olarak, zannediyoruz ki bize 3 liralık konsantreyi açıyorlar, 6 liralık konsantreden açsa bir kere içip bırakacak ama iyi olmayınca, şeker oranı yapay, fabrikasyon oranı yüksek olduğu zaman lezzetinde onu daha çok atıyorlar çöpe onu gördüm. Yani kaliteli olması gerekiyor, kalitesiz bir ürün muhakkak çöpü yüksek oluyor... (Ç57)

...Veya bir yemeği lezzetli yapmazsanız, bakın bu çok önemli, bir özeleştirmedir aynı zamanda, biz bunu çok gözlemliyoruz, lezzetli bir yemek yaptığınızda, diğer yemeklerin tüketiminin azaldığını, o yemeği yiyince insanların başka yemek yeme gereği duymadığını, örneğin bir gün et döner kestiniz ve çok iyiydi. O et döneri sadece ana yemek olarak alıp, yanına başka hiçbir şey almayıp, dönerle doyup çöpe gitmediğini görüyorsunuz. Aslında burda israf dediğimiz şey biraz da kalitesiz ürünün beğenilmeyerek kullanılmaması aslında. Yani orda bilinçsiz, özensiz bir tüketici değil, aslında kötü üretilmiş bir ürünün işe yaramaması var... (Ç91)

...Yani onda yemeğin servis edildiği sıcaklık bile israfa sebep olabilir. Düşünün sizin önünüze buz gibi bir Adana kebab gelmiş, yer misiniz? Yemezsiniz. Eğer siz şunu yaptıysanız 1000 kişilik bir otelde Adana kebab servisi yapılıyor, adam nasıl yapıyor mangala 30 tane koyuyor dolduruyor, adam daha yemek başlamadan bir saat önce o Adanaları diziyor oraya, siz de gidip alıyorsunuz, onun zaten sıcak olma şansı yok. Dolayısıyla müşteri bir alayım diyor, bakıyor ki soğuk. O soğuk kebab lezzetli olmayacaktır. Dolayısıyla onu yemiyor, gidiyor başka bir şey alıyor. Burda şimdi suçlu onu tükettiğini düşündüğümüz, hedef tahtasına koyduğumuz insan mı, yoksa onu uygun sıcaklıkta, uygun servis koşullarında sunmayan restoran mı?... (Ç91)

...İyi bi şey hazırlarsanız, bazılarını zaten sadece görüntüden ibaret hazırlıyoruz ama maalesef yemek içmek sadece görüntü değil, bi de bu yemeğin kalitesi tadı var. Şimdi hoş görünüyor, çok güzel görünüyor, ben mesela tatlı büfesi için konuşayım, gerçekten jölelerle filan parlatılmış, şekillendirilmiş güzel görünüyor alıyorsunuz ama tadı çok kötü. Böyle bir durum da var, sadece

misafire yüklemek çok da adaletli olmaz açıkçası. Bizde büfeye çıkardığımız ürünün kalitesi, tadı onlar önemli, onu da çıkarmadığınız için, çıkarmadığınız zaman misafire önce hoş geliyor, alıyor bu sefer de yiyemiyor. Beğenmiyor çünkü, bunlar da etkili tabi... (Ç66)

...Aldığınız yemekte lezzet tatmini yapamıyorsanız o da israftır ve tabakta çöpe gidecektir. Yani antrikotun sertliği bile bunu belirler. Yani yemeğin pişme kalitesi, derecesi resepti yani içeriği sosları, hangi ülkeden gelen insanlara hitap edecek bu yemekle, bunu çok iyi anlamak lazım... (Ç88)

Çalışanlara göre, bazı hizmet hataları da misafirin israfa yönelmesinde etkili olabilmektedir. Örneğin, garsonların masalara sipariş için çok seyrek uğraması misafirin bir sonraki sipariş için bekleme süresini azaltmak gayesiyle tek seferde birden çok (fazladan) sipariş vermesine yol açabilmektedir. Ç66 kodlu katılımcının bu konudaki ifadesi aşağıda sunulmaktadır.

...Şu an bile personelin bile dönüp bakmayacağını düşünüyor şimdi kaliteli personel sıkıntısı çektiğimiz için sektörde ben de ... turizm mezunuyum fakülteden, yani bu işi genelde eğitim alanlar bu işi yapmadığı için, genelde kalitesiz personel oluyor ve bi baktığı zaman ikinciye dönüp bakamıyor. Dolayısıyla servis aksıyor, bundan dolayı fazla sipariş alınıyor, bu da ister istemez israfa sebep oluyor... (Ç66)

Tesisin fiziksel altyapısı (iklimlendirme sisteminin iyi olmaması, ısı yalıtımı yapılmamış olması vb.) ve restoran içerisinde büfelerin konumundan ve yapısından kaynaklı sorunlar da misafirlerin israfa yönelmesinde etkili olabilmektedir. Ç91 kodlu çalışanın bu konudaki ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Göz göre göre teknolojiden faydalanmayıp, eski moda bir teknolojiyi devam ettirmek, yenilikçi bir arayışa girmemek de bir israftır... Enerjide de yine otellerin bu israfı engelleyecek teknolojik yatırımı yapmaması. Çok iyi doğramalar kullanmazsanız, pencerelerin v.s. lerin izolasyonunu çok iyi sağlamazsanız, ısı kaybınız çok olur. Burda yani son tüketiciyi suçlamaktan ziyade bu alt yapıyı yapan veya fizibiliteden başlayan bir süreç var aslında. Dolayısıyla sizin camınız kırıkta enerjiniz boşa gidecektir, önce camı yapmanız lazım... Veya sizin camlarınız güneşe karşı korumalı değilse, o adam da dışarıdan geldiğinde oda çok sıcaksa ve klimanız kısa sürede soğutmuyorsa, konforlu bir hale gelmiyorsa o oda, adam diyor ki "bari çalışsın benim klimam", ama siz gittiniz oda iki dakika içinde soğutan bir klima sistemi varsa, izolasyonu iyi bir oda, kliması güçlü, alt yapısı işte teknolojinin nimetlerinden faydalanmış bir klima kısa sürede soğutacaktır. Ama çok eski bir klima ve izolasyonu iyi olmayan bir klima odayı bir saatte soğutacaktır. Aksi takdirde adam diyecektir ki "bari yemekten önce oda soğumasın ya da ısınmasın, ben en iyisi bu kartı hiç çıkarmayayım" diye ikinci saver kartı yoluna başvuruyor. Aslında olay ordan başlıyor. Olay sizin sunduğunuz hizmetin müşteriye tatmin edemeyişinden başlıyor eğer siz müşteriyi tatmin edecek hizmeti sunarsanız, müşteri bu tür israfa neden olacak davranışlara gerek duymayacak... (Ç91)

...Büfede slalom yapıyorsunuz, yani salatayı almak için sırada bekliyorsunuz, siz oturana kadar zaten aldığınız çorba, 200 metre ilerideki masanıza ulaşana kadar zaten soğuyor. E o soğuk çorbayı içmiyor da adam, başka bir şey alayım diyor. Ama masaya kadar o aldığı yemek sizin otelinizin fiziksel alt yapısı buna uygun mu, bunları hiç düşünmüyoruz hemen işte, genel olarak söylüyorum, topu müşteriye yani son tüketiciye atıyoruz ama biz onu, uygun alt yapıyı hazırladık mı, sıcak yemeği yiyeceği, oturup rahat edeceği. Bazen bun alıyor insanlar sıcak bir restorandan yiyeyim de gideyim veya terden öldüm, uygun soğutulmamış bir restorandan bir an önce çıkmak istediği durumlar da var. Bunları da göz önünde bulundurmak lazım... (Ç91)

İsrafın nedenlerine ilişkin ortaya çıkan bir diğer kategori kişisel nedenlerdir. Kişisel nedenlerden en sık tekrar edilen ifadeler “konfor arayışı”, “merak”, “misafirin tüketilebilecek miktarı yanlış tahminlenmesi (özellikle açken), porsiyonlamayı doğru yapamaması”, “görgü” ve “kişisel alışkanlıklar” şeklindedir. Çalışanların bahsedilen faktörlerle ilgili ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Odasına geldiğinde konfor aradığı için soğuk bi odaya giriyö ama içerisi buzhane gibi oluyo... (Ç19)

...Enerjiden israf. Ama sonuçta tatile gelmiş bi misafir bazı şeylerde rahatlık istiyö... (Ç51)

...Tabi ki misafirler 5 yıldızlı bir otelin konforunu kullanmak istiyorlar. Bütün bir yıl memleketinizde çalışmışsınız, belki o bir hafta, iki hafta tatil için, ne zorluklarla o parayı yanana koyabilmişsiniz ve gittiğiniz otelde de o 1-2 haftanın lüksünü ve konforunu yaşamak istiyorsunuz... (Ç65)

...Merak ediyö denemek için... Hepsini denemek istiyö mesela... (Ç13)

...Yemeği alırken insanlar aç oluyorlar ya aldıklarının sınırını bilemiyorlar... (Ç85)

...Görgüsüne bağlı müşterinin neler alıp neler almayacağı... (Ç8)

...Örneğin şimdi her yiyeceği herkes yiyebilecek anlamında bir şey yok, örneğin kerevit diye bir su ürünleri mahsulü var, onun ayıklanması bir el becerisidir. Yani siz ömrünüzde hiç yemediyse, tabağınıza da örneği üç tane yiyecek geldi, siz 33 tane alırsanız ve onları yiyemeyip, beceremeyip, ben bunu yiyemedim deyip, oraya döküp, gidip başka ürün alıp, onun tadına bakıp... (Ç77)

...Aldığı şeylerle doğru orantılı, eliyle yemek yeme isteği olabiliyö. Nasıl kullanılacağını bilmiyö, alışkanlık yok, o kültürde değil... (Ç80)

...Bi de o alışkanlıklarında var yani... (Ç25)

...Sonuçta burda bir yaşam söz konusu aslında yani hayatlarının belli bir dönemini burda bazen 1 ay bazen 3 gün bazen 1 hafta. O dönemi burda yaşıyorlar. Kazanmış oldukları o yaşam alışkanlıklarına göre de burdaki malzemeyi kullanıyö... (Ç45)

...Ya bu kişisel kendi yaşam tarzlarıyla da alakalı bence. Bunlar bu otele gelince farklı, diğer otele gidince daha farklı olmuyorlar kişisel görüşleri ve davranışları aynı şekilde devam ediyordur. Bir pansiyona da gitse kafasındaki tatil projesi aynı... (Ç76)

Çalışanlar tarafından bazen misafirlerin intikam arzusu, gösteriş merakı, ahlaki değerlerindeki eksiklikler ya da mülkiyeti başkasına ait bir malı kullanıyor olmaktan kaynaklı olarak da israfla karşılaşılabilirdi ifade edilmiştir. Çalışanların bu konulardaki söylemleri aşağıda sunulmaktadır.

...Ama biraz intikam duygusuyla yapıyorlar bunu. Bu aslında sık rastladığımız bir şey değil ama bazen oluyor. Bu intikam duygusu bazen karşılaştığı durumlar, acentasıyla ya da transferi sırasında veya girişte yaşadığı bir olumsuzluğun acısını çıkarmaya çalışıyor... (Ç61)

...Bi personele kızıp fazla, israf olayına girmesi, zarar verme amaçlı karşılaştığımız durumlar da oluyor. Ya da istediklerini alamama karşılığında yapmış oldukları israflar da oluyor. Mesela konsept dışı istedikleri şeyler oluyor. Bunlara da karşılık veremediğimiz zamanlar olduğunda fazla israf ya da zarar verme şeylerine gidebiliyorlar yani. Hani bunlar karşılaştığımız durumlar yani, burda karşılaştığımız... (Ç3)

...Bir müşteri memnun olmazsa sinirini sağdan soldan çıkarır... Yani o şekilde onlar da istediği hizmeti bulamazsa... Sağda solda atar, tutar, kırar o da... (Ç84)

...aşırı derecede, gösteriş yapabiliyö. Bu da çok büyük zarar veriyö... (Ç32)

...bi hava atma şeyi var. Gösteriş var, o şimdi ne yapıyor, masayı böyle dolduracak, hebisinden birer tane alacak... (Ç79)

...Şatafatlı olsun istiyor masalar... Birazda gösteriş merakı var. Ondan dolayı da masaları mümkün mertebe donatmaya çalışıyorlar... (Ç66)

...Biraz da ahlaki bi davranış şekli gibi görünüyo... (Ç42)

...Vidani bi sıkıntı olabilir kişide vicdani ahlaki bi boyutu olabilir... (Ç45)

...İnsanın doğası gereği size ait olmayan bir malı çok özenli kullanmazsınız. Burada mülkiyet kavramı devreye giriyor. Mesela rent a car arabalarını çok dikkatli kullanmıyoruz... (Ç91)

...Kendi malları olmadığı için, para verip geldiklerini düşünüyor, çünkü hiçbir kendi malı değil, ne götürebilsem, ne yiyebilsem, kar olarak düşünüyor. Bence ondan dolayı, başka bir şey yok... (Ç70)

...Bi de kendi malları gibi görmedikleri için istedikleri gibi kullanıyorlar. Düşünmüyorlar yani onun israf edildiğini, çöpe gittiğini... (Ç33)

Çalışanlar tarafından üşengeçlik, yenilik arayışı, ben merkezcilik (egoism), ülkeye zarar verme isteği, ev sahibi topluma yönelik düşmanlık beslemek, lüks arzusu, psikolojik rahatsızlıklar, titizlik, bencillik (selfism), dikkatsizlik, gidilen otel (sunulan ürünler, konsept vb.) hakkında bilgi sahibi olmama ve misafirin destinasyona ilk kez gelmiş olması, ülke mutfak kültürünü tanınamaması gibi diğer kişisel nedenlerin de israf üzerinde etkili olduğu ifade edilmiştir. Çalışanların bu konudaki ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Yaa bi daha mı gidicem, üşengeçlikte var içinde alırlar ve sofrada kalır... (Ç28)

...Bir suysa iki su (şişe su) alıyor, biriyle üşengeçlikten elini yıkıyor... (Ç70)

...Orada musluklarımız olduğu halde tembellik yapıyor o musluklarda ayaklarını terliklerini yıkamıyor... (Ç89)

...Yeni tatların denenmek istemesi, bu da israf sebebi. Siz bilmediğiniz bir Türk yemeğini bir tadayım diyorsunuz, sevmediğiniz bir tat çıkıyor, sosunu beğenmiyorsunuz veya içeriğini beğenmiyorsunuz geleneksel damak tadınıza, alışkın olmadığınız bir tatsa, bunu bırakıyorsunuz. Yani direkt olarak kötü niyet veya cehalet de aramamak lazım... (Ç91)

...Daha önce tatmadığı bi şeyi tatmak istemesinden dolayı bu oluyo... (Ç32)

...E şimdi bu... Bencilliklerle anca açıklanır bilmiyorum. Biz toplum (toplum) olarak çok bencil davranıyoruz, onun çok büyük etkisi var... (Ç79)

...Ha bazen de bazı insanlarda psikolojik arıza da olabiliyor yani bulunduğu mekana ve veya birilerine zarar vermekten zevk duyan sapkın ruhlu insanlar da olabilir. Onlar da artık istisnadır... (Ç12)

...Ben artık almıyorum, bu tecrübeyle ilgili o turistin daha önceki deneyimleri... Yani çok kriter var. Yani o adam daha önce Türkiye’de kaldıysa neyi yiyeceğini, neyi yemeyeceğini biliyor veya neyin onun damak tadına uygun olduğunu, hangi baharatların ağırlıklı kullanıldığını, bunlar çok önemli... (Ç91)

...Çünkü oteli tam bilmiyor... İnsanlar ilk birkaç gün oteli tanıyorlar, tanırken de her şeyi deneyip, işte tatilinin geri kalanında neyi biz daha çok kullanalım noktasında cevapları bulmuş oluyorlar ve tüketim azalıyor... (Ç91)

...dünya farklılaşıyo yani işleri biraz daha kolaylaştıran biraz daha lükse yönelen biraz daha kişisel konfora yönelen biraz daha ben diyen bir felsefeye doğru gidiyo... (Ç45)

...Mesela İsraililer bizi sevmez, biz de onları çok severmiyiz bilmiyorum. Biraz dini inançlardan da kaynaklanan bizim mallarımıza zarar verme, bizi ne olarak görüyorlarsa, onlara sanki sevapmış gibi, gıcıklığına zarar verenler de var... (Ç62)

İsrafın nedenlerine ilişkin ortaya çıkan son kategori tatil psikolojisi. Tatil psikolojisiyle ilgili en sık tekrar edilen ifadeler “sarhoşluk” ve “tatilde olmanın verdiği rahatlık/tatil psikolojisi” şeklindedir. Çalışanların ifadelerinden hareketle, otel misafirlerinin tatilde gündelik hayattaki sorumluluklarından kurtulmuş olmanın ve tatilde olmanın verdiği rahatlıkla israfa yönelebildikleri anlaşılmaktadır. Çalışanların tatil psikolojisiyle ilgili ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Özellikle alkol alan misafirlerin ciddi zararlara yol açtığı gözleniyor. Onlar kırıp dökme şeyine kadar gidiyor çünkü... (Ç76)

...Mesela alkol tüketiminde sarhoş olduktan sonra misafirler birçok içkiyi doğru içmiyorlar. Döküyorlar... (Ç30)

...Çok içtikten sonra bazen farkında olmadan bara geliyorlar, her şeyden alıyorlar... (Ç73)

...Tatil psikolojisi, tatilde insanlar kendilerini çok özgür hissediyorlar, bir de aslında onlar bu mutluluğu yaşasınlar diye biz de biraz şımartıyoruz... (Ç89)

...Psikolojik bi sebebi de var... Özellikle otelcilik için konuşacak olursak dışarıya çıkan örneğin bizler, şehir bile değiştirdiğimizde psikolojimiz değişiyor, daha bi rahatlığa eriyoruz. Normalde yapmadığımız, yani rutinde yapmadığımız davranışlar sergiliyoruz. Daha çok alkol tüketen, daha çok eğlence isteği olan, ama normal yaşantımızda bu kadar eğlenceli değiliz daha fazla işte işle güçle ilgili koşuşturmaca içerisinde olduğumuz için bi şehir değişikliğinde bile insanlar farklılık davranış farklılıkları gösterebiliyor... (Ç35)

...Alkolü evde de olsalar haftada bir, ayda bir tadıyorlar ama tatil psikolojisiyle insanlarda her gün alkol alabilirim, rahatım araç kullanmayacağım muhabbetine dönüşüyor. Hatta bu sağlığını tehdit edecek kadar bile heyecanlandırıyor... İnsanlar içecekleri günlük ihtiyaçları bazında uzun süreli zaman aralıklarıyla tüketirken, buraya gelince trafiğe çıkma korkusu yok, şu yok, bu yok işte hazır tatile gelmişim, kafamı dinleyeceğim deyip, iştahları açılıyor içecek konusunda. Sağlıklarını tehdit edecek boyutta alkol tüketimleri başlıyor... (Ç88)

...Alkolik olmayı bile tatilde alkolik oluyor... O tatil psikolojisi çok farklı bişey gerçekten... Atmosfer mi artık insanı o hale getiriyor bilemiyorum. (Ç90)

...Yani normal gündelik yaşantılarından daha çok alkol tüketiyorlar. Çünkü daha çok zamanları var, relax olmak istiyorlar... (Ç91)

Çalışanların ifadelerinden hareketle, otel misafirlerinin bazen birlikte tatile çıktıkları grubun dinamiklerinin etkisiyle de israfa yönelebildikleri anlaşılmaktadır. Çalışanlar tarafından, diğer otel misafirlerinin etkisiyle tatilde adeta yeniden şekillenen toplumsal normlara yönelik algılarla (çoğunluğun tatilde benzer şekilde israf ediyor olması) ya da tatilde herhangi bir normatif baskı hissetmemenin (örneğin, tatilde kendisini kimsenin tanımıyor olmasının) etkisiyle, otel misafirlerinin tüketimlerinde daha rahat, daha özensiz davrandıkları, israfa yöneldikleri değerlendirilmektedir. Çalışanların bu konudaki ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Bütün bunların yanı sıra hareket ettikleri grup önemli. Bi düşün ben ve eşim Paris'teyiz nasıl davranırız ya da biz 20 kişilik bi grup olarak gittik, hiç uzağa gitmene gerek yok, otobüste üç beş arkadaş yan yana geldiği zaman ya da uçakta bi davranışlarını gözlemle, grup halinde geldiğimizde sürü psikolojisiyle neler yapabiliyoruz, ne kadar absürt davranışlar sergiliyoruz. (İsraf) Her şeyiyle artar. Her şekilde. Yani hem çevreye verilen zararda, hem gittiğin yerdeki diğer insanları rahatsız etmede... (Ç34)

...bir araya geldikleri zaman, çok daha fazla içecek söyleyip, onun coşkusuyla beraber ne kadar içki tükettiklerinin bile farkında olmuyorlar. Tüketsin tüketmesin masaları doldurabiliyorlar. Gruplarda biraz daha fazla oluyor açıkçası... (Ç65)

...Çok rahatlar, bu rahatlıkları her şeye yansıyor. Aslında bunlar için söylenecek en sihirli kelime o, çok rahatlar. Yani etraflarında hiçbir insan yokmuş gibi davranıyorlar. Yerken, içerken, dolaşırken, otelin birimlerini kullanırken, lobide resmen yatıyorlar, kendi evindeki kanepede uzanıp yatar gibi, uzanıp yatıyorlar. Uyarmak zorunda kalıyoruz çünkü bu düzeydeki bir otelde diğer misafirleri inanılmaz rahatsız eden bir durum. Bazen ayakkabılarını çıkarıp, restoranda olsun, lobide olsun ayakkabılarını çıkarıp kendi evlerindeymiş gibi, gayet rahatlar yani, çünkü etraflarındaki insanların rahatsız olabileceği ile ilgili sanırım nasıl bir durum bilmiyorum ama sanırım öyle bir kaygıları yok ya da bilgileri yok... Yani bağırtıları, çağırıltıları, çocukların oteli kullanımı, kendilerinin kullanımı, her yerde çok rahatlar... (Ç53)

...Bi de toplumdaki yadırganma, evet toplumda farklı kategoride insanlar vardır farklı düşüncede, bu tarz düşünceye sahip olmayan insanlar dışlanır. Ama bizim toplumda ya da farklı tip toplumlarda genelde çoğunluk bu tarz düşünceye sahip olduğu için hani bi dışlanma korkusu da yok kişilerde... (Ç15)

...hani şehir değişikliği bile normalde yapmadığımız rutinden kaçmak için yaptığımız şeylerin bi başlangıcı. Burda da kendini freni boşalmış bi kamyon gibi hissediyorlar. Normalde o kadar tüketmediği şeyi normalde o kadar içmediği, o kadar eğlenmediği birçok aktiviteyi yapma eğiliminde oluyo. Çünkü onu burda kimse tanımiyo, şehir değişikliği yapmış, kendini bi bakıma da aslında sistemin yaşam döngüsünün içerisindeki bağlarından kopmuş hissediyö, o yüzden fütursuzca bi tüketime giriyö. Bunu da bi sebep sayabiliriz. Yani bunu belki bi psikolojik bi sebebin içerisinde sayabiliriz. (Ç35)

Tatil psikolojisiyle ilgili aktarılan ifadelerin, bireylerin tatilde günlük hayatta olduğundan daha farklı bir psikolojiye bürünerek, günlük hayatta gerçekleştirmedikleri liminoid (rutindışı) davranışlara yönelmesiyle de bağlantılı olduğu anlaşılmaktadır (Aktaş Polat, 2013:99). Liminoid davranışlar, işten ve günlük sorumluluklardan uzak eğlenme-dinlenme ortamlarında (leisure settings) ortaya çıkan geçici davranışlardır (Taheri, Gori, O’Gorman, Hogg ve Farrington, 2016:19-20). Rızaoğlu (2012) tarafından, turistik ortamlarda normal uyuma ve kalkma saatleri dahil olmak üzere normal günlük etkinlik kalıplarının farklılaştığı, özgürlüklerin ve kuralsızlıkların turist kültürünün bir parçası haline geldiği ifade edilmektedir. Çalışanların, bu tür turist eğilimleriyle ilgili ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Çok yoğun çalışıyo, çok stres altında ben 10 gün burda tüketerek mutlu olcam. Ama kesinlikle mutluluk gelmiyor karşında çünkü kendilerini yoruyolar neyi tüketsem diye... (Ç15)

...günlük kullanımların evlere göre tabii ki günlük duşa girme çıkma gibi şeyleri oluyor fakat keyife dönüşüyor bu, bir gereklilik tabi ama bu keyife dönüşüyor...

4.19. Otel Misafirlerinin İsrafa Yönelmesini Önlemeye Yönelik Uygulamalar

Otel çalışanlarından 16’sı çalıştıkları otelde, misafirlerin israfa yönelmesini önlemeye yönelik herhangi bir uygulama bulunmadığını ifade etmiştir. Diğer 77 otel çalışanıyla yapılan görüşmelerden elde edilen verilere uygulanan içerik analiziyle, otel misafirlerinin israfa yönelmesini önlemeye yönelik otel uygulamalarına ilişkin toplam 69 kod oluşturulmuştur. Otel misafirlerinin israfa yönelmesini önlemeye yönelik otel uygulamalarına ilişkin bulgular Tablo 4.19.’da sunulmaktadır. Otel misafirlerinin israfa yönelmesini önlemeye yönelik otel

uygulamalarına ilişkin temalar “gıda israfını önleme uygulamaları” (92 tekrar; %37,1), “enerji israfını önleme uygulamaları” (69 tekrar; %27,82), “tekstil kullanımındaki israfı önleyici uygulamalar” (26 tekrar; %10,48), “sürdürülebilir tüketimi destekleyici uygulamalar” (25 tekrar; %10,08), “su israfını önleme uygulamaları” (14 tekrar; %5,65), “sarf malzemesi ve demirbaşlara yönelik israfı önleyici uygulamalar” (11 tekrar; %4,44), “zaman ve emek israfını önleyici uygulamalar” (3 tekrar; %1,21) ve “diğer uygulamalar” (20 tekrar; %8,06) şeklinde ortaya çıkmıştır.

Tablo 4.19. Otel Misafirlerinin İsrafa Yönelmesini Önlemeye Yönelik Uygulamalar

Temalar	İfadeler	f _i	Σ f _i (259)	%	Σ%
Gıda İsrafını Önleme Uygulamaları	Restoranda anlık (aleminut) ve talebe göre pişirim yapılması, bazı yiyecek çeşitleri için şov büfelerinin kullanılması	15	92	16,30	35,52
	Restoran çıkışında odalara yiyecek içecek taşınmaması konusunda misafirlerin sözlü olarak uyarılması	8		8,70	
	Menü planlamasının misafirlerin mutfak kültürlerine ve genel tercihlerine uygun yapılması (Büfeden tüketilmeden mutfağa geri dönen gıdaların istatistiklerinin tutularak ya da gözlemler ve araştırmalara dayalı olarak)	7		7,61	
	Restoranda (tatlılar, mezeler vb. için) minimal sunumluklar kullanılarak, adetlik/tadımlik sunumlar yapılması	6		6,52	
	Restoranda, odalara yiyecek içecek taşınmamasına ilişkin yazılı mesajlar kullanılması	5		5,43	
	Mutfaktaki üretim miktarının misafir sayısına göre yapılması	4		4,35	
	Restoranda misafirlere kibarca sözlü yönlendirmelerde bulunulması (tazesinin 5 dakika sonra çıkacağı, alerji ya da diyabet hastalarına özel menüler hakkında vb.)	3		3,26	
	Küçük boy su şişelerinin (bardak suların) tercih edilmesi	3		3,26	
	Restoranda kullanılan küçük boy servis tabaklarının kullanılması	3		3,26	
	Restoranda “ihtiyacınız kadar yiyecek alınız”/“Yiyebileceğiniz kadar almanızı rica ederiz” şeklinde yazılı mesajlar kullanılması	3		3,26	
	Yiyecek çeşitliliğinin sınırlandırılarak, büfede taze, lezzetli ve kaliteli ürün çıkartılması	3		3,26	
	Küçük boy bardakların kullanılması	3		3,26	
	Yiyecek büfelerindeki isimliklerde ya da dijital panolarda yiyeceklerin içeriği, kalorisi vb. hakkında bilgiler sunulması	2		2,17	
	Dönem dönem restoranda çöpe atılmış olan gıdaların öğünlerden sonra tartılarak, israf edilen miktarların restoranda yazılı olarak sunulması	2		2,17	
	Restoranda büfedeki yiyeceklerin dokunulmadan alınmasına yönelik (lütfen maşayla alınız gibi) yazılı mesajlar kullanılması	2		2,17	
	Restoranda masalara şişe su bırakmak yerine, misafirlerin su bardaklarının talebe göre garsonlar tarafından doldurulması	2		2,17	
	Restorandaki küvetler çok fazla doldurulmadan, yiyeceklerin bittikçe takviye edilmesi	2		2,17	
	Sunulan yiyecek ve içeceklerin kalitesinin ve lezzetinin artırılmaya çalışılması	2		2,17	
	Alakart restoranlar için menüler oluşturulması, misafirlerin rezervasyon esnasında menü tercihlerinin öğrenilerek hazırlık yapılması	2		2,17	
	Ana restoranda meyve doğrama istasyonu kullanılması, anlık ve tercihe göre doğranarak porsiyonlanmış meyvelerin sunulması	2		2,17	
	Misafirlerin ara öğün alabilecekleri atıştırmalık istasyonlar (snack bar) yoluyla misafirlerin ana yemeklere çok aç bir vaziyette gelmelerinin önüne geçilmesi	2		2,17	
	Aynı anda çok fazla içecek alan misafirlerin sözlü olarak kibarca uyarılması	2		2,17	
	Restoranda peçeteliklerin üzerinde “bizim kültürümüzde табаға gereğinden fazla yemek alınması ve tabakta yemek bırakılması hiç hoş karşılanmaz” şeklinde yazılı ve resim çıkartmalı (sticker) mesajlar kullanılması	2		2,17	
	Misafir restorandan ayrıldıktan sonra aşırı israf gözlenen masaların fotoğrafının çekilip büfe girişinde sergilenmesi	1		1,09	
	Menü planlamasının (büfedeki yiyecek çeşitliliğinin) misafir sayısına göre yapılması	1		1,09	
	Porsiyonlama miktarının sınırlandırılarak misafirin arzusu üzerine tekrar servis yapılması	1		1,09	
	Restoranlarda misafirin ihtiyaç duyduğunda enformasyon alabileceği sayıda ve yetkinlikte personel bulundurulması	1		1,09	

Tablo 4.19. (devamı)

	Misafirlerin alakart restoranlara yönlendirilmesi	1		1,09	
	Açık alanlarda içeceklerin içi buz dolu kovaların içerisinde servis edilmesi (içeceklerin ısınmasını önlemek için)	1		1,09	
	Alakart restoran sayılarının artırılması	1		1,09	
Enerji İsrafını Önleme Uygulamaları	Oda kartı (energy saver) kullanımı	34		50,00	
	Odada balkon kapısı açıkken klimanın devre dışı bırakılması	9		13,24	
	Elektrik tasarruflu aydınlatmalar kullanılması	6		8,82	
	Genel alanlarda sensörlü aydınlatmalar kullanılması	5		7,35	
	Oda kartının kişi sayısına göre verilmesi	5	68	7,35	26,25
	Merkezi iklimlendirme otomasyon sistemlerinin kullanılması	4		5,88	
	Misafirleri enerji tasarrufuna yönlendirici yazılı mesajların kullanılması	3		4,41	
	Akıllı oda sistemleri (misafir odalarında hareket sensörleri) kullanılması	1		1,47	
	Genel alanlarda sensörlü kapılar ve hava perdeleri kullanılması	1		1,47	
Tekstil kullanımındaki israfı önleyici uygulamalar	Odalarda havlu ve çarşafların tekrar kullanımına (re-use) yönelik yazılı mesajlar kullanılması (havlu kartı, yeşil yaprak vb. uygulamalar)	22		84,62	
	Odalara kişi sayısına göre tekstil malzemesi bırakılması	2	26	7,69	10,04
	Plaj havlusu dağıtım noktalarında personel bulundurulması	1		3,85	
	Kişi sayısına göre plaj havlusu verilmesi, plaj havlusu değişimlerinin 1 Euro olarak ücretlendirilmesi	1		3,85	
Sürdürülebilir Tüketimi Destekleyici Uygulamalar	Yeşil yıldız uygulaması	8		32,00	
	Otelin çeşitli noktalarında (çevre panolarında, odalarda vb.) tasarruf ve doğanın korunmasına yönelik yönlendirici yazılı mesajlar kullanılması	6		24,00	
	Misafirleri atık yönetimi (özellikle atık ayrıştırıcıları) konusunda bilinçlendirmeye yönelik (panolar, çevre broşürleri, odalar vb. yerlerde) yazılı mesajların kullanılması	3		12,00	
	Misafirlerin interaktif tv bildirimleriyle tasarrufa yönlendirilmesi	2		8,00	
	Travelife uygulaması	2	25	8,00	9,65
	Otelde sürdürülebilirlikle ilgili gerçekleştirilen uygulamaların misafirlerle paylaşılarak, bilinçlendirmeye ve duyarlılık aşılarmaya çalışılması	1		4,00	
	Otelin çeşitli noktalarındaki led ekranlarda otel (barlar, alakart restoranlar, açılış kapanış saatleri vb.), konsept ve havuz/plaj kullanım kuralları gibi konular hakkında bilgilendirmelerin yapılması	1		4,00	
	Otelin çeşitli alanlarında (odalarda, ortak tuvaletlerde vb.) küçük sembollerin olduğu çevre dostu çıkartmalar kullanılması	1		4,00	
	Misafirlere çevre anketi uygulanması	1		4,00	
Su İsrafını Önleme Uygulamaları	Musluk ve duş başlıklarında perlatör kullanılması	9		64,29	
	Fotoselli musluklar kullanılması	3	14	21,43	5,41
	Su tasarrufuna yönlendirici yazılı mesajların kullanılması	2		14,29	
	Odalara kişi sayısına göre buket bırakılması	3		27,27	
Sarf Malzemesi ve Demirbaşlara Yönelik İsrafı Önleyici Uygulamalar	Misafirlerin konsept dışı malzeme taleplerinin ücret karşılığında karşılanacağını misafirlere bildirilmesi	2		18,18	
	Otelde misafir tarafından zarar verilen mallara/malzemelere yönelik hasar bedelinin misafirin faturasına yansıtılması	2	11	18,18	4,25
	Odalarda misafire sunulan sabun ve şampuanlar için dispenser kullanılması	1		9,09	
	Ortak tuvaletlerde fotoselli köpüklü sabun dispenserleri kullanılması	1		9,09	
	Animasyon, aktivite alanlarında cam bardak yerine karton bardak kullanılması (kırılmayı önlemek için)	1		9,09	
	Odalarda tek kullanımlık şampuanların sunulması	1		9,09	
Zaman ve Emek İsrafını Önleyici Uygulamalar	Şezlongları rezerve etmemeleri konusunda misafirlerin sözlü olarak uyarılması	1		33,33	
	Şezlongların bulunduğu alanlarda, diğer misafirlere saygı açısından şezlong rezerve edilmemesine yönelik rica içeren yazılı mesajlar kullanılması	1	3	33,33	1,16
	Şezlong rezerve eden misafirlerin havlusunu bıraktığı şezlongun üzerine kırmızı bir kağıt üzerinde "bir saat içinde bu şezlong kullanımda olmazsa, havlunuz x alanına kaldırılacaktır" şeklinde uyarı içeren yazılı mesajlar bırakılması	1		33,33	
Diğer Uygulamalar	İsraf konusunda aşırıya kaçan misafirlere personel tarafından sözlü uyarılar veya yönlendirmelerde bulunulması	12		60,00	
	Personellere eğitim seminerleri düzenlenmesi	5	20	25,00	7,72
	Uygunsuz davranışları nedeniyle diğer misafirlere rahatsızlık veren misafirlerin otelden uzaklaştırılması (genelde acentasıyla görüşülerek)	2		10,00	
	Eğitilmiş personel çalıştırılması	1		5,00	

Otel misafirlerinin israfa yönelmesini önlemeye yönelik otel uygulamalarının ağırlıklı olarak gıda israfını önlemeye yönelik uygulamalar olduğu görülmektedir. Otel misafirlerinde ağırlıklı olarak gıda israfına yönelik davranışlarla karşılaşıldığı (%53,11) dikkate alındığında

önleyici uygulamaların gıda israfına yönelik olması doğal karşılanabilir. Gıda israfını önlemeye yönelik uygulamalardan en sık tekrar edilenler “restoranda anlık (aleminut) ve talebe göre pişirim yapılması, bazı yiyecek çeşitleri için şov büfelerinin kullanılması”, “restoran çıkışında odalara yiyecek içecek taşınmaması konusunda misafirlerin sözlü olarak uyarılması”, “menü planlamasının misafirlerin mutfak kültürlerine ve genel tercihlerine uygun yapılması (büfeden tüketilmeden mutfağa geri dönen gıdaların istatistiklerinin tutularak ya da gözlemler ve araştırmalara dayalı olarak)” ve “restoranda (tatlılar, mezeler vb. için) minimal sunumluklar kullanılarak, adetlik/tadımlık sunumlar yapılması” şeklindedir. Yapılan bu uygulamalarla ilgili çalışanların ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Bizim gibi otellerde biz büfe de kullansak Show cooking dediğimiz olaylara yöneliyoruz. Burda israf azalıyor. Çünkü burda anında pişiyor, anında misafire istediği kadar veriliyor, bi daha geliyor. Bu yüzde yüz israfı azaltmış oluyor... (Ç13)

...Anlık pişirimler yapmak için maksimum gayretimiz var. Bunu garnitür gibi olan işte pilavlar makarnalar gibi şeylerde biraz daha fazla önden pişirme yapmak zorunda kalınıyor çünkü uzun bi pişirme süreci var, beklemek o ürünleri bozmayabiliyor, bozmuyo genelini... (Ç42)

...Bir de alemunit sistemlere geçeceksin, yani show kriteri seviyor insanlar, bunu arttırdığın zaman ana restoranlarda o zaman israf otomatik olarak azalıyor. Bizde de var ve bu sene daha da arttırdık... (Ç57)

...Ya biz mesela şöyle söyleyim, odaya malzeme çıkarmamaları konusunda yönlendirmelerimiz var kapılarda aynı zamanda hosteslerimiz bekliyor. Çünkü odaya giden malzemenin ne şekilde tüketileceğini bilemiyoruz... (Ç30)

...Burda misafirin portföyüne bakıyoruz. Şimdi diyoruz ki ne var misafir içerde. Atıyorum örnekleme yapıyım, geçen ay toplantı grupları vardı burda. İnternational yemekler çıkarıyoruz. 1000 kişi var bini de türk bini de anadolunun bağrından kopmuş gelmiş babayiğit. Şimdi onlara laks yedirebilir misin? Somon füme yedirebilir misin? Ya da bi alabalık füme yedirebilir misin? Ya da işte lazanya yedirebilir misin? Atıyorum. Ya adamın istediği belli yani... Çiğ köfte istiyorrr, içli köfte istiyorrr, lahmacun istiyorrr, kebab istiyorrr (gülüyor), kısır istiyor yan şey yemek içinnnn, zeytinyağlı fasulye istiyorrr, yani niye çırpınıyorsun asortik usortik şeyler yapıp da efendime söyleyim Fransız mutfağından İtalyan mutfağından, yapma... Yapmadık. Cost'umuz (maliyetimiz) 13 Euro'dan 8 Euro'ya düştü 15 günde. Misafir memnuniyeti yüzde 80'den yüzde 95'e çıktı 15 gün içinde. Herkes mutlu; patron mutlu, aşçı mutlu, yenildi yapıldı yenildi, yaptığı şeyler bitirildi, tüketildi, sevildi, teşekkür aldı, misafir mutlu, herkes mutlu... Karma olduğu dönemlerde de işimiz daha da kolaylaşıyor. Bu sefer 12 yemek varsa, sıcak yemek, 4 millet var, 3'er tanesini bölüyorsun. Rus varsa çorbanın birini rus yapıyorsun. Bi tane yemeğini ukrayna yapıyorsun. Bi tane yemeğini kazak yemeği yapıyorsun. Üç tanesini türk yapıyorsun, üç tanesini alman mutfağına entegre ediyorsun. Bi karma menü yapıyorsun. Bu karma menüden herkes mutlu oluyor... (Ç34)

...Şimdi bizim burda uyguladığımız bişey var. Büfe geri dönüşler diye. Biz büfeye çıkan tüm ürünlerin kilo, işte kuvvet olarak büfe öncesinde kayıtlarını tutuyoruz... Ve aylık olarak bunları değerlendiriyoruz. Tabi bu atıklar misafir portföyüne göre de değiştiği için o portföye göre biz bu listeden üretimler yapıyoruz. Atıyorum mesela ruslar işte borş çorbası seviyosa zaten biliniyo ona göre daha fazla açıyoruz. Misafirin portföyüne göre çıkardığımız ürünler var. Onları değiştiriyoruz... (Ç33)

...Bütün gelen misafir portföyünün hepsinin genelini düşünerek çeşitliliği bu şekilde sağlamak zorundasın. Yani tek bir misafir profiliniz yok, portföyünüz geniş, dönem oluyor 40-50 milletten insanlarla çalışabiliyorsunuz en az. Böyle bir çeşitliliği sağlamak zor ama zevkli ama gerekli... Her türlü misafire hitap etmeniz lazım. Misafirlerin alışkın oldukları bir yeme tarzı vardır bir de değişik bir şeyler görmek, değişik bir şeyler tatmak psikolojisi, alışkanlıkları olsun. Bunların hepsini birden vermek zorundasınız. Tabi ki bayanların farklı, çocukların farklı, yetişkinlerin farklı, yaş gruplarının farklı her türlü beslenme alışkanlığına, hem milliyet, hem cinsiyet, hem

yaş grubu birçok alanı düşünerek hizmet vermeniz söz konusuysa bu çeşitleri zaten istesenez de istemeseniz de getirir, mecbursunuz... (Ç60)

...İkinci bişey sistem kurduk otelde, daha çok bizim servisimiz böyle -işte tekstilde hote coture derler- her şeyi minimize yapmak yani küçük küçük parçalarla ikram etmek. İnsanların şeyine, işte daha önce işte tatlılarda pastalarda 20 kişilik 30 kişilik pasta yapılıyordu, üç kişi geliyordu ortasından alıyordu, iki kişi andan alıyordu 50 kişilik pastayı 5 kişi darmadağınık edip gidiyordu. Kimse yararlanamıyordu. Ama şimdi bunlar çok küçük küçük minimize bardaklarda tabaklarda veya başka şeylerde bu da israfı mümkün olduğunca çok çok çok azaltma yöntemlerinden bi tanesi. Ha bizim için belki ilk etapta pahalı yatırımı ama geri dönüşümü olarak israf olarak çok çok daha iyi yani... (Ç13)

...Tabi ki yani bir mutfak anlamında dersek özellikle daha minimal üretimlere geçip, misafiri tadımlık derecesinde tüketim yapması için, ürettiğimiz ürünleri minimize ediyoruz ve onları minimal kaplara koyuyoruz. Atıyorum koca bir kaptaki ürünleri o kepçe ve maşa kontrolünde misafir ne kadar alacağını dengeleyemiyor ama biz ne yapıyoruz.. “a bak biz bunun içine koyduk, zaten tatmak için alıyorsun” dolayısıyla bu tüketimi sınırlamada güzel bir enstruman oluyor... (Ç89)

...Büfede bununla alakalı porsiyonlamaları çeşit çokluğundan dolayı daha minimize hale getirmeye çalışıyoruz, daha adet çalışmalar söz konusu. Bir misafirin birden çok ürünü tercih etmesi söz konusu olduğundan dolayı bununla alakalı şunu da alayım, bunu da alayım psikolojisinde daha küçük tadımlık denecek kadar ürünlerle biz bunu önüne geçerek önlem almaya çalışıyoruz. (Ç60)

Çalışanlar tarafından gıda israfını önleyebilmek ya da azaltabilmek amacıyla, otel restoranlarında çeşitli yazılı ve görsel mesajların kullanıldığı dile getirilmiştir. Bahsedilen mesajların bazı otellerde, yalnızca israfın yoğun olarak gözlemlendiği misafir gruplarının konakladığı dönemlerde restorana yerleştirildiği anlaşılmaktadır. Çalışanların bu mesajlarla ilgili ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Yaa şimdi. Bi ara çok fazla Arap misafirle çalışmaya başlamıştık biz hiç istemediğimiz halde büfelerin üzerine yazı yazmak zorunda kaldık. Yiyebileceğiniz kadar alınız, ihtiyacınız kadar alınız şeklinde yönlendirmeler koyduk... (Ç30)

...Ama biz napıyoruz hijyen kuralları çerçevesinde işte odalarınıza yemek çıkarmanız uygun değildir gibi kelimelerle onlara bi bilinç yaratmaya çalışıyoruz ama genel olarak gözlemlediğim her ülke için aynı şey geçerli tatile gelen insanlar çok fazla okuma okumuyorlar... (Ç35)

...Mesela, restoranlarda “lütfen dışarıya yemek çıkarmayın” yazısı, “tüketebileceğiniz kadar alın” yazısı, artı bizim büfelerde “lütfen masayla alın” gibi yazılar var... (Ç73)

...Elle ellemeleri konusunda “ellerinizle ellemeyiniz” gibi bişey var. Tabi bu da israfa neden olduğu için... Yazılı uyarısı var. Restorantta büfelerin üzerinde var. (Ç33)

...Restoranda şey yazıyoruz. Bugün bu kadar yiyecek atıldı diye bi tane afiş yapılıyo. Bugün bu kadar kilo yiyecek israfı yapıldı diye insanlar gördüğünde onların gözüne çarptığı tek bi nokta belirliyoruz her masa değil, hani geçerken on kişiden üçü görse o bile bi kazançtır. Restoranın girişinde bi tabela oluşturuluyo... (Ç28)

...Mesela biz bir sticker çalışması yaptık, özellikle restorantta, peçeteliklerin üstüne birazcık ısırılmış çilek resmi altına da bizim kültürümüzde tabakta yemek bırakılması ya da yemeğin tabağa gereğinden fazla alınması hiç hoş karşılanmaz. Biz bu yemeğin atılmasının bizim kültürümüzce hiç hoş karşılanmadığını sizlere anlatmak isteriz. Böyle Almanca, İngilizce Rusça mesajlarımız. Bi de böyle hani çilek herkesin çok sevdiği bir meyve ya, onu böyle bir ısırp da atar mı insan. Hani böyle etkileyecek küçük dokunuşlar yapmak istiyoruz. Misafire neden bu masayı böyle bıraktın demiyoruz ama öyle bırakmaması için de böyle hem kendi kültürümüzle, hem de böyle duygusal mesajlarla işi çözmeye çalışıyoruz... (Ç89)

...İşte fotoğraf çekiyoruz hani çok israf olan masaların fotoğraflarını çekiyoruz. Yoğun sezonda özellikle yabancı turistlerin az olduğu zamanlarda bu dediğim aşırı israf yapanların masalarının fotoğraflarını çekiyoruz. Zaman zaman hani büfe girişine koyuyoruz bu fotoğrafları. Misafir masadan ayrıldıktan sonra çekiyoruz bu fotoğrafları tabi misafirleri çekmiyoruz zaten. Bu fotoğrafları koyduğumuz oldu hani zaman zaman hani her zaman yapmıyoruz... (Ç3)

Çalışanlar tarafından misafirlere yönelik sözlü yönlendirmelerde bulunulması, misafirlerin hem çalışanlar tarafından hem de etiketler, dijital panolar vb. yardımıyla yiyecekler hakkında bilgilendirilmesi, misafirlerin seçim yapmasını zorlaştıracak büyüklükteki yiyecek çeşitliliğinin sınırlandırılarak daha az, daha taze, daha lezzetli, daha kaliteli ürünlerin büfelerde sunulması gibi uygulamaların gıda israfını azalttığı dile getirilmiştir. Yiyecek israfını azaltmaya yönelik bu ve benzeri uygulamalarla ilgili çalışanların ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Yani, onun dışında yaptığımız bir uygulama; yani kibar dille misafirlerimizi, misafirlerin çocuklarını uyarmak, hani işte 5 dakika sonra tazesı çıkacak isterseniz 5 dakika sonra tekrar gelin 5 dakika sonra tazesı çıkacak gibisinden hani o şeyi biz kendimizce önleyebiliyoruz (tek seferde çok fazla yiyecek alınmasının önlenmesi)... (Ç3)

...Büfelerde yemeklerin üzerinde dijital panolar var bizde o her gün hangi yemek varsa ona göre yapıyo... Mesela orda yemeğin içindekiler var işte detaya girdiğinde kalorisi bilmem karbonhidratı şusu busu var. Yani orda bir insan ona baktığında işte bu acı mı tatlı mı kalorisi ne karbonhidratı ne proteini ne içinde ne var yani o yememesi gereken bişeyse ona baktığında zaten onu almyarak israf etmemeye ilgili artı bir katkıda bulunmuş olur bu tür uygulamalar... (Ç12)

...Oraya koyduğunuz 10 tane salata yenilebilir salata çok karıştırılmayan nature, taze. 10 tane meze, yenilecek meze. Misafirin beğendiği bizim beğendiğimiz. 10 tane yemek, 10 tane tatlı. Biz bunu yaptık ondan sonra bi anayasa haline getirdik. Kanun oldu. Bu her gittiğimiz otelde personelimize de bunu söylemeye başladık. Az yapın, öz yapın. Taze yapın, öğünlük yapın. Yapabildiğiniz en iyi yemeği yapın. Beceremediğiniz yapamadığınız yemeği dışarı çıkıp sunmayın. Misafire de zarar vermeyin kendinize de zarar vermeyin diye böyle bi düstur oluşturduk. Bundan da çok tesis faydalandı ve birçok tesis de bunu örnek aldı... (Ç34)

...Mesela ben kendi mutfağında çok fazla ürün vermemeyi öğrendim. Yani insanları spesifik ürünlere yönlendiriyoruz, 6 çeşit zeytinyağlı veriyoruz, başka otelde 30 çeşit. 5-6 çeşit meze veriyorum, başka otelde 30 çeşit veriyor. Çünkü almazsa, her bir kaşık ortalamada 80-100 gram ve alıyor adam yani, orda yeme şansı yok, masasına götürüp, bu da nasılmış diye bakmak zorunda. Biz spesifik ürünleri bulduk, doğru ürünleri bulduğumuzu düşünüyorum, en çok sirkülasyon yapan ortak noktadaki ürünleri bulup, onların üzerine gittik... Bitti, o kadar basit. Hem taze, hem zamandan tasarruf yapıyoruz, zamandan tasarruf yapmak, o konu buraya bağdaşmak istemiyorum ama üretimde de insanı hızlandırmak zorundasınız. Boşu boşuna bir zaman israfı yapıyorsunuz, aman onu da yetiştiriyim, aman bunu da yetiştiriyim, bu sefer adam zorlanma başlıyor. Tamam onun için yemeği kaliteli yapamıyor, doğru teknikte pişirmiyor, çünkü zamanla yarışıyor. Doğru pişmesini beklemiyor, çünkü zamanı yok. Doğru demlendirmesi lazım, zamanı yok. Doğru servis etmesi lazım, zamanı yok. Ne kadar çeşitlendirirsen, zamanın o kadar kölesi oluyorsun. Bu sefer de rahatsızlık veriyor. Kalitesiz malzemeye dönmeye başlıyor. Çeşit çok çünkü... (Ç57)

...İşte biz içecek kalitesini yükseltmeye, yiyecek lezzetini, kalitesini yükseltmeye, ona gayret ederiz. Hani israfi önleme çabalarımız bu yönde olur... (Ç54)

...İşte yiyeceklerde ilgili söyledim, siz iyi ürünler sunarsanız, bu otel benim, başka otellerde de çalıştım, bu otelde biz hemen hemen daha alt segmentlerdeki otellerle aynı maliyetlerde çok daha kaliteli yiyecekler servis etmeyi planlıyoruz ve konseptimize koyduk. Biz aldığımız pahalı ürünlerin ve lezzetli yemeklerin, yemeklerimizin maliyetini artırmadığını gördük. Burda da buna sebep olan şeyin aslında evet geçmişte biz ucuz malzemeler kullanarak, ucuza mal

edebileceğimizi düşünüyorduk ama onun olmadığını asıl israfın öyle olduğunu gördük. Bu şekilde israf çok az gerçekten... Yiyecek içecekte ne yapıyoruz israfın azalması için, dediğim gibi lezzetli yemekler yapıyoruz, doğru isimlikler kullanıyoruz, misafir ürünün içeriğini biliyor. Yani atıyorum, sizin glutene duyarlılığınız var, biz gluten free ürünleri doğru opsiyonda aldıktan sonra "aa bunda gluten vardı" demiyor, içinde acı varsa o yemeğin acı olduğunu belirtiyoruz, yemek isimliklerinde bunu daha çok yapıyoruz. Menü içindeki alakartlarda da aynı şekilde ve farklı dillerde de yapıyoruz. Dolayısıyla misafir deneme yanılma yerine, denemeden alıp, almama kararını veriyor... (Ç91)

...Mesela alakart restoranlarda biz önceden rezervasyon alıyoruz. Ne yiyeceği, misafirimizin, menüler var her alakart için menüler oluşturuldu. İtalyan, Çin, Türk, Balık alakart restoranları. Hangisine gitmek istiyorsa misafir o restoranın menüsünden kendi ve çocukları için önceden tercihlerde bulunuyor. Belli olduğu için önceden ona göre hazırlık yapıyoruz. Ona göre malzemeler çekiliyor depodan, ona göre personel de daha rahat daha mutlu yetiştirme kaygısına düşmüyor. Daha az israf oluyor. Ana restoranda da meyve doğrama istasyonumuz var. Burada misafirin istediği meyveler doğranarak porsiyonlanıyor. Bir tabağa 3 meyve alacak misafir onu bitiremeyecekken dilimlendiğinde 3 kişinin yiyeceği 3 porsiyon haline getiriliyor. Burada hem misafire ayrı personel tutup meyvelerini doğratmış oluyoruz, bir hizmet sunmuş oluyoruz, hem de meyveler israf olmuyor... (Ç57)

...Gün içerisinde akşam yemeğine yakın saatlerde bir takım atıştırmalıklar, kornerler düzenliyoruz. Böylece akşam yemeğine çok yüklenmelerini önlemiş oluyoruz. Hem israfı önler hem de daha aç vaziyette saldırır vaziyette akşam yemeğine gelmelerini önler... (Ç61)

Otellerde içecek israfını azaltmak amacıyla da çeşitli önlemler alınabilmektedir. Çalışanların içecek israfını önleyici uygulamalarla ilgili ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Şimdi yaptım işte onlara kovalar aldırıldım buz kovaları. Misafir iki bira istiyorsa işte buzun içine koyuyorum kovayla beraber servis yaptırıyorum. Hani gördüğünüz ve tespit ettiğiniz konuya uygun çözümler üretebiliyorsunuz. Bu konuda biraz inovatif olmak belki doğru tabirdir... (Ç16)

...Şişe su veriyoruz çünkü hijyen gereği bizim hani sebilde su verme gibi bi şansımız yok. Biz onun için şöyle bir boy küçüğü var, bardak sulara geçtik. En fazla onu yapabiliyoruz... (Ç20)

...Öyle söyleyim, 75 cl'lik sularımızı biz masaya bırakmıyoruz. Servis yapıp tekrar servanımıza bırakıyoruz. Onu tekrar başka bi masaya kullanabiliyoruz... (Ç47)

Çalışanlarla yapılan görüşmelere göre, enerji israfını önlemeye yönelik otellerin birçoğunda oda kartlarının (energy saver) kullanıldığı anlaşılmaktadır. Oda kartları misafir odalarının hemen girişlerinde bulunan yuvaya yerleştirildiğinde odadaki enerji sistemi aktif hale gelmekte, kart yuvasından çıkarıldığında ise minibar dışındaki tüm elektrik akımı devre dışı kalmaktadır. Bazı otellerde balkon kapısı açıkken klimanın devre dışı kalmasını sağlayacak sistemler ve merkezi iklimlendirme sistemleri de kullanılabilmektedir. Enerji israfının önlenmesinde daha etkili olabilecek gelişmiş akıllı oda sistemlerinin (örneğin, hareket sensörleri) kullanımının ise yüksek maliyetli yatırımlar gerektirmesi nedeniyle çok yaygın kullanılmadığı anlaşılmaktadır. Çalışanların otellerde enerji israfını önlemeye yönelik uygulamalara ilişkin ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Şöyle ki mesela odalarda ekomayzırlar (economiser) var, anahtarınızı işte çıkarıp yanınıza aldığınızda klimalar otomatikmen, odadaki enerji, minibar dışındaki enerjiler otomatikman devre dışı kalır... (Ç12)

...Enerji saver dediğimiz sistemler var. Misafir odadan çıktığı an sistemi kesen bir olay bu, bunda iki değişik sistem var, bizimki gelişmiş olan sistem, diğerinde herhangi bir kart soksanız da çalışabiliyor ve misafirler de onu keşfetmişler kredi kartı gibi kartlarla çalıştırabiliyor. Bizimkinde bu yok, deniyorlar ama olmuyor... (Ç72)

...Mesela ben kendi branşımda yaptığım, mesela odalarda balkon kapıları pencereler açıkken klimaların çalışmaması için switch taktım... (Ç26)

...Yaa sensörlü lambalar kullanmaya çalışıyosun, led lambalar kullanmaya çalışıyosun, insafa, kişilerin şeyine bırakmıyosun onu... (Ç79)

...Onun dışında elektrik kartlı sistem olduğu için oda kartını muhtemelen daha çok kişi sayısına göre veriyoruz ki giderken kartını alsın ve odada kalmasın yani fazla kart verip takmasın diye... (Ç28)

...Bizim klimalar merkezi sistem olduğu için, zaten saatli çalışma yapıyoruz biz, misafirin odada olacağı saatleri biz araştırıyoruz, o saatlerde soğuk hava veriyoruz, günün 24 saati vermiyoruz o şekilde... Gece üçten sonra zaten serin olduğu için, kapatılır, sabah tekrar devreye alınır, o şekilde. Odalardaki klimaları bizim kapatma şansımız oluyor... Gece kapatıyoruz ama fan devrede devamlı. Mesela saat dörtte kapatıyoruz biz. Ya o zaten hareketlere duyarlı. Şimdi biz soğutmayı kapatıyoruz buradan ama odadaki termostat, fan üfleme yapıyor. Belirli bir soğukluğu yine veriyor yani çalışıyor... (Ç81)

...Uyarıcı yazılar var işte ışığı söndürün, açık bırakmayın gibisinden bilgilendirme odalarda... (Ç36)

...Mesela şimdiki yeni bir sistemde, akıllı oda sistemi yaptık. Hareket sensörleri kullanıyoruz... Eğer odada hareket yoksa odada kimse yok anlamına geldiği için klimalar çalışıyorsa da kapanır. Yani oda kartı taksa da takmasa da hiç bi şekilde hiç bişey çalışmaz. Sadece minibar çalışır. Onun haricinde her şey otomatik olarak kapanır (gülüyor). Biraz pahalı oldu. 1,5 milyonu buldu bu iş ama... (Ç19)

...Yine hava perdeleri mevcut genel mekânların ısısını korumak için. İşte bu dış girişte, sizi görüp açılan kapı, sensörlü kapılar var. Aynı zamanda açık kapılar için de hava perdeleri kullanıyoruz. O havanın yer değiştirmesine engel oluyor gibi. Kapı açık ama soğuk hava içerde kalıyor, sıcak hava dışarıda kalıyor ve orda hava perdesi oluşuyor. Bu cihazda bir hava üfleyen sistem var, sıcak havanın veya soğuk havanın içeride kalmasını yani ısısının birbirine karışmamasını sağlıyor... (Ç91)

Tekstil kullanımındaki israfı önlemeye yönelik uygulamalardan en sık tekrarlananı “odalarda havlu ve çarşafların tekrar kullanımına (re-use) yönelik yazılı mesajlar kullanılması (havlu kartı, yeşil yaprak vb. uygulamalar)” şeklindedir. Bunun yanı sıra bazı çalışanlar tarafından plaj havlularının kullanımındaki israfın azaltılmasına yönelik çeşitli uygulamalardan bahsedilmiştir. Tekstil kullanımındaki israfı önleyici uygulamalara yönelik çalışanların ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

... Uygulamamız var, şöyle; odalarımızda havlu kartlarımız var havlularınızı kirlenmediği sürece ya da değişmesini istemediğiniz sürece yere atmayınız kartımız var. Yapraklarımız var odalarımızda zaten yeşil yıldızımız var bizim otelimizde yeşil yıldızla çalışıyoruz. Yapraklarımız var işte yatakların üzerine koyup işte değişim istemedikleri zaman, çarşaf değişimi istemedikleri zaman yaprakları yatakların üzerlerine koymalarını istiyoruz yani odalarımızın hepsinde var... (Ç4)

... Diyoruz ki “havlunuzun değiştirilmesini istiyorsanız yere bırakın, eğer istemiyorsanız asın” hani bu daha az enerji, daha az deterjan ve çevreci bir tavır. Odalarımıza bu uyarılarımız var... (Ç55)

... Havlu (plaj havlusu) ve şeylerde mutlaka bi personelimiz oluyo mesela kişi sayısına mesela siz geldiniz dört kişi kalyosunuz kişi sayısını ordan görüp ona göre veriyoy... (Ç28)

... Plajda kullandıkları havlular için şöyle bir uygulamaya geçtik, bu da geri dönüş açısından başarılı bir uygulama bizim için... Tabi tesisler bu her şey dahil işini biraz abartınca havlu istasyonları kurulmuştu, işte misafire havlu kartı veriliyor, misafir akşama kadar kullanacağı havlusunu alıyor ya da tekrar havlusunu getirip, yeni bir havlu istiyor, yani çılgın bir havlu kullanımı, inanılmaz bir deterjan kullanımı ve çamaşırhane yoğunluğu. Biz buna şöyle bir formül getirdik. Dedik ki biz sizin odanıza kişi başı bir tane havlu bırakacağız, bu havlu sizin kullanımınızda, kaybettin ve siz bu havluyu değiştirmek isterseniz kirlendi diye biz sizden 1 euro talep edeceğiz, onun da değişim saati diyelim ki havuz barda 16 ile 18 saatleri arası olacak. Bu bize inanılmaz bir geri dönüş sağladı. Bir çamaşırhanenin günlük, -biz yaklaşık 750-1000 kişiye hizmet veriyoruz- 1000 tane havlu yıkaması geriye düştü. Yani sıfıra yakın bir boyuta geldi. Tabi misafir çıktıktan sonra biz o havluyu yıkıyoruz ama günlük yıkama sirkülasyonu bir anda pat 100'e düştü mesela, bu neyi sağladı mesela... Bir, çalışan makinelerin kullanım yoğunluğunu azalttı, ordaki elemanın bu iş için harcadığı performansı daha kaliteli şekilde normal işlerine yönlendirdi. Misafirin fütursuzca havlu kullanımını kontrol altına almış oldu. Biz o 1 eurolarla para kazanmıyoruz mesela biz yılda bu şekilde 150.000 geceleme yapan bir tesis olarak, yıllık 1500 tane havluyu anca değiştiriyoruz. Diğer türlü 150.000 tane havlu yıkanacaktı her gece için 1 tane düşünürsek. Biz bunu bir anda 1500 e düşürdük düşünün yani. Biz o 1500 euroda bi şey kazanmadık ama çamaşırhane yoğunluğunu azalttık, çamaşır makinelerinin çalışma yoğunluğu azaldı, bununla ilgili personel istihdam etmedik. Barın bi köşesinde çalışan bir barmenin ya da bir kominin el yordamıyla getir havlunu, bir fiş kesiliyor bilgisayarla yapılıyor her şey, inanılmaz büyük bir başarı. Biz bunla başka bir şey daha çözdük. Yani bir tek sorun çözülmedi, denizin korunmasından, deterjan kullanımının azaltılmasından hariç, misafir aldığı o havluyla bir havuzda bir şezlong lokasyonu yapıyordu bir sahilde, bunu da önledik. Çok güzel bir faydası oldu bizim için, çünkü misafir bi bacağına seriyordu, bir tane kafasının altına koyuyordu, inanılmaz bir tüketim, bu sıfırlandı mesela. Orda da ölçümüz şu, 3 yaşını doldurmuş her birey için bir tane koyuyoruz. Onun rengi mavi. Ya siz havlu sorununu nasıl çözüyorsunuz diyen herkese de anlatıyoruz bunu. Hiçbir şikayet yok. Haa anketlerde çıkıyor, keşke havlu için 1 euro almasaydınız. Biz zaten kadro şöyle endekli, misafire anlatıyoruz, bizim ISO 14000 belgemiz var, biz bu çerçevede deniz kirliliğini, deterjan tüketimini minimize etmek istiyoruz, bu sebeple. Bizim burda hedefimiz 1 euro kazanmak değil. Hatta şöyle yapıyoruz, atıyorum. Misafir böyle çok cazgır çıkıyor değil mi, tamam getir havlunu, al havlunu bitti, para da verme. Hani böyle şey dışı davrananları da böyle el altından çözüyoruz yani. Bizim derdimiz 1 euro değil, fütursuzluğu çılgın tüketimi dengede tutmak. Bu tabi bize şezlong rezervasyonunda büyük katkı sağladı. Misafirlerin tatildeki en büyük derdi şezlong rezervasyonudur. Bu da bizde şikayet konusu değildir... Bi de havlu kartı maliyeti var düşünsenize. Kayboluyor, kırılıyor, yırtılıyor deforme oluyor değil mi... O maliyetten de kurtulduk... (Ç89)

Bazı otel çalışanları tarafından, sürdürülebilir tüketimi destekleyici uygulamalar yoluyla da israfın azaltılabildiği ifade edilmiştir. Bazı çalışanlar tarafından, bu tür uygulamalara örnek olarak çalıştıkları tesisin Yeşil Yıldız belgesi ve Travelife sertifikasına sahip olduğu belirtilmiştir. Yeşil yıldız uygulaması, "Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın başlattığı "Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisleri" projesi kapsamında Bakanlık belgeli konaklama tesislerine, belirlenen kriterlere uymaları koşuluyla verilen mevcut Turizm İşletmesi Belgelerindeki yıldızların yeşil olarak gösterildiği ve plakettekinin üzerinde çevreye duyarlı tesis ibaresinin yazıldığı bir çevre etiketi (eko-label) uygulamasıdır" (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2012:8). 2007 yılında İngiltere Seyahat Örgütü ABTA ve Hollanda Seyahat Örgütü ANVR tarafından kurulmuş olan Travelife Sürdürülebilirlik Sistemi ise, seyahat ve turizm işletmelerinde sürdürülebilir uygulamaları teşvik etmeye yönelik uluslararası bir girişimdir (Travelife, t.y.). Tesislere sosyal ve çevresel etkilerini yönetme ve sürdürülebilirlik başarılarını müşterilerine anlatma konusunda yardımcı

olan bu sistemde, oteller sürdürülebilirlik kriterlerine uymaları halinde Travelife Bronz, Gümüş veya Altın ödülünü alabilmektedir (Travelife, t.y.). Otellerdeki Yeşil Yıldız, Travelife gibi sürdürülebilirlikle ilgili uygulamalar, otel misafirlerinin de sürdürülebilir uygulama süreçlerine dahil edilmelerini gerektirmektedir. Bu bağlamda, otel misafirlerinin sürdürülebilirlik uygulamalarıyla ilgili bilgilendirilmesi ve tasarrufa (sürdürülebilir tüketime) yönlendirilmesi sürecin bir parçası olmaktadır. Otelin çeşitli noktalarında (çevre panolarında, odalarda vb.) tasarruf ve doğanın korunmasına yönelik yönlendirici yazılı mesajlar kullanılması, misafirleri atık yönetimi (özellikle atık ayrıştırmaları) konusunda bilinçlendirmeye yönelik (panolar, çevre broşürleri, odalar vb. yerlerde) yazılı mesajların kullanılması ve misafirlerin interaktif tv bildirimleriyle tasarrufa yönlendirilmesi misafirleri sürdürülebilirlik uygulamalarına dahil etme çabalarının bazılarıdır. Çalışanların sürdürülebilir tüketimi destekleyici uygulamalara ilişkin ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Bizim burası yeşil yıldızlı bi otel, yeşil yıldız biliyosunuzdur. Çevreye duyarlı bi oteliz biz. Otel oda içerisinde de büssürü bilgilendirmelerimiz var işte... (Ç33)

...İşte biliyorsunuz çeşitli çevreci kuruluşlar, Travel Life diye bi organizasyon var, Travel Life biz Gold Üyesiyiz. Bununla ilgili çalışmalar yapıyoruz, su tasarrufu, yiyecek tasarrufu gibi v.s. bi çok Travel Life uygulaması var. Bunlarla ilgili bi çok çalışmamız var. İşte yazıyoruz mesela. Tuvaletlerde yeşil yıldızımız var aynı zamanda. Hep aynı Travel Life, Yeşil Yıldız v.s. hep bunlar birbirine benzer çevreci kurumlar. İşte, kullandığı kağıda dikkat etmesini gerektiren uyarı levhalarımız var. Aynı şekilde restaurantlarımızda Travelife ibarelerimizle birlikte işte israfın kötü olduğuyla ilgili uyarılarımız var... (Ç92)

... Biz onlara mali kısmını değil de, doğaya verdiğimiz zararı anlatıyoruz, özellikle ben. Travelife zaten bunu da istiyö ya, misafiri yönlendirme... Onun için de bilgilendirme yazılarımız var her yerde... (Ç93)

...Misafirle de çocuk misafirlerimiz dahil olmak üzere de özellikle bütün kullanımlarda yani yeme, içme enerji, kağıt vesaire gibi atık disiplini konusunda çok ciddi bilinçlendirme yoluyla bunu hem uygulamada takip ederek hem de personelimizi ve misafirlerimizi bu konularda bilinçlendirecek uygulamalar da yapıyoruz. İşte panolarımız var orda duyuruyoruz çevre broşürlerimiz var orda duyuruyoruz, odalara koyuyoruz... (Ç12)

...İşte çöp ayrıştırmaları, geri dönüşümlerin daha sağlıklı olması için belirli alanlara ve misafirlerin kullanabileceği görebileceği alanlara çöp ayrıştırmalarının kodlarıyla birlikte konulması, plastik kağıt evsel atık gibi. Hani misafirleri daha böyle doğru daha bilinçli yönlendirme için bu tarz uygulamalarımız var... (Ç14)

...Kullanımların listesi var panolarda mesela kağıt kullanımı, su kullanımı tüketim onlarla alakalı resimler her dilde belirtiliyor. Tasarrufla ilgili levhalar var. Mesela dış panoda, odalarda da var. Müşterinin görebileceği lobide var. Mesela ekranlarda, dış ekranlarda ara ara geçiyor... (Ç70)

...Otelin çeşitli noktalarına, zaten bizim led ekranlarımız var. O led ekranlarına işte gerekli bilgilendirmeler yapılyo. İşte kaç adet alakart restoranımız var. Saat kaçla kaç arasında açılıyo, kaçta kapanıyo, işte havuz kullanım alanları, plaj kullanım kuralları gibi farklı bilgilendirmelerimiz var... (Ç14)

....Yani bilgilendirmelerimiz var bizim. Nerelerde var, bizim info kanallarımızda dönüyo. Atıklarla hem atık ayrıştırma da var, plastik, kağıt çöp şunlara atın diye. Geri dönüşüm açısından hem işte suyu elektrik israf etmememizle ilgili bilgilendirmeler dönüyo. Televizyonlarda. Odalarda şey var otel director var içerisinde yazılı olarak var... (Ç33)

...Çöp ayrıştırmaları yine aynı şekilde hani ıslak çöpü buruya kuru çöpü buruya gibi bi takım uyarılarda bulunuyoruz. Bunlar yazılı ve kartlarla beyan ediyoruz... (Ç38)

...Mesela genel alanlarımızda tuvaletlerimizde, misafirlerin odalarında bu tasarrufu hatırlatıcı böyle çok küçük şık stickerlarımız var. Sembolik aslında bunlar, bişey yazmıyo. Sembollerle aslında hani sızıntı varsa dikkat bildiriniz, ya da işte atıklarımızı ayırştıralım, enerjiyi koruyalım gibi böyle çok ufak ufak sadece sembollerle. Orda ufak bişey yapıyorsunuz aslında, bi ampulün yanmasını sağlıyorsunuz (gülerek). Bu kadar... (Ç45)

...Küçük bi çevre anketimiz var aslında bizim misafirlerimize uyguladığımız o da yine bu konuda duyarlı olan ve algıları açık olan misafirler tarafından genelde doldurulur ve bize döner... (Ç45)

Su israfını önlemeye yönelik en sık tekrarlanan uygulama; musluk ve duş başlıklarında suyun daha tasarruflu kullanılmasına yarayan perlatörlerin yerleştirilmesidir. Fotoselli muslukların ve yönlendirici yazılı mesajların kullanılması da çalışanlar tarafından dile getirilen su tasarrufuna yönelik diğer uygulamalardır. Çalışanların, su israfını önleme uygulamalarına yönelik ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Perlatör dediğimiz özel cihazlar var. Muslukların ve duşların başlıklarına taktığımız zaman normalde batarya 1 dakikada 6 ila 7 litre su sarfiyatı yaparken, o malzemeyi taktığımızda dakikada 3 litre 3,5 litre civarında su tüketimi yapıyor. Ama misafirin konforundan hiç ödün vermiyoruz. Yine tazzikli geliyo, ama havayla geldiği için o çok su gelmiş gibi düşünüyö. Ama su miktarı, basınç aynı ama su miktarı az oluyo... (Ç19)

...Sensörlü musluklar çok büyük artısı var... (Ç80)

...Suları israf etmemeleri... Bunlar için yazılar hazırladık genel alanlara ve odalara koyduk yaptırdık... (Ç93)

Sarf malzemesi ve demirbaşlara yönelik israfı önleyici uygulamalar kategorisinde en sık tekrarlanan uygulamalar; odalara kişi sayısına göre buklet bırakılması, misafirlerin konsept dışı malzeme taleplerinin ücret karşılığında karşılanacağını misafirlere bildirilmesi ve otelde misafir tarafından zarar verilen mallara/malzemelere yönelik hasar bedelinin misafirin faturasına yansıtılması şeklindedir. Çalışanların sarf malzemesi ve demirbaşlara yönelik israfı önleyici uygulamalara yönelik ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Odalardaki misafirin sayısı ve ihtiyacına göre buklet malzemeyi yerleştiririz... (Ç61)

...Kesinlikle onur kırıcı olmadan, yıpratıcı olmadan, eğer ihtiyaçlarının fazlası miktarı götürmek istiyorlarsa bunun bir bedeli olduğunu ve hesaplarına şarj edilceğini kibar bir şekilde görüşür... (Ç45)

...Mesela atıyorum plaj çantaları ücretli, hani çünkü gerçekten kaliteli bi plaj çantası, gerçekten deri, bunu ücretlendirip birçok misafire zaten odaya biz birer tane bırakıyoruz girişte ücretsiz. İkinci üçüncü isteyişte ücretli oluyo... (Ç49)

...Misafir odada TV kıldığı zaman, bunu konaklama ücretine dahil etme şansımız var. Bundan dolayı çok fazla yanaşmazlar böyle şeylere. Yani odada bir yatak kırsa, bunu bir tutanağını tutsa, misafir çıkarken sen bu yatağı kırmışsın, fiyatı şu denilebiliyor misafire. Bu sefer de misafir ne yapıyo, ister istemez daha narin daha kibar davranıyor. Aman ben bunu kırarsam, bunun parasını benden keserler diye davranıyor... (Ç83)

...Mesela şampuan olsun, buklet malzemeleri olsun böyle şeyleri kısıtladık. Bu kısıtlamalar da ister istemez israfı önledik yani orda. Mesela bir şampuan koyuyorsunuz odaya kiloluk şampuan (dispenser) koyuyorsunuz... (Ç5)

...Bütün tuvaletlere fotoselli köpüklü sabun koyuyoruz. Bir, çapraz bulaşma artık basıp almıycaksınız onu, iki elini altına koydunmu belli bi gram veriyö... (Ç29)

...Eskiden büyük şampuan koyarlardı, şimdi tek kullanımlık, yani düşürüldü şeyi... (Ç63)

Zaman ve emek israfını önleyici uygulamalar kategorisindeki tüm ifadeler, misafirlerin şezlongları rezerve etmelerini önlemeye yöneliktir. Çalışanların ifadelerine göre, misafirlerin şezlongları rezerve etmelerinin önüne geçebilmek için sözlü uyarılar, rica içeren ve uyarı içeren yazılı mesajlar kullanılabilir. Çalışanların bu konudaki ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Lütfen buraya havlu koymayın rezervasyon yapmayın... Misafiri tekrar sözlü uyarıyoruz ama etkili olmuyo malesef... (Ç24)

...Biz buraya yazı yazıyoruz misafirlere saygınız açısından şezlongları rezerve etmeyiniz diye, yine de ediyorlar... (Ç58)

...Şimdi biz ne yapıyoruz; şezlong rezervasyonu yapılmıyor mu, yapılıyor. Saat 10 da sahili geziyoruz, bakıyoruz belli ki rezervasyon yapılmış, oraya kırmızı bir kağıt bırakıyoruz. Bir saat içinde bu şezlong kullanımda olmazsa, biz sizin havlunuzu katlayıp, şuraya kaldıracamız diyoruz. İnsanların dikkatini çeksin diye kırmızı renkli. Şimdi bunu yapınca insana bir günlük bir operatif dersle, bütün tatil boyunca düzenli olmasını sağlıyoruz. İkinci kazanım o şezlongta oturma sorunu olanı çözüyorsunuz. Üçüncüsü çevreye karşı böyle bir davranış eğilimini, sizin bundan sonraki olabilecek muhtemel blok rezervasyonları önlemek oluyor... (Ç89)

Otellerde israfı önlemeye yönelik diğer uygulamalar, israf konusunda aşırıya kaçan misafirlere personel tarafından sözlü uyarılar veya yönlendirmelerde bulunulması, uygunsuz davranışları nedeniyle diğer misafirlere rahatsızlık veren misafirlerin otelden uzaklaştırılması (genelde acentasıyla görüşülerek), personellere eğitim seminerleri düzenlenmesi ve eğitimli personel çalıştırılması şeklindedir. Eğitimli personellerin çalıştırılmasının, otel misafirlerinin bilgilendirilmesi ve doğru yönlendirilmesi açısından önemli olduğu çalışanlar tarafından özellikle vurgulanmaktadır. Çalışanların bu konudaki ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Zaman zaman çokk gerçekten israfta bulunan misafirleri çok kibarca ilgili departmanlarca uyarılabiliyo... (Ç29)

...Burda mesela yığınla bi tüketim yapan ve dikkat çekici yani abartılı şekilde tüketim yapan insan dikkat çekiyö ve bi isteğiniz var mı efendim hani çünkü aranıyooo (gülüyö). Ve sürekli bi tüketim ve sürekli aldığı üründen memnun olmama hali gördüğümüzde o kişinin tatil yapmaktan çok farklı bi niyeti olabilir diye -efendim istediğiniz bişey varsa biz yaptırabiliriz ya da sizin düşüncenizi alalım-gibi sürekli misafir contact'ları oluyo çalışanlar tarafından... (Ç15)

...Ama tabi konuşarak misafiri etkileyebiliyoruz. Burda dil konusunda olayı aşmış olmanız lazım. E tabi, küsüyö da "siz beni yan masalara rezil ettiniz, niye bana böyle dediniz" bazen de gönül kırduğımız oluyor ama toplumun saadeti, onun mutsuzluğunu şey yapıyö, bi anda absorbe ediyor yani etmekte zorundayız. Ki 4 kişi böyle yaptı, geriye kalan 100 kişi, yani %4'ü düzeltmek mi, yoksa %96'nın bi şeyi beceremediniz, şu çirkinliği de bi halledemediniz demesi mi? Yani. Bir de misafir kalitesini de zaman içinde etkiliyor. Misafir "ben artık bu tiplerin olduğu bir tesise gelmem" diyor mesela. Siz yıllarca emek verip yarattığınız bir kitleyi, bi anda 3 kişinin görgüsüzlüğü, ona da izin vermiyorsun... (Ç89)

... Üç gün kalan insanlar oteli birbirine katabiliyorlar. Onların yanında diğer misafirler de rahat edemiyorlar. Diğer misafirlere de rahatsızlık, zarar vermiş oluyorlar. O nedenle bu tarz davranışlarda bulunan misafirleri izole edip uzaklaştırmayı tercih ediyoruz. Acentaya haber veriyoruz. Taşkınlık yapanları, gereğinden fazla alkol alıp taşkınlık yapanları başka tesise gönderiyö acenta... (Ç61)

...Personelin her yıl hem yeni aldığımız hem devam eden personelimizin bu konulardaki eğitimlerini veriyoruz sürdürüyoruz. Gerek biz iş yeri eğitimlerinde gerekse dışardan aldığımız konsantit eğitimlerle de bunları anlatıyoruz... Misafir bişey sorduğunda veya işte diyabet

misafirlerin atıyorum diyabetleriyle ilgili özel menüler var. Onlara soruyoruz. Alerjenle ilgili konularda keza öyle... (Ç12)

...Genelde diplomalı personel çalıştırıyoruz. Bu da karşı tarafa bilgi aktarımında çok daha yararlı olabiliyo. Bilgi aktarımı da genelde yapılmaması gereken şeyleri engelliyo... (Ç32)

4.1.2.7. Otel Çalışanlarının İsrafi Önlemeye/Azaltmaya Yönelik Çözüm Önerileri

Otel misafirlerinin tüketimleri sırasında gerçekleşen israfı önlemeye ya da azaltmaya yönelik olarak, görüşülen 93 otel çalışanından 57'si (%61,29) gerçekleştirilen uygulamalara ilave olarak çeşitli çözüm önerilerinde bulunmuştur. Görüşülen çalışanların 36'sının (%38,71) herhangi bir çözüm önerisi bulunmamaktadır. Otel çalışanlarının israfı önlemeye/azaltmaya yönelik çözüm önerilerine ilişkin toplam 51 kod oluşturulmuştur. Benzer kodlar beş tema altında gruplanmıştır. Otel çalışanlarının israfı önlemeye/azaltmaya yönelik çözüm önerilerine ilişkin bu temalar; "otel misafirlerinin bilinçlendirilmesine yönelik öneriler" (31 tekrar; %29,52), "sektörel politikalar ve projelerle ilgili öneriler" (25 tekrar; %23,81), "otel içi uygulamalara yönelik öneriler" (22 tekrar; %20,95), "yatırım ve tedarik sürecine yönelik öneriler" (15 tekrar; %14,29) ve "toplumun bilinçlendirilmesine yönelik öneriler" (12 tekrar; %11,43) şeklindedir. Otel çalışanlarının israfı önlemeye/azaltmaya yönelik çözüm önerilerine ilişkin içerik analizi bulguları Tablo 4.20.'de sunulmaktadır.

Tablo 4.20. Otel Çalışanlarının İsrafi Önlemeye/Azaltmaya Yönelik Çözüm Önerileri

Temalar	İfadeler	f _i	Σ f _i (105)	%	Σ%
Otel Misafirlerinin Bilinçlendirilmesine Yönelik Öneriler	İsrafın nedenlerinin ve zararlarının misafirlere otel içerisindeki çeşitli noktalarda (restoranlarda, odalarda, ortak tuvaletlerde, havuz çevresindeki alanlarda vb.) çeşitli görsel ve yazılı araçlar (panolar, interaktif televizyonlar, videolar, karikatürler, eğlenceli çıkartmalar vb.) kullanılarak anlatılması	11	31	35,48	29,52
	Misafirlere otelin, konseptin ve kuralların tam olarak anlatılması	5		16,13	
	Çevre bilincini ve duyarlılığı artırmaya yönelik otel içerisine çeşitli yazılı mesajlar yerleştirilmesi/yazıların artırılması	4		12,90	
	İsraf konusunda aşırıya kaçan misafirlere personel tarafından sözlü uyarılar veya yönlendirmelerde bulunulması	2		6,45	
	Otel içi eğlence etkinlikleri (oyunlar, tiyatral gösteriler vb.) sırasında israfı ilgili eğitici mesajlar verilmesi	2		6,45	
	Misafirlerin restorandaki yiyecek ve içecekleri diğer alanlara (odalara vb.) taşımaması konusunda uyarılması, caydırıcı önlemler alınması	2		6,45	
	Yiyecek büfelerindeki isimliklerde ya da dijital panolarda yiyeceklerin içeriği, kalitesi vb. hakkında bilgiler sunulması	1		3,23	
	Otel odalarına çevreye duyarlılığı artırmaya ve misafiri tasarrufa yönlendirmeye ilişkin küçük notlar, anlamlı sözler yerleştirilmesi	1		3,23	
	Otel içerisinde çocuklara yönelik eğitici ve yönlendirici renkli tabelalar oluşturulması	1		3,23	
	Odalarda interaktif televizyonlarda çevre bilincini artırmaya yönelik ve sağlıklı beslenmenin önemine vurgu yapan mesajlar kullanılması	1		3,23	
	Mini kulüp kısmında çevre bilincini artırmaya yönelik ve israfı azaltmaya yönelik konuların etkinliklere dahil edilmesi	1		3,23	
Sektörel Politikalar ve Projelerle İlgili Öneriler	İsrafa yönelik devlet destekli bir sistem/proje uygulanması (Turuncu bayrak uygulaması gibi)	7	25	28,00	23,81
	Her şey dahil sistemin kaldırılması/her şey dahil sistemden vazgeçilmesi	6		24,00	
	Açık büfe sistemi yerine alakart servis sistemine geçilmesi	5		20,00	
	Misafirlerin seyahat acentaları tarafından israf konusunda bilgilendirilmeleri ve yönlendirilmeleri	2		8,00	
	Türkiye'deki otel yıldızlama sisteminin yeniden düzenlenmesi	2		8,00	

Tablo 4.20. (devamı)

	Antalya'da yeni oteller yapılmasının önüne geçilmesi	1		4,00	
	Alkolsüz her şey dahil sisteme geçilmesi (alkollü içeceklerin ücretli olması)	1		4,00	
	İsraf sorunu, israfı önleyici uygulamalar ve çözüm yollarının paylaşılıp tartışılabileceği özel sektör, ilgili kamu kurumları ve akademi işbirlikli panellerin düzenlenmesi	1		4,00	
Otel İçi Uygulamalara Yönelik Öneriler	Tabakta çok fazla yiyecek bırakan misafirlerin faturalarına israf bedelinin yansıtılması	3	22	13,64	20,95
	Restoranda anlık (aleminut) ve talebe göre pişirim yapılması, bazı yiyecek çeşitleri için şov büfelerinin kullanılması	2		9,09	
	Sunulan yiyecek çeşitliliğinin azaltılarak kalitenin artırılması	2		9,09	
	Eğitilmiş personel çalıştırılması, mevcut personelin bilinçlendirilmesi ve misafire yönelik örnek davranışlar sergilemesi konusunda teşvik edilmesi	2		9,09	
	Misafirlere ilave oda kartı verilmemesi	1		4,55	
	Üretim miktarının ve menü planlamasının (büfedeki yiyecek çeşitliliğinin) misafir sayısına göre yapılması	1		4,55	
	Yiyecek ve içeceklerin kontrollü tüketilmesini sağlayacak yeterli sayıda servis personeli çalıştırılması	1		4,55	
	Otellerdeki alakart restoran sayılarının artırılması	1		4,55	
	Otellerde tatil gıda danışmanları ünvanıyla çalıştırılacak personellerle misafirlerin menü (yiyecek-içecek) tercihlerinin öğrenilmesi	1		4,55	
	Odalarda sunulan sarf malzemelerinin (buklet malzemeleri, tuvalet kağıdı vb. malzemeler) kullanımına ilişkin puanlama/ödüllendirme sistemlerinin kullanılması	1		4,55	
	Oda temizliği ve tekstil değişiminin misafirlerin talepleri üzerine yapılması	1		4,55	
	Buklet malzemelerinin misafirlerin talepleri üzerine bırakılması	1		4,55	
	Seçal servis (self service) uygulamasının artırılması	1		4,55	
	Menü planlamasının misafir profilinin mutfak kültürlerine ve genel tercihlerine uygun yapılması	1		4,55	
	Hizmet kalitesinin ve fiyatların artırılmasına çabalanması	1		4,55	
	Plaj havlularının kullanımındaki israfı azaltmak için havlu kartı sistemi uygulanması	1		4,55	
	Restoranda minimal sunumluklar kullanılarak adetlik çalışmalar sunulması	1		4,55	
Yatırım ve Tedarik Sürecine Yönelik Öneriler	Kaliteli ürünler tedarik edilmesi ve misafire kaliteli ürünler sunulması	4	15	26,67	14,29
	Akıllı oda sistemlerinin (sensörler, parmak okuma) kullanılması	2		13,33	
	Yatırım aşamasında otel restoranlarında kullanılacak servis tabaklarının küçük boy olarak seçilmesi, minimal sunumlukların alınması	1		6,67	
	0,33 ml'lik bardak suların kullanılması	1		6,67	
	Küçük boy bardakların kullanılması	1		6,67	
	Musluk sularının ısıtılmasıyla ilgili otomasyon sistemlerinin kurulması	1		6,67	
	Banyolardaki küvetlerin kaldırılması, su tasarrufu sağlayacak banyo tasarımlarının kullanılması	1		6,67	
	Musluk ve duş başlıklarında perlatör kullanılması	1		6,67	
	Otelin yatırım ya da fizibilite aşamasında profesyonel otel yöneticileriyle birlikte çalışılması, yapılacak yatırımlara (makine, sistem, malzeme vb.) genel müdür, kat hizmetleri müdürü, teknik müdür gibi alanında uzman bir kadroyla istişare edilerek karar verilmesi	1		6,67	
	Yatırım aşamasında yeni nesil teknolojilerin, tasarruflu sistem ve cihazların tercih edilmesi	1		6,67	
	Yatırım aşamasından başlanarak teknolojik gelişmelerin, tasarruflu ve yeni geliştirilen çevre dostu ürünlerin sürekli araştırılarak takip edilmesi, fuarlara katılması	1		6,67	
Toplumsal Bilinçlendirilmesine Yönelik Öneriler	Toplumsal bilinçlendirilmesi/Aile içi temel eğitim/Toplumsal eğitim düzeyinin artırılması	6	12	50,00	11,43
	Okul müfredatlarında israf konusuna yer verilmesi/Çocukluktan itibaren bilinçlendirme ve alışkanlık kazandırılması	3		25,00	
	Ülkesel ve küresel sürdürülebilirlikle ilgili projelerle bağlantılı olarak insanlarda israfın boyutuna, nedenlerine ve sonuçlarına yönelik farkındalık oluşturulması (sosyal medyadan da yararlanılarak)	2		16,67	
	Görsel medya araçlarını kullanarak çevre bilincinin artırılması	1		8,33	

Otel misafirlerinin bilinçlendirilmesine yönelik öneriler teması altında en sık tekrarlanan ifadeler; “israfın nedenlerinin ve zararlarının misafirlere otel içerisindeki çeşitli noktalarda (restoranlarda, odalarda, ortak tuvaletlerde, havuz çevresindeki alanlarda vb.) çeşitli görsel ve yazılı araçlar (panolar, interaktif televizyonlar, videolar, karikatürler, eğlenceli çıkartmalar vb.) kullanılarak anlatılması”, “misafirlere otelin, konseptin ve kuralların tam olarak anlatılması”, “çevre bilincini ve duyarlılığı artırmaya yönelik otel içerisine çeşitli yazılı mesajlar yerleştirilmesi/yazıların artırılması” şeklindedir. Çalışanların söz konusu tema altında gruplanan önerilere ilişkin ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Hani bir pano yapıp misafirlerimizin okuyabileceği bir panoda bunu yapmamız gerekiyor. Ya da israfı tam anlamıyla anlatmamız gerekiyor hani ülke ekonomisi, aile ekonomisi işte otele verdiği zararlar, hani bunların kendine geri dönütü bunları anlatan bir yazı içerisinde ya da görsel bir şekilde bunu büfe girişinde, panoda ya da bi yerde yapmamız gerekir... Yani dediğim gibi en güzel önlem ya da en kalıcı önlem bu videolu anlatım olabilir büfe girişinde mini bi ekranda videolu anlatım da olabilir israfın nedenlerini anlatan kalıcı bi örnekler, panomuzda yazılar, bunlar ancak bu şekilde yapabiliriz diye düşünüyorum... (Ç3)

...Öncelikle misafir bilinçlendirilmeli, bence odalara ya da misafir alanlarına direk israf gınahtır şeklinde şeyler değil de, hani israfı yönelik, israf etmemelerine yönelik belki karikatür olabilir, belki küçük videolar olabilir televizyonda, farklı yerlerde, odalarında döndürülen işte, israfın hoş bir şey olmadığına dair yönlendirilebilir... (Ç56)

...Ya da bu panoların dışında bazıları mesela dış Afrika’dan filan resim örnekleri olması lazım... Biraz da insanların dış gözünün görmesi lazım... (Ç70)

...Belki misafir otele geldiğinde misafiri işte kırmadan doğru yönlendirmelerle doğru oryantasyonla belki farklı bilgilendirmelerle... İşte küçük bi belki otel turu yaptırdıktan olayı orda anında yerinde gösterekten belki bunların çözümü sağlanabilir... Otelin çeşitli noktalarına, zaten bizim led ekranlarımız var... Belki bunlar da ilave edilebilir. İşte israfı ilgili... İşte ürünlerin özellikleriyle alakalı veya işte yaz veya kış konseptiyle alakalı bilgilendirmeler aktarılabilir. Tüketime ne olduğu ve nasıl tüketilmesi gerektiği konusunda bilgiler aktarılabilir... (Ç14)

...Şu kadar su gidiyo, bu da işte doğaya nasıl zarar veriydi diye... Daha fazla uyarılar koyarak belki bunu engelleyebiliriz genel alanlara. Her yere yani misafirin kullandığı her alana bence kullanılması lazım. Lobi tuvaletlerinden tutun işte genel alan tuvaletlerine kadar. Barlardan tutun işte restoranlara varana kadar. Bunun içeriğiyle ilgili gerçek amacı doğru şekilde anlatıldığı takdirde bence bu insanlarda birazcık duyarlılık yaratacaktır. Bu bilgilendirmeler nasıl söylüyüm yüzde 3 bile azaltsa yüzde 3 yüzde 3tür. Yani yüzde 5 bile azaltsa yüzde 5 yüzde 5’tir diye düşünüyorum. Bakıldığı zaman hani anladığım ya gördüğüm kadarıyla yeni nesil birazcık daha hani bilgilendirme konusunda daha fazla bilgilendirme konusunda duyarlılık gösteriyor... (Ç32)

...Bu eyleme yönelen misafirlerimizi ancak sözlü şekilde yine altını çiziyorum kırmadan uyarıp doğru olan neyse o tarafa yönlendirmek olacaktır... Ve ertesi günü de tabi yine yeltendiğinde zaten ikinci uyarıdan sonra şey olmuyo, bi daha devamı gelmiyo. Çünkü aynı kişiyi gördüğün zaman aynı uyarıyla karşı karşıya kalacağını tahmin ediyosun... (Ç21)

...Küçük çaplı eğitimler verilebilir hani oyun içerisinde eğlence karışık. Mesela tiyatral bi gösteri yapılabilir. Hani eğleniyos gibi verip animasyon gösterisinde alttan mesaj verilebilir. Böyle bişey olabilir otelde, çünkü insan buraya rahatlamaya gelmiş. Sen ona ders vermeye çalışmamalısın. Rahatlamalı hani tatilin amacı o... (Ç36)

...Mini kulüplerde hani sadece yetişkin misafirler değil, alttan yetişen jenerasyon da önemli, mini kulüpte bu konu işlenebilir. Aynı zamanda bizim mini kulüplerimiz aynı zamanda bir ders yeri, orda yapılabilir. Ben bunları her zaman söylüyorum. Başka çeşit hani biz nasıl doğayı korumak için insanlara, doğayı koruyalım reklamları yapıyorsak bunun arkasında duruyorsak, israfı da alakalı yapabiliriz, çok önemli. İnsanların yoğun olduğu yerlerde israfı ilgili

dediğim gibi az önce birisi çıkıp bu konularla ilgili anfi tiyatro çalışması olabilir. Direk israf etmeyin, bilmem ne değil de hani insanların birazcık canını almadan, canını yakmadan, onların kalbini kırmadan birazcık da içerine böyle karikatür, eğlence katarak, karikatüristlik şeyler katarak. Onlarla belki biraz israfı engelleyebiliriz. Ama dediğim gibi bunda zaten %100 başarılı olmak diye bir şey yok. Ben %20 sine bile razıyız diyorum. %20 si olsa biz çok önemli bir yere geliriz... (Ç56)

...Ya bu o kadar geniş bi konu ki kesinlikle her şey yapılabilir... Mesela yiyeceklerin tanımlamalarının detaylı yapılması. Demin söyledim ya mesela adam bilmiyor onun içinde ne var yağ mı var tuz mu var alıyo, sonra tadına bakınca o onun yememesi gereken bişey olduğunu düşünüyö... (Ç12)

...Belki yine o bilgi kartlarından daha böyle çevreyle ilgili ya da daha tasarrufla ilgili küçük notlar, böyle anlamlı sözler odalarda dağıtılabilir. Çünkü çoğunlukla insanlar odalarında zaman geçiriyor, merak ediyolar ne yazıyo diye. Belki ordan yola çıkılıp bi çalışma yapılabilir... (Ç17)

...Çocuklar renkli alanları seviyolar. Renkli alanlardaki tabelalar tablolar ya da hani bu tür reklam şeyleri çocukların ilgisini çekerekten birazcık eğitici olabiliyo... (Ç32)

...Bizim kanalda (interaktif televizyonlarda) ancak yönlendirmelerle yazılarla hani daha az yemenin daha hafif yemenin sağlıklı olduğuyla ilgili hani sağlıktan dem vurarak belki misafirlerin hani israf etmemesini sağlayabiliriz... (Ç35)

Bazı çalışanlar tarafından, israfla ilgili alınabilecek bazı önlemlerin sektörel politikalarındaki dönüşümleri, proje tabanlı çalışmaları ve paydaşların işbirliğini gerektirdiği ifade edilmiştir. Sektörel politikalar ve projelerle ilgili öneriler teması altında toplanan bu önerilerden en sık tekrarlananı “israfa yönelik devlet destekli bir sistem/proje uygulaması” şeklindedir. Bazı çalışanlar tarafından, “Gıda İsrafını Önleme ve Bilinçlendirme Programı” ile turizm işletmelerinden başlanarak ülke geneline yayılması hedeflenen, Aral Proje Yönetimi tarafından 2018 yılında başlatılan bir proje kapsamında ortaya çıkan “Turuncu Bayrak” uygulamasının devlet desteğiyle yaygınlaştırılması önerilmektedir. Otel ve restoran işletmelerinde gıda israfını azaltmanın amaçlandığı proje ile “Turuncu Bayrak” çatısı altında toplanacak işletmelerde; gıdaların satın alma, üretim, tüketim, değerlendirme, ayrıştırma ve geri dönüşüm süreçleri düzenlenmekte, işgörenlere gıda israfına yönelik eğitimler ve sertifika verilmekte, israfı azaltmaya yönelik işletme misafirlerinin ilgisini çekecek bilinçlendirici görsel materyaller sunulmakta ve proje süresince yapılacak anketlerle proje süreci takip edilebilmektedir (Gıda İsrafını Önleme & Bilinçlendirme Platformu, t.y.). Geliştirilen Gıda İsrafını Önleme ve Bilinçlendirme Programı’nın halihazırda, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Türkiye Otelciler Federasyonu, Türkiye Pastacılar ve Lokantacılar Federasyonu, Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği, Türkiye Turist Rehberleri Birliği ve Türkiye Aşçılar Federasyonu tarafından desteklendiği açıklanmaktadır (Gıda İsrafını Önleme & Bilinçlendirme Platformu, t.y.). Bazı çalışanlar tarafından, israfı önlemeye yönelik işletmelerin tekil çabalarının yeterince etkili olmayacağı, misafirler tarafından tepki çekebileceği, ancak devlet destekli ve seyahat işletmeleri işbirlikli bir proje kapsamında alınabilecek önlemlerin daha sağlıklı sonuçlar verebileceği ifade edilmiştir. Çalışanların bu konudaki ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Yani ne biliyim bizim bakanlığımız bizi bu konuda sıfır atık projesi verebiliyorsa... En azından bizim ülkemizde böyle standartlarımız var, lütfen geldiğinizde bunlara uyunuz tarzı. Bizim bireysel otel olarak yapmamız çok etkili ya da güzel olmaz... (Ç20)

...Aslında bence israfı engelleyecek en büyük şeylerden bi tanesi de kesinlikle ve kesinlikle turizmde katı kuralların olması... Bence ülkesel olması lazım. Yani bu bunun sebebi sadece hani otelin aldığı karardan değil, her şey buna yansıyor tabi ki yani Türkiye'deki, bu birazcık bence bakanlıkla alakalı da olması lazım... (Ç32)

...İsraf olmasın diye bir proje var. Bunu Ankara'dan bir abimiz başlattı.... Ali abimiz var, bi ajans aslında bunu başlatan. Böyle entelektüel projeleri var. Buradaki projenin asıl kapsamı, deminden konuştuğumuz işlerin insanlara deklare edilmesi. Devlet tarafından önce bi kere israfın tanınması lazım. Devletin buna önlem alabilmesi lazım. Bunu anlatmaya çalışıyorlar. Otellerde çalışıyorlar hep, toplu tüketim alanları olduğu için, amaç burda şu; insanları bilinçlendirme platformu yapılacak yani bi ülkenin... Küçük küçük yazılar var, hatta böyle büyük büyük yazılar var, hatta logolu giyinen insanlar israfı anlatacak burda insanların, çocukların dikkatini çekecek etkinlikler yapılacak... Otellerde çocuklara yapılacak. Büyüklere büfelerde mesela Afrika'daki insanların durumu, kötü durumu işte dünya üzerindeki suyun sıkıntılarını bunun için böyle küçük küçük temalar, ekmekle ilgili temalar dur işte ekmek bu kadar oluyor, dünya üzerinde bu kadar ekmek var. İşte masalara görseller konulacak. Bunlarla ilgili Turuncu Bayrak uygulaması var. Nasıl beyaz bayrak temizlik, mavi bayrak sahil temizliği gibi uygulamalarda olduğu gibi turuncu bayrakta israfa duyarlı... Öncelikle acentelere gidecekler, acentelere anlatıyorlar bak bu önemli bir konu, israf zaten turizmin istediği bir konuyken acentelere diyecekler ki bak bunu sen deklare et, mavi bayrağı nasıl oteller istedi, acenteler istedi. Dediler ki bak mavi bayrak projemiz var, buna destek vereceksiniz. Beyaz bayrak projemiz var, destek vereceksiniz. Sahillerin temizliğini istiyorlar, havuz denetlemelerinde onun için özel şeyler var, belgeler var. Onun için diyecek ki israfa duyarlı otel projemiz var, dünyadaki enerji kaynaklarının tüketiminin gıda kaynaklarının tüketimini azaltmak için insanları bilinçlendirme platformu oluşturuyoruz, bu otellere daha çok hassasiyet göstereceğiz, bu oteller bizim tercih önceliğimiz olacak dediği an otomatik olarak bütün otellere yayılmış oluyor bu sistem... (Ç57)

...Fakat onunla ilgili bir çalışmamız var, daha yürürlüğe girmedir. Hatta devletin onunla ilgili bir süreci olacak, bir bayrak süreci... Turuncu bayrak artı şu anda yeni geçen hatta Emine Erdoğan toplantı yaptı konuyla ilgili (Sıfır Atık projesi), bizim arkadaşlar da gitti, bu olacak, olmak zorunda. Öyle ya da böyle biz tekil olarak hani hatta 2 sene önce koordinatörümüz dedi ki; "büfelere yazı asalım" bizde karşı geldik, şey olur, çok tepki çeker diye. Şimdi bütün otelcilikte böyle bir şey olduğu zaman, o tepki minimize olur. Çünkü bütün acenteler de bilecek ki bütün otellerde böyle yazıları herkes görünce şaşırmayacak ama tekil davrandığın zaman, yapsa mıydık yine o günkü cevabı şu an... Ya o zaman tekil olarak yapsaydık ...'da yediğimizde gözü var ama öyle bir şey yok... (Ç58)

...Biz bu doğrultuda bir farkındalık yaratmak anlamında, derneğimiz önderliğinde AGEB derneğimiz (Antalya Gastronomi Eğitimcileri Birliği), TAF'ın (Türkiye Aşçılar Federasyonu) çatısı altında bizim uygulamaya başladığımız, bu farkındalık doğrultusunda bir Turuncu Bayrak çalışmamız söz konusu, nasıl ki işletmelerde, özellikle otel anlamında bayraklandırmak, işte temiz çevre beyaz bayrak, yok temiz sahil mavi bayrak v.s. bu anlamda yeşil bayrak, bizde bu tüketim, bilinçli tüketim sarfiyatın önlenmesi doğrultusunda farklılığın üst seviyeye çekilmesi için, Turuncu Bayrak uygulamasını hayata geçirme çabası içerisindeyiz. Bunu uygulamaya çalışıyoruz, umarız çalışmalarımızı da desteklerler, Turuncu Bayrak çalışmamız milli bir hale gelir ve uluslararası bir nitelik kazanır. Biz de bu anlamda sadece Türkiye'de değil, yurt dışında da bu anlamda farkındalık yaratmış oluruz. Böyle bir çalışma yok bildiğim kadariyle yurt dışında da, biz bunun öncüsü olmak istiyoruz... Biz buradan başlamak istiyoruz, bu anlamda bununla ilgili çalışmalarımız var. Bilinçlendirme, yönlendirme ve destek isteme gibi çalışmalarımız var, umarım ve bu daha da büyüyerek, bu konuda ne kadar desteği olacak birimler, dernekler, kuruluşlar, öğretim görevlileri, okullar, üniversiteler bu birlikteliği bu bilinçlilik çığ gibi büyüyerek, biz israfın önüne geçebileceğimizi düşünüyoruz... Biz de bunun bir neferi olmak istiyoruz. Elimize Turuncu Bayraklarımızı alarak, bu işte bu doğrultuda biz önderlik yapmak istiyoruz. Amaçlarımız bu doğrultuda... (Ç60)

Sektörel politikalar ve projelerle ilgili öneriler teması altında gruplanan önerilerden bir diğeri ise her şey dahil sistemin kaldırılması, bu sistemden topyekün vazgeçilmesi şeklindedir. Bunun nedenlerinden birisi, her şey dahil sistemin Antalya'ya pek çok farklı bölgeden gelen karma turist profiline uygun bir sistem olmaması şeklinde açıklanmaktadır. Ayrıca, açık büfe sistemi yerine alakart servis uygulamasına geçilmesi de öneriler arasındadır. Ancak, alakart servisin, açık büfe sistemine göre daha fazla ve nitelikli işgücü gerektirdiği de belirtilmektedir. Çalışanların bu konudaki ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Bunlar en önemli göstergeleri de, ultra all inclusifin turizme yaptığı zararlarıdır. Yani bundan Türkiye kurtulmalı zaten, bunu hiç kimse tartışmıyo, herkes yanı fikirde. Gerçek şu anda all inclusifin Türkiye'de çok büyük bir dayatmayla yer almış olması, burda da ucuz misafire daha çok tüketen misafire yani daha alt kategorideki misafir kitlelerine ulaşılıyo olmaktan kaynaklanan bu memleketin işte taşına toprağına suyuna ekmeğine zararlar bırakan bir kitle bir sektör haline gelmiş olması. Ben 10 sene önce diyodum ki, 10 yıl sonra bu insanların ayır ayırt (ayıkır demeye çalışıyor) kafası ayıklanır ayıkır artık, ultra all inclusiften çıkarlar diye bakıyodum. Tamamen kaldırılmasa da bunun izole edilmesi gerekiyo... (Ç34)

...Benim için ultra her şey dahil sistemini kaldırmaları gerekiyo yani. Yani tamamen yanlış bi sistem. Onu kaldırdıktan sonra, yarım pansiyon olabilir. Bu Türkiye genelindeki bütün oteller için geçerli. Çünkü her şey dahil otelde her şey nerdeyse israf... Sadece Avrupalı misafirlerle çalışsak, ultra her şey dahil iyi bi sistem ama diğer kişiler geldiği zaman sıkıntı yani... (Ç48)

...Alakart sistemine geçmeyi iyi yapabilecekler için öneririm. Bu iş çünkü çok fazla know-how gerektiriyo ve daha pahalı, daha fazla iş gücü gerektiriyo. Bu güneyde özellikle otelcilik yapan her işletmenin, para kazanabileceği bi iş yapış şekli değil. Çünkü biz, biz niye bunu yapabiliyoruz, işte grubumuz bünyesindeki herhangi bi otelde veya niye yapamıyoruz. Satış fiyatıyla çok bağlantılı bu durum... (Ç42)

...En iyi şey alakart sistemine geçmek bu konuda, tam pansiyon işletmelerde bunun önüne geçmenin imkanı yok. Misafire az al ya da alma diyemiyoruz açık büfe insan istediği kadar dolduruyor tabağına ama alakart sistem olursa bir standardımız var, misafir onu yiyecek abartmıyoruz tabakları neticede istediğinde bir daha verecez o zaman minimuma iner... (Ç85)

Bazı çalışanlar tarafından, Antalya'daki otel doluluklarının önemli bir nedeninin her şey dahil sistemi olduğu, bu sistemin turisti bölgeye çeken önemli nedenlerden biri olduğu, Antalya için bu sistemden vazgeçilmesinin artık mümkün olmadığı dile getirilmektedir. Ancak sürekli artan yatak kapasitesinin, artan rekabet ortamında fiyatları düşürmesi ve gelen misafir profilini olumsuz yönde etkilemesi gibi sebeplerle, Antalya'da yeni oteller yapılmasının önüne geçilmesi önerilmektedir. Ayrıca, bazı çalışanlar tarafından Türkiye'deki otel yıldızlama sisteminin güncel ve yeterli olmayışının; haksız rekabete yol açması, bazı otellerde kalitenin düşmesine sebep olması ve gelen misafirlerde otel standartları konusunda kafa karışıklığı oluşturması sebebiyle mevcut yıldızlama sisteminin revize edilmesi önerilmektedir. Çalışanların konuyla ilgili ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

... şimdi 20 yıldır bu sektörün içerisindeyiz bu üst yöneticilerin tamamı zaten bu sektörde en az 10-15 yıldır çalışan insanlar ve bu insanların tamamı da her şey dahilden önce bu sektörde çalışmış olan insanlar. İşte oda kahvaltıda çalıştık, yarım pansiyonda çalıştık, tam pansiyonda çalıştık, tabiki de o misafir portföyüyle şu anki gelen misafir portföyü aynı eşdeğer değildi. Çünkü o zamanki fiyatlarla şu anki fiyatlar bir değil. Şu an her şeyi veriyosun, 5 yıldızlı otelde konaklatıyosun. Yediği önünde yemediği arkasında ve fiyatlar ortada. Eskiden tabiki de yarım

pansiyon ya da oda kahvaltı vardı. Fiyatlar çok daha yüksekti. İstanbul örneği var, istanbul da mesela sadece oda kahvaltı satıyo. Nerdeyse bizle aynı fiyata satıyolar. Bu sistemi değiştirmen çok çok mümkün değil, çünkü her geçen gün yatak arzı artıyo. Her geçen gün yeni otel yapılıyo. Hükümetin ya da devletin buna müdahale etmediği sürece bu sistemi bozma şansın çok fazla yok. Çünkü her şey dahil sisteminin bu turizmden çektiğin ve de iptal ettiğin dakika bu kadar otelin bu işleyişiyle turizmi devam ettirme ihtimali yok. Öyle bi kapasite yok zaten. Öyle bi turist portföyü gelmiyo. Düşünsene sen yıllardır aynı, 20 milyon turist geliyo ülkeye her şey dahil sisteminde geliyo ama diyosun ki kardeşim ben bir anda iptal ediyorum bunu, oda kahvaltıya döndü. O turistin gelme şansı yok zaten ya da o fiyatlara satma şansın yok o saatten sonra. Bu kadar oteli de çöpe atamazsın. Burda yapılacak en önemli şey en başta artık yatak arzını iptal etmek, yeteri kadar otel yapıldı bu saatten sonra otel yapılmasına izin vermemek. İkinci noktaya geldiğimiz zaman da yıldızlama sistemi çok çok önemli. Ben de beş yıldızlı bi otelim ondan sonra ...'daki bi otel de beş yıldızlı bi otel atıyorum ...'daki bi otel de beş yıldızlı otel ama benim 5 yıldızlı otel konseptimle o otelin konsepti bir değil. O yüzden beş yıldızlı otel ya da yıldız standartlandırılmasını tekrar gündeme getirmek lazım. Ona göre otelleri kategorize etmek lazım ve fiyat politikasını ona göre belirlemek lazım. Öyle yaparsan en azından bi nebze de olsun aradaki fark belli olur ona göre de fiyat politikası belirlenir, ona göre de misafir gelir... Şimdi artık diyorlar ya 5+2=7 yıldız aslında böyle bi kategori yok ülkemizde. Turizm standartlarında beş yıldızın ötesi yok... O yüzden kategorizeşme konusunda ciddi anlamda bi yapılanma gerekiyo yani. Hükümetin ya da devletin buna mutlaka müdahale etmesi lazım. En başta yapılacak iş dediğim gibi her geçen dakika artık dediğim gibi deniz arkasına ikinci bantta üçüncü bantta dördüncü bantta oteller yapılıyo. Yapılmıyacak bunların artık önüne geçmesi gerekiyo. Yeter kardeşim artık daha fazla otel yapmıyoruz. Bize yeteri kadar yatağımız var. Bundan sonra yapacağımız her şey hizmet kalitesini artırmak ve fiyatı arttırmak için yapılması lazım gereken şeyler diye düşünmek gerekiyo... (Ç39)

...Ben olsam mesela, çok yetkili bir insan, bunları sınıflandırırım jakuzili olacak, küvetli olacak ya da duşlu olacak diye. Bunu hatta otel yıldızlarının derecelendirmesine göre bile derim yani mesela... Türkiye'nin çok büyük bir değişim yapması gerekir, yani çok geniş bir konu. Yani bir de yiyecek içecek konseptlerini haksız rekabeti önlemek için sınırlandırmak gerekiyor. Eskiden ben mesela turizme girdiğim zaman, turizm otelcilik yüksek okulunu okurken, otelciliğin tanımı yapılırken, işte arkasından yıldızlama anlatılırken, işte elli tane odası olsun, off barı olsun diyordum filan, hem bunun tabii ki gelişmiş olduğunu düşünüyorum şu andaki şartlar altında ama hala aynı mantık altında giden bir yıldızlama sistemi var. Şöyle söyleyim 100 milyon euro harcanan bir tesisle, 20 milyon harcanarak yapılan bir tesis neye göre 5 yıldızlı oluyor, bu Türkiye'de ayırt edilebilmiş değil yani. Çünkü full donanım sahibi bir otel, birisi yarı donanımlı yiyecek, içecek konusunda yani o da 5 yıldız, siz de 5 yıldızsınız ama onun verdiği yiyecek içecek konsepti kişi başı üç euro iken sizinki on euro oluyor. Dolayısıyla işte diyorlar ki, efendim o da 5 yıldızlı siz de 5, siz 100 euroya satın onlar 5 euroya satsın, öyle bir mantık işlemez. Çünkü rekabet yiyecek içecek değil, misafirlerin talepleriyle ilgili bir şey. Fiyatlara bakarlar, mutlaka önce o 5 yıldızlı olup da ucuz olan oteller de oluyor. Dolayısıyla siz bu konularda rekabet edemiyorsunuz. Yani hem yiyecek içecek fiyatını yüksek tutup, hem de onlarla yarışamıyorsunuz. Bence yıldızı verirken, öncelikle konsept üzerinden yıldız verilmeli. Yani bir 5 yıldızlı otelin yiyecek içecek konsepti ya da bunun üzerinde bir hizmet verecek 6-7 yıldız anlamın da demiyorum ama high class verilecek sistemlerde yiyecek içecek sınırları belli olması lazım. Yani bunda şu da olması lazım, eğer bu otel bu yıldızı alıyorsa, en en az insanların yaşam kalitesine yetecek kadar balık ürünü verilmesini diyebilir, et ürünlerinde şu kadar miktarın aşılması, bu tüketimler de sınırlandırılmalı yani... Bunu devlet bir şekilde haksız rekabet önleyecek şekilde, otellerin kalitelerini koruyacağı standartları, belki bizim gibi yıllarca bu sektörde çalışan insanları bir araya getirip belirlemesi lazım. Alkolde 3. 2. 1. Derece alkol sınırları belirlenmesi lazım... (Ç88)

Sektörel politikalar ve projelerle ilgili öneriler teması altında gruplanan diğer öneriler; “misafirlerin seyahat acentaları tarafından israf konusunda bilgilendirilmeleri ve yönlendirilmeleri” ve “israf sorunu, israfı önleyici uygulamalar ve çözüm yollarının paylaşılıp tartışılabileceği özel sektör, ilgili kamu kurumları ve akademi işbirlikli panellerin düzenlenmesi” şeklindedir. Çalışanların bu konularla ilgili ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Yani müşteriye de bilgilendirmek lazım. Hani personel israf yönünden hani dedim ya aylık ay değerlendirmesi değerlendirilirken israf önleme şey yapılabilir ama bunu özellikle turizm acentası yapması lazım özellikle müşterilerine. Çünkü otel müşteriye bişey dediği zaman hani müşteriye sen kimsin ben buraya parasını verdim öyle geldim diyor yani. Daha önce karşılaşıldı yani. Şimdi herhangi bi sorun veya şikayet olduğu zaman misafirler direk acenta şirketleriyle birebir diyalog haline girdikleri için bence müşterilerin bu konuda bilgilendirilmesi acenta şirketleriyle yapılması daha iyi verim sağlar diye düşünüyorum yani... (Ç8)

...Ya aslında bir sorunun tespit edilmesi, sorunun tespit edilmesinden sonra, sizlerin bu çalışmalarıyla da bazı sonuçlar ortaya çıkacaktır. Yine böyle bireysel çözümlerin, bir platformda bu tecrübelerin herkes tarafından paylaşılması, büyük katkı sağlayacaktır... Yani sektör, ülkenin en üstündeki insanlar da bu işlerle ilgili fikir oluşturmuşken, onlara bu konu intikal etmişken, paneller olabilir, yani çok güzel olur. Doğru da bir hareket olur. Bir de tabi işletmelerin kendi tecrübelerini de o platformda birbirleriyle paylaşmaları çok güzel olur... (Ç89)

Otel içi uygulamalara yönelik önerilerden en sık tekrarlananlar, tabakta çok fazla yiyecek bırakan misafirlerin faturalarına israf bedelinin yansıtılması, restoranda anlık (aleminut) ve talebe göre pişirim yapılması, bazı yiyecek çeşitleri için şov büfelerinin kullanılması, sunulan yiyecek çeşitliliğinin azaltılarak kalitenin artırılması, eğitimli personel çalıştırılması, mevcut personelin bilinçlendirilmesi ve misafirlere yönelik örnek davranışlar sergilemesi konusunda teşvik edilmesi şeklindedir. Çalışanların otel içi uygulamalara yönelik önerilerine ilişkin ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Tabakta çok yemek kaldığında para alınabilir ilave olarak. Maldivlerde miydi neydi böyle. Tabakta kalan yemeklerden ilave ücret almak lazım... Maldivlerde her şey dahil olmayan bir yerde bile yapılıyordu... (Ç53)

...Bir misafirin önerisiydi bana bu, masalara tabağınızın %20'lik bir kısmını bırakırsanız size 5 euro bir ücret şarj edilecektir gibi yazılar konabilir. Atıyorum tabağının %25 lik bir kısmını bıraktı, bu bir israf yiyemedi. Bu yüzdeler değişebilir, size odanıza bir 5 euro şarj edilecek denilebilir. Almanya'da bir Çin restoranında yapılıyor, onu biliyorum ama Türkiye'de yapan otel var mı onu bilmiyorum ama belki de vardır. Çünkü Almanya'daki Çin restoranları da yine belli bir miktar para ödeyip, her şey dahil yiyorlar orda istediklerini alıyorlar, alabiliyorlar öyle bir büfe var ve böyle uyarılar yapmışlar. Bu da tabi ki yapıyor insanları, fazla alıp bırakmadan caydırıyor insanları. İşin içine para girince caydırıcı olur... Uygulamayı yapabilmek için, dediğim gibi acente ayağıyla sözleşmeler vesaire bunlarla yine bu sözleşmelerin içeriğine girmesi lazım. Acentenin buna evet demesi lazım, tek başımıza verebileceğimiz bir karar değil maalesef... (Ç55)

...Mesela bazı ülkelerde bi uygulama var, Kemer yapmış hatta bunu. Kemer Rus çok aldığı için, tabakta kalanlar, tabakta alınıp yenilmediği zaman on euro ödettiriyormuş. Berlin'de Alman müşteriler bu konuda hassas oldukları için, Almanlar kendileri de söyledi. Berlin'de bi tabakta kaldığı zaman on euro ödüyormuş mesela restoranlarda... Bi tabakta kalan israfı için, on euro ödüyo tabak başına. Az bir miktar ama caydırıcı bir önlem bence... (Ç93)

...Bence otellerin hepsinde aleminüt en geçerli şey olması lazım... (Ç88)

...Açık büfe olmalı ama misafire anlık o hizmeti verebilmeliyiz. Onu onun için hazırlamalıyız. Misafir beklerken zaten hani bi şekilde o şey gidiyo, onu da alıyım bunu da alıyım vazgeçiyor. Etinin pişmesini bekliyo ve o eti yiyo gerçekten. Ya da işte onun için hazırlanan bi makarnayı bekliyo, ya da bi omleti bekliyo ve onu gerçekten bitiriyo. Hani kişiye özel ya da anlık çözümler bulabilmek ben tüketimi daha doğrusu israfı azaltacağı düşüncesindeyim. Çünkü ürünün kalitesi ve lezzeti hem tüketim hem israfı çok belirleyici oluyo... (Ç16)

...Büyük firmalar, artık mesela ...'ların yaptığını biliyorum. Çok az sayıda şey yapıyorlar, ürün yapıyorlar 5-6 çeşit, benden de daha düşük ama 5 çeşit dünyanın en iyi tatlısını yapıyor o akşam. Dünyanın en iyi tatlısını yapıyor yani en pahalı tereyağından, en pahalı kremadan, en

pahalı üründen, gerçek bir tatlı yapıyor. Diyor ki; ben misafirime en iyisini sunuyum, ne yapıyım, en güzelini sunarak, en azını sunuyum. Yani misafirim gelip, her aldığı üründen %100 mutluluk sağlasın. Bana göre çeşitliliği azaltmazsak bu ülkede, israf azalmaz... (Ç57)

...Çocuklar için şunu yapabiliriz, aldığınız personeli özellikle çocuklarla ilgili aldığınız personelin hani bu tür konularda eğitilmiş olması gerekiyo çünkü eğitilmiş personel içerdeki misafire de eğitim verebiliyo. Hani dediğim gibi her şey aslında birazcık da bizde personelde bitiyor. Eskiden hani şöyle bi sistem yapardık biz, hani yabancı dil biliyosa hani o işi yaptırabilir hayır, artık mesleki belgeler istiyoruz. Sen çocukla ilgili bişey yapıyosan işte, çocukla ilgili bi belgen kesinlikle olması lazım. Eğer sen spor yaptırıyorsun sporla ilgili bi belgen kesinlikle olması lazım. Neden, çünkü doğru kişilerle çalışmak hani doğru memnuniyeti daha fazla sağlar... (Ç32)

...Bir de personelin bilinçlendirilmesi bu konuda daha iyi olur. Yani personel bilinçlendiği zaman, personelin sahiplenmesiyle... Yetişkinlerde değişim, karşı tarafın örnek hareketiyle olur. Yani personel bu anlamda kendisini çalışırken, izleyen misafire örnek davranışlarda bulunursa, belki misafirin kafasında bir şimşek çakabilir. Nedir bu, bir peçetenin temizleyeceği bir yeri, bir avuç peçeteyle temizlemek bir israftır mesela veya işte piknik tarzı dediğimiz ürünlerin misafirin aslında hiç kullanmadığı piknik ürünlerin alınıp çöpe atılması, bu bir israftır, misafire mesaj uyandırabilir. Dolayısıyla personelin bu konuda bilinçli olması lazım... Yani personelin bu konuda davranışları, mutlaka karşı tarafa bir mesaj verecektir... (Ç71)

...Açık büfe tamamen iptal olsun. Kişiler ne istediğini alınan (kişilerin istediğini alabildiği demek isteniyor) bi sistem olsun ya da bi tatil danışmanı olsun, tatil gıda danışmanı olsun... (Ç15)

...Odalar bölümünde de tamamıyla aslında kullanacakları ürünleri önceden belki bi guest servisi sistemiyle sorulabilir evet soruluyo ama onunla ilgili bi puanlamaya gidilebilir onla ilgili bi fiyat azaltmaya gidilebilir... (Ç15)

Çalışanlar tarafından getirilen önerilerin bazıları, yatırım ve tedarik süreçleriyle ilgilidir. Yatırım ve tedarik süreciyle ilgili öneriler teması altında gruplanan önerilerin başında “kaliteli ürünler tedarik edilmesi ve misafire kaliteli ürünler sunulması” gelmektedir. Bu konudaki diğer öneriler ise, misafirlerin tüketimlerinde israfa yönelmesini önlemeye yardımcı olabileceği değerlendirilen malzemelere, yeni nesil teknolojilere, akıllı sistemlere ve otomasyonlara yatırım yapılmasıyla ilgilidir. Çalışanların bu konudaki ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Nası önleyebiliriz israfı diye, bu tamamen o tesisin politikasıyla ilgili. Eğer iyi malı iyi paraya alıp kullanabiliyosa israf azalır... (Ç13)

...Ama kaliteli ürün almak lazım. Kalitesiz ürün alırsanız aldığınız ürünler yenmez çöpe gider. Onun yerine başkasını alır misafir... (Ç61)

...Ürünü ne kadar kaliteli ürünler seçer ve kaliteli ürünler çıkartır isek, inanın zaten o israf olmaz... (Ç77)

...Önce şundan çok emin olmak lazım, siz çöpe gitmeyecek ürünler yaptınız mı?... İsfaf olduğunu düşünenler, kaynaklarının tüketildiğini düşünenler şu soruyu sormalılar. “Biz ne kadar doğru bir ürün yaptık, bu neden çöpe gitti” sorusunu sormak lazım. Yani mantık olarak da bu doğru, siz sevdiğiniz bir yemeği çöpe atmazsınız veya bir gün sonra bakarsınız ki tüm yemekler lezzetli artık daha fazla alma ihtiyacı duymazsınız... Yöneticiler bu soruyu kendine sormadığı için veya aşçılar v.s. kalitesiz ürün kullanırsanız, işte o yaptığınız pizzada kullandığınız peynir veya işte dönerde kullandığınız tavuk, bunlar çok farklı maliyetler. Hazır dönerler var, işte 30 birime 30 lira ödediğiniz, 50 lira ödediğiniz, 100 lira ödediğiniz çeşitleri var, döner üzerinden gidiyorum. 100 liralık döner aslında tüketiliyor, çöpe hiç gitmiyor ama 30 lira ödediğiniz, yine 3 katı kullanıyorsunuz, aslında aynı parayı veriyorsunuz, bir tasarruf sağlamıyorsunuz ve çöpe gidiyor. Temelini söyleyeyim, temeli kaliteli yiyecek, içecek sunmak. Bu israfı en az seviyeye getiren olay aslında o... Mutlu müşteri az israf eder. Çünkü müşteri intikamını alır... (Ç91)

...Otomasyon olmalı faydası var ama bizde olmaması, müşteri o kartı bıraktığı zaman yapacak hiçbir şeyimiz yok. Hem soğutma şansımız, hem de kontrol etme şansımız yok. Odaya o zaman sensör koymamız lazım...

...Oda boş olduğu zaman sensor sistemleri konabilir, "energy saver" dan daha iyi... Gece hiç hareketsiz zamanda sensör devre dışı bırakılabilir... Parmak okutma sistemi, müşterinin parmağını okutursunuz, odasını kendinden başka kimse açamaz. Düşünün yani elektrik de öyle olabilir. Artık cep telefonlarıyla odalardaki elektrikler açılıp kapatılabiliyor. Artık teknoloji o kadar ilerledi ki residentlar şunlar bunlar sistemler. Adam beş yıldızlı bir otele gittiğinde kendi konforundan daha düşük bir otelde kalıyor. Bu insanlar tatmin olamıyor düşünün yani. Konuştukça ben size birçok örnek verebilirim. Sensörler, cep telefonları mesela. Cep telefonunda odalara bi tane kod verirsiniz, sistemleri kurarsınız, adam odaya gelmeden cep telefonundan klimayı açar ve ne kadar tükettiğine bakarsınız. Hatta misafiri uyarabilirsiniz. Şu anda o teknolojiyi kullanabilecek eğitimli insanlar olmayabilir ama siz bunu bir maliyete bağlarsanız, çok duyarlı oluyorlar. Otele gittiğinizde cep telefonunuza bir tane program yüklenecek. Ya şimdi bunu siz tek başınıza yapamazsınız. Otelcilik sektörünün tamamının bunu kabullenmesi lazım... Yani bugün, bi şey söyleyim mi size, başka otellerde gördüm, mesela operasyondan sorumlu kişi, restoranın ışıklarını cep telefonundan yakıyor... Artık bunu sağlayabilecek otomasyon yüzlerce teknoloji var, bulunabilir... (Ç88)

...Ya aslında bu en baştan başlayan bir şey. Siz otelinizi fizibilite aşamasında profesyonellerle birlikte mutfak alt yapısından başlayarak... Profesyoneller şöyle, siz inşaat şirketi olabilirsiniz ama otelcilik başka bir şey, siz bir mutfak firması olabilirsiniz ama odada konaklamak başka bir şey, inşaat aşamasının ciddi fizibilitelerle ciddi araştırarak, profesyonel yöneticilerle başlayarak, yani otelin açılışına bir ay kala bu iş olmaz. Genel müdür ben örneğin bu otelin temelinden beri buradayım, masası, sandalyesi, çatalı, bıçağı, neresi fonksiyoneldir, müşteri hangisinde daha kolay gider... İşte sizin fırınınızın yeni nesil olması, klimanızın enerji dostu olması, teknoloji değişiyor bunları takip etmek lazım. Yani eski bir klimayla, yeni nesil bir klima %50 'den fazla enerji tasarrufu farkı var. Sürekli teknoloji yatırımı yapmalısınız. Bunu da ancak için profesyonelleriyle yapmak, siz house keeping departmanında bir housekeeper çalıştırmak zorundasınız veya genel müdürünüz sürekli araştırmalı, yeni ürünleri, yeni teknolojileri, bunun için fuarlara katılmalısınız, sadece otelin satışı boyutunda değil, yaşatacak alt yapısı boyutunda da yöneticilerin bilgisi olmalı... (Ç91)

...Genelde ana restoranta çok yapıldığı için tabaklar küçültülebilir. Porsiyonlar otomatikman belki düşmeye yönlendirilebilir... Artık biliyorsunuz mutfaklarda moleküler sistemlere geçmeye başladı, minimalistleşiyorlar, küçük porsiyonlara geçiyorlar. Tüm ürünleri çok hani ekosistemi bozmamak için israfın önüne geçmek için böyle bi konseptte kurulursa ama en baştan kurmak lazım çünkü ciddi bi yatırım. Örneğin şöyle düşünün bu tesis bi yatırım yapmış ana restoran tabağı almış büyük boy, küçük boy, orta boy. Şimdi bunların hepsini kaldırıp bi tezgaha bi yere koyup yeniden moleküler sisteme minimal bi sisteme geçmek isterse çok ciddi bi yatırım yapması lazım. Yani şirket kurulurkenden böyle bi düzene geçilirse tabi ki olabilir. Ama önceden planlama istiyen durumlar... (Ç35)

...İçeceklerde belki yapabilirsiniz, bununla ilgili bu israf fazla bu bardak boyutuyla ne biliyim, kahvesi işte biraz önce örnek verdim, yarım litrelik su şişesi yerine 0,33 diye tabir ettiğimiz daha küçük şişeyi dolaplara koyduğumuzda, onun yarım litrelik şişenin içerisinde kalan suyun israf edilmemesi için ve daha az israf olmasını önleyebiliriz... (Ç53)

..Su tüketimiyle ilgili olarak bir takım zamanlamalar yapılabilir. Mesela insanlar akşam yemeğine gelmeden önce su ısıtımını sağlanarak su israfı önlenabilir. Suyu doğal gazla ısıtıyoruz... Suyun ısıtılmasıyla ilgili olarak da çeşitli otomasyon sistemleri kullanılabilir... (Ç62)

Çalışanlar tarafından getirilen önerilerin bazıları toplumun bilinçlendirilmesine yöneliktir. Bu tema altında, aile içi temel eğitim, çeşitli kitle iletişim araçlarından ve sosyal medyadan yararlanılarak toplumun bilinçlendirilmesi, toplumun eğitim düzeyinin artırılması, okul müfredatlarında israf konusuna yer verilmesi, ülkesel ve küresel sürdürülebilirlikle ilgili projelerle bağlantılı olarak insanlarda israfın boyutuna, nedenlerine ve sonuçlarına yönelik

farkındalık oluşturulmasıyla ilgili öneriler yer almaktadır. Çalışanların bu konudaki ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Kısa sürede kalan misafirleri bizim eğitmemiz söz konusu değil. Dolayısıyla buraya gelen misafirlerin dışarıda bir eğitim görmesi lazım. O 7 günlük 8 günlük 9 günlük periyodlarda kişiyi davranışlarını değiştiremezsiniz. Dolayısıyla biraz bu konuda zorlanıyoruz tabi. Mantıken de zorlanıyoruz ama bu eğitim konusunda, eğitimimizin biraz daha artması lazım bu israf konusunda. Biz bişey yapamıyoruz yani. Önce aileden başlamalı, bir baba eve yemek götürürken malzeme götürürken bunun nasıl kazanıldığını çocuklarına anlatabilmeli ki ben bunu zaman zaman yapıyorum. Ondan sonra kahvaltılarda veya akşam yemeklerinde tabağın boş bırakılması gerektiğini söylüyorum çünkü çöpe gidecek ve bunu bulamayan insanlar var. Bunları zaman zaman çocuklarıma söylüyorum. Bunun dışında da okulda, sizin gibi hocalarımızın anlatması lazım... (Ç1)

...Bu işletme olarak değil de genel olarak ülke olarak, eğitimle, tamamen aile içi ve genel eğitimle. Başka bi şekilde olmaz yani... (Ç47)

...Tüketebileceğin kadar alınıp, tüketebileceğini tüketme eğitimi bunun eğitimin verilmesi, hem sağlık gerekçesiyle, hem israf gerekçesiyle bunun eğitim şeklinde ebeveynlerde çocuklara eğitim kurumlarında çocuklara eğitiminin verilmesidir. Hani şöyle söyleyim, bizde bu okullarda değil de daha çok görsel medyada diyetisyen, yaşam kürü uzmanı v.s. böyle reklam unsuru bizde bireyler vardır, medyatik insanlar vardır, herkes onların peşinde gider ama altı boştur onların iki gün yaparlar ondan sonra biter. Bu yaşam kültürü alttan gelmeli, çocukluktan gelmeli, bu aileye yansmalı. Geleceğe bu şekilde yön verilebilir... (Ç60)

...İşte bu bilinçlenmeyi belki global anlamda yapmak, ülkesel anlamda yapmak lazım. Bazı şeylere insanların dikkatini çekmek lazım. Bi kere sosyal medya diye işte inanılmaz her yere ulaşabilen bi güç var. Yani bunu gerekirse görsel medya yazılı medya sosyal medya elimizdeki her imkanla ülkeler, ülke yönetimleri devlet her imkanla bunu işte insanları bilinçlendirmek tabi kullanmak lazım... (Ç12)

...Artık elimizin altındaki bütün her şeyde hani biz bunu kullanabiliriz, biz bunu teknolojiye de kullanabiliriz. Yani internet sayfalarımızda olsun işte ne biliyim televizyon reklamlarında olsun her yerde bunu kullandığımız takdirde yeni nesil birazcık hani bu tür şeylere ilgi gösteriyö. Çünkü çoğu insan artık teknolojiden uzak kalmadığı için hani bunları takip edebiliyo. Bu tür şeyleri de kullanarak yani bilgilendirebiliriz... (Ç32)

Ç13 kodlu katılımcı, her otelin özellikleri, bulunduğu bölgenin yapısı ve misafir profili farklı olduğundan misafirlerin israfa yönelmesini önlemeye yönelik tüm tesisler için geçerli standart uygulamalar önerilemeyeceğini ifade etmiştir. Bu söylemle, tesislerin kendi misafir profilinin özelliklerine (kültür, demografik özellikler, psikografik özellikler vb.), ihtiyaçlarına ve beklentilerine, otelin özelliklerine (konsepti, yıldızı, yapısı vb.), otelin bulunduğu bölgeye uygun bir strateji izlenmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır. Ç13 kodlu katılımcının bu konudaki ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Valla tesisler, yani tesisler, şunu yapamayız yani bütün herkese göre bir sistem yapamayız. Çünkü her otelin misafir kitlesi misafir kalite kitlesi değişik, ülke kitlesi değişik, kültür kitlesi değişik, her otel veya her bölge, bölge de olabilir işte Belek Türkiye'nin en üst, en son turizm destinasyonlarından bir tanesi, planı, programı alt yapısı bitmiş. O halde bile burda bile on değişik önlem alınması lazım yani. Kategorize edersek. Onun için her otel kendi misafirine göre bu şeyi alacak, önlem alacak. Yani biz mesela bayramlarda Türk misafirler geldiği zaman Türklerin bazı kültürlerini bildiğimiz için onlara göre bazı değişiklikler yapıyoruz. Bunu azaltmak için. Hem memnuniyeti artırmak hem şeyi azaltmak için. Ama bu yani böyle bir kitap gibi şu şunları yaparsan şu ülkede veya şu bölgede şeyi azaltırsın diye olamaz çünkü değişik. Çünkü her otelin verdiği hizmete göre yapacağı uygulamalar değişik olması lazım... (Ç13)

4.1.2.8. Otellerde İsrafi Önleyici Uygulamalara Yönelik Algılanan Engeller

Otel çalışanlarıyla yapılan görüşmeler sırasında, bazı çalışanlar tarafından çeşitli kaygılarla israfi önlemeye yönelik (bazı) uygulamaların gerçekleştirilemediği, bazı çalışanlar tarafından ise çeşitli sebeplerle bu konuda önlem alınamayacağı ifade edilmiştir. Araştırma sorularında yer almamasına karşın çalışanlar tarafından dile getirilen bu tür söylemler, otellerde israfi önleyici uygulamalardan kaçınılmasının nedenleri ve önleyici uygulamalara yönelik algılanan engelleri ortaya koyabilmek açısından analiz edilmiştir. Bu konuyla ilgili görüşler yalnızca bazı çalışanlar tarafından dile getirildiğinden ve önceden belirlenmiş bir görüşme sorusuna cevaben ortaya çıkmadığından ifadeler, katılımcılara ilişkin veriler arasından ayıklanarak alınmıştır. Bu durum konuyla ilgili standart (yeterli frekanslarla belirli kodlar altında birleştirilebilir) ifadeler elde edilmesini zorlaştırmıştır. Bahsedilen nedenlerle, bu kısımda yalnızca betimsel analizden yararlanılmıştır. Çalışanların ifadeleri genel hatlarıyla değerlendirildiğinde, otellerde israfi önleyici (bazı) uygulamalardan kaçınılmasının nedenleri ve önleyici uygulamalara yönelik algılanan engeller;

- misafir memnuniyetini olumsuz etkileyebileceği kaygısı,
- misafirlerin tekrar ziyaret niyetini olumsuz etkileyebileceği kaygısı,
- işletme için ilave maliyet oluşturacağı kaygısı,
- misafirin tepki göstermesine ve daha fazla israfa yönelmesine yol açabileceği kaygısı,
- misafirlerin şikayet edebileceği kaygısı,
- “misafir her zaman haklıdır” yaklaşımı,
- çalışanlar tarafından “otelin bir ticarethane değil, bir misafirhane olarak” görülmesi,
- lüks otellerdeki misafirlerin kısıtlayıcı uygulamaları hoş görmeyeceği (tölere etmeyeceği) kaygısı ve
- her şey dahil sistem şeklinde sıralanabilir.

Bazı çalışanlar tarafından israfi önlemeye yönelik bilgilendirme, uyarı ya da rica içerikli yazılı mesajların, misafirleri kırabileceği, rahatsız edebileceği, hoş olmayacağı, misafirler tarafından yanlış anlaşılacağı ve kullanılacak yazılı mesajların işletmeye ilave maliyet oluşturabileceği ifade edilmiştir. Çalışanların israfi önlemeye/azaltmaya yönelik yazılı mesajların kullanımıyla ilgili kaygılarını yansıtan ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

... Elbette yapılabilir şeyler çok fazla ama bunu bizim kendi misafir portföyümüze ne kadar aktarabiliriz veya genel bakış açısından bakacak olursak ne kadar doğru olur. Şimdi yazılı zaten böyle birşey mümkünatı yok. Mümkün değil. Doğru olacağını düşünmüyorum çünkü 5 parmağın beşi de bir değil. Bazılarına bunu anlatmak isterken bazı misafirlerimizi kırabiliriz ki bence zaten yeterince kırıcı ve aşağılayıcı bi davranış olur diye düşünüyorum. Dolayısıyla yazılı herhangi bi uyarıda bulunabilceğimizi düşünmüyorum. Doğru da olduğunu düşünmüyorum... (Ç21)

...Ya şimdi ihtiyacınız kadar alın demek ya şimdi bilmiyorum ne kadar doğru olur restoranda falan yazı konsa ama. Zor gibi geliyo bana bilmiyorum böyle bişey yapılabilir mi.... Yapılması çok hoş olmaz yani hoş olmaz yanlış anlaşılır... (Ç23)

... Aslında küçüğünden büyüğüne çok önlem alınabilir ama bu bi maliyet boyutu var. Bunun uygulanabilirlik boyutu var. Mesela uyarılar daha çok yapılabilir... Misafiri de irite etmemek lazım... Bunu çok üst noktada yapan tesisler de var. Hani ayarında misafirin tepkisini almamak için daha böyle şey davranan misafirler tesisler de var... (Ç29)

...Tatile gelen misafir aslında bunları görmek istemez diye düşünüyorum. Yani yapılabilir, çok şey düşünüyorum ama tatile gelen misafir bunu mu düşünmek ister bilemiyorum... Tatile gelen misafir de bunlardan rahatsız olur. Tatilini böyle vicdan azabıyla geçirmesine sebep olur diye düşünüyorum. O anlamda tabi ki bir şeyler yapılabilir ama siz bir misafir olsanız gideceğiniz otelde işte Afrika'daki açlıktan bir resim görmek istermisiniz ya da ne bileyim THY'nın zeytin hikayesini okumak istermisiniz bilmiyorum yani. Tatildeki insan tatilin psikolojisinde biliyorsunuz adam oraya relax bir ortam yaratmaya geliyor. Kendisini deşarj etmeye geliyor, o deşarjın içinde, hatta haber bile dinlemez ki, dinleneyim, tamamen kendimi böyle sıfırlayayım diye... Ters de tepebilir diye düşünüyorum. Biz sadece çevreyle ilgili, yasal zorunlulukların olduğu, bilgilendirme panosunu oluşturmakla biz bunu yapıyoruz. Bir de en önemli şey de bunu misafire hissettirmeden yapmak, afişe anlamında değil de... (Ç71)

...İlave, bunları görsellerle, işte ya bunu söylemek çok doğru gelmiyor işimizde bunu, yönetemiyoruz da aslında, misafire "ya israf etme" kelimesini dolaylı yoldan veya direkt anlatmak, aslında çok doğru bir hareket değil ama açıkçası çok öyle bir tarzımız yok. Ama nedir işte, görsellerle, küçük böyle esprilerle uyarı mahiyetinde"... Biliyor musunuz şu kadar çocuk açlıktan ölüyor" mesajları şeklinde ama tatile gelen insanlara bunları söylemek çok da doğru değil. Bizler hizmet sektöründe çalışıyoruz ve bu tür söylemler misafiri olumsuz etkiler. Bizim işimiz memnuniyet sağlamak, insanları tatilde hiçbir ne ideolojik, ne psikolojik anlamda kanallandırmak, açıkçası onları çok fazla israf etmemeleri yönünde misafirleri yönlendirmek anlamında çok fazla doğru bir hareket olmaz... (Ç77)

Bazı çalışanlar tarafından, misafirlerin israfa yönelmesini önlemeye yönelik sözlü bilgilendirme ve uyarıların, misafir memnuniyetini ve tekrar ziyaret niyetini olumsuz etkileyebileceği, misafirin tepki göstermesine ve daha fazla israfa yönelmesine yol açabileceği ifade edilmiştir. Ayrıca, bazı çalışanlar tarafından "misafir her zaman haklıdır" yaklaşımıyla çalışıldığından ve çalışanlar tarafından "otel bir ticarethane değil, bir misafirhane olarak görüldüğünden" sözlü uyarıların pek tercih edilmediği ve kısıtlayıcı uygulamalardan vazgeçildiği dile getirilmiştir. Bu noktada, Türk toplumundaki misafirperverlik kültürünün de, misafirlere rahatsızlık verebilecek herhangi bir uygulamadan imtina edilmesine yol açtığı anlaşılmaktadır. Çalışanların bu konudaki ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Yani şimdi misafire enformasyon da veremeyiz, hani israf etmeyin, bunu kesinlikle söyleme hakkına sahip değil söylemeyi arzu ederiz ama söyleyemeyiz. Çünkü misafirin de geri dönüşünü bekleriz doğru mudur? Hotelimize tekrar gelmesini bekleriz, çünkü olumsuz tepki almaktan çekiniriz... (Ç7)

...Müşteri her zaman haklıdır prensibiyle çalıştığımız için yani bunu pek şey yapamıyoruz. Yani müşteriye alma diyemiyoruz. Yani bişey dediğimiz zaman bizi ters anlıyorlar yani müşteri her zaman haklıdır prensibiyle çalıştığımız için de bişey diyemiyoruz artık onun artık insafına kalmış... (Ç8)

...Hemen yeniden serbest bıraktık. İstedığımız zaman onu engelleyebiliyoduk. Yapacak bişey yok. Misafir her zaman haklı. Bu konuda yani... (gülüyor)... Onun haricinde misafire başka bişey söyleyemiyosunuz yani direkt bu sefer yanlış anlıyorlar ve farklı tepkilerle karşılaşabilirsiniz... (Ç19)

...Baya bi uyarıyo efendim işte sizin sağlığınız açısından, bunu dışarı çıkartmanız uygun değil. Ama aldığımız cevap malesef aynı. Yok fazla bişey yapamıyoruz yani. Çünkü ters tepki alıyoruz. Kesinlikle ters tepki alıyoruz... (Ç24)

...Ama adam hayır dediği zaman, yani misafir her zaman haklıdır. Yani sadece uyarabilirsiniz kibarca o kadar. Onun haricinde bi yaptırım tarzı bişey yok... (Ç27)

...Yani dediğim gibi çünkü çocuk her şeyi kullanmak istiyio, her şeyi denemek istiyio... Çocukta bu sınırlamayı yapamıyoruz malesef yani... Ve şunu da yapamıyoruz, hayır sana bunu veremem, deme gibi bi lüksümüz de yok. Sebebi de çünkü hizmet sektöründe çalışıyoruz. Amacımız burdan giden her bireyi memnun etmek... (Ç32)

...Şimdi azaltmaya yönelik ancak yiyeceğe çok fazla kontrol edebilme imkanı yok. Çünkü çoğunluğu açık büfe tarzı olduğu için, yiyeceklerde çok kontrol şansımız yok ya da fazla yemek aldın sen bunu yarsını geri bırak, zaten bırakamaz, demek şansın yok. Bu tür misafirlere bunu öğretme şansımız hiç yok. Çünkü yemek yeme kültürü olmayan birisine sen bu yemek yeme kültürünü öğrenmelisin veya gel sana yemek kültürünü öğretyim demek zaten bizim tarafımızdan düşünüldüğü zaman, bize yakışacak bir durum değil. Karşıdakini rencide etmiş oluruz. O yüzden maalesef ki bizim hem Antalya olarak, hem de Türkiye olarak böyle bir müdahale kültürümüz de yok açıkçası. Çünkü buna müdahale ettiğimizde o misafirin rencide olacağını, mutsuz olacağını kesin bildiğimiz için, böyle müdahale şansımız yok... Biz burda birçok israfı engellemiyoruz. Müşteri memnuniyeti için çok müdahale etmiyoruz pek çok şeye... (Ç53)

...Vallahi bilemiyorum belki gelen misafirler rahatsız olabilir. Bizim bir deyim vardır misafir her zaman haklıdır. Ancak bayanlarımız kartları çektirebiliyoruz. Misafirlerimize sen neden böyle yapıyorsunuz deme şansımız yok... (Ç68)

...Ama şeye geldiği zaman, yazıyla uyarmaya bundan tepki alıyoruz. Yiyeceğin kadar al adama dediğimiz zaman, diyo ki sen benim şeyime nası karışsın. Dini anlamda söylediğimiz zaman, o zaman daha kötü tepki alıyosun. Ya bu kadar aç var dünyada diyosun, dünyayı senmi gurdaracan diyor. Yabancı birine söylediğin zaman, oouu burası diyor şey diyor, her şeyi dine bağladılar. İsrafta dine mi bağlanır, bunu sağlıklı açıklanır diyor. Onun bakış açısı öyle, bunun açıklaması dinle değil, sağlıklı olur. Niye sağlıklı yapmıyosun... Dolayısıyla uyarıcı şeylere mümkün olduğu kadar girmemeye çalışıyoruz. Çünkü her doplumdandır... (Ç79)

...Ya biz şeyle ilgili, yani misafire karşı çok fazla bi şey yapamıyoruz. Yani buna sözlü uyarı yaptığımız takdirde, tepkiler alabiliyorsunuz. Hatta ters tepip israflarının arttığını da şahit oluyoruz. Ben parasını ödedim deyip, öylemi al bakalım deyip inatla dökenleri de gördük ama biz daha çok bi tasarrufu kendi içimizde yapmak üzere... (Ç92)

...Biz birebir, özellikle ben ekibimde buna dikkat ediyorum, çocuklarla misafirlerin kontakları sırasında gerçekten samimi olduğumuz misafirlere bunun önemini söylüyoruz. Misafir genelde başka bir misafirin israfından çok ciddi rahatsız oluyorlar ve biz onlara hani bizim tarafımızdan bunun söylenmesi çok uygun değil ama siz söyleyebilirsiniz diye teşvik ediyoruz. Bu bile tetikleyici çok önleyici, yoksa biz bir misafire “tabağınıza neden bu kadar yemek aldınız, bu kadar yiyemeyeceğiniz şeyi tabağınıza almayın” desek o zaten ahlaki, oralarda çok uygun bir davranış değil. Özellikle biz çok misafirperver bir toplumuz, bizim gözümüzde kalkıp bu pozisyona düşmek istemeyiz. Burası bizim için sadece bir ticarethane değil, bir misafirhane gibi görüyoruz burayı... (Ç56)

Bazı çalışanlar tarafından, misafirlerin şikayet edebileceği kaygısıyla israfı önleyici bazı uygulamaların gerçekleştirilemediği ve hatta var olan uygulamalardan vazgeçildiği dile getirilmiştir. Bazı çalışanların ifadelerinden, özellikle otel içi memnuniyet anketlerinin ve şikayet sitelerinin, misafirlerin elinde bir şantaj aracına dönüşmüş olmasının, çalışanlar üzerindeki baskıyı artırdığı anlaşılmaktadır. Çalışanların bu konudaki ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Şöyle yapmış olsak mesela bunları aza indirgesek, ful pansiyon da olsa aza indirgesek, kaliteli versek aza indirgesek bu da çok büyük bir önlem olur ama bu sefer de her şey dahil sistem olduğu için bu konsepti bildikleri için misafirler de bunu yaptığımız takdirde şikayetlerin ya da oteli beğenmeme konusunda şikayetler olacak o yüzden de yapamıyoruz öbür şekilde de yapamıyoruz. Hani bi alışlagelmiş var turizmde ful pansiyon sisteminde bi alışlagelmiş var. Bunu da aza indirgeyemiyoruz... (Ç3)

...Misafirin önünden aldığı zaman misafir şikayet ediyö. O yüzden çok da fazla müdahale edemiyosun... (Ç39)

...Şimdi misafir çıkartmadıysa o oda kartını biz de çıkartamayız kesinlikle, adam geldiği zaman televizyonunun belki çalışmasını istiyö. Yani öyle misafirlerimiz turistlerimiz var bizim otelimizde. Sonuçta elliyemeyiz. Çıkartırsın ama problem olabilir korkusuyla kimse yanaşmıyö. Ben gördüğümü çıkartıyom ama bu zamana kadar bana bi problem olmadı belki hk'ya problem olmuştur belki benim çıkarttığım kart... Biz hiç bişey yapamayız. Hiç bi şekilde çözölemez. Azaltılamaz. Energy saver olur tamam biz energy saveri odalarımızda bi zamanlar vardı balkon kapısı açıldığı zaman bütün klima duruyodu, sistemi duruyodu. Ama adam balkonun kapısının dediğim gibi oraya önüne oturmuş sahili seyrediyo odasından soğukluk gelmiyö diyo, şikayet ediyö. Biz bu şikayetlerin artık hakkından gelededik. 2013 yılında olması lazım yanlış hatırlamıyosam 2013 yılında energy saverları balkon kapılarına iptal edildi. Sadece şeye karta dayalı oldu, karta dayalı olsa adam kartı orda misafirimiz oraya kartını takıyö ve odasından çıkıyö. Odası gelinceye kadar klimasının çalışmasını istiyö. Geldiği zaman odasının sıcak olmamasını istiyö. O onların en doğal hakkı bence. İsraf diyoruz ama israf. Enerjiden israf. Ama sonuçta tatile gelmiş bi misafir bazı şeylerde rahatlık istiyö. Kesinlikle karışamayız... (Ç51)

...Personel biz burda 550 kişi çalışıyoruz, adama söylüyorsunuz, biz mesela anketleri filan değerlendiriyoruz, haftalık, aylık, yıllık her departmanın belli hedefleri var. O hedefleri tutturmaları lazım, o hedefleri tutturamadıkları zaman onları yönetim, arkadaşım bunları neden tutturamadın diyor, onunla ilgili bu sefer departmanlar kendi elemanlarına şunları dikte etmeye başlıyor. "Aman kardeşim şikayet almayın", "aman kardeşim şikayet almayın" insanlara, misafire şeyapmamayı, ne diyim, ihtar, uyarmamaya başlıyor. Mesela odalarda bizim yiyecek çıkarma... Daha doğrusu restorandan yiyecek çıkarılması, restoranlardan yasak bizim. Ama şimdi gidelim bakalım herkes elinde tabakla dışarı çıkar, kata kadar çıkar. Kapıda bizim restoran görevlimiz vardır, ağzını açıp, bişey demez. Ordan çıkar meydancı görür, o bişey demez. Kata çıkar kat şefi görür, kat görevlisi görür bişey demez. Kafalarındaki korku aman misafir benle ilgili şikayet etmesin, bi de şöyle oluyö. Siz haklı sebeple adama bi şey söylüyorsunuz, o misafir bu sefer, şeyapmaya başlıyor, ökü z altında buzağı aramaya başlıyor, başka başka şeylerle olmayan şeylerle sizi şikayet ediyö bu sefer. Bi de öyle dönüyö size olay. İnsanlarda bunu bildiği için, bu korkuyla çoğu zaman defibela deyip, misafire çok fazla bi şey söyleyemez... (Ç54)

...Bazen turistler oluyor bana iyi oda vermezsen şikayet sitesinde olumsuz yorumlar yazarım diye tehdit ediyö. O zaman biz israfa da önlem alamıyoruz... (Ç93)

...Mesela başka tesislerde daha önce burda da vardı işte kart sistemi uyguluyorduk. İnsana bir havlu kartı veriliyordu, günde bi defa havlusunu alıyordu, akşam kirlisini getirip temizini alıyordu. Bu bazı böyle tabi bize gelen misafirleri sıkıyodu. Hani niye böyle yani ben istediğim zaman havlu alamaz mıyım işte bi tane havlu almak zorunda değilim ayağıma alacam kafama alacam sarıma alacam. Bunu bu misafir şikayetinden dolayı değiştirdik. Serbest bıraktık her yerde istediği zaman istediği kadar. Bu da akşam üzeri müthiş bir işte gereksiz israfa sebep oluyö. Her yerde, buna da katlanıyoruz... (Ç13)

Bazı çalışanlar tarafından lüks otel konseptinde misafirlerin israfı önleyici bazı uygulamaları hoşgörmeyeceği ve lüks otel konsepti dahilinde yapılabilecek uygulamaların sınırlı olduğu ifade edilmiştir. Çalışanların bu konudaki ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Hep biz kendi aramızda da konuşuruz mesela aldığımız işte bu yeşil yıldız ödülleri olsun, travelife gibi sürdürülebilirlik uygulamaları olsun, farklı konular olsun, tüm bunlarda hani hep şeyi konuşuruz evet ... gibi bi otelde bir dispensarin içerisine şampuan koyup o odada sunabilir

miyiz? Bu büyük bi soru işaretidir, çünkü artık sunamayız. Hiç bi şekilde bu otelin misafiri bunu tolöre etmez... (Ç45)

...Evet işte luxury olmasa daha fazla tasarrufa gidilir ama luxury konsept dahilinde yapılabilcek faaliyetlere gidiyoruz... (Ç15)

Bazı çalışanlar tarafından misafir memnuniyetini olumsuz etkileyebileceği düşünüldüğünden israf yapan misafirlere çok fazla müdahale edilmediği ifade edilmiştir. Bazı çalışanlar tarafından “misafir memnuniyeti ön planda tutulduğundan”, “lüks otel konsepti nedeniyle” ve “her şey dahil sistem uygulamasından dolayı” misafirlerin israfa yönelmesinin önlenemeyeceği ifade edilmiştir. Çalışanların bu konudaki ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Var hala yapılabilcek şeyler var ama biz dediğim gibi misafiri pek üzmemek için bazı israfları görerek üzülmeye sineye çekiyoruz. Çekmek zorundayız ama diyebilirim ki sade bizde de değil böyle bikaç otel daha var... (Ç13)

...Yani israfı hani misafir portföyü açısından çok fazla müdahale şansımız olmuyo. Çünkü biz hani direk misafir memnuniyeti üzerine odaklı bi tesis olduğumuz için her isteyen misafire istediği hizmeti doğru şekilde doğru yerde sunmaya çalışıyoruz... (Ç14)

...Çok fazla önlem alınacağını zannetmiyorum. Çünkü biz otel sahibi, idarecileri ve çalışanları olarak misafir memnuniyetini hep ön planda tutuyoruz... (Ç40)

...Ama hani diğer bölümlerde bu israf, bu israf da engellenebilir mi, yani ultra lüks otellerde her şey dahil konseptte engellenemez, hiçbir şekilde engellenemez yani... (Ç83)

...Şimdi eğer öyle bişey olursa, insanlar yani insanları kısıtlamaya yönlendiriyo gibi bişey de karşı taraf ta düşüneceği için... Ama diyemeyiz ki bunu bizim şu israf programlarımız var bunları uygulayın diye. Çünkü her şey dahil sistem dediğim gibi. Ve bunda da bi şey yapma şansımız yok yani. Önlem alınamaz çünkü insanlar her şey dahil goymuşlar, bi de garşına böyle bi tablo çıktığı zaman der ki bu nedir... (Ç25)

...O (israf) konuda önlem alınamaz çünkü burası her şey dahil sistem olduğu için o yüzden her şeyi siz ortaya korsunuz isteyen istediği kadar alıyor o konuda bişey yapamayız... (Ç52)

Bu kısımda bahsedilen israfı önleyici uygulamalara yönelik kaygıların ve çalışanlar tarafından algılanan engellerin, otellerde israf sorununu çözmeye yönelik uygulama planları ve bu konuda getirilebilecek öneriler açısından yol gösterici olduğu değerlendirilmektedir. Takip eden kısımda araştırmanın ikinci aşaması olarak gerçekleştirilen otel misafirleriyle yapılan görüşmelerden elde edilen bulgulara yer verilmektedir.

4.2. Otel Misafirleriyle Yapılan Görüşmenin Bulguları

Bu kısımda öncelikle görüşülen otel misafirlerine ilişkin demografik bilgiler açıklanmaktadır. Ardından, otel misafirleriyle yapılan görüşmelerin bulguları farklı alt başlıklar altında sunulmaktadır.

4.2.1. Görüşülen Otel Misafirlerine İlişkin Demografik Bilgiler

Veri toplama sürecinde, 16'sı kadın, 18'i erkek olmak üzere toplam 34 otel misafiriyle yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu katılımcıların, 14'ü genç (20-35 yaş aralığında), 12'si orta yaşlı (36-50 yaş aralığında) ve 8'i yaşlı (51-70 yaş aralığında) otel misafirlerinden oluşmaktadır. Görüşülen otel misafirlerinin cinsiyet ve yaş gruplarına ilişkin bilgiler, daha anlaşılır olacağı düşüncesiyle Tablo 4.21.'de sunulmaktadır.

Tablo 4.21. Görüşülen Otel Misafirlerinin Cinsiyet ve Yaş Gruplarına İlişkin Bilgiler

	n	%
CİNSİYET		
Kadın	16	47,06
Erkek	18	52,94
Toplam	34	100
YAŞ GRUBU		
Genç (20-35)	14	41,18
Orta yaşlı (36-50)	12	35,29
Yaşlı (51-70)	8	23,53
Σ	34	100

4.2.2. Otel Misafirleriyle Gerçekleştirilen Görüşme Bulguları

Bu kısımda, otel misafirlerine göre israfın tanımı, israfın en çok ortaya çıktığı alanlar, israf şekilleri, israfın nedenleri, otel misafirlerinin israf davranışlarına yönelik öz değerlendirmeleri, insanların evlerindeki tüketim davranışlarıyla oteldeki tüketim davranışlarının farklı olmasının nedenleri ve otel misafirlerinin israfı önlemeye/azaltmaya yönelik çözüm önerilerine ilişkin bulgular aşağıdaki alt başlıklar altında sunulmaktadır.

4.2.2.1. Otel Misafirlerine Göre İsrafın Tanımı

Otel misafirlerinin israfı tanımlayış biçimlerini ortaya çıkarmak amacıyla kendilerine yöneltilen “Sizce hangi tür davranışlar israftır? İsraf size göre nedir?” sorusuna alınan yanıtlar üzerinden oluşturulan kodların tekrar sıklıkları ve oranları Tablo 4.22.'de sunulmaktadır. Otel misafirlerinin israfı tanımlayışlarına ilişkin kodlardan en sık tekrarlananlar “ihtiyaçtan/gereğinden fazlasını almak/stoklamak” (21 tekrar; %37,5), “fuzuli, gereksiz, ihtiyaç dışı, boşa, harcamak / kullanmak / tüketmek” (13 tekrar; % 23,21) ve “yeterinden / gerektiğinden/ihtiyaçtan fazlasını kullanmak/tüketmek/harcamak” (12 tekrar; % 21,43) şeklindedir.

Tablo 4.22. Otel Misafirlerine Göre İsrafın Tanımı

İfade Kodu	İfade Açılımı	f _i	%
İ1	İhtiyaçtan/gereğinden fazlasını almak/stoklamak	21	37,50
İ2	Füzuli, gereksiz, ihtiyaç dışı, boşa, harcamak/kullanmak/tüketmek	13	23,21
İ3	Yeterinden/gereğinden/ihtiyaçtan fazlasını kullanmak/tüketmek/harcamak	12	21,43
İ4	Kaynakları hoyratça ya da verimsiz kullanmak	3	5,36
İ5	Hedonik satın alma yapmak	3	5,36
İ6	Gereksiz davranışlarda bulunmak	2	3,57
İ7	Gereğinden fazla üretmek	1	1,79
İ8	Aşırı tüketmek	1	1,79
Σ		56	100

Yapılan tanımlamalara göre ihtiyaçtan ya da gereğinden fazla alınan veya stoklanan şeyler çöpe atılsa da atılmasa da israf olarak değerlendirilmektedir. Bunun nedenlerinden biri, gereğinden fazla alınan şey çöpe atılmayıp tüketildiği durumda, ihtiyaç dışı ya da aşırı tüketim gerçekleşmiş olmaktadır. İkincisi ise, ihtiyaçtan fazla alınan şeyin çöpe atılmasa bile kullanılmaması (kaynağın fayda sağlamayacak şekilde alıkonması) durumuna yol açmasıdır. Otel misafirlerinin bu konuyla ilgili ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...İsraf bana göre öncelikle, ihtiyacından fazlasını elde etmek... (T25)

...Adı üstünde israftır... Tüketilmek için alınıp çöpe atılan... (T18)

...Hani yiyebilse dahi, fazlası gene israfa giriyo yani, atmadım, dökmedim ama ihtiyacın olanını yiyeceksin... (T19)

...İsraf bana göre, insanın ihtiyacından fazlasını alıp kullanmamasıdır... (T8)

Otel misafirlerine göre, gereksiz yere ya da gereğinden fazlasını kullanmak, tüketmek ya da harcamak, kaynakları verimsiz kullanmak ve hedonik satın alma yapmak da israf olarak değerlendirilmektedir. Katılımcıların bu konudaki ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Füzuli harcama, gereksiz, bilinçsiz ve dikkatsiz yere yapılan şeyler bence israftır... (T20)

...Eğer yeterinden fazla bi şey kullanıyorsanız konsüme ediyosanız (tüketiyorsanız), onu israf sayarım... (T2)

...Bir şeyin gereğinden fazla sarfedilmesi... (T27)

...İhtiyacından çok fazla tüketmek israftır... (T3)

...İsrafff dediğimiz şey, yani verimli kullanılmayan her şey israftır aslında... (T26)

...Yani ihtiyacın yoksa, ya da bu bıçak ihtiyacını görüyosa, yetiyosa sana tamam ama ben bunun daha iyisini bunun altın kaplamasını almam lazım dediğin zaman bu israftır. Sonucunda aynı işlevi yapar... (T7)

...İhtiyacından fazlasını elde etmek ve hiçbir işe yaramayacağı (yaramayacak) bi şeyi elde etmek. Bu nedir cep telefonu mesela günümüzde çıkıyo işte Iphone bilmem ne Iphone Iphone Iphone Iphone... Bunun sınırı yok. Her hangi bi ucu yok. Ama senin işini bin liralık bi telefon rahatlıkla görebilecek her anlamda ya da iki bin liralık bi telefon, ya tutupta bi altı yedi bin lira vermek, bi israftır bana göre... (T25)

Otel misafirleri tarafından yapılan tanımlamalarda, somut kaynakların yanı sıra soyut kaynakların da israfa konu olduğu değerlendirilmiştir. Örneğin, gıda, kıyafet, enerji ve su gibi kaynakların israf edilmesinin yanı sıra misafirler tarafından sıklıkla zamanın, kazancın,

enerjinin (konuşurken insan gücünün) ve hayatın da verimsiz ya da füzuli kullanılmasından söz edilmiştir. Misafirlerin bu konuyla ilgili ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Sözde olur, yemekte olur, başka şeyde olur. Gerektiği... Gerektiğinden fazlasını yapmamak lazım, nakadar gerekiyorsa onu yapıp, ona göre davran... (T6)

...Yanii, hangi tür davranışlar israftır. Yani genel konuşursak zaman da israftır, parayla israf etmek vardır. Esasında hayatı da israf ediyoruz ama ağırlıkta yiyecekleri israf ediyoruz daha fazla... (T8)

...Yaani, yemek olarak, giyim olarak, elektrik, suyla elektrik çok israf, yani onlar zaman, zaman da olabilir... (T9)

...Zaman bile israftır, zamanınızı kötüye kullanmak bile israftır... (T17)

...Zaman bile değerlendirilmediği zaman israftır yani... (T26)

4.2.2.2. Otel Misafirlerine Göre İsrafın En Çok Ortaya Çıktığı Alanlar

Görüşülen 34 otel misafirinden 31'i diğer otel misafirlerinin israf davranışlarına tanık olduğunu belirtmiştir. Görüşülen otel misafirlerinden 3'ü (T23, T26, T27), diğer misafirlerin davranışlarına dikkat etmediğinden israf davranışlarına tanık olmadıklarını belirtmiştir. Otel misafirlerinin gözlemlerine göre, misafirlerin otel içerisindeki tüketimleri sırasında israfın en çok ortaya çıktığı alanlar Tablo 4.23.'te görüldüğü üzere, restoranlar, barlar, pastaneler ve benzeri "yeme içme alanları" (31 tekrar; %83,78) şeklindedir. Havuz, plaj, lobi, aktivite alanları ve ortak tuvaletler gibi "genel kullanım alanları" (3 tekrar; %8,11) ve "odalar" (3 tekrar; %8,11) otel misafirlerinin tüketimleri sırasında israfın gerçekleştiği diğer alanlardır. Yeme alanlarındaki israfın, içme alanlarındaki israfa göre daha fazla olduğu bazı misafirler tarafından ayrıca ifade edilmiştir.

Tablo 4.23. Otel Misafirlerine Göre İsrafın En Çok Ortaya Çıktığı Alanlar

	f _i	%
1. Yeme içme alanları	31	83,78
2. Genel kullanım alanları	3	8,11
3. Odalar	3	8,11
Σ	37	100

4.2.2.3. Otel Misafirlerine Göre İsrafın Ortaya Çıkma Şekilleri

Otel misafirleriyle yapılan görüşmelerden hareketle, otel misafirlerinin israf davranışlarına ilişkin elde edilen bulgular Tablo 4.24.'te sunulmaktadır. Yapılan içerik analiziyle, otel misafirlerinin israf davranışlarına ilişkin toplam 22 kod oluşturulmuştur. Benzer kodlar gruplanarak oluşturulan temalar "gıda israfı" (52 tekrar; %77,61), "demirbaş ve sarf malzemelerinin kullanımıyla ilgili israflar" (11 tekrar; %16,42) ve "su ve enerji israfı" (4 tekrar; %5,97) şeklinde ortaya çıkmıştır.

Tablo 4.24. Otel Misafirlerine Göre İsrafın Ortaya Çıkma Şekilleri

Temalar	İfadeler	f _i	Σ f _i (67)	%	Σ%
Gıda İsrafı	Çok fazla yiyecek almak, alınan yiyecekleri bitiremeden bırakmak	29	52	55,77	77,61
	Alınan içecekleri bitirmeden/bitiremeden bırakmak	8		15,38	
	Tadına bakma amacıyla birçok farklı yiyecek çeşidinden almak, bitiremeden bırakmak	5		9,62	
	İhtiyaçtan fazla içecek almak/sipariş vermek, bitirmeden bırakmak	3		5,77	
	Denemek amacıyla birçok farklı içecek çeşidinden almak, bitiremeden bırakmak	2		3,85	
	Alınan yiyecekleri hiç tüketmeden bırakmak	1		1,92	
	Gereğinden fazla alkolsüz içecek tüketmek	1		1,92	
	Gereğinden fazla alkollü içecek tüketmek	1		1,92	
	Başka birisi (eş, çocuk, arkadaş v.s.) için yiyecek almak, yiyeceklerin tüketilmeden bırakılması	1		1,92	
	Alınan bir içeceği zamanında tüketmeyerek, ısınma, soğuma, asidinin kaçması vb. şekillerde içilemez hale gelmesi nedeniyle yenisini sipariş etmek	1		1,92	
Demirbaş ve Sarf Malzemelerinin Kullanımıyla İlgili İsraflar	Çok fazla tabak, kaşık, bardak kullanmak (değiştirmek)	2	11	18,18	16,42
	Çok fazla tuvalet kağıdı tüketmek	2		18,18	
	Çok sık plaj havlusu değişimi talep etmek	1		9,09	
	Sabun dispenserlerinden çok fazla sabun sıkmak	1		9,09	
	Buketleri çok fazla tüketmek	1		9,09	
	Çok fazla kağıt havlu tüketmek	1		9,09	
	Tuvalet kağıtlarını (yırtma, yere atma gibi şekillerde) boşa harcamak	1		9,09	
	Odada çok sık ve gereksiz (temiz olduğu halde) havlu değişim talebinde bulunmak	1		9,09	
	Otele ait malı/malzemeyi otelden ayrılırken yanında götürmek	1		9,09	
Su ve Enerji İsrafı	Odada değilken klimaları açık bırakmak	2	4	50,00	5,97
	Odada musluk suyunu çok fazla tüketmek	1		25,00	
	Odadaki tuvalet ve banyoda suyu boşa akıtmak/açık bırakmak	1		25,00	

Tablo 4.24. incelendiğinde otel misafirlerinin otel içi kullanımları ve tüketimleri sırasında en sık karşılaşılan israfın gıda israfı olduğu görülmektedir. Gıda israfına ilişkin kodlar yiyecek ve içecek israfıyla ilgili ifadeleri içermektedir. Gıda israfıyla ilgili en sık tekrarlanan ifadeler “çok fazla yiyecek almak, alınan yiyecekleri bitiremeden bırakmak” ve “alınan içecekleri bitirmeden/bitiremeden bırakmak” şeklindedir. Çalışanların gıda israfıyla ilgili ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Yemek sırasında gördük yani, getirip fazlasını getiripte yemeyip bitiremiyor. O şekilde çöpe giden çok ekmek oluyo. Yemek de oluyo... (T6)

...Yiyeceğinden fazlasını alıyo. Şöyle bakıyorum masalarda yediğinden fazlası orda kalıyo, kalkıp gidiyo... Üç senedir geliyom, üçünde de aynı şeyle karşılaşıyorum... İnsan yiyeceğini bilir. Bundan zaiyat olur, bi tane eksik olur, bi tane fazla olur ama o öyle değil görüyorum, adam sofrayı, masayı donatmış, yediğinden fazlası kalmış. Çok çok fazlası... (T12)

...Mezeler, salatalar, çeşit bol olduğu için hepsinden almak istiyi herkes, hepsinin tadına bakmak istiyi. E hepsini aldığı için de, hepsini yiyemeyeceğine göre atıyolar. Çöpe gidiyo büyük bi kısmı... (T16)

...Yani tabaklarını dolduruyo, ama yiyip yemediği önemli değil, sadece her birinden biraz tadına bakıyo, tadımlıkta almıyo nedense... (T25)

...İçecek konusunda israf aşırı derecede heralda (heralde). Meyve suyu gibi mesela, yarım içiyo, bırakıyo... Genellikle yani, genelde öyle... (T11)

...İçecekler dediğim şimdi, alıyo, barda iki tane bardak biri içilmemiş yarım, bi tane daha alıyo... Mesela kahvesi bardaktaykan, gidiyo çay alıyo... (T14)

...Su konusunda da olabilir... Şimdi bazıları geliyor, şöyle yarısını içiyor, bırakıyor, gidiyor mesela... (T21)

...Bi içeceği alıyosunuz, havuzun başına geçiyosunuz mesela, biraz yudumluyosunuz aa ısınmış, onu bırakıyosunuz, yenisini almaya gidiyosunuz şey olarak. Ya da bi sürü, barda bisürü içecek var, ne içeceğinize karar veremiyosunuz, o anda orda bi şey söylüyosunuz ama aslında istediğiniz o değil, onu biraz tadıyosunuz, o bitiyö, sonra öbürkü... Deneme amacıyla da oluyo... (T25)

Otel misafirlerinin otel içi kullanımları ve tüketimleri sırasında ortaya çıkan israf davranışlarıyla ilgili bir diğer kategori demirbaş ve sarf malzemelerinin kullanımıyla ilgili israflardır. Bu kısımda bahsedilen demirbaşlar, restoranlarda ve barlarda kullanılan tabak, kaşık, bardak gibi malzemeler, odalardaki havlular ve misafirlere sunulan plaj havlularıdır. Söz konusu sarf malzemeleri ise, tuvalet kağıdı, kağıt havlu, sıvı sabun, şampuan ve diğer buket malzemeleridir. Otel misafiri katılımcıların bu konudaki ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Çok fazla tabak gullanıyolar, çok fazla kaşık kullanıyolar, bişii gullandığını bi daa gullanmıyolar... (T2)

...Genelde yüzde doksanı, mesela diyelim bi bardak alıyo içiyo, ikinci bi birayı içecek, atıyorum çayı içecek, kahveyi içecek genelde ikinci bardağı kullanıyo, hep öyle oluyo genelde. Bana göre bu da israf tabi... (Ç34)

...Hamam, sauna vesaire bilmem ne var... Bulsak, bi engelleme olmasa, mesela havlu değiştir at, değiştir at yani şeye israf artık, çalışan personele eziyet mi diyeyim artık... (T25)

...Mesela şimdi odaya çıkıyor dört beş tane havlu var. Zaten bir insan bi havluyu ne kadar kullanır. Birkaç kere kullanır diyelim, bi banyo yaptığı zaman kullanır, ama hepsini birden kullanıyo ama bi tane kullanmak daha mantıklı bana göre... (T34)

...Odalaradaysa atıyorum, eeaa.. banyolara özellikle, tuvalet kağıtları, şampuan, ellerimizi yıkadığımız sabun, beş altı kere basmanın bi anlamı var mı mesela. Yok... Çok şampuan veya sabun kullanmak, aşırı kullanmak sonra tuvalet kağıdı, doladıkça doluyo, doladıkça doluyo gibi... (T31)

...Mesela tuvalet kağıtlarını yerlere atıyolar, onları almaya çalışıyorum, elime bişey şeyayıp... (T33)

...Yani kimse evinde kullandığı gibi kullanmıyo tuvalet kağıdını, böyle bi yerde. Fazla tüketiliyo... (T18)

...Burada böyle yerlerde tatil amaçlı ve eşantıyon gibi yerlerde sonuna kadar tüketip, hatta çantalarına kadar doldurup evlerine götürebiliyorlar, bu da israf sonuçta... (T32)

Otel misafirlerinin israf davranışlarıyla ilgili bir diğer kategori “su ve enerji israfı” şeklindedir. Katılımcı otel misafirlerinin, musluk sularının israf edilmesi ve odada değilken klimanın açık bırakılmasıyla ilgili ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Burda ne yapıyosunuz, bi hamama gidiyosun devamlı suyu döküyosunuz. O da bi israftır aslında. Çünkü şe yapmıyosun, devamlı kullanıyosun... (T28)

...Sonra duş alırken yıkadığımız su... Mesela herkesin ihtiyacı veya içine sinmesine göre değişebilir ama hani böyle çok suyu açmak... (T31)

...Ben mesela sabah girdiğimde su akıyordu, lavabunun suyu akıyordu, hani bırakmış çıkmış. Yani benim için gereksiz bişii ne olursa olsun sonuçta şey değil... (T33)

...Elektrikler mesela lüzumsuz yere açık kalıyo. Yani biz bile bazen yapıyoruz klimayı açıp odadan kredi kartı gibi bi şey sokup oraya, akşama kadar klima açık kalıyo. Bu da elektrik gidiyo tabi. Yani sadece bizim yaptığımız israf bu olunca yani genele vurduğun zaman çok büyük israfa gidiyo... (T24)

4.2.2.4. Otel Misafirlerine Göre İsrafın Nedenleri

Otel misafirleriyle yapılan görüşmelerde, katılımcıların 30'u tarafından israfın nedenlerine ilişkin görüş bildirilirken, 4'ü tarafından bu konuda herhangi bir görüş belirtilmemiştir. Konu hakkında görüş bildirmeyen katılımcıların 3'ü (T23, T26, T27), diğer misafirlerin israf davranışlarını gözlemlemediğini belirten kişilerdir. Diğer katılımcı (T20) tarafından ise israfın nedenleri hakkında bir fikri olmadığı belirtilmiştir. Otel misafirlerinin israf davranışlarının nedenlerine ilişkin elde edilen bulgular Tablo 4.25.'te sunulmaktadır. Yapılan içerik analiziyle, otel misafirlerinin israf davranışlarının nedenlerine ilişkin toplam 26 kod oluşturulmuştur. Oluşturulan kodlar, otel çalışanlarına göre israfın nedenlerine ilişkin elde edilen bulgularla oldukça benzer olduğundan, kodların gruplanmasında aynı temalardan yararlanılmıştır. İsfraf davranışının nedenlerine ilişkin temalar "tatil kültürü ve tatil psikolojisi" (28 tekrar; %36,36), "uygulamaya ilişkin nedenler" (21 tekrar; %27,27), "ulusal kültür ve yaşam koşulları" (18 tekrar; %23,38) ve "kişisel nedenler" (10 tekrar; %12,99) şeklinde ortaya çıkmıştır. Tatil psikolojisiyle ilgili yalnızca bir ifade olduğu için tatil kültürü temasıyla birleştirilmiştir.

Tablo 4.25. Otel Misafirlerine Göre İsrafın Nedenleri

Temalar	İfadeler	f _i	Σ f _i (77)	%	Σ%
Tatil kültürü ve psikolojisi	Doyumsuzluk/kanaatsizlik (gözün doymaması, gözün aç olması)	12	28	42,86	36,36
	Ödenen para karşılığında her şeyi yapma, kullanma, tüketemeyeceği şeyleri bile sınırsızca isteme/alma hakkını elde ettiği düşüncesi	6		21,43	
	Tatil kültürünün yerleşmemiş/gelişmemiş olması	3		10,71	
	Tatilde olmanın verdiği rahatlık/tatil psikolojisi	3		10,71	
	Ödenen paranın karşılığını (fazlasıyla) alma isteği	2		7,14	
	Otele maddi açıdan zarar verme isteği	2		7,14	
Uygulamaya ilişkin nedenler	Yiyecek içecek çeşitliliğinin çok fazla olması	8	21	38,10	27,27
	Her şey dahil sistemi	4		19,05	
	Açık büfe sistemi	2		9,52	
	Sunulan ürünlerin ve imkanların bolluğu	2		9,52	
	Otelin konsepti	1		4,76	
	Büfedeki görsel-sanatsal sunumların çekiciliği	1		4,76	
	Konsepte dahil olan mal ve hizmetler için ekstra ödeme yapmıyor olma (Konsept dahilinde sınırsız tüketme/kullanma hakkı)	1		4,76	
	Servis yapılan bardağın kirli, lekeli olması	1		4,76	
	Kalitesiz ürün (içecek) sunulması	1		4,76	
Ulusal kültür ve yaşam koşulları	Eğitimsizlik/Bilinçsizlik	6	18	33,33	23,38
	Misafirlerin sosyo-ekonomik yaşam koşulları, yaşadığı ülkedeki refah düzeyi	4		22,22	
	Kültür (tarih, değerler, toplumsal alışkanlıklar vb.)	3		16,67	
	Toplum olarak yemeğe düşkün olma	2		11,11	
	Yeme içme alışkanlıkları/kültürü	2		11,11	
	Yetiştirilme tarzı	1		5,56	
Kişisel nedenler	Misafirin tüketilebilecek miktarı yanlış tahminlenmesi (özellikle açken), porsiyonlamayı doğru yapamaması	4	10	40	12,99
	Alışkanlıklar (yaşam tarzı)	3		30	
	Görgü	1		10	
	İntikam arzusu	1		10	
	Merak (tüm çeşitlerin, daha önce denemediği çeşitlerin, yöresel lezzetlerin tadına bakma arzusu)	1		10	

Tablo 4.25. incelendiğinde, otel misafirlerine göre israfın birincil nedeninin tatil kültürü ve tatil psikolojisi olduğu görülmektedir. Bu tema altında toplanan ve en sık tekrar edilen kodlar “doyumsuzluk/kanaatsizlik (gözün doymaması, gözün aç olması)” ve “ödenen para karşılığında her şeyi yapma, kullanma, tüketemeyeceği şeyleri bile sınırsızca isteme/alma hakkını elde ettiği düşüncesi” şeklindedir. Otel misafirlerinin açıklamalarından hareketle, bu tema altındaki kodların büyük oranda misafirlerin tatil kültürünün gelişmemiş olmasıyla ilişkili olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların tatil kültürüyle ilgili ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Doyumsuzluk mu diyim, ilk etaptaki ne derler bizde, ilk önce gözün doycak, ondan sonra karnın doycak derler... İlk gelişte, özellikle bu yemekhane kısmında gözlemlediğim konu, ilk gelenler ikinci gün üçüncü bu değişiyö yani, bol çeşidi gördüğö zaman, hepsinden yiyecekmiş gibi dolduruyo... Belki ilk gün onun üçte ikisini yiyo... İkinci gün yine aynı işlemi yapıyo, bu sefer yarısını yiyo, ertesi saa (sabah)... şeyde artık anniyö ki o da bu kadar ben yiyemiyorum, yiyeceği kadar almaya başlıyo. Çünkü gözü doydu artık orda onun... Ben diyorum işte... Gözün doymaması, gözün doymaması... (T3)

...İsraf bana göre göz açlığı diyim, bi insanın gözünün açlığı... Yani, çok aşırıya kaçıyoz artık yani... (T7)

...Her şey bedava, alabilirim, yapabilirim, hak görmeleri heralde... (T10)

...Para veriyorum, yerim içerim olayı diye düşünüyorum... (T17)

...Her şey bedava, ben ne yaparsam yapıyım, makbuldür düşüncesi... (T34)

...Parasını verdim, her türlü her şeyinden faydalanırım. Fazlasıyla faydalanırım demek yani... (T24)

...İnsanların görmemişlikleridir... Şimdi afedersin, çok böyle bi yere gelmemiş oluyo, şimdi ilk geliyo, o kadar yiyeceği bi arada görüyo, o kadar içeceği bi arada görüyo, onu israf ediyö. Alışkın olmadığından onu da alıyım, bunu da alıyım, onu da alıyım... (T14)

...Ya belki de böyle bi ortamı kolay kolay görmediklerinden olabilir. Kolay kolay tatile çıkmadıklarından olabilir. Ha şimdi diyeceksiniz ki, siz yapmıyormuydunuz... Sanırım öncesinde biz de yapıyoduk. Ve zamanla alışıyoruz bence ve farkına varıyoduk, gitgide azalıyordu. Bundan kaynaklı olabilir bence... (T22)

...Aile zaten kendi bilmiyo, çünkü toplumdaki aile, yani tatil olayını belki toplumun yüzde onu, yüzde on beşi biliyo ama toplumun çoğu tatil nedir, otel nedir, her şey dahil nedir, sistemini bilmiyo... (T34)

...Buraya gelince sadece yemekten koydukları ücreti çıkarmanın planını yapıyorlar... (T19)

...Ya genelde insanlarda benim gördüğüm şu var; buraya gelirken, bunun, bi tatil bedeli ödediğini bunun içinde fazlasıyla gullanmaya çalıştığını görüyorum... (T8)

...Yaavvv... Buu zarar vermek için, tahmin ediyom, başka olamaz... Bence. Zaten şeyli geliyosun ya buraya mesela, her şey dahil geliyon, ne kadar israfederse, o kadar... düşüncesi var... (T11)

...Daha çok insanlardaki o beyinlerinin çıkar kısmını sadece çalıştırdıkları için diğer kısımları daha zayıf kalıyo, söz konusu menfaate geliyooo... İşte cebinde kalana, cebinden çıkana, onu otomatikman beyin hesaplıyo. İki kelimeyi yan yana getiremese dahi, söz konusu menfaat oldumu, hesaplıyo, zaten ben bunun ücretini ödediysem, ne zarar verebilirsem veriyim, o mantık. O da yanlış bi mantık... (T19)

Bazı katılımcılar tarafından tatilde olmanın verdiği rahatlığın ve tatildeki psikolojinin otel misafirlerini daha dikkatsiz ve umursamaz şekilde tüketmeye ve kullanmaya sevk ettiği dile getirilmektedir. Katılımcı otel misafirlerinin tatil psikolojisiyle ilgili ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

...Ya şimdi şöyle, tatil modunda insanlar biraz daha şey yapıyor, relax (rahat) oluyor. Evindeki gibi davranmadığı için, her konuda israf oluyo işte. Yani evde daha tertipli, daha düzenli oluyo, daha dikkatli oluyo fakat burda şey var ne diyeyim ben size şeyy bi rahatlık var... (T8)

...Fazla mutluluktan mı diyelim. Buraya gelince fazla mutlu oluyosunuz ve coşma ihtiyacı hissediyosunuz, o yüzden. Çünkü evinizde yapmadığınız şeyler, burda size konfor gibi geliyo ve bol bol çizgi dışı kaçırıyorsunuz artık. Çizgiyi kaçırıyorsunuz... (T15)

...Rahatlık heralde... Evet, tatildeki rahatlık, ev gibi düşünmüyolar çünkü insanlar. Hani ooouu... Geldik rahatlıyalım, dökülsün, saçılısın önemli değil diye düşünüyorlar... (T33)

Otel misafirleriyle yapılan görüşmelerden hareketle, israfın bir diğer nedeni otel uygulamalarıdır. Uygulamaya ilişkin nedenlerden en sık tekrarlanan ifadeler, yiyecek içecek çeşitliliğinin çok fazla olması ve her şey dahil sistemidir. Katılımcı otel misafirlerinin bu konudaki ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Çok çeşit olabilir. Çok çeşit yemek, datlı, yani çok çeşitten insan yani göz, nefis heralde o, onu da mı yesem, bunu da mı yesem diyip de doldurmaları... Yani, bence o. Çok çeşit var çünkü... (T9)

...Seçenek... Çok seçenekler var, haliyle millet hani şey yapıyo, teşvik ediyo insana almak... (T10)

...Mesela şu an açık büfede çok çeşit var.... Yani yüz tane tatlı var, yani bu insanlar ne kadar, ne yiyebilecek ki. On çeşit tatlı koy geç. Milyon tane salata koymuş, insanoğlu açgözlü, işte hepsinden almak ve tatmak istiyö. Hepsinden bi kaşık aldığı zaman, yiyebileceğin en fazla yemek sayısı iki, tadına bakmadan tabağında kalabiliyo bile, doyuyosun çünkü... (T18)

...Ya da bi sürü, barda bissürü içecek var, ne içeceğinize karar veremiyosunuz... (T25)

...Her şey dahil diye çok yiyecek içecek israf oluyo... (T4)

...Şimdiii bana göre her şey dahil sistemi, neden her şey dahil sistemi... Ne yapıyo, her şey dahil olunca, yemek bol, sabah kahvaltısı, yok gözleme, yok snack bar, yok geç kahvaltı, yok dört aparatı, apart mı diyom, aperiatifler e ne oluyo, israf da doğal olarak çoğalıyo... (T34)

...Açık büfe olunca böyle oluyo... (T17)

...Burda da şimdi dediğim gibi konuşmanın başında açık büfe olduğu için mesela ücretli bi restoran olsa bunu (fazladan bir şey) almaz... (T8)

...Konsepttir bence. O otelde olan konsepttir. E bennn, biz genellikle her sene geliyoruz buraya, buraya değil de mesela Ege tarafına da gidiyoruz, İç Anadolu tarafına da gidiyoruz. Bence bu konseptten ileri geliyor... (T2)

...Mesela her şey çok güzel görüldüğü için, görüntü çok güzel oluyo... (T4)

...Otel için değil de genelde böyle kalabalık yerlerde bi şey bedavaysa Türkiye’de bişeye bedel ödenmiyorsa onun kıymeti bilinmiyo... (T18)

...Temizliğe de dayanıyo aslında bu, bardakların kirliliğinden, lekelerinden, ne biliyim bi alkol, ne biliyim soğuk içeceklerin kalitesinin düşüklüğünden, içmiyo... (T32)

İsrafın nedenlerine ilişkin ikinci kategori ulusal kültür ve yaşam koşullarıdır. Bu kategori içerisinde en sık tekrarlanan ifade eğitimsizlik/bilinçsizlik şeklindedir. Katılımcı misafirler tarafından, israf davranışının eğitim düzeyinin ya da bilinç düzeyinin düşük olmasından kaynaklandığı ifade edilmektedir. Burada katılımcılar tarafından kastedilen eğitim, çevresel ve toplumsal konulardaki bilinci artırmaya yönelik, ailede başlayıp okullarda ve sosyal çevrede devam eden bir gelişim şekli olduğundan bu kod ulusal kültür ve yaşam koşulları teması altında değerlendirilmektedir. Misafirlerin sosyo-ekonomik yaşam koşulları, yaşadığı ülkedeki refah düzeyi ve kültür bu tema altında en sık tekrarlanan diğer ifadelerdir. Katılımcıların ulusal kültür ve yaşam koşullarıyla ilgili nedenler konusundaki ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Halkımızın bilinçsizliği diyim... (T12)

...Bilinçsiz tüketim var, öyle söylüyüm. Şimdi tükettiğimiz sebzeyi, meyveyi doğal ortamda hazırlanıyo, e siz israf ettiğiniz zaman belli bi zaman sonra da yaptığınız nankörlüğe karşılık sizden mutlaka bunun hesabını sorar (doğa)... (T19)

...Onun için işi biliyorum ben, bu eğitim meselesi. Bunu ailelerin öğretmesi lazım... (T34)

...Belki geldikleri bölgede yemek veya yiyecek kısıtlı olabilir. Yani çok pahalı da olabilir. Özellikle gördüğü zaman bi anda hepsini yemek istiyorsun... (T2)

...Türk misafirler genelde nedir... İşte et yemekleri vesaire bi de daha önce tatmadığı, görmediği yemekleri bir arada görünce, tüketim daha çok onun üzerine, yani yesin veya yemesin fark etmiyo. Tüketim daha çok onun üzerine oluyo... Ben de onu şeye bağlıyorum. Yokluk görmüş bir millet olarak, ne bulduysak ordan elde etmeye çalışıyoruz. Öbür türlü gelince, yani diğer millet, diğer yabancı turistlere de gelince, kimin elinde hangi imkan yoksa... Benim en büyük dikkatimi

çeken şeyse, Rus turistlerin meyve, yani geçen sene bi otele gitmiştik biz, yani bi manav kadar meyve standı açtılar... Yani kimde ne yoksa, herkes ona göre şe yapıyo... Yani kimde ne yoksa heh heh he evde denemediği şey yoksa ona yöneliyo. Yetişemediği ya da pahalı olan diyelim... (T25)

...Çünkü herkes belli kısıtlarla geçimini sağlıyor, asgari ücret veya daha üzerinde biraz fazlasını alıyorlar, dolayısıyla evinde idareli kullanırken burada böyle yerlerde tatil amaçlı ve eşantiyon gibi yerlerde sonuna kadar tüketip... (T32)

...Türk milleti biraz boğazına düşkün, yemeyi seviyo ve bu kadar çeşidi hiç birimiz bir günde bir sofrada görmüyoruz... (T18)

...Bakın yabancılar daha çok sadece genel beslenme alışkanlıklarına göre hareket ediyorlar. Şöyle gözlemlediğimizde, onların kültürüne ait bi yemek tarzımız olmadığı için, alma, tabağını doldurma gereği de duymuyo zaten insanlar. Onların yiyecekleri belli, içecekleri belli beslenme düzenleri belli aşırıya kaçmıyorlar, çünkü öyle bi disiplin içerisinde yaşayıp, büyümüşler ki... Bizden daha farklılar... (T15)

İsrafın nedenlerine ilişkin ortaya çıkan bir diğer kategori kişisel nedenlerdir. Kişisel nedenlerden en sık tekrar edilen ifadeler misafirin tüketilebilecek miktarı yanlış tahminlenmesi (özellikle açken), porsiyonlamayı doğru yapamaması ve kişisel alışkanlıklar şeklindedir. Misafirlerin bahsedilen faktörlerle ilgili ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Aç geliniyo, gereksinim dışında fazla fazla alınıp, bunnar kalıyo... (T15)

...Özellikle açken insanlar daha çok almak istiyorlar... İnsanların açken almalarından geliyor yani... İnsan acıkınca her şeyden yemek istiyio, canı çekiyio. Ben ona bağlıyorum yani, insanın canının çekmesine bağlıyorum... (T30)

...Aç doymam, tok acıkmam sanarmış misali... Başka o kadar yiyemiyo zaten, insanoğlu ne kadar yiyebilir ki, bi tabağı yedimi, ikinci tabağı alan... Şimdi şöyle; meyvesini ayrı dolduruyo, zebzesini ayrı dolduruyo, yemeğini ayrı dolduruyo, tatlısını ayrı dolduruyo, içeceğini ayrı dolduruyo ki onları yiyebileceği düşüncesiyle ki yiyemiyo sonuçta... (T32)

...Bence o kişisel bi şey. İnsanların yaşadıkları, gördükleri, evlerindeki hayat tarzları... (T1)

...Veya otelin bi şeyine kızarlar, onu başka şeyle israfla çıkartırlar yani... (T24)

...Merak ediyio heralde tadını... (T33)

4.2.2.5. Otel Misafirlerinin İsraf Davranışlarına Yönelik Öz Değerlendirmeleri

Otel misafirlerinin kendilerini israf konusunda nasıl değerlendirdiklerini öğrenmeye yönelik sorulardan ilki “sizin de otel içerisinde gerçekleştirdiğiniz tüketimler sırasında israf yaptığınız oluyor mu?” şeklindedir. Katılımcı otel misafirlerinin 13’ü (%38,24’ü) tarafından “mümkün mertebe israftan kaçındığı”, 11’i (%32,35’i) tarafından “israf yaptığı” ve 10’u (%29,41’i) tarafından ise “bazen israf yaptığı” ifade edilmiştir. Otel içerisinde gerçekleştirdiği tüketimler sırasında kendisinin israf yaptığını ifade eden otel misafirlerinin hangi şekillerde israf yaptıklarına yönelik ifadeleri Tablo 4.26.’da sunulmaktadır.

Tablo 4.26. Otel Misafirlerinin Kendi İsrاف Davranış Şekillerine Yönelik İfadeleri

İfadeler	f _i	%
Çok fazla yiyecek almak, alınan yiyecekleri bitirmeden bırakmak	12	40,00
Alınan yiyeceği bitirmeden/bitirmeden bırakmak	7	23,33
Tadına bakmak amacıyla birçok farklı yiyecek çeşidinden almak, bitirmeden bırakmak	5	16,67
Alınan içecekleri bitirmeden/bitirmeden bırakmak	3	10,00
Odada değilken klimayı açık bırakmak	1	3,33
Çok sık temiz plaj havlusu talep etmek	1	3,33
Çok fazla şampuan kullanmak	1	3,33
Σ	30	100

Tablo 4.26. incelendiğinde otel misafirlerinin ağırlıklı olarak gıda israfı yaptıklarını dile getirdikleri görülmektedir. Otel misafirlerinin kendi israf davranışlarına yönelik ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Mesela yemek açısından geri gelelim, şimdi onu alıyorsunuz, bunu alıyorsunuz, hepsini alıyorsunuz... Yaaaniii... Çok alıyorsunuz yiyemiyosun öyle kaliyo mesela, o da olabiliyo...(T26)

...Evet, bu sabah kahvaltısında oldu aslında, ben mümkün mertebe az almaya çalışıyorum ama gel gelelim bi süre yedikten sonra insan daha da devam edemeyeceğini düşünüyor veyahutta tabağına aldıktan sonra... Kaliyo yani ister istemez... (T31)

...Mesela bir yiyecek alıyorum, görüyorum, görüntüsüne dayanamıyorum, tadını beğenmiyorum, yiyemiyorum, o çöpe gidiyo... (T5)

...Hepsinden de tabağına alınca, yiyebilme kapasitesini aşıyo sonra onnar dökülüyo tabi... (T4)

...Bardağımızı bi belki bişeyi bitirmeden başka bi bardak alıyo, alabiliyoruz... (T2)

...Su içerken bile bazen pet bardağın yarısını içiyom, geri yarısını atıyolardır. O şekilde oluyor... (T6)

...Gündüzleri de artık klimayı açık bırakıp öyle çıkıyoruz... (T24)

...Ben yalan konuşmayım kendimde yaptım çünkü. Sınır olmayan bi yerde, (plaj havlusunu) taşımaya üşendim, öyle diyeyim size. At ordan yenisini al vesaire o tarz şeyler oldu... (T25)

...Şimdi şöyle, ben tabi şampuanı bol kullanıyorum hııh hıh hıı. Ama ben evde de öyleyim. Şampuan konusunda evde de öyleyim... Üç defa başımı yıkamışım, daha dört, beşin anlamı var mı... (T32)

Otel misafirleriyle yapılan görüşmelerde, katılımcıların 21'i israfın nedenlerine ilişkin görüş bildirirken, 13'ü bu konuda herhangi bir görüş belirtmemiştir. Konu hakkında görüş bildirmeyen katılımcıların 12'si mümkün mertebe israftan kaçındığını belirten kişilerdir. Diğer bir katılımcı (T20) ise kendi israf davranışının nedenleri hakkında bir fikri olmadığını belirtmiştir. Otel misafirlerinin israf davranışlarının nedenlerine ilişkin elde edilen bulgular Tablo 4.27.'de sunulmaktadır. Yapılan içerik analiziyle, otel misafirlerinin kendi israf davranışlarının nedenlerine ilişkin toplam 18 kod oluşturulmuştur. Ulaşılan benzer kodlar, daha önceki analizlerde israfın nedenlerine ilişkin elde edilen tema adlarının bazıları kullanılarak gruplanmıştır. Otel misafirlerinin kendi israf davranışlarının nedenleri; "uygulamaya ilişkin nedenler" (16 tekrar; %48,57), "kişisel nedenler" (12 tekrar; %34,29) ve "tatil kültürü ve tatil

psikolojisi” (7 tekrar; %20) şeklinde ortaya çıkmıştır. Tatil psikolojisiyle ilgili yalnızca bir ifade olduğu için tatil kültürü temasıyla birleştirilmiştir.

Tablo 4.27. Otel Misafirlerine Göre Kendi İsrاف Davranışlarının Nedenleri

Temalar	İfadeler	f _i	Σ f _i (35)	%	Σ%
Uygulamaya ilişkin nedenler	Tadını beğenmemek (ürünün görüntüsünün güzel, fakat lezzetsiz olması)	5	16	31,25	48,57
	Büfedeki yiyecek çeşitliliğinin çok fazla olması	3		18,75	
	Büfede yemek içerikleri hakkında bilgi (etiket) bulunmaması	1		6,25	
	Misafirlere paketli bardak su yerine, daha büyük şişe su sunulması	1		6,25	
	Büfede aynı yiyecek çeşidinin farklı çeşitlermiş gibi sunulması (aynı peynirin farklı şekillerde dilimlenerek sunulması)	1		6,25	
	Yiyecek büfesinde hep aynı tür ürünlerin sunulması (sürekli tavuk, hindi gibi)	1		6,25	
	Yiyecek büfesinde misafirlerin mutfak kültürüne uygun olmayan yiyeceklerin sunulması	1		6,25	
	Büfede sunulan ürünün kusurlu olması (tuz, yağ oranı vb.)	1		6,25	
	Konsepte dahil olan mal ve hizmetler için ekstra ödeme yapmıyor olma (Konsept dahilinde sınırsız tüketme/kullanma hakkı)	1		6,25	
	İklimlendirme sisteminin yetersiz olması	1		6,25	
Kişisel nedenler	Tüketeceği miktarı doğru hesaplayamamak (özellikle aşken), porsiyonlamayı doğru yapamamak	7	12	58,33	34,29
	Merak (tüm çeşitlerin, daha önce denemediği çeşitlerin tadına bakma arzusu)	3		25,00	
	Kendini (nefsini) kontrol edememek	1		8,33	
	Üşengeçlik	1		8,33	
Tatil kültürü ve tatil psikolojisi	Doyumusuzluk/kanaatsizlik (gözün doymaması, gözün aç olması)	4	7	57,14	20,00
	Vakit geçirmeye çalışmak (yiyerek-yemeye çalışarak)	1		14,29	
	Tatil kültürünün gelişmemiş olması	1		14,29	
	Grup etkisi / Uyma davranışı göstermek (nasıl olsa herkes israf yapıyor düşüncesi)	1		14,29	

Tablo 4.27. incelendiğinde, otel misafirlerine göre kendi israf davranışlarının birincil nedeninin otel uygulamaları olduğu görülmektedir. Bu tema altında toplanan ve en sık tekrar edilen kodlar “sunulan ürünün tadını beğenmemek (ürünün görüntüsünün güzel, fakat lezzetsiz olması)” ve “büfedeki yiyecek çeşitliliğinin çok fazla olması” şeklindedir. Otel misafirlerinin israf davranışlarına yol açan uygulamaya ilişkin faktörlerle ilgili ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Bi bakıyorsunuz mesela şeyy oluyo... Tavuk kızarıyo, oouu görüntüsü çok güzel vesaire açsınız zaten o anda, ondan alıyorsunuz, alıyorsunuz, oturuyosunuz masaya, bi tane alıyorsunuz, aradığınız tadı bulamayınca, ouu aldığınız tavuklar geri kalıyo zaten. Şey olarak yani beğenmeme faktörü de var. Mesela aynı şekilde ben burda köftede yaşadım, yav şey köfte vesaire yemek açısından değil de, seçtiğiniz bi üründen, istediğiniz lezzeti, tadı alamadığınız zaman o anda bırakıyorsunuz. Ben köfte ürünlerini tamamen bırakmışım o zaman. İlk gün geldim, bi denedim, bi kere denk gelmiştir dedim, ikinciye denedim, ikinciden sona artık hiç, yaklaşık on gündür buradayız, ağızıma köfte koymamaya karar verdim... (T25)

...Çünkü bilmiyorum ama çok çeşit var yani... (T9)

...Yaa... Şimdi çeşit çok fazla... (T26)

...Bu otelde bana göre yani, yapılan bütün yemeklerde tam içeriğinde ne olduğu yazılmıyordu... (T2)

...Adam aynı peyniri çok gözüksün diyerekten işte, dilimlemiş, şey yapmış, işte küp şeklinde koymuş, işte birisini soslamış ama peynirlerin hepsi aynı. Ama bilmiyo alan kişi o peynirle, aldığı peynirle öbür peynirlerin aynı olduğunu bilmiyo (gülümsüyor) ve ondan soona alıyo mesela bunu, ve bunu bakıyo bu peynir aynıymış zaten ben bundan almışım. Ondan soooona benim burda gözlemlediğim bi şey ki zaten bu otel şeysi nası annatıyım tabi o kendi, otelde kendi içinde bütçesini kurmak, bütçesini korumak zorunda. Genelde hep mesela tavuk, hindi, tavuk hindi... Şimdi bizz tabi biz az buçuk biliyoruz, yani bizz, ülke olarak bizim şeyimizde hindi yoktur... Bu da bi şey, israf bence. Hindi eti çıkariyo, gözlemlediğim kadarıyla bu hindi yenmiyo burda. Yenmiyosa bunu yapmayacaksın, yapma, koyma. Ya tabaklarda kalıyo ya da yenmiyor, orada kalıyo yani, aynen. Ya bi bakarsın buna yenmiyosa, çok artıyosa, bunu yapmazsın, yapmak zorunda değilsin. Yani burda kimse bunu siz niye hindi eti çıkarmıyosunuz demez yani... (T7)

...Alıyosun mesela güzel diye, olmadığı için yiyemiyosun... Tuzu yağı fazla olabiliyo, az olabiliyo... (T13)

...İnsanoğlu böyle bi yaratık yani, bi şey bedavaysa asla kıymeti bilinmiyo. Bi şeye para verip alırsan daha değerli oluyo, o senin için... (T18)

...Şimdi tam bi sezonda gelmedik buraya, bizim oda hiç bi şekilde güneş görmüyo ve soğuk oluyo. İlk gece zaten üşüdük, üşüdüğümüz için, gündüzleri de artık klimayı açık bırakıp öyle çıkıyoruz. Akşam geldiğimizde üşümeyelim diye... (T24)

Otel misafirlerine göre kendi israf davranışlarının ikincil nedeni kişisel faktörlerdir. Kişisel nedenlerden en sık tekrarlananlar “tüketeceği miktarı doğru hesaplayamamak (özellikle açken), porsiyonlamayı doğru yapamamak” ve “merak (tüm çeşitlerin, daha önce denemediği çeşitlerin tadına bakma arzusu)” şeklindedir. Katılımcı otel misafirlerinin israfın kişisel nedenlerine ilişkin ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Aç olunca biliyosunuz, daha da böyle. Bu sırada ne derler; pazara alışverişe giderken tok gidin derler, onun gibi bişi... Açken aldım. Çok açtım, doymayacağınızı zannediyorsunuz... (T17)

...Yani meselaaa... Aç olarak girdiğin zaman, hani açken alışveriş yapmayın diyorlar ya.. bi şuursuzluk oluyo ya da, bundan da yiyebilirim falan filan oluyo... (T19)

...Hani insanın karnı açken, gözü de aç olur derler ya, kalıyo yani ister istemez. Açken biraz fazla almış oluyoruz... (T31)

...O da neden oluyo... Ben şöyle düşünüyorum. Bunu da tadıyım acaba bunun tadı ne! Odur yani, o dur. Yoksa açlık değil. Mesela ben şimdi şurda belli ki tatmak istediğim bir çeşit, bir kaç çeşit bir şeyler vardır. Merağımdan. Meraktan. Yoksa başka, açlık değil... (T1)

...İnsan bazen kendisini gem altına alamıyo, vuramıyo yani. Öyle bi zaman geliyo ki oldu ve ben bunu yaptıktan sonra pişmanlık duyduğum zamanlar da oldu... (T7)

...Ya biz biraz üşengeç oluyoruz tatile gelince... (T25)

Otel misafirlerinin kendi israf davranışlarının nedenlerinden bir diğeri tatil kültürü ve tatil psikolojisidir. Bu kategoride en sık tekrarlanan kod “doyumsuzluk/kanaatsizlik (gözün doymaması, gözün aç olması)” şeklindedir. Otel misafirlerinin tatil kültürü ve tatil psikolojisiyle ilgili ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Bugün bende yaptım onu, gereksiz yere gözümüz doymuyo.., (T18)

... Ya açgözlülük diyecem ona da onun bi şeyyy tarifi yok. Yani şudur, budur tarifi yok, yani bizim milletin, özellikle de benim. Bunu tabi açsın, hatta koşulluyosun kendini yemicem,

yemicem, yemicem diye koşulluyosun ama heh he... Oraya gelince, o şeyi gör.... Azar azar alıyorsunuz bi bakmışsınız tabak dolmuş böyle heh heh hee... (T25)

...Nedeni gözümüz. Bazen öyle oluyo hani, biz hani gerçek biz kendim için yani konuşuyorum... Niye iki tane alacaaanız yani, iki taneyle doymayız diyoruz, üç tane alıyoz... (T28)

...Yoksa belki vakiti mi geçittiriyoz(yiyerek)... (T12)

...Bu gibi tatillere pek çıkmamak bana göre. İlk geldimi insanlar önce neye uğradığını şaşırıyo ki, bana böyle olmuştu. Neye uğradığımı şaşırıyordum ilk geldi ve bu zamanla azalıyo. Ve bu konuda bu bence. Şu an hala kaldı. Pişman olabiliyorum. Yani evet. Yani salatayı yiyecem evet seviyorum ama fazla aldığının farkına varmıyosam ve o kalyosa yiyemiyordumda. Zoruma gidiyo üzülüyorum yani. Buna göre her geldiğimde daha da dikkat ediyorum... (T22)

...Herkes yiyor israf yapıyor aman canım nolcak ben de bikaç bişey atmışım nolcak diyorum, salıyorum bazen... (T4)

Mümkün mertebe israftan kaçındığını ya da israf yapmamaya çalıştığını belirten misafirlere israftan kaçınma nedenleri sorulmuştur. Verilen yanıtlardan hareketle 19 kod oluşturulmuştur. Benzer kodlar gruplandığında, otel misafirlerinin israftan kaçınma nedenlerine ilişkin “sosyal sorumluluk bilinci” (14 tekrar; %45,16), “kültür ve yaşam koşulları” (11 tekrar; %35,48) ve “kişisel nedenler” (6 tekrar; %19,35) şeklinde üç tema ortaya çıkmıştır. Otel misafirlerinin israftan kaçınma nedenlerine ilişkin bulgular Tablo 4.28.’de sunulmaktadır.

Tablo 4.28. Otel Misafirlerinin İsfraftan Kaçınmalarının Nedenleri

Temalar	İfadeler	f _i	Σ f _i (31)	%	Σ%
Sosyal sorumluluk bilinci	Kaynakları ziyan etmek istememek	3	14	21,43	45,16
	İsraf edilen gıdalara ulaşamayan (aç) insanların var olduğunu düşünerek, çöpe giden gıdalara üzülme	2		14,29	
	İsrafın milli servete, topluma zarar olduğunu düşünmek	2		14,29	
	Emeğe saygı	2		14,29	
	Çalışanlara ilave iş yükü oluşturmak istememek	1		7,14	
	Doğaya zarar vermek istememek	1		7,14	
	Kaynakların tükeneneğini düşünmek	1		7,14	
	İşletme sahibine zarar vermek istememek	1		7,14	
	İsrafı kimliğine (Türk, anne vb.) yakışan bir davranış olarak görmemek	1		7,14	
Kültür ve yaşam koşulları	Dini sebepler (kul hakkı yemek istememe, israfın günah/haram olması)	5	11	45,45	35,48
	Nimete saygı	2		18,18	
	Yetiştirilme tarzı (ailedeki öğretiler)	2		18,18	
	Kültür (kültürel alışkanlıklar)	1		9,09	
	Sosyo-ekonomik yaşam koşulları	1		9,09	
Kişisel nedenler	Sağlık sorunlarından (diyabet, çölyak) dolayı sağlıklı beslenmek	2	6	33,33	19,35
	Kişisel alışkanlıklar (yaşam tarzı)	1		16,67	
	Kilo almak istememek	1		16,67	
	Kişisel zevk ve isteklerinin farkında olmak (öz farkındalık)	1		16,67	
	Düzenli ve sağlıklı beslenme isteği ve alışkanlığı	1		16,67	

Tablo 4.28. incelendiğinde otel misafirlerinin israftan kaçınmalarının birincil nedeni sosyal sorumluluk bilincidir. Bireylerin sosyal sorumluluk bilinciyle hareket etmesi, davranışlarının toplum ve çevre üzerindeki muhtemel etkilerini dikkate alması anlamına gelmektedir (Ergül ve Kurtulmuş, 2014:222). Sosyal sorumluluk bilinci kategorisi altındaki tüm kodların, bireyin topluma ve çevreye yönelik sorumluluk bilincini yansıttığı değerlendirilerek

bu kodlar aynı kategori altında birleştirilmiştir. Sosyal sorumluluk bilinci kategorisi altında en sık tekrarlanan ifadeler; kaynakları ziyan etmek istememek, israf edilen gıdalara ulaşamayan (aç) insanların var olduğunu düşünerek, çöpe giden gıdalara üzülme, israfın milli servete, topluma zarar olduğunu düşünmek ve emeğe saygı şeklindedir. Otel misafirlerinin sosyal sorumluluk bilinciyle ilgili ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Ziyan etmemek içindir... (T1)

...Çöpe atıldığını gözümle gördüğüm için üzuldüm. Hani onnar da tekrar çöpe atılıyor, yani bu bi şey olarak, benim için bu bi nimet yani o, bunu bulamayanlar var gibi geliyo... (T9)

...Yani dünya çevresinde o kadar aç insanlar var, yani onları düşünüyorsunuz... (T30)

...Şimdi bu zararı, bu ziyanı, bu israfı otelin sahibine vermiyecen, bu bütün halkımızın ziyanı, halkımızın gaybı gözüyle gördüğümden... (T12)

...Devlet bütçesine zarar vermek istemeyişimden, sonra buranın bi maliyeti var. Buranın işletme sahibine zarar vermemekten ve bi Türk olarak bunun bilincinde olma gereği duyduğum için. Bir anne olarak, ev bütçesi düzenleyen biri olarak... (T15)

...Her şey zor yapıyo, zor kazanılıyo... Mesela, bir yumurtayı koyduğum zaman bile. O yumurta tüketici olsun, şeyi olsun her şeyi zor. Peynir, tabakta bi tane peynir kalıyo, üretimi zor, sana en güzelini sunmuşlar, sen bunu niye çöpe döküyorsun... (T14)

...İşte boşuna gitmesin yaniii... Bi emek sonuçta, ya o da emek yani. Yenilmediği zaman, çöpe gittiği zaman, o da yani saygısız gibi bi şey oluyo yani o yapan kişiye de şey olmak lazım. Onu da düşünmek lazım... (T23)

...Bi havluynan bi kere kurulanıp... Yani, dikkat etmeye çalışıyorum. Çünkü sonuçta çalışanlarına da yazık diyorum... (T1)

...Doğayı düşünerek... (T2)

Otel misafirlerinin israftan kaçınma nedenlerine ilişkin bir diğer kategori kültür ve yaşam koşullarıdır. Bu kategori içerisinde en sık tekrarlanan kodlar; dini sebepler, nimete saygı ve yetiştirilme tarzı şeklindedir. Otel misafirlerinin bu konudaki ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Kul hakkı, evet öyle... Yani bu insanların bi hizmet sunduğu, ben kendimi burda misafir gibi görüyorum. E şimdi onlar bizi en iyi şekilde ağırlamaya çalışırken, zarar vermenin kul hakkı olduğunu düşünüyorum, o şekilde daha dikkatli davranmaya çalışıyorum... (T8)

...Bi kere haram. Yani dini boyutu haram, yani... Niye israf edelim... (T27)

...Günah tarafı da var onu da düşünüyoruz yani... (T30)

...Ya ben mümkün merteye buna çok dikkat ediyorum. Yani etmemeye çalışıyorum, çünkü annem bana hep evdeyken de amaannn işte kızım günah, fazlası günah, şöyle böyle falan filan diyen bi annem olduğu için, mümkün merteye dikkat etmeye çalışıyorum... Annemin öğretileri bi de günah yaaa... Günah yani yazık... (T31)

...Büyüme heralde, annemin gösterdiği gibi. Evde de öyle oluyo mesela suyu kısarım... Yetiştirme şekli yani hani, annemiz, annemin yetiştirdiği. Mesela evdeyken şey derdi, musluğu kısarak kullan, elektiriği boş yere yakma, kapat, mesela öyle şey yapardı... (T33)

...Önce nimete saygımdan... (T15)

...Bizde genelde olmuyo yaa, biz idareli gullandığımız ya da biz alışkınız idareye İç Anadolu insanı... Yiyeceğimiz kadar alıyoruz. Genelde öyle... (T11)

...Ha bu da nedendir, çünkü evimizde... Çeşitli peynirlerin hepsini de denediğimiz için, burda onları denememize gerek kalmıyo açıkçası... (T16)

Otel misafirlerinin israftan kaçınma nedenlerine ilişkin bir diğer kategori kişisel nedenlerdir. Bu kategori içerisinde, sağlık nedenleri, kilo almak istememe, kişisel alışkanlıklar ve öz farkındalıkla ilgili ifadeler yer almaktadır. Katılımcı otel misafirlerinin bu konudaki ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

... Diyabetli olduğum için, benim yememe, içmeme çok dikkat etmem gerekiyo. Ben insülin de kullanıyorum, bu nedenle benim yiyeceem sınırlı. Yiyeceem yemek çeşitleri de sınırlı. Onları az tutup, o şekilde yani... (T3)

...Niye olmuyo... Fazlasını almıyorum, bir ikincisi benim için ayrı yemek ürettiyolar burda, burda çıkan ürünleri yiyemiyorum. Yani bi kişilik yemek ürettikleri için, onları yiyorum. Benim için israf olmuyor. Glutensiz ürünlerle besleniyorum ya ben, Çölyak rahatsızlığım glutensiz ürünlerle beslendiğim için...

...Bilmiyorum ben kendimde öyleyimdir evde. Elektriği de olsun, suyu da olsun, her şeyi zamanında kullanmayı severim, yiyeceği de aynı... (T19)

...Kilo yapacağını bildiğim için hıh hıh hıh (gülüyor). Çoğu zaman da biz bayanlar, düşünüyoruz bunu. Şunu da accık az yiyelim kilo olmasın gibisine... (T1)

...Çünkü damak lezzetimiz belli bi şey olduğu için, hani gidip, biz direk, damak lezzetimize göre alış yapıyoruz. Yani beyaz peynir seviyoruz, işte sadece beyaz peynir olarak giriyor... Sağlıklı beslenmek istiyorum. Sağlıklı ve düzenli bi beslenme stilim var. Ona göre ekmek yiyorum, peynirim ona göre oluyo... Yiyebileceğim kadarını alıyorum hep... (T16)

4.2.2.6. Evdeki ve Oteldeki Tüketim Davranışlarının Farklı Olmasının Nedenleri

Katılımcı otel misafirlerinin tamamı tarafından insanların evlerindeki tüketim davranışlarıyla oteldeki tüketim davranışlarının farklı olduğu ifade edilmiştir. Katılımcılar tarafından bu farklılığın nedenlerinin (ön test bulgularıyla benzer şekilde), günlük hayat koşullarıyla otel koşulları arasındaki farklılıklar üzerinden açıklandığı görülmüştür. Bu bağlamda, ortaya çıkan kodların “otel koşulları” (48 tekrar; %68,57) ve “günlük hayat / ev koşulları” (22 tekrar; %31,43) olarak iki tema altında gruplanması uygun bulunmuştur. Yapılan içerik analizinin bulguları Tablo 4.29.’da sunulmaktadır.

Tablo 4.29. Evdeki ve Oteldeki Tüketim Davranışlarının Farklı Olmasının Nedenleri

Temalar	İfadeler	f _i	Σ f _i (70)	%	Σ%
Oteldeki Koşullar	Otelde, gıda çeşitliliğinin fazla olması	9	48	18,75	68,57
	Otelde, ödenen para karşılığında her şeyi yapma, kullanma, tüketemeyeceği şeyleri bile sınırsızca isteme/alma hakkını elde ettiği düşüncesi	9		18,75	
	Otelde, ödenen paranın karşılığını/hakkını (fazlasıyla) almaya yönelik sunulan tüm imkanlardan olabildiğince yararlanma isteği	8		16,67	
	Otelde, konseptte dahil olan mal ve hizmetler için ekstra ödeme yapmıyor olma (her şey bedava algısı)	7		14,58	
	Otelde, evdekinin aksine yemeklerin başkaları tarafından hazırlanıp sunulmuş olması	3		6,25	
	Tatil psikolojisi (rahatlık)	3		6,25	
	Evdekinin aksine otelde, üretimin ve hizmetin sürekli devam etmesi	3		6,25	
	Otelde, ürünlerin ve imkanların bolluğu	3		6,25	
	Oteldeki alışılmadık ortamdan kaynaklı doyumsuzluk/kanaatsızlık (gözün aç olması)	2		4,17	
	Otelde, büfede kalan yemeklerin nasıl olsa otel tarafından çöpe atılacağı düşünülmesi	1		2,08	
Günlük Hayat/ Ev Koşulları	Evde, günlük yalnızca birkaç çeşit yemek hazırlanması/ hazırlanan yemek çeşitlerinin sınırlı olması	8	22	36,36	31,43
	Evde, sınırlı kaynakla/bütçeyle, yarını (geleceği) düşünerek tüketimlerini gerçekleştirmek	4		18,18	
	Evde, tüketilebilecek miktarda yemek yapılması	4		18,18	
	Evde, oteldeki kadar gıda çeşidi/bolluğu olmaması	3		13,64	
	Evde, günün menüsünde ne varsa onu yeme zorunluluğunun olması	1		4,55	
	Evde yemek servisinin çorbadan başlanarak sırayla yapılması	1		4,55	
	Evde, yemekten sonra biraz ara verilerek meyve ya da çay servisinin yapılması	1		4,55	

Katılımcı otel misafirleri tarafından, evdeki ve oteldeki tüketim davranışları arasındaki farklılıklar açıklanmaya çalışılırken, sıklıkla günlük hayat ya da ev koşullarının oteldeki koşullardan farklı olduğu ifade edilmiştir. Bu konuda en sık tekrarlanan ifadeler, evde günlük yalnızca birkaç çeşit yemek hazırlanırken, otelde gıda çeşitliliğinin fazla olmasıdır. Ayrıca, evde sınırlı kaynakla/bütçeyle, yarını (geleceği) düşünerek tüketimler gerçekleştirilirken, otelde peşinen ödenen para karşılığında her şeyi yapma, kullanma, tüketemeyeceği şeyleri bile sınırsızca isteme/alma hakkının elde edildiğinin düşünüldüğü, ödenen paranın karşılığını fazlasıyla alabilmek için sunulan tüm imkanlardan olabildiğince yararlanma isteğinin ön plana çıktığı ifade edilmektedir. Katılımcıların evdeki ve oteldeki davranışsal farklılıkların nedenleri hakkındaki ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Gidipte mesela evimizde günde dört beş çeşit yemek yemiyosun, buraya otuz çeşit yemek koymuşlar, yani dürüst konuşuyorum mesela yani. O yüzden dolayı yani, üç çeşit yersek, beş çeşide çıkıyo, hepsinden de, tamam belki sayı, miktar olarak biraz düşüyo ama hepsinden alcaz diye ama bi artış oluyo muakkak. Her türlü... (T26)

...Bugün bu otelde de gerçekten çok çeşit vardı... Evimizde bu kadar çeşit yapıyormuyuz, yapmıyoruz bi öğlen yemeği sonuçta... (T17)

...Çünkü evde siz de biliyorsunuz, anneniz veya siz, bi yemek yapar, yanına yardımcı yapar, bi de salata koyar. Dördüncü yoktur, dördüncü ekstrasıdır. Haa bi tatlı olabilir, bi meyve olabilir yani. Ama burda bu böyle değil. (Evde) Siz ordan istediğiniz kadarını yersiniz, yemezseniz de sizin bileceğiniz iştir. Başka bi alternatifiniz yoktur. Ama burada alternatif çok, alternatif çok olunca, ondan bi kaşık, ondan bi kaşık, ondan bi kaşık derken bi bakmışsınız yedi, sekiz çeşit bi tabak oluyo. O zaman evle şey mukayese götürmez yani. Çünkü başka alternatifiniz yok. Karnınızı doyurmanız için o evde yapılan o yemeği yemek zorundasınız, yemezseniz aç kalırsınız... (T3)

...Evde hesabında aç kalırım anlamında, yemek yerken bi kısmını yiyom, diğer kısmını da yarına saklıyabiliyom. Ama burada nası olsa yine yemek yapacaklar, fazla alıyoz... (T6)

...Çünkü evle otel bir değil, ev kendi aldığı, yani arkasında yok, otelin ama arkasından gelecek yine konulacak. Çalışanlar var, gelip geri düzelterek şeyler var, yerine koyacak kişiler var. Ama evde değil, evde sen alacaksın... Yaa mesela yemekte öyle, mesela evde sınırsız bi şey yok nası olsa... (T33)

...Bura ben her şey dahil konseptinde para verdim, ben bu, buradaki imkanların hepsinden sonuna kadar yararlanmak zorundayım diye kendini şaapıyo insanlar şeye gelirken. Ama evde... Tamam, evde de imkanları var ama bunnarı kısıtlıyo bazen, niye çünkü aşırıya kaçtığı zaman kendi maddi durumunu zarar vereceğini bildiği için, bunnarı kısıtlıyo... (T7)

...Burda nası olsa, otelde ücret ödemiyorum diyo... Ne varsa alıp götürüyo içeri ama evde öyle değil... O ev... O evde çünkü maddiyat ödüyosun, buraya da bi maddiyat ödüyosun ama nası olsa para vermiyorum diye hepsinden alıyosun yani... Üç bardak kola içeceksen, beş bardak kola alıyosun... (T13)

...Evinde ne yapıyor... Üç kişi varken, beş kişilik, altı kişilik yemek yapılmıyor... (T8)

...Hazır oluşu. Evde kendiniz yaptığınız için... Çünkü kendim yapıyorum, gidip getiriyorum, hazırlıyorum, sunuyorum ama burada öyle değil, hazır, istediğin kadar al... Ve çöpe gittiği zaman da acımıyorsun, acıyıyorlar ya da... Öyle düşünüyorum. Çünkü emek verilmeyen hiçbir şey... şey de olmaz. Yani kıymetli de olmaz. Mesela evde artan yemeği bile biz, yapıyoruz, sarıyoruz buzdolabımıza koyuyoruz. Ama burada öyle değil bence. Emek yok çünkü, misafirin verdiği emek yok... (T1)

...Oteel, yani evde baktığın zaman, kendin yapmak zorundasın, ona bi emek harcamak zorundasın, onu da tüketiyosun yani çünkü, emek harcayarak onu yaptın getirdin. Bu bence insanların bakış açısı... Sadece ekonomi olarak değil, bi de ona harcadığınız fiziksel emek de lazım. Gendiniz yaptınız zaman diyorsunuz ki "Ya ben buna ne kadar zor, zaman harcayarak ben bunu bu şeye getirdim yani bunu israf edemezdin" yani. Birisi israf ederse bile hemen söylüyosun ona. Böyle olmaz. Yiyeceen kadar al, tüketebilceen kadar al. Yani insanların biraz, bilmiyorum yani... İnsanlar evlerinde bence, hiç, kimse böyle değil. Tabaklarına doldurup da ondan soona gakıp gitmiyolar, onu çöpe gece doldurmuyolar... (T2)

...Şimdi burada kadın geliyo odanızı temizliyo, at kenara, savur kenara, dök, her şey bedava... Bunnar küçük şeyler belki ama evde kendin temizliyorsun. İnsanlar kendi evlerinde daha tutumlu bence. Dışarıda böyle bol olan bir şeyi, hani mesela, all inclusive ouu her şey bedava, ouu ultra işte her şey, her şey yapabilirim, at.. düşünmeden...

...Ne bilim işte, eğlenceye dalıyoruz ya artık şeyy eğlence içinde şeyi düşünmüyoruz. Biraz şey yapalım işte temkinli davranalım israf yapmayalım falan filan o tür şeyleri düşünmüyoruz artık kafanda artık salıyoruz gidiyoruz işte heh heh heh hee (Gülüyor)... (T4)

...Çünkü evlerinde bu kadar ya bolluk görmüyolar bir. Zaten hiç kimse göremez hepsini bi arada, şimdi sizin evde de yoktur, benim evde de yoktur... (T14)

...Bence, görmedikleri bi ortam olduğu için, yani ben, nası tam bilebilirim kötü bi şey gibi olmasını istemem ama biraz açgözlülük gibi... (T22)

...Evde ilk önce sıcak yemeemizi yiyip, sonradan... Bi saat, iki saat soona meyvemizi yiyip... ya da çayımızı içi... Ama burada ne yapıyoruz! Yemee yer yemez arkasından da aman şunu da bi tepişdirelim gibi bi hisler... (T1)

Katılımcıların bazı ifadelerinden, otelde yiyeceklerin başkaları tarafından hazırlanmasının ve oda temizliğinin başkaları tarafından yapılmasının verdiği rahatlıkla tüketimin ve kullanımın farklılaştığı, tüketicinin kendisi tarafından emek verilmeden, çaba sarf edilmeden tüketicinin önüne hazır gelen imkanlar karşısında daha düşüncesizce tüketicileri/kullandıkları anlaşılmaktadır. Ayrıca, misafirler ihtiyaç dışında tüketseler/kullansalar bile, otelde konsepte dahil olan mal ve hizmetler için ek bir parasal bedele katlanmıyorlar. Bu durumun, misafirlerin evlerindeki kadar çok tüketim ve israf davranışı sergilemelerine yol açtığı anlaşılmaktadır. Bu bulgular, bir tüketim davranışı parasal ya da parasal olmayan bedeller (zaman ve çaba gibi) gerektirmediğinde, elde edilen kaynağın daha değersiz algılandığı ve bu durumun bireylerin israf davranışları üzerinde pozitif etkiye sahip olabileceğini işaret etmektedir. Ayrıca, evdekinin aksine otelde, üretimin ve hizmetin sürekli devam etmesinin, otelde sunulan kaynakların sınırsız algılanmasına yol açarak israfı artırdığı düşünülmektedir. Bahsedilenin aksine, evdeki ürünler sınırlı algılanmakta olup, örneğin tükenen bir ürünün yenisini almak için ürünün satış noktasına giderek hem parasal hem de parasal olmayan ilave bedellere katlanmak gerekmektedir. Bu durumun da, ilave bedellere katlanmamak için evdeki ürünlerin daha idareli kullanılmasına yol açtığı değerlendirilebilir.

Tablo 4.29.'da belirtilen nedenlerin çok büyük bir çoğunluğunun bariz şekilde gıda tüketimiyle ilgili olduğu görülmektedir. Bu da, ev ve otel tüketimleri arasında en çok farklılığın gıda tüketiminde yaşandığının işareti olarak değerlendirilebilir. Bunun bir diğer nedeni, misafirlerin otel içi tüketimleri sırasında en fazla ortaya çıkan israf kategorisinin gıda israfı olması olabilir (Bkz. Tablo 4.4. ve Tablo 4.24.). Bu bulgular aynı zamanda, otelde misafirlerin ödenilen paranın karşılığını daha çok gıda tüketerek alabilecekleri yönünde bir algıya sahip olduklarının göstergesi olabilir.

4.2.2.7. Otel Misafirlerinin İsrafı Önlemeye/Azaltmaya Yönelik Çözüm Önerileri

Görüşülen 34 otel misafirinden 22'si (%64,71'i), otel misafirlerinin tüketimleri sırasında gerçekleşen israfı önlemeye ya da azaltmaya yönelik çeşitli çözüm önerilerinde bulunmuştur. Görüşülen misafirlerin 12'sinin (%35,29) herhangi bir çözüm önerisi bulunmamaktadır. Otel misafirlerinin israfı önlemeye/azaltmaya yönelik çözüm önerilerine ilişkin toplam 16 kod oluşturulmuştur. Benzer kodlar beş tema altında gruplanmıştır. Otel misafirlerinin israfı önlemeye/azaltmaya yönelik çözüm önerilerine ilişkin bu temalar; "otel içi uygulamalara yönelik öneriler" (12 tekrar; %42,86), "otel misafirlerinin bilinçlendirilmesine yönelik öneriler" (7 tekrar; %25), "toplumun bilinçlendirilmesine yönelik öneriler" (5 tekrar; %17,86) ve "sektörel politikalar ve projelerle ilgili öneriler" (4 tekrar; %14,29) şeklindedir. Otel

çalışanlarının israfı önlemeye/azaltmaya yönelik çözüm önerilerine ilişkin içerik analizi bulguları Tablo 4.30.'da sunulmaktadır.

Tablo 4.30. Otel Misafirlerinin İsrafı Önlemeye/Azaltmaya Yönelik Çözüm Önerileri

Temalar	İfadeler	f _i	Σ f _i (28)	%	Σ%
Otel İçi Uygulamalara Yönelik Öneriler	Açık büfedeki yiyecek çeşitliliğinin azaltılması	5	12	26,32	42,86
	Daha az ve daha kaliteli yiyecek çeşitleri sunulması	2		10,53	
	Büfedeki sunum miktarlarının azaltılarak, azaldıkça takviye yapılması	1		5,26	
	Küçük servis tabakları kullanılması	1		5,26	
	Küçük (bardak) boy su şişelerinin kullanılması	1		5,26	
	Misafirlerin mutfak kültürüne ve genel tercihlerine uygun menü hazırlanması	1		5,26	
	Büfede misafirin isteğine göre personelin kepçe servisi yapması	1		5,26	
Otel Misafirlerinin Bilinçlendirilmesine Yönelik Öneriler	Misafiri bilgilendirici ve yönlendirici yazılı mesajlar kullanılması (restoranda, odalarda vb.)	4	7	57,14	25,00
	Misafirlere sözlü bilgilendirmeler ve yönlendirmeler yapılması	2		28,57	
	Misafirlerin tüketimlerinin personel tarafından gözlemlenerek, gerektiğinde nazıkçe müdahalelerde bulunulması	1		14,29	
Toplumsal Bilinçlendirilmesine Yönelik Öneriler	Toplumsal bilinçlendirilmesi/Aile içi temel eğitim/Toplumsal eğitim düzeyinin artırılması	3	5	60	17,86
	Toplumda, israfın bir milli kayıp olduğu bilincinin oluşturulması/artırılması	1		20	
	Okul müfredatlarında israf konusuna yer verilmesi/Çocukluktan itibaren bilinçlendirme ve alışkanlık kazandırılması	1		20	
Sektörel Politikalar ve Projelerle İlgili Öneriler	Açık büfe uygulamasından vazgeçilmesi, alakart hizmet sunulması	2	4	50	14,29
	Her şey dahil sistemde tüketim miktarı limitleri belirlenmesi	1		25	
	Her şey dahil sistemden vazgeçilmesi	1		25	

Otel misafirleri tarafından otel içi uygulamalara yönelik getirilen önerilerden en sık tekrarlananlar açık büfedeki yiyecek çeşitliliğinin azaltılması ve daha az ancak daha kaliteli yiyecek çeşitleri sunulması şeklindedir. Otel misafirlerinin otel içi uygulamalara yönelik öneriler teması altında kodlanan ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...O kadar çeşidi her gün yapmaktansa atıyorum elli çeşit olacağına, yirmibeş tane olsun, her gün değişsin yerleri. İnsanların tabaklarına alabilecekleri yemek sayısı az olunca, o kadarda fazla atılmaz diye düşünüyorum. Yani yüz tane tatlı var, yani bu insanlar ne kadar, ne yiyebilecek ki. On çeşit tatlı koy geç. Milyon tane salata koymuş... Çeşit azaltarak. Dönüşümlü, bugün yaptığını, yarın farklı bişey yapar, çeşitlerini azaltmaları gerekiyo bence... (T18)

...Ya daha kaliteli ama daha az bir çeşit sunacaklar ya da otelciler buna bir çözüm bulacak... (T4)

...Eğer siz biraz daha kısıtlı veya düzgün goyup (koyup), çabuk çabuk değiştirebilirseniz, bence insanlarda az alabilir. Yediği kadar alabilir... (T2)

...Bence küçük tabaklarda servis yapmaları lazım, büyük tabaklarda değil... (T2)

...Pet şişe... Ona göre yarısını içerken, geri yarısını, belki daha küçük şekilde de bırakabilirler... (T6)

...Yani bizz, ülke olarak bizim şeyimizde hindi yoktur... Gözlemlediğim kadarıyla bu hindi yenmiyo burda. Yenmiyosa bunu yapmayacaksın, yapma, koyma. Ya tabaklarda kaliyo ya da yenmiyor, orada kaliyo yani, aynen. Ya bu bakarsın buna yenmiyosa, çok artıyosa, bunu yapmazsın, yapmak zorunda değilsin... (T7)

...Personel kendileri yaparsa (servisi) o da tabî ki birer kepçe şeklinde... (T9)

Otel misafirlerinin bilinçlendirilmesine yönelik öneriler teması altında en sık tekrarlanan ifade misafiri bilgilendirici ve yönlendirici yazılı mesajlar kullanılması şeklindedir. Otel misafirlerinin bilinçlendirilmesine yönelik önerilerle ilgili ifadelerden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Orda yazması lazım ya... "Tüketebileceğiniz kadar alın"... Yeme içme alanlarında... Tüketebildiğiniz kadar... İnsanlar bilgilendirilebilir... Bence insanların bilinçlenmeleri lazım. Buraya bakdığım zaman insanların dağarcığını çoğaltacak, insanlara bi şey verecek bi yer göremiyorum... (T2)

...Duvarlara gonulan tablolar yerine, böyle insanların rahatlıkla görebileceği, işin içerisinde espiriyle beraber, çünkü insanlar buraya "bi kere tatile geldim ya sağlığını mı düşüncem" mantığıyla geliyo, işin içerisine biraz miizah katıp, fazla tüketmemelerini gerektirecek, sinyaller yollamak lazım... Hani en azından ikinci kepçeyi alırken, o yazıyı görünce, bu bana yeter diyebilir insanlar... (T19)

...Otele ilk girildiği zaman bilgiler verilebilir... (T20)

...Mesela garsonların olsun, tamam o nazikliğini bırakmayacak da, kontrol, bakışs... Mesela iki kişi şöyle bakmış olsa, alırken biraz çekinirler. Yani kontrol etseler daha iyi olur... (T14)

Otel misafirlerinin israfı azaltmaya yönelik bazı çözüm önerileri toplumun bilinçlendirilmesiyle ilgidir. Katılımcı otel misafirleri tarafından, gerek okullarda, gerek radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçları vasıtasıyla toplumun bilinçlendirilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Katılımcıların bu konudaki ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Valla en önemlisi eğitim, eğitim şart... Televizyonlarda olabilir... En büyük etken televizyonlar, radyolar olabilir... (T13)

...Bunu halkımız kendi önlemesi lazım, böyle kendi düşünmesi lazım. Ben bir zaman bi şirkette, bi villada çalışıyodum, şirket sahibi bizleri topladı... Dedi ki ... bi çivi burda zaiyat oluyosa didi, Türkiye'nin kaybı olarak düşünün didi, genel ziyan vermemeye çalışın yani buu.. Bu ziyan bana olmuyo, bu şirkete oluyo gözüyle görmeyin didi. Yani doğru bi söz, yerinde bi söz... (T12)

...Bana göre okullarda verilmesi lazım. Mesela nasıl verilmesi lazım ki okullarda böyle bi şey yok. Bana göre diyelim bi rehberlik öğretmeni... Verilmiyo bu yaşayış olayı. Ben öğrencilerimle gittiğim zaman, diyelim Cuma günü veya Cumartesi günü otele geldik, bi gün önce kampa alırdım çocukları, otelde ne yapmamız lazım diye şey verirdim. Ha öğrencilerim hakaten uygularlardı bunu. Dedim ki ihtiyacınız kadar alın, tekrar alın, ihtiyacınız kadar alın tekrar alın üç kere al, beş kere al, ye... İzci grupları oluyordu genelde. Yapıyordum on dört, on beş sene yaptık... Bana göre rehberlik öğretmenleri en azından, israf konusunda, özellikle bi de din dersi öğretmenleri, bak din dersi öğretmenleri okullarda çok etkilidir. Çünkü rehberlik öğretmeni amenna, ama din dersi öğretmeni özellikle bunun, özellikle İslami açıdan veya dini açıdan zararlı olduğunu veya faydalı bi şey olmadığını söylemeli. Ancak böyle, eğitim yani. Yoksa sen bi insana silah dayayıp, kesinlikle bi otelde ihtiyacından fazla yeme diyemezsin... (T34)

Katılımcı otel misafirleri tarafından getirilen bazı öneriler sektörel politikalar ve projelerle ilgilidir. Bu kategori altında, açık büfe uygulamasından vazgeçilmesi, alakart hizmet sunulması, her şey dahil sistemde tüketim miktarı limitleri belirlenmesi ve her şey dahil

sistemden vazgeçilmesi önerileri yer almaktadır. Katılımcıların konuyla ilgili ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Liste olarak getiripte seçerse... Liste mesela seçipte ona göre garsonlar getirip de ikram ederse bence çok az alır. Yani öyle değil mi... Lokanta da mesela gelir... Liste, seçersin, ona göre o da servis yapılırsa ne kadar verir, birer kepçe. Bi çorbaysa bi kepçe şeyinde, bi kaşık şeklinde gelirse... Bu bence çok, çok. Ama sen kendin servis yaptığın zaman görüyorsun, gözle... tabii ki ne yiyeceğini şaşıryo insan acaba şunun tadına da bakıyım bunun tadına da diyince tabi ki... (T9)

...Her yemeği üzerine bi ücret koyulur, örnek veriyorum, herkese bi bileklik alınır, aldığı yemeği bileklikle okutulursa, ücret fazlasını mesela, belirlenen diyelim ki be bardak çay, altıncısının ücretli olacağı söylenirse, yüzde seksen önlenebilir diye düşünüyorum, şu an aklıma o. Bilmiyorum yani onunun ilgili araştırma yapmak, inceleme yapmak lazım. Nedir işte, üç kaşığa kadar serbest, dördüncü kaşık bir lira, bilmiyorum artık. Yani bu bu şekilde olduğu zaman, yani şunu söyleyebilirim; mesela bazı otellerde şeyler mini bar, odanızdaki mini bar ücretli, dolayısıyla ordaki tüketimiynen, normaldeki tüketimi karşılaştırdığınız zaman, sonuç ortaya çıkıyor... (T8)

...Yaaani azaltılabilir kesinlikle... Her şey dahil yapmazsınnn... (T11)

Katılımcı otel misafirlerinden 9'u tarafından otellerde misafirlerin tüketimleri sırasında ortaya çıkan israfın önlenemeyeceği ifade edilmiştir. Katılımcılar tarafından, otellerde kısıtlayıcı uygulamalara yönelmesi ve sunulan imkanların sınırlandırılması durumunda, otel misafirlerinin beklentilerinin karşılanamayacağı, memnuniyet düzeyinin, tekrar ziyaret niyetinin olumsuz etkileneceği ve otelin tercih edilirliliğinin düşeceği ifade edilmektedir. Bazı katılımcı misafirler tarafından ise, oteldeki misafir sirkülasyonunun fazla olması, misafirin otelde kaldığı sürenin kısıtlı olması ve tatil süresince misafirlerin herhangi bir konuya kafa yormayı istememesi nedeniyle bilinçlendirme çalışmalarının otel içerisinde yapılamayacağı, kültürel değişimlerin de çok zor olduğu dile getirilmektedir. Katılımcı otel misafirlerinin bu konudaki ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır.

...Şey yapılamaz, ticari açıdan kayıp olur, benim görüşüm. Şu şekilde olur; sınırlama getirebilirsiniz, sınırlama getirdiğiniz zaman da tercih edilmezsiniz. Benim açımdan bu şekilde... İki sene önce tatile gelmişim ben buraya, konsept olarak çok beğenmişim, bileklik uygulaması yok, mesela açık büfe, ultra her şey dahil, hiç bi sınır yok, şey yok, sormuyosun, etmiyosun, sadece istiyosun şey olarak. Ha bunu sınırlayabilirsiniz, yok bileklik, diğer otellerin yaptığı gibi ama tercih edilebilirliğini düşürür. Mesela gittiğim birkaç otel, farklı otellerde bu benim gözüme çarpan bi şey. Beni sınırladığınız anda, tercih edilebilirliğiniz düşer. İmkanlarınız kısıtlıysa, tercih edilebilirliğiniz düşer. Geçen sene gittiğimiz otelin denize mesafesi biraz uzaktı, ha burda ne kadar denize gittim, hiç gitmedim ama olsun denizin yanında olmalı... (T25)

...şindi yorum yapamıyorum ya... Nası önlenebilirrr, çeşit azaltsak, müşteri memnun olmazzz... Bence çözümü yok yaa... (T26)

...Kısıtlı olarak verilmesi, mesela diyelimki, on çeşit börek olacağına beş çeşit olsun. Ondan soooona mesela iki, üç tane yemek oluyo, diyelim ki patlıcan; patlıcan kızartma, patlıcan kebab, bilmem ne gibisi. Ama otellerde de olmaz ki canım öylesi. Evet, Kısıtlayamaz, niye kısıtlayamaz, insanlar zaten ona geliyo, yani yemeyi, içmeyi bol görmeye geliyo, hani nası ay bi tatile gitsemde şöyle bi rahat rahat yesem, içsem bi havuza girsem diye düşünüyö. Ama oteller yapamaz, benim düşüncem yapamazzz... (T33)

...Önüne geçilemez. Geçilemez. Kesinlikle geçilemez yani, özellikle ilk geldiklerinde, tamam da, devamında sirkülasyon olduğu için şeyde, oteldeee... (T3)

...Bunun Türk'lere öğretilebileceğini zannetmiyorum. Nedenini bilmiyorum, bunun Türk'lere öğretilebileceğini zannetmiyorum... Ve burda kısıtlı sürede beraber olduğunuz için misafirlerle, ona kalkıp da bu yanlış anlatmanız... Hem paramı veriyorum, hem bi de bunarı mı öğreneceğim bu yaştan sonra, bu tarz terbiye mi olacam diye yaklaşıp hoşlanmayabilir. Bu müşteri kaybına da sebep olur... (T15)

...Azaltılamaz çünkü insanlar, daha yemeye başlamadan, bütün her şeyi masaya yerleştiriyorlar ya bunun önüne ben her sene biz tatilimizi yapmaya çalışıyoruz, her gittiğimiz yerde bunu görüyoruz, bunun da önleneyeğini ben düşünmüyorum. Maalesef ancak bu bilinçle önenebilir. Bilinçli olunursa... Valla bilinci arttırmak biraz zor, bi de insanlar buraya tatile geliyorlar, her şeyi kafalarından atmak istiyorlar, şimdi siz insan ordan yemek alırken, tamam siz gidin çorbanızı yiyin, daha sonra gelin bu yemekten alın gibi bi uygulama olmaz. Çünkü insanlara bu şekilde yaklaşım yaptığınız zaman, bana bile o şekilde yaklaşım yapılsa, bi sonraki sene ben bu otele gelmem açık söyleyim. (T30)

...Ama yinede önlenemez böyle bişi, kültürümüzü değiştirmek gerekiyor, o dediğim de zor yani... Çok zor, bu böyle süregelir gider yani...

Otel misafirleri tarafından israf sorununun çözümüne yönelik algılanan bu engellerin, israfı önleyici uygulamalara yönelik kararlarda dikkate alınması gereken unsurlar olması bakımından oldukça değerli olduğu düşünülmektedir. Takip eden kısımda çalışmanın sonucu ve öneriler sunulmaktadır.

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Çalışmada, otel işletmelerinde turistler tarafından gerçekleştirilen israf davranışlarının, turistleri israfa yönelten nedenlerin, otellerde turist kaynaklı israfı önlemeye yönelik mevcut uygulamaların, otel çalışanlarının ve otel misafirlerinin turist kaynaklı israfa yönelik çözüm önerilerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Böylece, israf olgusunun bütüncül bir bakış açısıyla anlaşılması ve açıklanması yoluyla; örgütsel, toplumsal, çevresel ve ekonomik açılardan çok yönlü zararlara neden olan otellerdeki israf sorununun çözümüne katkı sağlanabilmesi hedeflenmiştir. Bu açıdan çalışmanın odağında öncelikli olarak, sektörel bir soruna çözüm üretme gayesi bulunmaktadır. Diğer taraftan, otel misafirlerinin israf davranışları ve bu davranışların belirleyicilerine ilişkin bulgular teorik açıdan da çeşitli açılımlar sağlamaktadır. Literatürdeki benzer konularda yapılan diğer araştırmaların bulguları ve teoriler ekseninde, tartışma ve değerlendirmeler yapılarak, hem araştırmacılara hem de uygulayıcılara sunulacak önerilere zemin hazırlanmıştır. Bu süreç, yani araştırmanın çıktıları öncelikli olarak “teoriye yönelik” ve ardından “uygulayıcılara yönelik” sonuçlar olmak üzere iki ayrı alt başlık altında ele alınmıştır. Son olarak, araştırmanın sınırlılıkları açıklanmıştır.

5.1. Teoriye Yönelik Sonuçlar

Çalışmada ilk olarak, araştırmanın odağındaki temel olgu olan israfın kavramsal içeriği ve sınırları literatürdeki tanımların yanı sıra bizzat olguyu deneyimleyen/gözlemleyen bireylerin (çalışanlar ve turistler) bakış açılarından hareketle ortaya konulmaya çalışılmıştır. Katılımcıların israfı tanımlayış biçimi aynı zamanda otel misafirlerinin ve otel çalışanlarının israfa yönelik algılarının anlaşılabilmesi açısından özellikle dikkate alınmıştır. İsfraf kavramı, hem otel çalışanları hem de otel misafirleri tarafından ağırlıklı olarak; “ihtiyaçtan/gereğinden fazlasını almak, stoklamak”, “ihtiyaçtan/gereğinden fazlasını kullanmak, tüketmek ya da harcamak”, “fuzuli, gereksiz, ihtiyaç dışı, boşa, harcamak, kullanmak ya da tüketmek” ve “kaynakları hoyratça, verimsiz, kontrolsüz şekilde kullanmak” şeklinde açıklanmıştır. Yapılan tanımlamalara göre gereğinden fazla alınan veya stoklanan şeyler çöpe atılsa da atılmasa da, ihtiyaçtan fazla alma davranışı israf olarak değerlendirilmektedir. Çünkü, gereğinden fazlasını almak ya da stoklamak üç olası israf riskini içerisinde barındırmaktadır. Birincisi, gereğinden fazla alınan şey çöpe atılmayıp tüketildiği durumda, ihtiyaç dışı ya da aşırı tüketim gerçekleşmiş olmaktadır. İkincisi, ihtiyaçtan fazla alınan şeyin çöpe atılmasa bile kullanılmaması, kaynağın fayda sağlamayacak şekilde alıkonması anlamına gelmektedir. Bu durumda, ürün ziyan olmasa bile gereksiz yere stok maliyetine katlanılmaktadır. Üçüncüsü ise, alınan ya da stoklanan kaynağın zaman içerisinde bozulması, çürümesi ya da kullanılamaz hale gelmesidir.

Birkaç katılımcı tarafından herhangi bir ürünün basit ya da temel özelliklere sahip olanları varken, daha gelişmiş ya da lüks olanlarının tercih edilmesinin de (örneğin, iphone gibi gelişmiş özelliklere sahip cep telefonları, altın kaplamalı servis takımları, otel lobilerindeki devasa avize ya da vazolar gibi) israf olduğu kabul edilmektedir. Ancak, israf satın alınan, kullanılan ya da tüketilen ürünlerin gelişmiş özelliklerine ya da lüks olarak algılanma durumuna göre tanımlanacak olursa, 3 yıldızlı bir otelde tatil yapmak yerine 5 yıldızlı bir otelde tatil yapmak hatta turizm hareketlerinin bizatihi kendisi de dahil olmak üzere günümüz tüketimlerinin çok büyük bir kısmı israf olarak değerlendirilebilir. Uzgören tarafından da (2006), israfın göreceli olduğunu, hangi tüketim davranışının israf olarak değerlendirileceğinin “değer yargılarına” bağlı olarak değişkenlik gösterebildiği ifade edilmektedir. Uzgören (2006) bu durumu çeşitli tüketim davranışları üzerinden aşağıdaki şekilde sorgulamaktadır:

... Lüks bir lokantada yemek yemek, bir bale gösterisini seyretmek rasyonel olmayan bir davranış, dolayısıyla israf mıdır? Markalı ancak kaliteli bir kıyafeti yüksek fiyatla satın almak israf olarak değerlendirilebilir mi? Bu tür değerlendirmeleri yapmak sadece kişinin kendi değer yargılarına bağlı olduğu için; bazı kişilere göre israf, bazılarının göre ise israf olmayabilir...

Bu bakış açısı, herhangi bir davranışın israf olup olmadığını değerlendirme konusunda karmaşa yaratarak, israfın kavramsal çerçevesinin net sınırlarının çizilmesine engel olmaktadır. Bu bağlamda, herhangi bir tüketim davranışı israf olarak değerlendirilirken, tercih edilen ürünün lüks* ya da gösterişli olup olmadığından ziyade, tüketici tarafından “ihtiyaç” olarak algılanıp algılanmadığına odaklanılması gerektiği değerlendirilmektedir. Herhangi bir tüketim belirli bir ihtiyacın karşılanmasına yönelik değil (ihtiyaç dışı) ise israf olarak kabul edilebilir. Ancak, bu değerlendirme yapılırken, insanın fizyolojik, güvenlik, ait olma – sevgi, saygı – saygınlık, kendini gerçekleştirme ihtiyaçlarının bütünü dikkate alınmalıdır (Koçel, 2010:624). İsrafın göreceli olmasının da, kişilerin değer yargılarından ziyade, temelde insan ihtiyaçlarının kişiden kişiye, zamana ve koşullara göre değişkenlik göstermesinden kaynaklı olduğu değerlendirilmektedir.

Katılımcıların bakış açılarından hareketle; gıda, kıyafet, enerji, su gibi somut kaynakların yanı sıra; zaman, para, enerji/emek gibi soyut kaynaklar da israfa konu olabilmektedir. İsraf kavramının göreceli olduğu (Manisalı, 1980; Uzgören, 2006) dikkate alındığında, israfın her iki grupta da benzer şekilde tanımlanmış olması, kavramın hem otel çalışanları hem de otel misafirleri tarafından benzer biçimde algılandığı şeklinde yorumlanabilir. Otel çalışanları ve misafirlerinin israfı benzer şekilde algılamaları ve tanımlamalarının bu iki katılımcı kitlenin israfı ilgili takip eden sorulara verdikleri yanıtların birlikte ele alınabilmesi ve/veya karşılaştırılabilmesi açısından oldukça önemli olduğu değerlendirilmektedir. Ayrıca, bu durum

*Türk Dil Kurumu Güncel Sözlüğü'nün tanımlamasına göre “lüks” kelimesi “giyimde, eşyada, harcamada aşırı gitme, gösteriş, şatafat” gibi anlamlara gelmektedir (TDK, 2019).

hizmet alanla hizmet edenin aynı kültürden olmalarının da etkisiyle israf kavramına yönelik benzer bir bakış açısına sahip olduğunun göstergesi olarak değerlendirilebilir. İki katılımcı gruptan elde edilen bulgulardaki bu benzerlik, bu çalışmanın yalnızca Türk otel misafirleriyle yapılmış olmasının isabetli bir tercih olduğunu da ortaya koymaktadır.

Katılımcılar tarafından israfa yönelik yapılan tanımlamaların literatürdeki israf tanımlarıyla büyük oranda benzerlik gösterdiği görülmektedir (Manisalı, 1980:9; Müftüoğlu 2004:65). Otel misafirlerinin ve çalışanlarının yaptığı tanımlamalar ve literatürdeki mevcut kavramsal açıklamalar bütünsel olarak değerlendirildiğinde, israf kavramı *“herhangi bir kaynağı gereğinden fazla ya da gereksinim olmaksızın almak, stoklamak, fayda sağlamayacak şekilde elde tutmak ya da fuzuli yere, hoyratça, verimsiz, etkin olmayan, aşırı şekilde tüketmek, kullanmak ya da harcamak”* şeklinde tanımlanabilir.

Katılımcıların gözlemlerine göre, misafirlerin otel içerisindeki tüketimleri sırasında israfın en çok ortaya çıktığı alanlar; restoranlar, barlar, pastaneler ve benzeri “yeme içme alanları”, “odalar” ve havuz, havuz kenarındaki duş alanları, plaj, lobi, aktivite alanları, ortak tuvaletler gibi “genel kullanım alanları”dır. Yeme alanlarındaki israf, içecek alanlarındaki israfa göre daha fazladır. Ayrıca, açık büfe hizmet sunulan ana restoran ve snack restoranlarda, alakart hizmet sunulan restoranlara göre daha fazla israf ortaya çıkmaktadır. Otel misafirleri tarafından gerçekleştirilen israf şekilleri “gıda israfı”, “demirbaş ve sarf malzemelerinin kullanımıyla ilgili israflar (tekstil kullanımıyla ilgili israflar, sarf malzemesi israfı, mala/malzemeye zarar vermek)”, “enerji israfı”, “su israfı”, “hijyen ve temizlikle ilgili israflar”, “zaman ve emek israfı” ve “aşırma” kategorileri altında toplanabilmektedir. Ortaya çıkan israf şekilleriyle ilgili otel çalışanlarıyla yapılan görüşmeler sonucunda oldukça kapsamlı bulgulara ulaşılmışken, otel misafirleriyle yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular nispeten daha sınırlı olmuştur. Örneğin, “aşırma”, “hijyen ve temizlikle ilgili israflar” ile “zaman ve emek israfı” kategorileri otel misafirlerinden elde edilen bulgular arasında yer almamaktadır. Bu farklılığın birincil nedeninin, otel çalışanlarının sektör deneyimlerine paralel olarak misafir davranışlarına yönelik çok daha fazla gözlem imkânına sahip olması, otel misafirlerinin ise yalnızca sınırlı tatil süreleri içerisinde otel misafirlerinin davranışlarını (eğer dikkat ederse) gözlemleme şansı bulunmasıdır. Buna rağmen, otel misafirleri tarafından gerçekleştirilen israf şekillerine yönelik otel çalışanlarıyla ve otel misafirleriyle yapılan görüşmelerin bulguları büyük ölçüde birbirini teyit etmektedir.

Araştırma bulgularına göre, otel misafirlerinin tüketimleri sırasında en çok ortaya çıkan israf kategorisi gıda israfıdır. Otellerde misafirlerin tüketimleri sırasında gerçekleşen gıda israfı ağırlıklı olarak, yiyecek ve içeceklerin misafirler tarafından alınıp tüketil(e)memesi ya da tüketilemeyecek hale getirilmesi (örneğin, zamanında tüketmemekden kaynaklı bozulmalar, büfedeki yiyeceklere dokunma) durumunda ortaya çıkmaktadır. Otellerde gıda israfıyla ilgili

yapılan çalışmalar da bu bulguları destekler niteliktedir (Aydoğdu ve Koçoğlu, 2017; Marchant ve Cloy, 2017; Tekin ve Ilyasov, 2017; Kılınç Şahin ve Bekar, 2018; Özdemir ve Güçer, 2018; Okumuş, 2019). Otel misafirlerinin tüketebileceğinden fazla yiyecek olarak ya da gereğinden fazla sipariş vererek, aldıkları yiyecekleri tüketmeden bırakmalarının otellerdeki gıda israfının birincil kaynağı olduğu daha önce yapılan çalışmalarda da bulgulanmıştır (Marchant ve Cloy, 2017; Kılınç Şahin ve Bekar, 2018; Okumuş, 2019). Aydoğdu ve Koçoğlu (2017) tarafından yapılan çalışmada da, otel misafirleri tarafından tadına bakma amacıyla pek çok yiyecek çeşidinin tabaklara alındığı ve tüketilmeden masalarda bırakıldığı, tabakların aşırı doldurulduğu, tabaklarda kalıp dökülen yemeklerden kaynaklı %20-50'ye varan oranlarda israf olduğu, bardaktaki içeceklerin sıcaktan ısınması ve yenileriyle değiştirilmesi suretiyle %20-30'a varan içecek israfı söz konusu olduğu belirtilmiştir. Bu çalışmada ise, literatürdeki bulgulardan farklı olarak; otel misafirlerinin başka birisi (eş, çocuk, arkadaş v.s.) için yiyecek olarak yiyeceklerin tüketilmeden bırakılması, içecekleri amacı dışında (vücuda dökme vb. şekillerde) kullanarak ziyan etmek, büfeden alınan yiyecekleri yere dökmek, düşürmek gibi farklı şekillerde gıda israfına yol açabildiği bulgulanmıştır.

Demirbaş ve sarf malzemelerinin kullanımıyla ilgili israflar; (1) tekstil kullanımıyla ilgili israflar, (2) sarf malzemesi israfı ve (3) mala/malzemeye zarar verme şeklinde ortaya çıkabilmektedir. Odalarda çok sık ve gereksiz (tekrar kullanılabilir olduğu halde) havlu-çarşaf değişimi talebinde bulunmak, aynı anda çok sayıda plaj havlusu kullanmak, çok sık plaj havlusu değişimi talep etmek, odadaki banyo havlularını açık alanlara götürüp kullanmak, buklet malzemeleri, tuvalet kağıdı, kağıt havlu, peçete ve sıvı sabun gibi sarf malzemelerini gereğinden fazla tüketmek, boşa harcamak, çok fazla tabak, kaşık, bardak kullanmak (değiştirmek), plaj havlularına, odadaki ya da ortak kullanım alanlarındaki demirbaşlara zarar vermek bu konuda ortaya çıkabilen israf davranışlarıdır. Mair ve Bergin-Seers (2010) tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada, bazı otel misafirlerinin “tatilde olma (ve muhtemelen her gün yeni havlu almaya hak kazanmış olma)”, “hijyen” ve “kişisel tercih” sebepleriyle havlularını tekrar kullanmak istemedikleri açıklanmıştır. Literatürde, otel misafirlerinin havlu tekrar kullanımıyla ilgili çalışmalar, otel misafirlerinin tekstil kullanımıyla ilgili israfları olduğu bulgusunu destekler niteliktedir (Goldstein, vd., 2008; Schultz, vd., 2008; Mair ve Bergin-Seers, 2010; Bohner ve Schlüter, 2014; Reese, vd., 2014; Morgan ve Chompreeda, 2015; Özkan Buzlu ve Unur, 2018). Aydoğdu ve Koçoğlu (2017) tarafından yapılan çalışmada, otel misafirlerinin çok fazla plaj havlusu kullandıkları ve çok fazla buklet tükettikleri, bilgilendirici mesajlar öncesinde kişi başı günlük 9 plaj havlusu kullanılırken, uygulama sonrasında kişi başı günlük kullanılan plaj havlusu sayısının ancak 4'e gerilediği, odalardaki havlu, bornoz ve çarşafın bilgilendirme mesajlarına rağmen misafirler tarafından hemen her gün değiştirilmesinin talep edildiği, hatta gün içerisinde ekstra havlu taleplerinin oldukça fazla olduğu belirtilmiştir.

Misafirler tarafından gerçekleştirilen ve bazı çalışanlar tarafından israf olarak nitelendirilen bir başka davranış kategorisi de “aşırma”tır. Bazı çalışanlar tarafından, otele ait mallar otel dışına çıkarılmaya çalışılırken genelde bunun mallara zarar verilerek (halının bir kısmının kesilmesi, saç kurutma makinesinin yerinden sökülmesi gibi şekillerde) yapıldığından, yiyecek içeceklerin de birçoğunun otelden çıkarıldıktan sonra çürüyecek, bozulacak ürünler olduğundan (örneğin, haşlanmış yumurta, meyveler) bahsedilmiştir. Otele ait malların, malzemelerin otel dışına çıkarılmaya çalışıldığında yüksek olasılıkla ziyan olması nedeniyle çalışanlar aşırma davranışını bir israf şekli olarak görmektedirler. Özdoğan ve diğerleri (2013) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, oteldeki çatal-bıçak ve diğer servis malzemelerinin aşırı şekilde kullanıldığı, bu tür malzemelerde aşınma ve eskimenin çok fazla olduğu, tabakların, bardakların ve çatal bıçak takımlarının sıklıkla kırılması ya da çalınması sebebiyle her yıl yüksek miktarda (yıllık ortalama 16.500\$- 41.200\$) servis malzemesi yenileme maliyetinin gerçekleşmesine yol açtığı bulgulanmıştır. Bu bulgular, otellerde malzeme kullanımıyla ilgili ve aşırma davranışından kaynaklı israfların oteller açısından önemli maliyetler oluşturduğunun bir örneği olarak değerlendirilebilir.

Otel misafirleri tarafından gerçekleştirilen enerji israfı, odada değilken klimaları, ışıkları ya da televizyonu açık bırakmak veya odada klima çalışırken balkon kapısını açmak şeklinde ortaya çıkmaktadır. Aydoğdu ve Koçoğlu (2017) tarafından yapılan çalışmada da benzer bir şekilde, misafirlere ikişer adet oda kartı (enerjiyi aktive edici) verilmesi konusunda esnek davranılarak misafirlerin odada bulunmadığı zamanlarda da ısıtma soğutma yapmasına olanak tanındığı ve bunun da enerji israfına yol açtığı ifade edilmiştir.

Otel misafirleri tarafından odadaki tuvalette, banyoda, ortak tuvaletlerde, sahildeki ya da havuz kenarlarındaki duş alanlarında suyu açık bırakmak ve musluk suyunu çok fazla tüketmek yoluyla su israfı gerçekleştirilebilmektedir. Gabarda-Mallorqui ve diğerleri (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmada da benzer şekilde, çevre yanlısı davranış düzeyi düşük olan otel misafirlerinin, dişlerini fırçalarken ya da sabunlanırken musluğu kapatmadıkları, sıcak suyu tasarruflu kullanmadıkları, aynı havluyu bir günden fazla kullanmadıkları, tuvaletteki sifonu çekerken küçük ya da büyük buton ayrımı yapmadıkları belirtilmektedir.

Misafirler tarafından gerçekleştirilen israflara ilişkin bir diğer kategori hijyen ve temizlikle ilgili israflardır. Hijyen ve temizlik konusunda dikkatsiz ve özensiz davranan misafirlerin bu tür davranışları, oteldeki temizlik malzemeleri, kimyasal (klor gibi), su ve enerji kullanımını artırırken, aynı zamanda personelin temizlik aşamasında daha fazla emek ve zaman harcamasına neden olmaktadır. Otel misafirleri tarafından, doğrudan çalışanların ve diğer otel misafirlerinin vaktini ve enerjisini boş yere harcamasına sebep olacak şekilde gerçekleştirilen davranışlar ise zaman ve emek israfı kategorisini oluşturmuştur.

Çalışmada, farklı sosyo-demografik özelliklere sahip otel misafirlerinin otel içi tüketim davranışları bakımından önemli farklılıklar gösterdiği bulgulanmıştır. Otel çalışanlarının gözlemlerine göre; Arap ülkelerinden gelen misafirler, Türk, Rus, İranlı, İsrailli misafirler, çocuklar, gençler ve kısa konaklamalı misafirler israfı en çok gerçekleştiren misafir gruplarıdır. İsrafın en az karşılaşıldığı misafir gruplarının ise Almanlar başta olmak üzere, Avrupa (özellikle Batı Avrupa) ülkelerinden gelen misafirler, yaşlı misafirler ve uzun konaklamalı misafirler olduğu ortaya çıkmıştır.

Literatürdeki bazı çalışmalarda da, farklı sosyo-demografik özelliklere sahip bireylerin otellerdeki kaynak kullanım şekilleri (su tasarrufu, havlu tekrar kullanımı gibi) arasında anlamlı farklılıklar bulunduğu (Gabarda-Mallorqui, vd., 2018) ve gıda israfı davranışlarının farklılıklar gösterdiği (Juvan, vd., 2018; Özdemir ve Güçer, 2018; Tekin ve Ilyasov, 2017; Özdoğan vd., 2013) görülmektedir. Gabarda-Mallorqui ve diğerleri (2018) tarafından gerçekleştirilen araştırmada; yaşlı, kadın, Akdeniz ülkelerinden gelen ve eğitim düzeyi yüksek olan misafirlerin su tasarrufu uygulamalarına daha fazla destek verdikleri açıklanmaktadır. Juvan ve diğerleri (2018) tarafından gerçekleştirilen araştırmada da, çocukların yetişkinlerden daha fazla gıda israfı yaptığı bulgulanmıştır. Ağırlıklı olarak; Avustralya, Slovenya, İtalya, Almanya, Macaristan, Belçika, Slovakya, Rusya ve Çek Cumhuriyeti uyruklu otel misafirlerinin konakladığı bir otelde yapılan bu araştırmada, Avusturyalı misafirlerin diğer milliyetlerden misafirlere göre daha az gıda israfı yaptığı, Rus misafirlerin ise diğer milliyetlerden misafirlere kıyasla daha fazla gıda israfı yaptığı açıklanmaktadır (Juvan, vd., 2018: 239).

Özdemir ve Güçer'in (2018) çalışmasında da, Avrupa ülkelerinden gelen misafirlerin gıda israfı konusunda oldukça hassas davrandıkları ve Asya ülkelerinden gelen misafirlerin (özellikle de Arapların ve Türk misafirlerin) çok fazla gıda israfına yol açtığı belirtilmektedir. Tekin ve Ilyasov'un (2017) çalışmasında, kadınların erkeklere oranla hijyene dayalı nedenlerden kaynaklı olarak daha fazla gıda israfı yapma eğilimde olduğu, evli olan kişilerin ise bekar (single) olanlara göre daha fazla hijyen kaynaklı gıda israfı yapma eğiliminde oldukları, 21-30 yaş grubunda olanların diğer yaş gruplarına göre en fazla gıda israfı tutumu sergilediği ve 41-50 yaş grubundaki kişilerin ise en az gıda israfı tutumu sergilediği görülmüştür. Özdoğan ve diğerlerinin (2013) çalışmasında da, İran, Romanya, Bulgaristan, Türkiye ve Orta Doğu ülkelerinden gelen misafirlerin çok fazla gıda israfı gerçekleştirdiği, Almanya, Belçika, Fransa, İngiltere ve diğer Batı Avrupa ülkelerinden gelen misafirlerin daha az gıda israfı gerçekleştirdiği bulgulanmıştır. Bu araştırmaların bulguları, israfın en az rastlandığı misafirlerin Avrupa ülkelerinden (özellikle Batı Avrupa'dan) gelen ve yaşlı misafirler olduğu, israfın en fazla gözlemlendiği misafirlerin ise, Asya ülkelerinden gelen (Türk, Rus ve Arap kökenli misafirler) misafirler ve çocuklar olduğu bulgusunu destekler niteliktedir. Ancak bu çalışmada,

literatürdeki diğer çalışmaların aksine medeni duruma ya da cinsiyete göre otel misafirlerinin tüketim davranışlarındaki farklılıklarla ilgili herhangi bir tespit bulunmamaktadır.

Farklı sosyo-demografik özelliklere sahip otel misafirlerinin otel içindeki tüketim ve israf şekilleri arasında önemli farklılıklar olduğu, çalışmada ortaya çıkan bulgulardan bir diğeridir. Bu farklılıklar çalışanlar tarafından ağırlıklı olarak, misafirlerin yaşadığı coğrafi bölge ve milliyetleri açısından ele alınmıştır. Almanlar başta olmak üzere, Avrupa ülkelerinden gelen misafirlerin ihtiyaca göre yiyecek aldıkları, büfeden küçük porsiyonlar halinde yiyecek alarak, ihtiyaç halinde ya da beğendiği yiyecekler için büfeye tekrar tekrar uğradıkları, yemek servis sıralamasına uydukları (örneğin, servisine başlangıçlarla başlayıp tatlıyla bitirme), bilinçli tüketim gerçekleştirdikleri, ancak içecek tüketimi konusunda israf yapabildikleri bulgulanmıştır. Çalışanlar tarafından tüm misafir grupları içerisinde, israftan kaçınma bakımından diğer misafirlere örnek olduğu değerlendirilen Almanların, fiziksel ve toplumsal çevreye karşı yüksek duyarlılığa sahip oldukları, kurallara riayet ettikleri, tüketim süreçlerinde temiz ve düzenli davrandıkları, ihtiyaç halinde havlu, çarşaf değişimi talep ettikleri, su ve enerji israfından kaçındıkları belirtilmiştir. Ayrıca, Alman misafirlerin; sağlıklı beslendikleri, beğendiği yiyeceklerden tekrar alacaklarında aynı tabağı kullandıkları, büfedeki reçeteleri okuyarak yiyecek tercihinde bulundukları, kendileri genel olarak israfa karşı dururken çocuklarına da aynı duyarlılığı aşıladıkları ve israfla karşılaştığında tepki gösterdikleri, diğer otel misafirlerini ya da otel çalışanlarını uyardıkları bulgulanmıştır. Ancak, bazı çalışanlar tarafından Alman misafirlerin de içecek israfı (özellikle alkollü) gerçekleştirebildikleri belirtilmiştir.

Asya kıtasına bakıldığında ise, özellikle Orta Doğu ülkelerinden gelen misafirlerde temizlik ve hijyenle ilgili israflar dikkat çekmektedir. Orta Doğu bölgesinden; Türk misafirlerin, Arap ülkelerinden gelen misafirlerin, İranlıların ve İsrailli misafirlerin israf şekilleri bazı yönlerden birbirine benzemektedir. Türk misafirlerde, ağırlıklı olarak gıda israfı olmak üzere, hemen hemen bütün israf kategorilerinden (gıda israfı, su ve enerji israfı, sarf malzemesi israfı, tekstil malzemelerinin kullanımıyla ilgili israflar, temizlik ve hijyenle ilgili israflar, mala/malzemeye zarar vermek, aşımak) davranışların gözlemlenebildiği görülmüştür. Türk misafirlerin israf davranışlarının birçoğunun geri planında, ödenen paranın karşılığını fazlasıyla alma çabası olduğu, görüşme bulgularından hareketle bariz şekilde ortaya çıkmaktadır. Ödenen paranın karşılığını fazlasıyla alma çabasının ise, büyük ölçüde tatil kültürünün gelişmemişliğiyle bağlantılı olduğu anlaşılmaktadır. Otel çalışanlarının, yer yer Türk misafirlerin davranışlarıyla da benzerlik gösterdiği dile getirilen (örneğin, her iki kültürde de masayı kadınların kurması, masayı donatma) Arap ülkelerinden gelen misafirlerde gösteriş merakı, israf davranışlarını şekillendiren önemli unsurlardan biri olarak ön plana çıkmaktadır. Masayı donatarak alınan yiyecekleri tüketmeden bırakmak, odayı çok dağınık/düzensiz bırakmak, büfedeki yiyeceklerle

dokunmak, yiyecekleri elle almak Arap ülkelerinden gelen misafirlerde yaygın olarak gözlemlenen israf şekilleridir.

Bölgeler açısından yapılan karşılaştırmalara göre, Arap ülkelerinden gelen misafirler israfın en fazla görüldüğü misafir grubudur. Terzi ve Altunışık (2016) tarafından Endonezyalı, Türk ve Arapların günlük hayattaki israf davranışları açısından karşılaştırıldığı araştırmada da, Arapların Türklere ve Endonezyalılara göre daha fazla israf davranışında bulundukları sonucu ortaya çıkmıştır. Bu bulgu, Arap ülkelerinden gelen otel misafirlerinin israf davranışlarının alışkanlıklarla bağlantılı olabileceğine işaret etmektedir.

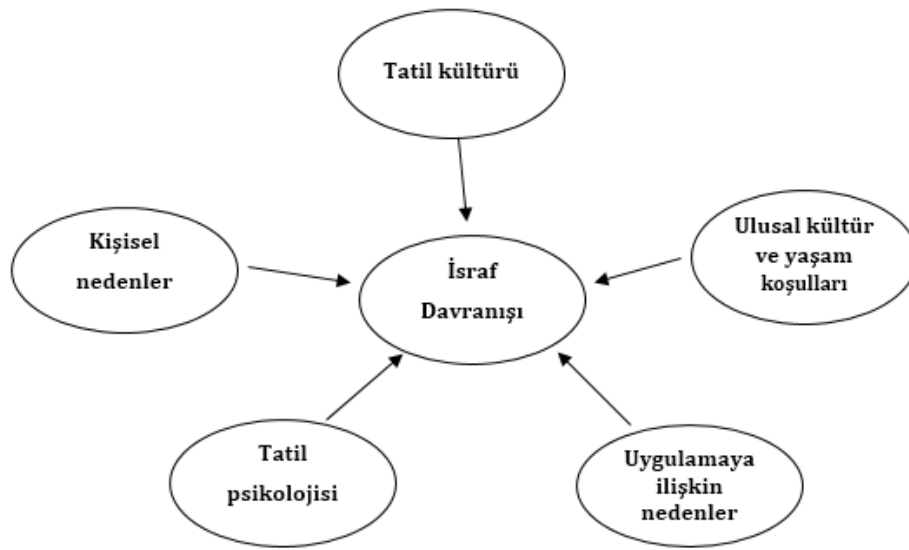
Özdemir ve Güçer (2018) tarafından yapılan çalışmada da, Arap kökenli otel misafirlerinin bir öğünde asla tüketemeyecekleri kadar çok sipariş vererek, en fazla gıda israfına yol açan misafirler olduğu bulgulanmıştır. İranlı misafirlerde ise, ağırlıklı olarak otel içerisinde gerçekleştirilen gıda israfına, temizlik ve hijyenle ilgili israflara ve otelde sunulan yiyecek ve içecekleri otelden ayrılırken yanında götürme davranışlarına rastlandığı görülmüştür. İsrailli misafirlerde de ağırlıklı olarak, otel içerisinde gerçekleştirilen gıda israfının yanısıra otele ait malı/malzemeyi ya da sunulan yiyecekleri otelden ayrılırken yanında götürme davranışlarına rastlandığı görülmüştür.

BDT ülkelerinden gelen misafirlerin israf şekillerinin tamamının gıda israfıyla ilgili olduğu görülmüştür. Yerli misafirlerden sonra israfın en sık rastlandığı grup olarak ortaya çıkan Rus misafirlerde, yiyecek israfı ve aşırı alkol tüketimi şeklindeki davranışların çalışanlar tarafından en çok gözlemlenen davranışlar olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca, odayı çok dağınık/düzensiz kullanmak, malı/malzemeyi hor kullanmak, mala/malzemeye zarar vermek ve çok sık havlu-çarşaf değişimi talebinde bulunmak Rus misafirlerde sıkça karşılaşılan diğer davranışlardır. Masayı donatmak (çorbadan tatlıya kadar tüm yiyecekleri masaya dizmek) şeklindeki davranışların Rus, Arap ve Türk misafirlerde ortak olarak gözlemlendiği ve bu davranışların büyük bir gıda israfıyla sonuçlandığı ortaya çıkmaktadır. Çalışanların ifadelerinden hareketle, Rus misafirlerin, çoğunlukla “alkol”, “tatlı” ve “meyve” tüketiminde israfı sonuçlanan davranışlarla ön plana çıktıkları dikkat çekmektedir. Rus misafirlerin odayı çok dağınık kullanmak, kirletmek ve mala/malzemeye zarar vermek şeklindeki davranışları üzerinde aşırı alkol tüketiminin etkisinin olduğu bazı çalışanların ifadelerinden anlaşılmaktadır. Özdoğan ve diğerlerinin (2013) çalışmasında da bu çalışmanın bulgularıyla benzer şekilde, Rus misafirlerin ve Kuzey Avrupa ülkelerinden gelen (İskandinavlar ve diğerleri) misafirlerin diğer misafirlere göre daha fazla alkol tükettikleri bulgulanmıştır. Milliyetler bazında, israfın en sık gözlemlendiği gruplar olarak dikkat çeken Türk ve Rus misafirlerin israf davranışlarında geçmişten günümüze önemli ölçüde bir azalmanın olduğu bazı çalışanlar tarafından dile getirilmiştir. Yapılan görüşme bulgularından hareketle, çalışanların milliyetler üzerinden yaptığı

değerlendirmelerin geri planında büyük oranda kültürel farklılıkların ve yaşam koşullarının olduğu anlaşılmaktadır.

Çalışanlar tarafından farklı yaş gruplarından otel misafirlerinin tüketim şekillerindeki farklılıklara yönelik değerlendirmelerden hareketle, çocuk misafirlerde israfın daha çok tadına bakmak amacıyla, ihtiyaçtan fazla yiyecek-içecek olarak tüketilememesi şeklinde gerçekleştiği görülmektedir. Bazı çalışanlar tarafından, ergen (teenager) misafirlerde gıda israfı yapma, deneyimlemeye dayalı, bilinçsiz tüketme ve içecekleri amacı dışında (oyun amaçlı) tüketme davranışlarının, genç misafirlerde alkollü içecek israfının ve bilinçsiz tüketimin, yaşlı misafirlerde ise sağlıklı beslenme ve bilinçli tüketme davranışlarının gözlemlendiği belirtilmiştir. Turizm literatüründeki israfla ilgili çalışmalarda, israfın hangi sosyo-demografik özelliklere sahip otel misafirlerinde en az ve en çok gözlemlendiğiyle ilgili birtakım bulgular görülebilmekle birlikte, gruplar arası tüketim ya da israf şekillerindeki farklılıklarla ilgili karşılaştırma yapılabilecek herhangi bir bulguya rastlanmamıştır.

Araştırma bulguları, otel misafirlerinin israf davranışlarının belirleyicilerinin tatil kültürü, uygulamaya ilişkin nedenler, ulusal kültür ve yaşam koşulları, kişisel nedenler ve tatil psikolojisi ile ilgili olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgulara dayalı olarak, otel misafirlerinin israf davranışlarının nedenlerine ilişkin Şekil 5.1.'deki model ortaya çıkmaktadır.



Şekil 5.1. Otel misafirlerinin israf davranışlarının belirleyicileri

İsraf davranışlarının nedenlerine ilişkin otel çalışanlarından ve otel misafirlerinden elde edilen ve büyük oranda birbirini teyit ettiği görülen bulgular, otel misafirlerinin israf davranışlarının birincil nedeninin tatil kültürünün gelişmemişliği olduğunu göstermektedir. Misafirlerin tatile çıkma sıklığı, tatildeki konaklama süreleri, daha önce turistik amaçlı ziyaret ettikleri destinasyonların çeşitliliği, açık büfe sistemine alışkın olma(ma) durumları gibi

unsurlar tatil kültürünün gelişmiş olup olmamasının göstergeleridir. Tatil kültürü gelişmemiş otel misafirlerinde, ödenen paranın karşılığını (fazlasıyla) alma, doyumsuzluk/kanaatsizlik, ödenen para karşılığında her şeyi yapma/kullanma, tüketemeyeceği şeyleri bile sınırsızca isteme/alma hakkını elde ettiği düşüncesi, açık büfe sistemine alışkın olmama, açık büfedeki yiyeceklerin biteceği endişesi nedenleriyle israfın çok fazla ortaya çıktığı görülmektedir. Çalışanlar tarafından, misafirlerin otele girişinden sonraki ilk iki-üç günün otele ve sisteme alışma evresi olduğu ve özellikle bu ilk günlerde çok fazla israf davranışlarıyla karşılaşıldığı ifade edilmektedir. Özdoğan ve diğerlerinin (2013) çalışmasında da, benzer şekilde otel misafirlerinin konaklamanın ilk gününde aşırı yiyecek almaya bağlı olarak çok fazla gıda israfı gerçekleştirdiği açıklanmaktadır. Konaklama süresi kısa olan misafirlerde israfa daha çok rastlanmasının da nedenlerinden birinin bahsedilen alışma evresi içerisinde konaklama süresinin sona ermesi olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca, kısa konaklamalarda ortaya çıkan zaman baskısının da misafirlerin daha fazla tüketmeye yönelmelerinde etkili olabileceği değerlendirilmektedir. Çalışanlar tarafından, ekonomik şartlarını zorlayarak tatile çıkan misafirlerin, ödenen paranın karşılığını alma çabasıyla daha fazla tüketmeye yöneldikleri belirtilmiştir. Çalışanların bazı ifadelerinden, gelir düzeyinin tatile çıkma sıklığı ve tatil deneyimlerinin çeşitliliğine paralel olarak tatil kültürünün gelişmişliği üzerinde etkili olabilecek nedenlerden biri olduğu anlaşılmaktadır. Ancak, israf davranışının tatil kültürü dışında birçok farklı belirleyicileri bulunduğundan, bu bulgu gelir düzeyi yüksek olan misafirlerin israf davranışlarının daha az olduğu anlamına gelmemektedir.

Tekin ve İlyasov (2017) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, otel misafirlerinin gıda israfına yönelik tutumlarının beş yıldızlı otelde tatil sıklığına ve daha önce açık büfe hizmet almış olma(ma) durumuna göre anlamlı farklılık göstermediği bulgulanmıştır. Bu çalışma da ise, tatil kültürünün gelişmemiş olmasının israf davranışları üzerinde belirleyici olduğu yönünde bulgulara ulaşılmıştır. İki çalışmanın bulgularındaki bu çelişkiden hareketle, tatile çıkma sıklığı ve daha önce açık büfe hizmeti almış olma(ma) durumunun yanısıra; misafirlerin “tatildeki konaklama süreleri”, “daha önce turistik amaçlı ziyaret ettikleri destinasyonların çeşitliliği”, “açık büfe hizmet sunan tesislerden daha önce kaç kez yararlandığı” gibi farklı parametreler dikkate alınarak tatil kültürünün israf davranışları üzerindeki etkilerinin sınanmasının gerekli olduğunu göstermektedir.

Otel misafirlerinin yaşadıkları toplumdaki kültür ve yaşam koşulları da israf davranışları üzerinde etkili olan faktörlerden biri olarak ortaya çıkmaktadır. Misafirlerin yaşadıkları ülkedeki çevresel ve toplumsal konulardaki bilinç/eğitim düzeyi, kültür (toplumsal yapı, tarih, gelenekler, görenekler, adetler, değerler, yeme içme alışkanlıkları vb.), yetiştirilme tarzı, fiziksel ve toplumsal çevreye karşı düşük duyarlılık, sosyo-ekonomik yaşam koşulları ve refah düzeyi gibi unsurlar misafirlerin otellerdeki tüketim davranışlarını şekillendirerek israf üzerinde etkili

olmaktadır. Farklı coğrafi bölgelerden ve milliyetlerden otel misafirlerinin tüketim şekillerine yönelik yapılan karşılaştırmalarda, kültür ve yaşam koşullarının israf davranışları üzerindeki etkisi bariz şekilde göze çarpmaktadır. Örneğin, çalışanlar tarafından Alman misafirlerin 2. Dünya Savaşı sonrasında yaşamış oldukları yokluktan kaynaklı olarak elindeki kaynakların kıymetini bildikleri ve o nedenle israftan kaçınmayı bir alışkanlık haline getirdikleri belirtilmiştir. Özellikle Osmanlı İmparatorluğu'nun son zamanlarında ve Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk yıllarında yoklukla mücadele etmiş olan Türk toplumu dahil bir çok toplum tarihsel süreç içerisinde zor zamanlar geçirmiştir. Ancak, Türkler Alman toplumunda olduğu gibi bir tüketim alışkanlığı geliştirememiştir. Bu durumun, Türkler'in bahsedilen dönemde yaşanan zorlukları unutmuş olmaları ya da Türk toplumunda yokluk dönemlerini yaşayan kesimin kendi çocuklarını daha rahat büyütmeye ("bizim olmadı çocuklarımızın olsun", "biz rahat yaşayamadık onlar yaşasın") çabalarından kaynaklı olabileceği düşünülmektedir. Öte yandan, Almanların söz konusu tüketim alışkanlıklarının muhtemel bir nedeni; II. Dünya Savaşı'nın görece yakın bir tarihte yaşanmış olması ve o savaşı yaşamış Almanların bir kısmının hala yaşıyor olması olabilir.

Kültür ve yaşam koşullarının israf davranışı üzerindeki etkileriyle ilgili olarak, çalışanlar tarafından verilen örneklerden bir diğeri BDT ülkelerinden gelen misafirlerin, ülkelerinde meyve çeşitlerinin (karpuz, kiraz vb.) çok fazla bulunmaması ya da çok pahalı olması nedeniyle, açık büfede özellikle meyveleri çok fazla alma/tüketme çabasında olduklarıdır. Ayrıca, Rus misafirlerin oteldeki aşırı alkol tüketiminden bahsedilerken, çalışanlar tarafından genellikle Rusların günlük hayatlarında da alkolü fazla tükettikleri, bunun yeme-içme alışkanlıklarının bir parçası olduğu ifade edilmiştir. Türklerde ise, büyük ölçüde "göçebe kültürünün" etkisiyle şekillenen yeme-içme alışkanlıklarının özellikle Osmanlı'da 19. yüzyıldan sonra Avrupa ile etkileşimin artmasıyla büyük ölçüde değişim gösterdiği bilinmektedir (Güler, 2010:26). Osmanlı döneminde ilk etapta, sini adı verilen yuvarlak tablalarda ortaya konulan ortak kaplardan ve malzeme olarak yalnızca kaşık kullanılarak yemek yenirken (ekmek elle koparılıp, et ve tavuk elle yenilirken), batılı toplumlarla etkileşimin artması sonrasında masa, sandalye, herkes için ayrı tabak ve bunun yanısıra çatal, bıçak gibi malzemeler de kullanılmaya başlanmıştır (Güler, 2010:26-28). Yemeğin çabuk yenerek, bir an evvel sofradan kalkılması da Türklerin geleneksel davranışlarından biri olarak ön plana çıkmaktadır (Güler, 2010:28). Türk otel misafirlerinin otel içerisinde gıda israfına yol açan bazı davranışlarının (tatlıdan çorbaya her şeyi masaya dizmek, büfedeki bazı yiyeceklere –özellikle meyvelere- dokunmak/elle almak, masa etrafını çok fazla kirletmek vb.) geri planında da bahsedilen bu kültürel yeme içme alışkanlıklarının etkisinin olabileceği değerlendirilmektedir. Ayrıca, Türk misafirlerde ve Arap ülkelerinden gelen misafirlerde ortak olarak gözlenen kadınların masayı kurması ve masayı donatması gibi

davranışların geri planında, söz konusu misafir gruplarında kadının aile içi sorumluluklarının ve iş yapma alışkanlıklarının tatilde de devam ettirilmesinin etkisinin olabileceği düşünülmektedir.

Otellerdeki bazı uygulamalar da misafirlerin israfa yönelmelerini tetiklemektedir. Her şey dahil sistemi ve bu sistemde yaygın olarak tercih edilen açık büfe uygulaması bu uygulamaların başında gelmektedir. Her şey dahil sistemde otel misafirleri tatil öncesinde otellerin konseptine dahil tüm hizmetlerin ücretini peşinen ödemekte, tatil süresince konsept dahil olan hizmetler için ekstra ödeme yapmayarak konsept dahilinde sınırsızca tüketme/kullanma hakkı elde etmiş olmaktadır. Bu durum bazı otel misafirlerinin zihninde, otel içi tüketimleri sırasında her şey “bedava” algısını oluşturarak, otelde sunulan tüm imkanlardan olabildiğince yararlanma ve maksimum düzeyde tüketme konusunda sınırsız bir “iştah” meydana getirmektedir. Açık büfe sistemi ve otellerde sunulan ürün ve imkanların bolluğu bu iştahı daha da artırmaktadır. Tekin ve Ilyasov (2017) tarafından yapılan çalışmada da, katılımcı Türk misafirlerinin %66’sı otelde sunulan açık büfe hizmetin gıda israfına yol açtığını belirtmektedir.

Günümüzde, araştırmanın gerçekleştirildiği Antalya’daki otel sayısının ve otellerin içerisinde bulunduğu ağır rekabet koşullarının etkisiyle oteller tercih edilirliliğini artırmanın bir yolu olarak gördükleri sunulan ürün çeşitliliği konusunda adeta sonu olmayan bir yarış içerisine girmiş bulunmaktadır. Kalite algısını ve misafir memnuniyetini artırmak ya da rekabetçi üstünlük sağlamak adına; yiyecek içecek ve hizmet çeşitliliğinin yeterinden fazla artırılması, hizmette sınır tanınmaması, misafirlerin uygunsuz talep ve davranışlarına aşırı müsamaha gösterilmesi ve lüks konsept adı altında kısıtlayıcı uygulamalardan kaçınılması israfın artmasında önemli ölçüde etkili olmaktadır. Ayrıca, otel memnuniyet puanlamalarının düşmesine ve şikayet almaya yönelik kaygıların, otel yönetimlerini misafirler için oluşturulan özgür tüketim alanını genişletici uygulamalara yöneltebildiği ortaya çıkmaktadır. Otel yönetimleri üzerindeki bu baskıların da, otel misafirlerini her geçen gün daha rahat ve daha talepkar olmaya sevk ettiği anlaşılmaktadır. Bu yapılanmayla, katılımcılardan birinin de (Ç56) ifade ettiği gibi; oteller israfın anahtarını misafirlere kendi elleriyle sunmuş olmaktadır.

Otel misafirlerinin tüketimleri sırasında ortaya çıkan israfın önemli nedenlerinden biri de misafire sunulan ürünlerin kalitesiz/kusurlu olmasıdır. Misafir tarafından alınıp beğenmeme nedeniyle tüketilmeden bırakılan ürünler tekrar kullanılamayacak hale gelirken, misafirin başka bir ürün almasıyla da israfın boyutu artmaktadır. Bazı hizmet hataları da misafirin israfa yönelmesinde etkili olabilmektedir. Örneğin, garsonların masalara sipariş için çok seyrek uğraması misafirin bir sonraki sipariş için bekleme süresini azaltmak gayesiyle tek seferde birden çok (fazladan) sipariş vermesine yol açabilmektedir. Bunun yanı sıra, servis yapılan bardak, tabak gibi malzemelerin kirli, lekeli olması, menüdeki yiyeceklerin içeriğiyle ilgili misafire gerekli bilginin sunulmamış olması, büfede sunulan yiyeceklerin lezzet ve içerik olarak

hitap edilen misafir kitlesine uygun olmaması da israfı artırabilmektedir. Tesisin fiziksel altyapısı (iklimlendirme sisteminin iyi olmaması, ısı yalıtımı yapılmamış olması vb.) ve restoran içerisinde büfelerin konumundan ve yapısından kaynaklı sorunlar da misafirlerin israfa yönelmesinde etkili olabilmektedir. Örneğin, iklimlendirme sistemleri ya da izolasyonu yetersiz olan bir otelde, odanın ısınması ya da soğuması hızlı bir şekilde gerçekleşmediğinden, otel misafirleri odaya döndüğünde serin/sıcak bir odaya girebilme amacıyla klimaları odada bulunmadığı zamanlarda açık bırakabilmektedir. Çok sıcak bir restoranda bir an evvel bulunduğu yeri terk edebilmek için misafirler aldığı gıdaların bir kısmını tüketmeden bırakıp restorandan çıkabilmektedir. Bu bağlamda, israf misafir tarafından gerçekleştirilmiş olsa da, israfın kaynağı misafire kalitesiz ürün sunan ve kaliteli hizmet için gerekli teknik altyapı konusunda yetersiz olan işletmeler ya da hizmet hatalarında bulunan çalışanlardır. Uygulamalardan kaynaklı bazı unsurların misafirlerin israf davranışını artırdığı daha önce yapılan araştırmalarda da tespit edilmiştir (Aydoğdu ve Koçoğlu, 2017; Tekin ve Ilyasov, 2017). Tekin ve Ilyasov (2017) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, kişisel nedenlerin dışında, ; gıdayla ilgili kusurların, hijyen problemlerinin, hizmet ortamındaki (iklimlendirme vb.) eksikliklerin ve personelin hatalı davranışlarının misafirlerin gıda israfına yönelik tutumlarının önemli belirleyicileri olduğu ortaya çıkarılmıştır (Tekin ve Ilyasov, 2017:24). Aydoğdu ve Koçoğlu (2017) tarafından yapılan çalışmada da, hedef misafir kitlesine uygun olmayan yiyeceklerin büfede çıkarılması gibi yanlış uygulamaların önemli derecede israfa yol açtığı bulgulanmıştır. Qoura ve Ali'nin (2018) çalışmasında da; menü çeşitliliğinin gereğinden fazla olmasının, yiyeceklerin lezzetsiz olmasının, kötü hizmetin/sunumun ve açık büfenin uygunsuz özelliklerinin misafirlerin gıda israfı davranışlarını artırdığı bulgulanmıştır. Okumuş (2019) tarafından ise, planlama eksikliğinin (menü planlamasındaki eksiklikler/hatalar, menü çeşitliliğinin çok fazla olması, otel misafirlerinin istek ve ihtiyaçlarının tahminlenememesi vb.), restoran/hizmet türünün açık büfe olmasının ve porsiyon büyüklüğünün fazla olmasının gıda israfını artırdığı ortaya konulmuştur.

İsraf doğrudan otel misafirlerinin kendisinden kaynaklı olarak da ortaya çıkabilmektedir. Konfor arayışı, merak, özellikle açken misafirin tüketebileceği miktarı yanlış tahminlenmesi, porsiyonlamayı doğru yapamaması, görgü, kişisel alışkanlıklar, intikam arzusu, gösteriş merakı, ahlaki değerlerindeki eksiklikler, mülkiyeti başkasına ait bir malı kullanıyor olması, üşengeçlik, yenilik arayışı, ben merkezcilik (egoism), ülkeye zarar verme isteği, ev sahibi topluma yönelik düşmanlık beslemek, lüks arzusu, psikolojik rahatsızlıklar, titizlik, bencillik (selfism), dikkatsizlik, gidilen otel (sunulan ürünler, konsept vb.) hakkında bilgi sahibi olmama, misafirin destinasyona ilk kez gelmiş olması, ülke mutfak kültürünü tanımaması israfa yol açabilen kişisel nedenler olarak ortaya çıkmaktadır. Birçoğu kişilik özellikleriyle bağlantılı olan bu tür kişisel (içsel) unsurların, israfın diğer (dışsal) nedenlerine göre yönetilmesinin çok daha

zor olduğu değerlendirilmektedir. Qoura ve Ali (2018) tarafından gerçekleştirilen araştırmada da, kişisel unsurlarla ilgili olarak görgü eksikliği, kişisel inançlar ve yemek artığı bırakmaya yönelik tutumların misafirlerin gıda israfı davranışlarını artırdığı bulgulanmıştır. Gül ve diğerleri (2003) tarafından yapılan çalışma da, kişisel alışkanlıkların israf davranışı üzerinde etkili olabildiği bulgusunu desteklemektedir.

Otel misafirlerinin israf davranışına yol açan faktörlerden biri de tatil psikolojisidir. Otel misafirleri, tatilde gündelik hayattaki sorumluluklarından kurtulmuş olmanın ve tatilde olmanın verdiği rahatlıkla daha dikkatsiz ve umursamaz şekilde hedonizm odaklı tüketim davranışlarında bulunabilmektedirler. Örneğin, günlük hayatında nadiren alkol tüketen biri, otele gittiğinde tatilde olmanın verdiği rahatlıkla sağlığını tehdit edecek boyutta alkol tüketimi gerçekleştirebilmektedir. Dahası, sarhoşluk durumu mala/malzemeye zarar verme, sarhoşken daha fazla gıda israfı gerçekleştirme, hijyen ve temizlikle ilgili israflara, zaman ve emek israfına yol açma gibi farklı zararlara da yol açabilmektedir. Dann (1977) tarafından da, turistlerin tatilde modanın sınırlarını aşan gösterişli kıyafetler giydiğini, sarhoş olduğunu, normalde uygunsuz bulduğu hikayeleri anlatabildiğini, cinsel açıdan daha müsamahakar olduğunu, kısacası günlük hayatta (ev ortamında) uygun görmediği pek çok davranışı tatilde gerçekleştirebildiği belirtilmektedir. Bireylerin, işten ve günlük sorumluluklardan uzak eğlenme-dinlenme ortamlarında (leisure settings) ortaya çıkan bu tür geçici davranışlar literatürde liminoid (rutin dışı) davranışlar olarak adlandırılmaktadır (Taheri, Gori, O’Gorman, Hogg ve Farrington, 2016:19-20). Otel misafirlerinin birlikte tatile çıktıkları grubun dinamikleri de bazen bu tür davranışları tetikleyebilmektedir. Diğer otel misafirlerinin etkisiyle tatilde adeta yeniden şekillenen normatif inançlarla (çoğunluğun tatilde benzer şekilde israf ediyor olması ve israf davranışını kimsenin yadırgamayacağı) ya da tatilde herhangi bir normatif baskı hissetmemenin (örneğin, tatilde kendisini kimsenin tanımıyor olmasının) etkisiyle de, otel misafirleri tüketimlerinde daha rahat, daha özensiz davranabilmektedir. Juvan ve diğerlerinin (2018) çalışmasında, buna benzer bir durumun otelin kahvaltı salonunun kalabalık olduğu durumlarda ortaya çıktığı görülmektedir. Çalışma bulgularına göre, kahvaltı salonu kalabalıklaştığında misafirlerin algılanan anonimlik düzeyi artarak, sosyal normların bireylerin üzerindeki etkileri azalmakta ve misafirler daha fazla gıda israfı gerçekleştirmektedir (Juvan, vd., 2018:239).

Çalışmada, katılımcı otel misafirlerine kendilerinin otel içerisinde gerçekleştirdikleri tüketimler sırasında israf yapıp yapmadıkları sorulduğunda, 13’ü (%38,24’ü) tarafından “mümkün mertebe israftan kaçındığı”, 11’i (%32,35’i) tarafından “israf yaptığı” ve 10’u (%29,41’i) tarafından ise “bazen israf yaptığı” ifade edilmiştir. Otel içerisinde israf davranışlarında bulunanlar, diğer otel misafirlerinin israf davranışlarıyla ilgili detaylı açıklamalarda bulunurken, kendi gerçekleştirdikleri israf davranışlarıyla ilgili oldukça sınırlı

(ağırlıklı olarak gıda israfıyla ilgili önceki bulgulara benzer) açıklamalar yapmışlardır. Bu durumun, sosyal kabul edirlilik (social desirability) kaygısından kaynaklanmış olabileceği değerlendirilmektedir (Rubin ve Babbie, 2008:176; Yıldırım ve Şimşek, 2013:154). Bu çalışmada, otel misafirlerine kendi israf davranışları sorulduğunda sosyal kabul edirlilik kaygısı gibi nedenlerle tatmin edici yanıtlar alınamayacağı ihtimali göz önünde bulundurularak, görüşme sürecinde otel misafirlerinin ilk olarak diğer otel misafirlerinin israf davranışlarına yönelik gözlemleri sorulmuştur. O nedenle, otel misafirlerinin kendi israf davranışlarına yönelik öz değerlendirmeleri konusunda elde edilen bulguların sınırlı olması araştırma sorularına yanıt alınabilmesi bakımından sorun oluşturmamıştır. Üstelik, otel misafirlerinin israf davranışlarına yönelik özdeğerlendirmeleri, otel misafirlerinin israf yapma ve israftan kaçınma nedenlerinin anlaşılabilmesi bakımından oldukça faydalı ilave bulgular ortaya koymuştur. Otel içerisinde israf davranışlarında bulunduğunu belirten misafirlerin israf yapma nedenlerine ilişkin bulgular, israfın nedenlerine ilişkin daha önceki bulgulara ek olarak; otelde sunulan ürünlerin görüntüsünün güzel fakat lezzetinin kötü olmasının, paketli bardak su yerine daha büyük şişe suların sunulmasının, büfede aynı yiyecek çeşidinin farklı çeşitlermiş gibi sunulmasının (örneğin, aynı peynirin farklı şekillerde dilimlenerek sunulmasının, yiyecek büfesinde hep aynı tür ürünlerin sunulmasının (sürekli tavuk, hindi gibi) ve kendini (nefsini) kontrol edememenin de israfa yol açtığını ortaya çıkarmıştır. Bu bulgular, misafirlerin israf yapmaları konusunda kendilerinden çok işletmeyle ilgili nedenler ileri sürdüklerini göstermektedir. Bu söylemlerde gerçeklik payı olmasına karşın, çocuk kapıya çarptığında “neden çocuğuma çarptın yaramaz kapı” şeklinde bir söylemle, hareket halindeki çocuğu değilde sabit duran kapıyı hatalı bulan kültürün de etkisi olabilir. Bu durum aynı zamanda, pek çok kültürde güçlü bir etkiye sahip olduğu bilinen kendini kayıran (kendine hizmet eden) yükleme yanlışlığıyla da açıklanabilir (Hogg ve Vaughan, 2014:112). Bu yükleme hatasında, kişi başarıyı kendine mal ederken, başarısızlıklar için suçu dış etmenlere yüklemektedir (Ay ve Karaman, 2014:119).

Otel misafirlerinin özdeğerlendirmelerinden hareketle, misafirlerin israftan kaçınmasının temel nedenlerinin sosyal sorumluluk bilinci, kültür, yaşam koşulları ve kişisel nedenlerle ilgili olduğu ortaya çıkmıştır. Sosyal sorumluluk bilinciyle hareket eden otel misafirleri, davranışlarının toplum ve çevre üzerindeki muhtemel etkilerini dikkate alarak, tüketimlerinde daha sorumlu davranmakta ve israf davranışlarından kaçınmaktadır. Bu bilince sahip otel misafirlerinin tutumları; kaynakları ziyan etmek istememek, israf edilen gıdalara ulaşamayan (aç) insanların var olduğunu düşünerek çöpe giden gıdalara üzülme, israfın milli servete, topluma zarar olduğunu düşünmek, emeğe saygı duymak, çalışanlara ilave iş yükü oluşturmak istememek, işletme sahibine zarar vermek istememek, israf sonucu kaynakların tükeneceğini düşünmek, doğaya zarar vermek istememek, israfı kimliğine (Türk, anne vb.) yakışan bir davranış olarak görmemek yönündedir. Otel misafirlerinin israftan kaçınma

nedenlerine ilişkin bir diğer kategori kültür ve yaşam koşullarıdır. Bu kategori içerisinde en sık tekrarlanan kodlar; dini sebepler, nimete saygı ve yetiştirilme tarzı şeklindedir. Otel misafirlerinin israftan kaçınma nedenlerine ilişkin bir diğer kategori kişisel nedenlerdir. Bu kategori içerisinde, sağlık nedenleri, kilo almak istememe, kişisel alışkanlıklar ve öz farkındalıkla ilgili ifadeler yer almaktadır. İsraftan kaçınılmasına yönelik kültür ve yaşam koşullarıyla ilgili nedenlerin başında dini sebepler gelmektedir. Otel misafirleri, kul hakkı yemek istememek, israfın günah/haram olması gibi nedenlerle israftan kaçınabilmektedir. Ayrıca, nimete saygı kültürü, yetiştirilme tarzı (ailedeki öğretiler), kültürel alışkanlıklar ve sosyo-ekonomik yaşam koşulları da israftan kaçınma davranışının belirleyicilerindendir. Sağlıklı beslenme isteği, çeşitli sağlık sorunları, kişisel alışkanlıklar, kilo almak istememek, kişisel zevk ve isteklere yönelik öz farkındalık gibi kişisel unsurlar da israftan kaçınma davranışının nedenlerindendir. Literatürdeki diğer çalışmaların bulguları da, dini sebeplerin (Terzi ve Altunışık, 2016; Gül vd., 2013), alışkanlıkların (Gül vd., 2013), sosyal sorumluluk bilincinin (canlıküreye yönelik kaygılar, çevresel duyarlılık, çevre için fedakarlık yapma isteği, çevre yanlısı eylemin ahlaki bir zorunluluk olduğu hissi, çevre dostu davranışlar sergilemeye yönelik sorumluluk hissi, öznel normlar) (Han ve Hyun, 2018b; Han, vd., 2018) bireylerin israf davranışlarından kaçınmaları ya da tasarrufa yönelmeleri üzerinde etkili olduğu bulgusunu desteklemektedir.

1990'lı yıllardan sonra, insan davranışı çalışmalarına temel oluşturan Planlı Davranış Teorisi (Cvelbar vd., 2017), otel misafirlerinin israf davranışlarının nedenlerine ilişkin büyük resmin netleşmesine katkıda bulunmaktadır. İsrafın nedenlerine ilişkin bulgular Planlı Davranış Teorisi ile birlikte ele alınıp değerlendirildiğinde, israf davranışının ortaya çıkma sürecine ilişkin faktörler daha anlaşılır hale gelmektedir. Bireylerin rasyonel davrandığı varsayımına dayanarak, kişilerin mevcut bilgiyi ve davranışlarının olası sonuçlarını değerlendirdiğini öneren Planlı Davranış Teorisi; tutumlar, normlar ve algılanan davranışsal kontrolün, davranışsal niyetleri belirlediğini ve buna bağlı olarak davranışları oluşturduğunu ortaya koymaktadır (Ajzen, 2005:117; Cvelbar vd., 2017:923). Bu çalışmada, otel misafirleri israf davranışını “gereksiz, fuzuli, ihtiyaç dışı” tüketim davranışları olarak görmesine rağmen, otel misafirlerinin bir kısmı otelde israf davranışı sergilemekte, bir kısmı ise israftan kaçınmaktadır. Bu davranışsal farklılıklar, teoride bahsedilen davranışsal inançlar yoluyla açıklanabilmektedir. Teoriye göre, birey olumsuz çıktılarının olacağını düşündüğü davranışlara göre olumsuz tutum, olumlu çıktılarının olacağını düşündüğü davranışlara göre de olumlu tutum geliştirmektedir. Bulgulardan hareketle, her şey dahil otellerdeki misafirlerin israf davranışlarından kaynaklı olarak otel içerisinde çoğunlukla kendilerine doğrudan olumsuz bir çıktı yansımamaktadır. Örneğin, tabağında yemek bırakan ya da odadaki ışıkları odada bulunmadığı zamanlarda açık bırakan bir misafire otel tarafından israfın bedeli yansıtılmamaktadır. Dolayısıyla, misafir israf

davranışının kendisine doğrudan olumsuz bir geri dönüşü olmayacağını düşünerek bu davranışa rahatlıkla yönelebilmektedir. Ancak; örneğin oteldeki demirbaşlara zarar verme gibi durumlarda zararın faturaya yansıtılması söz konusu olabilmektedir. Çoğunlukla otel misafirleri otel tarafından bu tür bir işlemin yapılacağını tahmin ettiklerinden, otel malına zarar verme şeklindeki israflarla nispeten daha seyrek karşılaşmaktadır. Bu bağlamda, otel uygulamalarının misafirlerin davranışsal inançlarını şekillendirmek suretiyle israf davranışında bulunma ya da israf davranışından kaçınma üzerinde etkili olabildiği söylenebilir. Bazı misafirler ise, doğrudan kendilerine yönelik olumsuz bir çıktısının olmayacağını bilseler bile, israfın bir takım çevresel ve toplumsal sorunlara yönelik çıktılarının olacağına inandıklarından israf davranışına yönelik olumsuz tutum geliştirebilmekte ve israf davranışından kaçınabilmektedirler.

Planlı Davranış Teori'sinde; öznel normlar normatif inançlar tarafından şekillenmektedir (Ajzen, 1991:189). Bireyin, "diğer kişilerin belirli bir davranışın uygun olup olmadığına yönelik görüşlerine" ilişkin inancı, bireyde normatif baskılar oluşturmaktadır (Fishbein ve Ajzen, 1975:16). Dolayısıyla, birey kendisi için referans oluşturan diğer kişiler tarafından uygun görülen davranışları gerçekleştirmeye daha yatkın olmaktadır (Akıncı ve Kıymalıoğlu, 2014: 399). İsrafın sıklıkla gözlemlendiği misafir gruplarının (örneğin, Türk misafirlerlerin), israfın az gözlemlendiği grupların (örneğin, Alman misafirlerin) örnek davranışları ya da tepkileri (bakışları, uyarıları vb.) karşısında olumlu davranış değişikliğine gitmesinin normatif inançlarla şekillenen öznel normlarla açıklanabileceği değerlendirilmektedir. İsrafın yoğun olarak gözlemlendiği (nispeten homojen) bir misafir grubunun olduğu koşulda ise, davranış normal olarak algılanmakta (herkes israf yapıyor düşüncesi) ve davranışı gerçekleştirmemeye yönelik herhangi bir normatif baskının algılanmadığı bu durumda misafirler israf yapmaya daha yatkın olabilmektedir. Bu bağlamda, tatil psikolojisi teması altında ele alınan grup etkisi ya da uyma davranışının gerçekleştiği söylenebilir.

Planlı Davranış Teorisi'ne göre, birey ne kadar fazla kaynak ve imkana sahip olduğunu düşünürse, davranışı gerçekleştirmeye yönelik daha az engel algılamakta ve algıladığı davranışsal kontrol düzeyi o kadar fazla olmaktadır (Akıncı ve Kıymalıoğlu, 2014:399). Algılanan davranışsal kontrol ne kadar yüksek olursa, davranışı gerçekleştirmeye yönelik yatkınlık da o denli fazla olmaktadır. Her şey dahil sistemde tatil öncesinde otellerin konseptine dahil tüm hizmetlerin ücretini peşinen ödeyen otel misafirlerinin, konseptte dahil hizmetler için ekstra ödeme yapmamakta ve konsept dahilinde sınırsızca tüketme hakkı/imkanı bulunmaktadır. Ayrıca, otellerdeki misafir memnuniyetinin sağlanması, şikayet almak istememe gibi nedenlerle herhangi bir kısıtlayıcı uygulamanın yapılamadığı tüketim ortamında, teoride bahsedilen algılanan davranışsal kontrol oldukça yüksek olmaktadır. İsraf davranışını

gerçekleştirmeye yönelik yeterli imkana sahip olduğuna inanan ve kendisini israf davranışından alıkoyacak herhangi bir engel algılamayan (algılanan davranışsal kontrolün yüksek olduğu) otel misafirleri, rahatlıkla israfa yönelebilmektedir.

Çalışmada, katılımcı otel misafirlerinin tamamı tarafından insanların evlerindeki tüketim davranışlarıyla oteldeki tüketim davranışlarının farklı olduğu ifade edilmiştir. Bu farklılığın, günlük hayat koşullarıyla otel koşulları arasındaki farklılıklardan kaynaklandığı ortaya çıkmıştır. Örneğin, evde günlük yalnızca birkaç çeşit yemek hazırlanırken, otelde gıda çeşitliliğinin fazla olması, evde sınırlı kaynakla/bütçeyle, yarını (geleceği) düşünerek tüketimler gerçekleştirilirken, otelde peşinen ödenen para karşılığında her şeyi yapma, kullanma, tüketemeyeceği şeyleri bile sınırsızca isteme/alma hakkının elde edildiğinin düşünülmesi, ödenen paranın karşılığını fazlasıyla alabilmek için sunulan tüm imkanlardan olabildiğince yararlanma isteğinin ön plana çıkması ev ile oteldeki tüketim şekillerinin farklılaşmasına neden olabilmektedir. Ayrıca, otelde yiyeceklerin başkaları tarafından hazırlanmasının ve oda temizliğinin başkaları tarafından yapılmasının verdiği rahatlıkla tüketimin ve kullanımın da farklılaştığı, tüketicinin kendisi tarafından emek verilmeden, çaba sarf edilmeden önüne hazır gelen imkanlar karşısında daha düşüncesizce tükettiği/kullandığı ortaya çıkmıştır. Bu bulgulardan hareketle, misafirler ihtiyaç dışında tüketse/kullansa bile, otelde konseptte dahil olan mal ve hizmetler için ekstra bir parasal bedele katlanmıyor olmalarının, misafirlerin evlerindeki daha çok tüketim ve israf davranışı sergilemelerine yol açtığı anlaşılmaktadır. Bu bulgular, bir tüketim davranışı parasal ya da parasal olmayan bedeller (zaman, çaba gibi) gerektirmediğinde, elde edilen kaynağın daha değersiz algılandığı ve bu durumun bireylerin israf davranışları üzerinde pozitif etkiye sahip olabileceğini işaret etmektedir. Ayrıca, evdekinin aksine otelde, üretimin ve hizmetin sürekli devam etmesinin, otelde sunulan kaynakların sınırsız algılanmasına yol açarak israfı artırdığı ortaya çıkmaktadır. Bahsedilenin aksine, evdeki ürünler sınırlı algılanmakta olup, örneğin tükenen bir ürünün yenisini almak için ürünün satış noktasına giderek hem parasal hem de parasal olmayan ilave bedellere katlanmak gerekmektedir. Bu durumun da, ilave bedellere katlanmamak için evdeki ürünlerin daha idareli kullanılmasına yol açtığı değerlendirilmektedir. Bu bulgu, Planlı Davranış teorisindeki davranışsal inançların tutum ve davranış üzerindeki etkisiyle açıklanabilmektedir. Kişiler evdeki kaynakların tükenmesi ya da israf edilmesi durumunda ortaya çıkacak ilave bedellerin (davranışın olumsuz sonuçlarının) farkında olduğundan, evdeyken israf konusunda daha temkinli davranmaktadır.

Bireylerin evlerindeki ve oteldeki tüketim davranışları arasındaki farklılıklara ilişkin nedenler Friedman Matrisi dikkate alındığında daha net anlaşılabilir. Bireylerin evdeki tüketimleri, matriste bireyin kendi parasını kendi için harcadığı 1 numaralı alana denk düşmektedir. Matristeki 1 numaralı alanda, birey parayı olabildiğince tasarruflu kullanmakta

(ekonomik harcama yapmakta) ve harcadığı para karşılığında mümkün olan maksimum değeri elde etmeye çalışmaktadır (Friedman ve Friedman, 1980:116). Bu nedenle, israf en az bu alanda gerçekleşmektedir. Otelde ise, misafirler konseptte dahil tüm hizmetlerin ücretini peşinen ödemekte, tüketim sürecindeki tüm maliyetler otele ait olmaktadır. Bireyin otelde tükettiği ya da israf ettiği her birim ürün otelin giderlerinde ilave bir artışa neden olurken, misafir fazladan tükettiği ya da israf ettiği ürünün oluşturduğu ilave maliyetlere katlanmamaktadır. Bu bağlamda, harcanan para bireyin değil otelin giderlerini oluşturmaktadır. Dolayısıyla, bireyin oteldeki tüketimleri, bireyin başkasının parasını kendisi için harcadığı durumu ifade eden matristeki 3 numaralı alana denk düşmektedir. Matristeki 3 numaralı alanda, bireyi maliyeti düşürmeye teşvik eden güçlü bir güdü bulunmamakta, ancak bireyde önceden ödenen paranın karşılığını almak için güçlü şekilde güdülenme söz konusu olmaktadır (Friedman ve Friedman, 1980:117). Özendirici (incentive) turizm (teşvik seyahati) kapsamında, sponsor şirketlerin personeli motive etmek ve ödüllendirmek amacıyla, bazen çeşitli seminer ve toplantıları içeren tatil ödülü sunduğu misafir gruplarında (Gülcan, 1999), israfla çok fazla karşılaşılmasının muhtemel nedenlerinden birinin de tatil bedelinin başkası (şirket) tarafından ödenmesi olabileceği değerlendirilmektedir. Bu durumda da birey başkasının parasını kendisi için harcadığından, bireyi maliyeti düşürmeye teşvik eden güçlü bir güdü bulunmamakta, ancak parayı kendisi ödemiş olmasa da ödenen paranın karşılığını almak için güçlü şekilde güdülenme söz konusu olmaktadır (Friedman ve Friedman, 1980:117).

Friedman matrisi kimin parasının kimin için harcadığı üzerinden oluşturulmuştur. Bununla birlikte, matristeki “kimin parasının harcadığı” parametresinden hareketle bireylerin tüketim şekillerinin temelde belirli bir harcamada ortaya çıkan “parasal bedele kimin katlandığı” ile doğrudan bağlantılı olduğu değerlendirilmektedir. Ancak, matrise bakıldığında bedel boyutunu içermediği görülmektedir. Ayrıca, bireylerin satın alma ve tüketim süreçlerinde katlanılan bedeller yalnızca parasal (monetary) bedeller değil, aynı zamanda zaman, zihinsel ve fiziksel çaba gibi parasal olmayan (non-monetary) bedeller de olabilmektedir (Zeithaml, 1988:11). Friedman Matrisi’nde harcamanın kimin için yapılacağı konusu ise, katlanılan bedel karşılığında kimin fayda sağlayacağıyla (edinimin kimin olduğuyla) ilgilidir. Ancak, otellerde misafire fayda sağlanmasının zaten birincil amaç olduğu bir ortamda, nasıl bir tüketimin gerçekleştirileceği konusunda kaynağın kimin için harcadığından ziyade, tüketimin ya da kaynak kullanımının bedeline kimin katlanacağı hususu belirleyici olmaktadır. Araştırma bulgularının yanı sıra, Planlı Davranış Teorisi’ndeki davranışsal inançlar ve Friedman Matrisi’ne yönelik bahsedilen değerlendirmeler dikkate alındığında, Aktan (1999) tarafından israf açısından kamusal harcama ve özel harcama alanları arasındaki farklılıkları açıklamaya yönelik oluşturulan matristen de yararlanarak (Akt.; Aktan, 2011), Şekil 5.2.’deki matris oluşturulmuştur.

		Mülkiyet (kullanılan/yararlanılan kaynak) kime ait	
		Kendisine	Başkasına
Kaynak kullanımının (israfın) bedeline kim katlanıyor	Doğrudan kendisi	1 <i>(İsrafın en az görüldüğü alan)</i>	2 <i>(İsraf nispeten az)</i>
	Başkaları (Büyük oranda)	3 <i>(İsraf çok)</i>	4 <i>(İsrafın en çok görüldüğü alan)</i>

Şekil 5.2. Mülkiyete ve Bedele Dayalı İsraf Matrisi

Kaynak: (Friedman Matrisi’nden [Friedman ve Friedman, 1980] ve İsraf Açısından Kamusal Harcama Ve Özel Harcama Alanları Matrisi’nden [Aktan, 1999; Akt. Aktan, 2011] yararlanılarak ve araştırma bulgularına dayanarak yazar tarafından oluşturulmuştur.)

Mülkiyete ve Bedele Dayalı İsraf Matrisi, bireylerin “**evdeki**” (mülkiyeti kendisine ait olan ortamlardaki) ve “**oteldeki**” (mülkiyeti başkasına ait olan ortamlardaki) farklı tüketim davranışlarının geri planındaki belirleyiciler olduğu değerlendirilen mülkiyet durumu ve bedel algısı parametrelerini açıklamak amacıyla oluşturulmuştur. Mülkiyete ve Bedele Dayalı İsraf Matrisi’nde, bireylerin mülkiyeti kendisine ait bir ortamda ya da mülkiyeti başkasına ait bir ortamda, kaynak kullanımının (israfın) bedeline doğrudan kendisinin katlandığı durum ve kaynak kullanımının (israfın) bedeline (çoğunlukla ya da tamamen) başkasının katlandığı duruma dayalı olarak Şekil 5.2.’de sunulan dört farklı alternatif durum ortaya konulmaktadır. Mülkiyete ve Bedele Dayalı İsraf Matrisi’ndeki dört farklı mülkiyet/bedel durumu aşağıda açıklanmaktadır.

- **Matristeki 1 numaralı alan**, bireyin mülkiyeti kendisine ait bir ortamda (örneğin, evinde, arabasında) kaynak kullanımının bedeline doğrudan kendisinin katlandığı durumu ifade etmektedir. Bireyler, mülkiyeti kendisine ait olan bir evdeki elektrik, su, gıda vb. kaynakların kullanımının bedelinin yanısıra, eve verilen herhangi bir zararın (duvar boyasına, fayanslara vb.) bedeline de kendileri katlanmak durumundadır. Burada bahsedilen bedeller; elektrik faturasına yansıyan tutara, evin yeniden boyanmasının maliyetine ya da evde tükenen gıdaların yerine yenilerinin alınması için yapılan market alışverişi tutarına katlanması gibi durumlarla ilgili parasal bedeller olabilir. Bunun yanısıra birey; alışveriş, çöpe atılan yemeğin yerine yeni bir yemek yapılması, boya ve tadilat işlemlerinin organize edilmesi gibi faaliyetler için harcanan zaman, zihinsel ya da fiziksel çaba (emek) gibi parasal olmayan bedellere de kendisi katlanmaktadır. O nedenle, birey bu durumda kaynak kullanımı sırasında mümkün olduğunca israftan

kaçınır. Matrisin bu alanı, bir turistin evdeki kullanımlarında ya da tüketimlerinde neden otelde olduğundan daha dikkatli davrandığını açıklamaktadır.

- **Matristeki 2 numaralı alan**, bireyin mülkiyeti başkasına ait bir ortamda (örneğin, kiralık bir evde, arabada ya da otelde) kaynak kullanımının bedeline doğrudan kendisinin katlandığı durumu ifade etmektedir. Yaşanılan ev kiralanmış da olsa, birey elektrik, su, gıda vb. kaynakların kullanımının bedeline ve eve verilen herhangi bir zararın (duvarlara, kapılara, fayanslara vb.) bedeline genellikle kiracı olarak katlanmak durumundadır. Benzer bir durum otomobil kiralanması koşulunda da söz konusudur. Birey, yakıt ve araca verilen hasarlardan sorumlu olduğundan kullanımdan/israftan kaynaklı doğrudan bir bedele katlanmaktadır. Otel konaklaması gerçekleştiren bir bireyin otelin demirbaşlarına zarar vermesi durumunda da, zararın bedeli çoğunlukla kendisine yansıtılmaktadır. Bu durumda, birey 1. alandaki kadar olmasa da, kaynak kullanımında israftan olabildiğince kaçınır. Araştırmanın yapıldığı otellerden birinde gerçekleştirilen (Ç89 kodlu katılımcının açıkladığı üzere) havlu değişiminin ücretlendirilmesiyle (1 Euro olarak) ilgili uygulamayla, otel misafirlerinin havlu değişim taleplerinin neredeyse tamamıyla (%99 oranında) ortadan kalkmış olması bu durumun bir kanıtı olarak değerlendirilebilir.
- **Matristeki 3 numaralı alan**, bireyin mülkiyeti kendisine ait bir ortamda kendi kaynak kullanımının bedeline (çoğunlukla ya da tamamen) başkasının katlandığı durumu ifade etmektedir. Otomobilini çalıştığı şirkete kiraya veren ve kira bedelini alan bir çalışanın kullandığı aracın yakıt ve diğer tüm masrafların (bakım, tamir vb.) şirket tarafından karşılanması bu duruma örnek olabilir. Bu durumda, bireyi kullanımdan kaynaklı maliyeti düşürmeye teşvik eden güçlü bir güdülenme söz konusu olmaz. Bireyin, aracın çok yakıt tüketmesi, arızalanması vb. kaygılardan azade olarak kullanımını gerçekleştirmesi muhtemeldir. Mülkiyet kişiye ait olduğu için aracın değerinin düşmesi gibi kaygılarla birey israftan kısmen kaçınsa da, bu alanda israf ilk iki alana kıyasla daha fazla gerçekleşir. Benzer bir durumun otellerdeki devremülk sahipleri için de geçerli olduğu söylenebilir. Devre mülk sisteminde, otel bünyesindeki bir konaklama ünitesi (villa, oda vb.) üzerinde aynı hakka sahip olan devremülk sahipleri yılın belli dönemlerinde müşterek mülkiyet payına bağlı olarak bu konaklama ünitelerinden istifade hakkına sahip olmaktadır (Özkan Buzlu, 2019:103). Konaklama ünitesi içerisinde bulunmadığı zamanlarda aydınlatmaları, televizyonu ya da klimayı açık bırakan veya tabağında yemek bırakan devremülk sahiplerine otel tarafından israfın bedeli yansıtılmamaktadır. Bu durumda da, bireyi tüketimden/kullanımdan kaynaklı maliyeti düşürmeye teşvik eden güçlü bir güdülenme söz konusu olmaz. Devre mülk sahipleri, devre mülk sözleşmesine de bağlı olarak otel alanı içerisindeki tüm ortak

alanlar, kullandığı konaklama ünitesi ve demirbaşlar dahil olmak üzere kötü kullanım ya da ihmal sonucunda ortaya çıkabilecek her türlü zarardan sorumlu olacağından israftan kısmen kaçınsa da, bu alanda israf matristeki ilk iki alana kıyasla daha fazla gerçekleşir.

- **Matristeki 4 numaralı alan**, bireyin mülkiyeti başkasına ait bir ortamda kendi kaynak kullanımının bedeline (çoğunlukla ya da tamamen) başkasının katlandığı durumu ifade etmektedir. Bir şirket çalışanın kullandığı şirket otomobiliyle ilgili yakıt, bakım onarım gibi tüm masrafların şirket tarafından üstlenilmesi bu duruma örnek olabilir. Bu durumda, aracı kullanan şirket çalışanı kullanımdan/israftan kaynaklı herhangi bir bedele katlanmadığından rahatlıkla israfa yönelebilecektir. Birey, otomobile kasıtlı olarak bir zarar verme vb. bir durumda işten atılsa bile, kullanımdan kaynaklı bedele büyük oranda şirket (başkası) katlanmış olmaktadır. Her şey dahil bir otel ortamı düşünüldüğünde de, daha önce Planlı Davranış Teorisi bağlamındaki tartışmalarda bahsedildiği gibi tabağında yemek bırakan ya da odadaki ışıkları odada bulunmadığı zamanlarda açık bırakan bir misafire otel tarafından israfın bedeli yansıtılmamaktadır. Bu durumda, misafir kaynak kullanımından/israfından kaynaklı olarak kendisinin doğrudan katlandığı bir bedel olmadığını düşünerek bu davranışa rahatlıkla yönelebilmektedir. Dolayısıyla, tüm kategoriler içerisinde israf en çok bu alanda gerçekleşmektedir.

5.2. Uygulayıcılara Yönelik Sonuçlar

Araştırmanın gerçekleştirildiği otellerde, otel misafirleri tarafından gerçekleştirilen gıda israfını, enerji israfını, tekstil kullanımındaki israfı, su israfını, sarf malzemesi ve demirbaşlara yönelik israfı, zaman ve emek israfını önlemeye ve sürdürülebilir tüketimi desteklemeye yönelik çeşitli uygulamalar bulunmaktadır. Otel misafirlerinin israfa yönelmesini önlemeye yönelik mevcut uygulamaların yarısından fazlası gıda israfını önlemeye yöneliktir. Bu durumun, otellerde en fazla ortaya çıkan israf türünün gıda israfı olmasından kaynaklı olduğu değerlendirilmektedir. Ayrıca, her şey dahil otellerde yiyecek içecek maliyetlerinin işgücü maliyetinden sonra ikinci büyük maliyet kalemi olması da (Özdoğan vd. 2013), bu konudaki uygulamalara ağırlık verilmesinin nedenlerinden biri olabilir.

Otellerde gıda israfını önlemeye yönelik en yaygın uygulamalar; restoranda mümkün olduğunca anlık (aleminut) ve talebe göre pişirim yapılması, bazı yiyecek çeşitleri için şov büfelerinin kullanılması, restoran çıkışında odalara yiyecek içecek taşınmaması konusunda misafirlerin sözlü olarak uyarılması, odalara yiyecek içecek taşınmamasına ilişkin restoranda yazılı mesajlar kullanılması, menü planlamasının misafirlerin mutfak kültürlerine ve genel tercihlerine uygun yapılması ve restoranda (tatlılar, mezeler vb. için) minimal sunumluklar

kullanılarak, adetlik/tadımlık sunumlar yapılmasıdır. Restoranda küçük boy servis tabaklarının kullanılması, restorandaki küvetler çok fazla doldurulmadan, yiyeceklerin bittikçe takviye edilmesi, mutfaktaki üretim miktarının ve menü planlamasının (büfedeki yiyecek çeşitliliğinin) misafir sayısına göre yapılması, misafirlerin ara öğün alabilecekleri atıştırmalık istasyonlar (snack bar) yoluyla misafirlerin ana yemeklere çok aç bir vaziyette gelmelerinin önüne geçilmesi gıda israfını önlemeye yönelik diğer uygulamalardır. Ayrıca, gıda israfını önleyebilmek ya da azaltabilmek amacıyla, otel restoranlarında çeşitli yazılı ve görsel mesajlar kullanılmakta, çalışanlar tarafından misafirlere yönelik sözlü yönlendirmelerde bulunulmakta, misafirler hem çalışanlar tarafından hem de etiketler, dijital panolar vb. yardımıyla yiyecekler hakkında bilgilendirilmektedir. İlaveten, misafirlerin seçim yapmasını zorlaştıracak büyüklükteki yiyecek çeşitliliğinin sınırlandırılarak daha az, daha taze, daha lezzetli, daha kaliteli ürünlerin büfelerde sunulması gibi uygulamalar yoluyla gıda israfının azaltılabildiği çalışanlar tarafından dile getirilmiştir. İçeceklerin buz kovaları içerisinde servis edilmesi, misafirlere sunulmak üzere küçük boy su şişelerinin tercih edilmesi, küçük boy bardakların kullanılması da içecek israfını azaltmaya yönelik mevcut uygulamalardır.

Literatürde konuyla ilgili yapılan çalışmalarda, otellerde gıda israfını önlemeye yönelik uygulamalar olarak; açık büfe alanında rica içerikli yazılı mesajların konumlandırılması (Aydoğdu ve Koçoğlu, 2017) kaliteli malzeme tedarik edilmesi, açık büfeden sorumlu personel görevlendirilerek büfe takviyelerinin azar azar yapılmasının sağlanması, anlık pişirimlere ağırlık verilmesi, açık büfede sunulan yiyeceklerin porsiyonlanması, otel misafirlerinin yazılı mesajlar ve görseller yoluyla bilgilendirilmesi (Kılınç Şahin ve Bekar, 2018) şeklinde uygulamaların olduğundan bahsedilmektedir. Ayrıca, Özdoğan ve diğerleri (2013) tarafından Kuşadası'ndaki her şey dahil otellerdeki gıda maliyetleri ve sürdürülebilirlik uygulamalarıyla ilgili gerçekleştirilen çalışmada, otel misafirleri tarafından gerçekleştirilen israfın azaltılmasına yönelik olarak; hazırlanacak yemek miktarının ve menü planlamasının misafir sayısından ve milliyetlerinden hareketle yapılması, açık büfe akşam yemeğinden önce snack barlarda çeşitli atıştırmalık ürünlerin sunularak misafirlerin akşam yemeğine çok aç bir vaziyette gelmelerinin önlenmeye çalışılması, küçük boy bardakların ve fincanların kullanılması şeklinde uygulamaların olduğu açıklanmaktadır. Bahsedilen uygulamaların, bu çalışmanın bulgularıyla büyük oranda benzerlik gösterdiği görülmektedir.

Enerji israfını önlemeye yönelik olarak oda kartlarının (energy saver) kullanılması, otellerde oldukça yaygın olan uygulamalardan biridir. Oda kartları misafir odalarının hemen girişlerinde bulunan yuvaya yerleştirildiğinde, odadaki enerji sistemi aktif hale gelmekte, kart yuvasından çıkarıldığında ise minibar dışındaki tüm elektrik akımı devre dışı kalmaktadır. Ancak bazı otel misafirleri odada bulunmadığı durumlarda yedek oda kartını kart yuvasında bırakarak odadaki elektronik aletleri ve aydınlatmaları açık bırakarak enerji israfına sebep

olabilmektedir. Bunu önlemek için bazı otellerde, oda kartları kişi sayısına göre verilmektedir. Ancak, bu uygulama enerji israfını önlemek için kesin çözüm olmamaktadır. Çünkü, odada birden fazla kişinin kaldığı durumlarda, odadakilerden birinin kartı yuvada bırakılabilmektedir. Enerji israfının önlenmesinde oda kartı uygulamasına göre daha etkili olabilecek gelişmiş akıllı oda sistemlerinin (örneğin, hareket sensörleri) kullanımının ise yüksek maliyetli yatırımlar gerektirmesi nedeniyle çok yaygın kullanılmadığı anlaşılmaktadır. Enerji israfını önlemeye yönelik olarak, bazı otellerde balkon kapısı açıkken klimanın devre dışı kalmasını sağlayacak sistemler ve merkezi iklimlendirme sistemleri kullanılabilmektedir. Ayrıca, elektrik tasarruflu aydınlatmalar ve genel alanlarda sensörlü aydınlatmalar kullanılması, misafirleri enerji tasarrufuna yönlendirici yazılı mesajların kullanılması enerji israfını azaltmaya yönelik diğer uygulamalardır. Aydoğdu ve Koçoğlu (2017) tarafından gerçekleştirilen çalışmada da, israfi önlemeye yönelik uygulamalar olarak, oda kartı kullanıldığı, misafirlere su ve enerji kullanımının ihtiyaç düzeyinde olması gerektiğini açıklayıcı bilgiler sunulduğu ve otelin bazı alanlarında enerji tasarruflu sistemler (sensörlü aydınlatmalar vs.) kullanıldığı görülmektedir.

Tekstil kullanımındaki israfi önlemeye yönelik uygulamalardan en yaygın olanı odalarda havlu ve çarşafların tekrar kullanımına yönelik yazılı mesajlar kullanılmasıdır. Aydoğdu ve Koçoğlu (2017) tarafından gerçekleştirilen çalışmada da, otel odalarında havlu ve çarşafların tekrar kullanımına yönlendirici mesajların kullanımının önleyici uygulamalardan biri olduğu görülmektedir. Literatürde, misafir odalarına yerleştirilen betimleyici, normatif (Goldstein, vd., 2008; Schultz, vd., 2008; Bohner ve Schlüter, 2014; Reese, vd., 2014; Özkan Buzlu ve Unur, 2018) ya da ekonomik teşvik bildiren (Mair ve Bergin-Seers, 2010; Morgan ve Chompreeda, 2015) mesajların havlu tekrar kullanım davranışını artırdığı bulgulanmıştır. Ancak, bu çalışmalarda, farklı mesaj türlerinden hangisinin daha etkili olduğu konusunda birbiriyle çelişen bulgulara ulaşılmıştır. Bu durum, mesaj türlerinin farklı misafir gruplarını farklı şekillerde etkilediğini işaret etmektedir. O nedenle, otellerde kullanılan mesaj türlerinin farklı misafir profilleri üzerindeki etkilerinin araştırılarak, hangi misafir grubu üzerinde hangi tür mesajın daha etkili olduğunun ortaya çıkarılması, uygulayıcıların kullanacakları mesajların içeriğine yönelik kararları açısından yol gösterici olabilecektir. Otellerde bunun haricinde, odalara kişi sayısına göre tekstil malzemesi bırakılması, plaj havlusu dağıtım noktalarında personel bulundurulması, kişi sayısına göre plaj havlusu verilmesi, plaj havlusu değişimlerinin küçük bir meblağ karşılığında yapılması gibi uygulamalar da bulunmaktadır.

Bazı oteller, Yeşil Yıldız, Travelife gibi sürdürülebilirlikle ilgili sertifika sistemlerine sahiptir. Bu tür sürdürülebilir (yeşil) sertifika sistemlerinin prosedürlerinden hareketle, otel misafirleri sürdürülebilir uygulama süreçlerine dahil edilmektedir. Bu bağlamda, otel misafirlerinin sürdürülebilirlik uygulamalarıyla ilgili bilgilendirilmesi ve tasarrufa (sürdürülebilir tüketim) yönlendirilmesi sürecin bir parçasıdır. Otelin çeşitli noktalarında

(çevre panolarında, odalarda vb.) tasarruf ve doğanın korunmasına yönelik yönlendirici yazılı ve görsel (çevre dostu çıkartmalar vb.) mesajlar kullanılması, misafirleri atık yönetimi (özellikle atık ayrıştırıcıları) konusunda bilinçlendirmeye yönelik (panolar, çevre broşürleri, odalar vb. yerlerde) yazılı mesajların kullanılması ve misafirlerin interaktif tv bildirimleriyle tasarrufa yönlendirilmesi misafirleri sürdürülebilirlik uygulamalarına dahil etme çabalarının bazılarıdır. Özdemir ve Güçer (2018), tarafından gerçekleştirilen çalışmada, otellerde israfı önlemeye yönelik Yeşil Yıldız, Yeşil Anahtar, Yeşil Küre gibi sürdürülebilirlik sertifikalarının yanı sıra, çevresel sürdürülebilirlik politikalarının, karbon ayak izi hesaplamaları, iç denetim ve HACCP gibi örgütsel uygulamaların bulunduğu da açıklanmıştır.

Otellerde su israfını önlemeye yönelik ise; musluk ve duş başlıklarında suyun daha tasarruflu kullanılmasına yarayan perlatörlerin yerleştirilmesi, fotoselli muslukların ve yönlendirici yazılı mesajların kullanılması şeklinde uygulamalar bulunmaktadır. Sarf malzemesi ve demirbaşlara yönelik israfı önleyici uygulamalar ise; odalara kişi sayısına göre buklet bırakılması, misafirlerin konsept dışı malzeme taleplerinin ücret karşılığında karşılanacağını misafirlere bildirilmesi, otelde misafir tarafından zarar verilen mallara/malzemelere yönelik hasar bedelinin misafirin faturasına yansıtılması ve animasyon, aktivite alanlarında cam bardak yerine karton bardak kullanılması şeklindedir. Bazı otellerde, sabun ve şampuanlar için dispenser kullanılırken bazı otellerde ise küçük boyutlardaki ambalajlı (genellikle tek kullanımlık) sabun ve şampuanlar tercih edilmektedir. Otellerde zaman ve emek israfını önleyici uygulamalar olarak misafirlerin şezlongları rezerve etmelerini önlemeye yönelik sözlü uyarılar yapılabilmekte, rica içeren ve uyarı içeren yazılı mesajlar kullanılabilmektedir.

Otellerde israfı önlemeye yönelik diğer uygulamalar, israf konusunda aşırıya kaçan misafirlere personel tarafından sözlü uyarılarda veya yönlendirmelerde bulunulması, uygunsuz davranışları nedeniyle diğer misafirlere rahatsızlık veren misafirlerin otelden uzaklaştırılması (genelde acentasıyla görüşülerek), personellere eğitim seminerleri düzenlenmesi ve eğitimli personel çalıştırılması şeklindedir. Literatürdeki konuyla ilgili diğer çalışmalarda da bu çalışmanın bulgularıyla benzer şekilde, otellerde israfı önleyici uygulamalar olarak; otel personeline atık yönetimi (Kılınç Şahin ve Bekar, 2018), gıda israfı ve gıda güvenliği gibi konularda (Özdemir ve Güçer, 2018) eğitimler verildiği görülmektedir.

Çalışmada, görüşülen bazı çalışanlar tarafından israfı önleyici uygulamalarla ilgili birtakım algılanan engeller ya da kaygılar bulunduğu ortaya çıkmıştır. Bahsedilen otel çalışanlarının, önleyici uygulamaların misafir memnuniyetini ve tekrar ziyaret niyetini olumsuz etkileyebileceğine yönelik kaygıları bulunmaktadır. Ayrıca, otel çalışanları, misafirlerin israfı önleyici uygulamalar nedeniyle (özellikle acentaya ve seyahat yorum sitelerinde) şikayet edebileceği, tepki göstererek daha fazla israfa yönelebileceği ve gerçekleştirilecek uygulamaların işletme için ilave maliyet oluşturacağı konusunda tedirgin olmaktadır. "Misafir

her zaman haklıdır” şeklindeki yönetim yaklaşımı, çalışanlar tarafından “otelin bir ticarethane değil, bir misafirhane olarak” görülmesi ve her şey dahil sistem çalışanlar tarafından önleyici uygulamaların gerçekleştirilebilmesine yönelik algılanan engellerdir. Araştırmaya katılan bazı otel misafirleri de benzer şekilde, otellerde kısıtlayıcı uygulamalara yönelinmesi ve sunulan imkanların sınırlandırılması durumunda, otel misafirlerinin beklentilerinin karşılanamayacağı, memnuniyet düzeyinin, tekrar ziyaret niyetinin olumsuz etkileneceği ve otelin tercih edilirliliğinin düşeceğini ifade etmişlerdir. Ayrıca, oteldeki misafir sirkülasyonunun fazla olması, misafirin otelde kaldığı sürenin kısıtlı olması ve tatil süresince misafirlerin herhangi bir konuya kafa yormayı istememesi nedeniyle bilinçlendirme çalışmalarının otel içerisinde yapılamayacağı, kültürel değişimlerin çok zor olduğu gibi otel misafirleri tarafından algılanan çeşitli engeller de söz konusudur. Katılımcılar tarafından dile getirilen bu kaygı ve engellerin, israfı önleyici uygulamalara yönelik kararlarda dikkate alınması gereken unsurlar olması bakımından oldukça değerli olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda, otellerde israfı önlemeye yönelik uygulamalara karar verilirken, otel yönetimlerinin kendi misafir profilinin beklentilerini, mevcut misafir portföyünün sürdürülebilirlikle ilgili uygulamalara yönelik genel tepkilerini (ya da bu tür uygulamalara destek verme eğilimlerinin düzeyini), önleyici uygulamaların maliyetlerini (beklenen getirileriyle kıyaslayarak) iyi analiz etmeleri önerilmektedir.

Çalışmada, hem otel çalışanları hem de otel misafirleri katılımcılar tarafından, israfı önlemeye yönelik olarak; otel misafirlerinin bilinçlendirilmesine, sektörel politikalar ve projelerle ilgili, otel içi uygulamalara yönelik ve toplumun bilinçlendirilmesine yönelik çeşitli öneriler getirilmiştir. Otel misafirlerinden farklı olarak yatırım ve tedarik sürecine ilişkin birtakım ilave önerilerde bulunan otel çalışanlarından sektör deneyimlerine dayalı olarak bu konuda çok daha kapsamlı bulgular elde edilmiştir. Görüşülen otel çalışanlarının misafirlerin bilinçlendirilmesine yönelik önerileri; misafirlerin israfın nedenleri, zararları, otel, konsept, kurallar, yiyeceklerin içeriği, kalorisı vb. hakkında, restorandaki yiyecek içeceklerin diğer alanlara (odalara vb.) taşınmaması konusunda ya da çevre bilincini artırmaya yönelik otelin çeşitli noktalarında (restoranlarda, odalarda, ortak tuvaletlerde, havuz çevresindeki alanlarda vb.) çeşitli görsel ve yazılı araçlar (panolar, büfe isimlikleri, interaktif televizyonlar, videolar, karikatürler, eğlenceli çıkartmalar vb.) kullanılarak ya da sözlü olarak bilgilendirilmesi/bilinçlendirilmesi ve tasarrufa yönlendirilmesi şeklindedir. Bazı otel misafirleri de çalışanlarla benzer şekilde, israfı önlemeye yönelik misafirlere sözlü ya da yazılı bilgilendirme ve yönlendirmelerin yapılmasını önermiştir. Özdemir ve Güçer, (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmada da, otellerdeki gıda israfının büyük oranda otel misafirlerinin tutumlarından ve bilinçsizliğinden kaynaklandığı açıklanarak, otel misafirlerinin gıda israfının sonuçları konusunda bilinçlendirilmesi önerilmektedir. Bazı otel çalışanları tarafından önerilen,

otel içi eğlence etkinlikleri (oyunlar, tiyatral gösteriler vb.) sırasında israfı ilgili eğitici mesajlar verilmesi, otel içerisinde çocuklara yönelik eğitici ve yönlendirici renkli tabelalar oluşturulması, mini kulüp kısmında çevre bilincini artırmaya ve israfı azaltmaya yönelik konuların etkinliklere dahil edilmesi gibi uygulamaların özellikle israfın en fazla gözlemlendiği yaş grupları olan çocuk ve genç misafirlerin davranışsal eğilimleri üzerinde etkili olabileceği değerlendirilmektedir. Ayrıca, çalışanlar tarafından da vurgulandığı gibi, otellerde eğitimli personel çalıştırılmasının, otel misafirlerinin bilgilendirilmesi ve doğru yönlendirilmesi açısından da oldukça önemli olduğu düşünülmektedir.

Çalışanlar ve misafirler tarafından otel içi uygulamalara yönelik getirilen ortak öneriler; sunulan yiyecek çeşitliliğinin azaltılarak yiyecek kalitesinin artırılması ve menü planlamasının misafir profilinin mutfak kültürlerine ve genel tercihlerine uygun yapılmasıdır. Çalışanlar bunlara ilaveten gıda israfını azaltmaya yönelik olarak; tabakta çok fazla yiyecek bırakan misafirlerin faturalarına israf bedelinin yansıtılması, restoranda anlık (aleminut) ve talebe göre pişirim yapılması, bazı yiyecek çeşitleri için şov büfelerinin kullanılması, üretim miktarının ve menü planlamasının (büfedeki yiyecek çeşitliliğinin) misafir sayısına göre yapılması, yiyecek ve içeceklerin kontrollü tüketilmesini sağlayacak yeterli sayıda servis personeli çalıştırılması, otellerdeki alakart restoran sayılarının artırılması, otellerde tatil gıda danışmanları ünvanıyla çalıştırılacak personelle misafirlerin menü (yiyecek-içecek) tercihlerinin öğrenilmesi, seçal servis (self service) uygulamasının artırılması ve restoranda minimal sunumluklar kullanılarak adetlik çalışmalar sunulması şeklinde önerilerde bulunmuştur.

Misafirler gıda israfını azaltmaya yönelik ilave olarak; büfedeki sunum miktarlarının azaltılarak, azaldıkça takviye yapılması, küçük servis tabakları kullanılması, küçük (bardak) boy su şişelerinin kullanılması, büfede misafirin isteğine göre personelin kepçe servisi yapması şeklinde öneriler getirmiştir. Eğitimli personel çalıştırılması, mevcut personelin bilinçlendirilmesi ve misafirlere yönelik örnek davranışlar sergilemesi konusunda teşvik edilmesi, misafirlere ilave oda kartı verilmemesi, odalarda sunulan sarf malzemelerinin (buklet malzemeleri, tuvalet kağıdı vb. malzemeler) kullanımına ilişkin puanlama/ödüllendirme sistemlerinin kullanılması, oda temizliği ve tekstil değişiminin misafirlerin talepleri üzerine yapılması, buklet malzemelerinin misafirlerin talepleri üzerine bırakılması, hizmet kalitesinin ve fiyatların artırılmasına çabalanması, plaj havlularının kullanımındaki israfı azaltmak için havlu kartı sistemi uygulanması otel çalışanları tarafından uygulamaya yönelik getirilen diğer önerilerdir.

Literatürdeki çalışmalarda, otellerdeki gıda israfının en önemli nedenlerinden birinin gıdaların hazırlık aşamasındaki hatalar olduğu görülmektedir (Okumuş, 2019; Marchant ve Cloy: 2017). Çalışanların eğitimsizliğinin ise, otellerdeki gıda atıklarının azaltılmasının önündeki en büyük engellerden biri olduğu açıklanmaktadır (Marchant ve Cloy: 2017:49). Bu bulgulardan

hareketle, gıdaların hazırlık aşamasındaki hatalardan kaynaklı gıda israfının en aza indirilebilmesi için otellerde eğitimli personel çalıştırılması ve mevcut personelin çeşitli eğitimlerle bilinçlendirilmesi önerilmektedir. Kallbekken ve Saelen (2013) tarafından yapılan çalışmada ise, otel restoranlarında yapılan deneysel araştırmanın ölçüm bulgularına göre, tabak büyüklüğündeki 1 cm azaltmanın gıda israfını %7.4 oranında; 3 cm azaltmanın ise gıda israfını yaklaşık %22 oranında azalttığı bulunmuştur. Öner, Özdemir, Telatar ve Yeşiladağ (2016) tarafından yapılan çalışmada da, düz ve küçük yemek tabaklarının kullanılmasının, porsiyon miktarının gerçekte olduğundan daha fazla algılanmasına yol açtığı bulgulanmıştır. Özdoğan ve diğerleri (2013) tarafından gerçekleştirilen çalışmada ise, küçük boy servis tabakları kullanılmasının israfın azaltılması anlamında fayda sağlamadığı, hatta otel yöneticilerinin beklentilerinin aksine gıda israfını ve kaybolan tabak sayısını artırdığı açıklanmıştır. Özdoğan ve diğerleri'nin (2013) araştırmasının gerçekleştirildiği otellerde, tabak boyutunun dışındaki farklı birtakım değişkenlerin gıda israfını artırmış olabileceği düşünülmektedir. Ancak, uygulayıcılara küçük boy servis tabaklarını tercih etmeleri konusunda öneride bulunulabilmesi için, bahsedilen çelişkili bulgulardan hareketle tabak büyüklüğünün gıda israfı üzerindeki etkisiyle ilgili daha fazla ampirik desteğe ihtiyaç olduğu değerlendirilmektedir.

Katılımcılar tarafından bahsedilen diğer önerilerin de otellerde büyük oranda uygulanabilir ve israfın azaltılmasına katkıda bulunabilir nitelikte olduğu değerlendirilmektedir. Ancak, enerji israfını azaltmaya yönelik uygulama önerilerinden misafirlere ilave oda kartı verilmemesinin, enerji israfını bir miktar azaltsa bile (otel misafirlerinin çeşitli gerekçelerle ekstra kart talep edebildiği ve misafir memnuniyeti adına çoğu zaman bu tür taleplerin karşılandığı dikkate alındığında) enerji israfını minimum düzeye çekme konusunda kesin çözüm olmayacağı değerlendirilmektedir. İlaveten, tabakta çok fazla yiyecek bırakan misafirlerin faturalarına israf bedelinin yansıtılmasının otel misafirleri tarafından hoş karşılanmayacağı, otelin tercih edilirliliğini ve misafir memnuniyetini olumsuz etkileyebileceği değerlendirilmektedir. O nedenle, otel yönetimlerinin de bu öneriye sıcak bakmayacağı tahmin edilmektedir. Ayrıca, sunulan yiyecek çeşitliliğinin azaltılması konusunda da dikkatli olunması önerilmektedir. Yiyecek büfesindeki çeşitliliğinin gereğinden fazla olması, algılanan bolluk, tercih yapmada zorlanma vb. nedenlerle israfı artırırken, büfede yeterince çeşit olmadığında da bazı yiyecek çeşitleri önünde kalabalık sıralar oluşabilmekte, bu durum misafirlerin tekrar sıraya girip beklememek için fazladan yiyecek almasına yol açabilmektedir. Ayrıca, yiyecek çeşitliliğinin yetersiz olması misafir memnuniyetini olumsuz etkileyebilmektedir. Bu bağlamda, büfedeki yiyecek çeşitliliğinin miktarında bir denge sağlanması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Misafir sayıları, misafir profiline ilişkin veriler (milliyete, yaşa vb. göre), büfede tüketilmeden

kalan miktarlara ilişkin kayıtlar, personel gözlemleri ve memnuniyet anketleri bu dengenin sağlanmasında yararlanılabilecek unsurlar olarak dikkate alınabilir.

Otel misafirlerinin büfedeki farklı yiyecek çeşitlerinin tadına bakmak amacıyla (merak, yöresel lezzetleri, yeni tadları deneyimleme vb. nedenlerle) çok fazla yiyecek alarak yiyecekleri tabağında bırakma davranışının önüne geçebilmeye yönelik olarak; restoranlarda bazı sunum tabaklarının (özellikle ordövr, deniz ürünleri, et ürünleri gibi pahalı yiyecekler ve bazı tatlıların) ön kısmına küçük tadımlık kanepeler yerleştirilebilir. Böylece, misafirler hem daha önce tatmadığı lezzetlerin büfedeyken tadına bakarak kendi damak tadına uygun yiyecekleri daha rahat seçebilir hem de bu tadımlar sayesinde açlık durumunu bastırarak gereğinden fazla yiyecek almasının önüne geçilebilir. Bu uygulamayla, yiyeceklere dokunma alışkanlığı olan toplumlardan gelen otel misafirlerinin büfede yer alan ürünlere dokunmasıyla ortaya çıkan gıda israfının da bir miktar önüne geçilebilmiş olur.

Okumuş (2019) tarafından gerçekleştirilen çalışmada bu çalışmanın bulgularıyla benzer şekilde otellerde gıda atıklarının azaltılmasına yönelik; planlamanın doğru yapılması ve misafirlerin neleri sipariş ettiğine ve misafirler tarafından nelerin tüketilmediğine daha fazla dikkat edilmesi, menü planlamanın doğru yapılması (menü çeşitliliğinin sınırlandırılması, porsiyon büyüklüklerinin azaltılması vb.), gıdaların hazırlanması ve hizmet sürecindeki hataların azaltılması (personelin eğitilmesi, uygun pişirme tekniklerinin sağlanması, yiyeceklerin uygun sıcaklıkta servis edilmesinin sağlanması vb.), çalışanların gıda atıkları/israfı konusunda bilinçlendirilmesi, otel misafirlerinin bilinçlendirilmesi (misafirlerin yemeğin içeriği ve baharatları konusunda bilgilendirilmesi, misafirlerin porsiyon büyüklüğü konusunda yönlendirilmesi vb.) şeklinde statejiler sunulmaktadır. Özdemir ve Güçer (2018) tarafından ise bu çalışmanın bulgularından farklı olarak, reçeller, tereyağı, ekmek, yoğurt gibi gıdaların paketli sunulması önerilmektedir. Bu tür ambalajlı ürünlerin misafirler tarafından alındığı fakat tüketilmek için açılmadığı takdirde büyük oranda masalardan toplanarak tekrar büfede değerlendirilebildiği, ancak bu ürünlerin aynı zamanda otellerde çıkan plastik atık miktarını artırdığı da dikkate alınmalıdır. O nedenle, reçel çeşitleri, bal, tahin, pekmez vb. akışkan ürünlerin içine konulabileceği sosluk-reçellik mini külahlar da tercih edilebilir. Ayrıca, ambalajlı olarak sunulması planlanan gıdalar için, biyolojik olarak çözünebilen ambalajların kullanıldığı ürünler tercih edilebilir.

Bazı otellerde sistematik olarak gerçekleştirilen bazı uygulamalarla israfın ne kadar azaltıldığına yönelik takipler yapılmakla birlikte (örneğin, havlu kartı uygulamasıyla havlu değişim miktarında gerçekleşen azalma), otellerde gerçekleştirilen uygulamaların israf miktarı üzerinde ne derece etkili olduğunun genellikle ölçümlenmediği görülmektedir. Bu konuda yapılacak ölçüm, takip ve değerlendirmelerin otellerde hangi uygulamalara yönelinmesinin daha çok fayda sağlayacağı konusunda yol gösterici olabileceği değerlendirilmektedir. Ayrıca,

katılımcılardan birinin de ifade ettiği gibi, her otelin özellikleri, bulunduğu bölgenin yapısı ve misafir profili farklı olduğundan misafirlerin israfa yönelmesini önlemeye yönelik tüm tesisler için geçerli standart uygulamalar önerilmesi mümkün olmamaktadır. O nedenle, tesislerin kendi misafir profilinin özelliklerine, ihtiyaçlarına ve beklentilerine, otelin özelliklerine (ölçeği, konsepti, yıldızı, yapısı vb.), otelin bulunduğu bölgeye uygun bir strateji izlemesi gerekmektedir.

Yatırım ve tedarik süreciyle ilgili öneriler; misafire kaliteli ürünler sunulabilmesi için kaliteli ürünler tedarik edilmesiyle, misafirlerin tüketimlerinde israfa yönelmesini önlemeye yardımcı olabileceği değerlendirilen malzemelere, yeni nesil teknolojilere, akıllı otomasyonlara yatırım yapılmasıyla ilgilidir. Otelde yatırım aşamasında kurulan verimsiz/kullanışsız bir sistemi/yapıyı sonradan yapılacak yatırımlarla düzeltmeye çalışmak, otel işletmeleri açısından kaynak kaybına yol açacaktır. O nedenle, otelde kurulacak sistemlerin, tedarik edilecek demirbaş ve malzemelerin otelin fizibilite ve yatırım aşamasından itibaren profesyonel otel yöneticileri tarafından doğru planlanması ve otel için kaynak kullanımında maksimum verimliliği sağlayacak yatırımların yapılması, kaliteli ve kullanışlı ürünlerin tercih edilmesi gerekmektedir. Akıllı oda sistemlerinin (sensörler, parmak okuma vb.) tercih edilmesi, yatırım aşamasında otel restoranlarında kullanılacak servis tabaklarının küçük boy olarak seçilmesi, minimal sunumlukların alınması, yeni nesil teknolojilerin, tasarruflu sistem ve cihazların tercih edilmesi, 0,33 ml'lik bardak suların, küçük boy bardakların tercih edilmesi, banyolardaki küvetlerin kaldırılması, su tasarrufu sağlayacak banyo tasarımlarının kullanılması, musluk ve duş başlıklarında perlatör kullanılması, otel yöneticilerinin teknolojik gelişmeleri, tasarruflu ve yeni geliştirilen çevre dostu ürünleri sürekli araştırarak takip etmesi, fuarlara katılması bu konuda getirilen önerilerdir. Günümüzde otellerde yaygın olarak kullanılan oda kartı (energy saver) sisteminin otellerdeki enerji israfını önleme konusunda yetersiz kaldığı dikkate alındığında, özellikle katılımcılar tarafından bahsedilen tasarruflu yeni nesil teknolojilerin, akıllı sistem ve cihazların tercih edilmesinin otellerdeki enerji israfının en aza indirilmesi için son derece önemli olduğu değerlendirilmektedir. Çünkü, mevcut oda kartı sisteminde, otel misafirleri oda kartını yuvada bıraktığında, ışıkları ya da elektronik aletleri açık bırakmamış olsa bile, odada fişi prize takılı bir takım cihazların olması sebebiyle önemli boyutlarda enerji israfı gerçekleşmektedir. Örneğin, bekleme (stand-by) modunda olan ve fişi prizden çekilmeyen televizyon ve bilgisayarlar yüzde 10 oranında elektrik tüketmeye devam etmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2017:14). Odadaki aydınlatmaların ya da elektronik cihazların açık bırakılması durumunda ise otelde gerçekleşen enerji israfı bundan çok daha büyük miktarlara ulaşabilmektedir. O nedenle, otel yönetimlerinin/yatırımcılarının eğer yeterli yatırım bütçeleri varsa, enerji israfını minimum düzeye çekebilmek için (özellikle yeni otel yatırımları sürecinde), otel odalarında oda kartı sistemi yerine hareket sensörlü sistemler, vücut ısısına duyarlı sensörlü sistemler ya da pasif kızıl ötesi sensörlerin (passive infra-red [PIR] sensor)

kullanıldığı gelişmiş enerji yönetim sistemleri (Rajendra, Shrinivas, Subhash, Sanjay ve Balwan, 2019; Pokale ve Wasule, 2016; Erickson, Achleitner ve Cerpa, 2013) gibi daha yenilikçi ve sürdürülebilir enerji yönetim sistemlerini tercih etmeleri önerilmektedir.

Bir otel işletmesinde; T12 ve T8 olarak adlandırılan floresan lambalar ve elektronik balastlar (bir elektrik devresindeki akım miktarını sınırlandırmak için kullanılan cihazlar) gibi aydınlatmaların tercih edilmesinin yanı sıra, speküler reflektörler, lensler, doluluk sensörleri (occupancy sensors) ve zamanlayıcılar (timers) kullanıldığında enerji tasarrufunu % 70 oranında azaltmak mümkün olabilmektedir (National Grid, t.y.). Bu sistemlere yapılan yatırımların geri dönüşünün ise genellikle 1-3 yıl arası olduğu açıklanmaktadır (National Grid, t.y.).

Son yıllarda otellerde kullanılmaya başlanan gelişmiş sistemlerden biri olan nesnelerin interneti (Internet of Things [IoT]) de otellere kaynak tasarrufu açısından önemli avantajlar sağlamaktadır. Nesnelerin interneti, akıllı telefonlar ve koridor tabelalarından oda termostatlarına kadar birbirine bağlı nesnelerden oluşan dev bir ağıdır (Singapore Hotel Association, 2018:44). Bu ağ sayesinde veri alışverişi ve analizi sağlanabilirken, oteller uygulanabilir fırsatları ortaya çıkarmak için bu ağdaki büyük veriden yararlanabilmektedir (Singapore Hotel Association, 2018:44). Farklı bina alt sistemlerini kontrol etmek için sensörlerin kullanıldığı nesnelerin interneti otomasyonunda, akıllı aydınlatma çözümleri binadaki aydınlatma armatürlerini kontrol etmek için ışık ve doluluk sensörlerinden gelen verileri kullanır (Chuah, 2014:218). Akıllı termostatlar binadaki ısıtma, havalandırma ve iklimlendirme sistemlerini kontrol etmek için bina içi çevresel bilgileri (sıcaklık ve nem gibi) ve ayrıca doluluk sensörlerini kullanır (Chuah, 2014:218). Her iki uygulama da, konaklayan kişinin konforunu korurken, enerji tüketimini azaltmayı amaçlamaktadır (Chuah, 2014:218). Marriott International misafirleri, IoT uygulaması sayesinde sensörler ve düşük enerjili bluetooth teknolojisiyle çalışan konum tabanlı kablosuz etkileşim cihazları (beacons) ve sensörler yoluyla oda içi hizmet araçlarıyla etkileşim kurabilmektedir (Buhalis ve Leung, 2018:44). Bu sistem, misafirin oda içerisindeki konumu, odanın sıcaklığı ve aydınlık düzeyi gibi çevresel parametreleri dikkate alan sensörlerle elde edilen veriler yoluyla misafirlerin kalış konforunu da artırmaktadır (Buhalis ve Leung, 2018:44). Misafir hizmetlerinin tamamen otomasyona dayalı sunulduğu ilk robotik otel olan Japonya'daki Henn-na Otel'de, oda içindeki robotlar mekandaki sensörleri ihtiyaç halinde devreye sokarak otelde su ve enerji tasarrufu sağlanmasına imkan tanımaktadır (Buhalis ve Leung, 2018:44). Gelişmiş bina otomasyon sistemleri, sensörler ve robotlar vasıtasıyla, oteldeki kişiler asansörlere ya da yürüyen merdivenlere yaklaştığında kapının açılması, kapanması ve asansörün uygun kata hareket etmesi, ya da yürüyen merdivenin çalışması sağlanabilmektedir (López, Pérez, Zalama ve Gómez-García-Bermejo, 2013:2). IoT teknolojisi, misafirlerin cep telefonlarında yer alan otel

uygulaması (mobile hotel application) ve konum tabanlı kablosuz etkileşim cihazları yoluyla, karşılama işlemleri için misafirlerin otele ulaştığı bilgisinin, misafir isimleriyle birlikte ön büro personeline bildirilmesi, misafirlere konuma dayalı mobil uygulama yoluyla yön gösterme, konum tabanlı kablosuz etkileşim cihazları yoluyla asansörlerin aktifleştirilmesi, misafir cep telefonunun elektronik oda kartı olarak kullanılması, tuvalete giden koridordaki gece lambalarının aktifleştirilmesi gibi amaçlarla kullanılabilir (Singapore Hotel Association, 2018:45).

IoT teknolojisiyle, misafir odalarındaki perde, aydınlatma ve oda sıcaklığı gibi oda içi araçların kontrolü için sesli komut sistemi kullanılabilir ve sisteme tanımlanmış otel misafirlerinin otel içerisindeki konumları belirlenerek lobi ve restoran gibi alanlara girişlerinde hoşgeldiniz mesajı sunulur, oteldeki çeşitli etkinliklerle ilgili bildirim ve davetlerde de bulunulabilir (Buhalis ve Leung, 2018:48). İşletmenin iç ve dış çevresindeki tekil nesnelerden toplanan ve akıllı (smart) sistem tarafından analiz edilen büyük veri (big data), oda fiyatları, doluluk, misafir milliyetleri, yiyecek içecek tüketimi, yiyecek içecek maliyeti, enerji maliyeti, işgücü maliyeti, etkinliklerden elde edilen gelirler gibi farklı konularda bilgiler sunarak, operasyonların, gelirlerin, maliyetlerin ve rekabetçiliğin iyileştirilmesine yönelik farklı senaryolar üzerinden örgütsel karar alma süreçlerine de katkıda bulunmaktadır (Buhalis ve Leung, 2018:45-48). Otelerde, su tasarruflu başlıklar ve sensörler gibi araçlar diğer otelcilerin deneyimlerinden hareketle bu araçların tasarruf sağladığı bilgisine dayalı olarak yaygın olarak tercih edilmekte, ancak güneş enerjisi sistemleri gibi daha gelişmiş sistemler (ya da yeni teknolojiler), uygulamayla ilgili olası riskler ve maliyetler nedeniyle yaygın olarak kullanılmamaktadır (Chan, Okumuş ve Chan, 2018:833). Çevresel teknolojinin ham/yeni oluşu, ödeme süresinin uzun olması, sürekli bakım hizmetlerini gerektirmesi ve güvensizlik gibi ürünle ilgili engeller, hükümet/bürokrasiden kaynaklı sıkıntılar, hava koşulları, teknolojinin müşteri deneyimleri üzerindeki etkileri gibi dış engeller ve tesisin fiziksel yapısıyla ilgili sınırlılıklar, işletme sahiplerinin isteksizliği, bütçe öncelikleri, zaman, emek, para gibi kaynakların eksikliği, teknolojik yatırımların günlük operasyonlar üzerindeki etkileri, otel yönetimi sözleşmesinin süresi gibi içsel engeller, bu tür gelişmiş çevresel teknolojilerin kullanımıyla ilgili algılanan engellerdir (Chan, vd., 2018:838-843). Günümüzde özellikle bazı küçük ve orta ölçekli otel işletmeleri yüksek yatırım maliyeti ve algılanan risklerden dolayı bu tür gelişmiş teknolojik yatırımlara çekimser yaklaşırsa da, gelecekte bu sistemlerin kurulumunu sağlayan ve sistemin kullanımıyla ilgili gerekli eğitimleri veren firmaların artması, bu sistemlere ilişkin taleplerin artması ve teknolojilerin ucuzlamasıyla işletmeler tarafından gelişmiş çevresel teknolojilerin daha yaygın kullanılacağı değerlendirilmektedir. Otel çalışanları ve misafirlerinden elde edilen bulgular bütünsel olarak değerlendirildiğinde, her şey dahil

otellerde turist kaynaklı israfın azaltılabilmesine yönelik, otel işletmecileri ve yatırımcılarına Tablo 5.1.'de sunulan stratejiler önerilmektedir.

Tablo 5.1. Otel İşletmecileri ve Yatırımcılarına Yönelik Öneriler

	Öneriler	İncelenebilecek Kaynaklar
Gıda İsrafını Azaltmak İçin;	Anlık (alaminüt) ve talebe göre pişirim yapılması, bazı yiyecek çeşitleri için şov büfelerinin kullanılması	Kılınç Şahin ve Bekar (2018)
	Menü planlamasının misafirlerin mutfak kültürlerine ve genel tercihlerine uygun yapılması (Bunun için büfeden tüketilmeden mutfaka geri dönen gıdaların kayıtlarının tutularak analiz edilmesi, personelin gözlem ve tecrübelerinden yararlanılması, misafirlerin mutfak kültürlerinin araştırılması, tatil gıda danışmanı ünvanıyla çalışacak personel tarafından misafir tercihlerinin öğrenilmesi, memnuniyet anketlerinden yararlanılması gibi stratejiler izlenebilir)	Özdoğan ve diğerleri (2013), Okumuş (2019)
	Restoranda (tatlılar, mezeler vb. için) minimal sunumluklar kullanılarak, adetlik/tadımlık sunumlar yapılması	Kılınç Şahin ve Bekar (2018)
	Büfede bazı çeşitlerin erken (büfe kapanmadan) tükenmemesi ya da gereğinden bol olmaması için, mutfaktaki üretim miktarının misafir sayısına göre yapılması	Özdoğan vd. (2013)
	Küçük boy su şişelerinin (bardak suların) tercih edilmesi	
	Restoranda küçük boy tabakların tercih edilmesi (örneğin, kahvaltı ve diğer öğünlerdeki ana yemekler ile ordövrler için 21 cm'lik, tatlılar için 18 cm'lik tabaklar tercih edilebilir)	Kalkbekken ve Saelen (2013), Öner vd. (2016), T.C. Milli Eğitim Bakanlığı (2018)
	Yiyecek içecek çeşitliliğinde denge sağlanması (Bunun için; büfeden tüketilmeden mutfaka geri dönen gıdaların kayıtlarının tutularak analiz edilmesi, personelin gözlem ve tecrübelerinden yararlanılması, memnuniyet anketlerinden yararlanılması)	Özdoğan vd. (2013), Okumuş (2019)
	Otel misafirlerine; taze, lezzetli ve kaliteli ürünlerin sunulması	
	Gıdaların hazırlanması ve hizmet sürecindeki hataların azaltılması (uygun pişirme tekniklerinin sağlanması, yiyeceklerin uygun sıcaklıkta servis edilmesinin sağlanması vb.)	Okumuş (2019)
	Küçük boy bardakların kullanılması	Özdoğan vd. (2013), T.C. Milli Eğitim Bakanlığı (2018),
	Yiyecek büfelerindeki isimliklerde ya da dijital panolarda yiyeceklerin içeriği, kalorisi vb. hakkında bilgiler sunulması	
	Restoranda masalara şişe su bırakmak yerine, misafirlerin su bardaklarının talebe göre garsonlar tarafından doldurulması	
	Ana restoranda meyve doğrama istasyonu kullanılması, anlık ve tercihe göre doğranarak porsiyonlanmış meyvelerin sunulması	
	Misafirlerin ara öğün alabilecekleri atıştırmalık istasyonlar (snack bar) kurulması	Özdoğan vd. (2013)
	Restoranlarda misafirin ihtiyaç duyduğunda enformasyon alabileceği sayıda ve yetkinlikte personel bulundurularak, misafirlerin yemeğin içeriği, baharatları, alerji ya da diyabet hastalarına özel menüler vb. hakkında bilgilendirilmesi, porsiyon büyüklüğü vb. konularda yönlendirilmesi	Okumuş (2019)
	Açık alanlarda bazı pahalı içeceklerin içi buz dolu kovaların içerisinde servis edilmesi (içeceklerin ısınmasını önlemek için)	
	Açık büfeden sorumlu personel görevlendirilerek büfe takviyelerinin azar azar yapılmasının sağlanması	Kılınç Şahin ve Bekar (2018)
	Restoranlarda bazı sunum tabaklarının (özellikle ordövr, deniz ürünleri, et ürünleri gibi pahalı yiyecekler ve bazı tatlıların) ön kısmına küçük tadımlık kanepeler yerleştirilmesi	
	Yeterli sayıda alakart restoran bulundurulması	

Tablo 5.1. (devamı)

Enerji İsrafını Azaltmak için;	Odada balkon kapısı açıkken klimanın devre dışı bırakılması	
	Genel alanlarda sensörlü aydınlatmalar kullanılması	Aydoğdu ve Koçoğlu (2017)
	Elektrik tasarruflu aydınlatmalar kullanılması	National Grid (t.y.)
	Merkezi iklimlendirme otomasyon sistemlerinin kullanılması	
	Akıllı oda sistemleri (sensörler, parmak okuma, sesli komut sistemleri vb.) kullanılması	Singapore Hotel Association (2018), Chuah (2014), Buhalis ve Leung (2018), López, Pérez, Zalama ve Gómez-García-Bermejo (2013)
	Hareket sensörlü sistemler, vücut ısısına duyarlı sensörlü sistemler ya da pasif kızıl ötesi sensörlerin (passive infra-red [PIR] sensor) kullanıldığı gelişmiş enerji yönetim sistemlerinin kullanılması	Erickson, Achleitner ve Cerpa (2013), Pokale ve Wasule (2016), Rajendra, Shrinivas, Subhash, Sanjay ve Balwan (2019)
	Nesnelerin interneti (Internet of Things [IoT]) teknolojisinin kullanılması	Singapore Hotel Association (2018), Chuah (2014), Buhalis ve Leung (2018), López, Pérez, Zalama ve Gómez-García-Bermejo (2013).
	Genel alanlarda sensörlü kapılar ve hava perdeleri kullanılması	
Tekstil Kullanımındaki İsrafi Azaltmak için	Elektrik tasarrufuna yönlendirici yazılı mesajlar kullanılması	Aydoğdu ve Koçoğlu (2017)
	Odalarda havlu ve çarşafların tekrar kullanımına (re-use) yönelik yazılı mesajlar kullanılması (havlu kartı, yeşil yaprak vb. uygulamalar)	Goldstein, vd. (2008), Schultz vd. (2008), Mair ve Bergin-Seers (2010), Bohner ve Schlüter (2014), Reese vd. (2014), Morgan ve Chompreeda (2015), Aydoğdu ve Koçoğlu (2017), Özkan Buzlu ve Unur (2018)
	Odalara kişi sayısına göre tekstil malzemesi bırakılması	
	Odalarda sunulan tekstil malzemelerinin tekrar kullanımına ilişkin puanlama/ödüllendirme sistemlerinin kullanılması	
	Plaj havlusu dağıtım noktalarında personel bulundurulması	
	Plaj havlularının kullanımındaki israfı azaltmak için havlu kartı sistemi uygulanması	
	Kişi sayısına göre plaj havlusu verilmesi, plaj havlusu değişimlerinin ücretlendirilmesi	
Otel Misafirlerini Bilinçlendirmek ve Sürdürülebilir Tüketimi Desteklemek için;	İsrafın nedenlerinin ve zararlarının misafirlere otel içerisindeki çeşitli noktalarda (restoranlarda, odalarda, ortak tuvaletlerde, havuz çevresindeki alanlarda vb.) çeşitli görsel ve yazılı araçlar (panolar, interaktif televizyonlar, videolar, karikatürler, eğlenceli çıkartmalar vb.) kullanılarak anlatılması	Özdemir ve Güçer (2018)
	Yeşil Yıldız, Yeşil Anahtar, Yeşil Küre, Travelife gibi sürdürülebilir sertifika sistemlerine sahip olarak, misafirlerin sürdürülebilirlik uygulamalarına dahil edilmesi	
	Otelin çeşitli noktalarında (çevre panolarında, odalarda vb.) tasarruf ve doğanın korunmasına yönelik bilgilendirici ve yönlendirici yazılı mesajlar kullanılması	Aydoğdu ve Koçoğlu (2017)
	Otelde sürdürülebilirlikle ilgili gerçekleştirilen uygulamaların misafirlerle paylaşılarak, bilinçlendirmeye ve duyarlılık aşılanmaya çalışılması	
	Misafirlere çevre anketi uygulanması	
	Otelin çeşitli alanlarında (odalarda, ortak tuvaletlerde vb.) küçük sembollerin olduğu çevre dostu çıkartmalar kullanılması	
	Otelin çeşitli noktalarında; otel (barlar, alakart restoranlar, açılış kapanış saatleri vb.), konsept ve havuz/plaj kullanım kuralları gibi konular hakkında bilgilendirmelerin yapılması	
	Otel içi eğlence etkinlikleri (oyunlar, tiyatral gösteriler vb.) sırasında israfı ilgili eğitici mesajlar verilmesi	
	Otel içerisinde çocuklara yönelik eğitici ve yönlendirici renkli tabelalar oluşturulması	
	Odalarda interaktif televizyonlarda çevre bilincini artırmaya yönelik ve sağlıklı beslenmenin önemine vurgu yapan mesajlar kullanılması	

Tablo 5.1. (devamı)

	Mini kulüp kısmında çevre bilincini artırmaya ve israfı azaltmaya yönelik konuların etkinliklere dahil edilmesi	
	Misafirlere israfa yol açabileceği düşünülen davranışlarıyla ilgili sözlü uyarıda bulunulmasının gerektiği durumlarda, bu davranışlarının ne tür zararlara yol açtığının/açabileceğinin misafirlere nazikçe açıklanması	
Su İsrafını Azaltmak İçin	Musluk ve duş başlıklarında perlatör kullanılması	Chan, Okumuş ve Chan (2018)
	Fotoselli musluklar kullanılması	Chan, Okumuş ve Chan (2018)
	Su tasarrufuna yönlendirici yazılı mesajların kullanılması	Aydoğdu ve Koçoğlu (2017)
Sarf Malzemesi ve Demirbaşlara Yönelik İsrافی Azaltmak İçin	Odalara kişi sayısına göre buklet malzemesi bırakılması	
	Misafirlerin konsept dışı malzeme taleplerinin ücret karşılığında karşılanacağını misafirlere bildirilmesi	
	Otelde misafir tarafından zarar verilen mallara/malzemelere yönelik hasar bedelinin misafirin faturasına yansıtılması, misafire bu konuda önceden yazılı olarak bilgi verilmesi (girişte misafir tarafından doldurulup imzalanan konaklama belgesinde -registration card- yazılı olabilir)	
	Odalarda misafire sunulan şampuan, saç kremi ve duş jeli için dispenser kullanılması	
	Fotoselli sabun dispenserleri kullanılması	
	Animasyon, aktivite alanlarında cam bardak yerine karton bardak kullanılması (kırılmayı önlemek için)	
Şezlong Kullanımıyla İlgili Zaman ve Emek İsrafını Azaltmak İçin	Odalarda sunulan sarf malzemelerinin (buklet malzemeleri, tuvalet kağıdı vb. malzemeler) kullanımına ilişkin puanlama/ödüllendirme sistemlerinin kullanılması	
	Şezlongları rezerve etmemeleri konusunda misafirlerin sözlü olarak uyarılması	
	Şezlongların bulunduğu alanlarda, diğer misafirlere saygı açısından şezlong rezerve edilmemesine yönelik rica içeren yazılı mesajlar kullanılması	
Yatırım ve Tedarik Sürecine Yönelik Öneriler	Şezlong rezerve eden misafirlerin havlusunu bıraktığı şezlongun üzerine kırmızı bir kağıt üzerinde "bir saat içinde bu şezlong kullanımda olmazda, havlunuz x alanına kaldırılacaktır" şeklinde uyarı içeren yazılı mesajlar bırakılması	
	Kaliteli ürünler tedarik edilmesi	Kılınç Şahin ve Bekar (2018)
	Yatırım ve tedarik süreçlerinde, kullanışlı ve tasarruf sağlayacak malzemelerin tercih edilmesi (örneğin, küçük boy tabak, minimal sunumluklar vb.)	
	Otelin yatırım ya da fizibilite aşamasında profesyonel otel yöneticileriyle birlikte çalışılması, yapılacak yatırımlara (makine, sistem, malzeme vb.) genel müdür, kat hizmetleri müdürü, teknik müdür gibi alanında uzman bir kadroyla istişare edilerek karar verilmesi	
	Yatırım aşamasında yeni nesil teknolojilerin, tasarruflu sistem ve cihazların tercih edilmesi	
Diğer Öneriler	Yatırım aşamasından başlanarak teknolojik gelişmelerin, tasarruflu ve yeni geliştirilen çevre dostu ürünlerin sürekli araştırılarak takip edilmesi, fuarlara katılması	
	İsraf konusunda aşırıya kaçan misafirlere personel tarafından sözlü uyarılar veya yönlendirmelerde bulunulması	
	Eğitilmiş personel çalıştırılması	
	Personele eğitim seminerleri düzenlenmesi	Kılınç Şahin ve Bekar (2018), Özdemir ve Güçer (2018)
	Personelin bilinçlendirilerek misafire yönelik örnek davranışlar sergilemesi konusunda teşvik edilmesi	

Tablo 5.1. (devamı)

	İsrafla ilgili gerçekleştirilen uygulamaların sonuçlarına yönelik ölçüm, takip ve değerlendirmelerin yapılması	
	İsrafi azaltmaya yönelik uygulamalara karar verilirken, misafir profilinin özelliklerine, ihtiyaçlarına ve beklentilerine, otelin özelliklerine (ölçeği, konsepti, yıldızı, yapısı vb.), otelin bulunduğu bölgeye uygun bir strateji izlenmesi	
	İsrafi azaltmaya yönelik uygulamalara karar verilirken, fayda maliyet analizlerinin yapılması	

Katılımcılar tarafından getirilen önerilerin bazıları toplumun bilinçlendirilmesine yöneliktir. Bu konuda; aile içi temel eğitim, çeşitli kitle iletişim araçlarından ve sosyal medyadan yararlanılarak toplumun bilinçlendirilmesi, toplumun eğitim düzeyinin artırılması, okul müfredatlarında israf konusuna yer verilmesi, çocukluktan itibaren bilinçlendirme ve alışkanlık kazandırılması, ülkesel ve küresel sürdürülebilirlikle ilgili projelerle bağlantılı olarak insanlarda israfın boyutuna, nedenlerine ve sonuçlarına yönelik farkındalık oluşturulmasıyla ilgili öneriler getirilmiştir. Bu konuda düzenlenecek faaliyetlerin, bireylerin günlük hayatlarındaki ve oteldeki tüketimlerinde daha sorumlu davranmalarını destekleyebileceği değerlendirilmektedir.

İsrafla ilgili alınabilecek bazı önlemlerin sektörel politikadaki dönüşümleri, proje tabanlı çalışmaları ve paydaşların işbirliğini gerektirmesi nedeniyle, katılımcılar tarafından sektörel politikalar ve projelerle ilgili bir takım önerilerde bulunulmuştur. Bu önerilerden çalışanlar tarafından en çok vurgulananı, israfa yönelik devlet destekli bir sistem/proje uygulamasının hayata geçirilmesi ve yaygınlaştırılmasıdır. Bu önerinin geri planında, israfi önlemeye yönelik işletmelerin tekil çabalarının yeterince etkili olmayacağı, misafirler tarafından tepki çekebileceği, ancak devlet destekli ve seyahat işletmeleri işbirlikli bir proje kapsamında alınabilecek önlemlerin daha sağlıklı sonuçlar verebileceği düşüncesi yatmaktadır. Bazı çalışanlar, gıda israfını önlemek amacıyla oluşturulan ve günümüzde bazı otellerde uygulanmaya başlanmış olan Turuncu Bayrak uygulamasının devlet desteği sağlanırsa daha fazla yaygınlaşabileceği ve otellerde israfın yönetilmesine önemli katkılar sağlayabileceğini belirtmiştir. Böyle bir uygulamanın devlet tarafından teşvik edilmesi otellerin israfi azaltma yönündeki çabalarını artıracaktır. Özellikle, sözkonusu uygulamanın israfi önleme konusundaki tekil çabaların otellere müşteri kaybettirebileceği ve benzer endişelerin giderilmesine ciddi oranda katkıda bulunabileceği değerlendirilmektedir.

Sektörel politikalar ve projelerle ilgili öneriler teması altında gruplanan önerilerden bir diğeri ise her şey dahil sisteminden topyekün vazgeçilmesi şeklindedir. Fakat, bazı çalışanlar tarafından, Antalya'daki otel doluluklarının önemli bir nedeninin her şey dahil sistemi olduğu, bu sistemin turisti bölgeye çeken önemli nedenlerden biri olduğu, Antalya için bu sistemden vazgeçilmesinin artık mümkün olmadığı dile getirilmiştir. Menekşe (2005) tarafından Marmaris'teki otel yöneticilerinden veri toplanarak gerçekleştirilen çalışmada da, otel yöneticilerinin büyük bir kısmının görüşünün her şey dahil sisteminin geçici bir strateji

olmadığı yönünde olduğu belirtilmekte ve sektördeki bu uygulamaya uzun yıllar devam edileceği öngörülmektedir. Her şey dahil sisteminin, ihtiyaç olan tüm imkanların otellerde mevcut olması nedeniyle turistlerin otelden dışarı çıkmamasının bölge esnafının kazancını olumsuz etkilemesi, turistlerin tarihi-turistik değerlerden haberdar olmaması, turistlerin sürekli bir tüketim halinde olması ve özellikle yiyecek içecek israfının artmasına neden olması, her şey dahil sisteminin uygulanmasında bir standart olmadığından müşteri memnuniyetsizliğine yol açması, gelen turistlerin düşük gelirli olmasına ve otellerin karlılık oranlarının düşmesine yol açması ve kişi başı harcamaları düşürmesi nedeniyle ülke ekonomisi açısından karlı olmaması gibi çeşitli dezavantajları bulunmaktadır (Menekşe, 2005:114-121). Her şey dahil sistemin işletmelerin doluluk oranlarını artırması ve bu sistemi uygulayan işletmeler açısından turizm sezonunu 15-30 gün aralığında uzatması, üretim ve tüketimin yoğun olarak gerçekleştiği otellere tedarik imkanları sağlayan firmaların satışlarını artırması, gelir düzeyi düşük kişiler için uygun bir tatil imkanı sağlaması ve özellikle çocuklu aileler için tatildeki harcama miktarının büyük oranda önceden belirlendiği cazip bir sistem olması gibi çeşitli avantajları da bulunmaktadır (Menekşe, 2005:118-121). Tatile ayrılacak bütçenin çok büyük bir oranda önceden belirlenmiş olması ve otelde konseptte dahil olan ürünler için ekstra ödeme yapılmıyor olması, her şey dahil sistemin otel müşterileri tarafından tercih edilmesinin önemli nedenlerinden biridir. Bu çalışmada, görüşülen katılımcılar arasında, her şey dahil sistemden vazgeçilmesini öneren yalnızca bir otel misafiri olmuştur. Bu bulgu, otel misafirleri için her şey dahil sistemin çekici bir unsur olduğuna ve sistemden vazgeçilmesinin otel misafirleri tarafından tercih edilecek bir durum olmadığına yönelik görüşleri destekler niteliktedir. Ancak, her şey dahil sisteme yönelik tartışmalardan hareketle, mevcut sistemin tekrar gözden geçirilmesi ve revize edilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Otel misafirleri tarafından getirilen önerilerden biri her şey dahil sistemde tüketim miktarı limitleri belirlenmesidir. Fakat, her şey dahil bir otelde konaklamaya gelen bir misafirin bu tür kısıtlayıcı uygulamaları hoş görmeyeceği değerlendirilmektedir. Turuncu Bayrak gibi bir uygulamanın sistemde gerçekleştirilecek bu tür revizyonlara dayanak sağlayarak, sektörel uygulamalardaki dönüşümleri destekleyebileceği düşünülmektedir. Bazı çalışanların açık büfe sistemi yerine alakart hizmeti sunulması yönündeki önerileri bu konuda bir çözüm olabilir. Ancak, çalışanlar tarafından da belirtildiği gibi alakart servisin açık büfe sistemine göre daha fazla ve nitelikli işgücü gerektirmesi nedeniyle bu sistemin her otelde başarıyla uygulanamayabileceği dikkate alınmalıdır. Ayrıca, her şey dahil sistem kadar açık büfe uygulamasının da birçok otel misafiri için çekici bir unsur olduğu ve açık büfe sistemi yerine alakart hizmet sunulmasının mevcut misafir profili tarafından tercih edilecek bir durum olmayabileceği hususu da göz önünde bulundurulmalıdır. Araştırmada, açık büfe uygulaması

yerine alakart hizmetini öneren otel misafirlerinin sayısının oldukça düşük olması da, bu konuda dikkatli kararlar alınması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Sektörel politika ve projelerle ilgili önerilerden bir diğeri, artan yatak kapasitesinin, artan rekabet ortamında fiyatları düşürmesi ve gelen misafir profilini olumsuz yönde etkilemesi gibi sebeplerle, Antalya’da yeni oteller yapılmasının önüne geçilmesidir. Ayrıca, bazı çalışanlar tarafından Türkiye’deki otel yıldızlama sisteminin güncel ve yeterli olmayışının; haksız rekabete yol açması, bazı otellerde kalitenin düşmesine sebep olması ve gelen misafirlerde otel standartları konusunda kafa karışıklığı oluşturması sebebiyle mevcut yıldızlama sisteminin revize edilmesi önerilmiştir. Her şey dahil sistemi uygulayan bir çok beş yıldızlı otelin çok farklı fiyatlar uygulaması ve bazı beş yıldızlı otellerin çok düşük fiyatlardan satış yapması gibi durumlar, bu otellerin verdikleri hizmetlerde kalite farklılıkları olabileceğini işaret etmektedir.

Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik’te (2019) belirtilen otel sınıflandırma sistemine göre, Türkiye’de oteller bir, iki, üç, dört ve beş yıldızlı olarak sınıflandırılabilir. Ancak, günümüzde bazı otellerin “yedi yıldız” gibi mevzuatta karşılığı olmayan bir şekilde tanıtıldığına rastlanmaktadır. Bu tür mevzuata aykırı uygulamalar da dikkate alındığında, mevcut sınıflama sistemindeki yetersizliklerin giderilerek güncellenmesine yönelik katılımcılar tarafından getirilen önerilerin yerinde olduğu söylenebilir.

Sektörel politikalar ve projelerle ilgili diğer öneriler ise; misafirlerin seyahat acentaları tarafından israf konusunda bilgilendirilmeleri ve yönlendirilmeleri ile israf sorunu, israfı önleyici uygulamalar ve çözüm yollarının paylaşıp tartışılacağı özel sektör, ilgili kamu kurumları ve akademi işbirlikli panellerin düzenlenmesi şeklindedir. Otel çalışanları tarafından da belirtildiği gibi, otellerdeki israf sorununun çözümü için tüm paydaşların katılımıyla gerçekleşecek işbirlikli çabalara ihtiyaç olduğu açıktır. Bu konuda, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı başta olmak üzere, otellerde israf sorununun çözümüne katkı sağlayabileceği değerlendirilen tüm kurum ve kuruluşların (özel sektör, ilgili kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler vb.) desteğiyle “Turizmde İsrafı Önleme Platformu” oluşturulabilir. Bu platformda, turizm işletmelerinde israfın boyutlarına yönelik sistematik ölçümlere dayalı olarak ortaya çıkan israf kalemlerine ve atıklara ilişkin istatistikler oluşturulabilir, bu istatistikler belirli periyotlarda yayınlanabilir ve süreç takipleri yapılabilir. Ancak bunun için belirlenen turizm işletmelerinde gerekli ölçümlerin düzenli olarak yapılması ve ölçüm sonuçlarının oluşturulacak platforma eksiksiz olarak aktarılması gerekir. Bu ölçümler turizm işletmelerinin mevcut durumlarını ve süreç içerisindeki israf miktarına yönelik değişimlerin de takip edebilmesini sağlar. Aynı zamanda bahsedilen bu platform tarafından otellerde israf yönetimine yönelik paneller düzenlenerek, turizm işletmeleri kapsamında süreç içerisindeki israf miktarına yönelik değişimler ve mevcut durum değerlendirilebilir, israfı önlemeye yönelik çözüm önerileri tartışılabilir ve israfı önleyici başarılı uygulamalar paylaşılabilir. Düzenlenecek paneller

sonucunda yayınlanacak raporlar turizm işletmeleri yöneticilerine israfı önleyici uygulamalar konusunda yol gösterici olabilir.

Platform kapsamında medya iletişim araçları, sosyal etkinlikler vb. vasıtasıyla toplumun bilinçlendirilmesine yönelik çeşitli faaliyetler yürütülebilir. Turizm işletmeleri çalışanlarına israf konusunda eğitimler verilebilir. Turizm yatırımcılarının da israf konusunda bilinçlendirilmesi ve sürece dahil edilebilmesi için çeşitli toplantılar düzenlenebilir. Böylece, yatırım ya da tedarik sürecindeki hatalardan kaynaklı olarak ortaya çıkan israfın yönetilmesine de katkıda bulunulabilir. Katılımcılar tarafından bahsedilen, ancak Turuncu Bayrak uygulaması adı altında otellerde yalnızca “gıda israfını” önleyemeye yönelik faaliyetler yürüten Gıda İsrafını Önleme ve Bilinçlendirme Platformu’nun da, bahsedilen “Turizmde İsrafı Önleme Platformu”na entegre edilmesi düşünülebilir. Böylece, hali hazırda uygulamaya başlanmış olan bir projenin sürekliliği desteklenirken, yeni oluşturulacak platformda daha önce gerçekleştirilen uygulamalarla elde edilen tecrübelerden yararlanılması da sağlanmış olur. Ayrıca, otellerde gıda atıkları/kayıplarıyla ilgili benzer konularda çalışmaların yürütüldüğü Fazla Gıda Platformu gibi organizasyonlarla yeni oluşturulması önerilen Turizmde İsrafı Önleme Platformu bünyesinde yapılacak işbirlikli çalışmaların da otellerde israf sorununun çözümüne yönelik ilave faydalar sağlayabileceği değerlendirilmektedir.

5.3. Sınırlılıklar

Görüşme tekniği, görüşülecek bireyleri belirlemek, bu kişilerle birebir iletişim kurmak, randevu ayarlamak, görüşme mahaline seyahat etmek, görüşmeyi gerçekleştirmek, görüşme notlarını ve kayıtları yazıya geçirmek gibi aşamaları içermekte olup, diğer veri toplama tekniklerine göre oldukça zaman alıcıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2013:154). Tekniğin bu dezavantajı, aynı zamanda araştırmaya dahil edilen işletme sayısını ve katılımcı çeşitliliğini kısıtlayan bir durumdur. Bu nedenle, araştırmanın veri toplama alanı yalnızca Antalya bölgesindeki beş yıldızlı her şey dahil resort otel işletmeleriyle sınırlandırılmıştır. Farklı otel türlerinde (örneğin, şehir otellerinde, zincir otellerde, pansiyonlarda vb.), 4 ve daha az yıldızlı otellerde ya da her şey dahil sisteminin uygulanmadığı otellerde benzer araştırmalar gerçekleştirilebilir.

Araştırmada yalnızca yerli turistlerin örneklenmesi de araştırmanın bir diğer sınırlılığıdır. Konuyla ilgili gelecekteki çalışmalarda, farklı milliyetlerden oluşan otel misafirlerinden veri toplanarak araştırma bulgularının sınanmasının, israfa ilişkin algı, tutum ve davranışlara yönelik milliyetler arası karşılaştırmaların yapılmasının israf davranışı ve nedenlerine yönelik kültürlerarası farklılıklar konusunda ilave bilgiler sağlayabileceği değerlendirilmektedir.

Görüşülen otel çalışanları, farklı misafir grupları arasındaki davranışsal farklılıkları açıklarken misafirleri birbirinden farklı sosyo demografik özelliklere (bazı çalışanlar milliyete göre, bazı çalışanlar yaşa göre vb.) göre gruplayarak değerlendirmişlerdir. Ayrıca, çalışanlar çalıştıkları oteldeki konaklama oranı yüksek olan misafir grupları (örneğin, Alman, Rus ve Türk misafirler) üzerinden, kendi gözlemlerine dayalı olarak israfın en çok (örneğin, Arap ülkelerinden gelen misafirler, Türk misafirler, çocuklar) ve en az karşılaşıldığı misafir grupları (örneğin, Alman misafirler) üzerinden değerlendirmeler yapmışlardır. Örneğin, çalışanlar ağırlıklı olarak misafir milliyetlerine göre karşılaştırmalar yaparken, farklı yaş gruplarından misafirlerin tüketim şekillerini karşılaştıran çalışanların sayısı nispeten az olmuştur. O nedenle, bazı misafir gruplarına yönelik değerlendirmeler (örneğin, ergenler, Azeriler) oldukça az sayıda otel çalışanı tarafından yapılmıştır. Bu durum, bazı misafir gruplarının tüketim davranışlarına yönelik ifadelerin tekrar sayılarının düşük olmasına yol açarak, söz konusu gruplar üzerinden yorum yapılmasını güçleştirmiştir. Bu sebepten, farklı sosyo-demografik özelliklere sahip misafir gruplarının tek tek ele alınarak, gruplar arası davranışsal farklılıklara ilişkin araştırmaya bulgularının gelecekteki araştırmalarda sınanmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

Görüşme tekniğinin bir diğer kısıtı, her ne kadar birçok araştırmada katılımcının kimliği açıklanmıyor olsa da, katılımcının kim olduğu belli olduğu için bu durumun bazen bazı bilgilerin elde edilmesini güçleştirebilmesi veya verilen bilgilerin doğruyu yansıtmaktan ziyade sosyal olarak kabul edilebilir şekilde verilmesine yol açabilmesidir (Rubin ve Babbie, 2008:176; Yıldırım ve Şimşek, 2013:154). Otel içerisinde israf davranışlarında bulunduğunu belirten otel misafirleri, diğer otel misafirlerinin israf davranışlarıyla ilgili detaylı açıklamalarda bulunurken, kendi gerçekleştirdikleri israf davranışlarıyla ilgili oldukça sınırlı (ağırlıklı olarak gıda israfıyla ilgili önceki bulgulara benzer) açıklamalar yapmışlardır. Bu durumun, sosyal kabul edirlilik kaygısından kaynaklanmış olabileceği değerlendirilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013:154). Bu çalışmada, otel misafirlerine kendi israf davranışları sorulduğunda sosyal kabul edirlilik kaygısı gibi nedenlerle tatmin edici yanıtlar alınamayacağı ihtimali göz önünde bulundurularak, görüşme sürecinde otel misafirlerinin ilk olarak diğer otel misafirlerinin israf davranışlarına yönelik gözlemleri sorulmuştur. O nedenle, otel misafirlerinin kendi israf davranışlarına yönelik öz değerlendirmeleri konusunda elde edilen bulguların sınırlı olması araştırma sorularına yanıt alınabilmesi bakımından sorun oluşturmamıştır. Ancak, israf gibi gayrı-ahlaki bir davranış olarak kabul edilen davranışlar konusunda çalışacak olan araştırmacıların bu bulguyu göz önünde bulundurmasının araştırma sorularına yanıt alınabilirlik bakımından faydalı olabileceği değerlendirilmektedir.

Çalışmada, örneklem çeşitlemesi (triangulation) prensibine dayalı olarak; hem otel çalışanlarından hem de turistlerden veri toplanarak, araştırılan konunun farklı boyutlardan değerlendirilmesine ve anlamlandırılmasına çabalanmış, araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliği

bu yolla desteklenmeye çalışılmıştır (Başkale, 2016:24; Yıldırım ve Şimşek, 2013:102). Ancak, geçerlilik ve güvenilirlik sorunlarının minimum düzeye indirilebilmesi için gerekli görülen yöntem çeşitlemesi bu çalışmada zaman ve maddi kısıtlar nedeniyle gerçekleştirilememiştir (Kozak, 2014:38). Konuyla ilgili yapılacak araştırmalarda, bu çalışmada sunulan bulgulardan hareketle otel misafirleri tarafından gerçekleştirilen israf davranışlarına yönelik bir ölçek geliştirilerek, israf davranışının boyutları ortaya konulabilir. Geliştirilecek ölçek kullanılarak, israf davranışının çeşitli öncül ve ardıl değişkenlerle ilişkileri ve farklı misafir gruplarının israf davranışlarındaki farklılıklar nicel araştırma yöntemleri kullanılarak araştırılabilir. Ayrıca, bireylerin evdeki ve oteldaki tüketim davranışlarındaki farklılıklar ve nedenleri de anket tekniği kullanılarak sınanabilir.

Çalışmada, otellerde israfın önlenmesine yönelik çabalara katkı sağlama amacıyla, atık yönetim hiyerarşisinin yalnızca atığın ortaya çıkmasının önlenmeye çalışıldığı en ideal basamağı olan “atık oluşumunun en aza indirilmesine” odaklanılmıştır. Hiyerarşide hali hazırda ortaya çıkmış olan atıkların yönetilmesiyle ilgili olan ilk dört basamağa ilişkin uygulamalar ve çözüm önerileri, otel misafirlerinin tüketim davranışlarıyla ilişkisiz olduğundan araştırma kapsamı dışında tutulmuştur. Gelecek araştırmalarda, otellerde atık yönetimiyle ilgili hatalı uygulamalar nedeniyle gerçekleşen kaynak kayıplarına da odaklanılabilir.

Kaynaklara yönelik kayıp ve israf, üretimin başlangıç noktasından tüketim noktasına kadar tedarik zincirinin tüm aşamalarında gerçekleşebilmektedir (FAO, 2013; EC, 2017). Bu çalışmanın kapsamı, otellerde israfın yönetilmesi noktasında, yalnızca otel içerisinde tüketim sürecinde ve tüketiciler (otel misafirleri) tarafından gerçekleştirilen israfla sınırlandırılmıştır. Üretim süreçlerindeki fireler/zaiyatlar ve işletme çalışanlarının kendi otel içi tüketimleri sırasında gerçekleştirdikleri israf çalışma kapsamı dışındadır. Çalışmada ayrıca, tüketim süreçlerinde ve otel misafirleri tarafından gerçekleştirilen israfın yine turist davranışlarını değiştirmeye yönelik uygulamalarla azaltılmasına odaklanılması bakımından, israfı önlemeye yönelik olarak yalnızca işletmelerdeki “işleyişle ilgili” (örneğin, aktivite alanlarındaki işleyiş şemaları, sunulan hizmetler, otel misafirlerinin kültürü ve kaynak tüketimine yönelik farkındalık düzeyi gibi) parametrelere odaklanılmıştır. Otellerdeki “fiziksel parametreler” (bina büyüklüğü, yapısı, tasarımı, kurulan enerji ve su sistemleri gibi) ise yalnızca turistlerin israf davranışları üzerindeki etkileri bakımından dikkate alınmıştır. Ayrıca, bu çalışmada turist tarafından gerçekleştirilen israfın yine turist davranışlarının değiştirilmesine yönelik işletme uygulamalarıyla nasıl ortadan kaldırılabileceğine (ya da azaltılabileceğine) yönelik “talep yönlü” unsurlara odaklanılmıştır. Otellerdeki arz yönlü kaynaklar ise yalnızca otel misafirlerinin israf davranışları üzerindeki etkileri bakımından dikkate alınmıştır. İşletmenin üretim süreçlerinde kendi maliyetlerini azaltmak, çeşitli yeşil sertifikaları alabilmek ve benzeri nedenlerle tercih ettiği kaynak tasarrufuna yönelik “arz yönlü” uygulamalar otel misafirlerinin israf

davranışlarıyla ilgili olmadığından araştırmanın kapsamı dışında tutulmuştur. Gelecek araştırmalarda, otellerde üretim ve hizmet süreçlerinde ortaya çıkan zaiyatlar/kayıplar, nedenleri ve önlemeye yönelik uygulamalara da odaklanılabilir. Ayrıca, otel çalışanları tarafından gerçekleştirilen israf davranışı şekilleri, nedenleri ve bu davranışları önlemeye yönelik stratejiler konusunda da araştırmalar yapılabilir.



KAYNAKLAR

- [1]. Adomaviciute, K. (2013). Relationship between utilitarian and hedonic consumer behavior and socially responsible consumption. *Economics and Management*, 18(4), 754-760.
- [2]. Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckman (Eds.), *Action-control: From cognition to behavior* (ss. 11-39). Heidelberg: Springer.
- [3]. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- [4]. Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, and behavior*. UK: McGraw-Hill Education.
- [5]. Akgül, A. (2004). İsrafın Önlenmesinde 6 Sigma ve 80/20 Prensipleri. A. S. Sargut ve K. İlter (Eds.), *İsrافی Önleme Sempozyumu bildiri kitapçığı içinde sunuş* (ss. 7-12). Ankara: Başkent Üniversitesi Yayınları.
- [6]. Akıncı, S. ve Kıymalıoğlu, A. (2014). Planlı davranış teorisi (theory of planned behavior), M. İ. Yağcı ve S. Çabuk (Eds.). *Pazarlama Teorileri içinde* (ss. 385-411). İstanbul: Mediacat.
- [7]. Aksoy, M. ve Solunoğlu, A. (2015). Gıda israfı ve "Freegan food akımı". M. A. Çukurçayır, A. Başoda, Ş. Ünüvar, M. Sağır, M. Çiçekdağı ve S. Büyükipekçi (Eds.), *I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators (EITOC-2015)*: Vol. III. (ss. 165-172). Konya: Aybil Yayınları.
- [8]. Aktan, C. C. (2011). Devletin büyümesi ve devletin başarısızlığının anatomisi. *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 29-49.
- [9]. Aktaş Polat, S. (2013). *Turistlerin tatil dönemlerinde sergiledikleri geçici davranış değişiklikleri (liminoid) üzerine bir araştırma*. Yayımlanmamış doktora tezi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- [10]. Alkin, E. (1980). Özel kesimde savurganlık. *Türk Ekonomisinde Savurganlık semineri kitapçığı içinde*, (ss. 55-70). İktisadi Araştırmalar Vakfı. İstanbul: Fakülteler Matbaası.
- [11]. Alpar, R. (2014). *Spor, sağlık ve eğitim bilimlerinden örneklerle uygulamalı istatistik ve geçerlilik güvenirlik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [12]. Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2007). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı*. Adapazarı: Sakarya Yayıncılık.
- [13]. Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi [EESC]. (2013). *Opinion of the European Economic and Social Committee on civil society's contribution to a strategy for prevention and reduction of food losses and food waste*, Mart 2013. Brüksel, Belçika. Retrieved June 21, 2017, from <http://www.eesc.europa.eu/?i=portal.en.nat-opinions.25955>
- [14]. Avrupa İstatistik Ofisi (EUROSTAT). (2009). *Medstat II: 'Water and tourism' pilot study*. Avrupa Komisyonu. Retrieved August 4, 2017, from <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3888793/5844489/KS-78-09-699-EN.PDF/04c900a4-6243-42e0-969f-fc04f184a8b6?version=1.0>
- [15]. Avrupa Komisyonu [EC]. (2017). *Stop Food Waste*. Retrieved June 19, 2017 from http://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/stop_en
- [16]. Ay, C. ve Karaman, A. (2014). Atfetme (nedensellik yükleme) teorisi. M. İ. Yağcı ve S. Çabuk (Eds.). *Pazarlama Teorileri* (ss. 113-130). İstanbul: Mediacat.
- [17]. Ay, A., Karaçor, Z. ve Çetinkaya, M. (2004). Politik Yolsuzluk ve İsraf: Türkiye Ekonomisi Üzerine Bir Değerlendirme. A. S. Sargut ve K. İlter (Eds.). *İsrافی Önleme Sempozyumu bildiri kitapçığı içinde* (ss. 21-34). Ankara: Başkent Üniversitesi Yayınları.

- [18]. Aydın, F. ve Yıldız, Ş. (2011). Sivas ilinde ekmek tüketim alışkanlıkları ve tüketici dinamiklerinin belirlenmesi. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 42(2), 165–180.
- [19]. Aydoğdu, A. ve Koçoğlu, C. M. (2017). Helâl konseptli otellerde israf: Bir örnek olay incelemesi. K. Oktay ve H. Pamukçu (Eds.). *1. International Halal Tourism Congress Bildiri Kitapçığı içinde*, (ss. 1105-1115). Alanya: Kastamonu Üniversitesi. 31.07.2019 tarihinde https://www.halaltourismcongress.com/1IHTC/?page_id=1886&lang=tr adresinden alınmıştır.
- [20]. Aysan, M.. (1980). Kamu kesiminde savurganlık ve önlenmesi için alınması gerekli önlemler. *Türk Ekonomisinde Savurganlık seminer kitabı içinde* (ss. 41-54). İstanbul: Fakülteler Matbaası.
- [21]. Balogun, S. K., Selemogwe, M. ve Akinfala, F. (2013). Fraud and Extravagant Life Styles Among Bank Employees: Case of Convicted Bank Workers in Nigeria. *Psychological Thought*, 6(2), 252–263.
- [22]. Başkale, H. (2016). Nitel araştırmalarda geçerlik, güvenirlik ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 23-28.
- [23]. Batra, R. ve Ahtola, O. T. (1991). Measuring the hedonic and utilitarian sources of consumer attitudes. *Marketing letters*, 2(2), 159-170.
- [24]. Bekçioğlu, S., Öztürk, M. ve Açıkgöz, B. (2004). Kamuda stratejik bir planlama aracı olarak fayda-maliyet analizi ile israfın önlenmesi. A. S. Sargut ve K. İlter (Eds.). *İsrafı Önleme Sempozyumu bildiri kitapçığı içinde* (ss. 35-48). Ankara: Başkent Üniversitesi Yayınları.
- [25]. Bilgin, N. (2014). *Sosyal bilimlerde içerik analizi: Teknikler ve örnek çalışmalar*. Siyasal Kitabevi: Ankara.
- [26] Birgün, S., Gülen, K. G. ve Özkan, K. (2006). Yalın üretime geçiş sürecinde değer akışı haritalama tekniğinin kullanılması: İmalat sektöründe bir uygulama. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 5(9), 47–59.
- [27]. Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü [UNESCO]. (2014). *The United Nations world water development report 2014: Water and energy*. Retrieved July 31, 2019 from <https://www.unwater.org/publications/world-water-development-report-2014-water-energy/>
- [28]. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü [FAO]. (2013). *Food wastage footprint: Impacts on natural resources: summary report*. Retrieved June 20, 2017 from <http://www.fao.org/docrep/018/i3347e/i3347e.pdf>
- [29]. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü [FAO]. (2017). *SAVE FOOD: Global initiative on food loss and waste reduction: Key facts on food loss and waste you should know!*. Retrieved June 6, 2017 from <http://www.fao.org/save-food/resources/keyfindings/en/>
- [30]. Bohdanowicz, P. ve Martinac, I. (2007). Determinants and benchmarking of resource consumption in hotels—Case study of Hilton International and Scandic in Europe. *Energy and buildings*, 39(1), 82-95.
- [31]. Bohner, G. ve Schlüter, L. E. (2014). A room with a viewpoint revisited: Descriptive norms and hotel guests' towel reuse behavior. *PloS one*, 9(8), e104086.
- [32]. Braun, V. ve Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- [33]. Buhalis, D. ve Leung, R. (2018). Smart hospitality—Interconnectivity and interoperability towards an ecosystem. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 41-50.
- [34]. Chan, E. S., Okumus, F. ve Chan, W. (2018). Barriers to environmental technology adoption in hotels. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(5), 829-852.

- [35]. Charara, N., Cashman, A., Bonnell, R. ve Gehr, R. (2011). Water use efficiency in the hotel sector of Barbados. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(2), 231-245.
- [36]. Chuah, J. W. (2014, December). The Internet of Things: An overview and new perspectives in systems design. In *2014 International Symposium on Integrated Circuits (ISIC)*, (ss. 216-219). IEEE.
- [37]. Creswell, J. W. (2018). *Nitel araştırma yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni*. (Çev. A. Budak ve İ. Budak). Ankara: Siyasal Kitabevi (Özgün çalışma 2013).
- [38]. Cvelbar, L. K., Grün, B. ve Dolnicar, S. (2017). Which hotel guest segments reuse towels? Selling sustainable tourism services through target marketing. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(7), 921-934.
- [39]. Dann, M. S. G. (1977). Anomie, Ego-Enhancement and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194.
- [40]. Davidson, J. (1898). Luxury and extravagance. *The International Journal of Ethics*, 9(1), 54-73.
- [41]. Demirbaş, A. (2003). Energy and environmental issues relating to greenhouse gas emissions in Turkey. *Energy Conversion and Management*, 44(1), 203-213.
- [42]. Devellioğlu, F. (1993). *Osmanlıca-Türkçe ansiklopedik lugat: Eski ve yeni harflerle*. Ankara: Aydın Kitabevi Yayınları.
- [43]. Dünya Sağlık Örgütü [WHO]. (2016) *Obesity and overweigh*. Retrieved June 6, 2017 from <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/en/>
- [44]. Dünya Sağlık Örgütü [WHO]. (2017). *10 facts on obesity*. Retrieved June 16, 2017 from <http://www.who.int/features/factfiles/obesity/en/>
- [45]. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi [WTTC]. (2019a). *Travel & tourism economic impact 2019 world*. Retrieved June 17, 2019 from <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2019/world2019.pdf>
- [46]. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi [WTTC]. (2019b). *Turkey tops European travel & tourism growth ranking in 2018*. Retrieved June 17, 2019 from <https://www.wttc.org/about/mediacentre/press-releases/press-releases/2019/turkey-tops-european-travel-and-tourism-growth-ranking-in-2018/>
- [47]. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi [WTTC]. (2019c). *Travel & tourism economic impact 2018 Turkey*. Retrieved June 17, 2019 from <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/country-reports/>
- [48]. Dünya Turizm Örgütü [UNWTO]. (2017). *UNWTO Tourism Highlights – 2017 edition*. Retrieved December, 14, 2017 from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>
- [49]. Dünya Turizm Örgütü [UNWTO]. (2018). *UNWTO tourism highlights 2018 edition*. Retrieved June 17, 2019 from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>
- [50]. Dünya Turizm Örgütü [UNWTO]. (2019). *International tourism highlights 2019 edition*. Retrieved October 21, 2019 from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>
- [51]. Dölekoğlu, C., Gün, S. ve Giray, H. (2014). Yoksulluk ve gıda israfı sarmalı. V. Ceyhan, E. Hazneci, K. Hazneci ve Ç. Yıldırım (Eds.), *11. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi Bildiri Kitapçığı* içinde: Vol 1. (ss. 172-181). Samsun: Erol Ofset Yayınevi.
- [52]. Eker, E. ve Şahin, M. (2002). Birinci basamakta obeziteye yaklaşım. *Sürekli Tıp Eğitimi Dergisi*, 11(7), 246-249.

- [53]. Ekmekçi Bal, Z., Sayılı, M. ve Gözener, B. (2013). Tokat ili merkez ilçede ailelerin ekmek tüketimleri üzerine bir araştırma. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 30(1), 61-69.
- [54]. Elker, C. (2004). Ulaşımda verimsizlik ve yapısal değişikliğin gerekliliği. A. S. Sargut ve K. İltter (Eds.). *İsrafi Önleme Sempozyumu bildiri kitapçığı içinde* (ss. 49-56). Ankara: Başkent Üniversitesi Yayınları.
- [55]. Ellis, D. B. ve Miller, L. W. (1936). Teachers' attitudes and child behavior problems. *Journal of Educational Psychology*, 27(7), 501.
- [56]. Erdemir, H. (2004). Türk devlet üniversitelerinde iş yönetimi ve israf bağlantısı. A. S. Sargut ve K. İltter (Eds.). *İsrafi Önleme Sempozyumu bildiri kitapçığı içinde* (ss. 57-64). Ankara: Başkent Üniversitesi Yayınları.
- [57]. Ergül, H. F. ve Kurtulmuş, M. (2014). Sosyal sorumluluk anlayışının geliştirilmesinde topluma hizmet uygulamaları dersine ilişkin öğretim elemanlarının görüşleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(49), 221-232.
- [58]. Erickson, V. L., Achleitner, S. ve Cerpa, A. E. (2013, April). POEM: Power-efficient occupancy-based energy management system. In *Proceedings of the 12th international conference on Information processing in sensor networks* (ss. 203-216). ACM.
- [59]. Ertürk, A., Arslantaş, N., Sarıca, D. ve Demircan, V. (2015). Isparta ili kentsel alanda ailelerin ekmek tüketimi ve israfi. *Akademik Gıda*, 13(4), 291-298.
- [60]. Fishbein, M. ve Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. MA: Addison-Wesley. Retrieved July 16, 2017 from <http://people.umass.edu/aizen/f&a1975.html>
- [61]. Friedman, M. ve Friedman, R. (1980). *Free to choose: A personal statement*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- [62]. Gabarda-Mallorqui, A., Fraguell, R. ve Ribas, A. (2018). Exploring environmental awareness and behavior among guests at hotels that apply water-saving measures. *Sustainability*, 10(5), 1305-1320.
- [63]. Gıda İsrafını Önleme & Bilinçlendirme Platformu. (t.y.). *Hakkımızda*. 29.07.2019 tarihinde <http://www.israf.net/sayfa/Gida-Israfini-Onleme-Bilinclendirme-Platformu/1> adresinden alınmıştır.
- [64]. Goldstein, N. J., Cialdini, R. B. ve Griskevicius, V. (2008). A room with a viewpoint: Using social norms to motivate environmental conservation in hotels. *Journal of Consumer Research*, 35(3), 472-482.
- [65]. Gössling, S., Peeters, P., Hall, C. M., Ceron, J. P., Dubois, G. ve Scott, D. (2012). Tourism and water use: Supply, demand, and security. An international review. *Tourism Management*, 33(1), 1-15.
- [66]. Guest, G., Bunce, A. ve Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), 59-82.
- [67]. Gustavsson, J., Cederberg, C., Sonesson, U., van Otterdijk, R. ve Meybeck, A., (2011). *Global food losses and food waste: extent, causes and prevention*. FAO, Rome, Italy. Retrieved June 22, 2017 from <http://www.fao.org/docrep/014/mb060e/mb060e00.pdf>
- [68]. Gül, A., Işık, H., Bal, T. ve Ozer, S. (2003). Bread consumption and waste of households in urban area of Adana province. *Electronic Journal of Polish Agricultural Universities*, 6(2), 1-13.
- [69]. Gülcan, B. (1999). Özendirme turizmi ve Türkiye potansiyeli. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(1), 41-62.

- [70]. Güler, S. (2010). Türk mutfak kültürü ve yeme içme alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 24-30.
- [71]. Glaser, B. G. ve Strauss, A. L. (2006). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. New Jersey: Aldin Transaction.
- [72]. Gong, T. ve Xiao, H. (2017). The formation and impact of isomorphic pressures: extravagant position-related consumption in China. *Governance*, 30(3), 387-405.
- [73]. Han, H. ve Hyun, S. S. (2018a). What influences water conservation and towel reuse practices of hotel guests?. *Tourism Management*, 64, 87-97.
- [74]. Han, H. ve Hyun, S. S. (2018b) Eliciting customer green decisions related to water saving at hotels: impact of customer characteristics. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(8), 1437-1452.
- [75]. Han, H., Lee, J. S., Trang, H. L. T. ve Kim, W. (2018). Water conservation and waste reduction management for increasing guest loyalty and green hotel practices. *International Journal of Hospitality Management*, 75, 58-66.
- [76]. Han, H., Lee, M. J. ve Kim, W. (2018). Promoting towel reuse behaviour in guests: A water conservation management and environmental policy in the hotel industry. *Business Strategy and the Environment*, 27(8), 1302-1312.
- [77]. Haynes, S. N., Richard, D. ve Kubany, E. S. (1995). Content validity in psychological assessment: A functional approach to concepts and methods. *Psychological assessment*, 7(3), 238.
- [78]. Hoekstra, A.Y., Chapagain, A.K., Aldaya, M.M. ve Mekonnen, M.M. (2011). *The water footprint assessment manual: Setting the global standard*. Earthscan, London, UK. Retrieved December 13, 2019 from <http://waterfootprint.org/en/water-footprint/glossary/#BWF>
- [79]. Hogg, M. A. ve Vaughan, G. M. (2014). *Sosyal psikoloji*. (Çev. İ. Yıldız ve A. Gelmez). Ankara: Ütopya Yayınevi (Özgün çalışma 2014).
- [80]. Holbrook, M. B. ve Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132-140.
- [81]. Ilyasova, A. (2017). *Türk misafirlerin gıda israfı tutumları üzerine beş yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma: Alanya örneği / A study on the attitudes of Turkish guests towards food waste in five-star hotel businesses: An example of Alanya*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- [82]. İktisadi Araştırmalar Vakfı. (1980). *Türk ekonomisinde savurganlık*. İstanbul: Fakülteler Matbaası.
- [83]. Juvan, E. ve Dolnicar, S. (2014). The attitude-behaviour gap in sustainable tourism. *Annals of Tourism Research*, 48, 76-95.
- [84]. Juvan, E., Grün, B. ve Dolnicar, S. (2018). Biting off more than they can chew: Food waste at hotel breakfast buffets. *Journal of Travel Research*, 57(2), 232-242.
- [85]. Kallbekken, S. ve Saelen, H. (2013). 'Nudging' hotel guests to reduce food waste as a win-win environmental measure. *Economics Letters*, 119(3), 325-327.
- [86]. Kanar, M. (2008). *Kanar Osmanlı Türkçesi sözlüğü*. İstanbul: Say Yayınları.
- [87]. Karataş, Z. (2017). Sosyal bilim araştırmalarında paradigma değişimi: Nitel yaklaşımın yükselişi. *Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 68-86.
- [88]. Kılınç Şahin, S. ve Bekar, A. (2018). Küresel bir sorun "gıda atıkları": Otel işletmelerindeki boyutları (A global problem "food waste": food waste generators in hotel industry). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 1039-1061.

- [89]. Kılış, Y. (1980). Tüketimde savurganlık. *Türk Ekonomisinde Savurganlık seminer kitapçığı içinde* (ss. 91-107). İktisadi Araştırmalar Vakfı. İstanbul: Fakülteler Matbaası.
- [90]. Kim, Y. ve Han, H. (2010). Intention to pay conventional-hotel prices at a green hotel—a modification of the theory of planned behavior. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(8), 997-1014.
- [91]. Kirk, D. (1995). Environmental management in hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 7(6), 3-8.
- [92]. Kivetz, R. ve Zheng, Y. (2006). Determinants of justification and self-control. *Journal of Experimental Psychology: General*, 135(4), 572.
- [93]. Knezevic, R. ve Vivic, L. (2008). A survey of tourism management attitudes to renewable energy supply in Primorsko-Goranska County (Croatia). *Tourism and Hospitality Management*, 14(1), 95-104.
- [94]. Koçel, T. (2010). *İşletme yöneticiliği*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- [95]. Kotler, P., Bowen, J. T. ve Makens, J. C. (2010). *Marketing for hospitality and tourism*. New Jersey: Pearson Education.
- [96]. Kozak, M. (2014). *Bilimsel araştırma: Tasarım, yazım ve yayım teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [97]. Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2006). *Genel turizm: İlkeler-kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [98]. Lawshe, C. H. (1975). A quantitative approach to content validity. *Personnel Psychology*, 28(4), 563-575.
- [99]. Lexico Dictionary Online. (2019). Retrieved July 29, 2019 from <https://www.lexico.com/en>
- [100]. Lipinski, B., Hanson, C., Lomax, J., Kitinoja, L., Waite, R. ve Searchinger, T. (2013). *Reducing food loss and waste*. Working Paper, Installment 2 of Creating a Sustainable Food Future. Washington, DC: World Resources Institute. Retrieved June 22, 2017 from <http://staging.unep.org/wed/2013/docs/WRI-UNEP-Reducing-Food-Loss-and-Waste.pdf>
- [101]. López, J., Pérez, D., Zalama, E. ve Gómez-García-Bermejo, J. (2013). Bellbot-a hotel assistant system using mobile robots. *International Journal of Advanced Robotic Systems*, 10(1), 40.
- [102]. Mair, J. ve Bergin-Seers, S. (2010). The effect of interventions on the environmental behaviour of Australian motel guests. *Tourism and Hospitality Research*, 10(4), 255-268.
- [103]. Manisalı, E. (1980). Türk ekonomisinde savurganlık. *Türk Ekonomisinde Savurganlık seminer kitabı içinde* (ss. 9-21). İstanbul: Fakülteler Matbaası.
- [104]. Marchant, I. ve Cloy, J. (2017). Weighing up the costs: Food waste monitoring and reduction in Scottish hotels. *Sustainability Cybernetics Journal*, 2(2), 1-90.
- [105]. Mason, M. (2010, August). Sample size and saturation in PhD studies using qualitative interviews. *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*, 11(3), 1-13.
- [106]. Menekşe, R. (2005). Her şey dâhil sisteminin ve sistemden faydalananlar açısından etkilerinin otel yöneticilerinin gözünden değerlendirilmesi (Marmaris örneği). *AİBÜ-İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1, 97-124.
- [107]. Merriam, S. B. (2018). *Nitel araştırma: Desen ve uygulama için bir rehber*. (Çev. S. Turan). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık (Özgün çalışma 2009).
- [108]. Morgan, M. ve Chompreeda, K. (2015). The relative effect of message-based appeals to promote water conservation at a tourist resort in the Gulf of Thailand. *Environmental Communication*, 9(1), 20-36.

- [109]. Müftüoğlu, T. (2004). İsrafın önlenmesi ve rekabet. A. S. Sargut ve K. İlter (Eds.). *İsrafi Önleme Sempozyumu bildiri kitapçığı içinde* (ss. 65-76). Ankara: Başkent Üniversitesi Yayınları.
- [110]. National Grid. (t.y.). *Managing energy costs in limited service hotels*. Retrieved July 21, 2019 from https://www9.nationalgridus.com/non_html/shared_energyeff_motels.pdf adresinden erişilmiştir.
- [111]. Nemli, E. (2001). Çevreye duyarlı yönetim anlayışı. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23, 211-224.
- [112]. Njoroge, J. M. (2016). From Davos, Switzerland to Mombasa, Kenya: A position paper on the adoption of the 'Davos Declaration' by hotels. *Current Issues in Tourism*, 19(14), 1487-1492.
- [113]. Noel, H. (2009). *Consumer behaviour*. Singapore: AVA Publication SA.
- [114]. Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2002). *Tüketici davranışı*. İstanbul: MediaCat Akademi.
- [115]. Okumuş, B. (2019). How do hotels manage food waste? Evidence from hotels in Orlando, Florida. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, (yayın sürecinde), 1-19.
- [116]. Ögüt, A., Güleş, H. K. ve Tufan Emni, F. (2004). İşletmelerde israfın önlenmesi sürecinde yalın yönetim yaklaşımının uygulanabilirliği: Japon Mottainai felsefesinin bir analizi. A. S. Sargut ve K. İlter (Eds.). *İsrafi Önleme Sempozyumu bildiri kitapçığı içinde* (ss. 77-90). Ankara: Başkent Üniversitesi Yayınları.
- [117]. Ömürgönülşen, M., Öztan, A. ve Halkman, K. (2004). Gıda sanayiinde HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points – Tehlike Analizleri ve Kritik Kontrol Noktaları) uygulamalarının israfın önlenmesi üzerindeki etkisi: Merko A.Ş. örneği. A. S. Sargut ve K. İlter (Eds.). *İsrafi Önleme Sempozyumu bildiri kitapçığı içinde* (ss. 91-110). Ankara: Başkent Üniversitesi Yayınları.
- [118]. Öner C., Özdemir M., Telatar B. ve Yeşildağ Ş. (2016). Yemek servisinde kullanılan tabakların boyutu porsiyon algısını etkiliyor mu?. *TJFMPC*, 10(4), 182- 187.
- [119]. Özdemir, A. Z. (2004). Kamu sektöründe israfi önleyen dinamik kontrol mekanizmaları. Sargut ve K. İlter (Eds.). *İsrafi Önleme Sempozyumu bildiri kitapçığı içinde* (ss. 111-122). Ankara: Başkent Üniversitesi Yayınları.
- [120]. Özdemir, G. (2018). *Food waste management within sustainability perspective: A study on five star chain hotels*. Yayınlanmamış doktora tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- [121]. Özdemir, G. ve Güçer, E. (2018). Food waste management within sustainability perspective: a study on five star chain hotels. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 280-299.
- [122]. Özdoğan, O. N., Hancer, M. ve Öter, Z. (2013, Mayıs). A debate on food cost and sustainability: The role of executive chefs in all inclusive hotels. *The 11th APacCHRIE Conference*, University of Macau, Macau.
- [123]. Özkan Buzlu, M. (2019). Devre-mülk sistemi. *Turizm Ansikopedisi Türkiye içinde* (ss. 103). Ankara: Detay Yayıncılık.
- [124]. Özkan Buzlu, M. ve Unur, K. (2018). Mesaja dayalı bildirimlerin havlu tekrar kullanımına etkisi: mersin'deki 3 yıldızlı bir şehir otelinde deneysel bir uygulama. VII. Ulusal III. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu Bildiri Kitapçığı içinde (ss. 323-330). İskenderun: İskenderun Teknik Üniversitesi.
- [125]. Özsoy, C. E. (2015). Düşük karbon ekonomisi ve Türkiye'nin karbon ayak izi. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 4(9).
- [126]. Özyılmaz, A. (2004). Hizmet organizasyonlarında bilgi teknolojileri yardımı ile hizmet arz ve talebinin dengelenmesi suretiyle israfın önlenmesi. Sargut ve K. İlter (Eds.). *İsrafi Önleme Sempozyumu bildiri kitapçığı içinde* (ss. 123-138). Ankara: Başkent Üniversitesi Yayınları.

- [127]. Pamir, A. N. (2003). Dünyada ve Türkiye’de Enerji, Türkiye’nin Enerji Kaynakları ve Enerji Politikaları. *Metalurji Dergisi*, 134, 73-100.
- [128]. Park, J., Kim, K., Kwak, J. ve Wyer Jr, R. S. (2014). Priming thoughts about extravagance: Implications for consumer decisions about luxury products. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 20(1), 40.
- [129]. Pekcan, G., Köksal, E., Küçükerdönmez, Ö. ve Özel, H. (2005). *Household food wastage in Turkey*. FAO. Retrieved July 12, 2017, from <http://www.fao.org/docrep/013/am063e/am063e00.pdf>
- [130]. Petersen, L. S. and Larsen, H. H. (2016). *DTU international energy report 2016: The energy-water-food nexus-from local to global aspects*. Technical University of Denmark. Retrieved November 3, 2017, from http://orbit.dtu.dk/files/128049733/DTU_INTERNATIONAL_ENERGY_REPORT_2016_reduced.pdf
- [131]. Pokale, T. ve Wasule, S. (2016). Power management system using PIR sensor. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 7(2), 525-528.
- [132]. Qoura, O. ve Ali, E. H. (2018). The factors affecting guests’ consumption behaviors toward open buffets to avoid food leftovers in Sharm El Sheikh hotels. *International Journal of Heritage, Tourism, and Hospitality*, 12(2/2), 411-425.
- [133]. Rajendra, S. R., Shrinivas, N. A., Subhash, M.S., Sanjay B. T. ve Balwan, P. V. (2019). Power management system using PIR sensor. *International Journal of Research in Engineering, Science and Management*, 2(2), 356-358.
- [134]. Redhouse Türkçe-İngilizce Sözlük. (1992). İstanbul: Redhouse Yayınevi.
- [135]. Reese, G., Loew, K. ve Steffgen, G. (2014). A towel less: Social norms enhance pro-environmental behavior in hotels. *The Journal of Social Psychology*, 154(2), 97-100.
- [136]. Rızaoğlu, B. (2012). *Turizm davranışı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [137]. Rico-Amoros, A. M., Olcina-Cantos, J. ve Saurí, D. (2009). Tourist land use patterns and water demand: evidence from the Western Mediterranean. *Land Use Policy*, 26(2), 493-501.
- [138]. Rosselló-Batlle, B., Moià, A., Cladera, A. ve Martínez, V. (2010). Energy use, CO 2 emissions and waste throughout the life cycle of a sample of hotels in the Balearic Islands. *Energy and Buildings*, 42(4), 547-558.
- [139]. Rubin, A. ve Babbie, E. R. (2008). *Research methods for social work*. Belmont: Thomson Higher Education.
- [140]. Safavi, H. P. ve Bouzari, M. (2019). The association of psychological capital, career adaptability and career competency among hotel frontline employees. *Tourism Management Perspectives*, 30, 65-74.
- [141]. Scerri, M. A., Jenkins, J. M. ve Lovell, G. (2017). A grounded theory model of service language in Australia's luxury hotels. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 33, 82-92.
- [142]. Schultz, W. P., Khazian, A. M. ve Zaleski, A. C. (2008). Using normative social influence to promote conservation among hotel guests. *Social influence*, 3(1), 4-23.
- [143]. Seyidoğlu, H. (1992). *Ekonomik terimler ansiklopedik sözlük*. Ankara: Güzem Yayınları.
- [144]. Singapore Hotel Association (2018). *Smart hotel technology guide: Using technology to navigate the guest experience journey*. Retrieved July 21, 2019, from <https://sha.org.sg/userfiles/ckeditor/Files/Smart%20Hotel%20Technology%20Guide%202018.pdf>

- [145]. Singh, N., Cranage, D. A. ve Nath, A. (2014). Estimation of GHG emission from hotel industry. *Anatolia*, 25(1), 39-48.
- [146]. Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S. ve Hogg, M. G. (2006). *Consumer behaviour: A European perspective*. Madrid: Pearson Education.
- [147]. Şencan, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde güvenilirlik ve geçerlilik*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- [148]. Şimşek, Y. (2017, Eylül 3). Gümrük ve Ticaret Bakanlığından israf raporu: Türk halkı tasarruf yapmıyor. *Sputnik Türkiye*. 26.10.2017 tarihinde <https://tr.sputniknews.com/columnists/201709031029975979-gumruk-ticaret-bakanligi-israf-rapor-turk-halki-tasarruf/> adresinden alınmıştır.
- [149]. Schultz, W. P., Khazian, A. M. ve Zaleski A. C. (2008). Using normative social influence to promote conservation among hotel guests. *Social Influence*, 3(1), 4-23.
- [150]. Taheri, B., Gori, K., O'Gorman, K., Hogg, G. ve Farrington, T. (2016). Experiential liminoid consumption: the case of nightclubbing. *Journal of Marketing Management*, 32(1-2), 19-43.
- [151]. Taşçı, R., Karabak, S., Bolat, M., Acar, O., Şanal, T., Pehlivan, A. ve Albayrak, M. (2017). Ankara ilinde ekmekte tüketici tercihleri. *Tarla Bitkileri Merkez Araştırma Enstitüsü Dergisi*, 26(1), 75-85.
- [152]. T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı [ETKB]. (2014). *T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı 2015-2019 stratejik planı*. 03.11.2017 tarihinde http://sp.enerji.gov.tr/ETKB_2015_2019_Stratejik_Planı.pdf adresinden alınmıştır.
- [153]. T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Toprak Mahsulleri Ofisi Genel Müdürlüğü [TMO]. (2014a). *2013 yılı Türkiye'de ekmek israfı araştırması*. Ankara.
- [154]. T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Toprak Mahsulleri Ofisi Genel Müdürlüğü [TMO]. (2014b). *2013 yılı ekmek israfını önleme kampanyası ve sonuçları*. Ankara.
- [155]. T.C. Kalkınma Bakanlığı. (1997a). Enerji sektöründen kaynaklanan hava kirliliği. *Ulusal Çevre Eylem Planı*. 03.11.2017 tarihinde <http://www.kalkinma.gov.tr/Pages/EylemVeDigerPlanlar.aspx> adresinden alınmıştır.
- [156]. T.C. Kalkınma Bakanlığı. (1997b). *Su kaynaklarının yönetimi: Ulusal çevre eylem planı*. 03.11.2017 tarihinde <http://www.kalkinma.gov.tr/Pages/EylemVeDigerPlanlar.aspx> adresinden alınmıştır.
- [157]. T.C. Kalkınma Bakanlığı. (2013). *Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018)*. 03.11.2017 tarihinde <http://www.kalkinma.gov.tr/Pages/content.aspx?List=8661bcf7-9da5-4ecb-a190-fd4aadbacc02&ID=12&Source=http%3A%2F%2Fwww%2Ekalkinma%2Egov%2Etr%2FPages%2FKalkinmaPlanlari%2Easpx&ContentTypeId=0x0100B6043AD55C311E41A48571E65B9E1AD1> adresinden alınmıştır.
- [158]. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2012). *Turizm işletmesi ve turizm yatırımı belgesi başvuru kılavuzu*. 21.03.2019 tarihinde <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/641,kilavuzpdf.pdf?0> adresinden alınmıştır.
- [159]. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2015). *2015 yılı Antalya'ya gelen ziyaretçi sayısı ve milliyetlerine göre dağılımı*. 18.01.2019 tarihinde <http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/TR-175865/yabanci-ziyaretci-sayilari-ve-milliyet-dagilimi-2012-20-.html> adresinden alınmıştır.
- [160]. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2019a). *Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin yıllara ve aylara göre dağılımı*. 17.06.2019 tarihinde <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-201111/sinir-istatistikleri.html> adresinden alınmıştır.

- [161]. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2019b). *Turizmde rekor yılı... 2018'de 46 milyon ziyaretçi rakamına ulaşıldı...* 17.06.2019 tarihinde <http://basin.ktb.gov.tr/TR-230314/turizmde-rekor-yili-2018de-46-milyon-ziyaretci-rakamina-.html> adresinden alınmıştır.
- [162]. T.C. Milli Eğitim Bakanlığı. (2018). Yiyecek İçecek Hizmetleri: Masaüstü Servis takımları. 25.10.2019 tarihinde http://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller/Masa%20%C3%9Cst%C3%BC%20Servis%20Tak%C4%B1mlar%C4%B1.pdf adresinden alınmıştır.
- [163]. T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı. (2016). *T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı 2017-2021 stratejik planı*. 27.11.2017 tarihinde <http://www.ormansu.gov.tr/docs/default-source/default-document-library/t%C4%B1klay%C4%B1n%C4%B1ze19292deda89642aade2ff000015211d.pdf?sfvrsn=0> adresinden alınmıştır.
- [164]. T.C. Ticaret Bakanlığı. (2017). *Türkiye israf raporu*. 19.06.2019 tarihinde <http://tuketici.ticaret.gov.tr/data/5aa66885ddee7d952cbd83b1/13.02.2018%20SON%20rapor%20-%20bas%C4%B1ma%20haz%C4%B1r.pdf> adresinden alınmıştır.
- [165]. T.C. Ticaret Bakanlığı. (2018). *Türkiye israf raporu*. 19.06.2019 tarihinde <https://ticaret.gov.tr/data/5c51a78e13b8762dc06a72c9/31-01-2019%20ISRAF%20RAPORU.pdf> adresinden alınmıştır.
- [166]. Tekin, Ö. A. ve İlyasov, A. (2017). The Food Waste in Five-Star Hotels: A Study on Turkish Guests' Attitudes. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 13, 31.
- [167]. Terzi, H. ve Altunışık, R. (2016). Müslüman tüketicilerin israf kavramına bakışı: Türkiye, Katar ve Endonezya ölçeğinde kültürlerarası bir mukayese. *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 86–103.
- [168]. The Oxford Turkish-English Dictionary. (1992). İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- [169]. Tosunoğlu, B. T. (2014). Sürdürülebilir Küresel Refah Göstergesi Olarak Ekolojik Ayak İzi. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 3(5), 133-149.
- [170]. Travelife. (t.y). *Travelife hakkında*. 29.07.2019 tarihinde https://www.travelife.info/index_new.php?menu=about_travelife&lang=tr adresinden alınmıştır.
- [171]. Trung, D. N. ve Kumar, S. (2005). Resource use and waste management in Vietnam hotel industry. *Journal of cleaner production*, 13(2), 109-116.
- [172]. Turan, G.G. (1980). Dış ticarette savurganlık. *Türk Ekonomisinde Savurganlık seminer kitapçığı içinde* (ss. 108-125). İktisadi Araştırmalar Vakfı. İstanbul: Fakülteler Matbaası.
- [173]. Turizm sektöründe kaç kişi sigortalı olarak çalışıyor? (2014, Ekim 22). Turizm Güncel, s. 1. 29.07.2019 tarihinde <http://www.turizmguccel.com/haber/turizm-sektorunde-kac-kisi-sigortalı-olarak-calısıyor-h20862.html> adresinden alınmıştır.
- [174]. Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik. (2019). 1 Haziran. Resmi Gazete Sayı: 30791. 05.09.2019 tarihinde <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2019/06/20190601.pdf> adresinden alınmıştır.
- [175]. Türk Dil Kurumu [TDK]. (2019). *Güncel Türkçe sözlük*. 20.06.2019 tarihinde <http://sozluk.gov.tr/> adresinden alınmıştır.
- [176]. Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği [TÜSİAD]. (2012). *Sürdürülebilir turizm*. 26.06.2019 tarihinde https://www.academia.edu/35194921/Surdurulebilir_Turizm_Raporu?auto=download adresinden alınmıştır.

- [177]. Türkiye Bilimler Akademisi [TÜBA]. (2002). *Türkiye için sürdürülebilir kalkınma öncelikleri: Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi için TÜBA'nın görüşü*. Türkiye Bilimler Akademisi Raporları. İ. Tekeli (Ed.). Ankara: Tubitak Matbaası.
- [178]. Türkiye İsrافی Önleme Vakfı. (2003). *Türkiye israfı önleme vakfı vakıf senedi*. 03.11.2017 tarihinde <http://israf.org/sayfa/VAKIF-SENEDI/244> adresinden alınmıştır.
- [179]. Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK]. (2016). *Giriş yapan yabancı ve vatandaşlar*. 15.07.2017 tarihinde http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072 adresinden alınmıştır.
- [180]. Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK]. (2017). *Hanehalkı yurtiçi turizm, 1. çeyrek: Ocak - Mart, 2017*. 29.07.2019 tarihinde <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24609> adresinden alınmıştır.
- [181]. Türkiye İstatistik Kurumu. [TÜİK] (2019). *Turizm geliri, gideri ve ortalama geceleme sayısı*. 17.06.2019 tarihinde <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist> adresinden alınmıştır.
- [182]. Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) ve Turizm Akademisyenleri Derneği (TUADER). (2017). *Türkiye TURSAB ve TUADER turizm sektör raporu 2017 Ocak Haziran dönemi*. 14.12.2017 tarihinde https://www.tursab.org.tr/dosya/16736/turizm-faaliyet-kitapçigi_16736_492081.PDF adresinden alınmıştır.
- [183]. Uğurlu, F. Y. (2004). Mimari tasarım hataları sonucu oluşan kayıplar. A. S. Sargut ve H. K. İter (Eds.). *İsrafı Önleme Sempozyumu bildiri kitapçığı içinde* (ss. 139-158). Ankara: Başkent Üniversitesi Yayınları.
- [184]. Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [185]. Usta, Ö. (2008). *Turizm: Genel ve yapısal yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [186]. Uzgören, E. (2006). *Tüketim ve üretim davranışları ekseninde israf*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- [187]. Uzgören, E., Şengür, M. ve Yiğit, Ü. (2013). Üniversite öğrencilerinin cep telefonu talebine yönelik davranışlarının analizi: Dumlupınar Üniversitesi öğrencilerine yönelik bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 29-44.
- [188]. Üngüren, E., Algür, S. ve Doğan, H. (2009). Konaklama ve seyahat acentaları yöneticilerinin her şey dahil sistemine yönelik tutumları: Antalya örneği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2, 95-112.
- [189]. Walker, R. A. ve Large, D. B. (1975). The economics of energy extravagance. *Ecology LQ*, 4, 963.
- [190]. Wiedmann, K. P., Hennigs, N. ve Siebels, A. (2009). Value-based segmentation of luxury consumption behavior. *Psychology & Marketing*, 26(7), 625-651.
- [191]. Wiedmann, T. ve Minx, J. (2008). A definition of 'carbon footprint'. In C. C. Pertsova (Ed.), *Ecological Economics Research Trends*, ss. 1-11. Hauppauge NY: Nova Science Publishers. Retrieved December 14, 2017, from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.467.6821&rep=rep1&type=pdf>
- [192]. Wu, C. M., ve Chen, T. J. (2019). Inspiring prosociality in hotel workplaces: Roles of authentic leadership, collective mindfulness, and collective thriving. *Tourism Management Perspectives*, 31, 123-135.
- [193]. Yıldırım, K. (2010). Raising the quality in qualitative research. *Elementary Education Online*, 9(1), 79-92.
- [194]. Yıldırım, A. ve Şimşek, Y. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

[195]. Yükseköğretim Kurulu [YÖK]. (2019). 31.07.2019 tarihinde <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> adresinden alınmıştır.

[196] Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.



EKLER**EK 1: Otel Misafirlerini Kaynak Tasarrufuna Yönlendirici Yönetmelik Uygulamaları İlgili Çalışmalar Tablosu**

Kaynak	Çalışmanın Konusu	Örneklem	Yöntem	Kaynak İsrafı/Tüketimine Yönelik Bulgular
Goldstein, Cialdini ve Giskevici us, (2008)	Sosyal normların otellerde çevresel korumayı özendirme (havlu tekrar kullanımı yoluyla) amaçlı kullanımı	Ünlü bir otel zincirine ait orta büyüklükte orta fiyat düzeyine sahip bir otelin misafirleri	-Deneysel tasarım	Çalışmada yapılan iki ayrı saha araştırmasında da betimleyici norm içerikli mesajların (%44,1- %44,5) otel misafirlerini, standart mesajlardan (%35,1 - %37,2) daha yüksek oranda havlu tekrar kullanımına sevk ettiği tespit edilmiştir. Buna göre, otel misafirlerini çevreyi korumanın önemine dikkat çekmeye kıyasla, diğer otel misafirlerinin genellikle havlularını tekrar kullandıkları konusunda bilgilendirmenin havlu tekrar kullanım davranışını daha fazla artırdığı ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, normatif çağrılarının bireyin mevcut durumsal koşullarına en yakın (örneğin, -bulunduğunuz odada- konaklayan misafirlerin büyük çoğunluğu... gibi) grup davranışının betimlenmesinin (ortamsal - provincial- normların) misafirleri havlu tekrar kullanımına motive etme konusunda en etkili yol olduğu tespit edilmiştir.
Schultz, Khazian ve Zaleski, (2008)	Normatif mesajların otel misafirlerinin koruma davranışı üzerindeki etkisi	Bir resort otelin misafirleri	-Deneysel tasarım	Havlu tekrar kullanımına yönelik buyruksal ve betimsel norm içerikli (kombine) mesajlar havlu tekrar kullanımını anlamlı şekilde artırmaktadır. Ayrıca, hem genel (diğer otel misafirleri) hem de özel referans grupları (aynı odada konaklayan diğer misafirler) hakkındaki normatif bilgiler havlu tekrar kullanımını artırmaktadır. Çalışmada, referans grubunun bireye yakınlığının (genel ya da özel) mesajın etkisi bakımından farklılık göstermediği bulunmuştur.
Mair ve Bergin-Seers, (2010)	Farklı oda içi mesajların otel misafirlerinin çevre yanlısı (environmental) davranışları (havlu tekrar kullanımı) üzerindeki etkisi	Avustralya’da dört motel misafirleri	-Deneysel tasarım -Anket tekniği	Misafir odalarına yerleştirilen mesaj sonrası, misafirlerin havlu tekrar kullanımı %84 oranında gerçekleşmiştir. Misafirlerin %45’i odaya bırakılan mesajların havlu tekrar kullanımı üzerinde çok etkili olduğunu, %21’i ise biraz etkili olduğunu belirtmiştir. İş seyahatine çıkan turistlerin tatil amaçlı seyahate çıkanlara göre havlu tekrar kullanımına daha yatkın olduğu görülmüştür. Havlu tekrar kullanımının odaya bırakılan mesaj türüne göre anlamlı farklılıklar gösterdiği görülmüştür. ‘Bilgilendirme ve rica’ mesajları ve ‘normatif’ mesajları havlu tekrar kullanımı üzerinde en etkili mesajlar olmuştur. Teşvik (havlu tekrar kullanımı durumunda misafir adına bağış yapma şeklinde) içeren mesajlar ise havlu tekrar kullanımı üzerinde en az etkili mesaj türü olduğu bulunmuştur. Havlu tekrar kullanımının sebepleri otel misafirleri tarafından, “alışkanlık”, “ihtiyaç duymama (evde temiz havluları her gün değiştirmiyor olması)”, “kaynakları (su ve enerji gibi) israf etmek istememe”, “çevreye faydalı olma arzusu” olarak açıklanmıştır. Havluları tekrar kullanmak istememenin sebepleri de

				“tatilde olma (ve muhtemelen her gün yeni havlu almaya hak kazanmış olma)”, “hijyen sebepleri” ve “kişisel tercih” olarak açıklanmaktadır.
Bohner ve Schlüter (2014)	Betimleyici normların otel misafirlerinin havlu tekrar kullanım davranışı üzerindeki etkisi	Almanya’da iki otel (3 ve 4 yıldızlı) misafirleri	-Deneysel tasarım	Misafir odalarına yerleştirilen standart ve betimleyici norm mesajlarının havlu tekrar kullanımını artırdığı görülmüştür (havlu tekrar kullanım oranları mesajsız odalarda %64,3; mesaj yerleştirilen odalarda %79,6 olarak bulunmuştur). İki farklı mesaj türü kıyaslandığında, betimleyici norm içerikli (diğer misafirlerin havlu tekrar kullanımını referans gösteren) mesajların, standart mesajlara (yalnızca çevreyi korumaya yönelik) göre havlu tekrar değişimi üzerindeki etkisi bakımından ilave bir katkı sağlamadığı tespit edilmiştir. Ayrıca, havlu tekrar kullanım oranının birden fazla kişi tarafından paylaşılan odalarda, tek kişi konaklamalı odalara göre daha yüksek olduğu görülmüştür.
Reese, Loew ve Steffgen, (2014)	Sosyal normların otellerde çevre yanlısı (pro-environmental) davranış (havlu tekrar kullanımı) üzerindeki etkisi	Orta Avrupa’da iki resort otel misafirleri	-Deneysel tasarım	Çalışmada misafirlere yöneltilen normatif mesaj türlerinin havlu tekrar kullanımı üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür. Misafirin bulunduğu odada konaklayan diğer misafirlerin %75’inin havlusunu birden fazla kez kullandığını ifade eden ortamsal (provincial) norm içerikli mesajların, oteldeki diğer misafirlerin %75’inin havlu tekrar kullanım davranışını ifade eden küresel norm içerikli mesajlara göre daha etkili olduğu görülmüştür. Bahsedilen bu betimleyici norm içerikli mesajların ise, standart mesajlara (yalnızca çevreyi korumaya yönelik) göre havlu tekrar değişimi üzerinde daha etkili olduğu bulgulanmıştır.
Morgan ve Chompree da (2015)	Mesaja dayalı (sosyal norm içerikli) çağrıların havlu tekrar kullanımının artırılması yoluyla su tüketiminin azaltılmasına katkısı	Tayland’da bir ada resort oteli misafirleri	-Deneysel tasarım	Sosyal normların havluların tekrar kullanımı davranışı üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Turistlerin üçte ikisinden fazlası odalarına yerleştirilen suyu koruma mesajlarından (betimleyici ve/ya buyruksal normları yansıtan ya da havlu tekrar kullanımına yönelik ekonomik teşvik bildiren mesajlar) sonra havlularını tekrar kullanım amacıyla yerlerine asmıştır. Kullanılan mesaj türüne göre havlu tekrar kullanım oranları anlamlı farklılıklar göstermiştir. Havlu tekrar kullanım oranları; betimleyici mesajlarda %59,3; betimleyici + buyruksal mesajlarda %65,5; buyruksal mesajlarda %84,5; ekonomik teşvik bildiren mesajlarda %61,3 oranında gerçekleşmiştir.
Cvelbar, Grün ve Dolnicar, (2017)	Otellerde havlu tekrar kullanımında belirleyici olan kişisel ve seyahat özelliklerinin belirlenmesi	Slovenya’da dört yıldızlı bir eko otel misafirleri	-Gözlem	Turistler havlu tekrar kullanımı konusunda sistematik olarak birbirinden farklılaşmaktadır. Çalışmada yerel turistler, seyahat acentası yoluyla rezervasyon yapan ve çocuksuz turistlerin havlu tekrar kullanımı konusunda daha iyi oldukları tespit edilmiştir. İş turistlerinin bütün gününü seminerlerle geçirmesi, spor aktivitelerinin pek fazla olmaması nedeniyle birden fazla havluya ihtiyaç duymadığı ve ailelere göre daha çok havlu tekrar kullanımı yaptıkları görülmüştür.

EK 2: Türkiye'de İsrafla İlgili Alan Araştırması İçeren Çalışmalar Tablosu

Kaynak	Çalışmanın Konusu	Örneklem	Yöntem	İsrafa Yönelik Bulgular
Gül, Işık, Bal ve Ozer (2003)	Ekmek tüketimi ve israfı	Adana ili merkezinde yaşayan ekmek tüketicileri	-Anket Tekniği	Hane başına günlük ortalama 4.65 somun satın alınırken, ortalama 4.45 somun tüketilmektedir. Katılımcılardan %27,53'ünün hanelerinde ekmek israfı (çöpe atılan ekmekler dikkate alınarak) olduğu belirlenmiştir. Günlük ekmek israfı oranı ise hane başına ortalama %9.63'tür. Ekmek israfının geliri yüksek olan ailelerde maksimum, geliri düşük olan ailelerde minimum olduğu tespit edilmiştir. Ekmek israfının nedenlerinin "bayat ekmek sevmemeleri", "ihtiyaçtan fazla ekmek satın alınması", "alışkanlıklar", "bayat ekmeğin nasıl değerlendirileceğinin bilinmemesi" olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların ekmek israfını azaltmaya yönelik çözüm önerileri ise "ihtiyaç kadar satın alma", "israfın önemi konusunda eğitim", "farklı ağırlıklarda ekmek üretilmesi", "geç bayatlayan ekmek üretilmesi", "ekmek çeşitlerinin artırılması" şeklinde olmuştur. Katılımcıların ekmek israf etmeme nedenleri ise "ihtiyaç kadar satın alma", "israfın günah olması", "nasıl değerlendirileceğinin bilinmemesi", "alışkanlıklar" ve "hayvanlara verme" olarak belirlenmiştir.
Ömürgönülşen, Öztan ve Halkman, 2004	Gıda sanayiinde HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points - Tehlike Analizleri ve Kritik Kontrol Noktaları) uygulamalarının israfın önlenmesine etkisi	Bir gıda firması	-Finansal rapor incelemesi ve maliyet kalemleri karşılaştırması	HACCP sonrası dönemde; ıskarta, hurda, fire maliyetleri, yeniden işleme ve tamir maliyetleri, problemlerin giderilmesi veya kusur analizi maliyetleri, yeniden muayene ve yeniden test maliyetleri taşeron hataları ve herhangi bir sebepten makinelerin ve işgücünün boş kalmasından doğan duruş maliyetleri olmak üzere toplam kalite/kalitesizlik maliyetlerindeki değişim üzerinden, israfın %81 oranında azaltıldığı bulgulanmıştır. HACCP uygulaması yoluyla en büyük tasarrufun ıskarta, hurda ve fire maliyetlerinde gerçekleştiği ve bu kalemdaki iyileşmenin %87,5 olduğu açıklanmaktadır.
Pekcan, Köksal, Küçükercan ve Özel (2005)	Hanehalkı gıda tüketim ve israfının tahminlenmesi	Ankara ilinde yaşayan bireyler	-Anket Tekniği	Günlük kişi başı çöpe atılan gıda miktarı ortalama 318.8 gramdır. Gıda israfı en fazla hazırlama ve sunum arasındaki süreçte, ardından tabakta bırakmayla ve daha az sıklıkla da satın alma ve hazırlama arasındaki süreçte gerçekleşmektedir.
Birgün, Gülen ve Özkan (2006)	Yalın üretim bağlamında değer akışı haritalama tekniğinin imalat sektöründe uygulanması (israf analizi)	Dünyaca ünlü bir traktör üretici firması	Değer akışı haritalama tekniği	Çalışmada değer akışının haritalanması ile üretim sürecindeki israf ve israf kaynaklarının neler olduğu tespit edilmiştir. Üretim sürecinde yapılacak çeşitli düzenlemelerle temin süresinin kısalarak, envanter devrinin artırılacağı belirlenmiştir.

Aydın ve Yıldız (2011)	Ekmek tüketim alışkanlıkları ve ekmek israfı	Sivas il merkezinde ki ekmek tüketicileri	-Anket Tekniği	Tüketicilerin %44'ü ekmek israfı yapmaktadır ancak bu tüketicilerin %59'u günde sadece çeyrek ve daha az miktarlarda israf yapmaktadır. Yaş ilerledikçe ekmek israfı azalmakta, israf genç yaş gruplarında daha fazla olmaktadır. Ekmek israf oranı okuryazar olmayanlarda lisansüstü eğitim görenlere göre daha düşük bulunmuştur. Ekmek israfı emekliler ve ev hanımları tarafından daha az, öğrenci ve memur grubunda ise daha fazladır. Ailedeki birey sayısı arttıkça ekmek israfının boyutları azalmakta, birey sayısı azaldıkça da artmaktadır.
Ekmekçi Bal, Sayılı ve Gözener, (2013)	Ekmek tüketim şekillerinin tespiti	Tokat il merkezinde yaşayan aileler	-Anket Tekniği	Çalışmada görüşülen ailelerin yaklaşık yarısı farklı miktarlarda olmak üzere satın aldıkları ekmeklerin bayatladığını ve bu ekmeklerden de yaklaşık 2/3'ünü çöpe attıklarını ya da hayvanlara verdiklerini beyan etmişlerdir.
Uzgören, Şengür ve Yiğit (2013)	Cep telefonu kullanımında israfa yönelik algılar	Dumlupınar Üniversitesi Öğrencileri	-Anket Tekniği	Zorunlu ihtiyaçlarını karşılayamayanların pahalı cep telefonu tercih etmesi, gösteriş merakı ile telefon almak, çevreye ayak uydurma çabası, marka takıntısı ile telefon talebi, zevk ve tercihlerdeki değişiklikler nedeniyle telefon almak, birden fazla cep telefonuna sahip olmak, birden fazla gsm hattına sahip olmak, cep telefonunun asıl amacı dışında kullanılması, kullanıcıların telefon değiştirirken sürekli farklı markalar satın alması, taklit ve ucuz telefonların talep edilmesi öğrenciler tarafından kesinlikle israf olarak değerlendirilmektedir. Tüketicinin belirli bir ihtiyacını gidermek amacıyla satın aldığı bir malın ihtiyacı dışında pek çok özelliğe sahip olması ve o malın sahip olduğu tüm özelliklerin kullanılamaması da israfa neden olmaktadır.
Ertürk, Arslantaş, Sarıca ve Demircan, (2015)	Ekmek tüketimi ve israfı ile ilgili tutum ve davranışlar	Isparta İli kentsel alanda yaşayan aileler	-Anket Tekniği	Günlük alınan ekmeklerin ortalama %13.61'inin gününde tüketilemeyerek arttığı, %4.73'ünün bayatladığı ve %1.18'inin ise tüketilemeyerek küflendiği saptanmıştır. Günlük ihtiyaçları kadar ekmek alan ailelerin oranı %60.7, günlük ihtiyaçlarından biraz fazla ekmek alan ailelerin oranı ise %37.5 olarak tespit edilmiştir. Görüşülen ailelerin %87.8'i bayatlayan ekmekleri yine insan gıdası olarak değerlendirdiklerini belirtmişlerdir. Ailelerin %98.2'si ekmeği çöpe atmanın israf olduğunu düşünmektedirler. Ancak ailelerin % 84.9'u bayat ekmeği hayvanlara vermenin israf olmadığını düşünmektedirler. İnsanların israf denince akıllarına sadece ekmeğin çöpe atılması gelmektedir. Ekmeğin hayvan yemi olarak kullanmanın da bir israf olduğu konusunda toplumda yeterli ölçüde bilinçlenme gözlemlenmemiştir. Ailelerin %8.9'u ise bayat ekmekleri çöpe attıklarını belirtmişlerdir.
Terzi ve Altunışık, (2016)	Müslüman tüketicilerin israf olgusuna bakışı ve israf davranışı	Türkiye, Katar ve Endonezya' daki üniversite	-Anket Tekniği	Bulgulara göre, israf davranışı bireysel israf ve toplumsal israf davranışı olmak üzere iki boyuta ayrılmaktadır. Bireysel israf davranışları; moda için imkanı olduğundan fazla harcama, toplum standartlarından fazla harcama, moda ürünlerini

		öğrencileri		ihtiyaç olmamasına rağmen satın alma, ihtiyaç olmasa bile mağazaları kontrol etme, gelirle orantılı olmayan ürünler satın alma, ihtiyaçtan fazla su ve elektrik harcama, ihtiyaçtan fazla yemeyi içermektedir. Toplumsal israf davranışları ise kaynakları etkin kullanmama, toplumsal refahı olumsuz etkileme, rasyonel davranışın dışına çıkma, tüketim toplumunun sonucu olmasıdır. Araştırmaya göre Araplar, Türk ve Endonezyalılarından daha fazla israf eğilimindedir. Türkler ise israfın günah olduğu konusunda diğer iki milliyete göre daha hassastır.
Taşçı vd., (2017)	Tüketicilerin ekmek tercihleri	Ankara ilinde yaşanan ekmek tüketicileri	-Anket Tekniği	Tüketicilerin %40.1'i evlerine aldıkları ekmeğin tamamını aynı gün içinde tüketirken, %59.9'unun aynı günde tüketemedikleri belirlenmiştir. Tüketicilerin %87.7'sinin bayatlayan ekmekleri tekrar gıda olarak değerlendirdikleri (köfte yapımında, fırınlanarak çorbalara, yumurta ile kızartma), %10.1'i kedi, köpek ve ineklerin beslenmesi amacıyla bayat ekmek toplayan kişilere ulaştırdıkları ve %2.2'sinin ise bayat ekmekleri çöpe attıkları tespit edilmiştir.
Aydoğdu ve Koçoğlu, (2017)	Helal konseptli otellerde turistler tarafından gerçekleştirilen israf	Muğla'nın Marmaris İlçesinde helal konseptli bir beş yıldızlı otelin üst ve ara kademe yöneticileri	-Örnek Olay Çalışması -Görüşme -Gözlem	Otelde israfı önlemeye yönelik olarak, energy saver kullanıldığı, havlu ve çarşafların tekrar kullanımına yönlendirici mesajlar olduğu, su ve enerji kullanımının ihtiyaç düzeyinde olması gerektiğini açıklayıcı bilgiler sunulduğu, açık büfe alanına "Yiyiniz, içiniz, ancak israf etmeyiniz" yazan büyük bir pano asıldığı, personel alanlarında tasarruflu sistemler (sensörlü aydınlatmalar vs.) kullanıldığı belirtilmiştir. Otel misafirleri tarafından plaj havlu kullanımı ve buklet tüketiminin çok fazla olduğu, bilgilendirici mesajlar öncesinde kişi başı havuz ve plaj havlu kullanımı günlük 9 iken, uygulama sonrasında ancak 4'e gerilediği belirtilmektedir. Odalarda havlu, bornoz ve çarşafların mesajlara rağmen hemen her gün değiştirilmesi, hatta gün içerisinde ekstra havlu taleplerinin oldukça fazla olduğu belirtilmiştir. Hedef tüketici kitlesine uygun olmayan (islami inanç çerçevesinde tüketilmesi hoş görülmeyen midye ve havyar gibi) yiyeceklerin büfede çıkarılması gibi yanlış uygulamaların da önemli derecede israfa yol açtığı, tadına bakma amacıyla pek çok yiyecek çeşidinin tabaklara alındığı ve tüketilmeden masalarda bırakıldığı, tabakların aşırı doldurulduğu, tabaklarda kalıp dökülen yemeklerden kaynaklı %20-50'ye varan oranlarda israf olduğu, bardaktaki içeceklerin sıcaktan ısınması ve yenileriyle değiştirilmesi suretiyle %20-30'a varan içecek israfı söz konusu olduğu belirtilmektedir. Misafirlere ikiye adet oda kartı (elektriği aktive edici) verilmesi konusunda yönetimin esneklik sağlaması, misafirlerin odada bulunmadığı zamanlarda da ısıtma soğutma yapmasına

				olarak tanınması ve bununda enerji israfına yol açtığı ifade edilmektedir.
Tekin ve Ilyasov (2017)	Açık büfe hizmet alan Türk otel misafirlerin gıda israfına yönelik tutumları	Alanya'daki beş yıldızlı otellerin Türk misafirleri	-Anket Tekniği	Araştırmacılar tarafından oluşturulan ve 29 maddeden oluşan Gıda İsrafı Tutum Ölçeği (FWAS) beş boyuta ayrılmıştır. Ölçeğin Cronbach's Alpha güvenirlik katsayısı 0,930, toplam açıklanan varyans değeri ise %68,8 çıkmıştır. Ölçeğin boyutları; "gıdadan kaynaklı gıda israfı", "Hijyen kaynaklı gıda israfı", "Ambiyans kaynaklı gıda israfı", "Personelden kaynaklı gıda israfı", "Kişisel sebeplerden kaynaklı gıda israfı" şeklindedir. Otel misafirlerinin en hassas olduğu konunun hijyen olduğu ve gıda israfının en önemli sebebinin tabak, çatal, kaşık, bıçak, masa ve sandalyenin temizliğiyle ilgili problemler olduğu ortaya çıkmıştır. Gıda israfı üzerinde en az etkili olan faktör ise; sıcaklık, aydınlatma, dekorasyon, havalandırma ve koku gibi ambiyansla ilgili unsurlardır. Türk misafirlerin gıda israfına yönelik tutumları ise demografik özelliklere göre anlamlı farklılıklar göstermektedir. Cinsiyete göre yapılan karşılaştırmaya göre, kadınlar erkeklere oranla hijyene dayalı nedenlerden kaynaklı olarak daha fazla gıda israfı yapma eğilimindedir. Evli olan kişilerin ise bekar (single) olanlara göre daha fazla hijyen kaynaklı gıda israfı yapma eğiliminde oldukları görülmüştür. Katılımcılardan 21-30 yaş grubunda olanların diğer yaş gruplarına göre en fazla gıda israfı tutumu sergilediği ve 41-50 yaş grubundaki kişilerin ise en az gıda israfı tutumu sergilediği görülmüştür. Gıda israfına yönelik tutumların; eğitim düzeyine, gelir düzeyine, beş yıldızlı otelde tatil sıklığına, açık büfe hizmet alımına yönelik geçmiş deneyimlere, açık büfenin israfa yol açıp açmadığına yönelik görüşlerine göre anlamlı farklılık göstermediği bulgulanmıştır. Katılımcıların %66'sı, otelde sunulan açık büfe hizmetin gıda israfına yol açtığını düşünmektedir.
Özdemir ve Güçer (2018)	Beş yıldızlı zincir otellerde gıda israfı yönetimi	Ankara'daki beş yıldızlı zincir otellerin çalışanları (insan kaynakları, gıda mühendisi, teknik servis çalışanları ve otel müdürleri)	-Görüşme	Çalışmada, otellerde gıda israfını önlemeye yönelik Yeşil Yıldız, Yeşil Anahtar, Yeşil Küre gibi sürdürülebilirlik sertifikaları, sürdürülebilirlik politikaları, karbon ayak izi hesaplamaları ve takibi, sürdürülebilirlik, gıda israfı ve gıda güvenliği gibi konularda personel eğitimleri, iç denetim, Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları (HACCP - Hazard Analysis and Critical Control Points) gibi örgütsel uygulamalar bulunduğu açıklanmaktadır (Özdemir ve Güçer, 2018: 289). Ayrıca, mutfak çalışanlarının gıda israfına yönelik genel olarak hassas oldukları ancak, otel misafirlerinin gıda israfı konusunda genel olarak hassas davranmadıkları bulgulanmıştır. Mutfak ve servis personelinin gıda israfını önleme konusunda yeterli eğitimi ve tecrübesi bulunduğu, otellerdeki gıda israfının büyük oranda otel misafirlerinin tutumlarından

				ve bilinçsizliğinden kaynaklandığı açıklanmaktadır. Otel misafirlerinin alakart restoranlardayken gıda israfı konusunda hassas davranırken, açık büfede aşırı derecede gıda israfında bulundukları çalışmanın bir diğer önemli bulgusudur. Çalışmada, bazı çalışanların Avrupa ülkelerinden gelen misafirlerin gıda israfı konusunda oldukça hassas davranırken, Asya ülkelerinden gelen misafirlerin (özellikle de Arapların ve Türk misafirlerin) çok fazla gıda israfına yol açtığını belirttiği açıklanmaktadır.
--	--	--	--	--



EK 3. Fazla Gıda Platformu “Otellerde Gıda Atığı Önleme Çalışması” paylaşım izni yazışması

24.06.2019

Mersin Üniversitesi Posta - Fazla Gıda -Otellerde Gıda Atığı Önleme Çalışması-



Mehtap Özkan Buzlu <mehtapbuzlu@mersin.edu.tr>

Fazla Gıda -Otellerde Gıda Atığı Önleme Çalışması-

2 ileti

Zeynep Uluğ <zeynep.ulug@fazlagida.com>

11 Kasım 2018 20:14

Alıcı: "mehtapbuzlu@mersin.edu.tr" <mehtapbuzlu@mersin.edu.tr>

Cc: Gökmen Güven <gokmen@fazlagida.com>

Mehtap hanım merhaba,

Ekteki sunumda otellerde yaptığımız çalışmalara ilişkin bazı verileri bulabilirsiniz.

Umarız literatürde önemli yeri olacak bu çalışmada bizlerin de katkısı olur.

Herhangi bir sorunuz olursa lütfen çekinmeyin.

Sevgilerimle,

Zeynep Uluğ

FazlaGıda

m: +90 (539) 583 74 29

w: www.fazlagida.com e: zeynep.ulug@fazlagida.com



Yasal Uyarı/Legal Notice

EK 4. Otel Çalışanlarına Yönelik Hazırlanan Görüşme Formu (Pilot Uygulamada Kullanılan)

Sayın Katılımcı,

Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda otellerde israfın yönetilmesine yönelik bir doktora tez çalışması yürütülmektedir. Bu araştırmanın amacı, otellerde turistler tarafından gerçekleştirilen israfı ve bu israfın nedenlerini belirlemektir. Ayrıca, otellerde turist kaynaklı israfı önlemeye yönelik uygulamalar ile otel çalışanlarının bu konudaki önerilerinin tespit edilmesi de amaçlanmaktadır. Böylece, örgütsel, toplumsal, çevresel ve ekonomik açılardan çok yönlü zararlara neden olan turist kaynaklı israf sorununun çözümüne katkı sağlanabilmesi hedeflenmektedir. Görüşme kapsamında size aşağıdaki sorular sırasıyla yöneltilecektir. Kimlik bilgileriniz ve sorulara vereceğiniz yanıtlar gizli tutulacak olup, sadece bilimsel amaçlarla kullanılacaktır. Katılımınız ve desteğiniz için teşekkür ederiz.

Doç. Dr. Kamil UNUR
Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi
kunur@mersin.edu.tr
05353464679

Arş. Gör. Mehtap ÖZKAN BUZLU
Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi
mehtapbuzlu@mersin.edu.tr
05436282945

1. Sizce hangi tür davranışlar israftır?
2. Otel misafirlerinin israf davranışlarına hiç tanık oldunuz mu?
Yanıt Evetse;
 - 2.1. Misafirler en çok otelin hangi alanlarında (bölümlerinde) israf yapıyorlar?
 - 2.2. Otel misafirleri ne tür israflarda bulunuyorlar? Lütfen, gözlemlerinizi paylaşır mısınız?
3. Sizce, otel misafirlerinin israfa yönelmelerinin nedenleri nelerdir?
4. Çalıştığınız işletmenin, otel misafirlerinin israf yapmasını önlemeye yönelik uygulamaları var mı? Lütfen paylaşır mısınız?
5. Sizce, otel misafirlerinin israf davranışlarını önlemeye ya da azaltmaya yönelik ne tür önlemler alınabilir?
6. Farklı müşteri (misafir) gruplarının israf konusunda farklı davranışları olduğunu düşünüyor musunuz? Bu konuda varsa gözlemlerinizi paylaşır mısınız?
7. Sizce, çalıştığınız otelde, otel misafirlerinin gerçekleştirdiği israf dışında (örneğin, çalışanlar, yöneticiler tarafından gerçekleştirilen) bir israf var mıdır?
Yanıt evetse;
 - 7.1. Hangi konularda israf yapılmaktadır?
 - 7.2. Nedenleri neler olabilir?

EK 5. Otel Misafirlerine Yönelik Hazırlanan Görüşme Formu (Pilot Uygulamada Kullanılan)

Sayın Katılımcı,

Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda otellerde israfın yönetilmesine yönelik bir doktora tez çalışması yürütülmektedir. Bu araştırmanın amacı, otellerde turistler tarafından gerçekleştirilen israfı ve bu israfın nedenlerini belirlemektir. Ayrıca, turistlerin israfı önlemeye yönelik önerilerinin tespit edilmesi de amaçlanmaktadır. Böylece, örgütsel, toplumsal, çevresel ve ekonomik açılardan çok yönlü zararlara neden olan turist kaynaklı israf sorununun çözümüne katkı sağlanabilmesi hedeflenmektedir. Görüşme kapsamında size aşağıdaki sorular sırasıyla yöneltilecek ve yanıtlarınız kayıt altına alınacaktır. Kimlik bilgileriniz ve sorulara vereceğiniz yanıtlar gizli tutulacak olup, sadece bilimsel amaçlarla kullanılacaktır. Katılımınız ve desteğiniz için teşekkür ederiz.

Doç. Dr. Kamil UNUR
Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi
kunur@mersin.edu.tr
05353464679

Arş. Gör. Mehtap ÖZKAN BUZLU
Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi
mehtapbuzlu@mersin.edu.tr
05436282945

1. Sizce hangi tür davranışlar israftır?
2. Otel konaklamanız süresince diğer otel misafirlerinin israf davranışlarına hiç tanık oldunuz mu?
Yanıt Evetse:
 - 2.1. Misafirler en çok otelin hangi alanlarında (bölümlerinde) israf yapıyorlar?
 - 2.2. Otel misafirleri ne tür israflarda bulunuyorlar? Lütfen, gözlemlerinizi paylaşır mısınız?
3. Sizce, otel misafirlerinin israfa yönelmelerinin nedenleri nelerdir?
4. Sizin de otel içerisinde gerçekleştirdiğiniz tüketimler sırasında israf yaptığınız oluyor mu?
Yanıt Evetse:
 - 4.1. Otel içerisindeki hangi alanlarda, ne tür israflarda bulunduğunuzu paylaşır mısınız?
 - 4.2. Sizce, israf yapmanızın nedenleri neler olabilir?Yanıt Hayırsa:
 - 4.3. Lütfen, israf yapmama nedenlerinizi açıkla mısınız?
5. Sizce, insanların evlerindeki tüketim davranışlarıyla oteldeki tüketim davranışları farklı mıdır?
Yanıt Evetse:
 - 5.1. Sizce, bu farklılığın nedenleri nelerdir?
6. Sizce otel misafirlerinin israf davranışları nasıl önenebilir ya da azaltılabilir?

EK 6. İsrafın Tanımı (Öntest Bulguları)

	f _i	%
İhtiyaçtan/gereğinden/standarttan/olması gerekenden fazlasını harcamak /kullanmak /tüketmek	6	37,50
Füzuli, gereksiz, boşa harcama/kullanma	3	18,75
Tüketebileceğinden fazlasına göz dikmek ya da ihtiyaçtan fazlasını istemek/almak	2	12,50
İhtiyaç dışı tüketim/kullanım	2	12,50
Ölçüsüz davranma	1	6,25
Ürünleri zamanında tüketmeme	1	6,25
Kırıp dökme (zarar verme)	1	6,25
Σ	16	100

EK 7. İsrafın En Çok Ortaya Çıktığı Alanlar (Öntest Bulguları)

	f _i	%
Yeme içme alanları (Restoranlar, Barlar, Pastaneler)	9	50,00
Odalar	5	27,78
Genel kullanım alanları (lobi ve benzeri)	4	22,22
Σ	18	100

EK 8. İsraf Davranışlarının Ortaya Çıkma Şekilleri (Öntest Bulguları)

		f _i	Σ f _i (39)	%	Σ%
Gıda İsrafı	Çok/Gereğinden fazla yiyecek alma /tüketme /tabakları tepeleme doldurma /bitirmeden bırakma	8	19	42,11	48,72
	Çok/Gereğinden fazla içecek alma /tüketme /içmeden ya da bitirmeden bırakma	5		26,32	
	Tüm yiyecek çeşitlerinden alma/bitirmeden bırakma/çöpe atma	3		15,79	
	Şişe suları bitirmeden bırakmak/atmak	3		15,79	
Su ve Enerji İsrafı	Odalarda enerji israfı (Odada değilken klimaları sürekli açık tutma/klimanın derecesini en düşüğe ayarlama)	5	8	62,50	20,51
	Odalarda su israfı	3		37,50	
Dolaylı Olarak İsrafa Yol Açma	Çok sık havlu çarşaf değişimi talepleri	2	7	28,57	17,95
	Kullanacağından/tüketeceğinden fazlasını talep etme/her şeyin fazlasını alma	2		28,57	
	Çocuklarına sahip çıkmayarak israf yapmalarına izin verme	1		14,29	
	Havuzda hijyen kurallarına dikkat etmeme (Su ve kimyasal kullanımını dolaylı olarak artırma)	1		14,29	
	Şezlonga havlu bırakarak kullanımını engelleme	1		14,29	
Sarf Malzemeleri İsrafı	Buket israfı	1	3	33,33	7,69
	Odalarda tuvalet kağıdı israfı	1		33,33	
	Genel kullanım alanlarında tuvalet kağıdı israfı	1		33,33	
Kırıp Dökme (Zarar Verme)	Sarhoş olup, etrafa zarar verme	1	2	50,00	5,13
	Odalardaki mala/malzemeye zarar verme	1		50,00	

EK 9. Otel Misafirlerinin İsrar Davranışlarının Nedenleri (Öntest Bulguları)

		f_i	Σ f_i (58)	%	Σ%
Psikolojik	Doyumsuzluk/Gözün aç olması/Gözün doymaması/ Doymayacağını zannetme	4	36	11,11	62,07
	Ödenen paranın karşılığını/hakkını alma isteği/çabası	3		8,33	
	Eğitimsizlik/Bilinçsizlik	3		8,33	
	Tatil kültürünün eksikliği	3		8,33	
	Ödenen para karşılığında, her şeyi yapma/kullanma/tüketme hakkının elde edildiği düşüncesi	2		5,56	
	Tüketilebilecek miktarın turist tarafından yanlış (aşırı) tahminlenmesi	2		5,56	
	Otel içerisinde her şeyin bedava olduğu düşüncesi/algısı	2		5,56	
	Merak (Yiyecek büfesindeki her şeyin tadına bakma isteği)	2		5,56	
	Yemek servisi sıralamasına uyulmaması (Örneğin, yemeğe tatlıyla başlanması)	2		5,56	
	Ailelerin çocuklarını başıboş bırakmaları/ Çocukların yiyeceklerini kendileri alması	2		5,56	
	Ödenen paranın karşılığının çok yiyerek alınabileceği düşüncesi	1		2,78	
	Zihniyet	1		2,78	
	Her şeyi tüketme isteği	1		2,78	
	Görgüsüzlük	1		2,78	
	Alışkanlıklar	1		2,78	
	Tatilde istediği her şeyi yapabileceği inancı, her şeyi yapmaya hakkı olduğu düşüncesi	1		2,78	
	Yaşayış tarzı	1		2,78	
	Konfor arayışı (serin bir odaya girme isteği)	1		2,78	
	Zarar verilen ya da aşırı tüketilen şeylerin milli servet olduğunun bilinmemesi	1		2,78	
	Yiyecek büfesindeki en iyi/güzel yiyecekleri seçme çabası	1		2,78	
	Umursamazlık	1		2,78	
İşletme Uygulamaları	Büfedeki görsel-sanatsal sunumların çekiciliği/iştah açması	3	9	33,33	15,52
	Açık büfe olması/ Yiyecek büfesindeki hizmetin sınırsız olması	3		33,33	
	Yiyecek büfesindeki çeşitlerin bolluğu	2		22,22	
	Yiyecek büfesinin geniş olmasının yarattığı kafa karışıklığı	1		11,11	
Sosyo-Kültürel	Kültür/Kültürel yapıdaki eksiklikler	4	8	50,00	13,79
	Toplum olarak yemeye düşkün olma	2		25,00	
	Sofra Kültürü (Masayı donatma)/Sofra adabı eksikliği	2		25,00	
Durumsal Etmenler	Kalabalıktan kaynaklı kaygılar/ Yiyeceklerin biteceği kaygısı	3	5	60,00	8,62
	Sürü psikolojisi/Grup etkisi	2		30,00	

EK 10. Otel Misafirlerinin İsrar Davranışlarını Önlemeye/Azaltmaya Yönelik Uygulamalar (Öntest Bulguları)

		f_i	$\Sigma f_i (18)$	%	$\Sigma\%$
Elektrik ve Su Tasarrufu Uygulamaları	Odalarda, havlu çarşaf kullanımına, su tüketiminin azaltılmasına ve çevrenin korunmasına yönelik (yazılı ve sözlü) mesajlar kullanımı	3	11	27,27	61,11
	Enerji tasarruflu (VRV) klima sistemi kullanımı/Bina ısıtma havalandırma kontrol otomasyon sistemlerinin kullanılması	2		18,18	
	Elektrik tüketimini azaltmaya yönelik "Gereksizse söndür" yazıları	1		9,09	
	Genel alanların aydınlatılmasında hareket sensörü kullanılması	1		9,09	
	Sensörlü muslukların kullanılması	1		9,09	
	Oda kartı (energy saver) kullanımı	1		9,09	
	Odada balkon kapısı açıkken klimanın devre dışı bırakılması	1		9,09	
	Mümkün olduğunca az sayıda oda kartı verilmesi	1		9,09	
Gıda İsrafını Önleme Uygulamaları	Yemek saatlerinde yöneticilerin restoranda dolaşması	1	5	20,00	27,78
	Yiyecek büfesinde az ama lezzetli çeşitler sunmak	1		20,00	
	Otelin farklı noktalarında yeme içme hizmeti sunarak yığılma/kalabalığı azaltma	1		20,00	
	Aşırı israflarda (gıda) bulunan misafirlere sözlü uyarılarda bulunulması	1		20,00	
	0,20 litrelik paketli bardak suların kullanılması	1		20,00	
Sarf Malzemesi İsrafını Önleme Uygulamaları	Sensörlü kağıt havlu makineleri kullanımı	1	2	50,00	11,11
	"Cimri" (miktar ayarlı) tuvalet kağıtlarının kullanılması	1		50,00	

Ek 11. Otel Misafirlerinin İsrar Davranışlarının Önlenmesine/Azaltılmasına Yönelik Çözüm Önerileri (Öntest Bulguları)

		f_i	$\Sigma f_i (17)$	%	$\Sigma\%$
Tüketicilerin Bilinçlendirilmesi/ Tatil Bilincinin Artırılması	Toplumsal bilinçlendirilmesi/Aile içi temel eğitim/Toplumsal eğitim/Eğitim seminerleri düzenlenmesi	4	10	40,00	58,82
	Otel içerisinde belirli noktalara broşürler asılması	1		10,00	
	Otele girişteki bilgilendirmelerin (info) daha iyi yapılması	1		10,00	
	Tatil bilincinin artırılması	1		10,00	
	Tüketici zihniyetinin değiştirilmesi	1		10,00	
	Okul müfredatlarında israf konusuna yer verilmesi/Çocukluktan itibaren bilinçlendirme ve alışkanlık kazandırma	1		10,00	
	İzin ve tatil çıkma haklarına yönelik yasal altyapının güçlendirilmesi	1		10,00	

Hizmet Uygulamalarıyla İlgili Önlemler	Alakart şeklinde yiyecek hizmeti sunulması	2	7	28,57	41,18
	Her şey dahil sisteminin kaldırılması	1		14,29	
	Yiyecek çeşitlerinin azaltılması	1		14,29	
	Yiyecek kalitesinin artırılması	1		14,29	
	Seçenekli paket menülerin oluşturulması ve sunulması	1		14,29	
	İsrafa yönelik devlet destekli bir sistem/proje uygulaması (Turuncu bayrak uygulaması gibi)	1		14,29	

EK 12. İsrafın En Sık Gözlemlendiği Misafir Grupları (Öntest Bulguları)

	f _i	%
Yerli Misafirler	5	31,25
Ruslar	3	18,75
Araplar/Arap kültürü taşıyan milliyetler	2	12,5
İsrailliler	2	12,5
İranlılar	1	6,25
Kadınlar	1	6,25
Çocuklar	1	6,25
İç Anadolu ve Güneydoğu Anadolu'dan gelen misafirler	1	6,25
Σ	16	100

EK 13. İsrafın En Az Rastlandığı Misafir Grupları (Öntest Bulguları)

	f _i	%
Almanlar	4	57,14
Fransızlar	1	14,29
İskandinavlar	1	14,29
Avrupalılar ve Amerikalılar	1	14,29
Σ	7	100

EK 14. Milliyetlere Göre Otel Misafirlerinin Tüketim Şekillerindeki Farklılıklar (Öntest Bulguları)

	f _i	%
Almanlar		
Yemek israfı yapmama/ çok az yapma	2	9,5
Çevreye karşı yüksek duyarlılık	1	4,8
Suyu dikkatli kullanma	1	4,8
Bilinçli tüketim	1	4,8
Buket malzemelerini israf etmeme	1	4,8
Yemek servis sıralamasına uyma (örneğin, servisine başlangıçlarla başlayıp tatlıyla bitirme)	1	4,8
Fransızlar		
Yemek israfı yapmama/ çok az yapma	1	4,8
Bilinçli tüketim	1	4,8
İskandinavlar		
Yemek israfı yapmama/ çok az yapma	1	4,8
Bilinçli tüketim	1	4,8
Yerli Misafirler		
Çevre ve su tüketimi konusunda düşük duyarlılık	1	4,8
Her gün havlu değişimi talep etme	1	4,8
Yemek servis sıralamasına uymama (tatlıdan çorbaya her şeyi masaya dizme)	2	9,5

Sofra adabına uymama	1	4,8
Almanların israfa yönelik olumsuz tepkileri (bakışları) karşısında davranışlarına çeki düzen verme	1	4,8
Ruslar		
Ebeveyn tarafından hazırlanan tabaktaki gıdaların çocuk tarafından tamamen tüketilmesi	1	4,8
Araplar/Arap kültürü taşıyan milliyetler		
Sofra adabına uymama	1	4,8
Yemek servis sıralamasına uymama (tatlıdan çorbaya her şeyi masaya dizme)	1	4,8
İsrailliler		
Yemek servis sıralamasına uymama (tatlıdan çorbaya her şeyi masaya dizme)	1	4,8
Σ	21	100

EK 15. İnsanların Evlerindeki Tüketim Davranışlarıyla Oteldeki Tüketim Davranışlarının Farklı Olmasının Nedenleri (Öntest Bulguları)

		f_i	Σ f_i (17)	%	Σ%
Günlük Hayat/ Ev Koşulları	Evde, günlük yalnızca birkaç çeşit yemek hazırlanması/ hazırlanan yemek çeşitlerinin sınırlı olması	2	5	40,00	29,41
	Evde, tüketilebilecek miktarda yemek yapılması	1		20,00	
	Evde, günün menüsünde ne varsa onu yeme zorunluluğunun olması	1		20,00	
	Günlük hayatta yoğun çalışan insanların yemeğe çok fazla zaman ayıramaması	1		20,00	
Oteldeki Koşullar	Otelde, yiyecek çeşitlerinin fazla olması	2	12	16,67	70,59
	Otelde, ödenen paranın karşılığını/hakkını alma çabası	2		16,67	
	Tatil psikolojisi/Rahatlık	2		16,67	
	Otelde, tüm yiyecek çeşitlerinin tadına bakma çabası	1		8,33	
	Otelde, evdekinin aksine yemeklerin başkaları tarafından hazırlanıp sunulmuş olması	1		8,33	
	Otelde, birkaç gün kalmanın turiste maliyetinin, evinde bir ayda tüketebileceği yiyecek maliyetine denk olması	1		8,33	
	Otelde, her şeyin ücretini ödemiş olmaktan kaynaklı olarak, kendini ilgilendiren bir şeyin olmadığını düşünme	1		8,33	
	Otelde, turistlerin herhangi bir meşguliyetinin (çalışma vb. gibi) olmaması	1		8,33	
	Oteldeki tüketimlerde evdekinin aksine daha dikkatsiz/umursamaz davranma	1		8,33	

EK 16. Otel Çalışanlarına Yönelik Görüşme Formu (Asıl Araştırmada Kullanılan)

Sayın Katılımcı,

Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda otellerde israfın yönetilmesine yönelik bir doktora tez çalışması yürütülmektedir. Bu araştırmanın amacı, otellerde turistler tarafından gerçekleştirilen israfı ve bu israfın nedenlerini belirlemektir. Ayrıca, otellerde turist kaynaklı israfı önlemeye yönelik uygulamalar ile otel çalışanlarının bu konudaki önerilerinin tespit edilmesi de amaçlanmaktadır. Böylece, örgütsel, toplumsal, çevresel ve ekonomik açılardan çok yönlü zararlara neden olan turist kaynaklı israf sorununun çözümüne katkı sağlanabilmesi hedeflenmektedir. Görüşme kapsamında size aşağıdaki sorular sırasıyla yöneltilecektir. Kimlik bilgileriniz ve sorulara vereceğiniz yanıtlar gizli tutulacak olup, sadece bilimsel amaçlarla kullanılacaktır. Katılımınız ve desteğiniz için teşekkür ederiz.

Doç. Dr. Kamil UNUR
Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi
kunur@mersin.edu.tr
05353464679

Arş. Gör. Mehtap ÖZKAN BUZLU
Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi
mehtapbuzlu@mersin.edu.tr
05436282945

1. Sizce hangi tür davranışlar israftır? İsfaf size göre nedir?
2. Otel misafirlerinin israf davranışlarına hiç tanık oldunuz mu?
Yanıt Evetse:
 - 2.1. Misafirler en çok otelin hangi alanlarında (bölümlerinde) israf yapıyorlar?
 - 2.2. Otel misafirleri ne tür israflarda bulunuyorlar? Lütfen, gözlemlerinizi paylaşır mısınız?
3. Farklı müşteri (misafir) gruplarının israf konusunda farklı davranışları olduğunu düşünüyor musunuz? Bu konuda varsa gözlemlerinizi paylaşır mısınız?
4. Sizce, otel misafirlerinin israfa yönelmelerinin nedenleri nelerdir?
5. Çalıştığınız işletmenin, otel misafirlerinin israf yapmasını önlemeye yönelik uygulamaları var mı? Lütfen paylaşır mısınız?
6. Sizce, otel misafirlerinin israf davranışlarını önlemeye ya da azaltmaya yönelik ne tür önlemler alınabilir?

EK 17. Otel Misafirlerine Yönelik Görüşme Formu (Asıl Araştırmada Kullanılan)

Sayın Katılımcı,

Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda otellerde israfın yönetilmesine yönelik bir doktora tez çalışması yürütülmektedir. Bu araştırmanın amacı, otellerde turistler tarafından gerçekleştirilen israfı ve bu israfın nedenlerini belirlemektir. Ayrıca, turistlerin israfı önlemeye yönelik önerilerinin tespit edilmesi de amaçlanmaktadır. Böylece, örgütsel, toplumsal, çevresel ve ekonomik açılardan çok yönlü zararlara neden olan turist kaynaklı israf sorununun çözümüne katkı sağlanabilmesi hedeflenmektedir. Görüşme kapsamında size aşağıdaki sorular sırasıyla yöneltilecek ve yanıtlarınız kayıt altına alınacaktır. Kimlik bilgileriniz ve sorulara vereceğiniz yanıtlar gizli tutulacak olup, sadece bilimsel amaçlarla kullanılacaktır. Katılımınız ve desteğiniz için teşekkür ederiz.

Doç. Dr. Kamil UNUR
Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi
kunur@mersin.edu.tr
05353464679

Arş. Gör. Mehtap ÖZKAN BUZLU
Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi
mehtapbuzlu@mersin.edu.tr
05436282945

1. Sizce hangi tür davranışlar israftır? İsfaf size göre nedir?
2. Otel konaklamanız süresince diğer otel misafirlerinin israf davranışlarına hiç tanık oldunuz mu?
Yanıt Evetse;
 - 2.1. Misafirler en çok otelin hangi alanlarında (bölümlerinde) israf yapıyorlar?
 - 2.2. Otel misafirleri ne tür israflarda bulunuyorlar? Lütfen, gözlemlerinizi paylaşır mısınız?
3. Sizce, otel misafirlerinin israfa yönelmelerinin nedenleri nelerdir?
4. Sizin de otel içerisinde gerçekleştirdiğiniz tüketimler sırasında israf yaptığınız oluyor mu?
Yanıt Evetse;
 - 4.1. Otel içerisindeki hangi alanlarda, ne tür israflarda bulunduğunuzu paylaşır mısınız?
 - 4.2. Sizce, israf yapmanızın nedenleri neler olabilir?Yanıt Hayırsa;
 - 4.3. Lütfen, israf yapmama nedenlerinizi açıkla mısınız?
5. Sizce, insanların evlerindeki tüketim davranışlarıyla oteldeki tüketim davranışları farklı mıdır?
Yanıt Evetse;
 - 5.1. Sizce, bu farklılığın nedenleri nelerdir?
6. Sizce otel misafirlerinin israf davranışları nasıl önlenabilir ya da azaltılabilir?

EK 18. Görüşme Gerçekleştirilen Otel Çalışanlarına İlişkin Bilgiler

Katılımcı Kodu	Pozisyon	Sektör Deneyimi	Cinsiyet
K1	Genel Müdür Yardımcısı	21	Erkek
K2	Yiyecek İçecek Müdür Yardımcısı	18	Erkek
K3	Mutfak Şefi (Sous Chef)	12	Erkek
K4	Kat Hizmetleri Müdür Yardımcısı	15	Kadın
K5	Genel Müdür	27	Erkek
K6	Önbüro Müdürü	18	Kadın
K7	Misafir İlişkileri Müdürü	20	Kadın
K8	Mutfak (Soğuk) Şefi	12	Erkek
K9	Mutfak (Pastane) Çalışanı	1	Kadın
K10	Mutfak (Kahvaltı) Çalışanı	1	Kadın
K11	Teknik Servis Çalışanı	6	Erkek
K12	Genel Müdür	30	Erkek
K13	Genel Müdür Yardımcısı	28	Erkek
K14	Aşçıbaşı	21	Erkek
K15	Kalite Müdürü	8	Kadın
K16	Yiyecek İçecek Müdürü	25	Erkek
K17	Kat Hizmetleri Müdür Yardımcısı	17	Kadın
K18	Garson	10	Erkek
K19	Teknik Servis Müdürü	17	Erkek
K20	Kalite Müdürü	8	Kadın
K21	Misafir İlişkileri Müdür Yardımcısı	4	Kadın
K22	Aşçıbaşı	30	Erkek
K23	Önbüro Müdürü	18	Erkek
K24	Yiyecek İçecek Müdürü	17	Erkek
K25	Mutfak (Bulaşıkhanesi) Çalışanı	17	Erkek
K26	Teknik Servis Müdürü	22	Erkek
K27	Kat Hizmetleri Müdür Yardımcısı	22	Kadın
K28	Aktivite ve Etkinlik Müdürü	21	Erkek
K29	Genel Müdür	29	Erkek
K30	Yiyecek İçecek (Restoran) Şefi	20	Erkek
K31	Kat Hizmetleri (Meydan) Şefi	15	Erkek
K32	Eğlence ve Aktiviteler Müdürü	16	Erkek
K33	Kalite Müdürü	6	Kadın
K34	Aşçıbaşı	47	Erkek
K35	Yiyecek İçecek Müdürü	25	Erkek
K36	Teknik Servis Müdür Yardımcısı	20	Erkek
K37	Misafir İlişkileri Müdür Yardımcısı	18	Erkek

K38	Kat Hizmetleri Müdürü	24	Kadın
K39	Genel Müdür	21	Erkek
K40	Kat Hizmetleri Oda Görevlisi	1	Kadın
K41	Kat Hizmetleri Şefi	4	Kadın
K42	Genel Koordinatör	30	Erkek
K43	Misafir İlişkileri Müdürü	14	Kadın
K44	Mutfak (Soğuk) Şefi	15	Erkek
K45	Kalite Müdürü	11	Kadın
K46	Mutfak (Soğuk) Çalışanı	14	Erkek
K47	Yiyecek İçecek (Oda Servisi) Şefi	17	Erkek
K48	Garson	13	Erkek
K49	Kat Hizmetleri Şefi	9	Kadın
K50	Kat Hizmetleri (Meydan) Çalışanı	1	Kadın
K51	Teknik Servis (Mutfak Ekipmanları ve Soğutma) Şefi	13	Erkek
K52	Teknik Servis Çalışanı	12	Erkek
K53	Genel Müdür	33	Erkek
K54	Kalite Müdürü	9	Erkek
K55	Misafir İlişkileri Müdürü	18	Kadın
K56	Eğlence Müdürü	11	Erkek
K57	Aşçıbaşı	21	Erkek
K58	Genel Müdür	33	Erkek
K59	Mutfak Şefi (Sous Chef)	11	Erkek
K60	Aşçıbaşı	26	Erkek
K61	Genel Müdür	25	Erkek
K62	Teknik Servis Müdürü	15	Erkek
K63	Garson (Alakart)	7	Erkek
K64	Garson	17	Erkek
K65	Yiyecek İçecek (Restoran) Şefi	25	Erkek
K66	Yiyecek İçecek (Restoran) Şefi	12	Erkek
K67	Kat Hizmetleri (Meydan) Çalışanı	19	Erkek
K68	Kat Hizmetleri Şefi	23	Kadın
K69	Kat Hizmetleri Çalışanı	4	Kadın
K70	Teknik Servis Çalışanı	4	Erkek
K71	Yiyecek İçecek Müdürü	26	Erkek
K72	Genel Müdür	30	Erkek
K73	Yiyecek İçecek (Restoran) Şefi	21	Erkek
K74	Mutfak Şefi (Sous Chef)	30	Erkek
K75	Kat Hizmetleri Şefi	20	Kadın
K76	Teknik Servis Şefi	10	Erkek
K77	Yiyecek İçecek Müdürü	23	Erkek
K78	Kat Hizmetleri Müdürü	19	Kadın

K79	Genel Müdür	33	Erkek
K80	Genel Müdür	33	Erkek
K81	Teknik Servis Müdürü	20	Erkek
K82	Teknik Servis (Elektrik) Şefi	4	Erkek
K83	Teknik Servis (Mekanik) Şefi	15	Erkek
K84	Teknik Servis (Tesisat) Çalışanı	1	Erkek
K85	Aşçıbaşı	22	Erkek
K86	Teknik Servis Müdürü	17	Erkek
K87	Teknik Servis (Elektrik) Şefi	19	Erkek
K88	Genel Müdür	23	Erkek
K89	Genel Müdür	31	Erkek
K90	Kat Hizmetleri Müdürü	19	Kadın
K91	Genel Müdür	27	Erkek
K92	Genel Koordinatör	32	Erkek
K93	Misafir İlişkileri Müdürü	23	Kadın

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve Soyadı : Mehtap ÖZKAN BUZLU

Doğum Tarihi : 04.11.1989

E-mail : mehtapbuzlu@mersin.edu.tr

Öğrenim Durumu :

Derece	Bölüm/Program	Üniversite	Yıl
Lisans	Turizm İşletmeciliği	Akdeniz Üniversitesi	2007-2012
Yüksek Lisans	Turizm İşletmeciliği	Mersin Üniversitesi	2012-2014
Doktora	Turizm İşletmeciliği	Mersin Üniversitesi	2015-

Görevler :

Görev Ünvanı	Görev Yeri	Yıl
Araştırma Görevlisi	Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi	2014-

ESERLER (Makaleler ve Bildiriler)

Uluslararası hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:

1. Sever, G. ve **Özkan Buzlu, M.** (2015). Turizm fakülteleri bünyesindeki rekreasyon programları için müfredat kapsamı önerisi: Bilimetric bir çalışma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24, 381-396.
2. Sever, G., **Özkan Buzlu, M.** ve Yıldız, G. (2016). Makro çevre unsurlarının yazılı plan ve politika ifadelerinden hareketle gastronomi turizmüne bakışı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4, 116-138.
3. Yağcı, M., Koçak, G. ve **Özkan Buzlu, M.** (2017). Pazarlamada paradigma kayması ve türetimcilik bakış açısının sunumu. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 18, 135-145.
4. **Özkan Buzlu, M.**, Yavuz, G., Unur, K. ve Atçı, D. (2019). Kızkalesi'ni ziyaret eden yerli turistlerin davranışsal profili ve Kızkalesi'nin turizm destinasyonu olarak sorunları. *Journal of Tourism Theory and Research*, 5, 212-227.

Ulusal hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:

1. Sever, G., **Özkan Buzlu, M.** ve Yıldız, G. (2015). Tüketim sonrası davranış sürecinde “yenilenme” etkisinin analizi. *Turizm & Araştırma Dergisi*, 4, 1-10.

Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında basılan bildiriler:

1. Sever, G. ve **Özkan Buzlu, M.** (2014). The scholarship on the scholarly research of recreation: Context of tourism and other research areas. *9th International Conference: New Perspectives in Tourism and Hospitality*, 25-27 Eylül 2014, Balıkesir, Türkiye.
2. Sever, G., Yıldız, G., **Özkan Buzlu, M.**, Kuhzady, S. ve Yıldız Ş. (2015). Performans algısının, memnuniyet ve algılanan değere etkisi: Mersin narenciye festivalinde bir araştırma. *I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends And Indicators*, 28-30 Mayıs 2015, Konya, Türkiye.
3. **Özkan Buzlu, M.** ve Unur, K. (2018). Mesaja dayalı bildirimlerin havlu tekrar kullanımına etkisi: Mersin'deki 3 yıldızlı bir şehir otelinde deneysel bir uygulama. *VII. Ulusal III. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*, 20-21 Nisan 2018, Hatay, Türkiye.
4. **Özkan Buzlu, M.**, Yavuz, G., Unur, K. ve Atçı, D. (2018). Restoran çalışanlarının bakış açısıyla kızkalesi'ni ziyaret eden yerli turistlerin profili ve Kızkalesi turizminin sorunları. *2. Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi: İnovasyon, Girişimcilik Ve Sürdürülebilirlik Kongresi (Futourism 2018)*, 27-29 Eylül 2018, Mersin, Türkiye.

Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında özeti basılan bildiriler:

1. SEVER, G. ve **Özkan Buzlu, M.** (2015). Kalkınma planları perspektifinden turizmin gelişiminin pazarlama yönlü değerlendirilmesi. *IV. Doğu Akdeniz Sempozyumu: Gastronomi Turizmi*, 17 Nisan 2015, Hatay, Türkiye.

Uluslararası yayınevleri tarafından basılan ansiklopedide madde:

1. Özkan Buzlu, M. (2019). Devre-mülk sistemi. *Turizm Ansiklopedisi Türkiye*, (ss. 103). Ankara: Detay Yayıncılık.
2. Özkan Buzlu, M. (2019). Devre-tatil sistemi. *Turizm Ansiklopedisi Türkiye*, (ss. 103). Ankara: Detay Yayıncılık.
3. Özkan Buzlu, M. (2019). İkincil konut. *Turizm Ansiklopedisi Türkiye*, (ss. 224). Ankara: Detay Yayıncılık.
4. Özkan Buzlu, M. (2019). İkincil konut pazarlama sistemi. *Turizm Ansiklopedisi Türkiye*, (ss. 225). Ankara: Detay Yayıncılık.
5. Özkan Buzlu, M. (2019). İkincil konut turizmi. *Turizm Ansiklopedisi Türkiye*, (ss. 225). Ankara: Detay Yayıncılık.

6. Özkan Buzlu, M. (2019). Yerleşik turist. *Turizm Ansiklopedisi Türkiye*, (ss. 298). Ankara: Detay Yayıncılık.

Ulusal yayınevleri tarafından basılan kitap bölümü:

Sever, G. ve **Özkan Buzlu, M.** (2015). Yeni çağın bireyleriyle iletişim. N. S. Sever (Ed.). *Stratejik İletişim içinde* (ss. 124-145). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

