



## Turistlerin İsraf Eğilimlerine İlişkin Yönetici Algıları \*

Oğuz ÇAM \*\*

Hüseyin PAMUKÇU \*\*\*

### Öz

Bu araştırmanın amacı, turistlerin israf eğilimlerine ilişkin otel işletmeleri yöneticilerinin algılarını değerlendirmektir. Turistlerin tüketim davranışları ve alışkanlıklarının belli bir çerçevede sunulması, israfa ilişkin bilgilerin etkili bir şekilde ortaya konulması, turistlerin tüketim davranışları hususunda turizm literatürünün geliştirilmesi, geleneksel ve helal konseptli otel işletmelerindeki tüketimle (yiyecek-ıçecek, enerji, su, sarf malzemeleri, zaman vb. gibi) ilgili bilgi edinilmesi, turist davranışları dolayısıyla da turizm konusunda önem arz etmektedir. Bu araştırmanın yöntemi, nitel araştırma yöntemi; veri toplama aracı ise, görüşme tekniğidir. Elde edilen veriler, içerik analizi ve betimsel analiz tekniği değerlendirilerek analiz edilmiştir. Nitel verileri analiz etme evresinde NVivo isimli istatistikî paket programından yararlanılmıştır. Araştırmanın evrenini, geleneksel ve helal konseptli otel işletmeleri oluştururken; örneklemini ise, Antalya'da yer alan geleneksel ve helal konseptli otel işletmeleri oluşturmaktadır. Araştırmanın sonucunda geleneksel ve helal konseptli otel işletmelerine gelen turistlerin pek çok israf eğiliminin bulunduğu, bu israf eğilimlerinin birbirlerine göre benzerlik ve farklılıklar gösterdiği ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Tüketim, İsraf, Otel, İşletme, Turist.

**Makale Türü:** Araştırma Makalesi

## Executive Perceptions of Tourists Regarding the Waste Tendencies

### Abstract

The purpose of this research is to evaluate the perceptions of hotel business managers regarding the waste tendencies of tourists. Presenting the consumption behaviors and habits of tourists in a certain framework, presenting information about waste effectively, developing tourism literature on the consumption behaviors of tourists, consumption in traditional and halal concept hotel businesses (food-beverage, energy, water, consumables, time, etc.) is important in terms of tourism due to tourist behavior and obtaining relevant information. The method of this research is qualitative research method; the data collection tool is the interview technique. The obtained data were analyzed by evaluating the content analysis and descriptive analysis technique. In the phase of analyzing qualitative data, statistical package program named NVivo was used. While forming the universe of the research, traditional and halal concept hotel businesses; the sample consists of traditional and halal concept hotel businesses located in Antalya. As a result of the research, it has been revealed that there are many waste tendencies of tourists coming to traditional and halal concept hotel businesses, and these waste tendencies show similarities and differences according to each other.

**Keywords:** Consumption, Waste, Hotel, Business, Tourist.

**Article Type:** Research Article

\* Bu çalışma yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

\*\* Bil. Uz., Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İnanç Turizmi Bölümü, oguzcam911@gmail.com, Orcid ID: 0000-0003-3222-3367.

\*\*\* Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, hpamukcu@aku.edu.tr, Orcid ID: 0000-0002-9673-5604.

## 1. GİRİŞ

Tüketim, insanların hayatları boyunca yaptıkları bir eylemdir. Bundan dolayı tüketim hususu, insanların yaşantılarında önemli bir yere sahiptir. İnsanların sahip olduğu fikir, inanç ve unsurlar kendilerinin tüketim davranışlarını etkilemektedir (Çolakoğlu, Türk, Başar ve Gül, 2013; Erciş ve Türk, 2014; Çam ve Avcı, 2021). İsrâf da, bir tüketim davranışdır ve bu durumdan etkilenmektedir. İsrâf, çeşitli disiplin kollarında araştırılan bir kavramdır (Yıldırım, 2019: 43). İsrâf kelimesi, Arapça kökenlidir. İsrâf, sözlükte gaflet, hata, cehalet, sınırı aşma manasına karşılık gelen şeref kökünden ortaya çıkmıştır (Soysaldı, 2005: 94; Eskikurt ve Akgül, 2016: 528). İsrâfi sadece mal-mülk, yiyecek-içecek ve mali hallerle sınırlı olduğunu düşünmek, söz konusu kavramın manasını daraltmaktadır. İsrâf kavramının sınırları daha geniş biçimde maddi ve manevi her çeşit nimetin amacının dışında değerlendirilmesi, gereksiz biçimde kullanılması ve savurganlık olarak değerlendirilmektedir. Gereksiz olarak musluklardan su akıtılması, amaçsızca tüketilen elektrik ve enerji sarfiyatı israf olduğu gibi, kişilerin zamanlarını boşa harcamaları ve sağlıklarına zarar verebilecek davranışlarda bulunmaları da bir çeşit israf olarak değerlendirilmektedir (Sancaklı, 2013: 47-48). İsrâf, kişilerin ve toplulukların yapısını olumsuz şekilde etkileyen ve israf sebebiyle toplulukların ağır bedeller ödedikleri yaygın ve bulaşıcı hastalık olarak görülmektedir (Kayhan, 2006: 152-153). İsrâf, İslamiyet'te, kişinin yaptığı her durumda sınırı aşması manasıyla beraber bireyin elinde bulundurduğu maddi-manevi varlığını, düşünmeden, yerli yersiz ve lüzumsuz bir biçimde tüketmesi olarak da açıklanabilmektedir. Böyle israf yapan kişilere ise müsrif denilmektedir (Soysaldı, 2005: 94; Eskikurt ve Akgül, 2016: 528). İslam dini, israf olarak nitelendirilen müsrifliklerin nitelik ve nicelikleriyle beraber israfın sebep ve sonuçlarının tespit edilmesini sağlayarak farklı çözüm önerileri sunmaktadır (Kayhan, 2006: 152-153). İsrâf, ulusal ve uluslararası ölçekte büyük bir sorun olarak görülmektedir. Hem dünyada hem de Türkiye'de israfın önlenmesine veya azaltılmasına yönelik gerçekleştirilen birtakım çalışmalar (Hahtala vd., 2008; Haberler, 2011; WRAP, 2012; Greencook, 2012; Lipinski vd., 2013; Morino, 2014; Ywaste, 2016; FUSIONS, 2016; FoodBlessed, 2016; Gökdeniz, 2017; Hotel Restaurant, 2017; Turuncu Bayrak, 2018; The Global FoodBanking Network, 2018; FeedBack, 2018; Winnow, 2018; Robin Hood Army, 2018; Campus Kitchens Project, 2018; Türkiye Otelciler Federasyonu, 2018; Ruhun Doysun, 2018; Gıda İsrâfını Önleme ve Bilinçlendirme Platformu, 2018; Erik, 2019; Erik ve Pekerşen, 2019; Hidden Harvest, 2019; Food and Agriculture Organization, 2019; Zero Hunger Challenge, 2019; Stop Wasting Food, 2019; Too Good To Go, 2019; Yuniati, 2021; OECD Gıda Zinciri Analiz Ağı, 2022; African Postharvest Losses Information System, 2022) bulunmaktadır. Bu çalışmaların hedefi, genel olarak israfı önlemek veya azaltmaktır. Bu tür çalışmaların işleyişinde hem ülke içi hem de ülkeler arası birtakım benzerlik ve farklılıklar görülebilmektedir. Günümüzün önemli problemleri arasında bulunan israfın önüne geçilebilmesi amacıyla farklı çözüm yollarının ortaya konulması, farklı düşünce, çalışma ve projelerin meydana getirilmesi, israf konusunda bilinçlilik duygusunun oluşturulması gerekmektedir. Bireysel ve toplumsal anlamda herkes kendi üzerine düşen sorumluluğu yerine getirdiği takdirde israfın da önleneceği ya da azalacağı tahmin edilmektedir.

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Araştırmanın literatür taraması çerçevesinde ele alınan konular, turizmde israf ile geleneksel ve helal konseptli otel işletmeleridir. Bu konular, araştırmanın temel yapısını güçlendirmekte ve araştırmanın anlamının pekiştirilmesine yardımcı olmaktadır.

## 2.1. Turizmde İsrâf

Turizm, israf probleminin yaşandığı sektörlerden biridir. İsrâfın yaşandığı sektörler arasında yer alan turizm sektöründe israf konusunun üzerinde önemle durulması gerekmektedir. Turistler, turizm sektöründe israfı sebebiyet veren turizm paydaşlarından biridir. Turistler turistik amaçlı gittikleri işletmelerde personelin davranışlarının, ürün ve hizmet sunumlarının güzel ve etkili olmasını beklemekte, beklentileri karşılanırsa memnun olmakta, beklentileri karşılanmazsa da memnun olmamaktadırlar. Bu memnuniyet durumu, turistlerin davranışlarını etkilemektedir ve onların israf eğilimlerini azaltma veya artırma noktasında etkilidir. Zira Turistler turistik açıdan memnun olmak istemekte, bu doğrultuda da istek ve gereksinimlerinin yerine getirilmesini beklemektedirler (Ayaz ve Sorgun, 2020). Turistlerin memnuniyetleri, kullanım alanlarının düzeni ve uygunluğu, dekorasyon, atmosfer, turistik ürün ve hizmetlerin özelliği, yeterliliği ve çekiciliği vb. gibi pek çok faktörden etkilenmektedir (Sukhu, Choi, Bujisic ve Bilgihan, 2019; Demirdelen Alrawadieh, Dinçer ve İstanbullu Dinçer, 2020). Ayrıca turistik ürün ve hizmetlerin turistler tarafından önemli olarak görülmesi de, turistlerin memnuniyetleri üzerinde etkilidir (Tekin, Turhan ve Turhan, 2019). Literatürde konuyla ilgili olarak da; turistlerin turistik memnuniyetlerini artırmak için yiyecek-icecek ve hizmet türünlüğünün yeterinden çok artırılması, turistik hizmette sınır tanınması, turistlere karşı aşırı müsamaha gösterilmesi ve lüks konsept adı altında sınırlayıcı uygulamalardan kaçınılması gibi uygulama yönelik öğelerin, israfın artış göstermesinde önemli bir etkiye sahip olduğuna değinilmektedir. Ayrıca turistik açıdan memnun olmayan turistlerin tüketim davranışlarında ve israf eğilimlerinde görülmesi beklenen olumsuz durumların geniş zaman içerisinde turizm sektörüne ciddi anlamda zararlar vermesi söz konusudur (Özkan buzlu, 2019).

Turizm, kişilerin hayatlarını devam ettirdikleri ve çalıştıkları alanların dışındaki yerlere geçici olarak yaptıkları hareketleri, bu yerlere konaklamaları sırasında yaptıkları aktiviteleri ve insanların ihtiyaçlarını yerine getirmek amacıyla oluşturulan imkânları içermektedir ve su kaynakları ile diğer doğal kaynakların yoğun şekilde tüketilmesinde de etkilidir (Mathieson ve Wall, 1982; Gössling, 2002; Güneş, 2011; Duyar ve Bayram, 2019; Çam ve Çelik, 2022). Bundan dolayı konaklama, turizmin olmazsa olmaz öğelerinden bir tanesidir. Konaklama işletmelerinin çevre üstündeki etkileri olabildiğince karmaşık ve çeşitlidir. Aydınlatma, soğutma, ısınma, yemek pişirme, temizlik, yüzme, banyo, golf alanları ve benzeri yeşil alanların sulanması gibi ihtiyaçlar göz önüne alındığında dünya üzerindeki bütün otel işletmelerini kullanan ziyaretçilerin gündelik kaynak tüketimlerinin olabildiğince fazla olduğu ifade edilebilir. Öyle ki bazen konaklama işletmeleri, mikro-makro seviyedeki çevresel etkilerin daha nadir görüldüğü hassas ekosistemler, tarihi alanlar gibi yerlerde planlanmaktadır.

İsrâf, İslam dininde ve turizm sektöründe önemli problemlerden biri olarak görülmekte (Yıldırım, 2019: 4) ve en çok turizm sektöründe yaşanmaktadır (Turuncu Bayrak, 2018). İsrâf, turizm sektöründe çokça yaşanmakta ve israfı aza indirmek için çalışmalara gereksinim duyulmaktadır (Sandıkcı, Mutlu ve Kabakulak, 2019: 125). Turizm sektöründeki israfın kayda değer bir bölümü otel işletmelerinde yaşanmaktadır (Yıldırım, 2019: 78). İsrâf, turizm sektöründeki otellerde kayda değer bir konu halindedir. Zira otel işletmesi içinde yer alan her bir misafir gün içerisinde birçok alanda enerji, su ve gıdanın israf olmasına neden olmaktadır (Radwan, Jones ve Minoli, 2010: 176; Yıldırım, 2019: 76).

Konaklama işletmelerinde su olmadan hizmet üretiminin ve sunumunun yapılması neredeyse imkânsızdır. Enerji ve su kullanımı birbiriyle ilişkili olduğundan dolayı bir otel işletmesinde su yönetimi enerji yönetiminden ayrı tutulmamaktadır. Otel işletmesinin değerlendirdiği makine ve donanımların çevre dostu olması, hem enerji hem de su tasarrufunun yapılması anlamına gelmektedir

(Emeksiz, 2007; Güneş, 2011: 47). Konaklama işletmeleri, hem sınırlı su kaynakları üstünde bir baskı ortaya koymakta hem de su kaynaklarının farklı amaçlar ile kullanımını artırmaktadır. Turistler, yüksek oranda su tüketimi gerçekleştirmektedirler. Çoğunlukla turistler, kalitesi standartlarının altında olan ya da su tüketimi hususunda sınırlamaların söz konusu olduğu destinasyonlarda konaklamayı istemezler. Öbür yandan ise turistlerin sebep oldukları düzensiz su tüketiminin uzun dönemli etkileri de olabildiğince önemli boyutlardadır. Su tüketiminin çoğu banyo, duş, çamaşırhaneler, bahçe sulama, yüzme havuzları, spor etkinliklerine ve golf sahalarına gitmektedir. Aylık toplam müşteri sayısı, aylık toplam yemek servisi sayısı ve aylık toplam çamaşırhane yükü, otel işletmesinin aylık toplam enerji ve su kullanımını beraber etkilemektedir (Emeksiz, 2007; Güneş, 2011: 47-48). Bu sebeple önemli turizm destinasyonlarının çoğu su sıkıntısı yaşayan ya da bu hususta potansiyel alanlardır (Cooper vd., 2008; Güneş, 2011: 48).

İsrâf, gerek sürdürülebilirlik gerekse de kaynakları tam ve verimli kullanmak bakımından turizm sektörüne büyük bir darbe vermektedir. Turizm sektöründe görülen israfın olumsuz etkilerinin gelecek zamanlarda daha yoğun olarak hissedileceği tahmin edilmektedir. Bu tahminin temeli, turistik kaynakların aşırı kullanımıyla beraber ortaya çıkan olumsuz turistik duruma dayanmaktadır. Bu durum ise, turistik kaynakların zaman içerisinde çeşit ve sayılarının azalması ve daha kötüsü de yok olmakla karşı karşıya kalmasına yöneliktir.

Turizm sektöründe yaşanan israftan dolayı hem doğrudan hem de dolaylı olarak turizm sektörüyle ilişkisi olan birçok sektörün olumsuz olarak etkilendiği düşünülmektedir. İsrâfın sektörler üzerindeki olumsuz etkilerinin zincirleme olarak yayılım göstermesi, bu unsurun göz ardı edilmemesi gereken büyük bir sorun olduğunu ve etki alanlarının çok geniş olduğunu akıllara getirmektedir. Turistlerin davranış ve tutumları, turizm sektöründe son derece önemlidir. Turizm etkinlikleri ve aktiviteleri esnasında gerçekleşen israfların büyük bir bölümünün turistler tarafından gerçekleştirildiği tahmin edilmektedir. Dolayısıyla turistlerin israf eğilimleri, değerlendirilmesi gereken önemli bir husus olarak görülmektedir.

## **2.2. Geleneksel ve Helal Konseptli Otel İşletmeleri**

Geleneksel otel işletmeleri, geleneksel turistik ürün ve hizmetlerin sunulduğu konaklama işletmeleri birimlerinden biridir. Bu tür işletmelerde genellikle geleneksel yönetim anlayışı benimsenmekte, bu doğrultuda da hedef turist kitlesi belirlenmekte ve turistlere yönelik geleneksel turistik ürün ve hizmetler sunulmaktadır. Konukların geleneksel konaklama işletmelerinde otel tercihleri; konum, hizmet kalitesi, temizlik gibi etmenlerden etkilenmektedir (Lutz ve Newlands, 2018; Demirdelen Alrawadieh vd., 2020: 4). Geleneksel konaklama işletmelerinde bir otelin konumu, genel otel tecrübesinin (memnuniyet ya da memnuniyetsizlik) vazgeçilmez bir bileşeni olarak kabul görmektedir (Masiero, Yang ve Qiu, 2019; Demirdelen Alrawadieh vd., 2020: 6). Geleneksel konaklama işletmelerinde konuk memnuniyeti; odaların ve ortak kullanım yerlerinin uygunluğu, konuk odasının dekorasyonu, ambiyans, odadaki imkânlar gibi pek fazla öğeden etkilenmektedir (Sukhu vd., 2019; Demirdelen Alrawadieh vd., 2020: 7).

Alanyazında İslam Hukuku ile uyumlu olan otel (Henderson, 2010), İslami otel (Razalli, Abdullah ve Hassan, 2012), helal otel (Sriprasert, Chainin ve Rahman, 2014; Battour ve Ismail, 2016), tesettür otel (Sehlikoğlu ve Karakaş, 2016), Müslüman dostu ya da muhafazakâr otel (El-Gohary, 2016; Battour ve Ismail, 2016) ve benzeri gibi çeşitli adlar ile açıklanmasına karşın belli bir ortak özelliklere sahip olan bu oteller, genel bakış açısıyla helal otel olarak adlandırılmaktadır. Saad, Ali ve Abdel-Ati (2014), helal otel işletmelerini, İslami kaidelere uygun, İslami turistik hizmet veren işletmeler olarak açıklamaktadırlar. Arpacı (2015), helal oteli, İslami kaideler gereğince tasarımı

yapılmış ve temel fonksiyonu insanların geceleme yapma gereksinimlerini karşılamak olan ve bunun yanında müşteri topluluğunun eğlenme, içme-yeme ihtiyaçlarını İslami inanç ve kaidelere uygun bir biçimde yerine getiren kuruluş olarak açıklanmaktadır.

Geleneksel ve helal konseptli otel işletmelerinin turistik arz ve talep bakımından turizm sektöründe önemli bir yeri bulunmakta ve bu tür otel işletmelerine giden turistlerin sayısı zaman geçtikçe artmaktadır. Genel olarak geleneksel ve helal konseptli otel işletmeleri arasında farklar vardır. Bu farkların en önemli ise, helal konseptli otel işletmesinin İslami kurallara uygun olarak tasarlanması ve işletilmesidir (Mahamood, Fikri ve Nor, 2018; Buyruk ve Aydemir, 2019). Helal turizm kapsamında sunumu yapılan otelcilik hizmetleri, geleneksel otelcilik hizmetlerinden farklı bir içeriğe sahiptir (Tekin ve Turhan, 2017: 314). Helâl turizm anlayışına sahip oteller, geleneksel otellerden sundukları hizmetler ve hitap ettikleri tüketiciler yönünden farklılıklar göstermektedir. Bu farklılıklar, otel işletmesinin kuruluş felsefesi, işe alma süreçleri, hitap edilen müşteri profili, personelin yetkinlikleri olarak sıralanabilmektedir. Bu yönden helal turizm anlayışına geçen geleneksel otellerin bütüncül bir değişim yolunu da benimsemesi gerekmektedir (Seçilmiş, Demir ve Akın, 2017: 764).

### 3. YÖNTEM

Bu araştırmanın problemi, geleneksel ve helal konseptli otel işletmelerine gelen turistlerin tüketim davranışlarının nasıl olduğunun ve bu tüketim davranışlarının birbirlerine göre benzer ve farklı yönlerinin tespit edilmesinde otel işletmeleri yöneticilerinin bakış açılarından yeterince yararlanılmamasıdır. Araştırmanın amacı, turistlerin israf eğilimlerine ilişkin otel işletmeleri yöneticilerinin algılarını değerlendirmektir. Bu çalışmada geleneksel ve helal konseptli otel işletmelerindeki yöneticilerin turistlerin israf eğilimlerine ilişkin algıları ortaya konmuştur. Araştırma, geleneksel ve helal konseptli otel işletmelerinde yaşanan israfın saptanması ve karşılaştırılması bağlamında önem taşımaktadır. Araştırma kapsamında geleneksel ve helal konseptli otel işletmelerine gelen turistlerin israf eğilimleri nelerdir ve bunlar birbirlerine göre benzerlik ve farklılıklar taşımaktadır? sorularına yanıt aranmaktadır. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Öncelikle görüşme formu soruları oluşturulmuştur. Görüşme formu soruları oluşturulurken İlyasov (2017) ve Özkan Buzlu'nun (2019) çalışmalarından yararlanılmış ve genel olarak görüşme formu soruları üzerinde çeşitli düzenlemeler yapılmıştır. Görüşme formunda yer alan soruların cevaplarının geleneksel ve helal konseptli otel işletmeleri yöneticilerinden telefon veya internet üzerinden randevu alınarak, e-posta yoluyla yazılı olarak, Zoom, Skype, WhatsApp vb. programlar üzerinden yüz yüze görüşülerek, telefon yoluyla ve benzeri şekillerde alınabileceği ifade edilerek söz konusu araştırmanın verileri görüşmeler yoluyla elde edilmiştir. Araştırmanın verileri ise, içerik analizi ve betimsel analiz tekniği değerlendirilerek analiz edilmiştir. Nitel verileri analiz etme evresinde NVivo isimli istatistikî paket programından yararlanılmıştır. Araştırma kapsamında değerlendirilen veri toplama aracı ve analizi, etkili ve detaylı bilgilere ulaşmak açısından uygun, önemli ve gerekli görülmüştür. Bu çalışmada amaçlı örnekleme kullanılmıştır. Amaçlı örneklemede araştırmacı kimlerin tercih edileceği hususunda kendi yargısını değerlendirmekte ve araştırmanın amacına uygun olanları tercih etmektedir (Balcı, 2006; Baran, Batman ve Yıldız, 2017). Nitel araştırmalarda örnekleme derinlemesine araştırmak için örneklem grubu küçüktür. Bu sebepten dolayı rastgele örnekleme yerine amaçlı örneklemin seçilmesi daha doğru bir yaklaşımdır (Miles ve Huberman, 1994; Baran vd., 2017). Araştırma kapsamında 16 Mayıs 2020 - 14 Nisan 2022 tarihleri arasında katılımcılar ile görüşmeler yapılmış olup, görüşmelere katılanların sayısı kırk yedi ile sınırlıdır. Katılımcılar genellikle otel işletmesinin üst kademesinde bulunan kişilerdir. Görüşmelere katılan kişilerin objektif şekilde ve özellikle soruları dikkatli okuyup bu doğrultuda yanıtlar verdikleri varsayılmıştır. Araştırmanın evrenini, geleneksel ve helal konseptli otel işletmeleri oluştururken; örneklemini ise,

Antalya’da yer alan geleneksel ve helal konseptli otel işletmeleri oluşturmaktadır. Bu örneklem kapsamında Antalya’da yer alan, araştırmaya katılmayı kabul eden 23 geleneksel konseptli otel işletmesinden toplam 34, 6 helal konseptli otel işletmesinden de toplam 13 kişiye ulaşılmıştır. Geleneksel konseptli otel işletmeleri katılımcılarının kodları, geleneksel konseptli otel işletmesi (GKOİ) kodunun hemen akabinde sayma sayılarının sıralanmasıyla oluşturulmuştur. Helal konseptli otel işletmeleri katılımcılarının kodları, helal konseptli otel işletmesi (HKOİ) kodunun hemen akabinde sayma sayılarının sıralanmasıyla oluşturulmuştur.

Araştırma kapsamında Kastamonu Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu’nun 25.12.2020 tarihli, 93 sayılı onayı ile etik komite onayı alınmıştır. Araştırmanın gerçekleştirilmesinde herhangi bir mahzur görülmemiştir.

### 3.9. Bulgular ve Yorum

Araştırmaya katılanların demografik bilgileri şöyledir; Katılımcıların 33’ü erkek, 14’ü kadındır. Katılımcıların 32’si evli, 14’ü bekârdır. Katılımcıların biri de medeni durumunu belirtmemiştir. Katılımcıların 22’si üniversite mezunu, 16’sı lise, 5’i lisansüstü, 3’ü ilköğretim mezunudur. Katılımcıların biri de eğitim durumunu belirtmemiştir. Katılımcıların 18’i 42-49 yaş arasında, 12’si 34-41 yaş arasında, 9’u 26-33 yaş arasında, 6’sı 50 ve üzeri yaşında, 2’si 18-25 yaş arasındadır. Katılımcıların 17’si 4001-6000 TL arası, 9’u 2001-4000 TL arası, 8’i 6001-8000 TL arası, 5’i 8001-10000 TL arası, 6’sı 10001 TL ve üzeri, 1’i 2000 TL ve altı kişisel gelire sahiptir. Katılımcıların biri de kişisel gelir aralığını belirtmemiştir. Katılımcıların 8’i ön büro müdürü/şefi, 6’sı satış pazarlama müdürü/şefi, 6’sı insan kaynakları müdürü, 4’ü misafir ilişkileri müdürü, 3’ü genel müdür, 3’ü yiyecek-içecek müdürü, 3’ü mutfak şefi/aşçıbaşı/ustabaşı, 2’si resepsiyonist, 2’si restoran şefi, 2’si bar/barlar şefi, 1’işletme sahibi, 1’i gece müdürü, 1’i operasyon müdürü, 1’i satın alma sorumlusu, 1’i teknik hizmetler şefi, 1’i kat hizmetleri şefi, 1’i rezervasyon şefi, 1’i restoran kaptanı, 1’i executive sous cheff’tir. Ayrıca katılımcıların biri hem ön büro müdürü hem de satış pazarlama müdürüdür. Katılımcıların 14’ü 1-3 yıl arası, 9’u 4-7 yıl arası, 9’u 1 yıldan az, 8’i 8-11 yıl arası, 5’i 15 yıl üzeri, 2’si 12-15 yıl arası çalışma süresine sahiptir.

Araştırmanın temeline yönelik bulgular ise tablolar eşliğinde verilmektedir. Bu bulgular şöyledir:

**Tablo 1.** Turistlerin En Çok İsrâf Ettikleri Gıda Türleri

	GKOİ		HKOİ		Genel	
	N	%	N	%	N	%
Diğer	5	14,7	1	7,7	6	12,8
Ekmek türleri	11	32,3	6	46,1	17	36,2
Et türleri	5	14,7	2	15,4	7	14,9
Meyveler	1	2,9	0	0	1	2,1
Salatalar	5	14,7	0	0	5	10,6
Tatlılar	6	17,6	4	30,8	10	21,3
Kayıp değer	1	2,9	0	0	1	2,1
Toplam	34	100	13	100	47	100

Üstte yer alan bilgilere göre, geleneksel konseptli otel işletmeleri turistlerinin en fazla ekmek türlerini, en az da meyveleri israf ettikleri görülmektedir. Helal konseptli otel işletmeleri turistlerinin de en fazla ekmek türlerini israf ettikleri görülmektedir. Helal konseptli otel işletmeleri turistlerinin en çok israf ettikleri gıda türleri arasında meyvelerin ve salataların olmaması dikkat çekmektedir.

**Tablo 2.** Otel İşletmesinin En Çok İsrâf Yapılan Alanları

Otel İşletmesinin En Çok İsrâf Yapılan Alanları	GKOİ	HKOİ
Hamam	1	0
Odalar	2	1
Sauna	1	0
Tekstil alanları	2	0
Yiyecek ve İçecek Alanları	13	7
Bar	7	0
Snack-bar	1	1
Büfe	1	0
Açık büfe	2	0
Meyve büfeleri	1	0
Soğuk büfe	0	1
Tatlı büfeleri	1	0
Kafe	1	0
Meyve reyonları	1	0
Mutfak	1	0
Restoran	12	7
Yiyecek kalemlerinin tümü	0	1
Her alan	1	0

Genel olarak bakıldığında israfın yoğunluklu olarak yiyecek ve içecek alanlarında yaşandığı göze çarpmaktadır. Dolayısıyla yiyecek ve içecek israfları hem geleneksel hem de helal konseptli otel işletmelerinde önemli sorunlar oluşturmaktadır.

**Tablo 3.** Turistlerin Ne Tür İsrâflarda Bulunmaları ve Bu Konudaki Gözlemler

Turistlerin Ne Tür İsrâflarda Bulunmaları ve Bu Konudaki Gözlemler	GKOİ	HKOİ
Enerji israfı	3	1
Enerji israfı konusunda gözlem	3	1
Işık kullanımı	1	0
Klima kullanımı	2	1
Sarf malzemeleri israfı	0	0
Şampuan israfı	1	0
Tekstil israfı	2	0
Tekstil israfı konusunda gözlem	0	0
Fazladan havlu talep etme	1	0
Fazladan nevresim talep etme	1	0
İhtiyaç dışı havlu talep etme	1	0
İhtiyaç dışı nevresim talep etme	1	0
Yiyecek ve içecek israfı	19	7
İçecekler	0	0
Alkollü içecek	1	0
Su	2	0
Yiyecekler	0	0
Ekmek	0	2
Garnitür	1	0

Izgara et	1	0
Makarna	1	0
Meyve	1	0
Omlet	0	1
Peynir	0	1
Pilav	1	0
Salata	1	0
Tatlı	5	0
Tavuk	1	0
Zeytin	0	1
Yiyecek ve içecek israfı konusunda gözlem	0	0
Alınan tabakların bitmeden başka tabakların alınması	1	0
Bir kişinin doyabileceği kadar gıda atıklarının oluşması	0	1
Bir kişinin önünde sekiz tabağın görülmesi	1	0
Çok fazla yiyecek alınıp, masadan bitirilmeden kalkılması	0	1
İçilmeyecek kadar içeceğin alınması	1	0
Menüdeki bütün içeceklerin denenerek sadece sevilenlerin içilmesi, sevilmeyenlerin içilmemesi	1	0
Menüdeki bütün yiyeceklerin denenerek sadece sevilenlerin yenmesi, sevilmeyenlerin yenmemesi	1	0
Sıcak yemeğin soğuduğunda yenmemesi	0	1
Yenmeyecek kadar yemeğin alınması	10	7
Nedeni	2	0
Açık büfe	1	0
Ücretsiz olması	1	0
Sonucu	0	0
Yiyecek israfı	1	0
Yiyecek ve içeceklerin tadının bilinmemesinden dolayı fazla alınması	2	0
Yiyecek ve içecek tüketimi konusunda gözlem	0	0
Açgözlü olunması	2	0
Ara öğünlerde para ödendiği için fazladan tüketilmesi	0	1
Aşırı yiyecek tüketiminin yapılması	1	0
Yiyeceklerin paketlenmesi	1	0

Genel olarak bakıldığında enerji, tekstil, sarf malzemeleri ve yiyecek-içeceklerin israflarının yapıldığı görülmektedir. Turistlerin israflarının otel işletmelerinde belirgin ya da yüzeysel olarak görülmesinde birtakım etkenlerin aktif rol oynadığı düşünülmektedir. Bu etkenler arasında da, tatil yapmak, dinlenmek, eğlenmek, gündelik yaşamın sıkıntılardan uzaklaşmak olduğu düşünülmekte olup bunlar turistlerin turistik davranışları üzerinde ve israfa yönelmelerinde bir etki oluşturduğu öne sürülmektedir.

**Tablo 4.** Farklı Turist Gruplarının İsrâf Konusunda Farklı Davranışlarının Olma Durumu ve Bu Konudaki Gözlemler

Farklı Turist Gruplarının İsrâf Konusunda Farklı Davranışlarının Olma Durumu ve Bu Konudaki Gözlemler	GKOİ	HKOİ
Almanlar	4	0
İsrâf düzeyleri az	3	0



Olgunlar	1	0
Araplar	9	0
Aşırı dağımık	1	0
Çok kaba	1	0
Gelir düzeyleri yüksek	1	0
İsrâf düzeyleri yüksek	6	0
Avrupalılar	3	0
Çok bilinçli	1	0
İsrâf düzeyleri az	1	0
Yiyebileceği ve içebileceği ölçülerde ürün almaları	1	0
Doğu Avrupalılar	2	0
Doğu Avrupa ülkelerinden gelen turistlerin buklet malzemelerini çalmaları	1	0
Doğu Avrupa ülkelerinden gelen turistlerin buklet malzemelerini israf etmeleri	1	0
Baltık ülkelerinden olanlar	1	0
İsrâf düzeyleri az	1	0
Batılılar	1	0
Az tüketim yapmaları	1	0
Doğulular	1	0
Aşırı tüketim yapmaları	1	0
Orta Doğulular	2	1
İsrâf düzeyleri yüksek	0	1
Orta Doğulu turistlerin buklet malzemelerini çalmaları	1	0
Orta Doğulu turistlerin buklet malzemelerini israf etmeleri	1	0
İngilizler	3	0
Bencil	1	0
Kavgacı	1	0
Kurallara uymaz	1	0
İskandinavlar	1	0
İsrâf düzeyleri az	1	0
Müslüman yoğunluklu ülkelerden olanlar	1	0
Müslüman yoğunluklu ülkelerden gelenlerin israf konusunda farklı davranışlarının olması	1	0
Ruslar	7	0
Alkol tüketimleri kısmen çok	1	0
Genelde kurallara uyarlar	1	0
İsrâf düzeyleri normal	1	0
İsrâf düzeyleri yüksek	3	0
Otel olanaklarını çok şikâyet etmezler	1	0
Türkler	3	1
İsrâf düzeyleri yüksek	3	1
Ukraynalılar	1	0
İsrâf düzeyleri yüksek	1	0
Ülke içi ve ülkeler arası	5	3
Farklı milletlerden olan turistlerin farklı yeme alışkanlıklarının olması	1	0
İsrâf edilen ürünlerde ülke içi ve ülkeler arası açıdan farklılıkların görülmesi	0	1
İsrafın ülkelere göre değişim göstermesi	2	0

Yabancı ülkelerden gelen turistlerin farklı soslu yemekler sevmeleri	1	0
Yabancı ülkelerden gelen turistlerin farklı soslu yiyecekler tüketmeleri	1	0
Yabancıların daha bilinçli tüketmeleri	0	2
Yaş grubu ülkelerinden olanlar	1	1
Yaş grubu ülkelerinden olanların israf konusunda farklı davranışlarının olması	1	1
Orta yaş üstü misafirlerin daha bilinçli tüketmeleri	0	1
Eğitim	0	2
Eğitilmiş insanlar	0	1
Eğitimsiz insanlar	0	1

Genel olarak bakıldığında aynı ve farklı milletlerdeki turistlerin israf hususunda gerek benzer gerekse de değişik yönleri bulunmaktadır. Turistin yaşı, eğitimi, yer aldığı coğrafya, etkisi altında bulunduğu kültür yapısı ve daha birçok unsur israfın ortaya çıkmasında ve biçimlenmesinde turistler üzerinde güçlü bir etki uyandırmaktadır.

**Tablo 5.** Otel İşletmesinde Sunulan Ürünlerin Helal Sertifikalı Olma Durumu

	GKOİ		HKOİ		Genel	
	N	%	N	%	N	%
Evet	25	73,5	13	100	38	80,8
Hayır	8	23,5	0	0	8	17,0
Kayıp değer	1	2,9	0	0	1	2,1
Toplam	34	100	13	100	47	100

Genel olarak evet yanıtını veren katılımcıların oranı %80,8, hayır yanıtını veren katılımcıların oranı %17,0'dır. Katılımcıların %2,1'i de bu soruya yanıt vermemiştir. Geleneksel konseptli otel işletmeleri katılımcıların %73,5'i otel işletmelerinde sunulan ürünlerin helal sertifikalı olduğunu, %23,5'i helal sertifikalı olmadığını belirtmiş olup, %2,9'u da bu soruyu yanıtlamamıştır. Helal konseptli otel işletmeleri katılımcıların hepsi (%100) kendi otel işletmelerinde sunulan ürünlerin helal sertifikalı olduğunu belirtmiştir.

**Tablo 6.** Helal Sertifikalı Ürünlerin Turistlerin Tüketim Davranışları Üzerinde Belirleyici ve Etkili Olma Durumu

Helal Sertifikalı Ürünlerin Turistlerin Tüketim Davranışları Üzerinde Belirleyici ve Etkili Olma Durumu	GKOİ	HKOİ
Helal sertifikalı ürünlerin turistlerin tüketim davranışları üzerinde belirleyici ve etkili olmaması	4	2
Helal sertifikalı ürünlerin turistlerin tüketim davranışları üzerinde belirleyici ve etkili olması	8	5
Helal sertifikalı ürünlerin yabancı turistlerin tüketim davranışları üzerinde etkili olmaması	1	2
Helal sertifikalı ürünlerin yerli misafirler için belirleyici olması	0	1
Helal sertifikası soranların olması	3	0
Helale önem veren misafirler için etkili olması	1	0
Hem helal sertifikalı ürünlerin hem de helal sertifikası olmayan ürünlerin turistlerin tüketim davranışları üzerinde belirleyici ve etkili olmaması	3	1
Hem helal sertifikalı ürünlerin hem de helal sertifikası olmayan ürünlerin turistlerin tüketim davranışları üzerinde belirleyici ve etkili olması	1	3
Hijyen öncelikli iç pazarda haram ve helal kavramlarının önemsenmesi	1	0
Misafir profiline göre değişim göstermesi	1	1
Müslüman misafirler üzerinde belirleyici ve etkili olması	2	1
Otelin konseptine göre değişim göstermesi	1	0

Tesislerin tercih sebebi olması	0	1
---------------------------------	---	---

Helal sertifikalı ürünlerin Müslümanlar, yerli turistler, helal kavramına önem veren turistler açısından önemlidir. Buna ek olarak, helal sertifikalı ürünler turistlerin tüketim davranışlarında belirleyici ve etkili olmakta ancak yabancı turistlerin tüketim davranışları üzerinde etkili olmamakta, hizmet durumuna göre önem arz etmektedir.

**Tablo 7.** Helal Sertifikası Olmayan Ürünlerin Turistlerin Tüketim Davranışları Üzerinde Belirleyici ve Etkili Olma Durumu

Helal Sertifikası Olmayan Ürünlerin Turistlerin Tüketim Davranışları Üzerinde Belirleyici ve Etkili Olma Durumu	GKOİ	HKOİ
Helal sertifikası olmayan ürünlerin turistlerin tüketim davranışları üzerinde belirleyici ve etkili olması	1	0
Helal sertifikası olmayan ürünlerin yabancı turistlerin tüketim davranışları üzerinde belirleyici ve etkili olmaması	1	1
Helal sertifikası olmayan ürünlerin hizmet durumuna göre önem arz etmesi	1	0

Helal sertifikası olmayan ürünlerin yabancı turistlerin tüketim davranışları üzerinde belirleyici ve etkili olmadığı düşünülmektedir. Helal sertifikası olmayan ürünlerin turistlerin tüketim davranışları üzerinde belirleyici ve etkili olduğu ve hizmet durumuna göre de önem arz ettiği ifade edilmektedir. Bu ifade edilen düşüncenin temelinde bulunan hususun, hizmetin, turistler üzerinde önemli bir turistik çekicilik kazanmasının olduğu düşünülmektedir.

**Tablo 8.** Turistlerin İsraf Ettikleri Yiyecek ve İçecek Türleri ile Bunların İsraf Düzeyleri

Turistlerin İsraf Ettikleri Yiyecek ve İçecek Türleri ile Bunların İsraf Düzeyleri	GKOİ	HKOİ
Yiyecek ve içecek israf oranı	13	2
Az	4	0
Çok yüksek	1	0
Normal	2	2
Yüksek	6	0
Yiyecek ve içecek türleri	8	1
İçecekler	2	1
Alkollü içecekler	7	0
Bira	1	0
Rakı	1	0
Alkolsüz içecekler	1	0
Ayran	1	0
Gazlı içecek	1	0
Su	2	0
Süt	1	0
Her tür içecek	2	1
Yiyecekler	0	0
Yemekler	4	1
Ağır yemek	1	0
Ana yemek	3	1
Ambalaj ürünleri	1	0
Ekmek	6	2
Et	7	2

Kahvaltı ve türevleri	0	1
Meyve	3	0
Salata	2	0
Soğuk meze	1	1
Tatlı	8	4
Unlu mamuller	2	2
Her tür yiyecek	3	1

Geleneksel ve helal konseptli otel işletmelerinde israfıla ilgili ortaklaşa ön plana çıkan husus, tatlıların israfının, diğer belirtilen yiyecek türlerine göre açık ara fazla olmasıdır. Öne çıkan diğer bir ayrıntı da geleneksel konseptli otel işletmelerinde tatlıdan sonra diğer yiyeceklere nazaran daha çok öne çıkan iki yiyecek türü, et ve ekmektir. Geleneksel konseptli otel işletmelerinde yiyecek ve içecek israf oranlarının yoğunlukla yüksek seviyededir. Helal konseptli otel işletmelerinde ise yiyecek ve içecek israf oranları yoğunlukla normal seviyededir.

**Tablo 9.** Turistlerin Hangi Alanlarda ve Ne Kullanırken Enerji İsrâfı Yapma Durumları

Turistlerin Hangi Alanlarda ve Ne Kullanırken Enerji İsrâfı Yapma Durumları	GKOİ	HKOİ
Alanlar	0	0
Animasyon	1	0
Genel kullanım alanları	0	2
Çamaşırhane	0	1
Lavabo	0	1
Hamam	1	0
Havuz	1	0
Havuz kenarındaki duşlar	1	0
Oda	18	7
Duş	2	0
Lavabo	0	1
Sauna	1	0
Yiyecek ve içecek alanları	2	0
Restoran	1	0
Tekstil alanları	0	1
Kullanım	0	0
Elektrik	10	4
Enerji	2	1
İkinci enerji kartının kullanımı	1	0
Klima	15	7
Su	3	4
Televizyon	0	1

Geleneksel ve helal konseptli otel işletmelerinde israfın en çok görüldüğü alanlar, odalardır. Turistlerin odalar içerisinde yoğunlukla enerji, elektrik, klima ve su israfı gerçekleştirdikleri görülmektedir. Turistlerin, otel işletmelerindeki kendi odalarında genel kullanım alanlarına göre daha rahat oldukları, israfı eğilim gösterme durumlarının daha fazla oldukları, dolayısıyla da israfın odalarda daha çok yaşandığı düşünülmektedir.

**Tablo 10.** Otel İşletmesindeki Turistlerin Su İsrâfi Yapma Durumu

	GKOİ		HKOİ		Genel	
	N	%	N	%	N	%
Evet	23	67,6	9	69,2	32	68,1
Emin değilim	0	0	1	7,7	1	2,1
Hayır	11	32,3	2	15,4	13	27,7
Kayıp değer	0	0	1	7,7	1	2,1
Toplam	34	100	13	100	47	100

Genel olarak evet yanıtı veren katılımcıların oranı %68,1, emin değilim yanıtını veren katılımcıların oranı %2,1, hayır yanıtını veren katılımcıların oranı ise %27,7'dir. Katılımcılardan %2,1'i de bu konu hakkında bilgi sahibi değildir. Geleneksel konseptli otel işletmelerinin katılımcılarının %67,6'sı evet derken, %32,3'ü de hayır demiştir. Turistlerin su israfı yapma veya yapmama durumlarıyla ilgili soruya helal konseptli otel işletmeleri katılımcılarının %69,2'si evet, %7,7'si emin değilim, %15,4'ü ise hayır yanıtını vermiştir. Katılımcıların %7,7'si de bu hususta bilgi sahibi olmadığını dile getirmiştir.

**Tablo 11.** Su İsrâfının En Çok Odalarda Mı Yoksa Genel Kullanım Alanlarında Mı Gerçekleşmesi Durumu

Su İsrâfının En Çok Odalarda Mı Yoksa Genel Kullanım Alanlarında Mı Gerçekleşmesi Durumu	GKOİ	HKOİ
Genel kullanım alanları	8	3
Çamaşırhane	0	1
Duş	1	1
Hem genel kullanım alanları hem de odalar	4	0
Duşlar	1	0
Odalar	12	6
Duş	1	1

Geleneksel ve helal konseptli otel işletmelerinde su israfı en çok odalarda, daha sonra ise genel kullanım alanlarında yaşanmaktadır. Bu durum da, otel işletmelerinin genel kullanım alanlarından ziyade odalarına yönelik su tasarrufu sağlaması yönünde uygun ve önemli adımlar atmasını gerektirmektedir.

**Tablo 12.** Turistlerin Tekstil Malzemeleriyle İlgili Neler İsrâf Ettikleri Durumu

Turistlerin Tekstil Malzemeleriyle İlgili Neler İsrâf Ettikleri Durumu	GKOİ	HKOİ
İsrâf etme şekli		
Boyama	1	1
Çalma	2	0
Değişim İsteme	3	1
Gereğinden fazla çamaşır yıkama talebi	1	1
Amaç dışı kullanım	1	0
Tekstil ürünleri		
Çarşaf	10	0
Havlü	19	5
Plaj havlusu	7	2
Nevresim	1	0

Örtü	3	0
Hepsi	1	0

Geleneksel ve helal konseptli otel işletmelerinde en fazla tekstil ürünleri israfının havlu olduğu göze çarpmaktadır. Buna karşılık, en fazla israfın görüldüğü tekstil ürünlerinden biri olan havludan sonra çarşafın yüksek düzeyde israf edilmesi de gözlemlenirken; çarşafın, helal konseptli otel işletmeleri katılımcıları tarafından doğrudan belirtilmemesi dikkat çekmektedir.

**Tablo 13.** Turistlerin Hangi Demirbaşları ve Sarf Malzemelerini İsrâf Ettikleri Durumu

Turistlerin Hangi Demirbaşları ve Sarf Malzemelerini İsrâf Ettikleri Durumu	GKOİ	HKOİ
Demirbaş	4	1
El havlusu	1	0
Yarı demirbaş	1	0
Sarf malzemeleri	6	0
Buket malzemeleri	9	2
Duş jeli	1	0
Kâğıt havlu	2	1
Kâğıt ürünleri	1	0
Peçete	5	2
Şampuan	1	0
Tuvalet kâğıdı	9	5
Hepsi	5	0

Genel olarak bakıldığında geleneksel konseptli otel işletmelerine gelen turistlerin yarı demirbaşları israf ettiği gözlemlenirken; helal konseptli otel işletmelerine gelen turistlerin yarı demirbaşları israf yapmadıkları göze çarpmaktadır. Geleneksel konseptli otel işletmelerindeki turistlerin en fazla buket malzemelerini ve tuvalet kâğıdını israf ettikleri belirlenirken; helal konseptli otel işletmelerindeki turistlerin en fazla tuvalet kâğıdını israf ettikleri belirlenmektedir. Geleneksel konseptli otel işletmelerinde en çok israf edilen ürünlerden sonra yüksek oranda israf edilen ürünler, peçete ve hepsidir. Helal konseptli otel işletmelerinde en çok israf edilen üründen sonra oran olarak diğerlerine göre daha fazla israf edilen ürünler, buket malzemeleri ve peçetedir.

**Tablo 14.** Turistlerin En Çok Hangi Alanlarda ve Ne Tür İsrâf Yaptıkları Durumu

Turistlerin En Çok Hangi Alanlarda ve Ne Tür İsrâf Yaptıkları Durumu	GKOİ	HKOİ
Alanlar		
Genel kullanım alanları	1	0
Havuz	1	0
Kaydırak	1	0
Lobi	1	0
SPA	1	0
Odalar	5	3
Yeme içme alanları	19	8
Bar	1	0
Snack-bar	1	0
Büfe	1	0
Restoran	1	0
İsrâf Türleri		

Demirbaş israfı	0	2
Sandalye	0	1
Şezlong	0	1
Elektrik israfı	1	0
Enerji israfı	1	0
Sarf malzemeleri israfı	1	0
Su israfı	1	0
Tekstil israfı	0	1
Yarı demirbaş israfı	1	0
Yiyecek ve içecek israfı	19	8
Alkollü içecek israfı	1	0

Geleneksel ve helal konseptli otel işletmelerine gelen turistlerin en çok yeme ve içme alanlarında yiyecek ve içecek israfı gerçekleştirdikleri ifade edilmektedir. Bu duruma ek olarak da, en fazla israfın yeme ve içme alanlarından sonra odalarda olduğu, odalarda da tekstil israfı, enerji israfı gibi israfların yapıldığı belirtilenler arasındadır.

**Tablo 15.** Otel İşletmesindeki Turistlerin Bazı Tüketim Davranışlarından Dolayı Zaman ve Emek İsrâfı Yaşanma Durumu

	GKOİ		HKOİ		Genel	
	N	%	N	%	N	%
Evet	25	73,5	8	61,5	33	70,2
Hayır	7	20,6	2	15,4	9	19,1
Kayıp değer	2	5,9	3	23,1	5	10,6
Toplam	34	100	13	100	47	100

Genel olarak evet yanıtı veren katılımcıların oranı %70,2, hayır yanıtı veren katılımcıların oranı %19,1, yanıt vermeyen katılımcıların oranı ise %10,6'dır. Geleneksel konseptli otel işletmeleri katılımcılarının %73,5'i evet, %20,6'sı hayır yanıtını verirken, %5,9'u da bu soruya yanıt vermemiştir. Helal konseptli otel işletmeleri katılımcılarının %61,5'i evet, %15,4'ü hayır yanıtını verirken, %23,1'i de bu soruya yanıt vermemiştir.

**Tablo 16.** Zaman ve Emek İsrâfının, Otel İşletmesinin En Çok Hangi Alanlarında Yaşandığı Durumu

Zaman ve Emek İsrâfının, Otel İşletmesinin En Çok Hangi Alanlarında Yaşandığı Durumu	GKOİ	HKOİ
Çamaşırhane	1	0
Her departman	2	0
Kat hizmetleri	2	0
Misafirin dokunduğu animasyon hariç tüm hizmet noktaları	1	0
Odalar	2	3
Yiyecek ve içecek alanları	8	4
Bar	1	0
Kafe	1	0
Mutfak	3	1
Restoran	5	2

Geleneksel ve helal konseptli otel işletmelerinde zaman ve emek israfı en fazla yiyecek ve içecek alanlarında yaşanmaktadır. Geleneksel ve helal konseptli otel işletmelerinin yeme ve içme bölümlerindeki zaman ve emek israflarının en fazla restoranlarda olduğu gözle çarpılmaktadır.

**Tablo 17. Zaman ve Emek İsrâfına İlişkin Yapılan Gözlemler**

Zaman ve Emek İsrâfına İlişkin Yapılan Gözlemler	GKOİ	HKOİ
Alınan ve yenmeyen yemeklerin fazla olduğu alanların temizlenmesinin zor olması	1	0
Aşırı tüketimde bulunulması	0	1
İş gücü kaybına neden olunması	0	1
Milli servet kaybına neden olunması	0	1
Dayanağı olmayan şikâyetlerin yapılması	0	1
Ekstra hizmetlerden ücretsiz faydalanmak amaçlı	0	1
Fiyat iadesi almak amaçlı	0	1
Hizmet talepleri için sorulduğunda sık sık sports yenilemelerinin yapılması	1	0
İhtiyaçtan fazla talepte bulunulması	0	1
İsrâf edilen ürünlerin yerine yenilerinin konulması	2	0
Ürünlerin hazırlanması	1	0
Ürünlerin sipariş edilmesi	1	0
Ürünlerin sunumu	1	0
Misafirlerin çalışanları uzun süre meşgul etmeleri	1	0
Misafirlerin gereksiz kapris yapmaları	0	1
Misafirlerin kendi odalarını çok dağınık kullanmaları	1	0
Misafirlerin kendi odalarını çok dağınık kullanmalarının sonuçları	1	0
Daha çok temizlik ürünleri kullanmak zorunda kalınması	1	0
Kat hizmetleri görevlisinin odayı temizleme süresinin uzaması	1	0
Misafirlerin önemli olmayan sorular sormaları	1	0
Misafirlerin sorun çıkarmaları	1	0
Normal hayatta yapılmayan tüketim davranışlarının turistik işletmelerde yapılması	1	0
Nedeni	1	0
Doğrudan maliyetle karşılaşılması	1	0
Turistlerin kendi odalarına gereksiz yere alkol çıkarmaları	1	0
Turistlerin kullandıkları havluları sepete atmak yerine havuz kenarında ya da deniz kenarında bırakmaları	0	1

Geleneksel ve helal konseptli otel işletmeleri katılımcılarının zaman ve emek israfı ile ilgili yaptıkları birçok gözlem vardır. Bu gözlemlere açıklık getirmek, genel olarak israf konusunda önemli olarak görülmektedir. Turistlerin, tüketim davranışlarını gerçekleştirirken daha bilinçli olmaları gerekmektedir. Aksi halde ise turizm sektöründe yaşanan turist kaynaklı israfların engellenmesinin veya azaltılmasının zor olacağı düşünülmektedir.

#### 4. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Otel işletmelerinin çoğunun sunduğu ürünler helal sertifikalıdır. Bu durum da, çoğu otel işletmesinin helal sertifikasına önem verdiğini göstermektedir. Otel işletmeleri tarafından helal sertifikalı ürünlerin, turistlerin tüketim davranışları üzerinde belirleyici ve etkili olması veya belirleyici ve etkili olmamasına yönelik çeşitli görüşler öne sürülmektedir. Bu görüşlerde ön plana çıkan ayrıntı ise, hem geleneksel konseptli otel işletmelerinin hem de helal konseptli otel işletmelerinin kendilerine ve birbirlerine göre düşüncelerinde benzerliklerin ve farklılıkların görülmesidir. Çalışmada ön plana çıkan diğer bir ayrıntı da, helal sertifikası olmayan ürünlerin, yabancı turistlerin tüketim davranışları üzerinde belirleyici ve etkili olmamasıdır. Bu bilgiye ilave olarak da, genel olarak turistlerin tüketim davranışları üzerinde belirleyici ve etkili olduğu ve hizmet durumuna göre önem arz ettiği ortaya çıkmaktadır.



Otel işletmelerinde yoğun olarak, farklı turist gruplarının israf konusunda farklı davranışlarının olduğu düşünülmektedir ve bu kapsamda da otel işletmeleri tarafından gerçekleştirilen birçok gözlem bulunmaktadır. Bu gözlemlerde dikkat çeken husus ise, geleneksel konseptli otel işletmelerindeki farklı turist gruplarının ve turistlerin israflarının, helal konseptli otel işletmelerine nazaran daha fazla olmasıdır.

Turistlerin en çok israf ettiği gıda türü ekmek türleridir. Bu durum, İlyasov'un (2017) çalışmasıyla benzerlik göstermektedir. Ekmek türlerinin tüketim açısından önemli olarak görüldüğü, besleyicilik ve doyuruculuk bakımından insanlar üzerinde talep oluşturma noktasında güçlü bir etki uyandırdığı düşünülmektedir. Otel işletmelerinde bulunan turistler, alkol içeren ve alkol içermeyen içecekler ile ağır yemek, ana yemek, ambalaj ürünleri, ekmek, et, kahvaltılık ve turevleri, meyve, salata, soğuk meze, tatlı, unlu mamullerin israfını gerçekleştirmektedirler. Genel olarak bu tür yiyecek ve içeceklerin israf oranı da az, normal, yüksek ve çok yüksektir. Otel işletmelerinde yoğun olarak, yiyecek-içecek hizmetlerinin ücretsiz olmasının, turistlerin yiyeceklerden daha fazla yararlanma isteğini tetiklediği düşünülmektedir. Bu durum, İlyasov (2017) ve Özkan Buzlu'nun (2019) çalışmasıyla benzerlik göstermektedir. Konuyla ilgili olarak da, ücretsiz olma durumu, turistlerin yiyeceklerden daha fazla yararlanmaları noktasında pozitif bir etki oluştururken; ücretli olma durumunun da, turistlerin yiyeceklerden daha fazla yararlanmaları noktasında negatif bir etki oluşturması beklenmektedir. Ücret, yiyecek ve içecek israfı konusunda önemli bir belirleyicidir. Otel işletmeleri yoğun olarak, turistlerin otel işletmesindeki israf davranışlarına tanık olmuştur. Turistlerin, otel işletmelerinin en çok yiyecek ve içecek alanlarında israf gerçekleştirdikleri göze çarpmaktadır. Yine bu bilgiye benzer olarak, turistler tarafından gerçekleştirilen yiyecek ve içecek israfının fazla olduğunu da belirtmek mümkündür. Bu konu kapsamında da ilave bilgi olarak açıklanmak istenen bir durum bulunmaktadır ki, o da; turistlerin yiyecek ve içecek tüketimleri ile israflarına yönelik otel işletmelerinin gözlemlerinin bulunmasıdır. Otel işletmeleri tarafından turistlerin tüketim ve israflarıyla ilgili yapılan gözlemler, turistlerin birtakım davranışlarına ilişkin önemli bilgilerin elde edilmesine katkı sağlamaktadır. Bu katkıyla birlikte otel işletmelerinin turistik açıdan uygun ve faydalı kararlar almasına, önlemler uygulamasına, uygulamalar yürürlüğe koymasına kolaylık sağlanacaktır. Çalışma kapsamında ortaya çıkan ve kayda değer olarak görülen başka bir ayrıntı da, otel işletmeleri tarafından öne sürülen, turistler tarafından gerçekleştirilen diğer israfların ise demirbaş, yarı demirbaş, sarf malzemeleri, tekstil ve enerji kaynaklarıyla ilgili olmasıdır. Turistler genel olarak otel işletmelerindeki demirbaşları, yarı demirbaşları ve sarf malzemelerini (buklet malzemeleri, duş jeli, şampuan, kâğıt havlu, kâğıt ürünleri, peçete, tuvalet kâğıdı vs. gibi) israf etmektedirler. Turistler tarafından yapılan bu israf, gerek ekonomik gerek sürdürülebilirlik gerekse de turistik açıdan turizm sektörüne ciddi anlamda zarar vermektedir. Otel işletmelerindeki turistler çokça odalar, yiyecek-içecek alanları ve genel kullanım alanlarında israf yapmaktadırlar. Bu kapsamda da turistlerin demirbaş israfı, yarı demirbaş israfı, sarf malzemeleri israfı, elektrik israfı, su israfı, enerji israfı, tekstil israfı gibi israflarda bulduklarını ifade etmek mümkündür. İşletmelerin genel kullanım alanlarına kaynakların (enerji, elektrik, su vb. gibi) kullanımına ve israfına ilişkin bilgiler asılmalıdır. Bu hal, turistler üzerinde turizm bilincinin oluşmasına veya gelişmesine birtakım katkı sağlayabilir. Turistler tekstil ürünleriyle ilgili çarşaf, havlu, nevresim ve örtüleri israf etmektedirler. Genel olarak bakıldığında ise turistlerin tekstil ürünleri içerisinde en çok havluyu israf ettikleri ortaya çıkmaktadır. Alanyazında otel işletmeleri konuklarının havlu tekrar kullanımı ile ilgili çalışmalar (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; Özkan Buzlu ve Unur, 2018; Özkan Buzlu, 2019), otel işletmeleri konuklarının tekstil kullanımı ile ilgili israflarının olduğunu göstermektedir. Otel işletmelerinde bulunan turistler animasyon alanı, genel kullanım

alanları, hamam, havuz, oda, sauna, yiyecek ve içecek alanları gibi alanlarda elektrik, enerji, klima ve su tüketimi gerçekleştirirken enerji israfı yapmaktadırlar. Enerji kaynaklarının etkili ve tam olarak kullanılmaması ya da kullanılmaması durumunda kaçınılmaz olarak enerji israfı ortaya çıkmaktadır. Enerji israfı da, gerek ekonomik gerekse de sürdürülebilirlik bakımından otelcilik sektörüne ciddi anlamda zararlar vermektedir. Otel işletmelerinin çoğunluğu, kendi otel işletmelerindeki turistlerin su israfı yaptıklarını düşünmektedir. Geleneksel ve helal konseptli otel işletmelerinde su israfı en çok odalarda gerçekleşmektedir. Bun anlamda otel işletmelerinin odalarında su tüketimine ilişkin akıllı uygulama sistemlerinin kullanılması, kullanımının yaygınlaştırılması, su tasarrufu sağlayan nesnelere değerlendirilmesi, bakım, onarım ve yenileme çalışmalarının yapılması, gerekli bütçenin ayrılması ve özenin gösterilmesi önemlidir.

Otel işletmelerinin çoğunluğu, kendilerinin otel işletmelerindeki turistlerin bazı tüketim davranışlarından dolayı zaman ve emek israfının yaşandığını düşünmektedir. Otel işletmelerine göre; bu zaman ve emek israfı en çok her departman, misafirin dokunduğu animasyon hariç tüm hizmet noktaları, kat hizmetleri, çamaşırhane, odalar ile yiyecek ve içecek alanlarında yaşanmaktadır. Geleneksel ve helal konseptli otel işletmeleri katılımcılarının zaman ve emek israfı ile ilgili yaptıkları birçok gözlem bulunmaktadır. Yapılan bu gözlemlerin merkezinde turistler vardır. Turistlerin, zaman ve emek israfının oluşumuna ya da gelişimine sebep oldukları öne sürülmektedir. Turistler turizm sektöründe çalışan kişilerin zaman ve emeklerini israf etmeye sebep olacak bir tutum içerisinde bulunmamalıdır.

Yapılan araştırmanın sonucunda geleneksel ve helal konseptli otel işletmelerine gelen turistlerin pek çok israf eğilimi bulunmakta, bu israf eğilimleri birbirlerine göre benzerlik ve farklılıklar göstermektedir. Turistlerin yaptıkları israflar doğrudan kendilerinden kaynaklanabildiği gibi dolaylı olarak otel işletmelerinden de kaynaklanabilmektedir. Otel işletmelerinde turist kaynaklı israf tür ve miktarının azaltılması noktasında gerek turistlerin gerekse de otel işletmelerinin uygun davranışlar sergilemeleri, uygunsuz davranışlardan da kaçınmaları gerekmektedir.

Yapılan bu araştırmanın kurama ve uygulamaya katkıları vardır. Bunlar sırasıyla şöyledir:

Araştırmanın kurama katkıları;

- Dünya ölçeğinde büyük sorunlar oluşturan israfın otel işletmelerindeki durumunun saptanması açısından turistlere yönelik olarak gerçekleştirilen bu çalışmada otel işletmelerinin çoğunlukla üst düzey yöneticilerinin görüşleri alınarak kayda değer bilgiler sağlanmaktadır. Zira otel işletmelerinin üst seviyelerinde yer alan kişilerin bu kapsamdaki bilgi ve deneyimlerinin yüksek seviyede olduğu ya da olabileceği düşünülmektedir. Bu bilgiler kurama önemli yenilikler getirmekte ve gelişim sağlamaktadır.

- Çalışma, israf ve turizm konusunda literatürden yararlanmak isteyen araştırmacıların araştırmalarına önemli kaynaklık etmektedir.

- Literatürde bakıldığında, turist davranışları ile israf arasındaki ilişkiye dair bilgilerin zenginleştirilmesi ve geliştirilmesi gerektiği kanısına varılmaktadır. Söz konusu araştırma, turist davranışları ve israf konularında literatürü zenginleştirerek ve geliştirecektir. İsrâf konusuna ışık tutmak ve bu durumu tüketici davranışlarıyla bağdaştırmak, küresel bir sorun teşkil eden israfın önüne geçilmesi açısından son derece önemli olarak görülmektedir. Bu konuyla ilgili yeni yapılacak araştırmalara kılavuzluk edeceği göz önünde bulundurulduğunda ise; bu araştırmanın literatüre önemli katkılar sağlayacağı tahmin edilmektedir. Turistlerin kendi davranışlarına daha çok özen göstermeleri, turizm sektöründe yaşanacak israfın önlenmesi ya da etkisinin azaltılması noktasında önemlidir. Ulusal ve küresel boyutta da israfın önüne geçilmesi (enerji, su vb. kaynakların tükenmemesi, kıtlık

probleminin yaşanmaması, zamanın boşa harcanmaması vs. gibi), daha fazla sürdürülebilir bir dünya oluşumu açısından son derece önem arz etmektedir.

- Turistlerin kendi tüketim davranışlarına daha çok özen göstermeleri, turizm sektöründe yaşanacak israfın önlenmesi ya da etkisinin azaltılması noktasında kayda değerdir. Ulusal ve küresel boyutta da israfın önüne geçilmesi (enerji, su vb. kaynakların tükenmemesi, kıtlık probleminin yaşanmaması, zamanın boşa harcanmaması vs. gibi) için de önemli olduğu düşünülmektedir. Bu noktadan hareketle de ilgili bilgilerin aktarılmasıyla kurama katkılar sağlanacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın uygulamaya katkıları;

- Bu çalışma, turizm sektöründeki (özellikle turistlerin yaptıkları) israf ile ilgili durum ve olaylara farklı perspektiflerden bakma ve değerlendirme noktasında turistik açıdan önemli bir fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

- Çalışma, otel işletmelerinde uygulanan konseptlerin israf düzeyinin az, orta ve yüksek olmasında etkili olduğunu düşündürmektedir.

- Çalışmada, israfın ortadan kaldırılması için otel işletmelerinin bazılarının birçok çözüm yolunun olduğunu fakat bunların müşteri memnuniyetsizliklerinden ve şikâyetlerinden dolayı gerçekleştirilemediği noktasında turizm sektörüne önemli bir bilgi birikimi kazandırmaktadır.

- Çalışma, otel işletmelerinde gerçekleşen israfı ve bu israfın boyutları ile ilgili olarak okuyucularını meraklandırmaktadır.

- Bu araştırma sonucunda turistlerin tüketim davranışlarıyla ilgili düşünceler, davranışlar etkili bir şekilde ifade edilmekte, bu konuda insanlar bilgilendirilmekte ve mevcut kaynakların tam ve verimli bir şekilde kullanılmasının önemi vurgulanmaktadır. Yine aynı şekilde, araştırma sonucunda çoğunlukla turizm işletmelerinin ve turistlerin yararlanabileceği bir el kitabının yayımlanması planlanmaktadır. Bu el kitabında ise insanlara tüketim davranışları konusunda ayrıntılı bilgiler sunulacaktır.

- Araştırmanın, turizm sektöründe çalışan yöneticilerin turistlerin tüketim alışkanlıkları ve davranışlarına ilişkin algılarının değerlendirilmesiyle birlikte ilgili sektöre maliyet, zaman kullanımı, ürün ve hizmetlerin sunumu, israfı önleme veya azaltma, mevcut kaynakların etkin ve tam kullanımı gibi konularda önemli bilgiler kazandırması beklenmektedir.

- Turizm sektöründeki israf konusunda gerçekleştirilecek olan çalışmaların geniş kapsamlı olması, farklı perspektiflerde ele alınması, turist davranışı ve tüketim odaklı olarak yapılması, ilgili sektör açısından önem arz etmektedir. Söz konusu araştırma da bu yönde turizm sektörüne katkılar sağlayacağı düşünüldüğünden dolayı önemlidir.

Yapılan bu araştırmadan hareketle dünyada ve Türkiye’de ön plana çıkan otel işletmelerinde yaşanan israfın istatistiksel analizi üzerine niceliksel ağırlıklı araştırmaların gerçekleştirilmesi tavsiye edilmektedir. Ayrıca bu tür araştırmalarda ulusal ve uluslararası açıdan çeşitli karşılaştırmaların da yapılması önerilmektedir.

### **Etik Beyan**

Bu araştırmanın yazılması ve yayımlanması süreçlerinde Araştırma ve Yayın Etiği kurallarına uyulmuş ve araştırma için elde edilen verilerde herhangi bir tahrifat yapılmamıştır. Kastamonu Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu’nun 25.12.2020 tarihli, 93 sayılı onayı ile etik komite onayı alınmıştır.

### **Katkı Oranı Beyanı**

Çalışmadaki yazarların tümü çalışmanın yazılmasından taslağın oluşturulmasına kadar tüm süreçlere katkı yapmış ve nihai halini okuyarak onaylamıştır.

### Çatışma Beyanı

Yapılan bu çalışma gerek bireysel gerekse kurumsal/örgütsel herhangi bir çıkar çatışmasına yol açmamıştır.

### KAYNAKÇA

- African Postharvest Losses Information System. (2022). About. <http://www.aphlis.net/>. (20.11.2022).
- Arpacı, Ö. (2015). *Helal Konseptli Otel İşletmelerinin Sezonlara Göre Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Sadakati ve Müşteri Değeri Üzerine Etkisi*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Ayaz, N. ve Sorgun, T. (2020). Turist Tipolojisi ve Seyahat Memnuniyeti İlişkisi: Ilgaz Kayak Merkezi Örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17 (2), 328-341.
- Balcı, A. (2006). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem, Teknik ve İlkeler*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Baran, Z., Batman, O. ve Yıldız, M. S. (2017). Helâl Belgeli Otellerdeki Yöneticilerin Sertifikalı Helâl Gıda Uygulamalarıyla İlgili Düşünceleri: Beş Yıldızlı Bir Otel Örneği. *1. International Halal Tourism Congress*, 7-9 Nisan 2017, Antalya, 982-994.
- Battour, M. ve Ismail, M. N. (2016). Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150-154.
- 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.
- Buyruk, L. ve Aydemir, D. A. (2019). Otel Yöneticilerinin "Helal Otel" Konsepti Hakkındaki Düşünceleri: Kapadokya'da Bir Araştırma. *2<sup>nd</sup> International Halal Tourism Congress*, 4-6 Nisan 2019, Antalya, 399-408.
- Campus Kitchens Project. (2018). What We Do? <https://campuskitchens.org/what-we-do/>. (20.11.2022).
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. ve Wanhill, S. (2008). *Tourism Principles and Practice* (Fourth Edition). England: Prentice Hall.
- Çam, O. ve Avcı, M. (2021). Schwartz Değerler Sistemi Kapsamında Turist Davranışlarının Değerlendirilmesi: İstanbul Örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(3), 2037-2059.
- Çam, O. ve Çelik, C. (2022). Aşırı Turizm Kapsamında Turistlere Yönelik Olumsuz İfadeler, Yapılan Eylemler ve Bunların Turizme Yansımalarının Değerlendirilmesi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19 (1), 66-84.
- Çolakoğlu, E., Türk, B., Başar, E. E. ve Gül, O. (2013). Kişisel Değerler ve Çevre Bilincinin Çevreci Ürünlerin Tercih Edilmesindeki Etkileri: Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *Ulusal Pazarlama Kongresi*, Kars.
- Demirdelen Alrawadieh, D., Dinçer, M. Z. ve İstanbullu Dinçer, F. (2020). Airbnb Aracılığıyla Konaklama Yapan Misafirlerin Memnuniyet Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Netnografik Bir Araştırma. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 4 (1), 1-14.

- Duyar, M. ve Bayram, M. (2019). Overtourism and Tourismphobia: Evolution of Host and Tourism Relationship. *International Journal of Geography and Geography Education (IGGE)*, 40, 347-362.
- El-Gohary, H. (2016). Halal Tourism, Is It Really Halal? *Tourism Management Perspectives*, 19, 124-130.
- Emeksiz, M. (2007). Küçük Otel İşletmeleri ve Çevre Yönetimi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10 (18), 141-156.
- Erciş, A. ve Türk, B. (2014). Kişisel Değerler ve İçsel Yenilikçilik Boyutları İlişkisinin Yapısal Eşitlik Modeliyle İncelenmesi. *Ataturk University Journal of Economics and Administrative Sciences*, 28 (2), 75-88.
- Erik, U. (2019). *Restoran İşletmelerinde Gıda İsrafının Önlenmesi ve İhtiyaç Fazlası Yemeğin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Mobil Uygulama Modelinin Geliştirilmesi: LUSE*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Erik, U. ve Pekerşen, Y. (2019). Restoran İşletmelerinde Gıda İsrafının Önlenmesi ve İhtiyaç Fazlası Yemeğin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Mobil Uygulama Modelinin Geliştirilmesi: LUSE. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16 (3), 418-436.
- Eskikurt, A. ve Akgül, M. (2016). Kur'ân-ı Kerîm'de İsrâf. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4 (26), 527-537.
- FeedBack. (2018). About Us. <https://feedbackglobal.org/about-us/>. (20.11.2022).
- Food and Agriculture Organization. (2019). Save Food: Global Initiative on Food Loss and Waste Reduction. <http://www.fao.org/savefood/background/en/>. (20.11.2022).
- FoodBlessed. (2016). About Us. <https://foodblessed.org/>. (20.11.2022).
- FUSIONS. (2016). Food Usefor Social Innovation by Optimising Waste Prevention Strategies, About Food Waste. [www.eu-fusions.org/index.php/about-food-waste](http://www.eu-fusions.org/index.php/about-food-waste). Erişim tarihi: (20.11.2022).
- Gıda İsrafını Önleme ve Bilinçlendirme Platformu. (2018). Gıda İsrafını Önleme ve Bilinçlendirme Programı. <http://www.israf.net/>. (20.11.2022).
- 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.
- Gökdeniz, A. (2017). Konaklama Sektöründe Yeşil Yönetim Kavramı, Eko Etiket ve Yeşil Yönetim Sertifikaları ve Otellerde Yeşil Yönetim Uygulama Örnekleri. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 7 (1), 70-77.
- Gössling, S. (2002). Global Environmental Consequences of Tourism. *Global Environmental Change*, 12 (4), 283-302.
- Greencook. (2012). Greencook Towards A Global Sustainable Management of Food, Food Chain Safety and Fight. <http://www.green-cook.org/Food-chain-safety-and-fight,111.html>. (20.11.2022).
- Güneş, G. (2011). Konaklama Sektöründe Çevre Dostu Yönetimin Önemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13 (20), 45-51.

- Haberler. (2011). “Topla Dağıt, Dinsin Ağıt” Diyor. <https://www.haberler.com/topla-dagit-dinsin-agit-diyor-2922572-haberi/>. (20.11.2022).
- Hahtala, R.L.-Huulttanen, S.-Kajaste, S.-Karhu, E.-Kemppainen, S.-Linsiö, O.- Partti, M.-Tönnés, S., (2008). Waste Prevention Kit: Advisory Project on Waste Prevention in the Helsinki Metropolitan Area, Waste and Resource Management-A Shared Responsibility Stratford-Upon-Avon, Warwickshire, England.
- Henderson, J. C. (2010). Sharia-Compliant Hotels. *Tourism and Hospitality Research*, 10 (3), 246-254.
- Hidden Harvest. (2019). Who We Are. <https://www.hiddenharvest.org/#who-we-are>. (20.11.2022).
- Hotel Restaurant. (2017). Metro’dan Gıda İsrâfını Önleyen Yeni Uygulama “Gurme Kutusu”. <http://www.hotelrestaurantmagazine.com/metrodan-gida-israfini-onleyen-yeniuygulama-gurme-kutusu/>. (20.11.2022).
- İlyasov, A. (2017). *Türk Misafirlerin Gıda İsrâfı Tutumları Üzerine Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma: Alanya Örneği*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Kayhan, V. (2006). Kur’ân’a Göre İsrâf ve İktisat. *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 6 (3), 149-195.
- Lipinski, C., Hanson, C., Lomax, J., Kitinoja, L., Waite, R. ve Searchinger, T. (2013). *Reducing Food Loss and Waste, Installment 2 of Creating A Sustainable Food Future*. World Research Institute Working Paper.
- Lutz, C. ve Newlands, G. (2018). Consumer Segmentation within the Sharing Economy: The Case of Airbnb. *Journal of Business Research*, 88, 187-196.
- Mahamood, S. F., Fikri, A. ve Nor, N. S. N. M. (2018). Modelling Grand BlueWave Hotel in Managing Challenges of Islamic Hotel Performance (IHP): An Overview of the Islamic Spirituality Instilled. *Proceedings of the 3<sup>rd</sup> International Halal Conference (INHAC 2016)*, Springer Nature Singapore Pte Ltd., 283-289.
- 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.
- Masiero, L., Yang, Y. ve Qiu, R. T. (2019). Understanding Hotel Location Preference of Customers: Comparing Random Utility and Random Regret Decision Rules. *Tourism Management*, 73, 83-93.
- Mathieson, A. ve Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Longman Group, UK Ltd.
- Miles, B. M. ve Huberman A. M., (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Source Book* (2<sup>nd</sup> Ed.). California, USA.
- 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.
- Morino, L. (2014, Ağustos 21). Inglorious Fruits and Vegetables. *Slow Food*, <https://www.slowfood.com/inglorious-fruits-and-vegetables/>. (20.11.2022).

- OECD Gıda Zinciri Analiz Ağı. (2022). Agrfcnl. [www.oecd.org/site/agrfcnl](http://www.oecd.org/site/agrfcnl). (20.11.2022).
- Özkan Buzlu, M. (2019). *Her Şey Dâhil Otellerde İsrâf: Beş Yıldızlı Kıyı Otellerinde Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- 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). Hatay: İskenderun Teknik Üniversitesi.
- Radwan, H. R., Jones, E. ve Minoli, D. (2010). Managing Solid Waste in Small Hotels. *Journal of Sustainable Tourism*, 18 (2), 175-190.
- Razalli, M. R., Abdullah, S. ve Hassan, M. G. (2012). Developing A Model for Islamic Hotels: Evaluating Opportunities and Challenges. *Proceedings of International Conference on Knowledge, Culture and Society 2012 (ICKCS 2012)*, 29-30 Haziran 2012, Güney Kore, 91-95.
- 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.
- Robin Hood Army. (2018). Who We Are? <https://robinhoodarmy.com/>. (20.11.2022).
- Ruhun Doysun. (2018). Ana Sayfa. <https://www.ruhundoysun.com>. (20.11.2022).
- Saad, H., Ali, B. ve Abdel-Ati, A. (2014). Sharia-Compliant Hotels in Egypt: Concept and Challenges. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 2 (1), 1-13.
- Sancaklı, S. (2013). Hadisler Çerçevesinde İsrâf Olgusunun Analizi. *Journal of the Faculty of Divinity*, 4 (1), 45-86.
- Sandıkçı, M., Mutlu, A. S. ve Kabakulak, A. (2019). Helal Belgelendirme Sistemlerinde Gıda İsrâfını Önleme Çabası: Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *2<sup>nd</sup> International Halal Tourism Congress*, 04-06 Nisan 2019, Antalya, 122-131.
- 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.
- Seçilmiş, C., Demir, İ. ve Akın, M. (2017). Helâl Turizm Konseptinin Örgütsel Değişim Kapsamında Değerlendirilmesi. *1. International Halal Tourism Congress*, 7-9 Nisan 2017, Antalya, 763-772.
- Sehlikoğlu, S. ve Karakaş, F. (2016). We Can Have the Cake and Eat It Too: Leisure and Spirituality At "Veiled" Hotels in Turkey. *Leisure Studies*, 35 (2), 157-169.
- Soysaldı, M. (2005). Kur'an'da İsrâf Kavramı. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 18 (18-19), 93-127.
- Sriprasert, P., Chainin, O. ve Rahman, H. A. (2014). Understanding Behavior and Needs of Halal Tourism in Andaman Gulf of Thailand: A Case of Asian Muslim. *Journal of Advanced Management Science*, 2(3), 216-219.
- Stop Wasting Food. (2019). About Stop Wasting Food. <http://stopwastingfoodmovement.org/>. (20.11.2022).

Çam, O. & Pamukçu, H. (2022). Turistlerin İsrâf Eğilimlerine İlişkin Yönetici Algıları. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 24(43), 1089-1112.

- Sukhu, A., Choi, H., Bujisic, M. ve Bilgihan, A. (2019). Satisfaction and Positive Emotions: A Comparison of the Influence of Hotel Guests' Beliefs and Attitudes on Their Satisfaction and Emotions. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 51-63.
- Tekin, Ö. A. ve Turhan, A. (2017). İslami Otelcilik Hizmetlerinin Önem Düzeyi Üzerine Bir Araştırma. *1. International Halal Tourism Congress*, 7-9 Nisan 2017, Antalya, 314-327.
- Tekin, Ö. A., Turhan, A. ve Turhan, E. A. (2019). Helal Konseptli Konaklama Hizmetleri: Muhafazakâr Turistlerin Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma. *2<sup>nd</sup> International Halal Tourism Congress*, 4-6 Nisan 2019, Antalya, 13-26.
- The Global FoodBanking Network. (2018). Why We Exist. <https://www.foodbanking.org/why-we-exist/>. (20.11.2022).
- Too Good To Go. (2019). Gıda Kaydedin, Gezegen Yardım Edin. <https://toogoodtogo.co.uk/en-gb>. (20.11.2022).
- Turuncu Bayrak. (2018). Farkındalık. <https://turuncubayrak.org/sayfa-farkindalik-1>. (19.11.2022).
- Türkiye Otelciler Federasyonu. (2018). Bilinçli Tatilcinin Tercihi “Turuncu Bayrak” Olacak. <https://www.turofed.org.tr/haberler/bilincli-tatilcinin-tercihi-turuncu-bayrak-olacak>. (20.11.2022).
- Winnow (2018). Why We Are the Company to Meet the Food Waste Challenge? <https://www.winnowsolutions.com/company>. (20.11.2022).
- WRAP. (2012). *Household Food and Drink Waste in the United Kingdom 2012*. The Waste and Resources Action Programme, Banbury, UK.
- Yıldırım, E. (2019). *Türkiye’de Helal Konseptli Otel İşletmelerinde İsrâfın Değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Yuniati, N. (2021). Green Hotel Concept and Practices in Indonesia. *E-Journal of Tourism*, 8 (2), 184-196.
- Ywaste. (2016). About. <http://www.ywaste.co.za/about/>. (20.11.2022).
- Zero Hunger Challenge. (2019). The Zero Hunger Challenge: Transforming Our Food Systems to Transform Our World. <https://www.un.org/zerohunger/content/challenge-hunger-can-be-eliminated-our-lifetimes#:~:text=Transforming%20Our%20Food%20Systems%20to%20Transform%20Our%20World&text=The%20Agenda%20is%20people%2Dcentred,human%20rights%20and%20social%20justice.&text=The%20Zero%20Hunger%20vision%20reflects,inclusive%20and%20sustainable%20food%20systems>. (20.11.2022).