



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Ahmet TAŞKIN

MÜŞTERİLERİN RESTORANLARDA OLUŞTURDUĞU ATIK GIDAYA İLİŞKİN
GARSONLARIN SUÇLULUK DUYGUSU ÜZERİNE KARMA BİR ARAŞTIRMA

Pazarlama Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2022



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Ahmet TAŞKIN

MÜŞTERİLERİN RESTORANLARDA OLUŞTURDUĞU ATIK GIDAYA İLİŞKİN
GARSONLARIN SUÇLULUK DUYGUSU ÜZERİNE KARMA BİR ARAŞTIRMA

Danışman

Doç. Dr. Raife Meltem YETKİN ÖZBÜK

Pazarlama Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2022

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Ahmet TAŞKIN 'ın bu çalışması, jürimiz tarafından Pazarlama Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Doç. Dr. İbrahim Taylan DÖRTYOL (İmza)

Üye (Danışmanı) : Doç. Dr. Raife Meltem YETKİN ÖZBÜK (İmza)

Üye : Doç. Dr. Dicle YURDAKUL (İmza)

Tez Başlığı:	Müşterilerin Restoranlarda Oluşturduğu Atık Gıdaya İlişkin Garsonların Suçluluk Duygusu Üzerine Karma Bir Araştırma
--------------	---

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 22/06/2022

Mezuniyet Tarihi : 18/08/2022

(İmza)
Prof. Dr. Ebru İÇİGEN
Müdür

AKADEMİK BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Müşterilerin Restoranlarda Oluşturduğu Atık Gıdaya İlişkin Garsonların Suçluluk Duygusu Üzerine Karma Bir Araştırma” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

İmza

Ahmet TAŞKIN





T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



26 / 05 / 2022

TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU BEYAN BELGESİ

Öğrenci Bilgileri	
Adı-Soyadı	Ahmet TAŞKIN
Öğrenci Numarası	20175269011
Anabilim Dalı	Pazarlama
Programı	Tezli Yüksek Lisans
Danışman Öğretim Üyesi Bilgileri	
Unvanı, Adı-Soyadı	Doç. Dr. Raife Meltem YETKİN ÖZBÜK
Yüksek Lisans Tez Başlığı	Müşterilerin Restoranlarda Oluşturduğu Atık Gıdaya İlişkin Garsonların Suçluluk Duygusu Üzerine Karma Bir Araştırma
Turnitin Bilgileri	
Ödev Numarası	1844758638
Rapor Tarihi	31/07/2022
Benzerlik Oranı	Alıntılar hariç: %8 Alıntılar dahil: %21
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE,	
Yukarıda bilgileri bulunan öğrenciye ait tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 110 sayfalık kısmına ilişkin olarak, 31/07/2022 Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esaslarında belirlenen filtrelemeler uygulanarak yukarıdaki detayları verilen ve ekte sunulan rapor alınmıştır. Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir: (X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylarım. () Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esaslarında öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.	
Gerekçe:	
Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlere uygun olarak tarafımca yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim. Danışman Öğretim Üyesi Unvanı, Adı-Soyadı Doç. Dr. Raife Meltem YETKİN ÖZBÜK İmza	

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ	iv
TABLOLAR LİSTESİ	v
GRAFİKLER LİSTESİ	vi
ÖZET	vii
SUMMARY	ix
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

ATIK GIDANIN TANIMI VE KAPSAMI

1.1. Atık Gıda Tanımı	4
1.2. Atık Gıda Aşamaları	16
1.3. Atık Gıdanın Oluşumunda Rol Alan Aktörler	17
1.3.1. Gıda Üreticileri	18
1.3.2. Toptancılar ve Perakendeciler	18
1.3.3. Ticari Mutfaklar	19
1.3.4. Tüketiciler ve Hane Halkları	20
1.3.5. Yiyecek Atık İşlemcileri.....	20
1.4. Gıda Güvenliği.....	21
1.5. Avustralya Perspektifinden Atık Gıda	22

İKİNCİ BÖLÜM

KONAKLAMA SEKTÖRÜNDE ATIK GIDA

2.1. Konaklama Sektörü.....	25
2.2. Restoran Türleri	27
2.3. Atık Gıda Oluşumunda Müşterilerin Etkisi	28
2.4. Atık Gıda Oluşumunda Garsonların Rolü.....	30
2.5. Suçluluk	31
2.6. Çevresel Kimlik	32
2.7. Atık Gıda Bilgisi	36
2.8. Kontrol Odağı	36

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

RESTORANLARDA MÜŞTERİLERİN ATIK GIDA DAVRANIŞLARI SONUCUNDA GARSONLARDA OLUŞAN SUÇLULUK DUYGUSUNUN ARAŞTIRILMASI

3.1.	Araştırmanın Amacı.....	37
3.2	Araştırmanın Önemi.....	38
3.3	Araştırma Yöntemi.....	38
3.3.1	Nitel Araştırma	39
3.3.2	Nicel Araştırma.....	39

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ÇALIŞMA 1 RESTORANLARDA MÜŞTERİLERİN ATIK GIDA DAVRANIŞLARI SONUCUNDA GARSONLARDA OLUŞAN SUÇLULUK DUYGUSUNUN ARAŞTIRILMASI

4.1	Ana Kütle ve Örneklemen Belirlenmesi.....	40
4.2	Veri Toplama Yöntemi	40
4.3	Mülakat Formunun Hazırlanması	41
4.4	Verilerin Analizi	41
4.5	Bulgular.....	43
4.5.1	Müşterilerin Oluşturduğu Atık Gıda Sebepleri	45
4.5.2	Yönetimsel Stratejiler	46
4.5.3	Mutfak Ekibinin Sorumluluğu.....	47
4.5.4	Garsonların Sorumluluğu	49
4.5.5	Suçluluk	51
4.6	Tartışma	53

BEŞİNCİ BÖLÜM

ÇALIŞMA 2: ATIK GIDA BİLGİSİ, KONTROL ODAĞI, ÇEVRESEL KİMLİK VE SUÇLULUK DUYGUSUNUN ATIK GIDA AZALTMA NİYETİNE ETKİSİNİN İNCELENMESİ

5.1	Ana Kütle ve Örneklemen Belirlenmesi.....	57
5.2	Veri Toplama Yöntemi ve Örneklem	57
5.2.1	Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	57
5.3	Ölçüm Modelinin Tasarımı.....	59
5.4	Verilerin Analizi	60
5.4.1	Faktör Analizi	60

5.4.2	Güvenirlik Analizi	62
5.4.3	Geçerlilik Testi	62
5.4.4	Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi	63
5.4.4.1	Çoklu Doğrusal Regresyon Analizlerinin Varsayımlarının Testi	64
5.4.4.1.1	Doğrusallık Varsayımı	64
5.4.4.1.2	Çoklu Bağntı Varsayımı	65
5.4.4.1.3	Hata Terimlerinin Normallığı Varsayımı	66
5.4.4.1.4	Hata Terimlerinin Eşvaryanslılığı	67
5.4.4.2	Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları	67
5.4.5	Tartışma	68
SONUÇ		72
KAYNAKÇA		76
EK 1- Mülakat Soruları		90
EK 2- Anket Formu Örneği		91
ÖZGEÇMİŞ		94

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1 Gıda Tedarik Zinciri.....	17
Şekil 4.1 Katılımcıların Hissettiği Suçluluk Duygusu ile İlişkili Temalar.....	45
Şekil 5.1 Kavramsal Model	56
Şekil 5.2 Doğrusallık Varsayımı – Varsayım 1	64
Şekil 5.3 Normal P-P Plot.....	66
Şekil 5.4 Bağımsız Değişkenler Serpilme Diyagramı	67



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1.1 Atık Gıda Literatüründe Bulunan Farklı Terimler ve Tanımlar.....	5
Tablo 4.1 Katılımcıların Profili	42
Tablo 4.2 Garsonların Hissettiği Olumlu-Olumsuz Suçluluk Duygusunu Açıklayan Yapılar Tablosu	43
Tablo 5.1 Katılımcıların Demografik Özellikler	58
Tablo 5.2 Ölçekler için Faktör Analizi Sonuçları.....	63
Tablo 5.3 Bağımsız Değişkenler Korelasyon Katsayıları	66
Tablo 5.4 Regresyon Analizi Sonuçları.....	68
Tablo 5.5 Hipotez Sonuçları.....	68

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1.1 Bölgelerde Tüketim ve Tüketim Öncesi Aşamalarda Kişi Başı Atık Gıda Miktarı ve Kaybı.....	17
Grafik 1.2 Tedarik zinciri boyunca gerçekleşen yenilebilir ve yenilebilir olmayan atık gıda .	23
Grafik 1.3 Ulusal Gıda Atığı Stratejisi Fizibilite Çalışması: Veri Panosu	24



ÖZET

Hane halkı ve tüketiciler tüketim aşamasında gerçekleşen atık gıdalardan sorumludur. Atık gıda literatürü incelendiğinde çalışmaların büyük kısmının hane halkı tarafından oluşturulan atık gıdaya odaklandığı görülmektedir. Bununla paralel olarak restoranlarda, otellerde ve yiyecek içecek hizmetlerinde oluşan atık gıdalarla ilgili çalışmaların sayısı hane halkına göre daha azdır. Bu çalışmaların sadece birkaçı konaklama sektöründe önemli rol oynayıcı olan garsonların, restoranlarda oluşan atık gıdaya yönelik tutumlarını, niyetlerini ve davranışlarını araştırmıştır. Konaklama sektöründe çalışan garsonların atık gıda davranışları, yiyecek içecek hizmetlerini ve müşterilerin atık gıda davranışlarını etkilemektedir. Dolayısıyla garsonlar atık gıda ile mücadelede önemli bir konumdadırlar. Atık gıda konusuyla ilgili bir diğer kavram ise suçluluk duygusudur. Suçluluk, tüketicilerde atık gıda azaltma niyetinin önemli bir belirleyici ve tetikleyici unsurudur. Tüketiciler evlerinde ve restoranlarda oluşturdukları atıklar sonucunda kendilerini suçlu hissetmektedirler. Suçluluk duygusunun tüketiciler ve atık gıda üzerindeki etkisine rağmen, bilindiği kadarıyla, suçluluk duygusunun garsonların atık gıda azaltma niyetinin etkisine yönelik herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle mevcut çalışma; (1) restoranlarda müşterilerin oluşturduğu atık gıdadan dolayı garsonların hissettikleri suçluluk duygusu ve bu duyguyla ilişkili temaları keşfetmiş, (2) suçluluk duygusu, garsonların atık gıda bilgisi, çevresel kimlik ve kontrol odağı değişkenlerinin garsonların atık gıda azaltma niyetine olan etkisini araştırmıştır.

İki ayrı çalışmadan oluşan araştırma tasarımında karma araştırma yöntemi kullanılmıştır. Çalışma 1’de müşterilerin oluşturdukları atık gıdalar nedeniyle garsonların hissettikleri suçluluk duygusu ve bu duygu ile ilişkili temalar keşfedilmiştir. Veriler, restoranlarda garson olarak çalışan 14 katılımcıdan yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile elde edilmiştir. Çalışma 1’in sonuçlarına göre garsonların, restoranlarda müşterilerin oluşturduğu atık gıdalardan dolayı suçluluk duydukları ve bu duygu ile müşteri sorumluluk ve davranışlarının, restoran sorumluluğu ve yönetiminin, garson sorumluluğu ve atık gıda bilgisi ile geri dönüşüm ve kültür temalarının ilişkili olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışma 2’de ise literatür taraması sonucunda elde edilen ilişkiler ile Çalışma 1’in sonuçlarından yola çıkılarak garsonların duyduğu suçluluk, atık gıda bilgisi, çevresel kimlik ve kontrol odağı değişkenlerinin atık gıdayı azaltma niyetine olan etkisi araştırılmıştır. Restoranlarda garson olarak çalışan 207 kişiden çevrimiçi anket uygulamasıyla veriler elde edilmiştir. Veriler faktör analizi ve çoklu doğrusal regresyon analizi ile incelenmiştir. Sonuçlar, çevresel kimlik, suçluluk ve kontrol odağı değişkenlerinin atık gıda azaltma niyetini olumlu yönde

etkilediğini, ancak garsonların atık gıda bilgisinin atık gıda azaltma niyeti üzerinde etkisinin olmadığını göstermektedir. Bu çalışma, restoranlarda oluşan atık gıdaya ilişkin garsonların duyduğu suçluluk duygusunu ve atık gıda azaltma niyetlerini anlamaya yönelik bir ileri adımı temsil etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Atık Gıda, Suçluluk, Çevresel Kimlik, Garson, Atık Gıda Azaltma Niyeti



SUMMARY

A MIXED RESEARCH METHOD ON THE GUILT OF WAITERS REGARDING FOOD WASTE CREATED BY CUSTOMERS IN RESTAURANTS

Households and consumers are responsible for food wasting that occurs at the consumption stage. When the food waste literature is examined, it is seen that most of the studies focus on food waste created by households. In parallel with this, the number of studies on food waste generated in restaurants, hotels, and catering services is less than in households. Only a few of these studies have investigated the attitudes, intentions, and behaviors of waiters, who play an important role in the hospitality sector, towards food waste in restaurants. Food waste behaviors of waiters working in the hospitality sector affect food and beverage services and food waste behaviors of customers. Therefore, waiters are in an important position in the fight against food waste. Another concept related to food wasting is the feeling of guilt. Guilt is an important determinant and trigger for consumers' intention to reduce food wasted. Consumers feel guilty as a result of the waste they create in their homes and restaurants. Despite the effect of guilt on consumers and food waste, to the best of our knowledge, no studies have been found on the waiters' intention to reduce food waste. For this reason, the present study explored; (1) the feelings of guilt felt by waiters due to food waste created by customers in restaurants and the themes associated with this emotion, (2) the effects of guilt, waiter's knowledge of food waste, environmental identity, and locus of control variables on waiters' intention to reduce food wasted.

The mixed research method was used in the research design consisting of two separate studies. In Study 1, the feelings of guilt felt by the waiters due to the food waste created by the customers and the themes associated with this emotion were discovered. The data were obtained from 14 participants working as waiters in restaurants by semi-structured interview technique. According to the results of Study 1, it was revealed that waiters feel guilty about the food waste created by customers in restaurants, and this feeling is related to customer responsibilities and behaviors, restaurant responsibility and management, waiter responsibility, and food waste knowledge, and recycling and culture themes. In Study 2, the effects of the variables of guilt, food waste knowledge, environmental identity, and locus of control on the intention to reduce food wasted were investigated based on the relationships obtained as a result of the literature review and the results of Study 1. Data were obtained from 207 people working as waiters in restaurants through an online questionnaire. The data were analyzed by factor analysis and multiple linear regression analysis. The results show that

environmental identity, guilt, and locus of control variables positively affect food waste reduction intention, but waiters' knowledge of food waste has no effect on food waste reduction intention. This study represents a further step toward understanding the guilt and food waste reduction intentions of waiters in restaurants food waste.

Keywords: Food Waste, Guilt, Environmental Identity, Waiter, Intention to Reduce Food Waste





GİRİŞ

Atık gıda geçmişten günümüze kadarki süreçte hem çevresel hem de sosyo-kültürel bir sorun teşkil etmektedir. Dünya genelinde yılda ortalama 1,3 milyar ton insan kullanımına yönelik yenilebilir gıda israf edilmektedir (FAO, 2011: 4). Dolayısıyla gıda üretiminde kullanılan kaynakların büyük bir kısmı boşa harcanmaktadır. Bununla bağlantılı olarak tüketilmeyen gıdaların atığa dönüşmesi sera gazı emisyonlarının oluşmasına neden olmaktadır. Örneğin, Birleşik Krallık'ta meydana gelen atık gıdalar yıllık sera gazı emisyonlarına 17 milyon ton CO₂'ye eş değer katkıda bulunmaktadır (WRAP, 2011b). Atık gıdanın küresel maliyeti ekonomik olarak 1 trilyon dolara mal olurken, çevresel olarak 700 milyon dolar ve sosyal olarak 900 milyon dolar olmak üzere toplam 2,6 trilyon dolar maliyete neden olmaktadır (Jain vd., 2018; Septianto vd., 2020).

Atık gıdanın önemli bir kaynağı da tüketicilerdir. Gıda tedarik zincirinin son aşaması olan tüketim aşamasında, tüketicilerin hem evlerindeki hem de restoranlardaki tüketim davranışları atık gıda oluşumunu etkilemektedir (Avrupa Çevre Ajansı, 2014). Literatüre bakıldığında yapılan araştırmaların çoğunluğunun hane halkı atık gıdalarına odaklandığı görülmektedir (Chen, 2019; Russell vd., 2017; Stancu vd., 2016). ABD'de oluşturulan atık gıdanın %31,9'u hane halkı tarafından gerçekleştirilmekte, bu durum hane başına yıllık 1,866 dolar maliyete neden olmaktadır (Yu ve Jaenicke, 2020). Kullanılmayan gıda stoku, aşırı pişirmeden arta kalan gıda ve tabak atığı hane halkının atık gıda oluşturmasının başlıca nedenleri arasında gösterilebilir (Aschemann-Witzel vd., 2020). Tedarik zincirinin sonunda yer alan ve tüketim aşamasında oluşan atık gıdanın başrollerinden biri de hane halkıdır. Bu nedenle hane halkı atık gıda azaltma girişimlerinde önemli bir hedeftir (Schanes vd., 2018). Örneğin, haneler sadece ihtiyaç duyulan gıdalar için dikkatli bir şekilde plan yaparak alışveriş yapabilir, satın alınan ürünlerin verimli şekilde kullanılması ve tüketilmesini uygulayarak atık gıda oluşumunu engelleyebilir (Stancu vd., 2016).

Atık gıda üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde konaklama sektöründe oluşan atık gıdalar konusuna olan ilginin yetersiz olduğu belirtilebilir (Filimonau ve DeCoteau, 2019). Literatürde restoranlarda, otellerde ve yiyecek içecek hizmetlerinde üretilen atık gıdalarla ilgili çalışmaların sayısı hane halkına göre daha azdır (Principato, 2018; Pirani ve Arafat, 2016: 2; Schneider, 2013; Barone vd., 2019; Russel, 2017; Filimonau ve Delysia, 2019; Okumus, 2019). Konaklama sektöründe meydana gelen atıklar verilen hizmet türü, mutfak atıkları ve müşteriler tarafından oluşturulan atıklardan kaynaklanmaktadır (Papargyropoulou vd., 2016; Principato vd., 2018). Müşteriler tarafından yapılan tabak atığı, genel olarak atık

gıda oluşumuna daha fazla katkıda bulunur ve daha kolay önlenebilir (Cox ve Downing, 2007; Juvan vd., 2018; Kuo ve Shih, 2016; Lam, 2010). Müşterilerin büyük porsiyonlu sipariş vermeleri (Stöckli vd., 2018: 4) ve utandıkları için paket servis istememeleri de tabaklarında bıraktıkları artıkların atığa dönüşmesine neden olmaktadır (Sirieix vd., 2017: 156). Bunun yanı sıra verilen fazla siparişler (Juvan vd., 2017), genç demografi (Wansink ve Johnson, 2015) ve çalışanların eğitim eksikliği (Principato vd., 2018), kişisel tercihler, kalitesiz yemek (Heikkilä vd., 2016: 5; Kuo ve Shih, 2016) gibi birçok neden müşteri tabak atığı nedenleri arasındadır. Bu noktada garson müdahaleleri müşterilerin atık gıda katkılarını (Juvan vd., 2018) ve yiyecek içecek hizmetlerinde oluşabilecek atıkları etkileyebilir (Papargyropoulou vd., 2016). Bununla birlikte garsonlar, müşterilerin sipariş davranışlarını (Yu vd., 2021: 8), porsiyon seçeneklerini (Mabaso ve Hewson, 2018: 12) ve tabak artıklarını paket servisi sunarak kontrol edebilirler (Hanerman vd., 2018: 7). Dolayısıyla garsonlar tarafından yapılacak müdahaleler müşterilerin atık gıda davranışlarında etkili olma potansiyeli taşımaktadır.

Atık gıda literatüründeki bir başka araştırma alanı olarak tüketici duygu durumlarının atık gıda davranışı üzerindeki etkisi belirtilebilir. Bu duygulardan suçluluğun atık gıda azaltma niyeti üzerinde oldukça etkili olduğu görülmüştür. Yapılan araştırmalarda hane halkı evlerinde oluşan atıktan dolayı suçluluk hissederken, tüketiciler de restoranlarda oluşturduğu atıktan dolayı aynı suçluluğu hissetmektedirler. Özellikle atık gıda bir endişe kaynağı olarak görüldüğünde hissedilen suçluluk, tüketicilerin atık gıda azaltma niyeti ve çevre yanlısı davranış sergilemesine neden olmaktadır (Qi ve Roe, 2016). Gatersleben vd. (2014: 388-389) tarafından yapılan çalışmada, çevresel kimliğin çevre dostu davranma niyeti ile önemli derecede ilişkili olduğu kanıtlanmıştır.

Çevresel kimliği yüksek olan kişiler, kendilerini çevre dostu olarak görmekte ve çevresel kimliği düşük olanlara göre çevre yanlısı davranışta bulunma olasılıkları daha fazladır (Van der Werff vd., 2013: 1258). Belirli bir konuda yeterli bilgiye sahip kişilerin o konunun yaratacağı sonuçları değerlendirme olasılığı yüksektir (Fishbein ve Ajzen, 1975). Chen ve Peng (2012) çevre bilgisinin, tüketicilerin çevre konusundaki tutumlarında tetikleyici olduğunu belirtirken, bir başka çalışmada tüketicilerin atık gıda bilgisinin, atık gıda oluşturmamaya yönelik tutumları güçlendirdiği kanıtlanmıştır (Coşkun ve Filimonau, 2021: 6). Yapılan diğer araştırmalarda atık gıda bilgisinin atık gıda azaltma niyetini etkilediği görülmüştür (Aka ve Buyukdag, 2021; Graham-Rowe vd., 2014; Ghani vd., 2013). Tüketici bilgisinin atık gıda üzerindeki etkisi ile benzer etkiye sahip bir diğer değişken ise kontrol odağıdır. Kontrol odağı, kişilerin yapmış oldukları eylemlerin sonuçları üzerinde sahip

oldukları kontrol duygusunu ifade etmektedir. Bireysel eylemlerin bir sonuca ulaşabileceğine olan inanç kontrol odağının yüksek olduğunu gösterir (Rotter, 1966). Kontrol odağı yüksek olan kişilerin çevre yanlısı davranışlarda bulunma olasılığı daha yüksektir (Hines vd., 1987: 4). Bunun yanı sıra kontrol odağı, ekolojik satın alma, ekolojik yaşam ve çevre dostu davranışlara yönelik tutumları da etkilemektedir (Schwepker ve Cornwell, 1991; Balderjahn, 1988). Bununla birlikte bilindiği kadarıyla, atık gıda konusunda suçluluğun garsonların üzerindeki etkisini gösteren herhangi bir çalışma bulunmamaktadır. Çalışmanın temel amacı garsonların, restoranlarda müşterilerin bıraktığı atık gıdadan dolayı hissettikleri suçluluk duygusunu ve bu duygu ile ilişkili temaları ortaya çıkarmaktır. Sonrasında ise suçluluk duygusu, atık gıda bilgisi, çevresel kimlik ve kontrol odağı değişkenlerinin atık gıda azaltma niyeti üzerindeki etkisini tespit etmektir.

Mevcut çalışma beş bölüme ayrılmıştır. İlk bölümde atık gıda ile ilgili tanımlara ve atık gıda aşamalarına yer verilmiştir. İkinci bölümde, konaklama sektöründe atık gıda konusu ele alınmış olup restoran türlerinin atık gıda ile ilişkisinden bahsedilmiştir. Bununla birlikte konaklama sektöründe atık gıda oluşumunda müşterilerin etkisi ve garsonların rolü açıklanmaktadır. Ayrıca suçluluk, çevresel kimlik, atık gıda bilgisi ve kontrol odağı kavramlarının atık gıda oluşumu üzerindeki etkileri de vurgulanmaktadır. Üçüncü bölümde, araştırmanın amacı, önemi ve araştırma yöntemi sunulmaktadır. Dördüncü bölümde, Çalışma 1 olarak isimlendirilen nitel araştırmayla müşterilerin restoranlarda oluşturdukları atık gıdalar nedeniyle garsonların hissettikleri suçluluk duygusu ve bu duygu ile ilişkili temalar keşfedilmiştir. İlgili bölümü araştırmanın yöntemi, analizi, bulguları ve tartışma izlemektedir. Beşinci bölümde ise Çalışma 2 olarak isimlendirilen nicel araştırma ile garsonların duyduğu suçluluk, atık gıda bilgisi, çevresel kimlik ve kontrol odağı değişkenlerinin atık gıdayı azaltma niyetine olan etkisi incelenmiştir. Bu bağlamla, araştırmanın amacı, yöntemi ve ölçek modelinin tasarımı anlatılmıştır. Analiz süreci hakkında bilgi verilip bulgulardan bahsedilmiş ve tartışılmıştır. Son olarak araştırmanın sonuç kısmında bulgular konusunda genel değerlendirme yapılmış olup araştırmanın sınırlılıkları verilmiş ve gelecek araştırmalar için önerilerde bulunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

ATIK GIDANIN TANIMI VE KAPSAMI

1.1. Atık Gıda Tanımı

Atık gıda dünya çapında büyük bir sorun olarak kabul edilmesine rağmen atık gıdanın tanımı ve atık gıdaya dair bilgi toplama süreçleri henüz uyumluluk göstermemektedir (Garrone vd., 2014: 129). Literatür incelendiğinde, gıda kaybı ve atık gıda için belirli sınıflandırmalar mevcuttur. “Gıda kayıpları, gıda tedarik zincirinin ilk aşamasında meydana gelerek zayıf teknoloji ve yatırımlardan kaynaklanmaktadır.” (Şekil 1). Söz konusu durum daha çok gelişmekte olan ülkelerde gerçekleşmektedir (Griffin vd., 2009; Parfitt vd., 2010; Gustavsson vd., 2011). Atık gıda ise insanların tüketimi için uygun olan gıdaların atılması veya başka bir amaç için kullanılmaması olarak tanımlanmaktadır (FAO, 2019b) ve daha çok batı ülkelerinde gerçekleşmektedir (Mondéjar-Jiménez vd., 2016; Principato vd., 2015; Parfitt vd., 2010; Griffin vd., 2009; Gustavsson vd., 2011; Filimonau ve De Coteau, 2019; Miroso vd., 2016; Wang vd., 2017). Buna paralel olarak gelişmiş ülkelerde yılda 670 milyon ton atık gıda oluşurken, gelişmekte olan ülkelerde ise bu miktar 630 milyon tonu bulmaktadır. Bu rakamlar göstermektedir ki yenilebilir durumda olup çöpe atılan gıdaların ülke ekonomilerine etkisi oldukça önemlidir (Tatlıdil vd., 2013). Örneğin, ABD’deki hane halklarında her yıl yaklaşık olarak 48,3 milyar dolarlık atık gıda gerçekleştirilirken (Jones, 2016), AB’deki hane halkları tarafından oluşturulan atık gıdalar yaklaşık 98 milyar Euro’ya mal olmaktadır (Stenmarck vd., 2016: 4). Tablo 1’de atık gıda tanımına ilişkin literatürde bulunan farklı terimler ve tanımlar sunulmaktadır. Tablo incelendiğinde, atık gıdanın ve gıda kaybının birçok araştırmacı tarafından farklı şekillerde tanımlandığı dikkat çekmektedir. Örneğin, gıda kayıpları ile ilgili tanımlarda, gıda kaybının insan tüketimi için üretilmiş fakat gıda kütlelerinde meydana gelen azalmadan kaynaklandığı ve gıda tedarik zincirinin her bir aşamasında belirli nedenlerden dolayı gerçekleştiği dile getirilmiştir. Atık gıdanın ise özellikle tüketim aşamasında davranışsal nedenlerden kaynaklandığı vurgulanmıştır.

Tablo 1.1 Atık Gıda Literatüründe Bulunan Farklı Terimler ve Tanımlar

TERİM	TANIM	YAYIN
Gıda Kayıpları (Food Losses)	“İnsan tüketimi için üretilen ancak daha sonra gıda dışı kullanım veya atık imhasına yönelik gıdalar. Örneğin, hayvanlar için yem, bir sindirim tesisine giren biyo-kütle, belediye katı atık yakma, fırında imha”.	Beretta vd., 2013
	“Tedarik zincirinin tamamında özellikle insan tüketimine yönelik yenilebilir gıdalara yol açan yenilebilir gıda kütleindeki azalma.”	Gustavsson vd., 2011
	“Ürünlerin üretimi, hasat sonrası ve işlenmesinde oluşan kayıplar”.	Kummu vd., 2012
	“Neden olduğu ne olursa olsun, tüketici seviyesinden önceki besin zincirinin tüm aşamalarında, başlangıçta insan tüketimine yönelik olan gıda kütlelerinde bir azalma”.	HLPE, 2014
	"Gıda kayıpları genellikle et, ekmek, atılan veya servis edilmemiş restoran tarafından hazırlanan yiyecekler gibi tedarik zincirinin herhangi bir aşamasında kaybedilen yenilebilir yiyecekler veya estetik nedenlerle pazarlanamayan ancak başka türlü yenilebilir ve güvenli ürünler anlamına gelmektedir”.	Kantor vd., 1997

TERİM	TANIM	YAYIN
Gıda Kaybı (Food Loss)	“Başlangıçta insani tüketim için tasarlanan yiyeceklerin kütle (kuru madde) ya da besin değerlerinde (kalite) azalma. Bu kayıplar, temel olarak zayıf altyapı ve lojistik, teknoloji eksikliği, yetersiz beceri, tedarik zinciri oyuncularının bilgi ve yönetim kapasitesi ve pazarlara erişim eksikliği gibi gıda tedarik zincirlerindeki yetersizliklerden kaynaklanmaktadır. Ayrıca doğal afetler de rol oynamaktadır”.	FAO, 2013
	“İnsan miktarına uygun olmayan, gıda miktarındaki veya kalitesindeki düşüş”.	Groleaud, 2002; Parfitt vd., 2010
	"Dökülen, bozulan, morarma veya solma gibi kalitelerde anormal bir düşüşe neden olan ya da tüketiciye ulaşmadan önce başka türlü kaybolan yiyecekler. Gıda kaybı, bir tarımsal işlemin istenmeyen bir sonucudur veya depolama, altyapı, ambalajlama veya pazarlamada teknik sınırlamadır”.	Lipinski vd., 2013
	“Üretim zincirinde, özellikle de insan tüketiminde yenilebilir gıdalara yol açan, üretimde, hasatta ve işlemede ortaya çıkan yiyecek zincirindeki azalma”.	Parfitt vd., 2010

TERİM	TANIM	YAYIN
Gıda Kaybı ve Atıkları (FLW- Food Loss and Waste)	“Hasattan kitlesel tüketime kadar beslenme zincirinin tüm aşamalarında, aslına bakılmaksızın, nedeni ne olursa olsun, insan tüketimine yönelik bir azalış”.	HLPE, 2014
	“İnsan tüketimi için üretilmiş veya hasat edilmiş, ancak insanlar tarafından tüketilmeyen, bitki ve hayvanların yenilebilir kısımları”.	Lipinski vd., 2013
	“Bitkilerin ve insan tüketimi için üretilen hayvanların yenilebilir kısımları”.	FAO, 2014
	“Gıda kayıpları veya atık gıda, insan tüketimi için yenilebilir ürünler sağlayan gıda tedarik zinciri boyunca kaybedilen veya kaybedilen gıdaları ifade eder”.	Parfitt vd, 2010 Halloran vd, 2014
	“Gıda kayıpları veya atıkları; hasat, hasat sonrası depolama ve malzeme taşıma, işleme, dağıtım ve tüketim dahil olmak üzere gıda tedarik zincirinde çeşitli aşamalarda israf edilen veya kaybedilen yenilebilir malzeme miktarlarıdır”.	Balaji, M. Arshinder, K. 2016
Gıda Kalitesi Kaybı veya Atıkları (FQLW- Food Quality Loss or Waste)	“Gıda zincirinin hasattan tüketime kadar tüm aşamalarında, ürünün bozulmasına bağlı olarak kalite niteliğindeki yetersizliklerin (beslenme, boy vb.) azalması”.	HLPE, 2014

TERİM	TANIM	YAYIN
Gıda Tedarik Zinciri Kayıpları (FSC Losses)	“Ürünlerin üretimi, hasat sonrası ve işlenmesi sırasındaki oluşan gıda kayıplar”.	Kummu vd., 2012
Gıda Kayıpları ve Bozulma (Food Losses and Spoilage)	“Hasat sonrası gıda kayıpları, altyapıya yatırım gerektiren sistemlerle ilgili oluşan kayıplardır”.	Parfitt vd., 2010
Tüketici Sonrası Kayıplar (Post Consumer Losses)	“Yemeğin tüketildiği noktada faaliyetlerden ve işlemlerde ziyan edilen yemekler”.	Parfitt vd., 2010
Yiyecek İsrafı (Food Wastage)	“Bozulma ya da atık nedeniyle kaybedilen yiyecekler. Bu nedenle, “israf” terimi hem gıda kaybını hem de yemek atıklarını kapsar”.	FAO, 2013
	“Geri kazanılamayan gıdalar”.	Garrone vd., 2014
Sosyal Açıdan Yiyecek Atıkları (Food Waste From a Social Perspective)	“İnsanları beslemek için kullanılmayan fazla yiyecek”.	Garrone vd., 2014
Zooteknik Açıdan Yiyecek Atıkları (Food Waste From a Social Perspective)	“İnsanları veya hayvanları beslemek için kullanılmayan fazla yiyecek”.	Garrone vd., 2014

TERİM	TANIM	YAYIN
Çevresel Açıdan Yiyecek Atıkları (Food Waste From a Environmental Perspective)	“Hiçbir şekilde yeniden kullanılmayan veya geri kazanılmayan ve imha edilen fazla yiyecek”.	Garrone vd., 2014
Hane Düzeyinde Yiyecek İsrafı (Food Wastage at The Household Level)	“Eve getirilen veya evde hazırlanan ancak tüketilmeyen yiyecekler”.	Grandhi ve Appaiah Singh, 2015
Üretilen Gıda Atığı (Generated Food Waste)	“Yiyeceği alan kişilerce istenmeyen ve yenilmemiş atıklar”. “Gıda atığı saptırma ve gıda atığı bertarafının toplamı”.	Gallo 1980 FWRA, 2016
Bertaraf Edilen Gıda Atığı (Disposed Food Waste)	"Yiyecek geri kazanma faaliyetlerinden sonra gerçekte atılan yiyeceklerden sonra kalanlar". “Düzenli depolama alanları, belediye atık yakma tesisleri ve atık su arıtma tesisleri gibi geleneksel bertaraf tesislerine taşınan yiyecek veya yiyecek artıkları”.	Griffin vd., 2009 FWRA, 2016
Mutfak Atıkları (Kitchen Waste)	“Et, yumurta kabukları ve yenmeyecek meyve ve sebzelerin kemikleri gibi ilişkili olup yenmeyen malzemeler de dahil olmak üzere elden çıkarılan yiyecek veya içecekler”.	Quested ve Johnson, 2009

TERİM	TANIM	YAYIN
Artık Yiyecek (Surplus Food)	“Üretilen, imal edilen, satılan veya sunulan ancak çeşitli sebeplerden dolayı yenilebilir yiyecekler amaçlanan müşteriye satılmaz veya tüketilmez”.	Garrone vd., 2014
Yiyecek Fazlası (Food Surplus)	“Beslenme ihtiyaçlarımızın ötesinde üretilen yiyecekler”. “Gıda güvenliğini sağlama işlevini yerine getiren “arzu edilen” yiyecek fazlasını ve yiyecek israfına neden olan istenmeyen aşırı yiyecek fazlasını içerir”.	Papargyropoulou vd., 2014
Hasat Sonrası Kayıp (Post-Harvest Loss)	“Hasat sonrası sistemdeki ölçülebilir niceliksel ve niteliksel gıda kaybı”.	De Lucia ve Assennato 1994
Gıda Atığı Saptırma (Food Waste Diversion)	“Satılmayan veya tüketilmeyen tüm yiyecekleri ilgilendirir ve bunlar, çöplükten veya yakmadan daha yüksek bir değere sahip kullanıma yönlendirilebilir”. Örneğin; Gıda bankalarına ve ihtiyaç sahiplerine hizmet veren diğer kuruluşlara satılamayan gıda bağışı, Gıda atığının yeniden kullanımı ve geri dönüşümü, örneğin; kompostlaştırma, hayvan yemine dönüştürme ve atık yağların yakıt üretmek için yeniden kullanılması vb.	(FWRA, 2016)

TERİM	TANIM	YAYIN
Satılmayan Gıda (Unsaleable Food)	“Herhangi bir nedenle birincil dağıtım kanalından çıkarılan ve ürün ıslah merkezleri aracılığıyla işlenebilen veya işlenemeyen tüketici ürünleri”.	(FWRA, 2016)
Atık Gıda (Food Waste)	“Gıda tedarik zincirinde herhangi bir noktada ortaya çıkan, bunun yerine zararlı maddeler tarafından atılan, kaybedilen, bozulan veya tüketilen insan tüketimine yönelik sağlıklı yenilebilir bir malzeme”. “İnsan tüketimine uygun yiyecekler, son kullanım tarihinden sonra tutulup tutulmamasına veya bozulmaya bırakılmamasına bakılmaksızın atılmaktadır. Genellikle bu, yiyeceklerin bozulmasından kaynaklanır, ancak piyasalar nedeniyle aşırı arz veya bireysel tüketici alışveriş / yemek yeme alışkanlıkları gibi diğer nedenlerin etkisiyle oluşan atıklar”. “İnsanları beslemek, hayvanları beslemek, yeni ürünler (örneğin reçeller veya meyve suları), yeni malzemeler (örneğin gübreler) veya enerji üretmek için geri kazanılmayan fazla yiyecek”. “Atılan, kaybolan veya yenilmeyen yenilebilir yiyecekler”. “İnsan tüketimine uygun yiyecekler atılmakta ya da nedenden bağımsız olarak tüketici düzeyinde bozulmaya bırakılması”.	FAO, 1981 Papargyropoulou vd., 2014 Parfitt vd., 2010 FAO, 2013 Garrone vd., 2014 Gjerris ve Gaiani, 2013 HLPE, 2014

TERİM	TANIM	YAYIN
Atık Gıda (Food Waste)	“Dağıtım ve tüketim sırasındaki kayıplar”.	Kummu vd., 2012
	“Kaliteli ve insan tüketimine uygun ancak tüketilmeyen gıdalar bozulmadan önce veya sonra atıldığı için tüketilmez. Atık gıda, yiyecekleri atmak için yapılan ihmalin veya bilinçli bir kararın sonucudur”.	Lipinski vd., 2013
	“İşlenmemiş veya pişmiş yiyecek malzemelerinden oluşur ve evde yemek hazırlamadan önce, sırasında veya sonrasında yemek kaybının yanı sıra imalat, dağıtım, dağıtım, perakende satış ve yiyecek hizmeti faaliyetleri sürecinde atılan yiyecekleri de içerir. Sebze kabukları, et süsleri ve şımarık veya fazla içerikli fazla içerikli veya hazır yiyecekler, kemikler, karkaslar ve organların yanı sıra malzemelerden oluşur”.	Monier vd., 2011
	“Gıdanın son kullanıcıya ulaşmasından önce ortaya çıkan zararlar (tüketici öncesi gıda kayıpları) ve ayrıca tüketiciler tarafından atılan gıdalar (tüketici sonrası gıda atığı). Bu tanım, atık akışının hem yenilebilir hem de yenilmeyen kısımlarını (soyulmalar, kemikler vb.) içerir”.	Nahman ve Lange, 2013
	“Atık bir gıda fazlası üründür, yani gıda güvenliğini sağlamak için ihtiyaç duyulanın ötesinde üretilen gıdalar”.	Papargyropoulou vd., 2014
	“Atık gıda, tüketilmeyen yenilebilir gıda oranı”.	Smith ve Landry, 2021

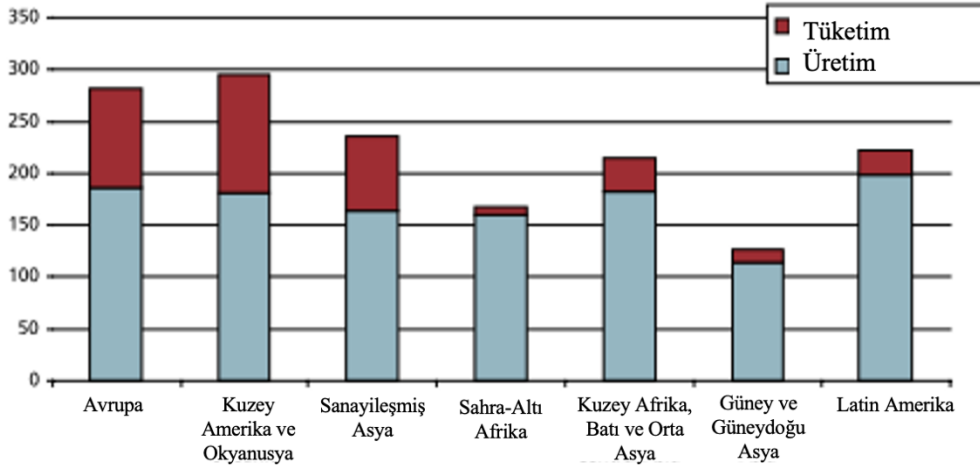
TERİM	TANIM	YAYIN
Atık Gıda (Food Waste)	“İnsan tüketimi için sonradan kaybolan, bozulan, boşaltılan veya kontamine olan malzemeleri içerir”.	Giroto vd., 2015
	“Gıda tedarik zincirinin daha sonraki aşamalarında gerçekleşip genel olarak davranışsal meselelerden kaynaklanmaktadır”.	Parfitt vd., 2010
	“Atık gıdanın, kasıtlı olarak hayvanlara verilen veya insan gıda zincirinden uzaklaşan yenilebilir malzemeler”.	Stuart, 2009 Smil, 2004 Papargyropoulou vd., 2014
	“Atık gıda, en çok satın alınan, ancak tüketilmeyen ve çöplere atılan gıdalar”.	Calvo-Porral 2017
	“Atık gıda, insanlar tarafından tüketilmeyen ve gıda zincirinin herhangi bir seviyesinde (çiftlikler, işleme tesisleri, üreticiler, ticari kuruluşlar ve haneler) meydana gelen gıdalar”.	Okazaki vd., 2008
	“Atık gıdanın genellikle davranışsal meselelerle ilgili olup, insan eylemi veya eylemsizliği sonucu tüketilemeyen yenilebilir gıdalar”.	Buzby ve Hyman 2012
	“Atık gıda, toprak, su, enerji ve girdi atıklarının yanı sıra iklim değişikliğine gereksiz katkı sağlayan bir faktör”.	FAO, 2011; FAO, 2013a, b; Kummu vd., 2012
	“İnsanları beslemek, hayvanları beslemek, yeni ürünler	

TERİM	TANIM	YAYIN
Atık Gıda (Food Waste)	(örneğin reçeller veya meyve suları), yeni malzemeler (örneğin gübreler) veya enerji üretmek için geri kazanılmayan fazla besinler”.	Garrone vd., 2014
	“İnsan tüketimine yönelik ve tüm tedarik ve tüketim zinciri boyunca üretilen katı veya sıvı gıdalar”.	
	“Tüketiciye ulaşmayan veya tüketiciye ulaşp çöpe atılan yiyecekler. Bu, yenilebilir gıdaları, gıdanın tüketilebilen ancak atılan kısımlarını ve yenmeyen gıdaları”.	
	“Gıdanın tüketilemediği veya istenmeyen olarak kabul edildiği için tüketilmeyen kısımları (tohum, kemik, kahve\ kabuk gibi)”.	Avustralya Hükümeti, 2017 Ulusal Gıda Atığı Stratejisi
	“Avustralya'ya ithal edilen ve Avustralya'da atılan yiyecekler”.	
	“İhracat için üretilmiş veya üretilmiş ancak Avustralya'dan ayrılmayan yiyecekler”.	
	“Atılan veya atılması amaçlanan veya atılması gereken çiğ veya pişmiş herhangi bir katı veya sıvı gıda maddesi”.	
	“Atık gıda, gıdanın işlenmesi, taşınması, depolanması, satışı, hazırlanması, pişirilmesi ve servis edilmesiyle oluşan organik kalıntıları (havuç veya patates kabukları gibi vb.) içermektedir”.	FWRA, 2016
	“Yemek atıkları, artık gıdalar, bozulmaya bırakılan gıdalar ile çeşitli nedenlerle yenilebilir porsiyonlar ve atılan gıdalar”.	Bernstad, 2014 Stenmarck vd., 2011 Hanssen vd., 2016

TERİM	TANIM	YAYIN
Atık Gıda (Food Waste)	“Atık gıda, hasat sırasında zarar gören mahsuller, nakliye sırasında zarar gören veya atılan ve diğer atıklarla karıştırılan yiyecekler de dahil olmak üzere, tedarik zincirinin herhangi bir aşamasında kaybedilen yiyecekler” olarak tanımlanır	Griffin vd., 2009

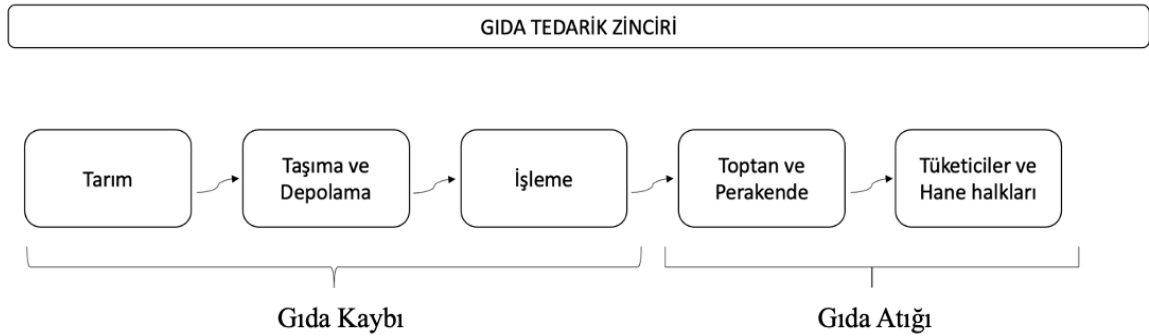
1.2. Atık Gıda Aşamaları

Atık gıdanın, gıda tedarik zinciri boyunca oluşumu büyük mali kayıpları ve doğal kaynak israflarını da beraberinde getirmektedir (Eriksson, 2015: 3). Gıda tedarik zinciri gıda ürünlerinin üretilmesinden tüketiciye dağıtılmasına kadar olan süreci kapsamaktadır. Tedarik zincirinde meydana gelen gıda kayıpları; harmanlama, bilinçsiz kullanım, paketlemeden kaynaklanan hasarlar, dökülme ve bozulmaların neden olduğu kayıpları içermektedir (Balaji ve Arshinder, 2016: 153). Bunun yanı sıra ambalaj boyutları, satış promosyonları veya indirimler tüketici davranışını etkileyerek dolaylı olarak atık gıda oluşumuna katkıda bulunmaktadır (Halloran vd., 2014: 295). Ayrıca çevresel faktörler incelendiğinde, gıda hizmetleri ve perakendeciler için atık gıda oluşumunda tüketicilerin etkisi oldukça yüksektir (Şekil 1.1). Aynı şekilde tedarik zinciri faktörleri arasında, tedarik zinciri tasarımı, sözleşmeli anlaşmalar/gereksinimler veya tedarik zinciri üzerindeki üyeler arasındaki yetersiz iletişimin atık gıda oluşumunda etkili olduğu görülmektedir (Yetkin Özbük ve Coşkun, 2020: 14). Kısaca Porter'ın (2016: 3) belirttiği gibi atık gıda, tarımsal kayıplar (hasat faaliyetlerinden kaynaklanan), taşıma ve depolama kayıpları (tarım, işleme ve dağıtım aşamaları arasındaki nakliyeden kaynaklı), işleme kaybı (endüstriyel dökülme ve bozulmadan kaynaklı), dağıtım aşaması (toptancı ve perakendeci) ve tüketim aşamasında gerçekleşmektedir (Şekil 1.2). Vanham vd. (2015: 9) tarafından yapılan çalışmaya göre, AB'ye üye ülkelerden elde edilen verilere dayanarak, kişi başına 123 kg miktarında tüketici gıda atığı olduğu ve bunun tüketim seviyesinde meydana gelen atıkların %16'sına karşılık geldiği görülmektedir. WRAP (2008) tarafından İngiltere'de yapılan kapsamlı bir araştırmaya göre, en fazla atık gıda tek kişilik hane halkları tarafından oluşturulmaktadır. Yine WRAP (2011, 2012a) tarafından yayımlanan bir raporda, son kullanma tarihi geçmiş gıdaların İngiltere'de gerçekleşen atık gıdanın yaklaşık %20'sini oluşturduğu tahmin edilmektedir. Birleşik Krallık'taki hane halklarının atık gıda oranının %12 (Quested vd., 2013), Hollanda'da ise %14 olduğu ortaya çıkmıştır (Van Westerhoven, 2013: 5). ABD'deki hane halklarında her yıl yaklaşık olarak 48,3 milyar dolarlık yiyecek israf edilirken (Jones, 2016), AB'de ise bu durum israf edilen yiyeceklerin %53'ünü oluşturmaktadır (Stenmarck vd., 2016: 4).



Grafik 1.1 Bölgelerde Tüketim ve Tüketim Öncesi Aşamalarda Kişi Başı Atık Gıda Miktarı ve Kaybı

Şekil 1'de görüldüğü üzere gelişmiş ülkelerdeki atıkların %40'ından fazlası perakende satışlarda ve tüketici seviyelerinde meydana gelirken, gelişmekte olan ülkelerde ise kayıpların %40'ından fazlası hasat sonrası ve işleme seviyelerinde oluşmaktadır. Bu sebeple, gıda kayıplarının ve atık gıdaların dağılımı, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler, zengin/fakir üreticiler ve tüketiciler arasında farklılık göstermektedir (Gustavsson vd., 2011: 1; Lundqvist vd., 2008: 5).



Şekil 1.1 Gıda Tedarik Zinciri

1.3. Atık Gıdanın Oluşumunda Rol Alan Aktörler

Gıda tedarik zinciri içerisinde yer alan farklı aktörler birbirlerinin karar verme süreçlerini etkilemektedir. Söz konusu sebep sonuç ilişkisi bu aktörleri bağımlı hale getirerek atık gıda oluşumuna etki etmektedir. Çalışmanın bu kısmında Halloran vd. (2014: 295) sınıflandırmasından yola çıkılarak tedarik zinciri aktörleri ve atık gıda oluşumuna neden olan faktörlere yer verilmiştir.

1.3.1. Gıda Üreticileri

Tarım aşaması temel gıda ürünlerinin üretildiği ve ticari üreticilerden aile çiftçilerine kadar uzanan süreçlerden oluşmaktadır. Hasat sonrası kayıpların meydana gelmesinde kötü hava şartları, uygunsuz kullanım, mikroorganizmalar, böcekler, kemirgenler veya kuşlar gibi dış faktörler etkilidir (Hodges vd., 2011: 38). Bu aşamada gerçekleşen gıda kayıpları ticari mutfaklar, toptancılar ve perakendeciler tarafından talep edilen boyutlandırma, kalite ve çeşitlilik gibi standardizasyondan kaynaklanmaktadır. Bununla birlikte kalite standartlarının da boyut ve şekil gibi meyve ve sebzelerin pazarlamasına yönelik olması atık miktarını arttırmaktadır. Bu kuralların ortadan kaldırılması gıda kayıplarının miktarını azaltmada doğrudan etkilidir (Halloran vd., 2014: 298).

1.3.2. Toptancılar ve Perakendeciler

Tedarik zincirinin toptancılar ve perakendeciler aşamasında önemli miktarda atık meydana gelmektedir (Eriksson, 2015: 3). Bu noktada çeşitlilik, tutarlılık ve tazeliğe ilgili müşteri talep ve beklentilerinden dolayı güvenli ve yenilebilir gıdalar, perakendeciler tarafından atığa dönüştürülmektedir. Bu durumun başlıca sebebi ürünlerin aşırı derecede stoklanmış ve ambalajlarının zarar görmüş olmasıdır (FWRA, 2016: 20). Perakendeciler tarafından yaklaşık olarak her 130.000€ ciro için ortalama 165-562 kg atık gıda gerçekleştirilmektedir (Ettrup ve Bjørn, 2002). ABD'de perakende ve tüketici seviyelerinde atık gıda ve gıda kayıplarının yıllık olarak kişi başına 188 kg ya da 165,6 milyar dolarlık genel bir değeri bulunmaktadır (Buzby ve Hyman, 2012).

Bu aşamada perakendeciler dağıtım merkezleri ve mağazalar olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Garrone vd., 2014: 136). Mağazalar; süpermarket, hipermarket ve indirimli mağazalar gibi araçlardan oluşmaktadır. Dağıtım merkezlerinde meydana gelen ihtiyaç fazlası yiyeceklerin, ürünlerin pazar gereksinimlerine uygun olmaması ile mağazadan gelen iadelerden oluştuğu ileri sürülmektedir. Mağazalarda oluşan ihtiyaç fazlası ürünler ise dağıtım merkezinden gelen ve müşterilere satılmayan ürünlerden (Garrone vd., 2014: 136), tüketici algıları ve beklentilerinden oluşmaktadır (Otten vd., 2018: 61).

Süpermarketler tüketiciye çok çeşitli ürün yelpazesıyla hizmet etmektedir, ancak bu ürünlerin çabuk bozulan kısımları son kullanma tarihinden önce satılamaz. Bu sebepten dolayı tüketicilerin gıda güvenliğine duydukları güvensizlik ve yüksek kaliteli taze ürün talep etmesi, bir çok yiyeceğin satılmadan önce ve genellikle yenmeye uygun bir durumdayken atılmasına neden olmaktadır (Lundqvist vd., 2008: 21). Ayrıca süpermarketler, gıda tedarik zincirinin çoğunluğu üzerinde güçlü etkiye sahip olan üreticiler ve tüketiciler arasında önemli bir bağ

temsil etmektedir. Dolayısıyla perakendecilerin çevre bilincini artırmak için tüketicilerle iletişime geçmesi ve kurumsal sorumluluklarını yerine getirmesi atık gıdayı azaltma önlemlerini uygulanabilir hale getirmektedir (Eriksson, 2015: 19). Paydaşlar arasında daha iyi iletişimin sağlanması, üyeler arasındaki yeterli koordinasyon ve daha verimli gıda ambalajlaması gibi çözümlerin atık gıdanın azaltılmasında etkili olması beklenmektedir (Balaji ve Arshinder, 2016: 165).

1.3.3. Ticari Mutfaklar

Ticari mutfaklar birçok kişiye yemek hazırlayan ve haftada 100 kg'dan fazla yiyecek üreten hizmet sağlayıcıları olarak tanımlanmaktadır. Ticari mutfaklar; otel, kantin, hastane, üniversite, kafe ve restoranları kapsamaktadır. Ticari mutfaklarda meydana gelen temel atık sebepleri; talep tahminlerinden kaynaklanan hatalar ve müşteriye servis edilmeyen fazla gıdaları içermektedir (Garrone vd., 2014: 136). Porsiyon büyüklüğü, üretim/pişirme teknikleri (Yetkin Özbük ve Coşkun, 2020: 13) ve menü planlamasının yetersiz ya da yanlış yapılması gibi operasyonel kararlar da ticari mutfaklarda oluşan atıklara doğrudan etki etmektedir (Falasconi vd., 2015: 14756; McCray vd., 2018: 2; Sonnino ve McWilliam, 2011: 827). Söz konusu menü planlamasına bir öneri getiren Falasconi vd. (2015: 14756) hem ekmek hem de pizza gibi alternatif ürünlerin aynı menü içerisinde servis edilmemesi gerektiğini ve böylece atık gıda oluşumunda azalma sağlanabileceğini savunmaktadır. Restoranlarda oluşan atık gıda miktarını gözlemleyen araştırmalara göre dışarıda yemek yeme eğilimiyle uyumlu olarak en büyük atık miktarının hafta sonu, en azının ise pazartesi günü olduğu ortaya çıkmıştır. Bu atık miktarı mevsimsel olarak değerlendirildiğinde ise en çok gıda atığının Ekim-Aralık ayında gerçekleştiği görülmüştür. Söz konusu aylardaki artışa restoran yöneticilerinin hava koşullarını göz önünde bulundurularak tedarik artırımına gitmesi ve fazla üretim yapması sebep olmaktadır (Aamir vd., 2018: 598). Bir diğer ticari mutfak olan yemekhanelerdeki atık gıda oranı incelendiğinde atık miktarının porsiyon başına 75g olduğu ve bunun servis edilen yemeğin %23'ünü oluşturduğu bulunmuştur. Bu atıkların %64'lük kısmı servis artıklarını, %33'ü tabak artıklarını ve %3'ü ise diğer gıda atıklarını oluşturmaktadır (Eriksson vd., 2017: 7). Bunlara ek olarak; personelin gıda ürünleri, ürünlerin kalitesi ve atık gıda oluşumu hakkında yetersiz bilgi sahibi olması ve eğitim eksikliği gıda atığının nedenleri arasında gösterilmektedir (Otten vd., 2018: 63; Sakaguchi vd., 2018: 434; Sonnino ve McWilliam, 2011: 827). Son olarak yemek sunumunda yapılan yanlışlıklar (Sonnino ve McWilliam, 2011) ve yemeğin iştah açıcı görünmemesi (Falasconi vd., 2015: 14756) ticari mutfaklarda atık gıda oluşumunu etkileyen diğer faktörlerdir.

1.3.4. Tüketiciler ve Hane Halkları

Bu aşamadaki tüketici davranışları atık gıda oluşumunun başrolüdür (Betz vd., 2015; Wang vd., 2018). Tüketiciler ve hane halkları aşamasındaki söz konusu gıda atığı “tüketici sonrası kayıplar” olarak da isimlendirilmektedir. Tüketici sonrası kayıplar gıdanın tüketildiği andan itibaren gerçekleşen faaliyetler ve uygulamalardan dolayı israf edilen yiyecekleri oluşturmaktadır (Parfitt vd., 2010: 3066). Hane halkı içerisindeki atıklar; aşırı tedarik, yanlış saklama yöntemleri, yiyeceklerin raf ömrü ve tarih etiketleriyle ilgili sahip oldukları yanlış bilgilerden kaynaklanmaktadır. Birleşik Krallık’ta yapılan araştırmada, atık gıda oluşumunun gıdaların zamanında kullanılmaması (Quested ve Johnson, 2009) ve tarih etiketi gibi kavramların karıştırılmasından kaynaklandığı görülmüştür (Quested ve Johnson, 2009; Van Garde ve Woodburn, 1987). ABD’de tarih etiketlerinin sunumu ve anlamlarına ilişkin standartların olmayışı ve devlet kurallarının sürekli değişmesi tüketicilerde kafa karışıklığına yol açmaktadır (Kosa vd., 2007). Türkiye’de ise gıda etiketinin okunması ile ilgili yapılan çalışmanın sonuçlarına göre, hem erkeklerin hem kadınların etiketleri nadiren okudukları görülmektedir (Gezmen-Karadağ ve Türközü, 2018: 294). Dolayısıyla son kullanma tarihini anlamadaki zorluklar ve gıda içerikleri ile ilgili yetersiz bilgi atık gıda oluşumuna neden olmaktadır (Yıldırım vd., 2016: 488). Yetersiz planlamanın neden olduğu aşırı satın alımlar atık gıda miktarını arttıran diğer önemli bir etkidir (Koivupuro vd., 2012). Gıdaların nasıl kullanılacağına dair düşünülmeden satın alınması atık gıda oluşumuna olumsuz katkı sağlamaktadır (Gustavsson vd., 2011). Bunun yanı sıra artıkları yemeye karşı isteksizlik, tiksime gibi sebeplerden dolayı yiyeceklerin yeniden kullanılmaması gıdaların atığa dönüşmesine sebep olmaktadır. Kişi bazında incelendiğinde, çok nüfuslu hane halkı daha az, az nüfuslu hane halkının ise daha çok atık gıda oluşturduğu görülmüştür (Schanes vd., 2018: 988). ABD’de hane halkı tüketim aşamasında yenilebilir ürünlerin %26’sı atığa dönüşmekte, yani kişi başına 157 kg atık gıda üretilmektedir (Kantor vd., 1997). Öyle ki haneler planlı alışveriş yaparak ve ürünleri verimli bir şekilde tüketerek atık gıdayı önlemeye çalışabilirler. Ayrıca tüketiciler atık gıdanın çevre, ekonomi ve toplum üzerindeki olumsuz etkileri konusunda kendilerini eğitebilir ve atık gıdayı azaltmak için akran gruplarını yenilebilir ürünleri yeniden kullanmaya veya geri dönüştürmeye motive edebilirler (Stancu vd., 2016).

1.3.5. Yiyecek Atık İşlemcileri

Yenilemeyen gıdalar geri dönüştürülmek yerine atılarak tam olarak potansiyelinden yararlanılamamakta ve gıda kaybı olarak sayılmaktadır (Halloran vd., 2014: 299). EPA (2013: 1689)’e göre hizmet sağlayıcıları tarafından ekonomik ve çevresel fayda sağlamak üzere geri

kazanım ve atık gıda azaltma yolları şu şekildedir: gıda bankaları ve atık işlemcilerinin ücretsiz atık toplama uygulamalarından faydalanmak, kompostlama yapılması, elektrik maliyetlerinin azaltılması, sadece gerekli olanın satın alınması, depolama alanlarının korunması ve düzenli depolama alanları yaratılarak metan ve sera gazı emisyonlarının azaltılmasıdır. Geri kazanım amacı ile oteller, kantinler ve ticari mutfaklardaki yenilmeyen yiyeceklerin evsiz kişilere bağışlanması gibi girişimler uygulansa da “gıda güvenliği endişeleri” bazı sınırlamalara sebep olmaktadır (FWRA, 2016: 27; Halloran vd., 2014: 299). Örneğin, bağışlanan yiyeceklerin açılmamış ve son kullanma tarihinin geçmemiş olması gerekmektedir (Halloran vd., 2014: 299). FWRA (2016: 27)’e göre ise taze yiyeceklerin uygun şartlar altında bağışlanabilmesi için nakliye ve depolama altyapısı ihtiyacı söz konusudur.

Atık gıda miktarını azaltmak amacıyla alınacak önlemlerin etkisini değerlendirebilmek için uygun olan miktarda gıda tayini gerekmektedir. Miktar belirleme standartlarının oluşturulabilmesi için açık teşviklere ve liderliğe ihtiyaç olduğu vurgulanmaktadır (Eriksson vd., 2018: 192-198). Gıda dağıtım sistemlerinde meydana gelebilecek ekonomik (Eriksson vd., 2017: 92) ve kamusal teşvikler (Sonnino ve McWilliam, 2011: 829) atık gıda azaltma uygulamalarında önemli bir paya sahiptir. Özel şirketlerin bu yönde uyguladığı ekonomik teşvikler, personelini veya mal sahiplerini atık azaltma konusunda motive etmede oldukça etkili olabilir ancak kamu sektöründe bu teşvikler eksiktir. Dolayısıyla kamu sektörü için kontrol önlemleri, standart bir takip prosedürüyle atık gıda miktarını dış kuruluşlara veya siyasi hedeflere zorunlu olarak rapor ederek gerçekleştirilebilir (Eriksson vd., 2018: 198). Buna rağmen 2003 yılında sağlıklı gıda tüketimini arttırmak, gıda üretimi ve tedariğinin olumsuz çevresel etkilerini en aza indirmek için tasarlanmış “Kamu Sektörü Gıda Tedarik” girişimi sürdürülebilir gıda tedariği için önemli adımlardan biri olarak görülmektedir (Sonnino ve McWilliam, 2011: 825). Yine Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri’nde, 2030 yılına kadar perakende ve tüketici seviyelerinde kişi başına düşen atık gıda miktarını azaltma hedefine katkıda bulunmak için siyasi bir amaç belirlenmiştir (BM, 2016).

1.4. Gıda Güvenliği

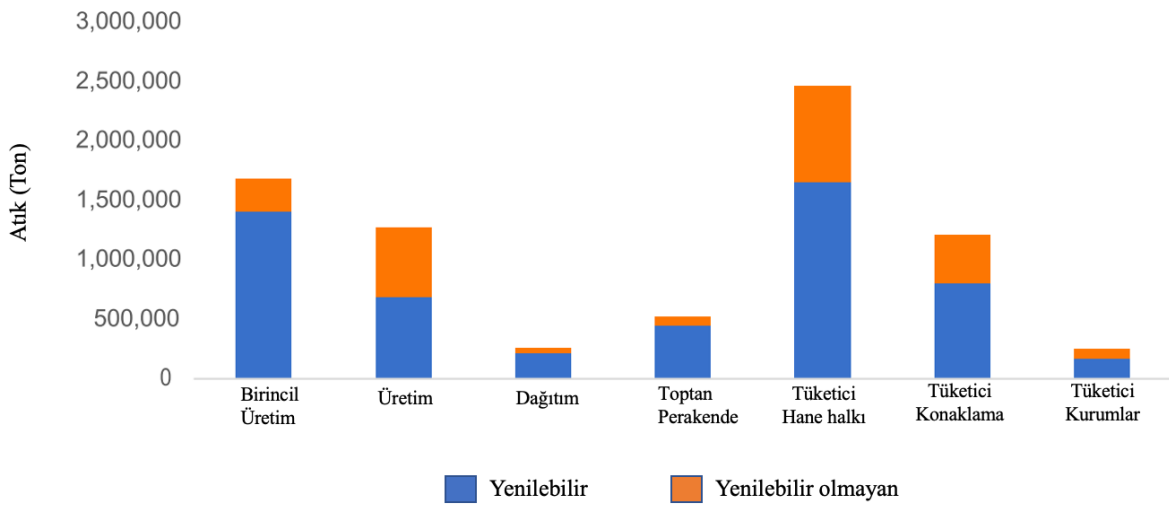
“Gıda güvenliği, tüm insanların her zaman, sağlıklı ve aktif bir yaşam için beslenme ihtiyaçlarını karşılayan yeterli, güvenli ve besleyici gıdaya fiziksel, sosyal ve ekonomik erişim.” olarak tanımlanmaktadır (Pinstrup-Andersen, 2009: 5). Küresel istatistikler 800 milyona yakın insanın yetersiz beslendiği ve açlık çektiğini göstermektedir (Bravi vd., 2020).

Bu durumun neden olduğu gıda güvenliği sorununun çözülebilmesi için atık gıda miktarının azaltılması şarttır (Galli vd., 2019). Oluşan atık gıda yoksul insanlar üzerinde gıda güvenliği ve kalitesi konusunda tehdit oluştururken, ekonomi ve çevre üzerinde de olumsuz etkilere neden olmaktadır (Gustavsson vd., 2011: 1). Aynı zamanda gıda yoksulluğundan etkilenme oranı dünyanın en zengin ülkelerinde dahi artmaktadır. Gıda yoksulluğu ve atık gıda arasındaki eşitsizlik, atık gıda konusunun sosyal ve etik sorunlarını da beraberinde getirmektedir. Gıda yoksulluğundan etkilenen tüketicilerin öncelikli olarak; güvenli, kaliteli ve düşük fiyatlı gıdalara ulaşmaları sağlanmalıdır. Gıda güvensizliği bir arz sorunundan daha çok satın alma gücü ve fiyat temelinde bir ulaşım sorunu olarak var olmaktadır. Gıda güvenliğinin sağlanabileceğini varsayarak, üretilmiş ancak tüketilmeyen ihtiyaç fazlası gıdaların, gıda yoksulluğundan etkilenen gruplara yeniden dağıtılması önerilmektedir (Papargyropoulou vd., 2014: 109-113). Gıda kaynaklarının iyi yönetilip atık miktarları azaltılarak ve fazla gıdalar bağışlanarak ihtiyaç sahiplerine ulaştırılabilir (Thyberg ve Tonjes, 2016: 114). Söz konusu geri dönüşümün etkisini örnekleyen bir çalışmaya göre sadece Avustralya'daki tüm önlenebilir gıdaların kurtarılması bir yıl boyunca 921 bin kişinin beslenmesini sağlayabilecek büyüklüktedir (Reynolds vd., 2015: 4715).

1.5. Avustralya Perspektifinden Atık Gıda

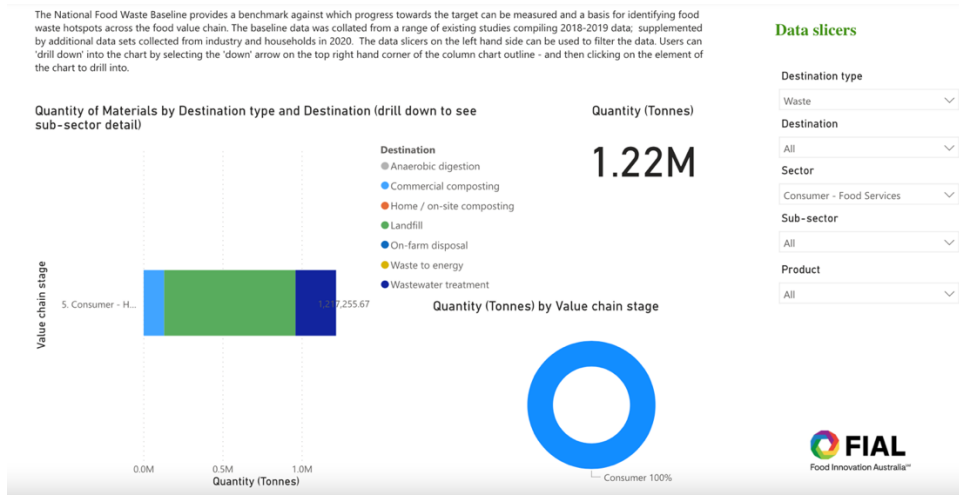
Söz konusu gıda üretimi olduğunda Avustralya, 60 milyon insanı beslemeye yetebilecek taze gıda üretme kapasitesine sahip şanslı bir ülkedir (Australia and Food Security in a Changing World, 2010). Buna rağmen 1,2 milyon Avustralyalı'nın sağlıklı beslenme kaynaklarına erişimi bulunmamaktadır (SecondBite, 2010). Atık gıda miktarı, Avustralya hükümetine yıllık 36,6 milyar Avustralya dolarına mal olmaktadır. Avustralya'da yıllık 7,6 milyon ton atık gıda üretilmekte, bu kişi başı 312 kg'a denk gelmektedir. Gerçekleşen atık gıdanın %70'i yenilebilir %30'u ise yenilebilir olmayan gıdalardan oluşmaktadır (FIAL, 2021: 18). Bununla birlikte Avustralya'nın gıda tedarik zinciri sera gazı emisyonlarının %23'ünden sorumlu tutulmaktadır (Love Food Hate Waste). Öyle ki atık gıdalar çöplüklerde parçalandıklarında sera gazından daha güçlü olan metan gazı üretmektedir (IPCC). Bir diğer yandan atık olarak gerçekleşen gıdalar yaşam döngüsü boyunca 2628,3 litre su tüketmektedir, yani atık gıda gerçekleşmemesi durumunda kişi başına günlük 286 litrelik su tasarrufu sağlanması mümkündür (FIAL, 2021). Gıda tedarik zinciri içerisinde söz konusu atık gıda oluşumuna en büyük katkı sağlayan aşama tüketim aşamasıdır. Hane halkı 2,46 milyon ton atıkla diğer sektörlerden daha fazla atık gıda üretmektedir ve bu durum Avustralya'da üretilen toplam atık miktarının neredeyse üçte birine denk gelmektedir. NSW eyaletinde yapılan bir

araştırmada hane halkının yıllık ortalama \$1.036'lık atık gerçekleştirdiği tahmin edilmektedir. Yapılan başka bir araştırmada katılımcılar atık gıdanın azaltılması için yemeklerini evlerinde sahip oldukları yiyeceklere göre planlamaları gerektiğini düşünseler de çoğu, yiyeceklerini yemek istediklerine göre planladıklarını itiraf etmiştir. Ayrıca oluşturdukları atık gıdalar konusunda endişeli olduklarını ve kendilerini suçlu hissettiklerini bildirmişlerdir (Baker vd., 2009: 12).



Grafik 1.2 Tedarik zinciri boyunca gerçekleşen yenilebilir ve yenilebilir olmayan atık gıda

Hane halkı üzerine yapılan birçok çalışmanın aksine Avustralya'daki konaklama sektörünün atık gıdaya etkisini gösteren çok fazla çalışma olmasa da yapılan araştırmalarda sektör tarafından oluşturulan atık gıda oranları çarpıcıdır (bkz. Bölüm 2.1). Batı Avustralya'da konaklama sektöründe günde ortalama 4,377 ton atık gıda gerçekleştirilmektedir (Batı Avustralya Çevre ve Koruma Bakanlığı, 2008). FIAL (2021) tarafından yayınlanan son rapora göre konaklama sektörü yıllık 1,22 milyon ton atık gıda gerçekleştirmektedir (Şekil 4).



Grafik 1.3 Ulusal Gıda Atığı Stratejisi Fizibilite Çalışması: Veri Panosu

Avustralya’da atık gıdanın çevre, ekonomi ve toplum üzerinde neden olduğu olumsuz etkilerden dolayı konunun önem arz ettiği kabul edilmektedir. 2017 yılında Avustralya Hükümeti tarafından başlatılan Ulusal Atık Gıda Stratejisi, Avustralya’nın atık gıda miktarını 2030 yılına kadar yarıya indirmeyi amaçlamaktadır. Aynı şekilde 2018 yılında Atık Gıda ile Mücadele Kooperatif Araştırma Merkezi tarafından yönetilen büyük bir fon bu amacı gerçekleştirmeyi hedeflemektedirler (Reynolds vd., 2016: 231). NSW ve Victoria eyaletlerinde atık gıdanın olumsuz etkilerini kabul eden lisanslı tesislere kompostlama teknolojilerini kullanma zorunluluğu getirilmiştir (National Waste Report, 2018: 73). Bunun yanı sıra Avustralya’da faaliyet gösteren Foodbank, Secondbite, Fareshare ve Ozharvest olmak üzere dört ana kuruluş bulunmaktadır. Bu hayır kurumları, hala tüketime uygun olan, son kullanma tarihine yaklaşan ve satılamaz durumda olan ve ihtiyaç fazlası gıdaların toplanması için hizmet vermektedir (Reynolds vd., 2015: 4709).

İKİNCİ BÖLÜM

KONAKLAMA SEKTÖRÜNDE ATIK GIDA

Bu bölümde konaklama sektöründe atık gıda konusu ele alınmış olup restoran türlerinin atık gıda ile ilişkisinden bahsedilmektedir. Bununla birlikte konaklama sektöründe atık gıda oluşumunda müşterilerin etkisi ve garsonların rolü açıklanmaktadır. Ayrıca suçluluk ve çevresel kimlik kavramlarının atık gıda oluşumu üzerindeki etkileri de vurgulanmaktadır.

2.1. Konaklama Sektörü

Konaklama sektörü, şu anda ABD’de 14 milyon ve Avrupa’da 8 milyon olmak üzere diğer sektörlerle kıyasla daha fazla insan istihdam etmekle birlikte (Euromonitor International, 2016) her yıl milyonlarca yemek servisi sunmaktadır (Gössling vd., 2011). Yemek servisinin ana faaliyetlerinden biri olması konaklama sektörünün atık gıda oluşumunda büyük bir rol oynamasına doğrudan etki etmektedir. Söz konusu etki, konaklama sektörünün %12’lik payla AB gıda tedarik zinciri içerisinde atık gıda oluşumunda, hane halkları (%53) ve işleme sektörü (%19) ile karşılaştırıldığında en büyük üçüncü sektör olarak (Stenmarck vd., 2016: 3) atık gıda mücadelesinde kritik bir role sahiptir (Martin-Rios vd., 2018: 196).

Literatürdeki araştırmaların çoğunluğunun hane halkı atık gıdalarına odaklandığı görülmektedir; restoranlarda, otellerde ve yiyecek içecek hizmetlerinde üretilen atık gıdalarla ilgili çalışmaların sayısı hane halkına göre daha azdır (Principato, 2018; Pirani ve Arafat, 2016: 2; Schneider, 2013; Barone vd., 2019; Russel, 2017). Konaklama sektörünün atık gıdaya etkisini gösteren çok fazla çalışma olmasa da yapılan çalışmalar göstermektedir ki, atık gıdanın çeşitli ülkelerde büyük bir sorun oluşturmaktadır (Goh ve Jie, 2019: 126). Örneğin, Malezya’da bir restoranın günlük atık gıda miktarı 173 kg olarak hesaplanmıştır (Papargyropoulou vd., 2016: 5). Birleşik Krallık’ta konaklama sektöründe üretilen atık gıda miktarı yıllık 920.000 tona kadar çıkmaktadır ve bunların %75’i önlenebilir gıdalardan oluşmaktadır (Pariff vd., 2013). Danimarka’da konaklama sektöründe yıllık 148,000 ton atık gıda gerçekleşmektedir (Akkerman ve van Donk, 2016). İsviçre’de konaklama sektörü, üretilen toplam atık gıdanın %18’ini oluşturarak gıda tedarik zinciri içerisinde en büyük üçüncü kaynak olarak yerini almaktadır (Beretta vd., 2013: 770). İtalya’daki konaklama sektörü gıda tedarik zinciri içerisinde %21’lik oranla atık gıda miktarını oluşturmaktadır (Coldiretti, 2017). Söz konusu veriler konaklama sektöründe atık gıda probleminin önemini göstermekle birlikte ekonomik sıkıntıları da beraberinde getirmektedir (Wrap, 2013a). İtalya’da tüketim aşamasında gerçekleşen atık gıdanın tahmini maliyeti 12 milyar Euro iken

(Ministero dell'Ambiente Italiano, 2015) bu durum Avustralya hükümetine 36 milyar dolara mal olmaktadır (FIAL, 2021: 18). Birleşik Krallık'ta atık gıda miktarı, gıda, tedarikçi, işçilik, hizmet maliyetleri gibi giderleri de içererek yılda 682 milyon sterlinden fazlaya ulaşmaktadır (WRAP, 2013a).

Konaklama sektörünün büyüklüğü ve kapsamı ele alındığında oluşan atık gıdayı etkileyen birçok organizasyonel faktör, aşama ve rol oynayıcı bulunmaktadır. Sektör içinde oluşan atıklar mutfak atık gıdaları (gıdanın saklanması, yemeğin hazırlanması, tabak sunumu ve servisten kaynaklı) ve müşteri atık gıdaları (müşteri davranışından kaynaklı) olarak ikiye ayrılmaktadır (Papargyropoulou vd., 2016; Principato vd., 2018). WRAP (2013b)'a göre restoranlarda oluşan atık gıdalarının %45'i hazırlama aşamasında, %21'i saklama aşamasında, %34'ü ise servis edildikten sonra müşteri tarafından oluşturulan yemek artıklarından oluşmaktadır. Bu kapsamdan dolayı atık gıda “müşteri tabaklarından arta kalanlar ve yemeğin hazırlanma aşamasında oluşan istenmeyen ve atılan yiyecekler.” olarak tanımlanmaktadır (Pirani ve Arafat, 2015: 129). Malezya'da beş yıldızlı bir otelin restoranında yapılan araştırmada, pişirmeden önce günlük 95,4 kg atık gıda olduğu ve bu atıkların hijyen ve yanlış porsiyon boyutu gibi nedenlerden kaynaklandığı görülmüştür (Papargyropoulou vd., 2016). Avusturya'daki restoranlarda üretim kayıpları ve yemek artıkları sonucunda oluşan atık miktarı toplam atık gıdanın %19'unu oluşturmaktadır (UAW, 2015: 3). Restoranların inşa ettikleri kaliteli yiyecek algısı sonucunda oluşan müşteri beklentileri aşırı gıda üretimine ve dolayısıyla atık miktarının artmasına sebep olmaktadır (Filimonau vd., 2020: 11). Hazırlık aşamasında fazla gıdanın üretilme sebebi mutfak ekibi tarafından müşterilerin olası taleplerinin karşılanabilmesi olarak belirtilmektedir. Restoranların birçoğunun gelen rezervasyonlardan %30 daha fazla yemek hazırlandığı da vurgulanmıştır (Papargyropoulou vd., 2016: 7). Bu aşamadaki müşteri gelme oranının (bir yemeğe katılan gerçek misafir sayısının) ve doğal olarak bağlantılı olan tüketici talebinin doğru tahmin edilememesi konaklama sektöründe atık gıda üretimine sebep olan önemli bir belirleyicidir (Pirani ve Arafat, 2015: 9). Bir diğer sonucu olarak restoranların farklılaşmak ve müşteri memnuniyetini artırmak için benimsediği abartılı menüler daha fazla atık gıda gerçekleşmesine yol açmaktadır (Filimonau vd., 2019a). Dolayısıyla, yemek servisinin katı kuralları, menü tarzı, yemeklerin geri dönüştürülememesi (Charlebois vd., 2015) ve fazla hazırlanan fakat kullanılmayan yemeklerin atılması (Goh ve Jie, 2019: 128) restoran stratejilerinden kaynaklanan atıklardır. Doğru bir şekilde hazırlanacak menülerin atık gıda azaltmada etkili olması beklenmektedir (Martin-Rios vd., 2018: 201).

Tüm bu ticari kaygılarla engellenemeyen atıklara rağmen geri dönüşüme dair strateji geliştirmek işletmelerin faydasıdır. Atık gıda ile mücadelede sıfır atık restoranları tarafından geliştirilen “çöpten masaya” uygulamasıyla ürünlerin atık olarak tanımlanan kısımları tekrar kullanılmaktadır. Örneğin; atıklardan et suyu yapmak, kabukların süs olarak kullanılması veya çorba, meyve suyu ve komposto olarak kullanılması mümkündür (Martin-Rios vd., 2018: 201). Ayrıca fazla üretim sonucunda oluşan artıkların personele ve hayır kurumlarına verilebileceği gibi (Filimonau vd., 2019) dijital uygulamalar kullanılarak indirimli fiyatlarla satılması mümkündür (Huang vd., 2020: 15). Müşteri tabaklarında kalan artıklar ise paket servis edilerek müşterilere sunulabilir (Sirieix vd., 2017). Bununla birlikte atık gıda oluşma nedenlerini ve atık gıda seviyelerini belirleyebilmek için atık denetim ekibi oluşturulabilir. Böylelikle hem atık gıda üzerinde denetim yapılmasına (Pirani ve Arafat, 2014) hem de atık gıda oluşumunu azaltmaya yönelik stratejilerin geliştirilmesinde ve uygulanmasında yararlı bilgiler sağlanabilir (Kasavan vd., 2019: 76). Atık gıda azaltma stratejilerinde müşterileri davranışları ve tüketici sadakati atık gıda azaltmada önemli bir rol oynayıcıdır. Örneğin, restoranlarda oluşan atık gıda konusunda bilgili tüketiciler atık gıda oluşumuna yönelik bilinçli davranış sergilemektedir (Coşkun ve Filimonau, 2021: 7). Unilever Food Solutions (2011) yaptığı çalışmada tüketicilerin %60'ının restoranların ürettiği atık gıda miktarlarını ve bu durumu nasıl önlemeye çalıştıkları konusunda bilgi sahibi olmakla ilgilendiklerini bulmuştur. Bu tüketicilerin %70'i atık gıda azaltan restoranlara daha fazla ödemeye istekli olduklarını dile getirmiştir. Bir başka çalışmada, Y kuşağı müşterilerinin yeşil restoranlar için ekstra bir prim ödeme ve başkalarına tavsiye etme istekleri vurgulanmıştır (Nicolau vd., 2020: 7; Wang vd., 2018: 22). Atık gıda konusunda farkındalığı yüksek olan ve restoran seçimlerini atık gıdayla mücadele eden restoranlara çeviren tüketicilerin varlığı yöneticilerin atık gıdaya olan bakış açılarını da değiştirme potansiyeline sahiptir. Tüketicilerin bu yöndeki tercihlerinin yöneticiler tarafından bilinmesi yönetim strateji ve kararlarını etkileyecek ve böylece atık gıda azaltma faaliyetleri de yaygınlaşacaktır (Filimonau vd., 2021: 15). Örneğin, müşteriler tarafından organik gıdaya olan talebinin artmasının, yöneticileri menü değişikliğine sevk ettiği görülmüştür (Filimonau ve Grant, 2017).

2.2. Restoran Türleri

Hizmet tarzı, konaklama sektöründeki atık gıda üretimine yüksek oranda etki eden faktörlerden biri olarak tespit edilmiştir (Pirani ve Arafat, 2015: 7). Hizmet tarzına göre restoranlar kendilerini lüks, gündelik, açık büfe ve self servis restoranlar vb. olarak konumlandırmaktadır. Bunun yanı sıra sundukları yemek tarzı da restoranlarda oluşan atık

gıda miktarını etkilemektedir. Pirani ve Arafat'ın (2015: 8) yapmış oldukları çalışmada, lüks restoran servis tarzıyla çalışan iki restorandan birinin İtalyan, diğerinin ise uluslararası yemek sunması üretilen hazırlık atığının miktarını farklılaştırmaktadır. Örneğin, taze ve pişmemiş ürünlerin sebze ve makarna temelli yemeklere oranla daha fazla hazırlık atığı oluşturduğu görülmüştür (Parfitt vd., 2013; Pirani ve Arafat, 2015: 8). Lüks restoranların sağladığı büyük porsiyonlar çocuk müşterilerin daha fazla atık gıda oluşturmaya neden olmaktadır (Kasavan vd., 2019). Açık büfe tarzı restoranlar, müşterilerin seçimlerini kendilerinin yaptığı ve doygunluklarını kendilerinin belirlediği (Cohen ve Avieli, 2004) hızlı ve kolay servis verebilen restoranlardır (Chang, 2021: 3). Bu durum müşterileri tabaklarını doldurmaya teşvik etmekte, tüketilmek istenenden fazlasının alınmasına ve kalanların atığa dönüşmesine neden olmaktadır (Wansink ve van Ittersum, 2013: 329). Açık büfe tarzı ile hizmet verilen bir düğün organizasyonunda 247,5 kg hazırlık atığı meydana gelmektedir (Pirani ve Arafat, 2016). Sonuç olarak müşteri memnuniyetinin sağlanması amacıyla fazla üretimin yapılması ve müşterilerin de ödedikleri fiyatın karşılığını almak için sorumsuz davranışlarda bulunmaları atık gıda miktarını artmaktadır. Ayrıca açık büfeden arta kalan yiyecekler insan tüketime uygun konumda olsa dahi gıda güvenliği ve hijyen nedeniyle atılmaktadır. Aynı şekilde lüks restoranlarda müşterilerin tabaklarında kalanların paketlenmemesinin nedeni olarak gıda güvenliği ve hijyen kaygıları gösterilmektedir (Kasavan vd., 2019: 74-76). Bu durum açık büfe tarzının lüks restoran tarzına oranla daha fazla atık ürettiğini doğrulamaktadır (Juven vd., 2018: 9; Okumus vd., 2020: 5; Papargyropoulou vd., 2016: 5; Pirani ve Arafat, 2015: 7). Sonuç olarak hizmet tarzı, yemeklerin servis edilme şekli ve kullanılan tabak boyutları yemek sonunda oluşan atık gıda miktarını etkilemektedir (Chang, 2021: 4).

2.3. Atık Gıda Oluşumunda Müşterilerin Etkisi

Konaklama sektöründe oluşan atıkların diğer önemli bir kısmı savurgan müşteri davranışlarından kaynaklanmaktadır (Betz vd., 2015: 221; Engström ve Carlsson-Kanyama, 2004; Eriksson vd., 2017; Painter vd., 2016). Öyle ki restoranlarda oluşan atıkların %30-34'ü müşteriler tarafından gerçekleştirilmektedir (Li vd., 2020) ve bu atık miktarının mutfakta gerçekleşen atık miktarından çok daha fazla olduğu kanıtlanmıştır (Principato vd., 2018: 135). Aamir vd. (2018: 606) müşterilerin tabaklarında bıraktıkları gıdaların doğrudan atık gıda oluşturduğu ve bu durumun atık gıda oranına en büyük katkıyı sağladığını bildirmiştir. Tabak atıkları “müşteriler tarafından satın alınan veya müşterilere servis yapıldıktan sonra atılan yiyecekler.” olarak tanımlanmaktadır (Papargyropoulou vd., 2016: 4). Müşterilerin oluşturduğu bu atık oranına açık büfe tarzı yemek, büyütülmüş menüler ve müşterilere

sunulan büyük porsiyon seçenekleri etki etmektedir (Okumus, 2019: 13). Ayrıca müşterilerin büyük porsiyonlu sipariş vermeleri, bitiremediklerinde ise diğer kişilerle paylaşmamaları sonucunda da atık gıda oluşmaktadır (Stöckli vd., 2018: 4). Bununla paralel olarak müşterilerin utandıkları için paket servis istememeleri de tabaklarında bıraktıkları artıkların atığa dönüşmesine neden olmaktadır (Sirieix vd., 2017: 156). Çin’de yapılan araştırma sonuçlarına göre, müşterilerin büyük porsiyon ve aşırı sipariş vermelerinin egoizm faktöründen kaynaklandığı görülmüştür (Yu vd., 2021: 7). Özetle porsiyon boyutu (Betz vd., 2015, Principato vd., 2018), kalitesiz gıdalar (Ferreira vd., 2013), fazla siparişler (Juvan vd., 2017), genç demografi (Wansink ve Johnson, 2015) ve çalışanların eğitim eksikliği (Principato vd., 2018), kişisel tercihler, kalitesiz yemek (Heikkilä vd., 2016: 5; Kuo ve Shih, 2016) gibi birçok neden müşteri tabak atığı nedenleri olarak gösterilmektedir.

Papargyropoulou vd. (2016: 6)’nin araştırmasında, yedi kişilik bir ailenin öğle yemeği deneyiminden sonra tabakta bırakılan atık gıdalar ile ilgili bir garsonla yapılmış görüşmeye göre:

- *Garson: “Yedi kişi için çok fazla sipariş verdiler”.*
- *Araştırmacı: “Bu siparişin fazla olduğunu onlara söylediniz mi? Onlara porsiyon büyüklüğü hakkında tavsiyede bulundunuz mu”?*
- *Garson: “Evet, Elbette. Biliyorsunuz müşterilere fazla ısrar edemezsiniz, onlar müşteridir. Ayrıca bazı kültürlerde erkek ailesine, eşine ve çocuklarına bakmak ve ihtiyaçlarından fazlasını satın alabileceğini göstermek ister. Bu kişi daha sonra 7 tatlı siparişi verdi ve masadaki yiyeceklerin yarısına bile dokunulmadı. Doğru değil ama bu konuda bir şey yapamayız”.* Bu durum garsonların, müşterilerin atık gıda davranışından dolayı oluşan rahatsızlığını açıkça göstermektedir.

Diğer yandan lüks restoranlarda müşterilerin daha fazla atık oluşturma eğiliminde olduğu görülmektedir. Bunun sebepleri, müşterilerin zengin olmaları ve faturanın önemsiz görülmesi sonucunda verilen fazla siparişler gösterilebilir (Principato vd., 2018: 136). Bu durum sosyo-ekonomik statüsü yüksek kişilerin atık gıda oluşturma olasılığının yüksek olduğunu gösteren hane halkı atık gıda araştırmalarıyla da tutarlıdır (Principato vd., 2015; Secondi vd., 2015).

Yapılan çalışmalarda bazı müşterilerin atık gıdanın toplumsal etkileri konusunda farkında olmadıkları (Neff vd., 2015) bazılarının ise farkında olup önleme ve azaltma konusunda başarısız oldukları gözlenmiştir (Coşkun ve Yetkin Özbük, 2020). Kültürel farklılıklar, demografik farklılıklar ve yemek seçeneklerinin fazla olması tüketicilerin tüketim şeklini etkilemektedir. Örneğin, Avrupalı müşterilerin daha küçük porsiyonlarla daha az atık

gıda gerçekleştirdikleri, Doğu bölgelerinden (Orta Doğu, Kuzey Afrika, Rusya) gelen müşterilerin ise daha büyük porsiyon ve daha fazla yemek çeşitliliğini tercih ettikleri görülmüştür (Okumus vd., 2020: 7). Dolayısıyla atık gıda üretimi, davranışı etkileyen kültür, kişisel, coğrafi ve ekonomik faktörlerin işlevidir (Pearson vd., 2013).

2.4. Atık Gıda Oluşumunda Garsonların Rolü

Atık gıda literatüründeki görece az bulunan konaklama sektörü temelli çalışmaların çoğu tüketici davranışları, porsiyon boyutları, ürün kombinasyonları ve tabak boyutları etkisiyle oluşturulan atık miktarına odaklanmıştır (Juvan vd., 2017; Charlebois vd., 2015; Ferreira vd., 2013). Bu çalışmaların sadece birkaçı sektörde önemli rol oynayıcı olan garsonların atık gıda davranışsal niyetlerine yönelik tutumları ve atık gıda önleme davranışlarına etkisini araştırmıştır (Goh ve Jie, 2019: 127; Luu, 2020: 1881). Konaklama sektöründe çalışan garsonların atık gıda davranışları, yiyecek içecek hizmetlerini (Papargyropoulou vd., 2016) ve müşterilerin atık gıda davranışlarını (Juvan vd., 2018) etkilemektedir. Garsonlar müşterilerin tabaklarında bıraktıkları atık gıdalardan da sorumlu tutulmaktadır (Ferreira vd., 2014: 1633; Juvan vd., 2018: 5; Kuo ve Shih, 2016: 10). Örneğin, Hanerman vd. (2018: 7) yapmış oldukları çalışmada, garsonların, müşterilerin tabaklarında kalan artıkları paket servisi olarak isteyip istemediklerini teklif etmemeleri atık gıda oluşumuna doğrudan etki etmektedir. Yine garsonların müşterilere yarım veya küçük porsiyon seçenekleri sunarak müşterilerin yiyebilecekleri kadar yemek servis etmeleri atık gıda miktarını azaltmada önemli bir etkidir (Mabaso ve Hewson, 2018: 12; Sirieix vd., 2017: 157). Garsonların yaptığı bu müdahalelerin müşterilerin sorumsuzca verdikleri fazla sipariş davranışları üzerinde de oldukça etkili olduğu kanıtlanmıştır (Yu vd., 2021: 8). Dolayısıyla tüketicilerin sorumsuz davranışları ve aşırı sipariş davranışları garson müdahaleleri ile daha sorumlu olmaya yönlendirebilir (Muriana, 2017 aktaran Yu vd., 2021).

Garsonlar, tüketicilerin sorumsuz gıda aşırı sipariş davranışlarını değiştirebilir ve tüketimlerini kademeli olarak rasyonel, ılıman ve sorumlu olmaya yönlendirebilir (Muriana, 2017).

Olavaria-key vd. (2021: 5)'nin yapmış oldukları mülakat çalışmasında belirtilmiş olan;

- *“Bir garson gelip bana yemek israfı hakkında bilgi verirse, hatırlatmayı takdir edeceğim ve [restoranın bu hedefe ulaşmasına yardımcı olmak için] yemek israfı konusunda daha bilinçli olacağım.”*
- *Tecrübelerime göre, yemeğin sonuna doğru, bir garson genellikle “Bunu götürmek ister misin? Emin misin?” diye sorduğunda, çoğu zaman şu cevabı vereceğim;*

“Götürmek için alacağım. Evde yiyeceğim” [çünkü aksi takdirde boşa gideceğini biliyorum].” ifadeleri restoranların atık gıda miktarı azaltma çabalarına yardımcı olmada garsonların rolünün önemini göstermektedir. Tüm bu etkilere rağmen konaklama sektöründe atık gıda davranışı ile ilgili çalışmalarda garsonlardan daha çok (Goh ve Jie, 2019; Juven vd., 2018; Papargyropoulou vd., 2016), turist ve otel misafirlerinin atık gıda davranışları ilgi görmüştür (Juven vd., 2018; Papargyropoulou vd., 2016). Bu etkiler göz önünde bulundurularak garsonlara teşvikler verilmesinin oluşan atık gıdayı azaltmada bir yöntem olarak kullanılması mümkündür (Dhir vd., 2020: 24). Garsonlar atık gıda ile mücadelede önemli bir konumda olduklarından, atık gıda oluşmasının nedenlerinin çalışanlar perspektifinden incelenmesi oldukça önemlidir (Goh ve Jie, 2019: 126).

2.5. Suçluluk

Suç; içselleştirilmiş, kişisel sosyal normları veya ideallerin yerine getirilmemesinden kaynaklı oluşan olumsuz duygudur (Bedford vd., 2011: 5; Christensen vd., 2004: 1297). Kişisel normlarla ilişkili olarak bu normlar yerine getirilmediğinde kişinin benlik saygısında azalmaya yol açmaktadır (Burnet ve Lunsford, 2006: 36). Suçlu hisseden kişi başkalarını suçlamak yerine, kendi eylemlerinin sorumluluğunu alarak buna göre iyileştirmeler yapmaya yönelmektedirler. Bunun nedeni ise, suçluluğun pişmanlık, empati ve endişe gibi duygularla ilişkili olmasıdır (Tangney, 1995). Yapılan çalışmalarda suçluluğun (ve onun beklentisinin) davranışı (veya davranış niyetini) biçimlendirdiğine dair kanıtlar sağlanmış ve kişilerin kendilerini suçlu hissedecekleri davranışlardan kaçındıklarını göstermiştir (Lindsey, 2005; Baumeister vd., 1994). Doğal olarak suçluluk, tüketici davranışını da etkileme potansiyeline sahip bir duygudur (Burnet ve Lunsford, 2006: 42). Davranışın sosyal olarak kabul edilebilirliği ne olursa olsun, olumsuz çevre yanlısı davranışlarda bulunduğu suçlu hissetmek muhtemeldir (Lacasse, 2016: 150; Bedford vd., 2011: 7). Carrus vd. (2008) yaptıkları çalışmada, olumsuz duyguların geri dönüşüm davranışı üzerindeki olumlu etkisi ortaya konmuştur. Oteller bağlamında yapılan iki çalışmada, sosyal normlara başvurup beklenen suçluluğu arttırarak tüketicileri sürdürülebilir davranışlarda bulunmaya ikna etmişlerdir. Örneğin, çarşafların yeniden kullanılması programı (Goldstein vd., 2007) veya havluların tekrar kullanımı (Theotokis ve Manganari, 2015) gibi uygulamaların sürdürülmesi vurgulanmıştır. Yapılan araştırmalara göre suçluluk atık gıda azaltma niyetinin de önemli bir belirleyicisidir (Qi ve Roe, 2016; Principato vd., 2015; Quessted vd., 2013: 47; Jagau ve Vyrastekova, 2017: 12; Soorani ve Ahmadvand, 2019: 157). Atık gıda bir endişe kaynağı

olarak görüldüğünde ortaya çıkacak suçluluk duygusu tüketiciyi atık gıdayı azaltmaya yönelik düzeltici ve çevre dostu bir davranışa motive etmektedir (Qi ve Roe, 2016). Müşteri yemeklerinin arta kalan kısmını paket olarak almaları utanç duygusu yaratırken artıkları bırakmak beklenen pişmanlık (Sirieix vd., 2017: 157; Talwar vd., 2021: 15) ve suçluluk duygusu yarattığı kanıtlanmıştır (Jagau ve Vyrastekova, 2017: 12). Hane halkının davranışları incelendiğinde tüketicilerin sadece restoranda değil evlerinde gerçekleştirdikleri atıklardan dolayı da suçlu hissettikleri kanıtlanmıştır (Nunkoo vd., 2021; Schanes vd., 2018: 988). Singapur'da yapılan bir araştırmaya göre atık yönetim kuruluşları ve restoran yöneticileri oluşturdukları atık gıdadan dolayı suçlu hissettikleri bildirilmiştir (Grandhi ve Singh, 2016). Yine konaklama sektöründe çalışan Z kuşağının oluşan atık gıdadan dolayı kendilerini suçlu hissettiği kanıtlanmıştır (Goh ve Jie, 2019: 132). Suçluluk duygusunun atık gıda üzerindeki etkilerini inceleyen tüm bu çalışmalara rağmen bilindiği kadarıyla müşterilerin oluşturduğu atık gıdaya dair garsonların suçluluk hissetmesiyle ilgili bir çalışma bulunmamaktadır. Garsonların konaklama sektörü ve atık gıda üzerindeki etkisi ile suçluluk duygusunun etkisi ayrı ayrı incelendiğinde müşterilerin bıraktıkları atık gıdalar nedeniyle garsonların hissettikleri suçluluk duygularını ve bu duygu ile ilişkili yapıları keşfetmenin yeni ve faydalı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca bu çalışmalar atık gıda davranışsal niyetlerini tahmin etmeye ve azaltmaya yardımcı olabileceğinden önemlidir.

2.6. Çevresel Kimlik

Kimlik, çağdaş toplumun önemli kavramlarından olup sosyal psikolojik kuramlaştırma ve araştırma merkezinin odak noktasını oluşturmaktadır. Çok eski yerleşik toplumlarda kimlik seçilmek yerine atanırdı. Günümüz dünyasında kimlik fikri, bir benlik duygusu ihtiyacının tüm ağırlığını ve aynı zamanda insanların ve kimliklerinin gömülü olduğu sosyal bağlamlar bu ağların gömülü olduğu kültürel sistemler ve davranışlar genellikle göz korkutucu olmaktadır (Howard, 2000: 367). Literatür incelendiğinde kimlik ve benlik kavramlarının birlikte kullanıldığı çalışmalar mevcuttur (Elmore vd., 2018: 32; Howard, 2000: 368; Oyserman, 2001: 499). Kimlik teorisinin merkezinde, eylemleri ve davranışları psikolojik terimlerle anlamak ve tahmin etmek için, benliği ve sosyal yapıyı bir bütün içinde kavramak gerekmektedir (Terry vd., 1999: 226). Benlik, bir kişinin kendisi hakkında sahip olduğu bilgi olarak görülmektedir. Sahip olunan bu farkındalık; kişinin sahip olduğu ya da olmadığı yetkinlikler, tutum ve inançlar hakkında bilgisi, hoşlandığı ve hoşlanmadığı şeylerin bilgisi ve ne olmayı arzuladığına dair bilgi gibi birçok farklı konuları içerebilmektedir. Bu yapılar başkalarının davranışlarına verdiğimiz tepkiler ve başkalarının bize verdiği tepkilerle birlikte

sosyal deneyimlerimizden oluşmaktadır. Bu sosyal etkileşimler ve sosyal yapılar bize kimlikleri sağlamaktadır. Dolayısıyla yönetici olarak, bir şirket çalışanı olarak, bir eş olarak benlik bir kimliktir (Stets ve Burke, 2003: 8; van Knippenberg vd., 2004: 827). Böylece kimlik, kişinin kendisini diğerlerinden ayırmaya yardımcı olan ve aynı zamanda ait olduğu sosyal grubun değerlerini, inançlarını ve davranışlarını yerine getiren bir kavram olarak tanımlanmaktadır (Christensen vd., 2004: 1296). Bireyler, başkalarıyla kurdukları etkileşimlerle kendilerini, gereksinimlerini, beklentilerini, kim olduklarını, akran gruplarının, ailelerinin ve diğer insan gruplarının bir üyesi olarak tanımlamaya çalışmaktadırlar (Domalewska, 2021: 3). Böylelikle, gruplar arasında etkileşime girme eğilimleri olan insanların farklı fikirlere sahip olmasıyla farklı benliklere de sahip olması şaşırtıcı değildir (James, 1890: 147). Bununla birlikte kimlikler rol kimlikleri, sosyal kimlikler, kişisel kimlikler ve çevresel kimlikler olmak üzere farklılaşmaktadır.

Kimlik teorisine göre, kişinin rol pozisyonlarından ürettiği çeşitli kimliklerden oluşan benlik, daha geniş sosyal yapının bir yansımasıdır. Kendiliğin bu rolle ilişkili bileşenleri aracılığıyla, rol pozisyonu biçimindeki toplum, kişiye bir benlik anlamı duygusu sağlamakta ve sosyal davranışı yönlendirmektedir (Hogg vd., 1995: 258). Bununla birlikte kimlikler, ben kimim sorusuna verilen cevapların işgal ettiği rollerle doğrudan ilişkilidir ve bu roller davranışları etkilemektedir (Burke ve Reitzes, 1981). Bu roller örneğin; bir aile, bir baba, bir çalışan, bir sosyal hizmet uzmanı ve bir kan bağışçısı gibi örneklerden oluşmaktadır (Hogg vd., 1995: 256; Stets ve Burke, 2003: 8; Thoits, 1991: 103). Rol kimlikleri, insanların etkisi altında kaldıkları yapısal rol pozisyonları sonucunda kendilerini bilinen sosyal kategorinin bir üyesi olarak tanımlama veya etiketleme yoluyla kendilerine uyguladıkları benlik kavramları veya öz tanımlamalardır (Burke, 1980: 19; Thoits, 1991: 103). Sosyal kimlikler, kişinin atandığı veya atanacağı bir sosyal rol veya sosyal grupla bağlantılı özellikleri, nitelikleri ve hedefleri içermektedir (Elmore vd., 2018: 33; Daphna Oyserman, 2009: 251). Sosyal kimlikler statü sağlar ve benlik saygısını artırır. İnsanlar kendileri hakkında olumlu düşünmeye istekli olduklarında, ait oldukları gruplar hakkında olumlu düşünmeye ve sosyal kimlikleri için tehlike oluşturduğuna inandıkları gruplara karşı farklı davranma eğilimindedirler (Howard, 2000: 369). Kişisel kimlikler ise herhangi bir sosyal gruba veya ilişkiye ait olmayan kişisel özelliklere ve hedeflere odaklanmaktadır (Oyserman, 2009: 251). Kimlik, sosyal yapı ile bireysel eylemi birbirine bağlamaktadır (Stryker 1980: 385). Dolayısıyla kimlikler, insanların gerçekleştirdiği eylemleri ve dünyayı nasıl algıladıklarını etkilediği için oldukça önemlidir (Oyserman, 2009: 358). Bu nedenle davranışların tahmin

edilmesi, benlik ve sosyal yapı arasındaki ilişkinin incelenmesini gerektirmektedir (Stryker 1980: 385).

Kimliğin gösterişli teorik temelinden yararlanmak, yalnızca kimliklerin davranışı nasıl etkilediğini değil, aynı zamanda nasıl ortaya çıktıklarını ve sürdürüldüklerini de anlamamıza destek olabilir (Breakwell, 1986). Domalewska (2021)'a göre, kimlik gelişimi, sosyo-kültürel çevre tarafından şekillendirilen (Kashima vd., 2014: 72) yaşam boyu süren bir süreçtir. Dolayısıyla sürdürülebilir değerler, kimlik yaratma sürecinde etkili olacaktır (Domalewska, 2021: 8). Bu davranışları devam ettirebilmek ve daha sürdürülebilir bir yaşam tarzının benimsenmesine yönelik hedeflere ulaşmak kimlik konusu özellikle umut verici bir araştırma alanıdır (Gatersleben vd., 2014: 389). Bu uzun vadeli hedeflere ulaşabilmek için, alışılmış davranış kişinin kendi kimliğinin bir parçası haline gelmelidir (Domalewska, 2021: 9). Kimliğin öne sürülmesi, deneyimler arasındaki sürekliliğin yanı sıra tutum ve eylemlerimizde tutarlılığı koruma girişimi olarak kabul edilebilir ve bu nedenle, çevre yanlısı davranışlar arasında tutarlılığı araştırmada oldukça önemli görünmektedir (Whitmarsh ve O'Neill, 2010: 306). Bu yüzden insanların kimlikleri ve tutumları yadsınamaz derecede karmaşıktır ve kapsamlı bir biçimde araştırılmalıdır (Sparks ve Shepherd, 1992: 396).

Stets ve Biga (2003: 418), kimliğin davranış için önemli ve motive edici unsur olduğunu, bunun nedeninin ise bireylerin kimliklerini doğrulamak için hareket etmeleri olarak açıklamaktadır. Aynı şekilde Whitmarsh ve O'Neil tarafından (2010: 311) yılında yapılan araştırmada, öz kimliğin çevresel açıdan davranışları tahmin etmede önemli bir etken olduğu kanıtlanmıştır. Kişilerin kim oldukları, neye inandıkları ve neler yaptıklarını anlayabilmek temel bir insan arzusudur. Bu sebeple tüketiciler, kendilerini tanımlamak için kullandıkları kategori etiketleriyle ilgili ürünleri, markaları ve tüketim kalıplarını tercih edebilirler. Örneğin, kendisini 'sporcu' olarak tanıtan bir kişi, sporcu olmanın ne anlama geldiğini bilmesi ve aynı şekilde tutarlı davranması olasıdır (Reed vd., 2012: 310). Kimi teorisyenler ise, kişilerin kendi öz-kimlikleriyle tutarlı olan davranışları daima onaylayacağını ya da tercih edeceğini söylemektedirler. Bu durumda öz-kimlik etiketleri ve diğer bilişlerin tutarlı olduğunu düşünmek makul olsa da her zaman geçerli olmamaktadır. Örneğin; "A'yı yapmaktan keyif duyarım" ya da "Galiba A veya B'yi yapmalıyım fakat C'yi yapmaya daha yatkınım". Bu gibi benzer durumlarda insanların kişilik kavramı hakkındaki bilgilerle tahmin edilen davranışsal kararlar, onların normları ve tercihleri tarafından öngörülenlerden farklı olacağını göstermektedir (Biddle vd., 1987: 326).

Çevresel kimlik, insanların kendilerini diğerlerinden ayırt etmelerine olanak veren ve çevre etiketiyle ilişkili değerleri, inançları ve normları kullanarak kendilerini tanımladıkları

etiketlerdir (Whitmarsh ve O'Neill, 2010). Diğer yandan çevresel kimliğe sahip kişiler, eşit bir sosyal yapıyı tercih etme ve doğayı psikolojik olarak insanlara yakın görme eğilimindedirler (Kashima vd., 2014: 73). Bu yüzden çevresel kimliğin, insanların neden çevresel eylemlere ve davranışlara katılmayı tercih ettiklerini ifade etmede yararlı olabileceği öne sürülmektedir (Freed, 2015). Stets ve Biga (2003: 417) ise çevresel kimliğin, çevre yanlısı davranışları etkilediğini vurgulamaktadır. Çevre yanlısı davranışlar ve çevreye zarar veren davranışlar için birçok farklı tüketici güdüsü önemli olabilir. Bir yarışı kazanmaya olan istek, bir işi gerçekleştirme motivasyonu, tutumluluk ve tasarruf güdüsü gibi güdüler farklı bağlamdaki davranışları etkileyebilir. Dolayısıyla davranışlar ve kimlikler birbiriyle karmaşık veya karşılıklı etkileşim içinde olabilirler. Yani kimlikler davranış, davranışlar kimlikleri etkileyebilmektedir (Blatt, 2012). Bu yüzden çevre yanlısı davranışlarının ve tüketici kimliklerinin anlaşılması böylelikle daha etkili çevre politikalarının geliştirilmesi ve özendirilmesi oldukça önemlidir (Gatersleben vd., 2019: 2-5).

Kimlik ile ilgili yapılan araştırmalara bakıldığında, Gatersleben vd. (2014: 388-389)'in çalışmasında, değerler ve çevre yanlısı davranış arasındaki bağlantının kimlik vasıtasıyla gerçekleştiği görülmektedir. Yine aynı çalışmada, çevresel kimliğin, çevre dostu davranma niyeti ile önemli derecede ilişkili olduğu kanıtlanmıştır. Yapılan başka bir çalışmada çevre yanlısı davranışların, çevre üzerindeki zararlı etkileri azaltabileceğinden bahsedilmektedir. Bu davranışları; atık azaltma, yeniden kullanım ve geri dönüşüm olarak üç ana maddede derlemektedir. Kompostlaştırma, katı atıkların kontrolü, ekolojik ürünler satın alma, su tasarrufu, enerji tasarrufu vb. bu davranışların örnekleri arasında yer almaktadır (Li vd., 2019: 29). Atık, ulaşım ve satın alma gibi çevre yanlısı davranışlar, kişinin kendisini ne ölçüde çevre dostu olarak gördüğüyle ilgili olduğu vurgulanmaktadır (Gatersleben vd., 2014: 376; Whitmarsh ve O'Neill 2010: 311; Bannon vd., 2007; Chaiken ve Baldwin, 1981; Van der Werff vd., 2013b, 2013). Örneğin, Whitmarsh ve O'Neill (2010), "yeşil" kimliğe sahip kişilerin daha sık çevreye faydalı eylemlerde bulunduğu, Van der Werff vd. (2011) ise enerji tasarrufu kimliğinin, enerji tasarrufu istekliliği ile pozitif ilişkili olduğunu bulmuşlardır. Yapılan bir diğer araştırmada kişinin önceden var olan çevresel kimliğinden bağımsız olarak, yeşil olmayan tüketici etiketlenmesinin, çevre ile ilgili hayır kurumlarına bağış yapma olasılığını %10 düşürdüğünü, etiket alanların ise bağış yapma olasılığının %30 daha fazla olduğu kanıtlanmıştır (Eby vd., 2019: 13). Bir diğer çalışmada ise, çevresel kimliği yüksek olan kişilerin, kendilerini çevre dostu olarak gördükleri ve çevresel kimliği düşük olanlara göre çevre yanlısı davranışlarda bulunma olasılıklarının daha yüksek oranda olduğu kanıtlamıştır (Van der Werff vd., 2013: 1258).

2.7. Atık Gıda Bilgisi

Tüketicilerin bilgisi, mevcut bilgilerin kullanılmasını ve yeni bilgilerin elde edilmesini doğrudan etkilemektedir (Chiou vd., 2002). Bu durum tüketicilerin karar vermelerinde oldukça önemlidir (Park vd., 1994). Araştırmacılara göre, çevre hakkında bilgi sahibi olunması davranışların değiştirebileceğini göstermektedir (Hwang vd., 2000: 20). Gençlerin çevre yanlısı davranışlarının, çevre bilgisiyle bağlantılı olduğu görülmüştür (Fransson ve Garling, 1999; Hines vd., 1986). Tüketicilerin atık gıda oluşturmama niyetleri, yerel yönetimler tarafından oluşturulacak bilgi düzeylerinden etkilendiği belirtilmiştir (Ghani vd., 2013: 1276). Atık gıdanın çevre üzerindeki etkisini anlamak, atık gıda azaltma niyetini etkileyebilir (Bar, 2007; Visschers vd., 2016). Bu bilgi düzeyi çalışanların atık gıda azaltmaya yönelik davranış değişikliğine ve çevre yanlısı davranışlarda bulunmaya teşvik etmektedir (Filimonau vd., 2020: 20). Bazı çalışmalarda bilginin gerekli olmasına rağmen çevresel davranışı motive etmede çok nadiren yeterli olduğu kabul edilmektedir (Schultz, 2002; Steg ve Vlek, 2009). Fielding ve Head (2012: 182) çalışmasında katılımcıların yüksek çevre bilgisine sahip olmasına rağmen çevreyi koruma sorumluluğunun hükümette olduğuna inanmaları daha az çevresel niyette bulunduklarını ve daha az çevre yanlısı davranışları benimsedikleri görülmüştür.

2.8. Kontrol Odağı

Kontrol odağı, “bireyin kendi davranışları yoluyla değişim yaratma yeteneğine sahip olup olmadığına dair algısı” anlamına gelir (Hines vd., 1987: 4). Kontrol odağı, kişinin inançlarını ve çevre sorunları üzerinde kontrol eksikliği gibi duygularını en iyi açıklayan kavram olarak görülmektedir. Yani kişinin yapmış olduğu eylemlerin sonuçları üzerinde sahip olduğu kontrol duygusudur. Kontrol odağı iki önemli boyutları içermektedir. Örneğin kişinin bireysel eylemlerinin bir sonuca ulaşabileceğine olan inancı içsel kontrol odağı ve tam tersi inanışlarda ise dış bir kontrol odağını yansıtmaktadır (Rotter, 1966). Tam tersi inanışlar, kişisel çabaların değişiklikler üzerinde etkisinin az olduğunu düşünenler ve daha çok tanrı, şans gibi diğer güçlü faktörlere inanırlar (Alp vd., 2008: 130). Yapılan bir çalışmada kontrol odağı yüksek olanların çevre yanlısı davranışlarda bulunma olasılıklarının yüksek olduğu bulunmuştur (Hines vd., 1987: 4). Kontrol odağının, ilkokul öğrencilerinin çevre dostu davranışları üzerindeki olumlu etkisi ortaya konulmuştur (Alp vd., 2008: 141). Bununla birlikte, ekolojik olarak paketlenmiş satın alma eğilimiyle olumlu ilişki gösterirken (Schwepker ve Cornwell, 1991), ekolojik yaşamak ve çevre dostu davranışlara yönelik tutumları etkilediği kanıtlanmıştır (Balderjahn, 1988).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

RESTORANLARDA MÜŞTERİLERİN ATIK GIDA DAVRANIŞLARI SONUCUNDA GARSONLARDA OLUŞAN SUÇLULUK DUYGUSUNUN ARAŞTIRILMASI

Çalışmanın bu bölümünde, araştırmanın amacı, önemi ve araştırma yöntemi vurgulanmıştır.

3.1. Araştırmanın Amacı

Atık gıda, üretimden başlayıp tüketime kadar devam eden süreci kapsamaktadır. Hane halkı ve tüketiciler tüketim aşamasında gerçekleşen atık gıdalardan sorumludur. Literatür incelendiğinde görülmektedir ki çalışmaların çoğunluğu hane halkı tarafından oluşturulan atık gıdaya odaklanmaktadır. Bununla paralel olarak restoranlarda, otellerde ve yiyecek içecek hizmetlerinde oluşan atık gıdalarla ilgili çalışmaların sayısı hane halkına göre daha azdır (Pirani ve Arafat, 2015; Principato vd., 2018; Schneider, 2013). Konaklama sektöründe oluşan atık gıdanın etkenlerini belirleyen çalışmalar tüketici davranışları porsiyon büyüklüğü, tabak israfı ve atık gıda ölçme yöntemlerine ağırlık verildiği görülmektedir (Charlebois vd., 2015; Ferreira vd., 2014; Juven vd., 2017). Bu çalışmaların sadece birkaçı sektörde önemli rol oynayıcı olan garsonların atık gıda davranışsal niyetlerine yönelik tutumları ve atık gıda önleme davranışlarına etkisini araştırmıştır (Goh ve Jie, 2019: 127; Luu, 2020: 1881). Konaklama sektöründe çalışan garsonların atık gıda davranışları, yiyecek içecek hizmetlerini (Papargyropoulou vd., 2016) ve müşterilerin atık gıda davranışlarını (Juven vd., 2018) etkilemektedir. Dolayısıyla garsonlar atık gıda ile mücadelede önemli bir konumdadırlar (Goh ve Jie, 2019). Başka bir araştırma alanı olarak tüketici duygularının atık gıda üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalar çeşitli duygu durumlarının da atık davranışında tetikleyici olduğu bulunmuştur. Örneğin, Suçluluk (Goh ve Jie, 2019; Jagau ve Vyrastekova, 2017; Sirieix vd., 2017; Stefan vd., 2013) Utanç (Hamerman vd., 2018; Jagau ve Vyrastekova, 2017; Sirieix vd., 2017) Beklenen pişmanlık (Filimonau vd., 2020; Sirieix vd., 2017) Kaygı (Nunkoo vd., 2021; Filimonau vd., 2020; Graham-Rowe vd., 2014) ve Hayal Kırıklığı (Graham-Rowe vd., 2014) gibi duygulardan oluşmaktadır. Bu duygulardan suçluluk duygusu tüketicilerde atık gıda azaltma niyetinin önemli bir belirleyici ve tetikleyici unsurdur (Principato vd., 2015; Qi ve Roe, 2016; Quested vd., 2013). Bu suçluluk duygusu tüketicilerin evlerinde (Nunkoo vd., 2021) ve restoranlarda oluşturdukları atıklarda kendilerini suçlu hissettikleri kanıtlanmıştır (Jagau ve Vyrastekova, 2017). Buna rağmen, bilindiği kadarıyla, atık gıda konusunda suçluluğun garsonların üzerindeki etkisini gösteren herhangi bir

çalışmaya rastlanmamıştır. Çalışmanın temel amacı garsonların, restoranlarda müşterilerin bıraktığı atık gıdadan dolayı hissettikleri suçluluk duygusunun keşfedilmesi, bu duygu ile ilişkili kavramların ortaya konulması ve garsonların atık gıdayı azaltma niyeti üzerinde suçluluk duygusuna ek olarak atık gıda bilgisi, çevresel kimlik ve kontrol odağı etkisinin araştırılmasıdır.

3.2 Araştırmanın Önemi

Atık gıda, geçmişten günümüze kadar olan süreçte çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel sorun teşkil etmektedir. Özellikle dünya genelinde insan tüketimi için hazırlanan yenilebilir gıdaların büyük çoğunluğu atık gıdaya dönüşmektedir. Konaklama sektörü ise oluşan bu atık gıda miktarında büyük bir paya sahiptir. Buna paralel olarak konaklama sektöründe oluşan atık gıdanın artmasında müşteri davranışlarının etkisi oldukça yüksektir (Juvan vd., 2017; Papargyropoulou vd., 2016; Principato vd., 2018; Secondi vd., 2015). Müşteriler tarafından oluşturulan bu atık gıdalarda ise garsonların payı oldukça önemlidir. Garsonların yapmış oldukları müdahaleler ve atık azaltma çabaları müşterilerin atık gıda davranışlarını etkilemektedir (Hamerman vd., 2018; Olavarria-key vd., 2021; Sirieix vd., 2017; Yu vd., 2021). Bu çalışmaların sadece birkaçı konaklama sektöründe önemli rol oynayıcı olan garsonların, restoranlarda oluşan atık gıdaya yönelik tutumlarını, niyetlerini ve davranışlarını araştırmıştır (Goh ve Jie, 2019; Luu, 2020). Fakat bu araştırmalarda garsonların atık gıdaya yönelik duyguları araştırılmamıştır. Bu duygulardan suçluluğun atık gıda konusunda diğer tüketici araştırmalarında önemli bir yordayıcısı olduğu kanıtlanmasına rağmen suçluluğun garsonların üzerindeki etkisini gösteren herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Garsonların, restoranlarda müşterilerin bıraktığı atık gıdadan dolayı hissettikleri suçluluk duygusunun keşfedilmesi, bu duygu ile ilişkili kavramların ortaya konulması ve garsonların atık gıdayı azaltma niyeti üzerinde suçluluk duygusuna ek olarak atık gıda bilgisi, çevresel kimlik ve kontrol odağı etkisinin araştırılmasıyla konaklama sektörü literatürüne ve pazarlama literatürüne katkı sağlaması bakımından oldukça önemlidir.

3.3 Araştırma Yöntemi

Mevcut araştırmada iki farklı çalışma yürütülerek karma araştırma tasarımından yararlanılmıştır. İlk olarak nitel bir araştırma olan Çalışma 1’de, müşterilerin oluşturdukları atık gıdalar nedeniyle garsonların hissettikleri suçluluk duygusunun ve bununla ilişkili temalar keşfedilmiştir. Nicel bir araştırma olan Çalışma 2’de ise garsonların duyduğu suçluluk duygusu, atık gıda bilgisi, çevresel kimlik ve kontrol odağı değişkenlerinin atık gıdayı azaltma niyetine olan etkisi araştırılmıştır.

3.3.1 Nitel Araştırma

Garsonların, müşterilerin restoranlarda oluşturduğu atık gıda sonucunda duyduğu suçluluk ile bu duygu ile ilişkili temaların keşfi için Çalışma 1’de yarı yapılandırılmış mülakat yöntemi kullanılarak veriler toplanmıştır. Nitel modele göre yürütülen araştırma, nispeten keşfedilmemiş konularla ilgili olarak bireysel görüşleri, algıları ve tutumları keşfetmeye odaklanması nedeniyle yorumculuğun temelidir. (Filimonau vd., 2020: 5). Dolayısıyla çalışma tasarımı, araştırma temalarının keşfedilmesi ve analiz derinliği açısından sunmuş olduğu esneklik nedeniyle yarı yapılandırılmış mülakat yöntemi seçilmiştir (Jones vd., 2013).

3.3.2 Nicel Araştırma

Çalışma 1’de garsonların suçluluk duygusu ve bu duygu ile ilişkili temalar açığa çıkarılmıştır. Çalışma 2’de ise atık gıda azaltma niyetine yönelik literatür taramasının açığa çıkardığı ilişkiler ile Çalışma 1’in sonuçlarından yola çıkılarak garsonların duyduğu suçluluk, atık gıda bilgisi, çevresel kimlik ve kontrol odağı değişkenlerinin atık gıdayı azaltma niyetine olan etkisi araştırılmıştır. Çalışma 2’de veri toplama aracı olarak çevrimiçi anketten yararlanılmıştır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ÇALIŞMA 1

RESTORANLARDA MÜŞTERİLERİN ATIK GIDA DAVRANIŞLARI SONUCUNDA GARSONLARDA OLUŞAN SUÇLULUK DUYGUSUNUN ARAŞTIRILMASI

Mevcut çalışmanın 1. kısmında müşterilerin oluşturdukları atık gıdalar nedeniyle garsonların hissettikleri suçluluk duygusu ve bu duygu ile ilişkili temalar keşfedilmiştir. Söz konusu suçluluk duygusu ve ilişkili temalar detaylı bir şekilde analiz edilmiştir. İlgili bölümü araştırmanın yöntemi, analizi, bulguları ve sonuçları izlemektedir. Elde edilen veriler ile konaklama sektörü literatürüne ve pazarlama literatürüne katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

4.1 Ana Kütle ve Örneklem Belirlenmesi

Bu çalışma Avustralya'nın Queensland eyaletinin Gold Coast şehrinde yapılmıştır. Çalışmanın örneklemini konaklama sektöründe garson olarak görev yapan kişilere odaklanmaktadır. Konaklama sektörü içerisindeki birçok farklı pozisyon ve çalışma alanı göz önünde bulundurulduğunda araştırma örneklemini niş bir kitleye odaklanmaktadır. Söz konusu niş kitleye ulaşmak amacıyla kartopu örnekleme yöntemi seçilmiş olup başka garsonlara ulaşmak nispeten daha kolay hale getirilmiştir. Dolayısıyla her mülakat sonunda katılımcıların tavsiyelerine göre diğer kişilere ulaşılmıştır. Kartopu örnekleme yönteminin avantajların yanı sıra kısıtlarında bulunmaktadır. Diğer katılımcılara tavsiye yoluyla ulaşılması örneklemin kolay genellenmesine ve kısıtlı bir grubu temsil etmesine neden olmaktadır (Yetkin Özbük vd., 2021: 3). Ulaşılan garsonların katkıları ile örneklem genişletilmiştir. Kartopu örnekleme ile genişletilen örneklem sayısı 14 olup görüşmeler yüz yüze olarak gerçekleştirilmiştir. Yapılan yeni görüşmeler sonucunda yeni yapılara ulaşılmamış, 14. görüşme ile veri doygunluğuna ulaşılmıştır. Literatüre göre 10-30 görüşmeler normal doygunluk olarak kabul edilmektedir (Thomson, 2010 aktaran Marshall vd., 2013).

4.2 Veri Toplama Yöntemi

Veriler, araştırmanın amacına uygun olarak belirlenen veri toplama yöntemi olan yarı yapılandırılmış mülakat tekniğinden faydalanılarak, konuya yönelik belirlenen örneklemde seçilen kişilerle görüşerek elde edilmiştir. Yarı yapılandırılmış mülakat yönteminin yapılabilmesi için Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu tarafından 468 karar sayısı ile onay alınmıştır. Nitel araştırmalar, insanlarla doğrudan konuşarak ve onların davranışlarını gözlemleyerek elde edilen bilgiler nitel araştırmaların en

tipik özelliğidir (Creswell, 2009: 175). Dolayısıyla katılımcılar kendi anlatım yapıları ve sözcükleri kullanarak konuşmaya teşvik edilerek görüşmeler yapılmıştır (Creswell ve Creswell, 2018). Veri toplama süreci Ekim 2021 ve Kasım 2021 ayları arasında gerçekleştirilmiş olup katılımcıların çalıştıkları restoranlarda sessiz bir ortamda yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Mülakata katılım için hiçbir teşvik verilmemiştir. Mülakatlara başlamadan önce çalışmanın amacı hakkında katılımcılara bilgi verilmiş ve elde edilen bilgilerin söz konusu akademik çalışma dışında hiçbir amaç için kullanılmayacağı, kişisel verilerin saklı kalacağı konusunda bilgilendirilmiş ve görüşmenin kayda alınması için gerekli izinler alınmıştır. Mülakat sorularının doğru ya da yanlış bir cevabının olmadığı, sadece deneyim, duygu ve düşüncelerini anlama amacı barındırdığı vurgulanmıştır. Güvenirliliği ve doğruluğu korumak için ses kaydına alınan görüşmeler, görüşmenin yapıldığı gün transkripte dökülmüştür. Görüşme sürecince tüm yanıtlar gönüllülük esasına göre gerçekleşmiş olup katılımcılara kimlik ve içerik gizliliği güvencesi verilmiştir. Ayrıca katılımcılar herhangi bir soruyu cevaplandırmama ve görüşmeyi istedikleri noktada sonlandırabilme hakları olduğunu bıkerek görüşmeye başladılar. Toplanan veriler öyküsel analiz yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir.

4.3 Mülakat Formunun Hazırlanması

Mülakat soru formları konaklama sektörü üzerine yapılan çalışmaların incelenmesi sonucunda hazırlanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme soruları Ek-1’de gösterildiği gibi, katılımcıların atık gıdalarla ilgili bilgilerine ve anlayışlarına, garson rollerinin anlaşılması, atık gıdayı azaltma stratejileri, atık gıda ile ilgili deneyimledikleri hisler ve duyguların anlaşılmasına odaklanmıştır. Bununla bağlantılı olarak mülakat tartışılan konu hakkında esneklik sağlamak adına açık uçlu sorular hazırlanmıştır (Charlebois vd., 2015: 283). Bu sorular konaklama sektörüyle ilgili literatür kaynaklarında yer alan bilgilerin yanı sıra, yarı yapılandırılmış mülakat yöntemi ile yürütülmüş olan kaynaklardan da yararlanılarak çalışmanın mülakat formu oluşturulmuştur (Okumus vd., 2020; Pirani ve Arafat, 2015; Sirieix vd., 2017).

4.4 Verilerin Analizi

Yapılan yeni görüşmeler sonucunda yeni yapılara ulaşılmamış, 14. görüşme ile veri doygunluğuna ulaşılmıştır. Böylece 14 katılımcıdan alınan cevaplar ile veriler analiz edilmiştir. Toplamda 5 saat 55 dakika 86 saniye süren 14 görüşme sonucu 40 sayfalık transkript analiz edilmiştir. Örneklem grubu İsviçre, Brezilya, Filipinler, Avustralya,

Macaristan, Fransa, Türkiye ve Japonya olmak üzere 8 farklı ülke vatandaşlarından oluşmaktadır. Örneklemi oluşturan kişilerden 9'u kadın, 5'i erkek olan ve yaş aralığı 18-40 arası katılımcılardan oluşmaktadır (Tablo 2). Kadın katılımcıların fazla olmasının sebebi Avustralya'da çalışanların cinsiyet dağılımı ile ilişkilendirilebilir. Avustralya İstihdam Departmanı (2014)'deki rapora göre konaklama sektörü iş gücünün %55 kadın ve %45 erkek çalışanlardan oluştuğunu bildirmiştir. Bu katılımcılardan 7'si lüks restoran, 5'i sıradan restoran, 1'i Kafe Bar ve diğer 1 kişi ise Kafe tarzı restoranlarda çalışmaktadırlar. Ayrıca katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1'de detaylı olarak gösterilmiştir.

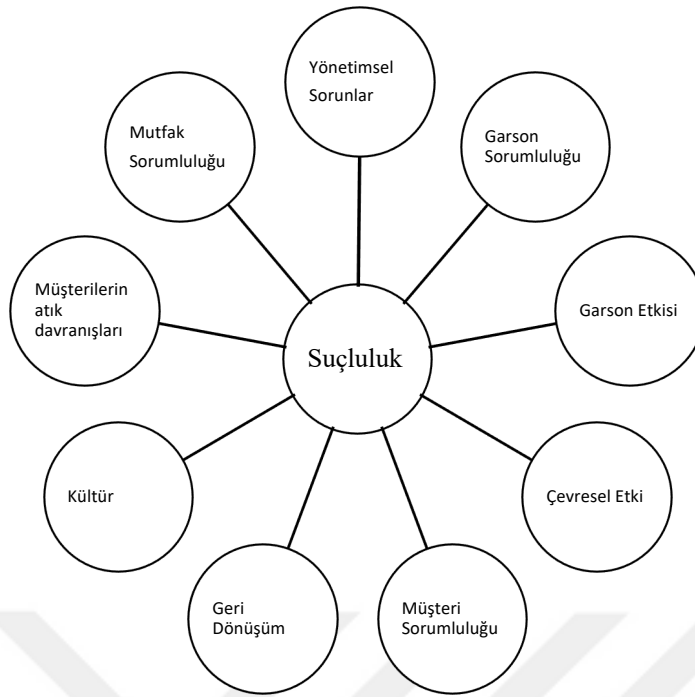
Mülakatlar İngilizce yapılmış olup Türkçe olarak transkribe edilmiştir. Veriler öyküsel analiz yöntemi ile analiz edilmiş ve temalar belirlenmiştir. Öyküsel analiz, insanların dünyayı deneyimleme biçimleri, anlattıkları hikayeler ve bu hikayeleri anlatırken kullandıkları dili dikkate alarak verileri yorumlamaktadır (Merriam, 2018: 192-193). Görüşmeler sonucunda ortaya çıkan yapılar tablosu ve temalar müşteriler tarafından oluşan atık gıdadan dolayı garsonların duydukları suçluluğun nedenlerini gösteren faktörler atık gıda literatürüne katkılar sağlamıştır.

Tablo 4.1 Katılımcıların Profili

Katılımcı	Doğduğu Ülke	Cinsiyet	Yaş	Pozisyon	Restoran Türü	Deneyim	Suçlu Hissetme	Görüşme Süresi
Alice	İsviçre	Kadın	24	Garson	Lüks Restoran	2 yıl	-	20:31
Anne	Filipinler	Kadın	40	Garson	Restoran	5 yıl	+	24:41
Elle	Türkiye	Kadın	27	Garson	Kafe	3 yıl	+	23:56
Jordi	Brezilya	Kadın	24	Garson	Restoran	1 yıl	-	21:49
Danay	Japonya	Kadın	33	Garson	Lüks Restoran	2 yıl	+	24:05
Lela	Avustralya	Kadın	18	Garson	Restoran	3 yıl	+	20:11
Jelyn	Filipinler	Kadın	27	Garson	Restoran	3 yıl	+	24:11
Dan	Avustralya	Erkek	26	Garson	Lüks Restoran	2 yıl	+	26:59
Bruna	Brezilya	Kadın	36	Şef Garson	Lüks Restoran	6 yıl	+	20:27
Müge	Türkiye	Kadın	31	Şef Garson	Lüks Restoran	10 yıl	+	20:01
Orzo	Macaristan	Erkek	33	Şef Garson	Lüks Restoran	15 yıl	+	32:32
Cesar	Brezilya	Erkek	30	Şef Garson	Kafe Bar	6 yıl	-	26:53
Cuban	Fransa	Erkek	32	Şef Garson	Lüks Restoran	10 yıl	-	26:08
Fatih	Türkiye	Erkek	34	Şef Garson	Lüks Restoran	16 yıl	-	23:01

	Alice	Anne Anne	Elle	Jordi	Danay	Lela	Jelyn	Dan	Bruna	Müge	Orzo	Cesar	Cuban	Fatih
Kendini sorgulama					*	*			*					
Gelecek endişesi						*								
Müşteri kaynaklı														
Porsiyon büyüklüğü			*	*	*	*		*	*		*	*		*
Fazla Sipariş			*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*
Yemek Tadı			*				*							*
Alım gücü		*		*	*	*	*					*		*
Tüketici Farkındalığı			*	*	*	*	*	*	*	*	*			
Atık azaltma			*	*			*		*	*	*			*
İsraftan kaçınmak		*												
Atık ayırmak			*					*	*					*
Paylaşmak	*	*				*	*							
Sektörel etki				*	*	*				*	*		*	
Dini etken		*	*		*									
Ülke Karşılaştırmak		*		*	*	*	*		*	*				
Kovid etkisi					*					*				
Atıkların değerlendirilme zorluğu	*									*				*
Sosyal medya etkisi						*								
Sorumluluk almama	*			*								*	*	*
Müşteri memnuniyeti		*	*			*								*
Müşterilerin sorumluluğu	*			*	*		*				*			
Atıkları değerlendirmek	*				*		*	*	*	*	*		*	*
Menü Planlama			*						*					
Çevresel etki					*	*	*	*				*		
Gözü aç olmak					*	*		*				*		

Bu yapılar katılımcıların çoğunluğu tarafından sıklıkla tekrarlanan ve katılımcıların yoğun olarak dile getirilmesi göz önünde bulundurulmuş, literatürün de işaret ettiği ana eğilimler altında gruplandırılarak 10'a indirgenmiştir. Söz konusu yapılar Şekil 5'de incelenmiştir.



Şekil 4.1 Katılımcıların Hissettiği Suçluluk Duygusu ile İlişkili Temalar

4.5.1 Müşterilerin Oluşturduğu Atık Gıda Sebepleri

Atık gıda literatüründe de incelendiği üzere müşteriler, restoranlarda oluşan atık gıda miktarındaki en büyük başrol olarak görülmektedir (Aamir vd., 2018; Okumus, 2019; Principato vd., 2018). Söz konusu müşteri etkisi garsonlara göre de restoranlarda oluşan atık gıda miktarında oldukça yüksek bir paya sahiptir. Farklı tecrübe ve yaş gruplarından oluşan katılımcılar, çalıştıkları restoranların herhangi bir bölümünde oluşan diğer atık gıda miktarına göre müşteriler tarafından gerçekleştirilen atık gıda miktarı daha fazla olduğunu dile getirmişlerdir.

“Atık gıda ile ilgili her hafta bir rapor tutuyoruz. Bu raporlara göre en çok atık miktarı müşterilerin tabaklarında bıraktıkları atıklardan oluşuyor.” (Fatih, 34)

Söz konusu gözlemin, garsonların restoranlarda yürütülen diğer tüm servislere hakim olmaları sonucunda yapılmış olması değerli bir yorum olarak görülmektedir. Müşteriler tarafından oluşturulan atık gıdanın sebepleri; porsiyon büyüklüğü, ihtiyaç fazlası verilen siparişler, yemeğin tadı, alım gücü ve yönetim stratejileri olarak dile getirilmiştir.

“Oluşan atık gıdanın sebeplerinden biri kesinlikle porsiyon büyüklüğü. Çünkü porsiyonla alakalı ekstra seçeneğin olmayışının etkisi var. Herkese uymayan bir standart var.” (Elle, 28)

Atık gıdanın sebeplerinden biri olarak gösterilen porsiyon büyüklüğü aynı zamanda yönetimsel bir stratejidir. Bu stratejinin atık gıda oluşumu ve garson etkisi üzerindeki etkileri yönetimsel sorunlar başlığı altında incelenmiştir.

Müşterilerin atık gıda miktarlarını etkileyen ikinci en büyük faktör, ihtiyaç fazlası olarak verilen siparişlerdir:

“İnsanların her şeyi satın alabilirim göstermek için fazla verdikleri siparişler ve yiyemeyecekleri kesin.” (Lela, 18)

“Müşterilerin çoğunluğu ana yemekleri bitmeden hemen tatlı siparişi veriyorlar. Biliyorum ki yiyemeyecekler ama insanların gözü aç olduğu için umursamıyorlar.” (Danay, 33)

Bu durum müşterilerin sorumsuz davranışlarından dolayı garsonların duyduğu rahatsızlığı açıkça göstermektedir. Müşterilerin ihtiyaçlarından daha fazlasını sipariş vermelerinin atık gıda oluşumuna doğrudan sebep olması literatür çıktılarıyla kesişirken (Juvan vd., 2018: 4; Papargyropoulou vd., 2016: 4; Stöckli vd., 2018) bu eylemi satın alım gücüyle bağdaştıran katılımcının düşünceleri, müşterilerin aşırı sipariş vermelerinin egoizm faktöründen kaynaklandığı (Yu vd., 2021: 7) sonucu ile benzerlik göstermektedir. Garsonlar alım gücü yüksek olan “zengin” müşterilerin daha fazla sipariş verdiklerini düşünmektedirler. Bu durum sosyo-ekonomik statüsü yüksek kişilerin atık gıda oluşturma olasılığının yüksek olduğu evsel atık gıdaları araştırmalarıyla da tutarlıdır (Principato vd., 2015; Secondi vd., 2015). Son olarak sunulan yemeğin tadının müşteri tarafından beğenilip beğenilmemesi atık oluşumunun bir sebebi olarak dile getirilmiştir:

“Boş tabakları almak için masaya gittiğimde yemeğini bitirmeyen bir müşteriye tabaktaki atığın nedenini sorduğumda yemeğin tadını beğenmediğini söyledi. Hemen ardından aa çok özür dilerim bunun ödemesini sizden almayacağım ve şikayetinizi baş şef ile paylaşacağım isterseniz size yeni bir yemek getirebilirim dediğimde hemen kabul ediyorlar ve yeni yemeğini yiyor diğeri ise çöpe atılıyor.” (Elle, 28)

Söz konusu sebeplerin müşteri, mutfak ya da restoran yönetimi temelli olması garsonların suçluluk duygusunu doğrudan etkilemektedir. Özellikle müdahale alanlarının dışında kaldığına inandıkları atık sebepleri konusunda garsonlar suçluluk hissetmediklerini çünkü ellerinden gelen bir şey olmadığını dile getirmişlerdir.

4.5.2 Yönetimsel Stratejiler

İşletme stratejileri; restoran maliyetleri, çevresel sorunlar, sürdürülebilirlik gibi atık gıda oluşumunu doğrudan etkileyen önemli bir konuma sahiptir. İşletme sahiplerinin atık gıda hakkındaki düşünce ve tutumları bu stratejileri ve dolayısıyla atık gıda miktarını etkilemektedir. Yapılan görüşmelerde yönetimsel sorunlar; yönetimin bakış açısı, satış ve paket servis politikası ve porsiyon büyüklüğü kontrol eksikliği olarak gösterilmiştir.

Sunulan porsiyonların büyüklüğü üzerindeki garsonların kontrol eksikliği şu şekilde dile getirilmiştir:

“Tabak boyutunun büyüklüğü hakkında mutfak ekibiyle konuştuğumda beni dikkate almayıp, ürünün ucuz olması ve büyük porsiyonların müşteri memnuniyeti açısından iyi görüldüğünü söylediler.” (Elle, 28)

“Üst yönetimle yaptığımız toplantılarda porsiyon hakkında konuşuyoruz fakat az olacağına çok olsun diyorlar maalesef.” (Fatih, 34)

Restoran yönetimi tarafından verilen bu kararlardaki garsonların müdahale eksikliği ancak garsonların müşterileri porsiyon büyüklüğü hakkında bilgilendirmeleri ile telafi edilebilir. Bir diğer telafi edici yöntem olan kalan gıdaların paket servisi olarak müşteriye sunulmasının yine yönetim stratejileri tarafından engellenebilmektedir:

“Çalıştığım restoranın başka bir şubesinde uyguladığımız yemek pişirme metodlarından dolayı et kurutma, çiğ balık ve az pişirilmiş et sunduğumuz için müşterilerin eve götürmesine izin vermiyoruz. Çünkü müşteri bunu eve götürdüğü zaman doğru koşullarda saklamadığında tekrar pişirdiğinde zehirlenme gibi olaylarla karşılaşabilir.” (Fatih, 34)

Paket servisi sunulmaması gıda güvenliği sorunu teşkil ettiği ve hijyen koşullarını karşılamadığı gerekçesiyle paket servisi sunulmamasına dair verilen kararların atık gıdaya sebep olduğunu göstermektedir (Goh ve Jie, 2019; Kasavan vd., 2019: 74; Principato vd., 2018). Yine de iş yeri sahipleri ya da yöneticilerinin bu kararları her zaman hijyen hassasiyeti çerçevesinde alınmamaktadır:

“Oluşan atıklar hakkında birkaç kez restoran sahibi ile konuştum ve atıklarla ilgili tavsiyelerde bulundum fakat beni çok dikkate almadılar. Yine aynı kişi müşterilerden kalan artıkları daha sonra yemek için mutfakta bir köşede toplamaya çalışıyorduk birkaç defa patron görüp direkt çöpe atmıştı”. (Danay, 33)

Gerek fazla gıdanın bırakılmasına sebep olunması gerek kalan gıdanın değerlendirilmesinde doğru stratejilerin belirlenmemesi sebebiyle yönetim stratejilerinin atık gıda oluşumundaki etkileri bu şekilde dile getirilmiştir.

4.5.3 Mutfak Ekibinin Sorumluluğu

Konaklama sektöründe oluşan atık gıdanın en büyük nedenlerinden bir diğeri ise mutfaklarda oluşan atık gıdalardır. Özellikle yemeğin hazırlanma aşaması, pişirilmesi ve servis edilmesi esnasında büyük oranda atık meydana gelmektedir. Yapılan görüşmelerin hemen hemen hepsinde mutfak ekibinin sorumluluklarına ve dikkat edilmesi gereken noktalara vurgu yapılmıştır. Bunlar arasında hazırlık aşaması atıkları, sipariş yönetimi, bilgi eksikliği ve iletişimsizlik kavramları öne çıkmıştır.

Mutfak ekibinin aşırı sipariş vermesi ve fazla siparişlerin kullanılmadan atığa dönüşmesi restoranlardaki atık miktarını arttırmaktadır. Özellikle verilen siparişlerin mevcut rezervasyon ve haftalık beklenen müşteri tahminlerine dayalı olarak verilmesi garsonlar tarafından uygulanan ve önerilen stratejiler arasındadır. Literatürün de vurguladığı üzere müşteri taleplerinin doğru tahmininin yapılamaması fazla sipariş verilmesine yol açmakta, verilen fazla siparişler ise zamanında kullanılmadan gıda güvenliğinden kaynaklı olarak atığa dönüşmektedir (Charlebois vd., 2015; Garrone vd., 2014: 136; Heikkilä vd., 2016: 4; Okumus, 2019). Bir diğer fazla sipariş verilmesinin nedeni ise satış kaygısıdır. Literatürün %30 (Bharucha, 2018) ve hatta fazlası olarak dile getirdiği (Papargyropoulou vd., 2016) hazırlık oranı beklenen talep ile buluşmadığında gıda, atığa dönüşmektedir.

Şefler daha fazla satış yapmak istedikleri için daha fazla hazırlık yapıyorlar fakat işler hesapladıkları gibi olmayıp tersi olduğunda hazırlanan her şey çöpe gidiyor.” (Alice, 25)

Bunun bir sonucu olarak mutfak çalışanlarının artıkların değerlendirilmesi konusunda bilgisiz oldukları, çoğu kullanılabilecek ürünlerin kullanılmadan atıldığı garsonlar tarafından gözlemlenmektedir. Dolayısıyla aşçıların yemek yapma becerisi ve eğitim faktörünün önemi atık gıda oluşumunda oldukça önemli görülmektedir. Katılımcılar aşçıların eksikliklerini şu şekilde dile getirmişlerdir:

“Mesela bizde ekmek en çok kullanılan üründür. Ekmeklerin baş kısmı ve son kısmı küçük olduğu için kullanılmıyor ve hepsi çöpe gidiyor. Hiçbirini geri dönüştürmek için uğraşmıyorlar.” (Elle, 28)

“Fazla kullanılmayan ürünlerin ya da yemeklerin hazırlanırken atıldığını görüyorum. Daha bozulmamış hiç kullanılmamış mesela biberin çok büyük bir kısmı çöpe atıldığını görüyorum.” (Bruna, 36)

Dolayısıyla mutfak çalışanları tarafından müşteri talep tahminlerinin doğru yapılmaması sonucunda fazla hazırlık yapılması, bu hazırlık için verilen fazla siparişlerin kullanılmadan atığa dönüşmesi, kullanılabilecek ürünlerin bilgi eksikliği ve duyarsızlıktan kaynaklı olarak atık haline gelmesi mutfak kısmında oluşan atıkların artma sebepleridir.

Fakat bu durum lüks restoranlarda çok daha farklı yönetilmektedir. Lüks restoran çalışanlarına göre hazırlık aşamasında gerçekleşen artıkların her birinin tek tek kullanıldığını, kalan artıklardan kesinlikle başka ürünler elde etmeye çalıştıklarını vurgulamışlardır. Şöyle ki,

“Her şeyin her parçasını kullanıyoruz. Kalan her şey personeli için, çorba veya sos için kullanılmaktadır.” (Orzo, 33)

“Biz şirket olarak minimumda tutmaya çalışıyoruz. Mesela patlıcan soyuyorsak kabuğunu da baska seyde kullanmaya calisiyoruz.” (Fatih, 34)

Bu durum lüks restoran çalışanlarının daha deneyimli ve eğitilmiş olması, tedarik edilen yiyecek bileşenlerinin kalite ve doğal olarak maliyetlerinin daha yüksek olması veya atık gıda konusunda farkındalıklarının diğer restoranlara göre yüksek olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Çalışmanın bu çıktılarından yola çıkarak, mutfak çalışanlarının eğitim ve becerileri, atık konusundaki farkındalıkları atık gıdanın azaltılmasında etkili olan faktörler olarak görülmektedir.

4.5.4 Garsonların Sorumluluğu

Bu bölümde garsonların atık gıda oluşumundaki etki ve hareket alanları hakkındaki çıktıları sunulmaktadır. Beklendiği gibi garsonlar, restoranlarda oluşan atık gıdayı etkilemede oldukça kilit bir rol oynamaktadır. Müşterilerin restorana girişinden servis bitimine kadarki süreçte yüzyüze iletişimde bulunan garsonlar, tüketici davranışına doğrudan etki edebilen bir rol oynamaktadır. Bununla paralel olarak katılımcıların %92'si müşterilerin oluşturduğu atık gıdalarda sorumluluklarının farkındalardı. Örneğin katılımcıların çoğunluğu müşterileri porsiyonlar hakkında bilgilendirdiklerini ve müşterilerin verdikleri fazla siparişler doğrultusunda müşterileri uyardıklarını belirtmişlerdir. Bu bulgu, garson müdahalelerinin müşterilerin aşırı sipariş verme davranışı üzerinde etkisi olduğu sonucuyla benzerdir (Yu vd., 2021: 8).

Bir katılımcı rolünün önemini *“Biz çalışanlar olarak porsiyon hakkında veya verdikleri sipariş hakkında önerilerde bulunabiliriz. Çünkü biz ne kadar çok gıdanın çöpe gittiğini bilen kişiler olarak bu soruları sorabileceğimizi ve önerilerde bulunabileceğimizi düşünüyorum” (Danay, 36)* şeklinde dile getirmiştir.

Müşterilerin porsiyon hakkında bilgilendirilmesi, müşterinin menüde bulunan içerikler hakkında fikir sahibi olması sipariş davranışını etkileyebilmektedir. Bu bulgular literatürde yapılmış olan garsonların müşterilere yarım veya küçük porsiyon seçenekleri sunarak müşterilerin yiyebilecekleri kadar yemek servis etmelerinin atık gıda miktarını azaltmada önemli olabileceği sonuçlarıyla doğrulanmaktadır (Mabaso ve Hewson, 2018: 12; Sirieix vd., 2017: 157). Söz konusu sipariş kontrolü yapmak şef garsonlara göre tecrübeyle sabit ilişkilidir. Çünkü tecrübe sahibi garsonların müşterilere doğru miktarda yemek tayin edebilecekleri ve müşteriye daha iyi bilgilendirme yapabilecekleri düşüncesini savunmaktadırlar. Garson, müşteri profillerini hızlıca anlayabilir, kimin hangi yemeğe ne

kadar ihtiyacı var hesaplayabilir. Öyle ki görüşmeye katılan yönetici garsonlar tecrübeli kişilerin müşterilere doğru miktarda yemek tayin edebileceklerini ve müşteriye daha iyi bilgilendirme yapabilecekleri dolayısıyla sipariş miktarlarını etkileyebileceklerini savunmaktadırlar. Örneğin yönetici garsonlardan biri şu sözleri dile getirmiştir:

“Masayı okumak diye birşey vardır cinsiyete göre veya aile olup olmamaya göre garsonlar çok rahat sipariş yönetimi yapabilir.” (Fatih, 34)

Cinsiyete göre ayırmalarının sebebini ise kadınların erkeklere oranla daha az yemek yemesi ve daha az atık gıda oluşturması olarak açıklamıştır. Müşteri deneyiminde ve atık oluşumunda garsonların yaptıkları bu müdahalelerin temelinde tecrübe kavramı mevcut çalışmanın orijinal bir çıktısıdır. Müşterilerin oluşturduğu atık gıdadaki garson etkisine dair incelediğimiz literatürde tecrübe vurgusuna rastlanmamıştır.

Yönetimin satış politikası ile garsonlar üzerinde baskı oluşturmaması müşterilerin sipariş yönetiminin yapılmasında psikolojik bir rahatlık sağlamaktadır. Sipariş alma aşamasında gerektiği yerde müşteriyi durdurabilen garsonlar işverenlerinin fazla satış yapmak gibi bir baskı uygulamadıklarını özellikle belirtmişlerdir:

“Müşterilerin fazla sipariş vermesi durumunda kesinlikle uyarıyoruz ve kesinlikle fazla siparişin restoran için satış olur kar olur diye düşünmüyoruz. Önemli olan keyifli deneyim yaşatabilmemiz” (Müge, 31)

“Ekstra para kazanmak için yemek satmıyoruz aksine böyle uyardığımız da ise müşterilerden tebrik alıyoruz” (Bruna, 36)

Sipariş yönetimi aşamasından sonra atık gıdayı önleme eylemi olarak katılımcılar müşterileri her zaman paket servisi almaya yönlendirdiklerini belirtmişlerdir. Müşterinin tabağında artık gören garsonların çoğu müşteriye tabaklarında kalan artıkları paket yaptırmak isteyip istemediklerini sorduklarını ve çoğu zaman aldıkları cevabın ise hayır olduğunu belirtmişlerdir. Bunun sebeplerini ise, müşterilerin çok doydukları, yemeğin tadını beğenmedikleri ve müşterilerin atık gıda hakkında sorumsuz olduklarından dolayı kaynaklandığı şeklinde sıralamışlardır. Bir katılımcı müşteriyle arasındaki diyalogu şu şekilde dile getirmiştir:

“Boş tabakları almak için masaya gittiğimde yemeğini bitirmeyen bir müşteriye tabaktaki atığın nedenini sorduğumda yemeğin tadını beğenmediğini söyledi. Hemen ardından aa çok özür dilerim bunun ödemesini sizden almayacağım ve şikayetinizi baş şef ile paylaşacağım isterseniz size yeni bir yemek getirebilirim dediğimde hemen kabul ediyorlar ve yeni yemeğini yiyor diğeri ise çöpe atılıyor.” (Elle, 28)

Görüldüğü gibi yemeğin tadından kaynaklı oluşan atıklarda müşterilerin bu durumu bir atık olarak değil para kaybı olarak görmesi atık gıda davranışında bilinçsiz ve duyarsız

müşteri davranışı (Filimonau ve De Coteau, 2019; Filimonau ve Krivcova, 2017; Lusk ve Ellison, 2013) olarak yorumlanmaktadır.

4.5.5 Suçluluk

Çalışma çıktılarının bu bölümüne kadar müşteri, yönetim ve mutfak ekibi perspektifinden atık gıda oluşumunun etkenleri ve nedenleri sunulmuştur. Tüm bu bileşenlerin garson eylemlerine ve dolayısıyla atık gıda oluşumu sonrasında ortaya çıkacak duygularına etkisi bulunmaktadır. Restoranlarda müşteriler tarafından oluşturulan atık gıda üzerinde garsonların suçluluk duygusunun araştırıldığı bu çalışmada mülakata katılanların çoğunluğu oluşan atık gıdadan dolayı kendilerini suçlu hissetmişlerdir. Buna rağmen katılımcıların tamamı oluşan atık gıda üzerinde olumsuz duygular (üzgün, acı, depresyon, nefret, rahatsızlık, memnuniyetsiz, kendini sorgulama) hissettiklerini bildirmişlerdir. Suçluluk duygusunu besleyen en büyük etki olarak “sorumluluk” kavramı öne çıkmaktadır. Atık gıda oluşumunda sebep ve karar vericilerin müşteri, mutfak ve yönetim ekibinin olduğuna inanan garsonlar suçluluk hissetmemektedir. Özellikle hareket alanlarının kısıtlı olduğunu düşünen ve ellerinden geleni yapsalar dahi bir değişiklik yaratabileceklerine inanmayan çalışanlar sorumluluk ve bunun sonucu olarak suçluluğu da kendilerinde bulmamışlardır.

“Tabi ki hoşumuza gitmiyor. Binlerce aç insan var. Fakat kendimi suçlu hissetmiyorum. Çünkü biliyorumki ben yeteri kadar yemek almasını tavsiye etmişimdir ama bazen müşteriye çok sipariş vermeye devam ediyor. Giden yemeğe üzülüyorum evet ama atıktan dolayı kendimi suçlu hissetmiyorum.” (Cuban, 32)

“Suçlu hissetmiyorum çünkü biliyorum ki bu benim hatam değil. Bence buranın kültüründen kaynaklı her çalıştığım yerde böyle bu benim problemim değil. Onların umrunda değil çünkü zengin bir ülke zenginler. Yapabildiğimce değiştirmeye çalışıyorum ve ama benim hatam olmadığı için suçlu hissetmiyorum. Müşteriler ne kadar sipariş verdiklerini biliyorlar ve bunu her zaman yapıyorlar. Onların umrunda değil bizim onlara tavsiye verip vermediğimiz.” (Jordana, 24)

Bunun aksine tüm bu etkenlere rağmen müşteri tabağında atık gördüğünde hissedilen suçluluğu etkileyen bir çok kaynak ortaya çıkarılmıştır. Çevresel endişe garsonların suçlu hissetmesinin en önemli kaynaklarından biridir. Bu suçluluk duyguları katılımcılar tarafından şu şekilde dile getirilmiştir.

“Atık gıda konusunda geleceğe yönelik endişelerim gittikçe çoğalıyor, iklim değişikliğini nasıl etkileyeceğini, gıda kıtlığının nasıl bir hal alacağını ve insanların ne hale

geleceğini merak ediyorum. Yeterli yiyecek yokken neden boşa harcadığımızı merak ediyorum o yüzden kendimi çok suçlu hissediyorum.” (Lela, 18)

Garsonların bu hisleri, insanların çevre yanlısı davranışlarda bulunmadıklarını farkettilerinde kendilerini suçlu duymaları ile açıklanmaktadır (Lacasse, 2016: 157).

Suçlu hissetmelerine sebep olan bir diğer ana etken ise kültürdür. Söz konusu ana etken altında aileden gelen alışkanlıklar, geçmiş davranış, etnik köken ve dini etkiler yer almaktadır. Bir çok farklı kültür ve ülkeden oluşturulmuş örneklemdeki katılımcıların kendilerine özgü inanış, alışkanlık ve değerlere sahip olmaları veri toplama aşamasının başındaki beklentilerden biriydi. Yine de bu farklı inanışların ortak sonuçları suçluluğa etki etmiştir. Böylelikle kültürel arka planın, tüketicilerin kültürel değerlerine ve normlarına göre atık gıda konusunu nasıl algıladıklarını etkileyebileceğini vurgulayan diğer çalışmalarla benzerdir (Filimonau ve De Coteau, 2019: 239; Heikkilä vd., 2016: 5). Katılımcılardan biri *“Geniş bir ailede büyüdüm ve her akşam yemek masasına oturduğumuzda yemeğimizi bitirmeden masadan kalkamazdık.”* diyerek yemek kültürüne vurguda bulunmuştur. Bu durum, atık gıdanın genç yaşta aile tarafından aşılana bir aile değeri olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla ailenin rolü, atık gıda davranışlarında başvurulan bir referans grubudur (Goh ve Jie, 2019: 132). Bir diğer kültürel etki ise dindir:

“Ne zaman yemeklerin çöpe atıldığını görsem üzülüyorum ve Tanrıdan özür diliyorum. Dışarıda ve kendi ülkemde çok evsiz olduğunu ve yemek bulamadıklarını biliyorum bu yüzden suçlu hissediyorum” (Anne, 40)

Bu katılımcının da dile getirdiği gibi alım gücü ve gıdaya ulaşmadaki eşitsizlik atık gıdaya olan bakış açılarını etkilemektedir. Bu çıktı, atık gıdaya karşı duyulan suçluluğun bazı ülkelerin yaşadığı kıtlık ve açlıkla ilişkilendirilen Pearson ve Perera (2018) çalışma sonuçlarıyla desteklenmektedir. Özellikle alım gücü düşük ülkelere gelen garsonlar Avustralya’da oluşturulan atık gıdayı maddi sıkıntılar yaşanmamasına bağlamışlardır. Müşterilerin gıdaya ulaşmada güçlük çeken insanları sıklıkla görmemeleri sebebiyle bu atığı yaparken suçluluk hissetmediklerine inanmaktadırlar.

“Çok üzgün hissediyorum. Ülkemde üç öğün yemek alacak parası olmayan insanların olduğunu biliyorum. Ama buna rağmen müşteriler çok fazla atık oluşturuyor bu yüzden çok suçlu hissediyorum.” (Jelyn, 27)

Bir diğer yandan atık gıdayı azaltmaya yönelik eylemde bulunan garson müşteri tarafında aynı özeni görmese dahi suçluluk hissederek kendini sorgulamıştır:

“Kesinlikle suçlu hissediyorum. Özellikle paket servis almadıkları zaman daha iyi mi açıklama yapsaydım daha mı iyi anlatsaydım diye düşünüyorum.. Bazen müşteri çok aç

olarak geldiğini fakat yemek bıraktığını, doyduğunu paket servis sorduğumda hayır dediğinde üzücü oluyor.” (Bruna, 36)

“Yemeğin tadını beğenmediğinden dolayı atık oluşmuşsa ve paket servis sormamışsam uyarıda bulunmamışsam suçlu hissederim.” (Müge, 31)

Son olarak katılımcıların geri dönüşüm uygulaması olarak atıkları ayırdıklarından bahsetmişler ve kalan artıkların hayır kurumlarına ve ihtiyaç sahiplerine verilebileceği önerisinde bulunmuşlardır. Ayrıca müşteri tabak artıklarının tekrar değerlendirilmesinin zor olduğunu ve bu durumun Covid-19 etkisiyle daha da zorlaştığını dile getirmişlerdir.

Çalışma çıktıları müşterilerin oluşturduğu atık gıda üzerindeki garsonların suçluluk duygusunu incelemiş, bazı keşfedici çıktılar sunmuştur. Bu çıktılar ışığında suçluluk hissinin çevresel endişe ve kültürel bileşenlerden olumlu yönde etkilendiği saptanmıştır. Atık gıda oluşumu aşamasının karmaşıklığı ve birçok faktör tarafından etkilenmesi garsonların suçluluk duygusundan kurtulmasına yardımcı olmaktadır. Yine de sektöre uzun süredir çalışan, eğitim ve tecrübe sahibi garsonların bu konuda bilinç ve eylemleri pozitif yönde gelişerek sorumluluğu kendilerinde tutmaları atık gıdanın azaltılması için umut vericidir.

4.6 Tartışma

Tüketiciler tarafından oluşturulan atık gıda ile garsonların suçluluk duygusu arasındaki ilişki incelendiğinde yukarıda detaylandırılan on ana temanın suçluluk duygusunun altında yattığı bulunmuştur. Çalışmaya katılan katılımcıların tümünün atık gıda konusunda bilinçli olduğu ve farkındalığa sahip olduğu bulunmuştur. Bu katılımcılar atık gıda oluşumunu engellemeye çalıştıklarını ve oluşan artıkların atık olmadan hayır kurumlarıyla veya ihtiyaç sahibi insanlarla paylaşılması gerektiğini birçok defa vurgulamışlardır. Bununla birlikte garsonların porsiyon hakkında bilgi verdiklerini, müşteriler tarafından verilen fazla siparişlerde müdahalelerde bulunduklarını ve tabak artıklarını paket servisine yönlendirdiklerini her defasında dile getirmişlerdir.

Katılımcılar kendi sorumlulukların farkında oldukları gibi sorumluluğun müşteriler, mutfak çalışanları ve yönetimde olduğunu da sıklıkla dile getirmişlerdir. Bu doğrultuda atık gıda oluşumuna neden olan faktörlerin bilgi eksikliğinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Stok yönetimi konusundaki bilgi eksikliği, sipariş yönetiminin doğru yapılamamasına ve yine doğru müşteri tahminlerinin yapılamaması, fazla yapılan hazırlıklara neden olmaktadır.

Katılımcıların tümü müşterilerin oluşturduğu atık gıdaların porsiyon büyüklüğü ve verilen fazla siparişler sebebiyle kaynaklandığını vurgulamıştır. Porsiyon büyüklüğü konusunda garsonların müdahalede bulunma talepleri ve bu konudaki rahatsızlıklarının dile

getirilmesi yönetim tarafından dikkate değer görülmelidir. Porsiyon büyüklüğü konusunda herhangi bir değişikliğe gidilmemesinin en önemli nedenlerinden biri ise müşteri memnuniyeti politikasının benimsenmiş olmasıdır. Bu noktada yöneticiler tarafından müşteri memnuniyeti adına yapılan stratejilerin porsiyon büyüklüğü dışındaki faktörlere yönlendirmelidirler. Örneğin restoranlar, daha kaliteli servis anlayışı benimseyerek veya restoran ortamı ile ilgili faktörlere (müzik, aydınlatma, ışık vb.) odaklanarak müşteri memnuniyeti anlayışını tamamen deneyime yönelik kalite üzerinde temellendirebilirler. Böylelikle değişen müşteri memnuniyeti algısıyla porsiyon büyüklüklerin önemin azalması restoranlarda oluşan atık miktarını azaltmada oldukça etkili olabilecektir. Müşteriler tarafından verilen fazla siparişler ise garsonlar tarafından müşterilerin aç gözlü olarak davranmaları ve her şeyi alabilirimini göstermesinden kaynaklı algılanmaktadır. Bu durumda, tüketicilerin aşırı sipariş vermelerinin sonucu olan ekonomik ve çevresel zorluklar konusunda onları bilinçlendirmek, ihtiyaç duydukça sipariş vermelerinin tavsiye edilmesini ve garsonların bu davranışları alışkanlık haline getirmesini amaçlayan uzun vadeli programlar tasarlanmalıdır (Yu vd., 2021: 8).

Sonuçlar incelendiğinde atık gıda konusunda yönetimin etkisi oldukça büyük görülmektedir. Bununla birlikte yönetimin atık gıdanın neden olduğu ekonomik, sosyal ve ekonomik sorunların farkına varmaları gerekmektedir. Örneğin, yönetimin atık gıda konusunda farkındalık yaratmak amacıyla belirli aralıklarla çalışanları eğitimlere tabi tutması, kurum içerisindeki atık gıda ile ilgili politikalarda iyileştirmeler yapması ile bu politikaların devamlılığı sağlanabilir. Yine bu konuda garsonların fikirlerine önem verilmesi, teşviklerde bulunulması ve onların bu konuda daha aktif olmalarının sağlanması restoran yönetimi tarafından yapılacak ilk ve önemli adımlardan olabilir. Bu doğrultuda bir katılımcının da belirttiği gibi yönetim tarafından belirlenen kuralların çalışanlar tarafından takip edilme zorunluluğunun olması bu tür önlemlerin verimini arttırabilir. Yine bir katılımcı restoranların atık gıda değerlendiren şirketlerle çalışması gerektiğini söylemiş, bu politikaların yöneticiler tarafından yürütülmesi gerektiğini vurgulamıştır. Dolayısıyla bu tarz olumlu stratejilerin geliştirilmesi ve atık gıda hakkındaki alınacak kararlardan yönetimin sorumlu olduğu düşüncesi katılımcıların hissettiği suçluluğu doğrudan etkilemektedir.

Tüm bunlar eşliğinde mülakata katılan garsonların hemen hemen hepsi müşterilerin atık oluşturmadaki sorumluluklarının farkına varmaları gerektiğini sıkça vurgulamışlardır. Garsonlara göre müşteriler verdikleri sipariş miktarını azaltmalı, tabak artıklarını paket servisi olarak almalıdırlar. Müşterilerin tabaklarında kalan yemeklerin çöpe atılacağını bilerek paket servisi almamaları katılımcıların suçluluğunu doğrudan etkilemektedir. Bu yüzden restoranlar indirim çekleri, teşekkür notları veya yapılacak diğer ödüllendirici uygulamalarla paket

servisi ve yemek bağışını teşvik edebilirler. Örneğin, ABD’deki bazı restoranlar artık olarak kalan yemekler için dikkat çekici paketler kullanarak paket servis uygulamasını özendirmeye çalışmaktadırlar (Sirieix vd., 2017: 157). Yine müşterilerin menüyü iyi okuması, porsiyon boyutları ve yemek içerikleri hakkında bilgi istemeleri etkileyici bir faktördür. Bu tür bilgilere sahip müşteriler sevebilecekleri yemekleri sipariş edebilir ve porsiyonların kendilerine yetip yetmeyeceğini anlayabilirler. Dolayısıyla atık gıda konusunda müşteriler daha bilinçli davranışlar sergileyebilirler.

Müşterilerin sipariş davranışları da garsonların suçluluk duygusunu etkileyen önemli bir olgudur. Söz konusu siparişi yönetebilecek bir diğer başrol garsonlardır. Garsonlar, müşterilerin verdikleri siparişleri kolayca yönetebilir ki bu durum mevcut çalışmanın orijinal çıktısı olan tecrübeyle doğrudan ilişkili olduğu yönündedir. Araştırmanın sonuçları yönetimin zorunlu satış politikasının olmaması sonucunda kendini rahat hisseden garsonların, sipariş yönetiminde etkili olduklarını göstermektedir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

ÇALIŞMA 2: ATIK GIDA BİLGİSİ, KONTROL ODAĞI, ÇEVRESEL KİMLİK VE SUÇLULUK DUYGUSUNUN ATIK GIDA AZALTMA NİYETİNE ETKİSİNİN İNCELENMESİ

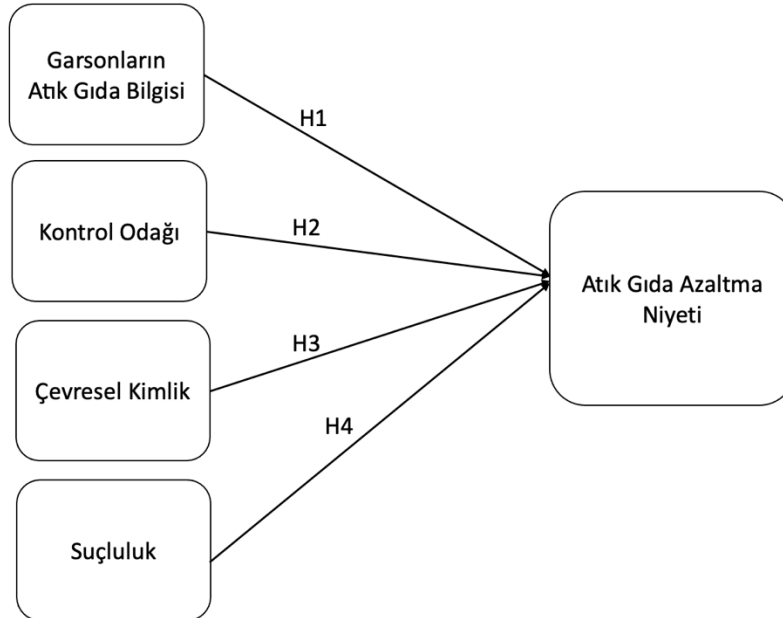
Dördüncü bölümde müşterilerin oluşturduğu atık gıda kaynaklı garsonlarda oluşan suçluluğun araştırıldığı nitel araştırma olan çalışma 1'in sonuçları sunulmuştur. Söz konusu sonuçlara göre restoranlarda müşterilerin bıraktıkları atık gıdadan dolayı garsonların kendilerini suçlu hissettikleri bulunmuştur. Suçluluk duygusu; çevresel etki, yönetimin etkisi, müşteri davranışları ve kültür (Dördüncü bölümde detaylandırılmıştır) gibi faktörler ile ilişkili görülmüştür. Araştırmanın devamında ise Çalışma 2 ile garsonlarda bulunan suçluluk duygusu ile Çalışma 1'den elde edilen temalar ve literatürdeki ilişkilerden yararlanılarak atık gıda bilgisi, kontrol odağı, çevresel kimlik ve suçluluk duygusunun atık gıda azaltma niyetine etkisini incelemektedir. Çalışma 2'nin hipotezleri şu şekilde formüle edilmiştir.

H1: Garsonların atık gıda bilgisi atık gıda azaltma niyetini pozitif yönde etkilemektedir.

H2: Kontrol odağı atık gıda azaltma niyetini pozitif yönde etkilemektedir.

H3: Çevresel kimlik atık gıda azaltma niyetini pozitif yönde etkilemektedir.

H4: Garsonların duyduğu suçluluk atık gıda azaltma niyetini pozitif yönde etkilemektedir.



Şekil 5.1 Kavramsal Model

5.1 Ana Kütle ve Örneklemen Belirlenmesi

Bu çalışma Avustralya'nın Queensland eyaletinin Gold Coast şehrinde yapılmıştır. Gold Coast, Güneydoğu Queensland bölgesinde yer alan 643,461 nüfusu ile Avustralya'nın en büyük 6. şehridir. İstihdam oranlarına bakıldığında Queensland eyaletinde %52,4 oranla Avustralya'ya (%51,3) kıyasla daha yüksek oranda genç istihdam edilmektedir. Gold Coast'ta ise gençlerin %24,2 oranla istihdam edildiği en büyük sektör konaklama sektörüdür (City of Gold Coast, 2019). Çalışmanın örneklemini konaklama sektöründe garson olarak görev yapan veya daha önce bu sektörde garson olarak çalışmış kişilere odaklanmaktadır. Google Form ortamında tasarlanan anket 20.04.2022 ile 16.05.2022'yi kapsayan dönemde çevrimiçi sosyal medya ortamı (Facebook ve LinkedIn) aracılığıyla cevaplayıcılara ulaşmış ve katılımcıların her bir soruyu cevaplamaları istenmiştir.

5.2 Veri Toplama Yöntemi ve Örneklem

Atık gıda bilgisi, kontrol odağı, çevresel kimlik ve suçluluk duygusunun garsonlardaki atık gıda azaltma niyetine etkisini incelemek mevcut çalışmanın amacıdır. Bu amaca hizmet etmek üzere araştırmada veri toplama aracı olarak anket yönteminden yararlanılmıştır.

Ek-2'de verilen anket formu açıklayıcı bir ön yazı ve 7 bölümden oluşmaktadır. Ön yazı ile katılımcıya çalışma hakkında bilgi verilmiş, ankete katılımların gönüllülük esasına dayandığı ve herhangi bir üçüncü kişilerle paylaşılmayacağına dair açıklama yapılmıştır.

5.2.1 Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Çalışmaya katılan 207 katılımcının demografik özelliklerine temel tanımlayıcı istatistiklerinden olan frekans analizinden yararlanılarak yer verilecektir.

Tablo 5.1 Katılımcıların Demografik Özellikler

Cinsiyet	Frekans	%
Kadın	166	80,2
Erkek	41	19,8
Toplam	207	100
Yaş	Frekans	%
18 yaş altı	10	4,8
18-24	111	53,6
25-34	56	27,1
35-44	22	10,6
45 ve üzeri	8	3,9
Toplam	207	100
Eğitim Durumu	Frekans	%
İlköğretim	2	1,0
Lise	70	33,8
Önlisans	18	8,7
Lisans	99	47,8
Yüksek Lisans	16	7,7
Doktora	2	1,0
Restoran Türü	Frekans	%
Cafe	24	11,6
Cafe Bar	5	2,4
Restoran	17	8,2
Lüks Restoran	5	2,4
Fast Food	23	11,11
Hepsi	133	64,29
Meslek Deneyimi	Frekans	%
1 yıldan az	38	18,4
1	14	6,8
2	36	17,4
3	30	14,5
4	18	8,7
5	10	4,8
5 yıldan fazla	61	29,5
Toplam	207	100
Milliyet	Frekans	%
Avustralyalı	122	58,9
İngiliz	12	5,8
Yeni Zelandalı	8	3,8
Diğer	54	26,2
Cevapsız	11	5,3
Toplam	207	100

Tablo 5.1’de 207 katılımcının bulunmuş olduğu demografik özelliklerinin dağılımı gösterilmektedir. Cinsiyetle ilgili katılıma bakıldığında çalışmaya katılan 207 cevaplayıcıdan 166’sını %80,2 oranında kadınlar, 41’ini %19,8 oranla erkekler oluşturmaktadır. Örneklemdeki kadın cinsiyet ağırlığını Avustralya’da hizmet sektörü çalışanlarının cinsiyet dağılımı ile ilişkilendirmek mümkündür. Avustralya İstihdam Departmanı (2014)’deki rapora göre konaklama sektörü iş gücünün %55 kadın ve %45 erkek çalışanlardan oluşturmaktadır.

Örneklemedeki yoğun yaş aralığı %53,6 ile 18-24 aralığıdır. Ardından %27,1 ile 25-34, %10,6 ile 35-44, %4,8 ile 18 yaş altı ve son olarak %3,9 ile 45 yaş ve üzeri oluşturmaktadır. Eğitim durumu incelendiğinde katılımcıların %47,8'i üniversite, %33,8'inin lise mezunu olduğu, %8,7'sinin lisans üstü eğitim aldığı ve son olarak %1,0'nın ilk okul mezunu olduğu görülmektedir. Milliyet'e ilişkin veriler incelendiğinde %58,9 ile 122 Avustralyalı, %5,8 ile 12 İngiliz, %3,8 ile 8 Yeni Zelandalı, %26,2 ile 54 diğer ülke vatandaşları iken %5,3 ile 11 kişi hangi milletten olduğunu cevaplamak istememiştir. Katılımcıların mesleki deneyimleri incelendiğinde %29,5 ile 61 kişi 5 yıldan fazla konaklama sektöründe çalıştıkları görülmektedir. Ardından %18,4 ile 38 kişi 1 yıldan az, %17,4 ile 36 kişi 2 yıl, %14,5 ile 30 kişi 3 yıl ve son olarak %6,8 ile 14 kişi 1 yıldır konaklama sektöründe çalıştıklarını göstermektedir. Katılımcıların mesleki deneyimlerini gerçekleştirdikleri restoran türleri sonuçlarına bakıldığında katılımcılar %11,6 ile 24 kişi Cafe tarzı, %8,2 ile 17 kişi Restoranlarda, %11, 11 ile 23 kişi Fast Food tarzı ve son olarak %2,4 ile 5 kişi Lüks restroan ve aynı oranla 5 kişi Cafe bar tarzı restoranlarda çalışmıştır. Katılımcıların büyük çoğunluğu %64,29 ile 133 kişi tüm bu restoran türlerinde (Cafe,Cafe Bar,Restoran,Lüks restoran ve Fast Food) deneyimlere sahip oldukları görülmektedir.

5.3 Ölçüm Modelinin Tasarımı

Atık gıda bilgisi, kontrol odağı, çevresel kimlik ve suçluluk duygusunun garsonlardaki atık gıda azaltma niyetlerine etkisinin araştırılması için çevrimiçi anket uygulanmıştır. Ankette kullanılan yapılar “1=kesinlikle katılmıyorum” ile “5=kesinlikle katılıyorum” arasında değişen 5’li Likert tipi ölçek kullanılarak, önceki araştırmalarda uyarlanan çok maddeli ölçeklerle ölçülmüştür. Yapılan çalışmalarda, kullanılan seçenek sayısı arttıkça (örn. 5’ten fazla) katılımcıların seçenekler arasındaki farkı anlamadıkları görülmüştür. Dolayısıyla 5’li Likert ölçeği anlaşılabilirlik açısından diğer ölçeklere göre daha avantajlı olduğu için kullanılmıştır (Dawes, 2008). Çevresel kimlik ölçeği Whitmarsh ve O’Neill (2010) çalışmasından uyarlanmış, dört madde kullanılarak değerlendirilmiştir. Burada katılımcıların kendilerine atıfta bulunan bir etiketleme biçimi kullanılarak çevresel kimliğin anlaşılması sağlanmıştır. Katılımcıların restoranlarda oluşan atık gıda sorunu hakkında bilgilerinin anlaşılması için restoranlarda atık gıda bilgisi ölçeği Filimonau vd. (2020)’den uyarlanarak dört madde ile ölçülmüştür. Çalışanların çevreyle ilgili bireysel çabalarının bir sonuca yol açabileceği inancına sahip olup olamamaları ve bu konudaki kontrol duygusunun anlaşılabilmesi için kontrol odağı ölçeği Fielding ve Head (2012) çalışmasından uyarlanarak üç maddeyle ölçülmüştür. Deneklerin atık gıda azaltma niyetlerinin ölçülmesi için Jeger vd.

(2014) çalışmasından uyarlanan atık gıda azaltma niyeti ölçeği kullanılarak beş madde ile ölçülmüştür. Son olarak restoranlarda oluşan atık gıdadan dolayı çalışanlarda beklenen suçluluk duygusunun anlaşılması için Filimonau vd. (2020) çalışmasından alınan dört madde uyarlanarak ölçülmüştür. Ayrıca katılımcılara demografik sorular yöneltilerek anket sonlandırılmıştır.

Veri toplama aşamasında oluşturulan ankette yukarıda bahsedilen ölçekler kullanılmıştır. Anket atık gıda literatürünü kapsayacak şekilde dizayn edilirken birinci çalışmanın sonuçları bu tasarımda kaynak olarak kullanılmıştır. Yine de oluşturulan anketin güvenilir ve geçerliğini arttırmak için, ifadelerin anlaşılabilirliğini kontrol etmek amacıyla 30 kişilik ön çalışma gerçekleştirilmiş olup çevresel kimlik ve suçluluk ifadelerinde düzenlemeler yapılmıştır. İkinci veri toplama süreci sonunda konaklama sektöründe çalışan veya çalışmış garsonların 209'una ulaşılarak çevrimiçi anket gerçekleştirilmiştir. Ankette bulunan ve katılımcıların dikkatini ölçmeye yönelik yer alan "Aşağıdaki senaryoyu okudunuz mu?" sorusuna hayır cevabı veren 2 katılımcı değerlendirmeye alınmamıştır. Bunun sonucunda 207 katılımcıyla anket verilerinin analizi gerçekleştirilmiştir.

5.4 Verilerin Analizi

Katılımcılardan elde edilen veriler SPSS 26 aracılığıyla analiz edilmiştir. Bu kapsamda öncelikle ifadelerin faktör yapısı hakkında bilgi sahibi olmak için faktör analizi yapılmıştır ve kalan ifadelerin güvenirlik ve geçerlilik analizleri gerçekleştirilmiştir. Son olarak Çoklu Doğrusal Regresyon analizi yapılarak bağımsız değişkenlerin birbiriyle olan ilişki düzeyleri incelenmiştir.

5.4.1 Faktör Analizi

Faktör analizi çok sayıdaki değişkenin aralarındaki ilişkilerin yapısının ortaya konulması ve birbiriyle yüksek düzeyde ilişkili değişkenleri sınıflandırmaktır (Hair vd., 2018: 92). Mevcut araştırmada VARIMAX döndürme yöntemi ile Temel Bileşenler Analizinden yararlanılarak açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Verilerin faktör analizi açısından uygulunun tespit edilmesi için korelasyon matrisinin oluşturulması, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi ve Barlett olmak üzere üç farklı yöntem kullanılmaktadır. Verilerin faktör analizine uygunluğunun anlaşılabilmesi için değişkenlerin korelasyon katsayısına ve bu değişkenlerin aralarındaki korelasyonlar incelenmelidir. Ölçek maddelerinin arasındaki korelasyon büyüdükçe bir faktör yapısı altında oluşturmaktadır. Korelasyon katsayısı büyüdükçe ölçek maddeleri bir faktör yapısı altında toplanırken, katsayıların küçük olması bu değişkenlerin tek bir faktör yapısı altında toplanamayacağını göstermektedir. Barlett testi

korelasyon matrisinin en azından birkaç değişken arasında anlamlı korelasyonlara sahip olduğunu ve istatistiksel olarak anlamlı olmasını sağlar (Hair vd., 2018: 102). Öncelikle Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği 0,749 olarak bulunmuştur (Tablo 5.2). Bu değerin 0,50'den büyük olması örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğunu göstermektedir (Field, 2009: 647). Barlett Testi sonucunda $45(df) = 1311,565$; $p < 0,05$ olarak bulunarak bu maddeler arasındaki korelasyonların Faktör analizi için yeterince büyük olduğunu göstermektedir.

Öz değer (örtük kök) faktör sayısını belirlemek için kullanılan en yaygın kullanılan tekniktir. Öz değerleri 1'den büyük olan faktörler anlamlı kabul edilir. Açıklanan toplam varyans açısından yeterli görülen faktörler dikkate alınarak faktör sayısı oluşturulacaktır. 202'lik örneklem büyüklüğünde 0,40 ve daha üzeri faktör yükleri kabul edilmektedir (Hair vd., 2018: 107-132).

Ankette bulunan ölçeklerin ifade sayıları şu şekildedir; çevresel kimlik 4 ifade, restoranlarda atık gıda bilgisi 4 ifade, niyet 5 ifade, kontrol odağı 3 ifade ve suçluluk 3 ifadeden oluşarak katılımcılardan cevaplandırılması istenmiştir. Açıklayıcı faktör analizi sonucunda niyet, çevresel kimlik ve suçluluk ölçeklerinde bulunan ifadelerin ilgili boyut altında toplanarak faktör yapısı oluşturamadıkları için bazı ifadeler analize dahil edilmemiştir. Burada gerçekleşen çapraz yüklemeler, faktörün yorumlanmasını zorlaştırmaktadır. Dolayısıyla çapraz yüklenen ifadelerin silinmesi, faktörlerin açıklığa kavuşturulmasını ve yorumlanmasını kolaylaştırır (Ho, 2006: 220). Bu durumda döndürülmüş bileşen matrisi (Tablo 5.2), VARIMAX dönüşünden sonra 5 faktör olarak sunulmuştur. Faktör 1 restoranlarda atık gıda bilgisi 4 ifade BİLGİ olarak etiketlenmiştir. Faktör 2 kontrol odağı 3 ifade ile KONTROL olarak etiketlenmiştir. Faktör 3 atık gıda azaltma niyeti 3 ifade ile NİYET olarak etiketlenmiştir. Faktör 4 çevresel kimlik 3 ifade ile KİMLİK olarak etiketlenmiştir. Son olarak Faktör 5 suçluluk 2 ifade ile SUÇLULUK olarak etiketlenerek analize dahil edilmiştir. Tablo 5.2'ye göre her bir maddenin faktör ağırlıkları ve faktör yükleri için gerekli olan minimum 0,40 değerinin üzerinde olduğundan dolayı buradaki maddelerin faktör yapılarının yeterli katkıyı sağladığı görülmektedir. Ayrıca, Faktör analizi sonucunda 15 maddeden oluşan ölçeklerin 5 faktörlü bir yapıya sahip olduğu ve bu 5 faktörün toplam varyansın %72,53'ünü açıkladığı tespit edilmiştir.

5.4.2 Güvenirlik Analizi

Güvenirlik, ölçme aracının ölçülmesi istenen olguyu tutarlı bir şekilde ölçebilme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Ho, 2006: 239). Araştırmada güvenirliliğin test edilmesi için ölçeklerin Cronbach's Alfa'sı hesaplanmıştır. Cronbach's Alfa yaygın olarak kullanılan bir ölçüm aracı olmakla birlikte ölçeğin tutarlılığını değerlendiren güvenilirlik katsayısıdır (Cronbach, 1951: 309). Alfa sayısının yüksek olması maddelerin güvenilir ve tutarlı olduğunu göstermektedir. Alfa sayısının düşük olması ise maddelerden en az birinin güvenilir olmadığını göstermektedir (Ho, 2006: 240). Cronbach's Alfa katsayısı 0.60'a kadar kabul edilmektedir (Durmuş vd., 2018).

Tablo 5.2'ye göre Niyet ve Çevresel Kimlik ölçeklerinin ifadelerinin güvenirliliğine bakıldığında Cronbach's Alfa değerlerinin $0,60 \leq \alpha < 0,80$ arasında olduğu görülmektedir. Bu durumda niyet ve çevresel kimlik ölçeklerinin oldukça güvenilir olduğu söylenebilir. Kontrol odağı, atık gıda bilgisi ve suçluluk ölçeklerinin $0,80 \leq \alpha < 1$ arasında olması güvenirliliğin oldukça yüksek olduğuna işaret etmektedir. Buna göre alfa katsayısında bağlı olarak ölçeklerin güvenirliliği $0,60 \leq \alpha < 0,80$ olduğunda ölçeğin oldukça güvenilir, $0,80 \leq \alpha < 1$ aralığında olması ise ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2014: 405).

5.4.3 Geçerlilik Testi

Geçerlilik, bir ölçümün olması gerekeni doğru olarak gösterme derecesidir (Hair vd., 2018: 7). Geçerlilik sağlansa dahi ölçeklerin güvenirliliği dikkate alınmalıdır (Hair vd., 2018: 8). Çünkü güvenirliliğin önemi, bir testin geçerliliğine ihtiyaç duyulmasından kaynaklanmaktadır. Yani bir ölçeğin geçerliliğinin desteklenmesi için güvenilir olduğu kanıtlanmalıdır (Ho, 2006: 239). Ölçeklerin yapı geçerliliğini tespit etmek ve faktör yapısını ortaya koymak amacıyla VARIMAX yöntemi faktör matrisinin sütunlarını daha basitleştirmeye odaklanmaktadır. VARIMAX dönme yaklaşımı ile değişken faktör korelasyonları +1 ya da -1'e yakın olduğunda yorumlamak daha kolaydır. Faktör matrisinin etkisi, daha basit ve anlamlı bir faktör modeli oluşturmak için varyansı önceki faktörlerden sonraki faktörlere yeniden dağıtılmasıdır (Hair vd., 2018: 113). Yakınsama geçerliliği için faktör yükleri 0,50'den büyük olduğu için yakınsak geçerliliğinin sağlandığını söyleyebiliriz. Ayırışım geçerliliği (discriminant validity) ise Pattern matraste çapraz yükleme görülmemiştir ve Faktör korelasyon matrisindeki değerlerinde 0,70'ten küçüktür.

Tablo 5.2 Ölçekler için Faktör Analizi Sonuçları

Faktör Adı	Ölçek İfadeleri	Faktör Ağırlıkları	Faktör Yüğü %	Toplam Varyans	Cronbach's Alpha
Garsonların Atık Gıda Bilgisi	Bir restoranda yemek pişirmenin çok fazla yemek israfı yarattığının farkındayım.	0,767	17,602	72,529	0,818
	Tüketici tabaklarından kaynaklanan atık gıdanın önemli olduğunun farkındayım.	0,707			
	Restoran büfelerinin aşırı miktarda atık gıda ürettiğinin farkındayım.	0,857			
	Her şey dahil / 'yiyebildiğin kadar ye' restoran iş modellerinin çok fazla atık gıda yarattığının farkındayım.	0,859			
Kontrol Odağı	Bireysel eylemlerim çevrede bir fark yaratabilir.	0,852	15,796		0,844
	Gelecekte çevreyi korumaya yardımcı olacak kararları şimdi etkileyebilirim	0,849			
	Tek bir kişi olsam da, çevre için bir fark yaratabilirim.	0,840			
Niyet	Atık gıdayı azaltmak için her türlü çabayı göstereceğim.	0,771	14,088		0,771
	Bütün yemek artıklarını kullanmayı ciddi olarak düşündüm.	0,771			
	Gelecekte atık gıdayı azaltmak için kesin bir niyetim var.	0,833			
Çevresel Kimlik	Kendimi çevre sorunlarıyla çok ilgili biri olarak görüyorum.	0,731	13,333		0,755
	Çevre dostu bir yaşam tarzına sahip biri olarak görülmekten mutlu olurum.	0,767			
	Ailem veya arkadaşlarımla beni çevre sorunlarıyla ilgilenen biri olarak düşünmesi beni mutlu eder.	0,800			
Suçluluk	Müşterileri yemeğin içeriği konusunda bilgilendirmediğim için kendimi suçlu hissederim.	0,910	11,710		0,840
	Müşterileri porsiyon konusunda bilgilendirmediğim için kendimi suçlu hissederim.	0,907			
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterliliği				0,749	
Barlett Küresellik Testi Ki-kare Değeri				1311,565	
Df				105	
P				,000	

5.4.4 Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi

Bölüm 5.3.2’de yapılan faktör analizinde verilerin güvenilirliği ve geçerliliği sağlanarak faktör yapıları sağlanmıştır. Faktör analizi sonucunda elde edilen yapılardan garsonlarda atık gıda bilgisi, kontrol odağı, çevresel kimlik ve algılanan suçluluğunun garsonların atık gıda azaltma niyetine olan etkisini araştırmak için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır.

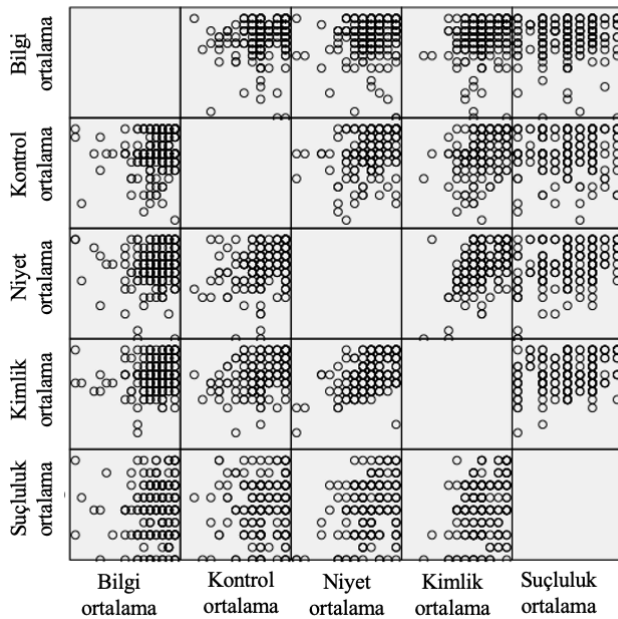
Çoklu doğrusallık analizi, bağımsız değişkenlerin birbiriyle yüksek düzeyde ilişkili olduğu durumu ifade etmektedir (Ho, 2006: 249). Çoklu doğrusal regresyon analizi parametrik bir test olduğundan öncelikle veri setinin normallik varsayımını sağlayıp sağlamadığı test edilmiştir. Veri setinin Çarpıklık (Skewness) ve Basıklık (Kurtosis) katsayılarına bakıldığında değerlerin değişkenlere ait bu ± 3 arasında olduğunu ve normallik varsayımının sağlandığı söylenebilir. Analiz sonuçlarının yorumlanmasına geçmeden önce analizin varsayımlarının sağlanıp sağlanmadığı Bölüm 5.4.4.1 de incelenmiştir.

5.4.4.1 Çoklu Doğrusal Regresyon Analizlerinin Varsayımlarının Testi

Çoklu doğrusal regresyon analizinin sonuçlarının yorumlanabilmesi için öncelikle doğrusallık, çoklu bağıntı, hata terimlerinin normalliği ve eşvaryanslılığı varsayımlarının sağlanması gerekmektedir. Belirtilen varsayımların nasıl test edildiği aşağıdaki bölümlerde sunulmuştur.

5.4.4.1.1 Doğrusallık Varsayımı

Bu kısımda ilk olarak bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki doğrusallık varsayımının sağlanıp sağlanmadığının testi için korelasyon analizi serpilme diyagramından yararlanılmıştır. Şekil 5.2’de görüldüğü gibi değişkenler arasında doğrusal bir ilişkinin sağlandığı belirtilebilir.



Şekil 5.2 Doğrusallık Varsayımı – Varsayım 1

5.4.4.1.2 Çoklu Bağntı Varsayımı

Korelasyon katsayıları incelendiğinde, bağımsız değişkenler arasındaki korelasyon katsayılarını 0,70'ten küçük olduğunda ve varyans şişirme faktörü (VIF: Variance Inflation Factor) değerleri 10'dan küçük olduğunda çoklu bağıntının olmadığına karar verilebilir (Durmuş vd., 2018). Tablo 5.4'te VIF değerleri dikkate alındığında en yüksek değerin 1,314 olduğu ve bu değerin 10 değerinden küçük olduğu, dolayısıyla çoklu bağıntı probleminin olmadığı söylenebilir.

Bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantılık şartının sağlanıp sağlanmadığını bağımsız değişkenler korelasyon katsayılarının gösterildiği Tablo 5.3'e bakarak da inceleyebiliriz. Korelasyon katsayıları incelendiğinde bağımsız değişken olan restoranlarda atık gıda bilgisinin negatif olduğu görülmektedir. Bununla birlikte korelasyon katsayılarının (r) 0,70'ten büyük olması çoklu bağlantılık probleminin olduğunu göstermektedir. Fakat 0,30-0,70 değerleri arasındaki korelasyonlar da orta düzey korelasyon olarak kabul edilmektedir. Tabloya bakıldığında kontrol odağı 0,327, çevresel kimlik 0,472 ve suçluluk 0,310 katsayılarının orta düzey korelasyon oldukları söylenebilir. Çoklu bağlantılık problemi, bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin yüksek olması halinde açıklanan varyansın da yüksek olmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin incelenmesi zorlaşmaktadır (Büyüköztürk, 2011: 100).

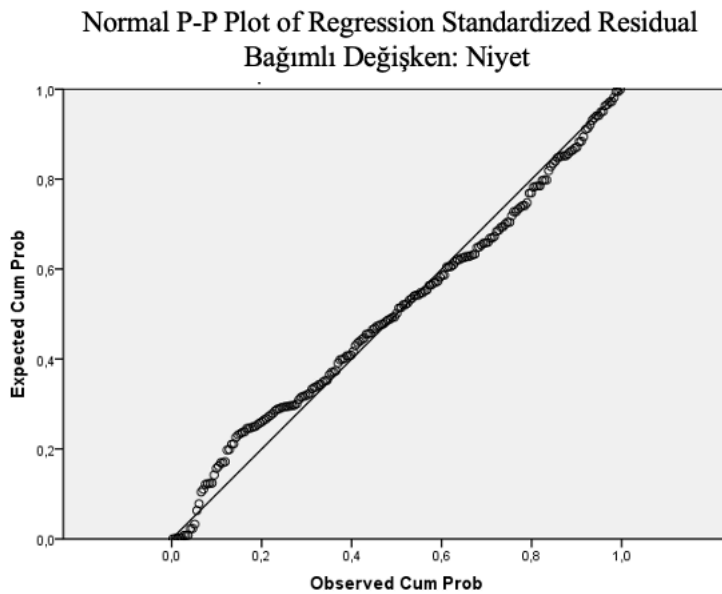
Niyet ölçeği ile restoranlarda atık gıda bilgisi arasındaki değerinin 0,101 olması her birinin arasındaki korelasyonun düşük olduğunu söyleyerek ayrışım geçerliliğinin sağlandığı söylenebilir. Bu değişkenlerin aralarındaki ilişkinin anlamlı olup olmadığını Sig. değerinin incelenmesiyle anlaşılmaktadır. Burada Sig. değerinin $P < 0,05$ olması halinde değişkenlerin tamamı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğundan yani istatistiksel olarak önemli bir ilişkiden bahsedilebilir. Tabloya bakıldığında kontrol odağı ve suçluluk arasındaki değerin 0,215 olduğunu, bilgi ve niyet arasındaki değer 0,74'tür. Dolayısıyla değişkenlerinin birbirleriyle olan ilişkilerin anlamlı olduğu söylenemez.

Tablo 5.3 Bağımsız Değişkenler Korelasyon Katsayıları

Korelasyon Katsayıları		Ort.Niyet	Ort.Bilgi	Ort.Kontrol	Ort.Kimlik	Ort.Suçluluk
Pearson Correlation	Ort.Niyet	1,000	,101	,327	,472	,310
	Ort.Bilgi	,101	1,000	,172	,214	,085
	Ort.Kontrol	,327	,172	1,000	,412	,055
	Ort.Kimlik	,472	,214	,412	1,000	,252
	Ort.Suçluluk	,310	,085	,055	,252	1,000
Sig. (1-tailed)	Ort.Niyet	.	,074	,000	,000	,000
	Ort.Bilgi	,074	.	,007	,001	,112
	Ort.Kontrol	,000	,007	.	,000	,215
	Ort.Kimlik	,000	,001	,000	.	,000
	Ort.Suçluluk	,000	,112	,215	,000	.
N	Ort.Niyet	207	207	207	207	207
	Ort.Bilgi	207	207	207	207	207
	Ort.Kontrol	207	207	207	207	207
	Ort.Kimlik	207	207	207	207	207
	Ort.Suçluluk	207	207	207	207	207

5.4.4.1.3 Hata Terimlerinin Normalliği Varsayımı

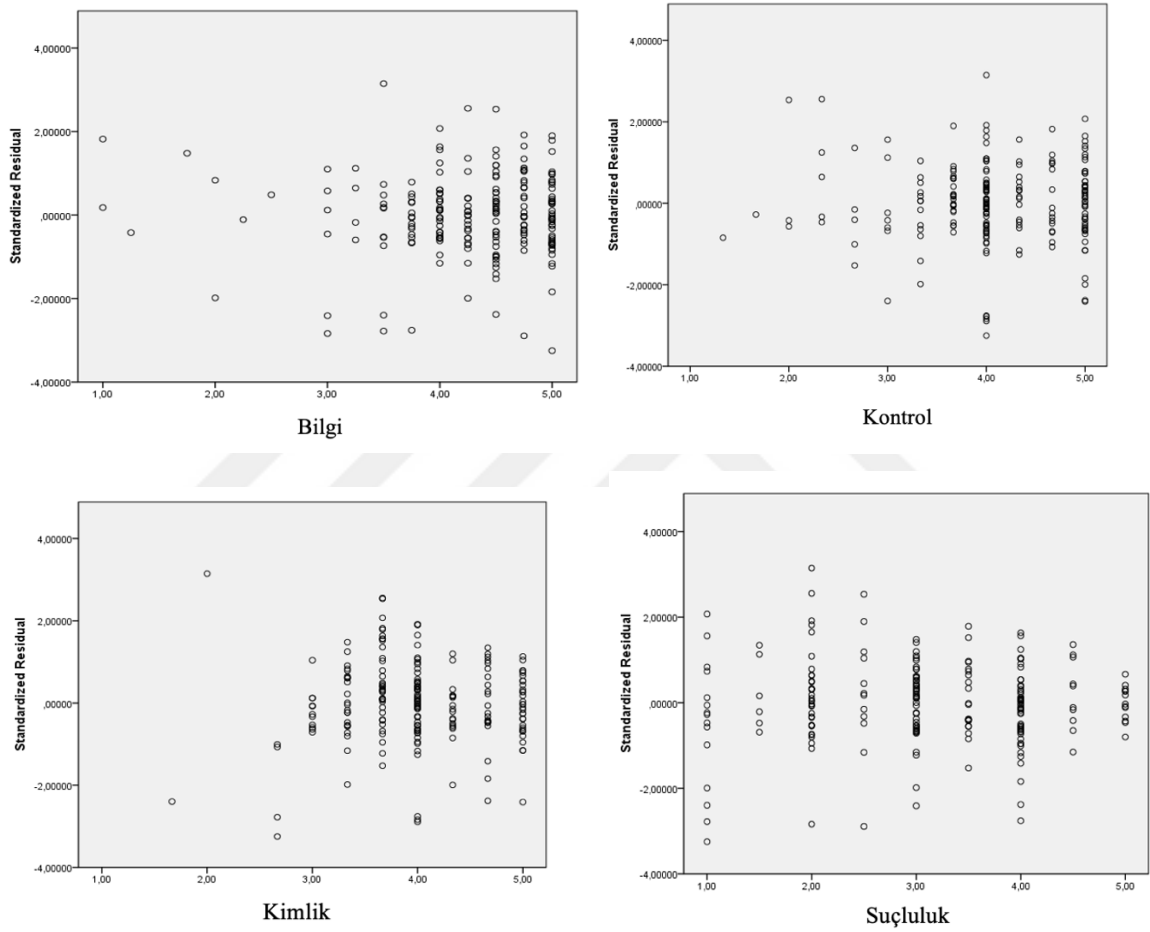
Bu aşamada modelin hata terimleri incelenmektedir. Hata terimlerinin dağılımına ilişkin varsayımlar karşılanıyorsa, hata terimi diyagonalde yer alan doğru üzerinde olmalıdır (Durmuş vd., 2018). Şekil 5.3'e bakıldığında hata terimlerinin normale yakın dağıldığı söylenebilir.



Şekil 5.3 Normal P-P Plot

5.4.4.1.4 Hata Terimlerinin Eşvaryanslılığı

Eş varyanslılık, bağımlı ve bağımsız değişkenlerin tahmin edilmiş haliyle serpilme diyagramı çizilerek bulunmaktadır (Durmuş vd., 2018). Aşağıdaki şekillerde görüldüğü gibi standardize edilmiş hata terimleri ile bağımsız değişkenlerin serpilme diyagramları görülmektedir. Şekiller incelendiğinde dört diyagramda da eş varyanslık problemi görülmemektedir.



Şekil 5.4 Bağımsız Değişkenler Serpilme Diyagramı

5.4.4.2 Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Yapılan regresyon analizi sonucunda bağımsız değişkenlerin bağımlı (niyet) değişkeni ($R= 0,536$; $R\ Square= 0,287$; $F\ değeri= 20,312$ $p\ değeri= 0,000$) orta seviyede açıkladığı bulunmuştur. Açıklanan varyansın %30 olması sosyal bilimler için yeterli görülmektedir ve burada anlamlı bir etkinin olduğunu söyleyebiliriz. Alt boyutlar içerisinde en açıklayıcı olan çevresel kimlik boyutudur ($\beta=0,351$). Bu boyutu sırasıyla suçluluk ve kontrol odağı izlemektedir (sırasıyla $\beta=0,214$, $\beta=0,174$). Garsonların atık gıda bilgisinin $\beta=-,022$ değeri anlamsız olarak bulunmuştur.

Tablo 5.4 Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı değişken: Atık Gıda Azaltma Niyeti				
Bağımsız değişkenler	Beta	t değeri	p değeri	VIF
Garsonlarda atık gıda bilgisi	-,022	-,367	,714	1,059
Kontrol odağı	,174	2,651	,009	1,220
Çevresel Kimlik	,351	5,154	,000	1,314
Suçluluk	,214	3,485	,001	1,073
R= 0,536; R Square= 0,287; F değeri= 20,312 p değeri= 0,000				

Tablo 5.5 Hipotez Sonuçları

Hipotez	Kabul/Ret
H1: Garsonların atık gıda bilgisi atık gıda azaltma niyetini pozitif yönde etkilemektedir	Ret
H2: Kontrol odağı atık gıda azaltma niyetini pozitif yönde etkilemektedir	Kabul
H3: Çevresel kimlik atık gıda azaltma niyetini pozitif yönde etkilemektedir	Kabul
H4: Suçluluk atık gıda azaltma niyetini pozitif yönde etkilemektedir	Kabul

5.4.5 Tartışma

Çalışmanın bu bölümünde araştırma bulgularının geçmiş çalışmalar ile sentezlendiği tartışmaya yer verilmiştir. Bu bölümü izleyecek sonuç bölümünün ardından araştırma sınırlılıkları ve gelecek araştırmalar için önerilere yer verilecektir. Son olarak sektör önerilerinde bulunulacaktır.

Çalışmanın sonuçlarına göre H2 “Kontrol odağı atık gıda azaltma niyetini pozitif yönde etkilemektedir” hipotezi kabul edilmiştir. Kontrol odağı, “bireyin kendi davranışları yoluyla değişim yaratma yeteneğine sahip olup olmadığına dair algısı” anlamına gelir (Hines vd., 1987: 4). Kontrol odağı, kişinin inançlarını ve çevre sorunları üzerinde kontrol eksikliği gibi duygularını en iyi açıklayan kavram olarak görülmektedir. Yani kişinin yapmış olduğu eylemlerin sonuçları üzerinde sahip olduğu kontrol duygusudur (Rotter 1966). Kontrol odağı ile çevresel davranış üzerine yapılan çalışmalar bu iki kavramın arasındaki bağlantıyı ortaya koymuştur (Alp vd., 2008; Hines vd., 1986; Hwang vd., 2000; McCarty ve Shrum 2001). Çalışmanın sonuçları incelediğinde garsonların tek başlarına da olsa çevre için fark yaratabilecekleri ve bu konuda alınacak kararlarda etkili bir rol oynayacaklarına olan inançları oldukça yüksektir. Dolayısıyla kontrol odağının atık gıda azaltma niyetini etkilediği sonucuna

ulaşılmıştır. Literatür incelemesi yapıldığında kontrol odağının atık gıda azaltma niyetine etkisini vurgulayan bir çalışmaya rastlanılmamıştır.

Kontrol odağı ile atık gıda azaltma niyeti arasındaki ilişkide suçluluk duygusunun etkisi tartışılabilir. Suçluluk duygusu yüksek olan garsonlar atık gıda oluşumunda ve aşamalarında etkilerinin olduğunu düşünmektedir. Bununla birlikte oluşan atık gıdanın sebep ve sonuçlarını her ne kadar müşteri, mutfak ya da yönetim ekibinde bulsalar dahi kendi etkilerinin de farkındadırlar. Garsonların, kendi davranışlarının restoranlarda oluşan atık gıda üzerinde olumlu-olumsuz etkilerinin olduğunu bilmeleri ve müşterilerin siparişlerini yönetebilmeleri kontrol duygusuna hizmet etmektedir. Yani garsonların tek başlarına da olsa çevre için fark yaratabileceklerine ve bu konuda alınacak kararlarda etkili bir rol oynayacaklarına olan inançları oldukça yüksektir. Bu farkındalık atık gıdadan dolayı hissedilen suçluluğa sebep olabilir. Bu durum, kontrol odağının atık gıda azaltma niyetine etkisini açıklayabilir.

Araştırma tasarımında sunulan dört hipotezin üçü kabul edilmiştir. Araştırma tasarımında oluşturulan H3 hipotezi “Çevresel kimlik atık gıda azaltma niyetini pozitif yönde etkilemektedir” kabul edilmiştir. Çevresel kimlik diğer değişkenlere oranla atık gıda azaltma niyeti ile arasında en yüksek ilişkili değişkendir. Yani çevresel kimliği yüksek olanların atık gıda azaltma niyeti artmaktadır. Bu bulgu Gatersleben vd. (2014: 388-389)’in çalışmasında kimliğin, çevre dostu davranma niyeti ile önemli derecede ilişkili olduğu sonucuyla desteklenmektedir. Başka çalışmalarda da, kendisini çevre dostu olarak gören kişilerin çevresel kimliklerinin yüksek olduğu ve bu kişilerin çevre yanlısı davranışlarda bulunma olasılıklarının çevresel kimliği düşük olanlara göre daha fazla olduğu görülmüştür (Van der Werff vd., 2013: 1258; Stets ve Biga, 2003: 417). Atık, ulaşım ve satın alma gibi çevre yanlısı davranışların, kişinin kendisini ne ölçüde çevre dostu olarak gördüğüyle ilgili olduğu vurgulanmaktadır (Gatersleben vd., 2014: 376; Whitmarsh ve O’Neill 2010: 311; Bannon vd., 2007; Chaiken ve Baldwin, 1981; Van der Werff vd., 2013b, 2013). Çevresel endişenin kişinin kimlik duygusuna dahil edilmesi kalıcı çevre yanlısı davranışlar için önemli bir rol oynayıcıdır (Whitmarsh ve O’Neill 2010; Lacasse 2016).

Çalışmanın bir diğer hipotezi olan H4 “Suçluluk atık gıda azaltma niyetini pozitif yönde etkilemektedir” kabul edilmiştir. Suçluluk duygusu ile atık gıda azaltma niyeti arasındaki olumlu ilişki (Lyndhurst, 2007; Jagau ve Vyrastekova, 2017; Mondejar-Jimenez vd., 2016; Qi ve Roe, 2016; Principato vd., 2015; Soorani ve Ahmadvand, 2019) beklendiği gibi garsonlar üzerinde de bulunarak mevcut çalışmanın literatüre katkısı olarak sunulmaktadır. Atık gıda bir endişe kaynağı olarak görüldüğünde ortaya çıkacak suçluluk

duygusu tüketiciyi atık gıdayı azaltmaya yönelik düzeltici ve çevre dostu bir davranışa motive etmektedir (Qi ve Roe, 2016). Söz konusu suçluluk duygusu garsonlarda müşterilerin porsiyon ve yemeğin içeriği konusunda bilgilendirmediklerinde ortaya çıkmıştır. Çünkü porsiyon ve yemeğin içeriği konusunda bilgi sahibi olmayan müşteriler tarafından sorumsuz sipariş davranışları sergilenebilir. Garson tarafından bilgilendirilen ve porsiyon hakkında bilgi sahibi olan müşteri ihtiyaç fazlası sipariş vermekten kaçınabilir ve açlık durumuna göre sipariş vererek atık gıda miktarını azaltılabilir. Aynı şekilde yemeğin içeriği hakkındaki bilgi müşterilerin yemek zevklerine göre sipariş vermelerini sağlayacak ve yemeğin tadından dolayı oluşacak atık miktarını azaltmada etkili olacaktır. Dolayısıyla garson müdahaleleri müşterilerin aşırı sipariş verme davranışı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (Yu vd., 2021: 8). Yapılan çalışmalarda garsonlar müşterilere yarım veya küçük porsiyon seçenekleri sunup müşterilerin yiyecekleri kadarını sipariş etmelerini sağlayarak atık gıda miktarını azaltmada önemli potansiyele sahiptirler (Mabaso ve Hewson, 2018: 12; Sirieix vd., 2017: 157). Çalışma sonuçlarının ve sunulan literatür bulgularının da desteklediği gibi garson davranışlarındaki değişiklik atık gıda azaltma konusunda önemli rol oynamaktadır. Atık gıda oluşumunda etkili diğer taraflarda suçluluk duygusunun bir başka atık azaltıcı etken olduğu çalışma literatüründe sunulmuştur. Bu nedenle atık gıda azaltma müdahalelerinde suçluluk duygusunun kullanılması etkili olabilir (Qi ve Roe, 2016). Mevcut araştırmada bulunan garsonlardaki suçluluk duygusu atık gıda azaltma politikalarında etkili bir araç olma potansiyeli taşımaktadır.

Bilgi, tüketicilerin karar verme süreçlerinde oldukça önemlidir (Park vd., 1994). Araştırmacılar, çevre hakkında bilgi sahibi olunmasının davranışlarda değişikliklere neden olduğunu savunmaktadırlar (Hwang vd., 2000: 20). Örneğin, atık gıdanın çevresel etkilerinin bilinmesi atık gıda azaltma niyetini etkilemektedir (Bar, 2007; Visschers vd., 2016). Atık gıda konusunda bilgi düzeyinin yüksek olması atık gıda azaltma niyetine ve çevre yanlısı davranışlara yöneltmektedir (Filimonau vd., 2020: 20). Literatürden elde edilen bilgiler doğrultusunda atık gıda bilgi düzeyinin atık gıda azaltma niyetini etkilemesi beklenmekteydi. Ancak mevcut çalışmanın H1 “Garsonların atık gıda azaltma niyetini pozitif yönde etkilemektedir” hipotezi kabul edilmemiştir. Çalışma bulgularına bakıldığında, garsonların restoranlar ve müşteriler tarafından oluşturulan atık gıda miktarı hakkında bilgi sahibi oldukları ve dolayısıyla garsonların atık gıda bilgisinin yüksek olduğu görülmektedir. Fakat bu bilgi düzeyinin yüksek olması garsonların atık gıda azaltma niyetini etkilememiştir. Bu durum garsonların restoranlarda oluşan atık gıdada sorumluluğun sadece kendilerine ait olmadığı, bu sorumluluğun mutfak ekibi, yönetim ve müşteriler gibi paydaşlar tarafından

paylaşılması gerektiğini düşünmesi ile ilişkili olabilir. H1 hipotezinin kabul edilmemesinin sebebi olarak garsonların bu görüşünün etkili olduğu düşünülmektedir.



SONUÇ

Atık gıdanın azaltılması, gelecekte daha yaşanabilir bir hayat ve gıdaya ulaşım için çok büyük önem taşımaktadır. Mevcut çalışmada, müşterilerin oluşturduğu atık gıdaya ilişkin garsonların duyduğu suçluluk duygusu keşfedilmiş ve garsonların atık gıda azaltma niyetine, çevresel kimlik, suçluluk, kontrol odağı ve garsonların atık gıda bilgisi değişkenlerinin etkisi araştırılmıştır. Söz konusu değişkenler arasında garsonların atık gıda bilgisi beklenenden farklı olarak atık gıda azaltma niyetine etki etmemektedir. Garsonların atık gıda bilgisinin yüksek olmasına rağmen atık gıda azaltma niyeti göstermemeleri iki çalışmanın da sonucu olarak sunulmuştur. Mevcut literatür bilgileri ile örtüşmeyen bu çıktının sebebi Çalışma 1'deki garsonlarla birebir görüşme yönteminin bir katkısı olarak sorumluluğun diğer paydaşlarda görülmesi olarak bulunmuştur. Garsonlar restoranlarda oluşan atık gıdanın sorumluluğunu mutfak ekibi, müşteriler ve yönetime yüklemektedirler. Bu bağlamda restoranlarda oluşan atık gıdanın herkes tarafından oluşturulduğunun farkına varılması gereklidir. Öncelikle yönetim tarafından atık gıda konusu önem arz etmeli ve atık gıda konusunun ciddi bir sorun olduğu anlaşılmalıdır. Yönetimin atık gıda konusundaki farkındalığı, bilgisi ve politikaları, garsonların atık gıda azaltma niyetinde etkili olabilir. Yönetim tarafından yapılacak farkındalık çalışmaları, çalışanların atık gıda konusunda eğitilmesini içeren politikalar geliştirilmelidir. Restoranlarda atık gıda sorunun sadece tek bir kişi veya departmanın sorumluluğunda olmadığı, konunun herkes tarafından ciddiye alınması gerektiği anlaşılmalıdır.

Çevresel kimlik perspektifinden incelendiğinde katılımcıların çevresel kimlikleri oldukça yüksek bulunmuş ve bunun bir etkisi olarak atık gıda azaltma niyetleri de yüksek sonuçlanmıştır. İnsanlar, çevreyle ilgili davranışları fark edildiğinde ve çevreci olarak etiketlendiklerini algıladıklarında, çevresel kimlik sayesinde daha fazla çevre yanlısı davranışlar sergilemektedir (Lacasse, 2016). Dolayısıyla yönetim garsonların çevre yanlısı davranışlarının farkına vararak, bu davranışları destekleyerek restoranlarda oluşacak atık gıda miktarını azaltabilir.

Mevcut çalışmanın bir diğer literatür katkısı ise kontrol odağının atık gıda azaltma niyetini etkilemesidir. Algılanan davranışsal kontrol değişkeni benzer bir değişken olarak tüketici niyetlerini etkilemektedir. Literatür incelendiğinde kontrol odağının atık gıda azaltma niyetine etkisini vurgulayan çalışmaya rastlanılmamıştır. Dolayısıyla kontrol odağı değişkeni atık gıda çalışmalarına araştırmacılar tarafından dahil edilebilir. Çalışma 1'in sonuçlarında görüldüğü gibi, özellikle hareket alanlarının kısıtlı olduğunu düşünen ve ellerinden geleni

yapsalar dahi bir değişiklik yaratabileceklerine inanmayan çalışanlar sorumluluk ve bunun sonucu olarak suçluluğu da kendilerinde bulmamışlardır. Çalışma 2'nin bulgularına göre kontrol odağı değişkeninin katılımcıların atık gıda azaltma niyetinde olumlu etkiye sahip olduğu görülmüştür. Bu bulgu garsonların gerçekten de evre için fark yaratabileceklerine olan inançlarını ortaya koymaktadır. Bunun için restoranlarda garsonlara fırsatlar verilebilir. Bu fırsatlara sahip garsonlar tüketicici profillerine göre porsiyon boyutlarında veya menülerde değişiklikler yapabilirler. Yine yönetim tarafından desteklenecek garsonlar kendilerinin yarattıkları etki ve kontrolün farkına varabilirler. Bu kontrol duygusuyla garsonlar, müşterilerin siparişlerini yönetebilirler. Kısaca garsonların kendi davranışlarının atık gıda üzerinde olumlu-olumsuz etki yarattığını bilmeleri kontrol duygusuna hizmet etmektedir. Garsonlarda görülen bu kontrol duygusu ve etkilerinin atık gıda yönetiminde önemli bir rol oynayıcı olarak literatür ve sektöre katkıda bulunması beklenmektedir.

Son olarak mevcut çalışmanın diğer önemli çıktısı suçluluğun atık gıda azaltma niyeti üzerindeki olumlu etkisidir. Beklendiği gibi çalışmaya katılan garsonların suçluluk duygusu yüksek bulunmuştur. Çalışma 1'de garsonlar restoranlarda müşteriler tarafından oluşturulan atık gıdalar sonucunda kendilerini suçlu hissetmişlerdir. Dolayısıyla her iki çalışmanın bulguları birbirini doğrulamaktadır. Garsonların porsiyon ve yemeğin içeriği konusunda müşterileri bilgilendirmemeleri duyulan suçluluğun ana kaynağıdır. Çalışma 1'in sonuçlarında sunulduğu gibi ihtiyaç fazlası verilen siparişler, porsiyon büyüklüğü ve yemeğin tadı gibi sorumsuz müşteri davranışlarından dolayı garsonlar rahatsızlıklarını dile getirmişlerdir. Yine alışma 1'in bir diğer önemli bulgusu da müşterilerin tabaklarında kalan artıklar sonucunda garsonların kendilerini suçlu hissetmeleridir. Kendisini suçlu hisseden garsonların atık gıda azaltma niyetleri de yüksektir. Buna göre müşterilerin porsiyon hakkında bilgilendirilmesinin ve menüde bulunan içerikler hakkında fikir sahibi olmasının sipariş davranışını etkilemesi beklenmektedir. Dolayısıyla alışma 2'de garsonların porsiyon büyüklüğünden kaynaklı oluşan bir atıkta suçluluk hissetmesi tesadüfi değildir. Tüm bu sonuçlar doğrultusunda müşterilerin oluşturduğu atık konusunda garsonların hissettiği suçluluk duygusunun varlığı önemlidir. Suçluluk duygusunun atık gıda azaltma politikalarındaki işlevselliği ve garsonların atık gıda oluşum zincirindeki rolü düşünüldüğü zaman söz konusu bulgunun literatüre katkı sağlayacağı kadar sektöre de yol göstermesi beklenmektedir. Çalışma 1'de sıkça dile getirilmiş olan sorumsuz müşteri davranışları garsonların suçluluk duygularını etkilemiştir. Bu alışma ile müşterilerin sorumsuz davranışlarına yapılacak müdahaleler çalışma 1'in orijinal çıktısı olan tecrübe ile doğrudan ilişkilidir. Çünkü tecrübe sahibi garsonlar, müşteri profillerini hızlıca anlayarak doğru miktarda yemek tayin edebilirler. Dolayısıyla garson müdahalelerinin atık gıda azaltma davranışlarında oldukça önemli olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra menü planlamasının iyi yapılması müşterilerin yemekler hakkında bilgi edinmeleri açısından oldukça etkilidir. Bu

menülerde yemeklerin gramajları, içerikleri ve kalori hesabı gibi bilgilerin yer alması sonucunda müşteriler kendi yiyebilecekleri miktarı kolaylıkla hesaplayabilir.

Araştırmanın Sınırlılıkları ve Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler

Mevcut araştırma Avustralya'nın Queensland eyaleti bağlamına özeldir. Dolayısıyla Avustralya geneline genelleştirilemez. Çalışma örneklemini, lüks restoran, restoran ve kafe çalışanlarından oluşmaktadır. Dolayısıyla gelecekte yapılacak çalışmalarda tek bir restoran türü çalışanlarına odaklanabilir. Çalışmaya katılan garsonlar farklı kültürlerle sahiptirler ve çalışmanın bulguları Avustralya kültürüne genelleştirilemez. Gelecek çalışmalarda sadece Avustralya vatandaşı olan garsonlardan veri toplanabilir. Gelecek çalışmalarda, deneysel tasarımla suçluluk duygusunu etkileyen faktörlerin kontrol altına alınması ve en önemli faktörlerin manipülasyonu ile suçluluk duygusunun atık gıda azaltma niyetine etkisi ortaya koyulabilir.

Sektör Önerileri

Atık gıdanın oluşumunda üretimden tüketiciye ulaşmasına kadar geçilen aşamalarda birçok tarafın etkisinin olduğu bilinmektedir. Özellikle yönetim tarafından yapılacak olan müdahaleler garsonlar tarafından önemli görülmektedir. Personele verilecek eğitimler, atık gıdanın azaltılmasına yönelik uygulamalar, restoran içerisinde çalışan tüm personele yüklenecek görevler atık gıda azaltma çalışmalarında etkili olabilir. Müşteriler perspektifinde ise, atık gıdanın olumsuz etkilerine dikkat çeken menüler oluşturulmalıdır. Tabagında artık bırakan müşterilere artıkları paket servis olarak almaları için ödüllendirici uygulamalar yapılarak atık gıda miktarı azaltılabilir. Dolayısıyla tüm bu süreçlere şahit olan garsonların atık gıda azaltmada sorumluluğun herkeste olduğunu bilmesi atık gıda azaltma niyetleri arttırılabilir.

Çevresel sorunlara yönelik farkındalıkların arttırılması, atık gıda miktarını önlemek için alınacak önlemler ve uygulanacak politikalar, çalışanların atık gıda azaltma niyetini daha da attırarak atık gıda miktarını azaltabilir. Atık gıdanın olumsuz çevresel etkilerini vurgulayan kampanyaların yapılması ve çevre dostu uygulamalarla garsonların çevresel kimlikleri harekete geçirilebilir.

Suçluluk duygusunun atık gıda azaltma üzerindeki etkisi garsonların eğitilmesinde ve müşteri ile ilişkilerinde kullanılması oldukça önemli değişikliklere yol açabilir. Suçluluk duygusunun tetikleyici bir unsur olarak kullanıldığı bilinmektedir. Aynı amaçla garsonların endüstri içerisinde bu tetikleyici unsurla rol almaları atık gıda azaltma politikalarında kullanılmalıdır. Garsonların restorana gelen müşteriye menü hakkında, yemeklerin

porsiyonları ve içerikleri konusunda bilgilendirme yapmadıklarında suçluluk duygusu hissetmesinden sonra, bireye bu duygu durumundan uzaklaşmak için yapacağı telafi edici davranışlar sunulabilir. Burada yapılacak olan bilgilendirme sonucunda müşterilerin sipariş davranışları etkilenebilir. Tüm bu önlemler, firmaları büyük atık gıda maliyetlerinden kurtaracağı gibi dünyanın maruz bırakıldığı zararları da önlemede katkı sağlayacaktır.



KAYNAKÇA

- Aamir, M., Ahmad, H., Javaid, Q. ve Hasan, S. M. (2018). Waste Not, Want Not: A Case Study on Food Waste in Restaurants of Lahore, Pakistan. *Journal of Food Products Marketing*, 24(5), 591–610. doi:10.1080/10454446.2018.1472695
- Akkerman, R. ve Van Donk, D. P. (2016). Prevention of Food Waste in Restaurants, Hotels, Canteens and Catering. *Waste Management* (C. 33). <http://dx.doi.org/10.1016/j.procir.2016.01.138><http://dx.doi.org/10.1016/j.rser.2013.06.016><http://dx.doi.org/10.1016/j.foodpol.2011.09.003><http://dx.doi.org/10.1016/j.wasman.2015.09.010><http://dx.doi.org/10.1016/j.wasman.2016.12.027><http://dx.doi.org/10.1016/j.wasman.2016.12.027> adresinden erişildi.
- Alp, E., Ertepinar, H., Tekkaya, C. ve Yılmaz, A. (2008). A Survey on Turkish Elementary School Students' Environmental Friendly Behaviours and Associated Variables. *Environmental Education Research*, 14, 129-143.
- Aschemann-Witzel, J., De Hooge, I.E., Rohm, H., Normann, A., Bossle, M.B., Grønhøj, A. ve Oostindjer, M. (2017). Key Characteristics and Success Factors of Supply Chain Initiatives Tackling Consumer-related Food Waste—A Multiple Case Study. *Journal of Cleaner Production*, 155, 33–45.
- Balaji, M. ve Arshinder, K. (2016). Modeling the Causes of Food Wastage in Indian Perishable Food Supply Chain. *Resources, Conservation and Recycling*, 114, 153–167. doi:10.1016/j.resconrec.2016.07.016
- Bannon, B., DeBell, M., Krosnick, J. A., Kopp, R. ve Aldhous, P. (2007). Americans' Evaluations of Policies to Reduce Greenhouse Gas Emissions. Stanford, CA: Stanford University.
- Barr, S., (2007). Factors Influencing Environmental Attitudes and Behaviours: A U.K Case Study of Household Waste Management. *Environment and Behavior*, 39(4), 435–473.
- Bedford, T., Collingwood, P., Darnton, A., Evans, D., Gatersleben, B., Abrahamse, W. ve Jackson, T. (2011). Guilt: An Effective Motivator for Pro-Environmental Behaviour Change? *Resolve Working Paper*, 7(11), 1–24.
- Beretta, C., Stoessel, F., Baier, U. ve Hellweg, S. (2013). Quantifying Food Losses and the Potential for Reduction in Switzerland. *Waste Management*, 33(3), 764–773. doi:10.1016/j.wasman.2012.11.007
- Betz, A., Buchli, J., Göbel, C. ve Müller, C. (2015). Food Waste in the Swiss Food Service

- Industry - Magnitude and Potential for Reduction. *Waste Management*, 35, 218–226. doi:10.1016/j.wasman.2014.09.015
- Bharucha, J. (2018). Tackling the Challenges of Reducing and Managing Food Waste in Mumbai Restaurants. *British Food Journal*, 120(3), 639–649.
- Biddle, B. J., Bank, B. J. ve Slavings, R. L. (1987). Norms, Preferences, Identities and Retention Decisions. *Social Psychology Quarterly*, 50(4), 322. doi:10.2307/2786817
- Blakeney, M. (2019). *Food loss and food waste: Causes and solutions*. doi:10.4337/9781788975391
- Burke, P. J. (1980). The Self: Measurement Requirements From an Interactionist Perspective. *Social Psychology Quarterly*, 43(1), 18. doi:10.2307/3033745
- Buzby, J.C., Hyman, J., Stewart, H. ve Wells, H.F. (2011). The Value of Retail-and Consumer- Level Fruit and Vegetable Losses in the United States. *Journal of Consumer Affairs*, 45(3), 492–515.
- Büyüköztürk Ş. (2011). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara, Pegem Akademi.
- Chaiken, S. ve Baldwin, M. W. (1981). Affective-Cognitive Consistency and the Effect of Salient Behavioral Information on the Self-Perception of Attitudes. *Journal of Personality and Social Pyschology*, 41, 1-12. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.41.1.1>.
- Chang, Y. Y. C. (2021). All You Can Eat or All You Can Waste? Effects of Alternate Serving Styles and Inducements on Food Waste in Buffet Restaurants. *Current Issues in Tourism*, 0(0), 1–18. doi:10.1080/13683500.2020.1870939
- Charlebois, S., Creedy, A. ve Von Massow, M. (2015). “Back of House” – Focused Study on Food Waste in Fine Dining: The Case of Delish Restaurants. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 9(3), 278–291. doi:10.1108/IJCTHR-12-2014-0100
- Chiou, J. S., Droge, C. ve Hanvanich, S. (2002). Does Customer Knowledge Affect How Loyalty is Formed?. *Journal of Servise Research*, 5(2), 113-124.
- Christensen, P. N., Rothgerber, H., Wood, W. ve Matz, D. C. (2004). Social Norms and Identity Relevance: A Motivational Approach to Normative Behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30(10), 1295–1309. doi:10.1177/0146167204264480
- Coldiretti, (2017). *Consumi. Coldiretti, 6 Italiani su 10 tagliano sprechi nel 2016*.
- Coşkun, A. ve Filimonau, V. (2021). ‘I Waste Food But This is Not My Fault!’: Exploring the Drivers of Plate Waste in Food Services of Turkey Through the Prism of Neutralisation Theory’. *Journal of Cleaner Production*, 329(October).

doi:10.1016/j.jclepro.2021.129695

- Creswell, J. W. (2009). *Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (3.).
- Creswell, J.W. ve Creswell, J.D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage, USA.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient Alpha and the Internal Structure of Tests. *Psychometrika*, 16(3), 297–334. doi:10.1007/BF02310555
- Dawes, J. (2008). Do Data Characteristics Change According to the Number of Scale Points Used? An Experiment Using 5-Point, 7-Point and 10-Point Scales. *International Journal of Market Research*, 50 (1), 61–104.
- Dhir, A., Talwar, S., Kaur, P. ve Malibari, A. (2020). Food Waste in Hospitality and Food Services: A Systematic Literature Review and Framework Development Approach. *Journal of Cleaner Production*, 270, 122861. doi:10.1016/j.jclepro.2020.122861
- Domalewska, D. (2021). A Longitudinal Analysis of the Creation of Environmental Identity and Attitudes Towards Energy Sustainability Using the Framework of Identity Theory and Big Data Analysis. *Energies*, 14(3), 647. doi:10.3390/en14030647
- Durmuş, B., Yurtkoru, S. E. ve Çinko, M. (2018). *Sosyal Bilimlerde SPSS’le Veri Analizi*. Beta Yayınları, İstanbul.
- Eby, B., Carrico, A. R. ve Truelove, H. B. (2019). The Influence of Environmental Identity Labeling on the Uptake of Pro-Environmental Behaviors. *Climatic Change*, 155(4), 563–580. doi:10.1007/s10584-019-02501-x
- Elmore, K., Smith, G. ve Oyserman, D. (2018). *Self, self-concept, and identity*, (May).
- Eriksson, M. (2015). *Supermarket Food Waste: Prevention and management with the focus on reduced waste for reduced carbon footprint*, 2015(119). http://pub.epsilon.slu.se/12756/1/Eriksson_m_151029.pdf adresinden erişildi.
- Eriksson, M., Ghosh, R., Mattsson, L. ve Ismatov, A. (2017). Take-Back Agreements in the Perspective of Food Waste Generation at the Supplier-Retailer Interface. *Resources, Conservation and Recycling*, 122, 83–93. doi:10.1016/j.resconrec.2017.02.006
- Eriksson, M., Lindgren, S. ve Persson Osowski, C. (2018). Mapping of Food Waste Quantification Methodologies in the Food Services of Swedish Municipalities. *Resources, Conservation and Recycling*, 137(June), 191–199. doi:10.1016/j.resconrec.2018.06.013
- Eriksson, M., Persson Osowski, C., Malefors, C., Björkman, J. ve Eriksson, E. (2017). Quantification of Food Waste in Public Catering Services – A Case Study from a Swedish Municipality. *Waste Management*, 61, 415–422.

doi:10.1016/j.wasman.2017.01.035

- Falasconi, L., Vittuari, M., Politano, A. ve Segrè, A. (2015). Food Waste in School Catering: An Italian Case Study. *Sustainability (Switzerland)*, 7(11), 14745–14760. doi:10.3390/su71114745
- FAO, (2011). *Global Food Losses and Food Waste: Extent, Causes and Prevention*. Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome.
- Ferreira, M., Martins, M. L. ve Rocha, A. (2013). Food Waste as an Index of Food Service Quality. *British Food Journal*, 115(11), 1628–1637. doi:10.1108/BFJ-03-2012-0051
- Fielding, K. S. ve Head, B. W. (2012). Determinants of Young Australians' Environmental Actions: The Role of Responsibility Attributions, Locus of Control, Knowledge and Attitudes. *Environmental Education Research*, 18(2), 171–186. doi:10.1080/13504622.2011.592936
- Filimonau, V., Coşkun, A., Derqui, B. ve Matute, J. (2021). Restaurant Management and Food Waste Reduction: Factors Affecting Attitudes and Intentions in Restaurants of Spain. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. doi:10.1108/ijchm-07-2021-0899
- Filimonau, V. ve De Coteau, D. A. (2019). Food Waste Management in Hospitality Operations: A Critical Review. *Tourism Management*, 71(October 2018), 234–245. doi:10.1016/j.tourman.2018.10.009
- Filimonau, V., Fidan, H., Alexieva, I., Dragoev, S. ve Marinova, D. D. (2019). Restaurant Food Waste and the Determinants of Its Effective Management in Bulgaria: An Exploratory Case Study of Restaurants in Plovdiv. *Tourism Management Perspectives*, 32(April). doi:10.1016/j.tmp.2019.100577
- Filimonau, V., Matute, J., Kubal-Czerwińska, M., Krzesiwo, K. ve Mika, M. (2020). The Determinants of Consumer Engagement in Restaurant Food Waste Mitigation in Poland: An Exploratory Study. *Journal of Cleaner Production*, 247, 119105. doi:10.1016/j.jclepro.2019.119105
- Filimonau, V., Todorova, E., Mzembe, A., Sauer, L. ve Yankholmes, A. (2020). A Comparative Study of Food Waste Management in Full Service Restaurants of the United Kingdom and the Netherlands. *Journal of Cleaner Production*, 258, 120775. doi:10.1016/j.jclepro.2020.120775
- Filimonau, V., Zhang, H. ve Wang, L. E. (2020). Food Waste Management in Shanghai Full-Service Restaurants: A Senior Managers' Perspective. *Journal of Cleaner Production*, 258, 120975. doi:10.1016/j.jclepro.2020.120975

- Fishbein, M. ve Ajzen, I. (1977). Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research. *Philosophy and Rhetoric*, 10(2).
- Fransson, N. ve Garling, T. (1999). Environmental Concern: Conceptual Definitions, Measurement Methods, and Research Findings. *Journal of Environmental Psychology*, 19(4), 369-382.
- FWRA. (2016). *Fall 2016 Analysis of U.S. Food Waste Among Food Manufacturers, Retailers, and Restaurants*, 1–51.
- Garrone, P., Melacini, M. ve Perego, A. (2014). Opening the Black Box of Food Waste Reduction. *Journal Of Food Policy*, 46(2014), 129–139. doi:10.1016/j.foodpol.2014.03.014
- Gatersleben, B., Murtagh, N. ve Abrahamse, W. (2014). Values, Identity and Pro-Environmental Behaviour. *Contemporary Social Science*, 9(4), 374–392. doi:10.1080/21582041.2012.682086
- Gatersleben, B., Murtagh, N., Cherry, M. ve Watkins, M. (2019). Moral, Wasteful, Frugal, or Thrifty? Identifying Consumer Identities to Understand and Manage Pro-Environmental Behavior. *Environment and Behavior*, 51(1), 24–49. doi:10.1177/0013916517733782
- Gezmen-Karadağ, M., Türközü, D., Gezmen-karada, M. ve Türközü, D. (2018). Consumers' Opinions and Use of Food Labels, Nutrition, and Health Claims: Results from Turkey. *Journal of Food Products Marketing*, 24(3), 280–296. doi:10.1080/10454446.2017.1266558
- Goh, E. ve Jie, F. (2019). To Waste or Not to Waste: Exploring Motivational Factors of Generation Z Hospitality Employees Towards Food Wastage in the Hospitality Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 80(January 2019), 126–135. doi:10.1016/j.ijhm.2019.02.005
- Graham-Rowe, E., Jessop, D. C. ve Sparks, P. (2014). Identifying Motivations and Barriers to Minimising Household Food Waste. *Resources, Conservation and Recycling*, 84, 15–23. doi:10.1016/j.resconrec.2013.12.005
- Ghani, W. A.W. A. K., Rusli, I. F., Biak, D. R. A. ve Idris, A. 2013. An Application of the Theory of Planned Behaviour to Study the Influencing Factors of Participation in Source Separation of Food Waste. *Waste Management*, 33 (5), 1276–1281.
- Hair, J., Black, W., Babin, B. ve Anderson, R. (2018). *Multivariate Data Analysis Joseph F. Hair Jr. William C. Black Eight Edition*.
- Halloran, A., Clement, J., Kornum, N., Bucatariu, C. ve Magid, J. (2014). Addressing Food

- Waste Reduction in Denmark. *Journal of Food Policy*, 49(2014), 294–301. doi:10.1016/j.foodpol.2014.09.005
- Hamerman, E. J., Rudell, F. ve Martins, C. M. (2018). Factors that Predict Taking Restaurant Leftovers: Strategies for Reducing Food Waste. *Journal of Consumer Behaviour*, 17(1), 94–104. doi:10.1002/cb.1700
- Heikkilä, L., Reinikainen, A., Katajajuuri, J. M., Silvennoinen, K. ve Hartikainen, H. (2016). Elements Affecting Food Waste in the Food Service Sector. *Waste Management*, 56, 446–453. doi:10.1016/j.wasman.2016.06.019
- Hines, J. M., Hungerford, H. R. ve Tomera, A. N. (1987). Analysis and Synthesis of Research on Responsible Environmental Behavior: A Meta-Analysis. *Journal of Environmental Education*, 18(2), 1–8. doi:10.1080/00958964.1987.9943482
- Ho, R. (2006). *Handbook of Univariate and Multivariate Data Analysis and Interpretation with SPSS-Chapman and Hall/CRC*.
- Hodges, R. J., Buzby, J. C. ve Bennett, B. (2011). Postharvest Losses and Waste in Developed and Less Developed Countries: Opportunities to Improve Resource Use. *Journal of Agricultural Science*, 149(S1), 37–45. doi:10.1017/S0021859610000936
- Hogg, M. A., Terry, D. J. ve White, K. M. (1995). A Tale of Two Theories: A Critical Comparison of Identity Theory with Social Identity Theory. *Social Psychology Quarterly*, 58(4), 255. doi:10.2307/2787127
- Howard, J. A. (2000). Social Psychology of identities. *Annual Review of Sociology*, 26(1), 367-393.
- Huang, C. H., Liu, S. M. ve Hsu, N. Y. (2020). Understanding Global Food Surplus and Food Waste to Tackle Economic and Environmental Sustainability. *Sustainability (Switzerland)*, 12(7), 1–18. doi:10.3390/su12072892
- Hwang, Y. H., Kim, S. I. ve Jeng, J. M. (2000). Examining the Casual Relationship Among Selected Antecedents of Responsible Environmental Behaviour. *The Journal of Environmental Education*, 31(4), 19-25.
- Jagau, H. L. ve Vyrastekova, J. (2017). Behavioral Approach to Food Waste: An Experiment. *British Food Journal*, 119(4), 882–894. doi:10.1108/BFJ-05-2016-0213
- James, W. (1890). *The Principles of Psychology Table of Contents*, 4004.
- Jeger, M., Ham, M. ve Leko, V. (2014). Attitudes Toward Green Food Purchase Among Students: Evidence From Eastern Croatia. In *3rd International Scientific Symposium Economy of Eastern Croatia-Vision and Growth*, 354–363.
- Jones, G. R. (2013). *Organizational Theory, Design, and Change*. Pearson, Upper Saddle

River, NJ.

- Juvan, E., Grün, B. ve Dolnicar, S. (2017). Biting off More Than They Can Chew: Food Waste at Hotel Breakfast Buffets. *Journal of Travel Research*, 57(2), 232–242. doi:10.1177/0047287516688321
- Kasavan, S., Mohamed, A. F. ve Abdul Halim, S. (2019). Drivers of Food Waste Generation: Case Study of Island-Based Hotels in Langkawi, Malaysia. *Waste Management*, 91, 72–79. doi:10.1016/j.wasman.2019.04.055
- Kashima, Y., Paladino, A. ve Margetts, E. A. (2014). Environmentalist Identity and Environmental Striving. *Journal of Environmental Psychology*, 38, 64–75. doi:10.1016/j.jenvp.2013.12.014
- Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS*. London: SAGE.
- Kosa, K. M., Cates, S. C., Karns, S., Godwin, S. L., Chambers, D. (2007). Consumer Knowledge and Use of Open Dates: Results of A Web-Based Survey. *Journal of Food Protection*, 70 (5), 1213–1219.
- Kuo, C. ve Shih, Y. (2016). Gender Differences in the Effects of Education and Coercion on Reducing Buffet Plate Waste. *Journal of Food Service Business Research*, 8020(May). doi:10.1080/15378020.2016.1175896
- Lacasse, K. (2016). Don't Be Satisfied, Identify! Strengthening Positive Ppillover by Connecting Pro-Environmental Behaviors to an "Environmental" Label. *Journal of Environmental Psychology*, 48, 149–158. doi:10.1016/j.jenvp.2016.09.006
- Li, D., Zhao, L., Ma, S., Shao, S. ve Zhang, L. (2019). What Influences an Individual's Pro-Environmental Behavior? A Literature Review. *Resources, Conservation and Recycling*, 146(November 2017), 28–34. doi:10.1016/j.resconrec.2019.03.024
- Lundqvist, J., De Fraiture, C. ve Molden, D. (2008). Saving Water: From Field to Fork Curbing Losses and Wastage in the Food Chain. SIWI Policy Brief. SIWI, 2008. *Stockholm International Water Institute*, 36. <http://www.siw.org/publications/>.
- Lusk, J. L., ve Ellison, B. (2013). Who is to Blame for the Rise in Obesity? *Appetite*, 68, 14–20.
- Luu, T. T. (2020). Reducing Food Waste Behavior Among Hospitality Employees Through Communication: Dual Mediation Paths. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(5), 1881–1904. doi:10.1108/IJCHM-09-2019-0779
- Mabaso, C. H. ve Hewson, D. S. (2018). Employees' Perceptions of Food Waste Management in Hotels. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(4), 1–15.
- Martin-Rios, C., Demen-Meier, C., Gössling, S. ve Cornuz, C. (2018). Food Waste

- Management Innovations in the Food Service Industry. *Waste Management*, 79, 196–206. doi:10.1016/j.wasman.2018.07.033
- Marshall, B., Cardon, P., Poddar, A. ve Fontenot, R. (2013). Does Sample Size Matter in Qualitative Research?: A Review of Qualitative Interviews in IS Research. *Journal of Computer Information Systems*, 54 (1), 11-22.
- McCarty, J. A. ve Shrum, L. J. (2001). The Influence of Individualism, Collectivism, and Locus of Control on Environmental Beliefs and Behavior. *Journal of Public Policy and Marketing*, 20(1), 93-104.
- McCray, S., Maunder, K., Barsha, L. ve Mackenzie-Shalders, K. (2018). Room Service in A Public Hospital Improves Nutritional Intake and Increases Patient Satisfaction While Decreasing Food Waste and Cost. *Journal of Human Nutrition and Dietetics*, 31(6), 734–741. doi:10.1111/jhn.12580
- Neff, R. A., Spiker, M. L. ve Truant, P. L. (2015). Wasted Food: U.S. Consumers' Reported Awareness, Attitudes, and Behaviors. *PloS ONE* 10 (6), e0127881.
- Nicolau, J. L., Guix, M., Hernandez-Maskivker, G. ve Molenkamp, N. (2020). Millennials' Willingness to Pay for Green Restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 90(September 2019), 102601. doi:10.1016/j.ijhm.2020.102601
- Nunkoo, R., Bhadain, M. ve Baboo, S. (2021). Household food Waste: Attitudes, Barriers and Motivations. *British Food Journal*. doi:10.1108/BFJ-03-2020-0195
- Okumus, B. (2019). How Do Hotels Manage Food Waste? Evidence from Hotels in Orlando, Florida. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 0(0), 1–19. doi:10.1080/19368623.2019.1618775
- Okumus, B., Taheri, B., Giritlioglu, I. ve Gannon, M. J. (2020). Tackling Food Waste in All-Inclusive Resort Hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 88(March 2019), 102543. doi:10.1016/j.ijhm.2020.102543
- Olavarria-key, N., Ding, A., Legendre, T. S. ve Min, J. (2021). International Journal of Hospitality Management Communication of Food Waste Messages: The Effects of Communication Modality, Presentation Order, and Mindfulness on Food Waste Reduction Intention. *International Journal of Hospitality Management*, 96(April), 102962. doi:10.1016/j.ijhm.2021.102962
- Otten, J., Getts, K., Diedrich, S. ve Benson, C. (2018). Commercial and Anti-Hunger Sector Views on Local Government Strategies for Helping to Manage Food Waste. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, 8(October), 55–72. doi:10.5304/jafscd.2018.08b.002

- Oyserman, D. (2001). *Self-Concept and Identity*. In A. Tesser ve N. Schwarz, *The Blackwell Handbook of Social Psychology*, 499–517.
- Oyserman, D. (2009). Identity-Based Motivation: Implications for Action-Readiness, Procedural-Readiness, and Consumer Behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 19(3), 250–260. doi:10.1016/j.jcps.2009.05.008
- Painter, K., Thondhlana, G. ve Kua, H.W. (2016). *Food Waste Generation and Potential Interventions at Rhodes University*, South Africa. Waste Management.
- Papargyropoulou, E., Lozano, R., K. Steinberger, J., Wright, N. ve Ujang, Z. Bin. (2014). The Food Waste Hierarchy as A Framework for the Management of Food Surplus and Food Waste. *Journal of Cleaner Production*, 76, 106–115. doi:10.1016/j.jclepro.2014.04.020
- Papargyropoulou, E., Wright, N., Lozano, R., Steinberger, J., Padfield, R. ve Ujang, Z. (2016). Conceptual Framework for the Study of Food Waste Generation and Prevention in the Hospitality Sector. *Waste Management*, 49, 326–336. doi:10.1016/j.wasman.2016.01.017
- Parfitt, J., Eatherley, D., Hawkins, R. Ve Prowse, G. (2013). *Waste in the UK Hospitality and Food Service Sector (Technical Report No. HFS001-00 6)*. Waste and Resources Action Programme (WRAP), U.K.
- Parfitt, J., Barthel, M. ve MacNaughton, S. (2010). Food Waste Within Food Supply Chains: Quantification and Potential for Change to 2050. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 365(1554), 3065–3081. doi:10.1098/rstb.2010.0126
- Park, C. W., Mothersbaugh, D. L. ve Feick, L. (1994). Consumer Knowledge Assessment. *Journal of Consumer Research*, 21(1), 71-82.
- Pearson, D., Minehan, M. ve Wakefield-Rann, R. (2013). Food Waste in Australian Households: Why Does it Occur? *Austr. Pacif. J. Reg. Food Stud.* 3, 118–132.
- Pearson, D. ve Perera, A. (2018). Reducing Food Waste: A Practitioner Guide Identifying Requirements for An Integrated Social Marketing Communication Campaign. *Social Marketing Quarterly*, 24(1), 45-57.
- Pinstrup-Andersen, P. (2009). Food Security: Definition and Measurement. *Food Security*, 1(1), 5–7. doi:10.1007/s12571-008-0002-y
- Pirani, S. I. ve Arafat, H. A. (2015). Reduction of Food Waste Generation in the Hospitality Industry. *Journal of Cleaner Production*. doi:10.1016/j.jclepro.2015.07.146
- Pirani, S. I., and Arafat, H. A. (2014). Solid Waste Management in the Hospitality Industry: A

- Review. *Journal of Environmental Management*, 146, 320–336. doi:10.1016/j.jenvman.2014.07.038
- Porter, S. D., Reay, D. S., Higgins, P. ve Bomberg, E. (2016). A Half-Century of Production-Phase Greenhouse Gas Emissions from Food Loss and Waste in the Global Food Supply Chain. *Science of the Total Environment*, 571, 721–729.
- Principato, L., Pratesi, C. A. ve Secondi, L. (2018). Towards Zero Waste: An Exploratory Study on Restaurant Managers. *International Journal of Hospitality Management*, 74(July 2017), 130–137. doi:10.1016/j.ijhm.2018.02.022
- Principato, L., Secondi, L. ve Pratesi, C. A. (2015). Reducing Food Waste: An Investigation on the Behavior of Italian Youths. *British Food Journal*, 117(2), 731–748. doi:10.1108/BFJ-10-2013-0314
- Qi, D. ve Roe, B. E. (2016). Household Food Waste: Multivariate Regression and Principal Components Analyses of Awareness and Attitudes Among U.S. Consumers. *PLOS ONE*, 11(7), 1–19. doi:10.1371/journal.pone.0159250
- Quested, T. E., Marsh, E., Stunell, D. ve Parry, A. D. (2013). Spaghetti Soup: The Complex World of Food Waste Behaviours. *Resources, Conservation and Recycling*, 79, 43–51. doi:10.1016/j.resconrec.2013.04.011
- Reed, A., Forehand, M. R., Puntoni, S. ve Warlop, L. (2012). Identity-Based Consumer behavior. *International Journal of Research in Marketing*, 29(4), 310–321. doi:10.1016/j.ijresmar.2012.08.002
- Reynolds, C. J., Piantadosi, J. ve Boland, J. (2015). Rescuing Food from the Organics Waste Stream to Feed the Food Insecure: An Economic and Environmental Assessment of Australian Food Rescue Operations Using Environmentally Extended waste Input-Output Analysis. *Sustainability (Switzerland)*, 7(4), 4707–4726. doi:10.3390/su7044707
- Robinson, J. P., Shaver, P. R. ve Wrightsman, L. S. (1991). Criteria for Scale Selection and Evaluation. In *Measures of Personality and Social Psychological Attitudes*.
- Rotter, J. B. (1966). Generalized Expectancies for Internal Versus External Control of Reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), 1.
- Sakaguchi, L., Pak, N. ve Potts, M. D. (2018). Tackling the Issue of Food Waste in Restaurants: Options for Measurement Method, Reduction and Behavioral Change. *Journal of Cleaner Production*, 180, 430–436. doi:10.1016/j.jclepro.2017.12.136
- Secondi, L., Principato, L. ve Laureti, T. (2015). Household Food Waste Behaviour in EU-27 Countries: A Multilevel Analysis. *Food Policy* 56, 25–40.

- Schanes, K., Dobernig, K. ve Burcu, G. (2018). Food Waste Matters - A Systematic Review of Household Food Waste Practices and Their Policy Implications, *182*, 978–991. doi:10.1016/j.jclepro.2018.02.030
- Schneider, F. (2013). Review of Food Waste Prevention on An International Level. *Proceedings of Institution of Civil Engineers: Waste and Resource Management*, *166*(4), 187–203. doi:10.1680/warm.13.00016
- Schoefer, K. ve Ennew, C. (2005). The Impact of Perceived Justice on Consumer's Emotional Responses to Service Complaint Experiences. *J. Serv. Mark.*, *19*(5), 261-270.
- Schultz, P. (2002). Inclusion with Nature: The Psychology of Human-Nature Relations. In *Psychology of Sustainable Development*, 61-78.
- Schweper Jr, C. H. ve Cornwell, T. B. (1991). An Examination of Ecologically Concerned Consumers and Their Intention to Purchase Ecologically Packaged Products. *Journal of Public Policy and Marketing*, *10*(2), 77-101.
- Sireix, L. ve Le Borgne, G. (2016). Consumer's Concern For Food Waste : Conceptualization and Proposition for A Measuring Scale. *EMAC Conference*, (October).
- Sirieix, L., Lála, J. ve Kocmanová, K. (2017). Understanding the Antecedents of Consumers' Attitudes Towards Doggy Bags in Restaurants: Concern About Food Waste, Culture, Norms and Emotions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *34*(August 2016), 153–158. doi:10.1016/j.jretconser.2016.10.004
- Sonnino, R. ve McWilliam, S. (2011). Food Waste, Catering Practices and Public Procurement: A Case Study of Hospital Food Systems in Wales. *Food Policy*, *36*(6), 823–829. doi:10.1016/j.foodpol.2011.09.003
- Soorani, F., ve Ahmadvand, M. (2019). Determinants of Consumers' Food Management Behavior: Applying and Extending the Theory of Planned Behavior. *Waste Management*, *98*, 151–159.
- Sparks, P. ve Shepherd, R. (1992). Self-Identity and the Theory of Planned Behavior: Assesing the Role of Identification with "Green Consumerism". *Social Psychology Quarterly*, *55*(4), 388. doi:10.2307/2786955
- Stancu, V., Haugaard, P. ve Lähteenmäki, L. (2016). Determinants of Consumer Food Waste Behaviour: Two Routes to Food Waste. *Appetite*, *96*, 7–17.
- Stefan, V., Van Herpen, E., Tudoran, A. A. ve Lähteenmäki, L. (2013). Avoiding Food Waste by Romanian Consumers: The Importance of Planning and Shopping Routines. *Food Quality and Preference*, *28*(1), 375–381. doi:10.1016/j.foodqual.2012.11.001
- Steg, L. ve Vlek, C. (2009). Encouraging Pro-Environmental Behaviour: An Integrative

- Review and Research Agenda. *Journal of Environmental Psychology*, 29(3), 309-317.
- Stenmarck, A., Jensen, C., Quested, T. ve Moates, G. (2016). Estimates of European Food Waste Levels. <http://www.eurofound.org/phocadownload/Publications/Estimates%20of%20European%20food%20waste%20levels.pdf>, (erişim tarihi: 13 May 2018).
- Stets, J. E. ve Burke, P. J. (2003). A Sociological Approach to Self and Identity. *Handbook of Self and Identity*, 128–152. <http://wat2146.ucr.edu/papers/02a.pdf>.
- Stöckli, S., Dorn, M. ve Liechti, S. (2018). *Normative Prompts Reduce Consumer Food Waste in Restaurants*. doi:10.1016/j.wasman.2018.04.047
- Stöckli, S., Niklaus, E. ve Dorn, M. (2018). Resources, Conservation and Recycling Call for Testing Interventions to Prevent Consumer Food Waste. *Resources, Conservation & Recycling*, 136(March), 445–462. doi:10.1016/j.resconrec.2018.03.029
- Talwar, S., Kaur, P., Yadav, R., Sharma, R. ve Dhir, A. (2021). Food Waste and Out-of-Home-Dining: Antecedents and Consequents of the Decision to Take Away Leftovers After Dining at Restaurants. *Journal of Sustainable Tourism*, 0(0), 1–26. doi:10.1080/09669582.2021.1953512
- Tassiello, V. ve Tillotson, J.S. (2020). How Subjective Knowledge Influences Intention to Travel. *Ann. Tourism Res.* 80, 102851.
- Temminck, E., Mearns, K. ve Fruhen, L. (2015). Motivating Employees Towards Sustainable Behaviour. *Business Strategy and the Environment*, 24(6), 402–412. doi:10.1002/bse.1827
- Terry, D. J., Hogg, M. A. ve White, K. M. (1999). The Theory of Planned Behaviour: Self-Identity, Social Identity and Group Norms. *British Journal of Social Psychology*, 38(3), 225–244. doi:10.1348/014466699164149
- Thoits, P. A. (1991). On Merging Identity Theory and Stress Research. *Social Psychology Quarterly*, 54(2), 101. doi:10.2307/2786929
- Thyberg, K. L. ve Tonjes, D. J. (2016). Drivers of Food Waste and Their Implications for Sustainable Policy Development. *Resources, Conservation and Recycling*, 106, 110–123. doi:10.1016/j.resconrec.2015.11.016
- UAW. (2015). *Vermeidung von Lebensmittelabfall in Gastronomie, Beherbergung und Großküchen Endbericht*.
- Van der Werff, E., Steg, L. ve Keizer, K. (2011) Values, Environmental Identity and Pro-Environmental Behaviour, Paper presented at the IAREP 2011.
- Van der Werff, E., Steg, L. ve Keizer, K. (2013). It is A Moral Issue: The Relationship

- Between Environmental Self-Identity, Obligation-Based Intrinsic Motivation and Pro-Environmental Behaviour. *Global Environmental Change*, 23(5), 1258–1265. doi:10.1016/j.gloenvcha.2013.07.018
- Van Knippenberg, D., van Knippenberg, B., De Cremer, D. ve Hogg, M. A. (2004). Leadership, Self, and Identity: A Review and Research Agenda. *Leadership Quarterly*, 15(6), 825–856. doi:10.1016/j.leaqua.2004.09.002
- Vanham, D., Bouraoui, F., Leip, A., Grizzetti, B. ve Bidoglio, G. (2015). Lost Water and Nitrogen Resources Due to E.U Consumer Food Waste. *Environ. Res. Lett.* 10 (8), 084008
- Vischers, V.H., Wickli, N. ve Siegrist, M. (2016). Sorting Out Food Waste Behaviour: A Survey on the Motivators and Barriers of Self-Reported Amounts of Food Waste in Households. *J. Environ. Psychol.* 45, 66–78.
- Wang, J., Wang, S., Xue, H., Wang, Y. ve Li, J. (2018). Green Image and Consumers' Word-of-Mouth Intention in the Green Hotel Industry: The Moderating Effect of Millennials. *Journal of Cleaner Production*, 181, 426–436. doi:10.1016/j.jclepro.2018.01.250
- Wansink, B. ve Van Ittersum, K. (2013). Portion Size Me: Plate-Size Induced Consumption Norms and Win-Win Solutions for Reducing Food Intake and Waste. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 19(4), 320–332. doi:10.1037/a0035053
- Waste and Resources Action Programme (WRAP) (2011). The Composition of Waste Disposed of by the U.K. Hospitality Industry. Oxon: WRAP. RES093-001.
- WRAP. (2013a). Understanding Out of Home Consumer Food Waste. (Banbury, UK).
- WRAP. (2013b). Where Food Waste Arises Within the UK Hospitality and Food Service Sector: Spoilage, Preparation and Plate Waste. (Banbury, UK).
- Westerhoven, M. van (2013). Bepaling Voedselverliezen in Huishoudelijk Afval in Nederland Vervolgmeting 2013 CREM Amsterdam Commissioned by the Ministry of Infrastructure and the Environment 15 pp. Zeelenberg
- Whitmarsh, L. ve O'Neill, S. (2010). Green Identity, Green Living? The Role of Pro-Environmental Self-Identity in Determining Consistency Across Diverse Pro-Environmental Behaviours. *Journal of Environmental Psychology*, 30(3), 305–314. doi:10.1016/j.jenvp.2010.01.003
- Yetkin Özbük, R. M. ve Coşkun, A. (2020). Factors Affecting Food Waste at the Downstream Entities of the Supply Chain: A Critical Review. *Journal of Cleaner Production*, 244, 118628. doi:10.1016/j.jclepro.2019.118628
- Yetkin Özbük, R. M., Coşkun, A. ve Filimonau, V. (2021). The Impact of COVID-19 on

Food Management in Households of An Emerging Economy. *Socio-Economic Planning Sciences*, (February). doi:10.1016/j.seps.2021.101094

Yildirim, H., Capone, R., Bottalico, F., Bilali, H. El ve Vienna, L. S. (2016). Food Wastage in Turkey : An Exploratory Survey on Household Food Waste. *Journal of Food and Nutrition Research*, 4(8), 483-489. doi:10.12691/jfnr-4-8-1

Yu, Z., Ju, X., Bai, L. ve Gong, S. (2021). Consumer's Over-Ordering Behavior at Restaurant: Understanding the Important Roles of Interventions from Waiter and Ordering Habits. *Appetite*, 160(December 2020), 105092. doi:10.1016/j.appet.2020.105092

İnternet Kaynakları

Australia and Food Security in a Changing World, (2010).
https://www.chiefscientist.gov.au/sites/default/files/FoodSecurity_web.pdf

Do Something! Fast Facts on Food Waste. <http://www.foodwise.com.au/foodwaste/food-waste-fast-facts/>, (erişim tarihi: 4 November 2014).

<https://www.goldcoast.qld.gov.au/Council-region/About-our-city/Population-data/Statistics-for-children-young-people> CITY of Gold Coast 2009

IPCC. The Intergovernmental Panel on Climate Change. <https://www.ipcc.ch>
[lovefoodhatewaste.nsw.gov.au](https://www.lovefoodhatewaste.nsw.gov.au)

National Waste Report. (2018).

<https://www.awe.gov.au/sites/default/files/documents/national-waste-report-2018.pdf>

SeconBite 2010 Annual Report

South Australia's strategy to reduce and divert household and business food waste 2020-2025
<https://www.greenindustries.sa.gov.au/resources/valuing-our-food-waste>

EK 1- Mülakat Soruları

- 1-) Genel olarak atık gıda hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?
- 2-) Restoranda çalışan biri olarak restoranlarda oluşan atık gıda hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?
- 3-) Müşterilerin restoranlarda oluşturduğu atık gıdanın sebeplerinin neler olduğunu düşünüyorsunuz?
- 4-) Müşterilerin restoranlarda atık gıda oluşturması konusunda garsonların rolünü nasıl görüyorsunuz?
- 5-) Müşterilerin restoranlarda oluşturduğu atık gıdaları azaltmak için neler yapıyorsunuz?
- 6-) Müşterilerin tarafından oluşturulan atık gıdadan dolayı duygularınızı nasıl açıklarsınız?
- 7-) Müşteriler tabağında yemek bıraktığında kendinizi suçlu hissediyor musun?

EK 2- Anket Formu Örneği

Bu anket çalışmasının amacı, restoranlarda gerçekleştirilen yiyecek atığına yönelik çalışanlarda oluşan duygu ve davranışların anlaşılmasıdır. Anketten elde edilecek bilgiler bilimsel bir araştırma kapsamında kullanılacaktır. Anketi cevaplamak için **sadece 4 dakikanız** yeterli olacaktır. Cevaplarınız gönüllü olmakla birlikte gizli tutulacaktır. Katılımcılardan alınan tüm cevaplar birlikte analiz edilecek olup hiçbir bireysel değerlendirme yapılmayacaktır.

Değerli zamanınız ve katkılarınız için teşekkür ederiz.

Lütfen aşağıdaki bölümlerde yer alan ifadeler için size en uygun olanını işaretleyiniz.
(1= Kesinlikle katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4=Katılıyorum 5=Kesinlikle katılıyorum)

#	A BÖLÜMÜ- İfadeler	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1	Kendimi çevre dostu bir tüketici olarak görüyorum.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
2	Kendimi çevre sorunlarıyla çok ilgili biri olarak görüyorum.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
3	Çevre dostu bir yaşam tarzına sahip biri olarak görülmekten mutlu olurum.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
4	Ailem veya arkadaşlarımla beni çevre sorunlarıyla ilgilenen biri olarak düşünmesi beni mutlu eder.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]

#	B BÖLÜMÜ- İfadeler	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
1	Bir restoranda yemek pişirmenin çok fazla yemek israfı yarattığının farkındayım.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
2	Tüketici tabaklarından kaynaklanan atık gıdanın önemli olduğunu farkındayım.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
3	Restoran büfelerinin aşırı miktarda atık gıda ürettiğinin farkındayım.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
4	Her şey dahil / 'yiyebildiğin kadar ye' restoran iş modellerinin çok fazla atık gıda yarattığının farkındayım.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]

#	C BÖLÜMÜ- İfadeler	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
1	Atık gıda miktarını azaltmak için yapılacak her şeye hazırım.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
2	Kişisel hedefim mümkün olduğunca atık gıdayı azaltmak.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
3	Atık gıdayı azaltmak için her türlü çabayı göstereceğim.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
4	Bütün yemek artıklarını kullanmayı ciddi olarak düşündüm.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]

5	Gelecekte atık gıdayı azaltmak için kesin bir niyetim var.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
---	--	-----	-----	-----	-----	-----

#	D BÖLÜMÜ- İfadeler					
1	Bireysel eylemlerim çevrede bir fark yaratabilir.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
2	Gelecekte çevreyi korumaya yardımcı olacak kararları şimdi etkileyebilirim.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
3	Tek bir kişi olsamda, çevre için bir fark yaratabilirim.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]

Ala-kart bir restoranda garsonluk yaptığınızı hayal edin. Restorana gelen bir çift masa açtınız ve siparişleri aldınız. Servis sonunda masada kalan yemeklerin çöpe döküldüğünü gördünüz. Nedenini sorduğunuzda yemeğin tadının beğenilmediği veya porsiyon büyüklüğünden kaynaklandığı gibi vb. nedenlerden kaynaklandığı söylenmiştir. Bu durumda ne hissedersiniz?

Okudum ve anladım. ☐

#	E BÖLÜMÜ- İfadeler	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1	Restoranda atık gıdaya katkıda bulunduğum için kendimi suçlu hissederim.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
2	Müşterileri yemeğin içeriği konusunda bilgilendirmediğim için kendimi suçlu hissederim.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
3	Müşterileri porsiyon konusunda bilgilendirmediğim için kendimi suçlu hissederim.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]

F BÖLÜMÜ: Lütfen aşağıdaki soruları yanıtlayınız.

1- Cinsiyetiniz: Kadın [1] Erkek [2]

2- Yaşınız:

- ☐ 18 yaş altı
- ☐ 18-24
- ☐ 25-34
- ☐ 35-44
- ☐ 45 ve üzeri

3- Medeni durumunuz: Bekar [1] Evli [2] Diğer [3] Belirtmek istemiyorum [4]

4- En son aldığınız diploma: İlköğretim [1] Lise [2] Önlisans [3] Lisans [4]
Yüksek lisans [5] Doktora [6]

5- Mesleğiniz:

6- Kaç yıldır bu meslekte çalışıyorsunuz?

7- Hangi tür restoranlarda garsonluk yaptınız?.....

8- Uyruk?.....



ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI	Ahmet TAŞKIN
EĞİTİM DURUMU	
Mezun Olduğu Lise	Piri Reis Mesleki Anadolu Lisesi
Lisans Diploması	Akdeniz Üniversitesi, Pazarlama
Yabancı Dil / Diller	İngilizce
BİLİMSEL FAALİYETLER	
Taşkın, A., Yetkin Özbük, R. M. (2021). “Restoranlarda Müşterilerin Atık Gıda Davranışları Sonucunda Garsonlarda Oluşan Suçluluk Duygusunun Araştırılması”. 1st International Mediterranean Scientific Research and Innovation Congress, Congress. 4-5 Aralık 2021, Antalya, 174-193	
İŞ DENEYİMİ	
Stajlar	Akdeniz Üniversitesi Teknoloji Transfer Ofisi (TTO), Antalya, Türkiye 2018-2019 SUNEXPRESS HAVAYOLU ŞİRKETİ, İzmir, Türkiye 2015
Çalıştığı Kurumlar	Gold Coast Innovation Hub, Gold Coast, Avustralya 2021 - Dijital Pazarlama ve Etkinlik Asistanı Akdeniz Üniversitesi Teknoloji Transfer Ofisi (TTO), Antalya, Türkiye 2017-2019 YATSAN – İnci Mobilya A.Ş. İzmir, Türkiye 2013 - Muhasebe ve Finansman Sorumlusu