



T.C.

BATMAN ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI

TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN GIDA TÜKETİMİ VE İSRAFI KONUSUNDAKİ

ALGI VE TUTUMLARI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN

Ahmet AYDIN

DANIŞMAN

Prof. Dr. İnci TÜRK TOĞRUL

MART- 2021

BATMAN

Her Hakkı Saklıdır

T.C.
BATMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



TEZ KABUL VE ONAYI

Prof. Dr. İnci TÜRK TOĞRUL danışmanlığında Ahmet AYDIN tarafından hazırlanan “Turizm Öğrencilerinin Gıda Tüketimi ve İsrafi Konusundaki Algı ve Tutumları” adlı tez çalışması 04/03/2021 tarihinde aşağıdaki jüri üyeleri tarafından oy birliği ile Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri

İmza

Başkan

Prof. Dr. İnci TÜRK TOĞRUL

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Sebahattin Emre DİLEK

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Caner GÜÇLÜ

Yukarıdaki sonucu onaylarım.

Prof. Dr. Ahmet İÇLİ

Enstitü Müdürü

TEZ BİLDİRİMİ

Bu tezdeki bütün bilgilerin etik davranış/akademik kurallar çerçevesinde elde edildiğini ve Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez ve Seminer Yazım Kılavuzu kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını bildiririm.

DECLARATION PAGE

I hereby declare that all information in this document has been obtained and presented in accordance with academic rules/ethical conduct and Batman University Institute of Social Sciences Thesis and Seminar Writing Guide. I also declare that, as required by these rules and conduct, I have fully cited and referenced all materials and results that are not original to this work.

Ahmet AYDIN

04/03/2021

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN GIDA TÜKETİMİ VE İSRAFI KONUSUNDAKİ ALGI VE TUTUMLARI

Ahmet AYDIN

BATMAN ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI

Danışman: Prof. Dr. İnci TÜRK TOĞRUL

2021, 123 Sayfa

Jüri

Prof. Dr. İnci TÜRK TOĞRUL

Dr. Öğr. Üyesi Sebahattin Emre DİLEK

Dr. Öğr. Üyesi Caner GÜÇLÜ

Bu araştırmanın amacı, gıda israfının altında yatan nedenlerin belirlenmesi, ortaya çıkardığı sonuçların analiz edilmesi ve israfın önlenmesine ilişkin yapılabileceklerin ortaya konulmasıdır. Bu çalışma, gıda israfının boyutuna ve önemine dikkat çekme amacı güdülmektedir. Elde edilen veriler israfi önleme çalışmalarına yardımcı olabilmesi itibarı ile önemlidir. Bu araştırma bilinçsiz tüketimin ve gıda israfının azaltılmasına yönelik farkındalık oluşturma bakımından önemli görülmüş ve gerçekleştirilmiştir.

Türkiye’de gıda tüketimi ve gıda israfının turizm işletmelerinin yoğunlukta olduğu bölgelerde daha fazla olduğu göz önüne alındığında ve ülkemizdeki turizm işletmeleri sayısı düşünüldüğünde, gıda israfı miktarı hesaplanamayacak boyutlara ulaşmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, turizm işletmeleri ile daha fazla ilişkili olmalarından ötürü turizm eğitimi almakta olan öğrenciler çalışma evreni olarak belirlenmiştir. Türkiye’nin her bölgesinden, farklı eğitim düzeylerinde turizm eğitimi alan öğrencilere yüz yüze anket uygulanmıştır ve bunun sonucunda 461 adet kullanılabilir ankete ulaşılmıştır. Araştırma nicel araştırma yöntemleriyle yürütülmüştür. Araştırma verileri Aralık 2019 ile Haziran 2020 tarihleri arasında kolayda örnekleme tekniği ile toplanmıştır.

Katılımcılardan toplanan veriler normal dağılmadığı için rassal olmayan/non-parametrik (Mann Whitney/U ve Kruskal/Wallis Testleri) analizler uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; katılımcıların yaşı ve cinsiyetleri ile israf tutumları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Bununla birlikte eğitim dereceleri ve turizm işletmelerinde çalışma durumları değişkenleri açısından gıda tüketimi ve israfa ilişkin bazı boyutlar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar kapsamında tüketicilere ve sektörel uygulayıcılara birtakım öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Gıda İsrafi, Gıda Tüketimi, Turizm, Tüketim Bilinci

ABSTRACT

MS THESIS

PERCEPTION AND ATTITUDES OF TOURISM STUDENTS ON FOOD CONSUMPTION AND WASTE

Ahmet AYDIN

**BATMAN UNIVERSITY INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES
THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE IN TOURISM MANAGEMENT**

Advisor: Prof. Dr. İnci TÜRK TOĞRUL

2021, 123 Pages

Jury

Prof. Dr. İnci TÜRK TOĞRUL

Dr. Öğr. Üyesi Sebahattin Emre DİLEK

Dr. Öğr. Üyesi Caner GÜÇLÜ

The aim of this research is to determine the underlying causes of food waste, to analyze the results it reveals and to reveal what can be done to prevent waste. This study is carried out with the aim of drawing attention to the size and importance of food waste. The data obtained is important in order to help prevent waste. This research has been considered and carried out in terms of raising awareness for the reduction of unconscious consumption and food waste.

Considering that food consumption and food waste in Turkey are more concentrated in the regions where tourism enterprises are concentrated and considering the number of tourism enterprises in our country, the amount of food waste reaches uncalculated levels. For this purpose, students who are studying tourism because they are more associated with tourism enterprises have been designated as the working universe. Face-to-face surveys were conducted on students studying tourism at different levels of education from all regions of Turkey, resulting in 461 available surveys. The research was carried out with quantitative research methods. Research data were collected by easy sampling technique between December 2019 and June 2020.

Non-random (Mann Whitney/U and Kruskal/Wallis tests) analyses were performed because the data collected from the participants was not distributed normally. According to the results of the research, significant differences were found between the age and gender of participants and their attitude to waste. However, a significant difference was found between some dimensions of food consumption and waste in terms of educational degrees and variables of working status in tourism enterprises. As part of the results obtained, a number of recommendations were presented to consumers and industry practitioners.

Keywords: Food Waste, Food Consumption, Tourism, Consumption Awareness

ÖN SÖZ

Bu çalışma, giderek daha büyük bir problem haline gelen israf ve gıda israfının nedenleri, sonuçları ve konuya ilişkin yapılabileceklerin ortaya konularak farkındalık oluşturulması amacıyla hazırlanmıştır. Araştırmada yer alan bilgilerin ve yapılan alan uygulaması sonucu elde edilen verilerin bu konuda yapılacak çalışmalara fayda sağlayacağı ümit edilmektedir.

Bu itibarla; yüksek lisans eğitim sürecimin ilk gününden itibaren, araştırma probleminin ortaya konulması, çalışmanın şekillendirilmesi, ölçeğin hazırlanması ve analiz aşamalarındaki desteklerinin yanında benden hoşgörüsünü, bilgisini, fikirlerini ve anlayışını esirgemeyen, özverili çalışmalarıyla takdir edip örnek aldığım kıymetli Dr. Öğretim Üyesi Volkan GENÇ hocama en içten teşekkürlerimi sunarım.

Tez değerlendirme ve savunma sürecinde katkılar sunan, motive edici yaklaşımları ve daha birçok özelliğinden ötürü saygı duyduğum Dr. Öğretim Üyesi Sebahattin Emre DİLEK hocama çok teşekkür ederim

Yüksek Lisans Eğitimim boyunca, çeşitli yönlerden hayatıma dokunan, desteklerini her zaman için hissettiğim tüm hocalarıma ayrı ayrı teşekkürlerimi ve saygılarımı bildiririm.

Araştırmanın örneklemi olarak ölçeğin uygulanması aşamasında yardımcı olan, Türkiye'nin her bölgesinden farklı eğitim düzeylerinde turizm eğitimi alan öğrencilerden oluşan katılımcılara ve emeği geçen hocalara teşekkürü borç bilirim.

Ayrıca, Tuba YILMAZ başta olmak üzere uzun yıllardır olduğu gibi bu çalışmada da desteklerini esirgemeyen değerli dostlarıma da teşekkür ederim.

Son olarak, varlıklarıyla her zaman güç ve güven veren, duaları ve iyi dilekleriyle yanımda olan sevgili aileme, her konuda ve her durumda en büyük destekçim olan yol arkadaşım, fedakâr eşim Nisa Nur MALKOÇ AYDIN ve sevgisinden güç aldığım oğlum Ahmet Akif AYDIN'a sonsuz sevgilerimi sunarım.

Ahmet AYDIN

Batman-2021

İÇİNDEKİLER

TEZ BİLDİRİMİ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
ÖNSÖZ	vi
İÇİNDEKİLER	vii
SİMGELER VE KISALTMALAR	x
ŞEKİLLER LİSTESİ	xi
TABLolar LİSTESİ	xii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TÜKETİM VE GIDA TÜKETİMİ

1.1. TÜKETİM KAVRAMI.....	4
1.1.1. Tüketim İle İlgili Kavramlar.....	5
1.1.1.1. İhtiyaç.....	6
1.1.1.2. İstek	7
1.1.1.3. Tüketici.....	9
1.1.1.4. Tatmin ve Doyumsuzluk	9
1.1.2. Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü	10
1.1.2.1. Tüketim Kültürü.....	11
1.1.3. Tüketim Anlayışındaki Değişim ve Tüketim Türleri	12
1.1.3.1. Rasyonel Tüketim	13
1.1.3.2. Sembolik Tüketim.....	15
1.1.3.3. Gösterişçi Tüketim.....	15
1.1.3.4. Hedonik (Hazcı) Tüketim	16
1.2. GIDA TÜKETİMİ KAVRAMI.....	16
1.2.1. Yemek Yeme Davranışını Etkileyen Faktörler.....	17
1.2.2. Beslenme ve Gıda Talebi	18
1.2.3. Bilinçli Gıda Tüketimi	19
1.2.4. Gıda Endüstrisi.....	20
1.2.5. Sürdürülebilir Gıda Tüketimi.....	20

İKİNCİ BÖLÜM

İSRAF VE GIDA İSRAFI

2.1. İSRAF	22
2.1.1. İsrafın Meydana Geliş Sebepleri	23
2.1.2. İsrar Çeşitleri	24
2.1.2.1. Gıda İsrarı	25
2.1.2.2. Ekmek İsrarı.....	26
2.1.2.3. Enerji ve Su İsrarı	28
2.1.2.4. Giyim İsrarı.....	30
2.1.2.5. Lüks ve Gösteriş Tüketimi İsrarı	31
2.1.3. İsrafın Toplumsal ve Ahlakı Boyutu	33
2.1.4. İsrafın Dini Boyutu.....	36
2.1.5. İsrarı Önleme ve İsrardan Kurtulma Yolları	39
2.2. GIDA İSRAFI	41
2.2.1. Gıda İsrafına Neden Olan Etkenler	43
2.2.1.1. Bireysel Etkenler.....	43
2.2.1.2. Kültürel Etkenler.....	44
2.2.1.3. Toplumsal Etkenler	44
2.2.1.4. Ekonomik Etkenler	45
2.2.1.5. Gıda İsrafına İlişkin Alışkanlıklar	46
2.2.2. Gıda Atıkları ve Gıda Kayıpları	47
2.2.2.1. Gıda Atıklarının Nedenleri	48
2.2.2.2. Gıda Kayıplarının Nedenleri	50
2.2.2.3. Gıda Atıkları ve Gıda Kayıplarının Etkileri.....	52
2.2.3. Türkiye ve Dünyada Gıda İsrarı	52
2.2.3.1. Türkiye’de Gıda İsrarı.....	54
2.2.3.2. Türkiye’de Gıda İsrafına İlişkin Çalışmalar	54
2.2.3.3. Dünyada Gıda İsrarı	55
2.2.3.4. Dünyada Gıda İsrafına İlişkin Çalışmalar.....	55
2.3. TURİZM İŞLETMELERİNDE GIDA İSRAFI	57
2.3.1. Turizm İşletmelerinde Gıda İsrafına Neden Olan Etkenler	58
2.4. GIDA İSRAFINI ÖNLEME VE AZALTMANIN ÖNEMİ	59
2.4.1. Turizm İşletmelerinde Gıda İsrafını Önleme ve Azaltmanın Önemi	61

2.5 KONUYA İLİŞKİN ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR	62
2.5.1. Ekmek İsrafına İlişkin Çalışmalar	62
2.5.2. Gıda İsrafına İlişkin Çalışmalar	64
2.5.3. Turizm İşletmelerindeki Gıda İsrafına İlişkin Çalışmalar	66

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ	68
3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI	69
3.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ	70
3.4. ARAŞTIRMANIN VARYASIMLARI	71
3.5. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI	71
3.6. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ	72
3.7. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	73

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ANALİZ VE BULGULAR

4.1. KATILIMCILARA YÖNELİK DEMOGRAFİK BULGULAR	74
4.2. FAKTÖR ANALİZİ	76
4.3. GÜVENİLİRLİK ANALİZİ	79
4.4. BETİMSSEL İSTATİSTİKLER	80
4.5. HİPOTEZLER	81
4.6. ANALİZLER	82
4.7. SONUÇ VE ÖNERİLER	105
KAYNAKÇA	115

KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
CFS	: Dünya Gıda Güvenliği Komitesi
FAO	: Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü
HLPE	: Gıda Güvenliği ve Beslenme Uzmanları Paneli
IHEI	: Yüksek Uluslararası Çalışmalar Enstitüsü
OECD	: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
TDK	: Türk Dil Kurumu
TİSVA	: Türkiye İsrafi Önleme Vakfı
TMO	: Toprak Mahsulleri Ofisi
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
WHO	: Dünya Sağlık Örgütü
WRAP	: Atık ve Kaynaklar Eylem Programı
WWF	: Dünya Doğayı Koruma Vakfı

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. Maslow’un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Piramidi	6
Şekil 1.2. Tüketici Rasyonalitesi Modeli.....	14
Şekil 2.1. Gıda Üretim ve Tüketim Süreci Boyunca Yaşanan Gıda Kayıpları ve İsrafı..	51

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. İhtiyaçlar ve İstekler Karşılaştırması.....	8
Tablo 2. Katılımcılara İlişkin Demografik Bulgular.....	75
Tablo 3. Ölçeğe Yönelik KMO ve Bartlett's Küresellik Testi Analizi.....	76
Tablo 4. Ölçeğe Yönelik Faktör Analizi	77
Tablo 5. Ölçeğe Yönelik Faktör Analizi Açıklanan Varyans Tablosu	78
Tablo 6. Ölçeğe İlişkin Güvenilirlik Analizi Tablosu.....	79
Tablo 7. Boyutlara İlişkin Güvenilirlik Analizi Tablosu	80
Tablo 8. Ölçek Maddelerine İlişkin Betimsel İstatistik Analizi Tablosu	81
Tablo 9. Normallik Analizi Tablosu	82
Tablo 10. Cinsiyete Yönelik Farklılık Analizi Tablosu.....	83
Tablo 11. Yaş Gruplarına Yönelik Farklılık Analizi Tablosu	84
Tablo 12. Eğitim Derecelerine Yönelik Farklılık Analizi Tablosu	85
Tablo 13. İkamet Durumlarına Yönelik Farklılık Analizi Tablosu.....	86
Tablo 14. Turizm İşletmelerinde Çalışma Durumlarına Yönelik Farklılık Analizi Tablosu	87
Tablo 15. Turizm İşletmelerindeki İsrar Durumuna İlişkin Değerlendirmelerine Yönelik Farklılık Analizi Tablosu	88
Tablo 16. Tabağa Alınan Yemeklerin Bitirilme Durumuna İlişkin Değerlendirmelerine Yönelik Farklılık Analizi Tablosu	89
Tablo 17. Gıdaların Çöpe Atılma Durumuna İlişkin Değerlendirmelerine Yönelik Farklılık Analizi Tablosu	90
Tablo 18. Katılımcıların İsrarı Tanımlamalarına İlişkin Analiz Tablosu.....	91
Tablo 19. Gıdaların Çöpe Atılma Sıklığına İlişkin Analiz Tablosu.....	92
Tablo 20. Gıdaların Çöpe Atılma Nedenlerine İlişkin Analiz Tablosu	92
Tablo 21. Katılımcıların Ekmek Tüketim Davranışlarına İlişkin Analiz Tablosu	93
Tablo 22. Tabağa Alınan Yemeklerin Bitirilme Durumuna İlişkin Analiz Tablosu	93
Tablo 23. Katılımcıların Alışveriş Sıklığına İlişkin Analiz Tablosu	94
Tablo 24. Katılımcıların Evde Pişen Yemeklerin Tüketilme Durumuna İlişkin Analiz Tablosu	94
Tablo 25. Tazeliğini Yitirmeye Başlayan Meyve Sebze Durumuna İlişkin Analiz Tablosu	95

Tablo 26. Katılımcıların Turizm İşletmelerinde İsrafın Fazlalığına İlişkin Analiz Tablosu	96
Tablo 27. Turizm İşletmelerinde İsrafın Azaltılması Konusuna İlişkin Analiz Tablosu	96
Tablo 28. İsrafa Dikkat Çekmek İçin Çalışmaların Yapılmasına İlişkin Analiz Tablosu	97
Tablo 29. Katılımcıların Açık Büfe Sistemine İlişkin Analiz Tablosu	97
Tablo 30. Katılımcıların Serpme Kahvaltı Uygulamasına İlişkin Analiz Tablosu	98
Tablo 31. Katılımcıların Ekmeklerin Küçültülmesine İlişkin Analiz Tablosu.....	98
Tablo 32. Yemek Porsiyonlarının Sınıflandırılmasına İlişkin Analiz Tablosu.....	99
Tablo 33. Katılımcıların Tüketicilere Eğitim Verilmesine İlişkin Analiz Tablosu	99
Tablo 34. İhtiyaçlar Doğrultusunda Hareket Edilmesine İlişkin Analiz Tablosu.....	100
Tablo 35. Katılımcıların Alışveriş Listesi Hazırlanmasına İlişkin Analiz Tablosu.....	100
Tablo 36. Gıdaların Tüketilebilecek Miktarda Satın Alınmasına İlişkin Analiz Tablosu	101
Tablo 37. Tüketilebilecek Miktarda Yemek Pişirilmesine İlişkin Analiz Tablosu	101
Tablo 38. Tabaklarda Kalan Yemeklere İlişkin Analiz Tablosu	102
Tablo 39. Katılımcıların Gıda Bankası Kurulmasına İlişkin Analiz Tablosu	102
Tablo 40. Katılımcıların Artan Yemeklere İlişkin Analiz Tablosu	103
Tablo 41. Fazla Gıdaların Dondurucuya Kaldırılmasına İlişkin Analiz Tablosu.....	103
Tablo 42. Gıdaların Kalan Bölümünün Değerlendirilebileceğine İlişkin Analiz Tablosu	104
Tablo 43. Gıdaların Kalanının Hayvanlara Verilebileceğine İlişkin Analiz Tablosu....	104

GİRİŞ

Tüketim, insanların gereksinim ve isteklerinin karşılanması amacıyla mal ve hizmetlerin kullanılması durumudur. Tüketim olgusu insanlığın varlığından günümüze kadar süregelen bir olgudur. İnsanlar, tarih boyunca temel fizyolojik ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla çok çeşitli mal ve hizmetleri tüketmiştir. Birçok bilimsel alanda farklı açılardan ele alınarak tüketim üzerine yapılan çalışmalarda tüketim süreçleri incelenerek insanların temel ihtiyaçlarının ne olduğuna ve söz konusu ihtiyaçların ne şekilde karşılandığına ilişkin bilgilere ulaşılmaktadır. Bu tarihsel süreçte yalnızca ihtiyaçların değişimi değil ekonomik sistemlerdeki ilişkilere dair bilgiler de yer almaktadır.

Tüketim süreci incelendiğinde, tüketme eyleminin, artık yalnızca temel ihtiyaçların giderilmesi amacıyla yapılmadığı görülmektedir. Süreç içerisinde her alanda yaşanan gelişmeler ve teknolojik ilerlemelerle birlikte özellikle modern toplumlarda tüketim olgusu farklı bir noktada konumlanmıştır (Solunoğlu ve Aksoy, 2015, s.167).

Günümüz tüketim toplumlarında asli ihtiyaçların temin edilmesi yeterli görülmemektedir. Gerçek ihtiyaçlarla, ihtiyaç olduğu düşünülen sahte ihtiyaçlar arasındaki ayrımın ortadan kalktığı sosyal yaşamın etkisiyle, oluşturulan tüketim düzenine ayak uydurmak adına tüketim mallarını almak ve bunları sergilemek toplumsal bir zorunluluk, bir ayrıcalık ve prestij unsuru olarak görülmektedir (Baudrillard, 2017, s.14).

Tüketim kavramı, modern toplumlarda toplumsal kimlik ve toplumsal statü göstergesi unsuru olmuştur. Kitle iletişim araçları ve sosyal medya vasıtasıyla sunulmuş olan son moda ürünler ve yeni yaşam tarzları da bu durumun normalleştirilmesine büyük oranda etki etmektedir (Kaya ve Oğuz, 2010, s. 148).

Tüketim, yalnızca mal ve hizmetlerin kullanılması ile sınırlı kalmamaktadır. İnsanların sahip olduğu sosyal, kültürel ve manevi değerlerin de tüketilmesi söz konusudur. Tüketim özetle yok etmek anlamına gelmektedir. Somut anlamıyla tüketim, istediğimiz ürünleri, karşılığını vererek alıp kullanmak olarak tanımlanırken, soyut anlamıyla ise değerlerin tüketilmesi, günümüz dünyasının en büyük problemleri arasında yer almaktadır (Coşgun, 2012, s. 844).

1980'ler itibariyle bir yaşam biçimi haline gelmeye başlayan aşırı tüketim, günümüze kadar birçok alanda artarak yaygın hale gelmiştir. Tüketim kavramı hayatın her anında, her alanında yerini almış ve tüketim olmayan zamanların varlığı yok denecek kadar azalmıştır. Tüketiciler, hayatlarını sürdürürken gıda ürünleri ilk sırada yer almak üzere; giyim, teknoloji,

iletişim, medya, turizm, vb. alanlarda aşırı bir tüketim davranışı içerisindeyler (Akkoç, 2017, s. 583).

İnsanların temel ihtiyaçlarının başında gelen yeme, içme, barınma ve giyinme gibi gereksinimler her devirde aynı düzeyde önem arz etmiştir. Hayatın devam ettirilebilmesi için insan vücudunun bitkisel ve hayvansal kaynaklı gıda ürünlerine ihtiyacı olduğu bilinmektedir (Eroğlu, 1998: 46).

Gıda tüketimi konusu da tüketim konusu gibi çeşitli açılardan ele alınmış ve farklı özellikleri ile incelenmiştir. Temel anlamıyla gıda tüketimi, insanların beslenme ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla gıda ürünlerinin kullanılması olarak ifade edilmektedir. Gelişen teknoloji ile birlikte yaşam standartlarının artmasının yanında tüketicilerin eğitim ve bilinç düzeyinin yükselmesi, gıda tüketimi ile ilgili olarak da farklı durumların ortaya çıkmasında etkili olmuştur.

İnsanların hayatlarını devam ettirebilmeleri için ihtiyaçlarını karşılamaları gerekmektedir. İhtiyaçların karşılanacağı ürünlerin sürekliliği için de yapılan tüketimin bazı değerler doğrultusunda yapılması gerekmektedir. Bunların başında tüketimin ihtiyaca uygunluğu, ürünlerin yeterli düzeyde tüketilmesi ve tüketim esnasında israfa kaçmama durumları gelmektedir (Torlak, 2010, s. 54).

Günümüz tüketim toplumlarında giderek daha çok görülmeye başlanan israf olgusu, tüketim kavramıyla yakından ilişkilidir. Türk Dil Kurumu israfı, “Gereksiz yere emek, zaman, para, vb. harcama ve savurganlık” olarak tanımlamaktadır (TDK, 2020).

Savurganlık olarak da adlandırılan israf, istek ve ihtiyaçların karşılandığı kaynakların ve imkânların; düzensiz, dengesiz ve gereğinden fazla şekilde kullanılması, başka bir ifadeyle bilinçsizce ve ölçsüz biçimde kullanılmasıdır. İsrafin çok çeşitli nedenleri bulunmaktadır. Malların ve hizmetlerin satın alınması ve kullanılmasına ilişkin tutumlar nedeniyle olabileceği gibi ekonomik kullanıma ilişkin (harcama, tasarruf, finans yönetimi) yeterli düzeyde bilgi sahibi olmamak ve ekonomik anlamda tutum, davranış ve kararlarda başarılı olmamak nedeniyle de olabilir. Her ne sebeple olursa olsun kaynakların israf edilmesi, toplumdaki bireylerin yaşamlarını sürdürdükleri dünyadaki kaynakların azalmasına ve tüketimin sürdürülebilirliğinin tehlikeye girmesine neden olmaktadır (Türkiye İsrar Raporu, Ticaret Bakanlığı, 2018, s. 17).

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde daha çok görülen bir durum olarak, gösterişe dayalı yatırım ve tüketimler, emek, iş gücü ve sermaye unsurlarının etkisiz şekilde kullanılması ya da bu unsurlardan etkin ve verimli şekilde yararlanılamaması sebebiyle kaynaklar zayı edilmektedir. Ekonomik gelişmeler sonucu oluşan ürün fazlalığı ve bu fazlalığın neden olduğu

karmaşıklık, tüketicideki bilgi eksikliği, günümüzün tüketim toplumlarında kişiye dayatılan aşırı tüketme isteği ve gösterişçi tüketim alışkanlıkları, bireylerin tüketim anlayışında ortaya çıkan değişimler, üretici firmaların tüketimi körükleyen reklam politikaları, moda, gelenek-görenekler ve sosyal hayatta meydana gelen değişimler gibi faktörlerin etkisi, yeni ihtiyaçlar yaratmakta, yeni ürünlere sahip olmanın mutluluk için elzem olduğu düşüncesiyle mal ve hizmetler satın alınmaktadır (Türkiye İsrar Raporu, Ticaret Bakanlığı, 2018, s. 10).

Kitle iletişim araçları aracılığıyla tüketicilere ulaştırılan mal ve hizmetlerin en çok etkilediği toplumsal kesimin genç kesim olduğu görülmektedir (Kaya ve Oğuz, 2010, s. 148).

Bu çıkış noktasından hareketle bu çalışmanın amacı; hem gelecek nesil olmaları sebebiyle, hem her birinin birer turist adayı olması sebebiyle hem de israfın yoğun olduğu turizm işletmelerinin potansiyel bir elemanı olmaları sebebiyle, turizm öğrencilerinde öncelikle gıda tüketimi ve israfı konusu olmak üzere israfa ilişkin farkındalık oluşturmaktır. Araştırma, gıda israfının nedenleri, sonuçları ve önlenmesi için yapılabilecekler üzerine çalışma yapmak isteyen araştırmacılara yol göstermesi açısından önem arz etmektedir.

Bu araştırmanın birinci bölümünde tüketim ve tüketim ile ilgili kavramlar, tüketim kültürü ile tüketim olgusunun ilişkileri incelenmiş, tüketim anlayışındaki değişimlere değinilmiş ve gıda tüketimi konusunda bilgilere yer verilmiştir. İkinci bölümde israf ve gıda israfına ilişkin kavramlar ele alınmış, açıklanmış ve literatürdeki daha önceden yapılmış çalışmalar ortaya konulmuştur. Üçüncü bölümde araştırmanın gerekçesi ve yöntemi açıklanmış, dördüncü bölümde ise gerçekleştirilmiş olan saha çalışması ve analiz sonuçlarına dair bulgular verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

TÜKETİM VE GIDA TÜKETİMİ

1.1. TÜKETİM KAVRAMI

Tüketim kavramı, tarihsel dönemlere, toplumsal yapılara ve kültürel özelliklere göre farklı anlamlar kazanmış olsa bile özetle insanların ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla mal ve hizmetlerin kullanılması şeklinde özetlenebilir. İnsanların olduğu her yerde tüketim olgusundan bahsetmek mümkündür. İnsanlar yaşamlarının başlangıcından sonuna kadar hayatlarını devam ettirebilmek için sürekli olarak bir tüketim faaliyeti içerisinde. Bu tüketim faaliyetlerinin temelinde yer alan istek ve ihtiyaçların çeşitlenmesi ve zamanla farklı boyutlar kazanması tüketim kavramının da farklı şekillerde ifade edilmesi sonucunu ortaya çıkarmıştır.

Tüketim, genel bir ifadeyle ürün ve hizmetlerin insanlar tarafından yarar sağlanması amacıyla kullanılması olarak tanımlanmaktadır (İslamoğlu ve Altunışık, 2010, s.3). Bazı kaynaklarda tüketim, biyolojik bir varlık olan insanın fizyolojik ihtiyaçlarının yanında yaşadığı çevresine bağlı olarak ortaya çıkan kültürel ve sosyal ihtiyaçlarının karşılanabilmesi amacıyla maddi ve manevi değerlerin ortaya konulması olarak tanımlanmaktadır (Torlak, 2000, s. 17). Toplumsal olaylar ve olgular sonucunda değişime uğrayan ihtiyaçlar, algı ve tutumlar, inançlar, düşünceler ve yaşam şekilleri ile birlikte tüketim anlayışı ve alışkanlıkları da değişime uğramaktadır.

Günümüz toplumlarında tüketim anlayışı, yalnızca gerekli ihtiyaçların karşılandığı fonksiyonel bir araç olmaktan uzaklaşıp, manevi tatmin elde etmeye yönelik bir takım sembolik anlamlar taşıyan bir olgu haline gelmiştir (Azizağaoğlu ve Altunışık, 2012, s. 34). Değişen ekonomik faktörlerle beraber gerek gelişmiş toplumlar için gerekse de tarımsal faaliyetlerin yoğun olduğu toplumlar için tüketim, içerisinde farklı anlamlar taşıyan simgelerin olduğu, her geçen gün daha fazla yükselme eğilimi göstererek, istek ve arzu odaklı bir hale bürünen sosyal bir süreç olmaya başlamıştır (Bocock 2009, s. 13).

Tüketmek fiili şeklinde olumsuz bir durum olarak algılanmaya başlanan tüketim, bir şeyleri ortadan kaldırmak, sarf etmek veya bir şeylerin zayi edilmesi durumlarını tanımlamada kullanılmıştır (Şengül, 2001, s. 40-41). Yakın tarih itibari ile olumsuz anlamlardan uzaklaşmaya başlayan tüketim kavramı, çoğu yaklaşıma göre, ürün ya da hizmetlerin seçilmesi, alınması, kullanılması ve atılması şeklinde tanımlanmaktadır (Yanıklar, 2006, s. 23). Tüketim kavramının yanında tüketim olgusu kavramı da popüler kültürün etkisiyle sıklıkla karşılaşılan bir davranış biçimini tanımlamak için kullanılmaktadır.

Tüketim olgusu, ürünlerin gerçek kullanım amaçları için değil taşıdıkları bazı anlamlardan ötürü tercih edilmesi olarak tanımlanmaktadır. Bu durum, ürünlerin gerçek kullanım amaçlarının tümüyle göz ardı edildiği anlamı taşımamaktadır. Daha ziyade, ürünlere yüklenen anlamın ve ürünlerin üstlendiği rollerin gerçek işlevlerinin önüne geçmesi durumunu tanımlamaktadır (Solomon vd, 2006, s. 15).

Toplumbilimciler tarafından, tüketim olgusunun dönüşüm sürecini incelemek için yapılan çalışmalar neticesinde tüketimin asıl işlevinin ve ifade ettiği anlamın büyük oranda farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmalar sonunda elde edilen sonuçlardan biri de, ürünlerin kullanımına ilişkin önem sırasında işlevin geri planda kalıp hayat tarzları için bir gösterge unsuru olarak görülme durumunun ön planda olmasıdır. Bu durum, ürün çeşitliliğinin artmasının yanı sıra tüketim kavramının ifade ettiği anlamın yeniden tanımlanması sonucunu da doğurmuştur. Özetle tüketim, sadece ihtiyaçların teminine yönelik bir eylem olmaktan çıkmış, kültürel bir hareket biçimi haline gelmiştir. Ürünlerin işlevlerinin yanında markaları da önem arz etmektedir (Şengül, 2001, s. 8).

İnsanların kişiliklerinin şekillenmesinde önemli rol oynayan etkenlerden olan sosyokültürel yapı, içinde bulunulan çevre şartları ve ahlak anlayışının kişilik üzerinde oluşturacağı etki, toplumsal normlarla kişinin taşıdığı özelliklerin ne derece uyumlu olduğu ile bağlantılıdır. Sonuç olarak, kişinin sahip olduğu değerlerin, kişiliğiyle bağlantılı olduğu ve tüketim alışkanlıkları üzerinde de etkili olduğu belirtilmektedir (Odabaşı ve Barış, 2010, s. 211).

1.1.1. Tüketim İle İlgili Kavramlar

İnsanlığın vazgeçilmez bir unsuru olan tüketim, farklı dönemlerde farklı tanımlarla karşımıza çıkmaktadır. Kimi dönemlerde olumsuz bir durum olarak tanımlanırken kimi dönemlerde olması gereken makul bir eylem olarak tanımlanmıştır. Özellikle son zamanlarda değişen toplumsal durumlarla birlikte tüketmek, harcamak, kullanmak ve ziyan etmek gibi eylemler birbiri yerine kullanılmaya başlamış ve birbiri ile iyice ilintili hale gelmiştir.

Tüketimle benzer anlamda kullanılan kelimeler kadar insanları tüketime yönlendiren ve tüketim tercihlerinin şekillenmesinde esas teşkil eden bazı durumları ifade eden kavramlar da sıklıkla karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan ilki ve en önemlisi olarak görülen ihtiyaç, tüketimin asli anlamıyla ortaya çıkmasında rol oynayan insani güdüleri tanımlamak için kullanılmaktadır. İhtiyaçlar sonucu oluşan tüketimin bağlı olduğu diğer bazı temel kavramlar ise, istek, tüketicisi, tatmin ve doyumsuzluk olarak tanımlanabilir. Ekonomik pazarların var olma nedeni olarak

görülen tüketim olgusunu tetikleyici unsurlar, insanların ihtiyaçları, istekleri ve arzuları olarak genel hatlarıyla sıralanmıştır (İslamoğlu ve Altunışık, 2010, s.3).

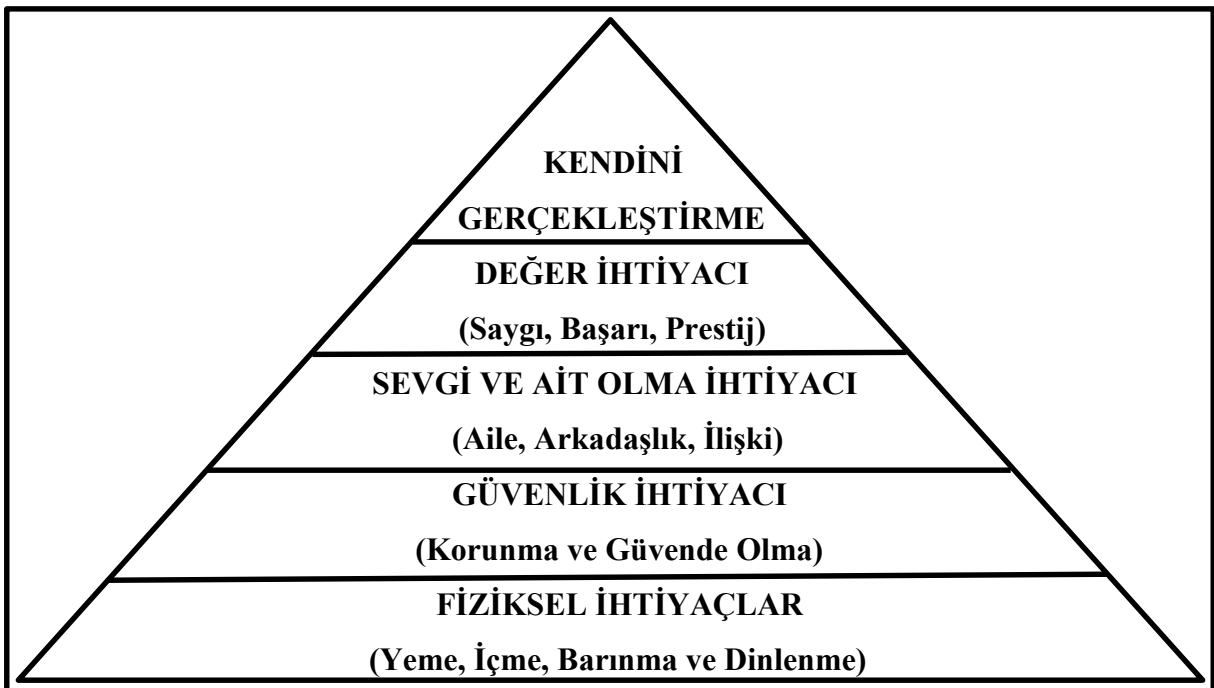
1.1.1.1. İhtiyaç

Tüketimden söz edilirken değinilmesi gereken önemli kavramlardan biri ihtiyaç kavramıdır. İhtiyaç tüketimden önce gelen bir durum olarak konumlandırılmıştır ve tüketimin en temel sebebi olarak görülmektedir. İhtiyaç kavramı da çeşitli bilim dallarına mensup kişilerce farklı zamanlarda farklı şartlar çerçevesinde tanımlanmıştır.

İhtiyaç, Türk Dil Kurumunca gereksinim, güçlü istek, yoksulluk, yokluk olarak tanımlanmıştır (www.tdk.gov.tr). Bir başka tanımda ise istenen durum ile içinde bulunulan durum arasında olan farklılıklar olarak tanımlanan ihtiyaç kavramının yalnızca maddi boyutuna değil psikolojik boyutuna da değinilmiştir (Beatty, 1981, s.40). Yalnızca maddi boyutuyla ele alınan bir başka tanımda ise, kişilerin ve kurumların hayatlarını devam ettirebilmeleri için gerek duyulanlar şeklinde bir yorumlama yapılmıştır (Köroğlu, 2012, s.16). Çok yönlü olarak ele alınması gereken ihtiyaç kavramının, ilintili olduğu değişkenler de göz önüne alındığında net bir şekilde tanımlanması ve belirli çerçevelere oturtulması zor olmaktadır (Torlak, 2000, s. 41).

Sonuç olarak ihtiyaç kavramı, yeme, içme gibi maddi boyutları kapsadığı gibi sevgi-saygı gibi manevi boyutları da kapsamaktadır. Tüketim eylemlerinde de görülen söz konusu boyutlar Abraham Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde beş aşamalı olarak ele alınmıştır.

Şekil 1.1.Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Piramidi



Kaynak: (Eroğlu, 1998: 46)

İhtiyaçlar hiyerarşisinin ilk aşamasında yemek, içmek, barınmak ve dinlenmek gibi fizyolojik ihtiyaçlar yer almaktadır. İkinci aşamada korunma, güvenlik, acı veren şeylerden kaçınma durumları gibi güvenlik ihtiyaçları yer almaktadır. Üçüncü aşamada insanların duygusal ihtiyaçları olan sevmek, ilişki kurma, aile ve arkadaşlık ihtiyaçları gibi sevgi ve ait olma ihtiyacı bulunmaktadır. Saygınlık ve itibar görme gibi ihtiyaçlar kişilerin değer ihtiyaçları olarak dördüncü aşamada yer alırken son aşamada kişinin kendini gerçekleştirme ihtiyacı yer almaktadır. Söz konusu hiyerarşide belirtilen durumlar çerçevesinde alt basamakta yer alan ihtiyaçlar giderilmeden üst basamakta bulunan ihtiyaçlar söz konusu olmamaktadır (Köse ve Ayten 2012, s. 45).

İnsanların temel ihtiyaçlarından olan yeme, içme gibi gereksinimler değişmemiş olmasına karşın söz konusu ihtiyaçların giderilme şekilleri eskiye kıyasla değişiklik göstermektedir. Teknolojinin de etkisiyle mal ve hizmetlere ulaşmada meydana gelen kolaylık bu değişikliğe de etki etmektedir.

Çok çeşitli ve fazlaca ihtiyaca sahip olan ve çoğu açıdan kendi kendine yeterli olamayan insanoğlunun meşru ya da gayrimeşru olsun tüm bu ihtiyaçlarının giderilmesine yönelik eylemlerin bütünü tüketim olarak ifade edilmektedir (Torlak, 2000, s.17). Bu eylemler göz önüne alındığında tüketim, sadece ihtiyaçlara değil, gitgide artan bir şekilde isteklere ve arzulara göre şekil alan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. (Bocock, 2009, s.13).

Bu nedenle insanların tüketim yapmasına neden olan temel unsurlar olarak, ihtiyaçlar ve istekler, kavramsal açıdan önemli olarak görülmekte ve farklı şekillerde tanımlanmaktadır. İnsanlar yapıları gereği sürekli olarak bir şeyleri istemekte ve bir şeylere ihtiyaç duymaktadırlar. Bu nedenle tüketim insanlar için doğumdan ölüme kadar devam eden vazgeçilmez bir durum olarak görülmektedir.

İnsanların, ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılaması aşamasında aldığı kararlar, tüketici davranışları olarak ifade edilmektedir. Söz konusu davranışlara ve satın alma kararlarına etki eden kişisel, sosyal, psikolojik ve ekonomik faktörler bulunmaktadır (Papatya, 2005, s. 222).

1.1.1.2. İstek

Çoğu zaman ihtiyaç kavramı ile karıştırılan bir kavram olarak karşımıza çıkan istek kavramı, bazı özellikleri ile ihtiyaçtan ayrılmaktadır. Giderilmesi durumunda ortadan kalkan ihtiyaçlardan farklı olarak istekler sınırsız olarak görülmektedir.

İstek kavramı, tüketicilerin durum ve nicelik olarak sınırsız olan amaçları şeklinde tanımlanmıştır. (Kahraman, 2014, s.76). Başka bir tanımda ise hissedilen ihtiyaçların tatmin edilmesi amacıyla tercih edilenler olarak tanımlanmaktadır. İhtiyaç durumu, satın alma arzusu

ile beraber isteğe dönüşmesi halinde istek kavramı ekonomik anlamda geçerli bir hal almaktadır (Odabaşı ve Barış, 2010, s.20,21).

İnsanların yaşamlarını sürdürebilmesi için zorunlu olarak beslenmeye ihtiyaçları bulunmaktadır. Bu besinlerin temin edilme şekli ve düzeylerinde, bireylerin seçme hakkı olduğu durumlarda istek devreye girmektedir. Aşağıda ihtiyaç ve istek durumlarının özelliklerine karşılaştırmalı olarak yer verilmektedir (Zorlu, 2006, s.67).

Tablo 1. İhtiyaçlar ve İstekler Karşılaştırması

<u>İHTİYAÇLAR</u>	<u>İSTEKLER</u>
Objektif	Subjektif
Belirlenmiş, zorunlu ve nedensel	Tercih edilebilir ya da sosyal aktör tarafından karar verilebilir
Temel; fiziksel ve sosyal varoluş için gerekli	Lükse yönelik, vazgeçilebilir, keyfi isteklere dönük
Evrensel	Görelî, tuhaf: birey, grup ve topluluk rekabetine yönelik
Varoluşsal ve kültür öncesi	Tercihli, Stilistik ve Kültürel

Kaynak: Slater, 1998: 316 (Aktaran: Zorlu, 2006, s.67)

İnsanlar doğumundan ölümüne kadar sürekli olarak bir şeyler arzulamaktadır. Günümüz toplumlarında kişilerin hayatları, var olan isteklerin yanında yeni istekler ortaya çıkaran, istekleri pekiştiren unsurlarla çevrelenmiş durumdadır.

Tüketim kültürünün de etkisi ile insanların kendisi için bir şeyler arzulama duygusunu tetikleyen pek çok unsur ortaya çıkmıştır. Sosyal medya, moda kültürü, reklam ve pazarlama gibi ögeler insanların tüketime daha çok yönelmesine neden olmuştur. Bu doğrultuda kavramsal anlamını yitiren ihtiyaçlar yerine artık istekler tüketimi güdüler hale gelmektedir.

Tüketim kültürünün bir sonucu olarak tüketim yoluyla karşılanan istekler sonrasında yeni istekler ortaya çıkmaktadır. Bu isteklerin sürekli olarak karşılanması sonucunda ise sonu olmayan bir tüketim döngüsü içine girilmektedir (Torlak, 2000, s.44).

1.1.1.3. Tüketici

İnsanlar hayatları süresince çocukluktan gençliğe, yetişkinlikten yaşlılığa kadar çeşitli dönemlerde farklı roller üstlenmektedir. Bu dönemlerin bazılarında ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda mal ve hizmet talep eden konumundayken bazılarında ise mal ve hizmet sunan konumda yer almaktadır. Hangi konumda olursa olsun kişi için değişmeyen rollerden biri tüketici durumunda olmasıdır.

Tüketme faaliyetinin öznesi konumunda yer alan tüketici kavramı, kişisel ihtiyaç ve isteklerinin giderilmesi amacıyla ürün ve hizmet satın alan veya satın alabilme durumu olan kişileri tanımlamak için kullanılmaktadır (İslamoğlu, 2000, s.96).

Tüketiciler eskiden beri süregelen temel ihtiyaçlarını günümüzde yeni ve farklı şekillerde karşılama yoluna gitmektedir. Bu farklılık tüketicilerde oluşturulan algılarla, tüketicinin isteklerini yönlendirme gibi durumlarla ortaya çıkmaktadır. Karar verici konumunda olan tüketicilerin, mal ve hizmetlerin temin edilmesi, tüketilmesi ve tüketimden sonra elden çıkarılması gibi hareketleri tüketici davranışları olarak tanımlanmaktadır (Odabaşı ve Barış, 2010, s.17).

1.1.1.4. Tatmin ve Doyumsuzluk

Tüketimi şekillendirmede önemli bir konuma gelmiş olan arzu ve isteklerin aşırıya kaçması durumunda kişilerde tatmin olmama problemi ortaya çıkmaktadır. Tüketim döngüsü içinde yapılan tüketim, kişinin sınırsız olan isteklerini sınırlı olarak karşılarsa bile sonrasında yeni istekler ortaya çıktığından sürekli bir beklenti içinde olma durumu oluşmaktadır. Kişilerin tatmin olma amacıyla yaptıkları tüketim, tüketimin en üst aşaması olarak değerlendirilmektedir. Doyumsuzluk süreci içinde, tatmin olma beklentileri ile sürekli olarak tüketim faaliyetlerinde bulunan genç kesim, tüketim düzeninin ne şekilde işlediği konusunda farkındalık sahibi olmadığı için daha fazla doyumsuzluk yaşamaktadır (Torlak, 2000, s.44).

Arzu edilen mal ve hizmetlerin yanında ihtiyaçların da belirleyici nedeni kişilerin mutlu olma istekleri ve düşünceleridir. Tüketim sisteminin de dayattığı bir durum olarak, kişiler ihtiyaçlarının peşinde sürekli olarak tatmin arayışında bulunmaktadır. Tüketim sonucunda oluşan tatmin duygusu ile kişinin sahip olduğu mutluluk, doğal bir durumdan kaynaklı olmamakta, kısa süreli tatmin duygusundan kaynaklanmaktadır (Baudrillard, 2017, s.52).

Yalnızca ihtiyaçlara dayalı olmayan, arzu ve istekler sonucu şekillenen bir tüketim anlayışı meydana gelmektedir. Arzu ve istekler doyumsuzdur ve tatmin edilmesi durumunda yeni bir arzu ya da istek meydana gelmektedir. Bu durum, mutlak anlamı ile tatmin olamama ve doyumsuzluk sonucunu ortaya çıkarmaktadır (Özcan, 2007, s. 262).

1.1.2. Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü

Tüketim toplumu anlayışının oluşum süreci, tüketim anlayışındaki değişiklikler doğrultusunda, ihtiyaçları karşılamak üzere mal ve hizmet üretimi yerine, tüketme ve yok etme anlayışına dayalı olarak kapitalizme dayanmaktadır (Bayhan, 2011, s. 223). Günümüzde insan hayatının her alanını etkisi altına almış olan ürünler, mal ve hizmetler, tüketimin olması gerekenden çok fazla düzeyde yapılmasına neden olmaktadır. Tüketim faaliyetlerinin toplumun tüm kesimlerine yayılması, kişilerce sürekli olarak ihtiyaç görülmesi ve alışkanlık haline gelmesi ekonomik sistemin tüketim toplumu oluşumundaki etkileri olarak görülmektedir (Baudrillard, 2017, s. 87).

Ekonomik sistemin bir getirisi olarak yüksek düzeyde gerçekleşen üretimin karşılık bulması için aynı düzeyde tüketimin sağlanması gerekmektedir. Bu nedenle kişiler oluşturulan istek ve ihtiyaç algısı ile sürekli olarak bir tüketim faaliyetine yönlendirilmektedir.

Tüketim toplumu, kişilere sürekli olarak yeni ihtiyaçlar hissettirmekte, yeni bir şeyler alarak mutlu olabileceği algısı oluşturmakta ve tüketim sonucunda isteklerinin karşılanarak tatmin olabileceği düşüncesini dayatmaktadır (Kadıoğlu, 2014, s. 43).

Tüketim toplumu, nesnelere dayalı olarak oluşmakta, nesneleri kullanarak üretim sürecini sürdürmekte ve tüketim döngüsü içinde nesneleri tüketerek yeniden üretime esas teşkil etmektedir (Baudrillard, 2013, s. 44).

Tüketim toplumlarında asıl hedeflenen durum, tüketici ihtiyaçlarını karşılamak değil sistem tarafından sunulan mal ve hizmetlerin kar elde etmek amacı ile tüketicilere satılmasıdır. Sistem tarafından dayatılan ihtiyaç anlayışı, kişilerin gereksinimlerinden farklı olarak bireye değil sisteme bağlı olarak şekillenmektedir. Hangi ögenin ne kadar süre ile hangi düzeyde ihtiyaç olarak algılanacağı ve ne şekilde tatmin edilebileceği durumları da sistem tarafından belirlenmektedir (Yanıklar, 2010, s. 32).

Günümüzde tüketim anlayışı tamamen yön değiştirmiştir. Eskiden fizyolojik ihtiyaçların karşılanmasından ibaret olan tüketim anlayışı artık dış dünya ile bağ kurma görevini üstlenmiştir. Tüketim, fizyolojik ihtiyaçları karşılama görevinden ziyade psikolojik ihtiyaçları karşılama görevi görmektedir (Koç, 2016, s.37-39).

Tüketim olgusuna yeni anlamlar ve fonksiyonlar yüklenmiş ve bu olgunun tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamasının yanında tüketicilerin toplumsal statülerini de gösteren bir hal almıştır. Bunun sonucu olarak statü kazanma gibi amaçlarla varlıkların ve zamanın tasarruf edilmeden tüketildiği gösterişçi tüketim durumları artmaktadır (Kıray, 2005, s.120).

1.1.2.1. Tüketim Kültürü

Tam olarak ne zaman ortaya çıktığına dair kesin bir şey söylememekle birlikte tüketim kültürünün, kapitalizm sonucu oluşan bir kültür olduğu görüşü kabul görmektedir (Dağtaş ve Dağtaş, 2006, s. 6). Tüketim eyleminin ihtiyaçların giderilmesi amacıyla yapılmaktan ziyade bir kültür haline geldiği tüketim sisteminde yalnızca mal ve hizmetler değil, anlamlar da tüketilmektedir. Tüketim kültüründe, işletmeler manevi anlamda yoksunluk yaşayan tüketicilere ihtiyaca değil imaja dönük mal ve hizmetler sunmaktadır (Özdemirci, 2012, s. 2).

Sanayi devriminin ardından üretim faaliyetlerinde, ihtiyaçları karşılama amacı geri planda tutularak para kazanma amacı ön plana çıkmaktadır. Bu durum üretim miktarı ve hızının artması sonucunu doğurmuştur. Üretilen mal ve hizmetlere ulaşmak eskiye nazaran kolaylaşmış olmakla beraber sistemin işleyişinin sağlanması için üretim hacmi kadar tüketim hacminin de arttırılması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu gereklilik tüketicilerin ihtiyaçları yerine istekleri doğrultusunda tüketime teşvik edilmesine, tüketime yüklenen kültürel sembollerle toplumsal bir tüketim değerinin oluşmasına ve bu anlayışın genel bir kitle tarafından benimsenmesiyle birlikte tüketim kültürü halini almasına yol açmıştır (Uzun, 2008, s. 1-2).

Ekonomik, sosyal ve kültürel olarak anlamlar kazanan tüketim kavramı, bu kültür anlayışında yalnızca ihtiyaçların giderilmesi olarak görülmemektedir (Şentürk, 2012, s. 68). Tüketim toplumunun en büyük özelliklerinden biri, tüketimin yaşamak için kullanılması gereken bir araç olmaktan çıkıp bir amaç haline gelmesidir. İnsanlar, yaşamak için tüketim anlayışından tüketim için yaşamak anlayışı doğrultusunda hareket etmektedirler. Tüketim toplumlarında yer alabilmenin yolu olarak sistem tarafından üretilenlerin tüketilmesi olarak görülmektedir (Özcan, 2007, s. 40). Bu durum “Tüketiyorum öyleyse varım.” söylemiyle ifade edilmektedir (Bayhan, 2011, s. 221).

Günümüz tüketim toplumlarında, tüketim faaliyetleri, ihtiyaçların değil de isteklerin karşılanması, toplumsal bir statü ya da saygınlık kazanma, boş vakitleri değerlendirme ve eğlenme gibi toplumsal anlamlar kazanmıştır. Bu kültürde mal ve hizmetlerin işlevleri ve fonksiyonları değil taşıdıkları anlamlar göz önüne alınmaktadır (Odabaşı, 2006, s. 30).

Tüketim kültüründe somut nitelik taşıyan malların yanında hizmetler, yaşayış biçimleri, bulunulan yerler, vb. sosyal ve kültürel öğeler de reklamlar ve moda anlayışının dayatması ile tüketimin konusu olmuştur (Uzun, 2008, s. 6). Tüketim kültürü, tüketici tepkilerini ve tüketime dayalı sembollerini kişilerin hayatlarının odak noktasına yerleştirerek bu doğrultuda bir yaşayış tarzı ve tüketici kimliği ortaya çıkarmaktadır (Aytaç, 2006, s. 29).

Tüketim kültüründe, kapitalizmin etkisiyle sahte ihtiyaçların gerçek ihtiyaç olarak algılanması sağlanarak kişilerin sürekli olarak bir şeylerin eksikliğini hissederek satın alma yoluna başvurması ve bu tüketim döngüsünün sürekliliğinin sağlanması durumu mevcuttur. Bu kültürde, kişilerde oluşturulan istek ve ihtiyaçlar sistem tarafından araç durumundayken, tüketiciler için ise toplumsal bir statü ya da saygınlık kazanma amacıyla amaç haline gelmiştir (Yanıklar, 2010, s. 25).

1.1.3. Tüketim Anlayışındaki Değişim ve Tüketim Türleri

Günümüzde insanların yaşayışları, hayat tarzları tüketime yön vermektedir. Post modern tüketiciler için ürünler farklı anlamlar taşımaya başlamıştır. Tüketicilerin tercihlerinin farklılaştığı, üretim süreçlerinde aktif rol oynayan ve hızlı bir tüketim süreci içine giren tüketicilerin olduğu yeni tüketim anlayışında ürünler gösteriş aracı olarak görülmektedir. Zamanla değişen tüketim anlayışı farklı kavramları da beraberinde getirmiştir. Yeni tüketim anlayışında, ürünlere farklı şekillerde anlamlar yüklenerek yaşamsal ihtiyaçların giderilmesinde bir araç olmaktan çıkarılıp hayat tarzının belirlenmesinde rol oynayan daha aktif bir konuma getirilmektedir. Tüketim eyleminin, hayat tarzlarına ilişkin önemli bir gösterge konumuna gelmesi, ürünlere yüklenen anlamlardan, tüketimin bir statü göstergesi olarak görülmesinden ve bireylerin haz alma amacı ile tüketim eylemlerine yönelmesinden kaynaklanmaktadır (Hayta, 2014, s. 20).

İnsanların hayatlarını devam ettirmek için yaptıkları tüketim, zorunlu tüketim olarak adlandırılmaktadır. Yemek, içmek, barınmak ve korunmak gibi asli ihtiyaçların giderilmesi için yapılan tüketim zorunlu olarak yapılmaktadır (Odabaşı, 2009, s. 18). Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinin ilk sırasında yer alan bu ihtiyaçlar, gelişmekte olan toplumlarda tüketimin tanımlanmasında temel unsurlar olarak yer almaktadır. Gelişmiş toplumlarda ise tüketimin tanımlanması yapılırken, belirtilen asli ihtiyaçların yanında, ihtiyaçlar hiyerarşisinin sonraki basamaklarında yer verilen, kimlik belirlenmesi, imaj yaratılması, duyguların tatmini, bir statü göstergesi olan ürünlerin kullanılması gibi üst düzey ve duygusal ihtiyaçlar da göz önüne alınmaktadır (İslamoğlu ve Altunışık, 2013, s. 10).

Tüketicilerin ihtiyaçlarının birbirine benzerlik göstermesi nedeniyle tüketim davranışlarında da benzerlikler görülmektedir. Ancak yeni tüketim anlayışında tüketicilerin eğilimleri ve yönelimleri farklılık gösterdiğinden tüketici davranışlarında da farklılıklar meydana gelmektedir (Torlak, 2000, s. 102-112).

Zamanla değişen tüketim anlayışı, tüketim kavramının karışık bir hal alması durumunu ve farklı kavramları da beraberinde getirmiştir. Bunlardan bazıları rasyonel tüketim, sembolik tüketim, gösterişçi tüketim ve hazzcı tüketim olarak sınıflandırılmaktadır.

1.1.3.1.Rasyonel Tüketim

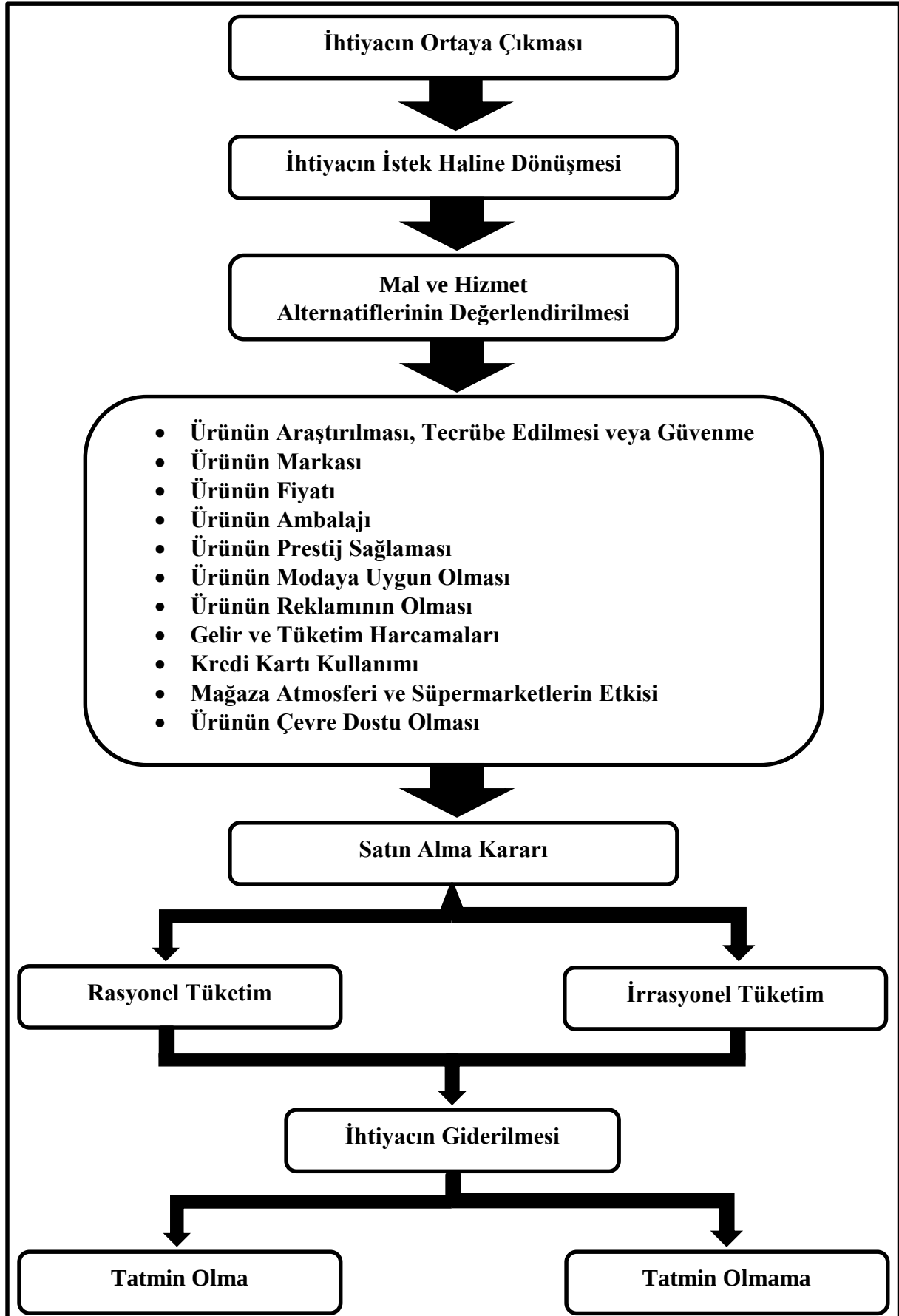
Rasyonel Tüketim, tüketiciler tarafından, ihtiyaçların karşılanması amacıyla mal ve hizmet satın alırken gelir durumları ile ihtiyaçlarının akılcı bir biçimde değerlendirilmesi doğrultusunda tüketim yapılmasıdır. Alınan mal ve hizmetin sağlayacağı faydanın göz önünde bulundurulduğu, maliyet ve verim değerlendirmesi yapılan akılcı ve faydacı tüketim olarak da tanımlanmaktadır (Çakır,2019, s.2).

Tüketimin asıl amacından uzaklaşıp farklı amaçları göz önüne alarak yapılan akılcı olmayan tüketim ise irrasyonel tüketim olarak adlandırılmaktadır (Kuru, 2014, s. 100). Rasyonel olma özelliği taşıyan faydacı tüketim türünde zorunlu olan ihtiyaçların karşılanması esas alınmaktadır (İlhan ve Uğurhan, 2019, s. 34).

Ürünlerden alınan faydanın esas alındığı rasyonel tüketim kuramına göre tüketiciler, gelirleri doğrultusunda kendilerine en fazla oranda yarar sağlayacak ürünleri tercih etmektedirler (Odabaşı, 2009, s. 16). Tüketicilerin ürünlerden alabileceği rasyonel fayda, ürünlerin işlevsel ve nesnel özellikleriyle bağlantılı olarak açıklanmaktadır. Tüketicilerin ürünleri tercih etmesinde esas belirleyici unsurlar, ürünün kalitesi fiyatı ve ürünün değeri olarak ifade edilmektedir (Deniz ve Erciş, 2010, s. 145).

Tüketici rasyonalitesi modeli şematik olarak şekil 1.2.'de gösterilmektedir.

Şekil 1. 2. Tüketici Rasyonalitesi Modeli



Kaynak: (Kuru, 2014, s. 101)

1.1.3.2.Sembolik Tüketim

Tüketimden haz alma esasına dayanan sembolik tüketim, toplumsal bir statü kazanma ve kimlik edinme amacı güdülererek yapılan tüketimin en yoğun olarak görüldüğü ve en fazla ilişkili olduğu tüketim türüdür. Mal ve hizmetlerin ötesinde onlara yüklenen sembolik anlamların tüketimini esas alan bu tüketim türünde, kazanılacak sembolik değerler karşılığında ürünlere olması gerekenin üstünde harcama yapılması durumu söz konusu olmaktadır (Odabaşı, 2009, s. 18). Tüketimin ve tüketim ürünlerinin taşıdığı yeni anlamlar doğrultusunda şekillenmiş olan post modern tüketim anlayışında üretim kültürü yerini tüketim kültürüne, ürün kültürü ise yerini marka ve imaj kültürüne bırakmaktadır (Odabaşı, 2014, s.129).

Kişilerin, bireysel kimliklerini, toplumsal sınıfını ve statüsünü belirlediği düşüncesiyle tüketime yönelmiş olması sonucu ortaya çıkan sembolik tüketimde, ürünlerin işlevsel özellikleri geri planda tutularak, ürünün taşıdığı sembolik prestij değerlerin elde edilmesi amacı ile duygusal bir yaklaşım sonucu satın alınması söz konusudur. Tüketiciler, ekonomik anlamda güçlü olduğunu ve statü olarak üst sınıflarda olduğunu göstermek ve yaşam tarzını ifade etmek amacı ile özel anlamlar yüklenen mal ve hizmetleri tüketme yolu ile sembolik tüketimi tercih etmektedirler (Köksalan, 2019, s. 635).

Post modern tüketim toplumunda, ürünler ve markalar bir gösterge haline geldiğinden, tüketiciler, kişinin kendini ifade etmek, kimliğini yansıtmak, kendini tanımlamak, toplumsal statüsünü ve sosyal sınıfını göstermek amacıyla sembolik tüketime yönelmektedir (Odabaşı, 2013, s. 85).

1.1.3.3.Gösterişçi Tüketim

Tüketiciler, çoğunlukla fizyolojik anlamda temel ihtiyaçlarını karşılamak için mal ve hizmetleri tüketirler. Bunun yanında ihtiyaçlarını karşılama amacı dışında başkalarına gösteriş yapma düşüncesiyle de tüketim yapanların oranı giderek artmaktadır. Bazı tüketiciler açısından gösteriş yapma amacı ile yapılan tüketim temel ihtiyaçlardan olan beslenme, barınma ve korunma gibi amaçlarla yapılan tüketimin önüne geçmektedir (Hız, 2009, s. 39).

Bireylerin, toplumsal bir itibar ya da statü göstergesi olarak bulundukları çevreye gösteriş yapma amacı ile yapılan, kişilerde psikolojik anlamda bir tatmin duygusu oluşturan tüketim harcamaları gösterişçi tüketim olarak adlandırılmaktadır (Güllülü, Ünal ve Bilgili, 2010, s. 105).

Tüketimin sosyal statü göstergesi olarak görüldüğü bu tüketim türünde tercih edilen ürünler lüks sayılan ürünler olmakta ve pahalı olma özelliği taşımaktadır. Pahalı ürünler

kullanmak, kişilerin çevresince zengin olarak değerlendirilmesi ve sosyal statü sağlaması düşüncesiyle tüketiciler tarafından tercih edilmektedir (Açıkalın ve Erdoğan, 2005, s. 8).

Gösteriş tüketimi insanların içinde bulunduğu ya da olmak istediği durumu, sosyal yaşantısını dışarıya aksettirmek için gerçekleştirdiği bir tüketim tarzıdır. Gösteriş tüketiminde, tüketime yüklenen anlamdan ötürü insanlar olduğundan farklı görünmek için cüzdanının sınırlarını aşabilmektedir. Tükettiği ürünler aracılığıyla belli bir konumda yer alabileceğini düşünen kişiler gösterişçi tüketime ve gösterişe dayalı bir yaşama yönelmektedir.

1.1.3.4.Hedonik (Hazcı) Tüketim

Hedonik tüketim, arzu ve isteklerin ön planda olduğu kişilerin tüketim faaliyetlerinde bulunurken haz alma amacı taşıdığı ve bu doğrultuda yöneldikleri tüketim türüdür.

Ürünlerin taşıdığı nitelikler belli olmasına rağmen, tüketiciler ürünlere daha özel anlamlar yüklemekte ve tüketim ürünlerini farklı şekilde nitelendirmektedirler. Ürünlerin maddi özelliklerinden ziyade taşıdığı anlamlar ve kişilerde meydana getirdiği manevi duygular önem taşımaktadır (Odabaşı, 2009, s. 116).

Hedonik tüketimde esas olan somut unsurlar değil kişiye soyut anlamda bir doyum yaşıtan durumlardır. Hedonik tüketim yapması kişiye mutluluk vermektedir. Eğlenme, sıkıntılı durumlardan kurtulma, ucuza satın alma arzusu gibi uyaranlar kişilerin hazcı tüketimi tercih etme nedenlerindendir. Toplumsal bir konum kazanma, deneyim elde etme ve sosyal bir iletişim sağlaması da hedonik tüketimin tercih edilme nedenleri arasındadır. Bu tüketimde ihtiyaçlar geri planda kalmakta, tüketim esnasında duygular ön plana çıkmaktadır. Hedonik tüketim mal ve hizmetlerin tüketilmesi neticesinde somut bir fayda alınması değil, alınan tatmin duygusu olarak tanımlanmaktadır (Akgül, 2014, s.7).

1.2. GIDA TÜKETİMİ KAVRAMI

Gıda kavramı Türk Dil Kurumu tarafından besin olarak tanımlanmaktadır. Besin kavramı ise, canlıların yaşamını sürdürmesi, büyümesi ve gelişmesi için tüketmesi gereken organik ve inorganik maddeler olarak tanımlanmaktadır. Besin kavramı tüm canlıların tüketimi için kullanılmasına karşın insanlar için genellikle gıda kavramı kullanılmaktadır. İnsanlar tarafından tüketilmesi beklenen işlenmiş, yarı işlenmiş ya da işlenmemiş halde bulunan tüm yiyecek ve içecekler gıda olarak tanımlanırken bu maddelerin tüketimi de gıda tüketimi olarak ifade edilmektedir (TDK, 2020).

Gıda tüketiminin önemi ve sosyal hayatta kapladığı yer günden güne artmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ve gelişmiş toplumlarda bu durum daha fazla görülmektedir. Tüketim toplumlarında, sosyal algıların değişmesi neticesinde gıda tüketiminin pozisyonunda da farklılaşmalar olmuş ve gıda tüketimi, farklı açılardan ele alınarak sürekli olarak konuşulan alanlar arasındaki yerini almıştır. Tüketim toplumlarında gıda tüketimi ile bireyler arasındaki ilişki farklı boyutlar kazanmıştır. Bu kazanımda, gıda üretim ve dağıtım sistemlerindeki değişimler, küresel ekonomik dağılımdaki değişimler, sosyal statü ile tüketim arasında kurulan ilişki ve gıdanın yaşam tarzı yansıtmadaki biçimlerindeki rolü önemli yer tutmaktadır. Tüketicilerin gıda maddelerine yönelik tercihlerinde çok çeşitli tutumlar bulunmaktadır. Gıda tüketimi konusunda tüketicilerin zihninde yer edinen fikirler, gıda maddelerine karşı yönelimlerinin nedenleri arasında önemli bir yer tutmaktadır. Tüketicilerin gıda tüketiminde sergileyecekleri tavır sürekli olarak sabit bir nedene bağlı olmadığından gıda endüstrisinde de farklı gıda politikaları ve çok çeşitli gıda kültürleri oluşturulmuştur. Günümüz toplumlarında bireylerin gıda maddeleri ile olan ilişkisi yalnızca beslenme ihtiyacının karşılanması ya da lezzetli yemek yeme olarak kalmamakta, kişinin hayat tarzı, içinde bulunduğu sosyal çevre ile toplumsal ve kültürel etkileycilere bağlı olarak şekillenmektedir (Lang ve Heasman, 2004, s. 183).

1.2.1. Yemek Yeme Davranışını Etkileyen Faktörler

İnsanların yaşamlarını sürdürebilmesi için karşılanması zorunlu olan ihtiyaçların başında beslenme, uyku ve korunma ihtiyacı gelmektedir. Yemek yeme ihtiyacı temel fizyolojik ihtiyaçların ilk sırasında yer almaktadır. Yemek olgusu, insanların günlük hayatlarının her alanında etkisi olan vazgeçilmez bir gereksinim olarak görülmektedir. Toplumun her alanında önemli bir durum olarak görülen yemek olgusu, zamana, mekâna ve değişen yaşam şekillerine göre farklılaşmaya ve yeni anlamlar kazanmaya başlamıştır. Değişen koşullar ve durumlara paralel olarak yemek olgusu da sürekli değişen ve gelişen bir gereksinim durumuna gelmiştir. Bireylerin yemek ile olan ilişkisi ihtiyaçtan öte bir hal almıştır. Çevresel ve sosyal kaynaklı bazı durumlar yemeklerin ve yemeklerin yenme şekillerinin de farklılaşmasına neden olmuştur. Diğer tüketim alanlarında olduğu gibi yemek tüketiminde de ihtiyaç olma durumunun geri planda kaldığı durumlar görülmektedir. Birçok çalışmada incelenmiş olan ve halen incelenmeye devam eden yemek kültürleri de günümüz tüketim toplumlarının etkisiyle farklılaşmaya başlamıştır. İnsanların yemek yeme davranışına etki eden en önemli faktör hissedilen açlık duygusudur. Fizyolojik bir ihtiyaç olarak beslenme ihtiyacının giderilmesi yemek yeme yoluyla sağlanmaktadır.

Yemek yeme davranışına etki eden çevresel faktörler de yer almaktadır. Teknolojik gelişmeler doğrultusunda televizyonun yanında sosyal medyanın da etkisi ile bireylere sürekli olarak gıda ürünlerinin tüketilmesini teşvik eden reklamlar gösterilmekte, sosyal medyada gıda tüketimine yönelik paylaşımlar yapılmakta ve insanların zihinlerinde bir şeyler yeme ihtiyacı oluşmaktadır.

Sosyal ve kültürel durumlar da yemek yeme davranışına etki eden faktörler arasında yer almaktadır. Bireylerin buluşmak, toplanmak gibi sosyal etkileşim durumları bir yerlerde bir şeyler yiyip içme, yemekte buluşma, kafelerde oturup yeme içme eşliğinde sosyal zaman geçirme haline evrilmiştir. Aynı şekilde özel günlerde gerçekleştirilen etkinlikler yemeksiz şekilde düşünülmemekte ve gıda tüketimine yönelik işletmelerin günlük hayatın her alanında yer kaplaması ile kişiler sürekli olarak bir yeme-içme davranışı göstermektedir. Bireylerin yemek yeme mekanizmalarına etki eden olaylar, duygu ve düşünceler kişisel özellikler ve problemler gibi manevi durumlar da yeme davranışlarına etki etmektedir. Beden, zihinle bir etkileşim içinde olduğundan psikolojik durumlar yemek yeme davranışını da etkilemektedir (Keçe, 2019).

1.2.2. Beslenme ve Gıda Talebi

İnsanlar eski zamanlarda sadece açlık ihtiyacının karşılanması için karınlarını doyurmak amacı ile beslenmişlerdir. Doğada hazır halde bulunan bitkilerle ya da avladıkları hayvanlar ile beslenme ihtiyaçlarını karşılamışlardır. Sonrasında tarımsal gelişmeler ile yiyeceklerini yetiştirmeye başlayarak çeşitli gıda ürünleri tüketmeye başlamışlardır. Sanayi toplumu ile birlikte teknolojinin de etkisiyle gıda ürünleri çeşitli süreçlerden geçerek ve çeşitli şekillerde işlenerek beslenmede kullanılmaya başlanmıştır. Canlıların vücudu için gerekli olan bileşenlerin sağlandığı, bitki ve hayvanların yenilebilir kısımları besin, gıda ya da yiyecek olarak tanımlanmaktadır. Bu besinlerden alınan vitamin ve mineraller ile yağ ve proteinler ise besin öğeleri olarak adlandırılmaktadır.

Vücut fonksiyonlarının sağlıklı şekilde işlemesini sağlamak ve hayatı sağlıklı bir şekilde devam ettirebilmek için gıda ürünlerinin tüketilmesine beslenme denilmektedir (Bozhüyük, 2010, s. 10). Dünya Sağlık Örgütü (WHO) ise beslenmeyi vücudun gereksinime göre gerekli olan gıdaların alınması olarak tanımlamaktadır (www.who.int). Beslenme, Sağlık Bakanlığı tarafından, sağlığın korunup, geliştirilmesi ile birlikte hayat kalitesinin artırılması için vücudun gereksinim duyduğu besin öğelerinin uygun miktarda ve uygun zamanlarda alınmasına yönelik bilinçli olarak yapılan davranışlar olarak tanımlanmaktadır (Sağlık Bakanlığı Türkiye Beslenme Rehberi, 2015).

Beslenme, insanın büyümesi, gelişmesi ve sağlıklı bir şekilde yaşamını sürdürmesi için gerekli olan besin öğelerinin yeterli miktarlarda alınıp vücudunda kullanılmasıdır. Vücudun büyümesi ve dokuların yenilenebilmesi için gereken besin öğelerinin yeterli miktarda alınması ve uygun şekilde kullanılması yeterli ve dengeli beslenme olarak ifade edilmektedir. Besin öğeleri vücudun ihtiyacı düzeyinde alınmazsa, yeterli enerji oluşamadığından yetersiz beslenme durumu oluşur. Gereğinden çok besin aldığı anda ise bu öğeler vücutta yağ olarak biriktiğinden sağlık için zararlı olan dengesiz beslenme durumu oluşur (Baysal, 2012, s. 4-6).

1.2.3. Bilinçli Gıda Tüketimi

Gıda tüketimi, insan yaşamı için vazgeçilmez bir durum olmanın yanında ekonomik olarak da büyük bir öneme sahip olduğundan gıda güvenliği ve sağlıklı gıda tüketimi bireysel ve toplumsal olarak üzerinde durulması gereken bir konu olarak yer almaktadır. Tüketiciler tarafından kaliteli ürünlere olan talep her alanda artmaktadır. Özellikleri bakımından beklentileri karşılayan ve fiyat performans ölçütünde uygun olan ürünler kaliteli olarak adlandırılmaktadır. Gıda tüketiminde de tüketicilerin bilinç düzeylerinin yükselmesi sonucunda kaliteli ürünlere yönelme söz konusu olmaktadır.

Gıda ürünlerinin tüketiminde kalite, tüketicilerin algıları ve tutumları ile ölçülmektedir. Bu nedenle bilinçli tüketicinin önemi artmaktadır. Teknolojide yaşanan gelişmeler, gıda üretiminde artış yaşanması konusunda kolaylık sağlarken gıda kaynaklı riskleri de artırmaktadır. Tarımsal üretimde kullanılmakta olan kimyasal maddelerin gıda ürünlerinde bıraktığı kalıntılar ve çevreye vermiş olduğu zararlar ile üretim sürecinde kullanılan katkı maddeleri ve bunlardan kaynaklanan zararlar tüketicilerin doğal ve şeffaf ürünlere olan talebini artırmıştır (Dölekoğlu, 2003, s. 1-3).

Toplumlarda sosyal ve ekonomik anlamda yaşanan iyileşmeler neticesinde gıda üretimi ve tüketimi konusunda daha hassas ve daha bilinçli bir yaklaşım sergilenmektedir. Bu doğrultuda bilinçli gıda tüketimi konusunda yaşanan gelişmelere paralel olarak bilinçli tüketici sayıları da artış göstermektedir. Tüketim toplumlarında tüketicilerin bilinç düzeyleri ve tüketime yönelik tutumları, gıda konusuna verilen önemi göstermesi ve gıda üretim firmalarının hizmet politikalarına yön vermesi açısından önemlidir. Gelişmekte olan toplumlarda ekonomik anlamda iyi durumda olmayan bireylerin kısıtlı imkânlarla verimli şekilde beslenmeleri için bilinçli bir gıda tüketimi faaliyetine yönelmeleri gerekmektedir (Baysal, 1990, s. 36).

Bilinçli gıda tüketimine ilişkin yapılmış olan bir çalışmada, gıda ürünlerinin satın alınmasından önce, satın alınması ve alındıktan sonra gıda tüketimi sırasında yeterli bilinç düzeyine sahip olmayan bireylerin bu konularda eğitildikten sonra gıda tüketimi faaliyetleri

esnasında bilinçli davranış gösterdikleri sonucuna ulaşmıştır (Demirci ve Baykan, 2003, s. 73). Gıda ambalajının ürünün fiyatının artmasına neden olduğunu bilmelerine rağmen, bilinçli gıda tüketicileri tarafından ambalajlı ürünler, diğer ürünlere oranla daha sağlıklı olduğu düşüncesiyle daha fazla tercih edilmektedir (Gökalp, 2007, s.79).

1.2.4. Gıda Endüstrisi

Günümüzde gelişen teknolojilerle birlikte gıda tüketimindeki tercihler de yeniden şekillenmektedir. Gıda ürünlerinin beslenme ihtiyacını karşılama beklentisinin dışında güvenilir ve sağlıklı olması tüketiciler tarafından önem gösterilen ölçütler arasında yer almaktadır. Gıda ürünlerinin lezzeti ve hızlı bir şekilde hazırlanıp tüketilmesi müşteriler için tercih sebebi olmaktadır. Bunun yanında gıda tüketimi konusunda bilinçli müşteriler tarafından ürünlerin besin değerleri de önemsenmektedir. Gıda endüstrisinde, ürünlerin uzun süreli saklanması ya da lezzetli olması amacıyla uygulanan bazı işlemler, ürünlerin besin değerleri ve tatları üzerinde olumsuz etkiler oluşturabilmektedir (Kaletunç, 2009, s. 60) .

Yeni teknolojiler kullanılarak, besin değerleri korunarak uzun süre sağlıklı ve lezzetli bir şekilde muhafaza edilebilen gıda ürünleri üretilmeye başlanmıştır. Bu durum gıda ürünlerinin tüketici ihtiyaçlarına uygunluk durumunu artırdığından söz konusu ürünlerin bozulmaları nedeniyle tüketilmeden atılma oranının azalmasına katkı sağlamaktadır.

1.2.5. Sürdürülebilir Gıda Tüketimi

Tüketim ile ilişkili olarak son zamanlarda her alanda ortaya çıkan sürdürülebilirlik kavramı ile birlikte yeni yaklaşımlar ve yeni tüketici davranışları da ortaya çıkmaktadır. İnsanlar, ihtiyaçlarını dolaylı şekilde ya da direkt olarak doğadan karşılamaktadır. Üretim ve tüketim faaliyetleri sonucunda her bir birey doğada bazı etkiler bırakmaktadır. İnsanların doğada bıraktığı etkiyi ifade etmede ekolojik ayak izi kavramı kullanılmaktadır (Kaypak, 2013, s.156).

Sürdürülebilir tüketim; doğada var olan kaynakların, gelecek kaygısı gözetilerek, sonraki kuşakların da ihtiyaçlarını temin edebileceği ortamın sürdürülebilmesi adına ölçülü şekilde yapılan tüketim olarak ifade edilmektedir.

Günümüzde kentsel nüfusun artması ve tarımla uğraşan nüfusun azalması, tarımsal alanların dolayısı ile de tarımsal gıdaların üretiminin her geçen gün azalmasına neden olmaktadır. Doğal afetler, maddi sebepler ve ülkeler arasında yaşanabilecek problemler gibi nedenlerle ileride gıda problemlerinin meydana gelebileceği öngörülmektedir. Gıda kaynaklı

problemlerin oluşmasını engellemek ve gıda üretiminin devamını sağlayacak kaynakların varlığını korumak amacıyla dünya genelinde bulunan ilgili bazı kamu kuruluşları ile birlikte sivil toplum kuruluşları da tüketicilerde farkındalık oluşturmak adına sürdürülebilir tüketime yönelik çeşitli çalışmalar yapmaktadır. Bu çalışmalar ile hedeflenen durum tüketicilerin bilinç düzeylerinin artırılarak tüketim konusunda sorumluluk bilinci hissetmeleri ve sürdürülebilir tüketime uygun olan ürünlerin tercih edilmesinin sağlanmasıdır. İnsanların tüketimlerinde önemli bir yerde bulunan sürdürülebilir ürünlere talebin olması tarımsal faaliyetlerin devamlılığı için de önem arz etmektedir (Sargant, 2014, s. 17-18).

Sürdürülebilir gıda tüketimine ilişkin yaygın olarak kabul edilen bir tanıma göre; sağlıklı içeriği olan, üretim aşamalarında çalışanlara insani kurallar çerçevesinde muamele edilen ve uygun ücret verilen, çevreci kaynak kullanımı yapılan, çevreye duyarlı üretim ve tüketime dayalı bir anlayışı ifade etmektedir (Dzene ve Eglite, 2012, s. 210).

Her geçen gün daha da önemli hale gelmeye başlayan sürdürülebilirlik kavramı, yazılı, görsel ve sosyal medya alanlarında daha fazla yer almaya başlamıştır. Bu durum sürdürülebilir gıda tüketimine ilişkin tüketicilerde bilinçlenme ve farkındalık düzeyinin artmasını sağlamaktadır. Bunun sonucunda ise tüketicilerce gıda ürünleri alma ve ürünlerin tüketimi esnasında, sürdürülebilirlik durumu, göz önüne alınan bir ölçüt olmaya başlamıştır. Tüketiciler, hem daha sağlıklı gıdalar tüketmek gibi bireysel etkenler hem de gıda üretiminin sürekliliğini sağlamak gibi toplumsal sorumluluk bilinci gibi etkenler sonucunda sürdürülebilir gıda ürünlerini tercih etmektedir (Gürler, Nart ve Altunışık, 2017, s. 132).

İKİNCİ BÖLÜM

İSRAF VE GIDA İSRAFI

2.1. İSRAF

İsraf kavramı, hayatın her alanında yer alan bir kavram olmasının yanında çeşitli alanlarda farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Üretim ve tüketimin olduğu bir hayatın her aşamasında israf kavramı karşımıza çıkmaktadır. Tüketim kültürünün en büyük sorunlarından olan israf, herhangi bir şeyin, hiçbir kimseye ya da hiçbir şeye faydası olmayacak şekilde kullanılması, fazla ve gereksiz bir biçimde tüketilmesi ve bilinçsiz kullanım sonucu zayi edilmesi olarak tanımlanabilir. Temelde insanlar tarafından gerçekleştirilen bir durum olmasından ötürü tüm dünyada benzer anlamları ile kullanılmakta ve benzer durumları ifade etmektedir. Bireyleri ve toplumların yapısını olumsuz şekilde etkileyen israf durumu, günümüz tüketim toplumlarının en önemli problemleri arasında yer almaktadır.

İsrafı, Türk Dil Kurumu “Gereksiz yere emek, zaman, para, vb. harcama ve savurganlık” olarak tanımlamaktadır (TDK, 2020). İnsan hayatının her alanında yer alan geniş bir konu olması nedeniyle israf kavramını anlatmak için kullanılabilecek tek bir tanımın yetersiz kaldığı ve israfın birçok farklı şekilde tanımlandığı görülmektedir (Uzgören, 2008, s.1).

İsraf kavramı, genellikle yeme, içme ve para harcama durumları ile dar anlamli olarak kullanılmasına karşın her türlü maddi ve manevi varlığın olması gerekenden fazla miktarda kullanılması, asıl kullanım amacının dışında kullanılması ve kullanım esnasında savurganlık yapılması israf olarak ifade edilmektedir. Gıda, su ve elektrik gibi kaynakların gereksiz şekilde harcanması israf olarak değerlendirildiği gibi zamanın boşa harcanması ve insanların sağlığına zararlı faaliyetler de israf olarak değerlendirilmektedir (Sancaklı, 2013, s.48).

İktisadi açıdan gereksiz yere mal ve para tüketimi yapılması olarak özetlenen israf kavramı, genişletilmiş bir tanımla, üretim esnasında kullanılan kaynakların tahrip edilerek azalmasına hatta yok olmasına neden olan eylemler olarak tanımlanmaktadır. Kaynakların, mal ve hizmetlerin lüzumsuz ve faydasız şekilde kullanıldığı bu eylemler, verimsizlik, elde edilen ürünün olması gerekenden az olması, arz talep dengesinin sağlanamaması gibi sonuçlar ortaya çıkarmaktadır (Ural, 1999, s.13).

Daha fazla kazanç elde etme amacı ile hareket eden ticari işletmeler, hedefleri doğrultusunda tüketicileri bir tüketim döngüsü içine sokmaktadır. Tüketicilere ihtiyacı olandan fazlasını tüketmeye yönelik, doğrudan ya da dolaylı olarak bir yönlendirme yapılmakta ve tüketicilerin sürekli olarak bir tüketim ihtiyacı hissetmesi sağlanmaktadır. Çeşitli araçlarla ortaya çıkarılan sahte ihtiyaçlar kişiler tarafından gerçek ihtiyaç olarak görülmeye başlanmakta

ve bunun sonucunda ihtiyacın giderilmesi için tüketim yoluna başvurulmaktadır. İnsanlar gerçek manada ihtiyacı olmayan şeyleri ihtiyaç olarak addederek almakta ve aldıklarını, tüketim ömrü bitmeden, kullanılamaz duruma gelmeden ve hatta gerçek manada eskimeden elden çıkarmaktadır.

Giderek artan gösteriş tüketimi, reklamlar ve diğer araçlar ile kişilerde ortaya çıkarılan tüketim ihtiyacı duygusu ve uzun süreli kullanılabilen ürünler yerine tek kullanımlık ya da birkaç kez kullanımlık ürünlerin kullanımının yaygınlaştırılması, israfın artmasında rol oynayan durumlardan bazılarıdır. Kısa süreli kullanıma yönelik olarak üretilen ürünlerin çoğu kullanıma sunulduktan kısa süre içinde atılmakta ve hem çevre kirliliğine neden olarak doğaya zarar vermekte hem de kaynakların aşırı şekilde tüketilmesi sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Aşırı tüketim kaynaklı israf durumu, çevresel sorunların ve doğada meydana gelen problemlerin nedenleri arasında ilk sıralarda yer almaktadır (Yıldırım, 2019, s.44).

Doğadaki kaynakların ve bu kaynaklar yoluyla elde edilen ürünlerin aşırı ve gereksiz şekilde kullanılarak israf edilmesi hem kişinin kendisinin hem de toplumdaki diğer bireylerin sıkıntı yaşamasına yol açmaktadır. Tüketimde dikkat edilmesi gereken temel husus ihtiyaç olmalıdır. İnsanların ihtiyaçları sınırlı olmasına karşın istekleri sınırsızdır. Günümüzdeki tüketim ve israf artışının temelinde yatan durum kişilere isteklerinin ihtiyaç olarak hissettirilmesidir. İnsanlar bu istekleri karşılamak için tüketim yoluna gitmekte ve kendince kısa süreli bir tatmin duygusu yaşamaktadır. Uzun vadede ise bu durum kişileri sonu olmayan bir tüketim döngüsü içine sokmakta ve insanlar yalnızca tüketmek için tüketim yapmaya başlamaktadır. İnsanları doyumsuzluğa iten bu durumun aksine üretmek ve hayata değer katmak, kişilerin tüketim döngüsünden kurtularak daha kalıcı bir tatmin ve mutluluk yaşamasını sağlamaktadır.

2.1.1. İsrafın Meydana Geliş Sebepleri

İnsanların israf etmelerinin en büyük sebebi olarak sayılabilecek durum sahip olduklarının kıymetini bilmemesi ve benmerkezci bir yaşam tarzı benimsemesidir. İnsanlar, sahip oldukları en büyük sermaye olan zamanın, sağlığın ve kendi bedenlerinin ne derece değerli olduğunun farkında olmadığı durumlarda bu kıymetli hazineleri boşa tüketerek israf etmeye kendi hayatlarından başlamaktadır. Kendi hayatını, ömrünü israf eden insanlar, bu yaklaşımlarını hayatlarının her alanına yansıtmakta ve hayatın her alanında israf etmeye başlamaktadır. Bunun yanında benmerkezci bir hayat sürdürerek hakkından, ihtiyaçlarından fazlasını istemekte, sahip olduklarını da paylaşma erdemi göstermeyerek ihtiyacının fazlasını israf etmektedir. İnsanlar sonuçlarını kısa zamanda gördükleri davranışlara daha çok önem

vermektedirler. Bu nedenle israf ettikleri zaman kısa vadede somut bir sonuç görmedikleri için yaptıklarını çok da önemsememektedir.

İhtiyaçların ve isteklerin karşılanmasında kullanılan imkânların ve kaynakların gereğinden fazla ölçüde, düzensiz ve kontrolsüz bir biçimde tüketilmesi şeklinde de tanımlanabilen savurganlık ya da israfın çeşitli sebepleri bulunmaktadır. Tüketicilerin mal ve hizmetleri satın alma ve kullanmaları ile ilgili yanlış tutum ve davranışları, harcama yönetimi konusunda yeterli düzeyde bilgi sahibi olmamaları, bireysel sebepler olarak gösterilebilir. Bu bireysel sebeplerin yanında tüketim toplumlarında kişilere sürekli olarak dayatılan aşırı tüketim isteği, gösterişçi tüketime yönelik oluşturulan algılar ve üretim faaliyetinde bulunan işletmelerin reklam gibi araçlarla tüketimi körüklemesi sonucu tüketim değerlerinde yaşanan değişim, beraberinde israf artışını da getirmiştir. Bireysel ve toplumsal olarak, kaynakların rasyonel ve akılcı kullanımının önemi her geçen gün artmaktadır. Kaynak kayıplarının azaltılmasını ve ulusal kaynak stoklarında artış yaşanmasını sağlayan rasyonel tüketimin uygulanmaması da israfa neden olmaktadır. İhtiyaçların giderilmesi için kullanılmakta olan kaynaklar, verimli bir kullanım ile hem miktar hem kalite olarak artırılabilirken tam tersi durum israfa ve kaynakların tüketilmesine neden olmaktadır. Her ne sebeple olursa olsun israf edilen kaynaklar, toplumda bulunan bireylerden her birinin imkânlardan daha az yararlanması sonucunu doğurmaktadır. Bu doğrultuda, bilinçli, rasyonel ve akılcı tüketim davranışlarının toplumsal düzeyde yaygınlaştırılması, tüketicilerin tüketim davranışlarının pozitif anlamda geliştirilmesi önem arz etmektedir (Türkiye İsrar Raporu, Ticaret Bakanlığı, 2018, s. 17).

2.1.2. İsrar Çeşitleri

Tüketim anlayışındaki değişimden sonra israf küresel boyutta bir durum halini almıştır. Toplumların yaşamında olumsuz etkiler meydana getiren ve hem maddi hem manevi anlamda kayıplara sebebiyet veren israf, tüketimin artmasının bir sonucu olarak birçok farklı alanda mal ve hizmetlerin tüketilememesi ya da yanlış tüketilmesi sonucu karşımıza çıkmaktadır (Öksüz, 2013, s.96).

Hangi alanda olursa olsun israfın olduğu bir tüketim anlayışı kaynakların tükenmesine, bireysel, toplumsal ve çevresel sorunlara yol açmaktadır. Tüketimin ve insanın olduğu her alanda israftan söz etmek mümkündür. İnsanlar, zamanı kullanma konusunda, yeme-içme, giyim kuşam faaliyetlerinde, elektrik, su, enerji kullanımlarında ve gösterişe yönelik lüks tüketim davranışlarında israf edebilmektedirler.

2.1.2.1. Gıda İsrafı

Gelişmiş ülkelerde görülme oranı daha fazla olmasına karşın gıda israfı, tüm dünya ülkeleri açısından problem teşkil etmektedir. Ülkelerin gelişmişlik düzeyine bağlı olarak artan gelir seviyeleri ile birlikte tüketim miktarları ve tüketim çeşitleri artmakta, alışveriş merkezlerinin çoğalmasına paralel olarak ev dışı tüketim oranları da artmaktadır. İşletmelerin pazarlama stratejilerinin değişmesi, insanların kent kültürünü benimseyerek doğadan ve tarımsal faaliyetlerden uzaklaşmasının yanında gıda üretimi esnasında kullanılan teknolojinin yetersiz olması, taşıma ve depolamadaki olumsuz koşullar, ambalajlama ve saklama esnasındaki yanlışlıklar da gıda israfına neden olan durumlar olarak yer almaktadır. Yapılan araştırmalar sonucu ortaya çıkan yüksek düzeydeki israf miktarının azalmasına yönelik birçok ülke ve kuruluş tarafından alınan önlemlerin olumlu sonuçları görülmüştür. Dünya üzerindeki gıda arzının devamının sağlanabilmesi adına israfa karşı alınan önlemlerin artırılması ve yaygınlaştırılması gerekmektedir (Dölekoğlu, Gün ve Giray, 2014, s.172).

Dünya üzerinde bulunan tüm insanlara yetecek düzeyde gıda maddesi var olmasına karşın yapılan araştırmalar sonucunda bu gıdalara ulaşamayan insanların oranının bir hayli fazla olduğu görülmektedir. Gelecekte tehlike olabilecek bir durum olarak görülmeye başlayan artan nüfusun gıda talebinin karşılanamaması durumu, sürdürülebilir gıda üretimi ve tüketimi politikalarının önemini göz önüne koymaktadır (Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), 2017). Yetersiz beslenme durumu dünya genelinde büyük bir problem olarak dururken yapılan gıda israfları bu problemin çözümünü daha da zorlaştırmaktadır.

Gıda israfı konusunda araştırmalar yapan Dr. Ren Wang, israf edilen gıdaların bir ülke olarak düşünülmesi halinde bu ülkenin Çin'den daha fazla bir yüz ölçümüne sahip olacağını belirtmiştir. Kimse tarafından yenemeyecek gıdaların üretileceği bu ülke dünyanın en fazla su kullanan ülkesi ve sera gazı üretiminde ise üçüncü ülke olacağına dikkat çekerek dünyadaki gıda israfı miktarının ne derece büyük boyutlarda olduğunu ifade etmektedir (Wang, 1999 aktaran: Glimm, 2018 s. 26).

Avrupa Komisyonu tarafından raporlanan verilere göre gıda israfı, yüzde 42 oranında evlerde, yüzde 39 oranında gıda sektöründe, yüzde 14 oranında yiyecek-içecek işletmelerinde, yüzde 5 oranında ise dağıtım sürecinde yaşanmaktadır (Türkiye İsfraf Raporu, Ticaret Bakanlığı, 2019, s. 18).

Yalnızca israf edilen gıdaların değil, üretimden tüketime kadar olan aşamalarda harcanan hammadde, emek, su ve enerji gibi kaynakların da tüketilmesine neden olan gıda israfı sorunu, çözülmesi adına herkesin farkındalık göstermesi gereken küresel bir durum halini almaktadır.

2.1.2.2. Ekmek İsrافی

Gıda israfı ile birlikte ekmek israfı da günümüz toplumlarının en önemli problemlerinden biridir. Tüketici davranışlarının gelir düzeyine bağlı olarak değişiklik göstermesinden hareketle, gelir düzeyi yüksek, tüketim bilinç düzeyi düşük olan kimselerde, fazla alınan ekmeğin tüketilememesi sonucu bayatlaması ile israf edildiği görülmektedir. Yapılan çalışmalar sonucunda, tüketiciler tarafından en çok ekmek israfının evlerde yapıldığı ortaya çıkmaktadır. Ekmek tüketim miktarları göz ardı edilip ailede bulunan kişi sayısı göz önüne alınarak ekmek alındığı ve bu durumun sürekli olarak evlerde fazla ekmek kalması sonucuna yol açtığı belirlenmiştir (Mete, 2017, s.3-4).

Ekmek israfının önlenmesi için bazı hususlar aşağıda belirtilmiştir.

- Ekmeklerin ihtiyaç ölçüsünde satın alınması,
- Ekmeklerin uygun şekillerde ve uygun ambalajlarda muhafaza edilmesi,
- Kullanılmayan ya da uzun süre saklanacak olan ekmeklerin uygun şekilde poşetlenip derin dondurucuda muhafaza edilmesi,
- Ekmeklerin o esnada kullanılmayacak kısımlarının daha sağlıklı şekilde önceden ayrılmasını sağlamak amacıyla ekmeğin tüketilmeden önce dilimlenmesi,
- Fazla kalan ekmeklerin kurutularak yemek, tatlı ya da pasta yapımında kullanılarak değerlendirilmesi (Kavak, 2010, s.33-34).

Tüketicilerin taleplerini sürekli olarak karşılayabilmek amacı ile üreticiler tarafından talep edilenden daha fazla miktarda ekmek üretimi yapılabilmekte ve bu durum talep fazlası ekmeğin israf olması sonucunu doğurmaktadır (Akın, 2010, s.160).

Ekonomik anlamda da büyük kayıplara yol açan ekmek israfının önlenmesindeki en önemli durum, ekmeğin ihtiyaç ölçüsünde üretilip, ihtiyaç ölçüsünde alınması ve bayatlamadan tüketilmesidir. Ekmeğin üretim tekniklerinin bilinmesi ve uygulanması, uygun şekilde ambalajlanıp muhafaza edilmesi, arz talep dengesi gözetilerek üretilmesi ve bayat ekmeklerin farklı şekillerde değerlendirilmesi ekmek israfının önlenmesi bakımından önem arz eden diğer hususlar olarak yer almaktadır (Mete, 2017, s.1).

Türkiye’de ekmek tüketimi, ekmeğin ekonomik değeri ile nüfusun karşılaştırılmasına bakıldığında dünya ortalamasının üzerinde olduğu görülmüştür. Yapılan çalışmalarda yıllık ekmek tüketiminin kişi başına ortalama olarak; Mısır’da 180, İran’da 15 Suriye’de 130 Kuveyt’te 98, İtalya’da 73, Amerika’da 34 kg olduğu belirlenmişken Türkiye’de bu miktarın 180 ila 210 kg olduğu hesaplanmıştır (Türkiye İsraf Raporu, Ticaret Bakanlığı, 2019, s. 20).

Toprak Mahsulleri Ofisi tarafından 2013 yılında, ekmeğin standart 250 g olarak alınması ile yapılmış olan bir çalışmada Türkiye’deki kişi başı ekmek tüketimi, 1,28 adet olarak, gram olarak ise 319 gram olarak tespit edilmiştir (Toprak Mahsulleri Ofisi (TMO), 2013). Türkiye’deki ekmek israf oranının bölgelere göre değişmekle birlikte yüzde 10 ila 18 olduğu tahmin edilmektedir. TMO tarafından yapılan bilimsel araştırma sonucunda Türkiye’de yıllık yaklaşık 9,2 milyon ton, günlük olarak ise yaklaşık 25.300 ton ekmek üretildiği belirlenmiştir. Ekmeğin 250 gram olarak alındığı bir hesaplamada, yıllık yaklaşık olarak 37 milyar adet, günlük olarak ise yaklaşık olarak 101 milyon adet ekmek üretimi yapıldığı sonucuna ulaşılmıştır (TMO, 2013).

Ekmek üretim miktarları ile ekmek tüketim miktarları karşılaştırıldığı zaman üretilen ekmeklerin büyük bir oranda tüketilmediği ve israf edildiği sonucu görülmektedir. Yıllık olarak, yaklaşık 8,7 milyon ton, günlük olarak ise yaklaşık 23.800 ton ekmek tüketiminin yapıldığı Türkiye’de, yıllık yaklaşık olarak 35 milyar adet, günlük olarak ise yaklaşık 95 milyon adet ekmek tüketimi yapıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Kişi başına ekmek tüketim miktarı 319 gr olarak hesaplanan araştırmada israf edilen ekmek miktarının ise kişi başı yaklaşık olarak 19,9 gr olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Önceki araştırmalar ile karşılaştırıldığı zaman kişi başı ekmek tüketim miktarı azalma göstermişken israf miktarı artış göstermiştir. Kişisel düzeyde bakıldığı zaman israf miktarının büyüklüğü görülmemektedir. Toplu bir hesaplama yapıldığı zaman ise Türkiye’de yıllık yaklaşık 542 bin ton, günlük olarak ise yaklaşık 1.486 ton ekmek israfının yapıldığı görülmektedir. Ekmeğin 250 gram olarak alındığı bir hesaplama yapıldığında yılda 2 milyardan fazla, günlük olarak ise yaklaşık 6 milyon adet ekmeğin israf edildiği sonucu görülmektedir. Başlatılmış olan tasarruf kampanyaları ile yalnızca israf miktarının azaltılması sonucu yıllık yaklaşık 300 milyon TL tasarruf sağlandığı belirlenmiştir (TMO, 2013).

Ekmek israfına ilişkin sebepler arasında israf konusundaki bilgi eksikliği önemli bir yer tutmaktadır. İsrafın azaltılması için insanların israf konusunda bilinçlendirilmesi gerektiği görülmektedir. Toprak Mahsulleri Ofisinin öncülük ettiği ekmek israfını önleme çalışmaları, yapılan araştırmalar ve bu araştırmalar neticesinde elde edilen ekmek israfı verileri dikkate alındığında, yapılan israfın ne derece büyük olduğu ve önlenmesi durumunda elde edilebilecek kazanımlar anlatılarak bu konuda herkesin sorumluluk bilinci ile hareket etmesi gerektiğine dair farkındalık oluşturulması önem taşımaktadır.

2.1.2.3. Enerji ve Su İsrافی

Enerji ve su tüketiminin giderek artması son zamanlarda dünya genelinde dikkat çeken ve üzerinde durulan konulardan biri halini almıştır. Kentleşme ve sanayileşmenin yanında sosyal anlamda görülen zenginleşme ile birlikte su ve enerjiye olan talep artmaktadır. Günlük hayatta direkt olarak kullanıldığı gibi insanların hayatlarının her alanında bulunan diğer faaliyet alanlarında da endirekt olarak enerji ve su tüketimi yapılmaktadır. Tüketim miktarı artarken bilinçli bir kullanım yapılmadığından su ve enerji kaynakları azalmaktadır. Dünya nüfusunun yaklaşık 1,5 milyarı suya ulaşım konusunda sıkıntılar yaşamaktadır. Bu sayının 2025 yılında 3 milyar civarına ulaşması beklenmektedir. Su kaynakları konusunda iyi durumda olmayan Türkiye'nin de ileride suya ulaşım konusunda sıkıntılar yaşayabileceği öngörülmektedir. Tüm dünya çapında nüfus artışı ve benzeri nedenlerle su ihtiyacı artmakta iken bilinçsiz kullanıma bağlı olarak kaynaklar azalmaktadır. Bu nedenle yerel, ülkesel hatta küresel anlamda önlemlerin alınmasının yanında tüm dünya insanının çevresel konularda farkındalık göstermesi ve israfın önlenmesine ilişkin bilinç düzeylerinin artırılmasına yönelik faaliyetler önem arz etmektedir (Gezer ve Erdem, 2018, s. 113).

Evlerde, otellerde ve restoranlarda kullanılan sular evsel su olarak tanımlanmaktadır. Kullanılabilir su kaynaklarına ulaşma imkânının yanında su kullanım ihtiyaçlarının farklılık göstermesi, bölgelere göre su tüketim miktarlarının farklı olması sonucunu ortaya çıkarmıştır. Tüketilen su miktarları farklılık gösterse bile konutlarda ve diğer evsel su tüketiminin yapıldığı yerlerde kullanılan su miktarının fazlalığı dikkat çekmektedir (Yalçınalp, Öztürk ve Bayrak, 2018, s.73).

Devlet Su İşleri tarafından yapılan araştırma sonuçlarında elde edilen bulgulara binaen Türkiye'nin kişi başı yıllık su tüketim miktarının tüketiminin ortalama olarak 1,600 m³ civarında olduğu belirlenmiştir. Önümüzdeki 10 yıl içinde nüfusun 100 milyon civarında olacağı ve o durumda kişi başına yıllık su tüketiminin yaklaşık olarak 1,100 m³ civarında olacağı öngörülmektedir. İlerleyen yıllarda artan nüfus ile birlikte su tüketiminin de artacağı ve kaynakların azaldığı göz önüne alınarak su problemlerinin yaşanmaması adına hem bireysel hem toplumsal olarak önlemleri alınması gerekmektedir. Bireylerin evlerinde ve evsel su tüketimi yapılan yerlerde uygulanması mümkün olan tedbirleri alması, bilinçli ve doğru su tüketimine gereken önemi vermesi alınabilecek en etkili önlemlerdendir (Türkiye İsrar Raporu, Ticaret Bakanlığı, 2019, s. 22).

İsraf edilen bir diğer önemli kaynak ise enerji kaynakları olarak karşımıza çıkmaktadır. Başta elektrik olmak üzere enerji kullanımı insan hayatında vazgeçilmez bir konumda bulunmakta ve hayatın her alanında öncelikli bir ihtiyaç olarak yer almaktadır. Günümüz

dünyasında enerji kullanılmadan hayatı idame ettirmek pek olası görülmemektedir. Enerji kaynaklarının sınırlı olduğu, enerji kullanımının ise her geçen gün arttığı göz önüne alındığında enerji kullanımında da verimli kullanımın önemli olduğu anlaşılmaktadır (Erdoğan ve Gürbüz, 2014, s.80).

Nüfus artışı ve diğer sebeplere bağlı olarak ilerleyen yıllarda enerji tüketiminin de artacağı öngörülmektedir. Yapılan çalışmalarda Türkiye’de enerji tüketiminin yıldan yıla artış gösterdiği görülmektedir ve bu artışın devam etmesi beklenmektedir. Araştırma sonuçlarına göre 1972 yılında kişi başı yaklaşık olarak 300 kW civarında olan elektrik kullanımı, 1980 yılında 450 kW civarına ulaşmıştır. 2004 yılında yaklaşık olarak 1690 kW olarak belirlenen kişi başı tüketim 2019 yılı için 2855 kW olarak hesaplanmıştır. 2029 yılında bu tüketimin 5000 kW civarında olacağı öngörülmektedir (Türkiye İsrar Raporu, Ticaret Bakanlığı, 2019, s. 22). Elektrik kullanımının ülkemizde olduğu gibi dünya genelinde de artış göstermesi kaçınılmaz olduğundan alternatif enerji kaynaklarının kullanılmasının yanında var olan enerji kaynaklarını etkin ve verimli şekilde kullanmak büyük önem taşımaktadır.

Konutlar, enerji tüketiminin yoğun olduğu yerler arasında önemli bir konumdadır. Tasarrufa yönelik tedbirli davranışlar ve bilinçli kullanım ile konutlarda kullanılan enerji ve su miktarları azalarak israf miktarında düşüş görülmüştür (Boylu ve Yertutan, 2012, s.159.160).

Evlerde enerji ve suyun verimli kullanılması, enerji kaynaklarının sürdürülebilirliğine katkı sağlamasının yanında hem bireysel hem de ülkesel olarak ekonomik anlamda tasarrufa katkı sağlaması bakımından önemli olarak görülmektedir (Enerji Raporu, Dünya Doğayı Koruma Vakfı(WWF), 2011, 6).

Evlerde kullanılan elektronik eşyaların verimli olması, binaların ısı yalıtımlı olması ve bunların yanında bilinçli kullanım israfın önlenmesinde önemli rol oynamaktadır (Hekimci,2012, s.13,14). Evlerde kullanılan enerji ve su tüketimi çeşitli faktörlere bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Bu faktörler ne olursa olsun bireylerin kullanım biçimleri esas belirleyici olarak karşımıza çıkmaktadır. (Karahana, 2014, s.76).

Enerji verimliliği, enerji israfının önlenmesi adına önemli bir gerekliliktir. Enerji verimliliği, mal ve hizmetlerin elde edilmesi ya da kullanılması esnasında nitelik ve nicelik olarak bir azalma olmadan aynı sonuçların daha az enerji kullanılarak elde edilmesi olarak tanımlanmaktadır. Günlük hayatın her alanında enerjinin verimli kullanılması mümkündür. Aydınlanma, ısınma ve diğer faaliyetlerde yapılacak küçük ölçekli değişimler ile enerjiyi daha verimli kullanmak mümkün olmaktadır. Enerji tasarrufuna yönelik yapılacak olan çalışmalar yalnızca maddi olarak değil manevi anlamda da katkı sunmaktadır. Faturaların azalması ile bireysel olarak, ülke ekonomisine sunduğu katkı ile toplumsal olarak olumlu sonuçlar ortaya

çıkmaktadır. Yalıtım yapılan binalar enerji tasarrufu sağlamasının yanında binada oturanlar için sıcak-soğuk problemi yaşamadan konforlu bir ortam sunmaktadır. Enerji verimliliği açısından iyi olan bir elektronik eşya sessiz çalışması ile yine kullanıcıyı memnun etmektedir. Enerjinin daha verimli kullanılmasına yönelik atılacak adımlar ile dünya genelinde enerjinin daha verimli kullanılması ve israfın azalması mümkündür. Enerjinin verimli kullanılması, enerji masraflarının azalmasını sağlamakta, enerji ithalat miktarının düşmesine ve dolayısı ile dışa bağımlılığın azalmasına katkı sağlamaktadır. Ekonomik anlamdaki getirilerin yanında kaynakların sürekliliğini sağlaması ve çevresel sorunların giderilmesi açısından da önem taşımaktadır (Yumurtacı ve Dönmez, 2013, s.39,40).

Kullanılmakta olan standart ürünlerin yerine enerji tasarruflu ürünlerin kullanılması enerji tasarrufuna büyük oranda katkı sağlamaktadır (Yeniçeri ve Güner, 2013, s.61,62).

Enerji tüketim davranışlarının değiştirilerek enerji ve su tasarrufu konusunda devlet kurumları, özel kurumlar, yerel yönetimlerle birlikte sivil toplum kuruluşları tarafından toplumsal çalışmaların yapılması, bireylerin su ve enerji tasarrufu hususunda bilgilendirilmesi ve bilinçli bir tüketim için eğitim destek programlarının hazırlanması israfın azalmasına katkı sağlamaktadır (Hayta 2009, s. 80,81).

2.1.2.4. Giyim İsrafı

İnsanların örtünme ihtiyacına binaen ortaya çıkan giyinme davranışı ve giyim, insanların mevsimsel şartlardan korunmasını sağlamak ve toplumsal alanlarda rahatça hareket etmesine olanak tanımak gibi fonksiyonel sonuçlar sağlamaktadır (Akdoğan ve Karaarslan, 2011, s.374). Günümüz tüketim toplumlarında insanların yalnızca yukarıda belirtilen temel fonksiyonlar için giyinmedikleri görülmektedir. Kişiler, diğer insanlardan farklı olmak, daha güzel görünmek, özel oldukları mesajını vermek ve toplumsal gösteriş amacı ile giyinmeye başlamışlardır (Koç, 2017, s.21).

Tüketim toplumlarında üretimden ve doğadan olduğu kadar ihtiyaçların temel gerekliliklerinden uzaklaşmış olan tüketiciler tarafından ürünlerin ne şekilde üretildiği geri planda tutularak farklı tutumlar ön planda yer almaktadır. Yeni ürünlere sahip olma isteği ve moda uyma düşüncesi ile hareket edilmektedir. Estetik kaygılar, moda ve toplum tarafından dayatılan benzeri durumlar neticesinde ürünlerin temel ihtiyaçları karşılama durumu ve insanların hayatını kolaylaştırma fonksiyonu önemsiz olarak görülmektedir. Bunun yerine giyilenlerin kişileri güzel göstermesi ve bir statü göstergesi olması gibi keyfe yönelik durumlar daha önemli olarak görülmektedir (Ayanoğlu ve Ağa, 2017, s.254,255).

İnsanların sürekli olarak üzerlerinde olması ve toplumsal alanların hepsinde, insanların içinde kullanılması sebebiyle giysiler herkes tarafından görünür durumdaki ürünler olarak yer almaktadır. Bu nedenle, diğer insanlar tarafından görünecek olan ürünler satın alınırken o insanların beklentileri fazla şekilde göz önüne alınmaktadır. Kişiler, kendi ihtiyacı ya da beklentisinden ziyade etrafında bulunan, o kıyafetleri görecektir kişilerin beklentilerini daha fazla önemsemektedir. Giyinme davranışı, insanların sosyal beğeni almaları, başkalarının güzel bulunma ve diğer insanlardan takdir görme ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla yapılan bir eylem halini almıştır. İnsanlar, giyimleriyle mesleklerini, toplumsal statülerini ve dâhil oldukları toplumsal grupları gösterme çabası içinde olmaktadır. Kendilerini dâhil oldukları ya da olmak istedikleri grubun bir parçası olarak görmek ve göstermek için grup normlarına uygun şekilde bir giyinme tarzı benimsemektedirler (Çetin, 2016, s.24).

İsrafa yol açan durumlardan biri de moda olarak karşımıza çıkmaktadır. Teknolojik anlamda yaşanan gelişmeler sonucunda iletişim alanında geline nokta insanlar arası mesafeler kısalmış, dünyanın her yerindeki yaşamlar herkes tarafından görülebilir bir hale gelmiştir. Kùltürlerin kolaylıkla yayılabildiği bu durumdan moda sektörü de önemli ölçüde etkilenmektedir. Üretilen ürünlerin satılması amacıyla sürekli olarak moda akımı güncellenmekte, kişilerin belirlenen moda doğrultusunda hareket etmeleri sağlanmaktadır. Tüketiciler, moda anlayışının etkisi ile sahip oldukları ürünleri, halen kullanılabilir olduğuna ve eskiyip eskimediğine bakmadan modası geçmiş düşüncesi ile israf etme eğilimi göstermektedir (Doğan, 2010, s. 54).

Giyim konusunda da diğer israf türlerinde olduğu gibi temel problemin ihtiyaca uygun hareket etme davranışından uzaklaşmak olduğunu söylemek mümkündür. İnsanlar, giyinmenin temel gerekliliği olan örtünme ve iklim şartlarından korunma amacından uzaklaşarak gösterişe ve diğer insanlar tarafından beğenilmeye dayalı bir yaklaşımı benimsemektedir. Bu yaklaşım sonucunda ise insanlar tarafından, ihtiyaca uygun olmadığı ya da kendi tarafından beğenilmediği halde satın aldığı giyim ürünlerinin bir şekilde israf edilmesi durumu ortaya çıkmaktadır.

2.1.2.5. Lüks ve Gösteriş Tüketimi İsrafı

Günümüz tüketim toplumlarında, tüketim faaliyetleri günlük hayatın ne şekilde idame ettirileceği konusunda belirleyici bir konuma gelmiştir. Kitlesele üretimin artmasının yanında yaygınlaşan tüketim kùltürü sonucunda tüketimin insan hayatındaki yeri daha önemli noktaya konumlandırılmıştır. Kişiler ve topluluklar varlıklarını ürettiklerinden ziyade tükettikleriyle göstermeye başlamışlardır. Böyle bir düşüncenin hâkim olduğu toplumlarda tüketiciler,

ihtiyaçlarını karşılamakla yetinmemekte tüketim sonucu elde ettiklerini düşündükleri kazanımlarla daha fazla tüketime yönelmektedir. Tüketim ürünlerine yüklenen anlamların artması ile beraber tüketilen ürünlerin de değiştiği görülmektedir. Talep edilen tüketim ürünleri, kolay ulaşılabilen ve ihtiyacı karşılayabilen ürünlerle sınırlı kalmamakta, aynı ürünlerin lüks olanları aranmakta ve tercih edilmektedir. Temel ihtiyaçların giderilmesi için yeterli ürünler mevcut iken, aynı işlevdeki ürünlere yüklenen farklı anlamlardan dolayı fazla para verilmesi lüks olarak tanımlanmaktadır. Kişiden kişiye değişiklik göstermekle birlikte, temel ihtiyaçların ne olduğu ve ne şekilde giderilebileceği bilindiği halde daha fazla para karşılığında alınan ürünlerle aynı işlevlerden yararlanılması lüks ve gösteriş tüketimi israfı olarak ifade edilmektedir (Sombart, 1998, s.88)

Latince *luxuria* kelimesinden gelmiş olan ve hayatın ekstraları olarak ifade edilen lüks kelimesi, kök itibariyle *luxus* kelimesinden türemiştir. *Luxus* kavramı ise savurgan bir yaşam olarak ifade edilmektedir. Genel manada fiyat olarak yüksek olan, daha kaliteli, estetik olarak daha güzel görünümlü ve nadir bulunan ürünler lüks olarak ifade edilmektedir. Başka bir tanımda ise, kendilerine sembolik anlamlar yüklenmiş olan, tüketiciler tarafından daha prestijli, daha gösterişli, herkeste bulunmayan ve daha pahalı olan ürünler ya da hizmetler lüks olarak tanımlanmaktadır. Lüks ürünler diğerlerinden bazı yönleriyle ayrılmakta ve bu ayrım pazarlama literatüründe de kabul görmektedir (Türkiye İsrar Raporu, Ticaret Bakanlığı, 2018, s. 20).

İsrafa neden olan bir durum olarak insanlardaki lüks ve gösteriş tüketimi önemli bir problem olarak görülmektedir. İhtiyaçların sınırlı olmasından hareketle yapılan harcamaların da sınırlı olması beklenmektedir. Ancak tüketim kültürünün etkisi ile harcamalarda sınır tanımayan insanlar, lüks tüketim yaparak israfa neden olmaktadır. Sürekli olarak yeni kıyafetler alan, toplumsal bir statü kazandığı düşüncesi ile eğlence faaliyetlerine fazla para harcayan ve alışverişi bir ihtiyaç olarak değil de bir hobi olarak gören insanların artması ile beraber tüketimin sınırsız olduğunu düşünenlerin sayısı da artmaktadır. Çalışmalarına rağmen temel ihtiyaçlarını temin edemeyen kişilerin olduğu bir toplumda yalnızca başkalarına gösteriş yapma düşüncesi ile tüketime yönelen kişilerin sayısı oldukça fazladır. İnsanların lüks olana yöneldiği bu tüketim anlayışının artmasının sonucu olarak temel ihtiyaçlara olan talep azalmakta, talep azalınca ürünlerin arzı azalmakta ve temel ihtiyaç ürünlerinde fiyat artışı yaşanmaktadır. Bu ürünlerin tüketilmesi için fazla para harcamak durumunda kalan düşük gelirli tüketiciler bu durumdan zarar görmektedir. Lüks tüketime yönelmek arz talep dengesini etkilemekte, sosyal ve ekonomik olarak olumsuz sonuçlara yol açmaktadır (Badem, 2017, s.75).

Ürünlere yüklenen anlamlar kişilere göre değişiklik gösterdiğinden kimileri tarafından lüks olarak tanımlanan ürünler olmazsa olmaz sıradan bir ürün olarak görülmekte iken kimileri

için ise daha fazla para verilmesi dışında farklı bir fonksiyonu olmayan ürünler olarak görülmektedir. Ortak bir tanımlama yapmanın zor olmasının yanında literatürlerde daha çok kabul görmüş hali ile lüks tüketim, işlevsel bir faydası olmadığı halde bazı durumlarda kullanım kolaylığı sunması ya da bazı markaların, tüketicilerine saygınlık kazandırdığı düşüncesi ile hareket edilerek gösteriş amaçlı tercih edilen tüketim şekli olarak ifade edilmektedir. Bu tanım doğrultusunda, lüks ürünlerin kişilerin temel ihtiyaçlarını değil daha çok fonksiyonel ve psikolojik ihtiyaçlarını gidermede kullanıldığı ve tüketicilere tatmin duygusu yaşattığı için tercih edildiği söylenmektedir. Tüketiciler lüks ürünleri tercih ederek kimliklerini ve toplumsal statülerini yansıtmaya fırsatı bulmakta, zenginliklerini göstermek ve saygınlık kazanmak için bu ürünleri aracı olarak kullanmaktadır (Türkiye İsrar Raporu, Ticaret Bakanlığı, 2018, s. 20).

Tüketim kültüründe reklamlar, moda ve sosyal medya gibi araçların etkisiyle tüketicilerde markaların kalite göstergesi olduğu algısı oluşturulmuştur. Özellikle sosyal medya ile birlikte ünlüleri takip etmenin daha kolaylaşması nedeniyle çoğunlukla genç kesimde bu kişilerin kullandığı ya da reklamını yaptığı ürünleri kullanma ihtiyacı ve isteği görülmektedir. Lüks ürünlere ulaşmanın kolay hale gelmiş olması, isim yapmış ve geniş bir çevrece bilinen bazı markaların statü göstergesi olarak görülüp tercih edilmesi, moda etkinlikleri, diziler ve filmler aracılığıyla özendirilen yaşamlar, insanların lüks ve gösteriş tüketimine yönelmesini artıran nedenler olarak sayılabilir

Lüks ürün pazarı her geçen gün daha da büyümektedir. 2016 yılında yayınlanmış olan küresel lüks tüketim malları raporunda yer alan verilere göre yıllık lüks tüketim miktarının yaklaşık olarak 250 milyar dolar civarında olduğu belirtilmektedir. Birleşmiş Milletler tarafından açıklanan verilerde ise dünya üzerindeki 800 milyon aç durumda bulunan insanın yıllık gıda masrafı yaklaşık olarak 30 milyar dolar olarak belirlenmiştir. Bu doğrultuda lüks ve gösteriş tüketimine yapılan harcama miktarının azaltılmasının yolu olarak, ihtiyaçların doğru şekilde belirlenmesi, piyasanın detaylı şekilde araştırılması ile alternatif ürünler arasından fiyat ve performans karşılaştırılması yapılarak seçim yapılması ve toplumsal olarak sorumluluk hissederek bilinçli bir tüketim faaliyeti yapmak tavsiye edilmektedir (Türkiye İsrar Raporu, Ticaret Bakanlığı, 2018, s. 21).

2.1.3. İsrarın Toplumsal ve Ahlaki Boyutu

Tüketim toplumlarında tüketme davranışı bir araç olmaktan çıkmış insanlar için bir yaşam biçimi haline almaya başlamıştır. İnsanların davranışlarının ekonomik durumlara göre şekillendiği tüketim toplumlarında, tüketim arzusu fazla olduğundan tüketim ürünlerine yüklenen anlamlar birçok değerin üstünde tutulmakta ve toplumsal birçok değer geri plana

itilmektedir. Toplumsal ve ahlaki açıdan bakıldığında zaman, kullanılan mal ve hizmetlerin insanların kullanımına sunulmuş olmasının yanında mal ve hizmetlerin elde edildiği kaynakların korunması görevi de insanlara düşmektedir. İnsanlar sahip olduklarını kendi malı olduğu düşüncesiyle savurmak yerine toplumsal ve ahlaki bir bakış açısıyla herkesin hak sahibi olduğu kaynaklardan kendisinde emanet olanları kullanma düşüncesiyle hareket etmelidir.

Tüketiciler ile ürünler arasında bir köprü görevi gören, ekonomik kazanç elde etmek isteyen işletmeler tarafından tüketicilerin ürün satın alma davranışları üzerinde yönlendirici etkide bulunan, tüketim odaklı reklamlar aracılığıyla insanların daha çok tüketime yönelmesi amaçlanmaktadır (Terzi, 2016, s.47).

Tüketim odaklı toplumlarda insanlar, ekonomik olarak daha iyi bir yaşam sürmek için çaba göstermekle birlikte toplumsal olarak birçok problem ile karşılaşmaktadır. Dünya genelinde yaşanan nüfus artışı nedeniyle kaynakların etkin ve verimli kullanılması konusunda, hayat standartlarında meydana gelen değişimler konusunda, sosyal ve ekonomik durumdaki kötüleşme ve yoksulluk gibi konularda yaşanan birçok problem ortaya çıkmaktadır (Aksoy ve Solunoğlu, 2015, s.167).

Tüketim anlayışının bu derece hâkim olmadığı dönemlerde ekonomik olarak iyi durumda olan bireyler ihtiyaçları ölçüsünde tüketim yaparak gereksiz ve fazla tüketim davranışı göstermemekteydi. Temel ihtiyaçlarını karşılayamayan kişiler sadaka ya da zekât aracılığıyla desteklenmekteydi. Toplumda birlikte yaşayan insanlar arasında toplumsal anlamda bir dengenin olduğu ve yine bu dengenin insanlar tarafından hep birlikte korunduğu toplumsal bir düzen bulunmaktaydı. Günümüz tüketim toplumlarında ise kişilere paylaştıkları ölçüde değil de tükettikleri ölçüde mutlu olacakları algısının dayatıldığı bir tüketim sistemi oluşturulmuş durumdadır (Demirezen, 2010, s. 106,107).

Ahlak kavramı, bireylerin davranışlarının, toplumsal ve kültürel değerler doğrultusunda doğru ya da yanlış olarak değerlendirildiği bir değerler sistemi olarak tanımlanmaktadır. Ahlak sisteminin temelinde insan bulunmaktadır ve insanın bulunduğu her yerde ahlaki değerler de bulunmaktadır. İsrâf davranışı ahlaki olarak ele alındığında toplumsal ahlaka uygun olarak değerlendirilmemektedir. Bu konuda yapılan bazı çalışmalarda ahlaki açıdan israf, bireylere ve toplumlara herhangi bir yararı olmayan şeylerle zenginliği heba etmek şeklinde ifade edilmektedir (www.diyanet.gov.tr, 2020).

Toplumsal ve kültürel değerlerin bile tüketim malzemesine dönüştürüldüğü, değerlerin hiç düşünülmeden ekonomik çıkarlar doğrultusunda harcandığı bir dönemde toplumsal ve ahlaki yönden birçok değişim yaşanmaktadır. Geçmiş zamanlarda kişiye özel durumlar olarak yaşanan özel günler, özel değerler ve özel hayatlar, Sosyal medya gibi araçların etkisiyle

herkese sergilenmeye başlanmış, gösterişe dayalı bir anlayış ortaya çıkmıştır. İnsanlar kişilik özellikleriyle ön plana çıkmak yerine yedikleri, içtikleriyle ön plana çıkmaya çalışmaya başlamışlardır. Eski zamanlarda evlerin içlerini göstermesin diye kullanılan perdeler şimdilerde daha zengin daha gösterişli göstereyin diye kullanılmaya başlanmış, gösteriş için yapılan harcamalar herkesle paylaşarak evlerin içleri kişilerin kendileri tarafından herkese açık hale getirilmiştir.

İsrafın toplumsal olarak ele alınması gereken bir yönü de toplum ekonomisinde neden olduğu zarardır. İnsanlar israf davranışlarını alışkanlık haline getirerek alışverişlerini ölçsüz şekilde yapmakta ve arz talep dengesinin sağlanması konusunda problemler yaşanmasına neden olmaktadır. İhtiyaç olmadığı halde fazlaca alınan ürünler nedeniyle ürünlerde azalma yaşanırken fiyatlarda artışlar yaşanmaktadır. Bu durum ürünlere gerçek manada ihtiyaç duyan tüketicilerin ürünlere ulaşamamasına ya da yüksek fiyatla satın almak zorunda kalmasına neden olmaktadır. Sonuç olarak hem var olan kaynakların kullanılmasında hem de ekonomik anlamda olumsuz durumlar ortaya çıkmaktadır (Kayhan, 2006, s.183).

Tüketicilerin toplumsal statülerinin tükettiği ürünler ile belirlendiği düşüncesinin yoğun olduğu bir toplumda, her zaman için en son model olan ürünlerin alınması ahlaki olarak bir problem meydana getirmektedir. Ürünlere, emeğe ve kullanılan kaynaklara saygı göstermeden bilinçsiz bir anlayışla yapılan tüketim ile gerçek ihtiyaç sahiplerinin mağduriyet yaşamasına sebep olunarak toplumsal bir hak gaspı yapılmaktadır. Bununla birlikte hem fiziki hem beşeri kaynaklar zarar görmekte insanlar kendi yaşadığı toplumları kendi elleriyle yaşanmaz hale getirmektedir (Kallek, 2010, s.109).

Toplumsal ve ahlaki açıdan israf etmemek adına, kullanılan su, elektrik ve enerji gibi kaynakların yanında doğanın ve yaşanan çevrenin ortak bir toplumsal servet olduğu göz ardı edilmemeli, buralarda yapılan israfın toplumsal israf olduğu ve kamu hakkı kapsamında olduğu bilinciyle hareket edilmelidir.

Toplumsal saygının fazla olduğu eski dönemlerde insanlar tarafından yapılan alışverişler, alamayan komşular olabilir düşüncesi ile akşam saatlerinde ya da üzeri örtülü sepetler kullanılarak yapılırken, alınanlar ihtiyaç sahipleriyle paylaşılırken günümüzde bu paylaşma anlayışı sosyal medyada gösteriş amaçlı paylaşma anlayışına dönüşmüştür. İsraf olan yere bereket uğramaz düşüncesinin hâkim olduğu toplumsal bir anlayışta, yere düşen lokmalar ve ekmek kırıntıları o yerin bereketi kaybolur düşüncesiyle yerde bırakılmaz israf edilmezken günümüzde önceki günden kaldı diye yemekler, tazeliğini kaybetti diye ekmekler rahatlıkla çöpe atılmaktadır.

2.1.4. İsrâfın Dini Boyutu

İsraf kavramı dini açıdan ele alındığı zaman genel anlamı ile inançta ve ameli olarak hem dinin hem de aklın uygun görmediği biçimde hareket etmek, ifrata ya da tefrite düşmek olarak ifade edilmektedir. Özel anlamı ile ise kişinin sahip olduğu malları ya da imkânları uygun olmayan amaçlar doğrultusunda kullanması, itidalli olmayıp haddi aşması, savurganlık yapması şeklinde tanımlanmaktadır. Eldeki imkânları kullanma konusunda itidalli davranılması olarak tanımlanan iktisat kavramının tam tersi durumlar israf olarak tanımlanmaktadır (Özdal, 2015, s.3). İslam'da kazancın elde edilmesi ve harcanması hususlarında dikkat edilmesi gereken konulardan olan israf kavramı, malların harcanması gereken yerler dışında harcanması, ölçülülük olarak ifade edilen itidale uygun olmayacak şekilde çok miktarda harcanmasıdır (Terzi, 2016, s.64). Aşırılık yani ifrat olarak gösterilen israf kavramı, sadece maddi olarak yapılan harcamalar için değil kişiler tarafından yapılan tüm davranışlarda haddin aşılması olarak değerlendirilmiştir (Soysaldı, 2005, s.94).

Kur'an'da birçok yerde geçen israf kavramı için yapılan tanımların genel olarak birbiriyle benzer tanımlar olduğu görülmektedir. İsraf kelimesinin türemiş olduğu seref ifadesinin yer aldığı ayetler üzerinde yapılan değerlendirmede beş farklı durum için bu ifadelerin kullanıldığı sonucu çıkarılmıştır. Bunlardan ilki tevhid inancına uygun olmayacak şekilde, Allah ve dini konular ile ilgili olarak gerçek dışı iddialar ortaya konulmasıdır. İkinci olarak, isyan edip günaha giren kişilerin kendilerine kötülük yapması durumudur. Üçüncü durum, Allah tarafından verilmiş olan nimetlerden helal olanların terk edilerek harama tamah edilmesi, dördüncü durum ise öldürmede ileriye gidilmesi, masum kişilerin haksız şekilde öldürülmesi olarak ifade edilmektedir. İsraf ile ilgili olarak kullanılan beşinci durum, insanlar tarafından kendilerine ait ya da kendi sorumluluğunda olan mallar veya imkânlar üzerinde savurganlık yapılması, bu mallar ve imkânların gereksiz şekillerde, gerekli olmayan yerlere harcanması durumudur (Soysaldı, 2005, s. 95-99).

İsraf yapan kişi müsrif olarak adlandırılmakta ve bu durumun birçok sebebi olduğu belirtilmektedir. Bu sebeplerden bazıları, bilgi eksikliği, dünyevileşme, lüks yaşama olan tutku, başkalarına özenilmesi, gösteriş, kolay gelmiş olan mal ya da para, fazla tüketme isteği, içinde bulunulan sosyal çevre, gaflet durumu ve nimetlerin Allah tarafından verildiğinin unutulması olarak ifade edilmektedir. Kişilerin sahip olduğu nimetleri kullanmaması, atıl duruma getirmesi israf olarak görülürken ihtiyacı olanlara verilmek üzere değerlendirmesi durumu ise israftan kaçınmak olarak değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda insanın malının çok olması değil, kullanmaması israf olarak görülmektedir. Dini çerçeveler içerisinde olmak kaydı ile lüks yaşamak ya da zenginlik İslami olarak problemlili bir durum olarak görülmemektedir. Çok malı

olanların mallarının zekâtını vermemeleri, mallarını ziyan etmeleri ve harcamalarında aşırıya kaçmaları israf olarak değerlendirilmektedir (Abacı, 2016, s.199-203).

Kaynakların sınırlı isteklerin sınırsız olduğu göz önüne alındığında herkesin her isteğinin her zaman karşılanması mümkün olmamaktadır. Bu nedenle insanların bazı ölçütler doğrultusunda tercih yapmaları gerekmektedir. Bu tercihler yapılırken hem iktisadi olarak hem de ahlaki açıdan bazı değerlerin dikkate alınması gerekmektedir. Tüketim yapılırken, ihtiyaç ölçüsünde, meşru çerçevede ve israftan kaçınarak hareket edilmesi dini açıdan önemli görülmektedir. İslam dininde, tüketim faaliyetlerinde cimrilik yapılması hoş görülmediği gibi savurganlık yapılması da hoş görülmemektedir. Harcamalarda kişinin yalnızca kendini düşünmesi yerine toplumsal değerler doğrultusunda hareket etmesi tavsiye edilmiştir. Zekât verilmesi gibi zorunlu ya da sadaka, infak verilmesi gibi isteğe bağlı harcamalar konusunda bazı kurallar belirlenmiştir (Akar, 1996 s. 2-4).

İslam dininde ölçülü olmayı ifade etmek için kullanılan kavramlardan olan ifrat ve tefrit kavramları tüketim ve harcama konuları için de kullanılmaktadır. Olması gerekenden fazla olacak şekilde, meşru sınırın aşılması haddin aşılması olarak tanımlanan ifrat kavramı da, olması gerekenden az olacak şekilde meşru olanın yapılmayarak işin eksik ve kusurlu bırakılması olarak ifade edilen tefrit kavramı da uzak durulması gereken davranışlar olarak belirtilmiştir. Her alanda olduğu gibi harcama ve tüketim konularında da ifrat ve tefritten kaçınarak itidalli olunması orta yolda hareket edilmesi gerektiği belirtilmiştir (Karaarslan, 2013, s.19-20).

İslam dininde tüketime ilişkin bazı ilkeler ve yasaklar bulunmaktadır. Cimrilik, aşırıya gitmek, zevk ve eğlenceye düşkün olmak, sahip olduğu malları ziyan etmek ve israf yasaklanmış olan davranışlar arasında yer almaktadır. Dikkat edilmesi gereken ilkeler ise temiz olmak, doğru olmak, itidalli olmak ve erdemli olmaktır.

Tüketimde doğru olmak, Allah'ın emrettiği şekilde tüketim yapılması, haram olan mal ve hizmetlerden uzak durulması, helal ürünlerin ve hizmetlerin tercih edilmesi şeklinde ifade edilmektedir. Temiz olmak, zararlı ürünlerden kaçınarak faydalı ve temiz üretilen ürünlerin tercih edilmesi olarak tanımlanmaktadır. Erdemli olmak, nimetlerin belirtildiği şekillerde tüketilmesi ve verilen nimetlere karşı şükredilmesi olarak özetlenmektedir. İtidalli olmak ise tüketim yaparken iktisatlı olmak, ölçülü davranmak, ifrat ve tefrit yapmamak olarak tanımlanmaktadır. İnsanlar, cimrilik yapmamaları ama israf etmekten de kaçınmaları konusunda uyarılmaktadır (Arslan, 1994, s. 38-39). İtidal İlkesinde, ölçülü davranıp, iktisatlı tüketim yapmak kastedilmektedir. Yani ne cimriliğe düşülmesi ne de israf edilmesi istenmemiştir (Köroğlu, 2012, s.76).

Tüketim kültüründe kişilere tüketerek mutlu olacakları algısı dayatılmakta, tüketimin özgürlük ve mutluluk kaynağı olarak görülmesine yönelik politikalar yürütülmektedir. Bunun yanında dinler tarafından ortaya konulan düşünce ise, mutluluk için çok tüketmekten ziyade az şeye ihtiyaç duyulması, sadeliğin tercih edilmesi ve israftan kaçınılması gerektiğidir. Özgürlüğü elde etme amacı ile isteklerinin peşinde koşan insanların tüketim ürünlerine bağımlılığı artmakta, özgür iradesi ile karar vermekten ziyade içinde bulunduğu kültür tarafından yönlendirilmektedir. İnsanların kullanımına sunulan nimetlerin ve kaynakların bilinçsiz bir şekilde kullanılması ve ölçüsüz şekilde kullanılıp israf edilmesi tüm dinler tarafından uygun görülmemiş ve insanlara ölçülü davranılması konusunda uyarılarda bulunulmuştur (Ak, 2018, s.36).

Allah tarafından insanlara sunulan tüm nimetlerin ifrat ve tefrit yapılmadan ölçülü şekilde kullanılması, nimetlerin aynı zamanda birer emanet olduğunun bilinmesi ve insanların sahip olduğu nimetleri kullanımları konusunda sorumlu oldukları belirtilmektedir (Özdağ, 2015, s.70).

İslami düşünceye göre kişilerin sahip olduğu mallar ve imkânlar, kişi için bir lütuf olarak görülmekle beraber kişinin imtihan aracı olarak da görülmektedir. İnsanların hayatlarının her alanında ölçülü bir tüketim göstermesi beklenmektedir. Bu itidalli olma durumu sadece maddi harcamalar ve sosyal yaşamla sınırlı kalmamakta, ibadetler de dâhil olmak üzere kişinin her alanda tutumlu davranması tavsiye edilmiştir. Abdest alınırken suyun yeterli ölçüde kullanılması, yemek sofralarında sadeliğin olması, çok yemeden hatta tam doymadan sofradan kalkılması, sade ve temiz kıyafetler giyilmesi, ev eşyası tercihinde de lükse kaçılmaması İslami olarak tavsiye edilmektedir (Karaman, Bardakoğlu ve Apaydın, 2009, s.543,544). İnsana verilen nimetlerin emanet olduğu bilincinde olmak, yardımlaşmanın teşvik edilmesi ve var olan kaynakların etkin ve verimli şekilde kullanılması israfın azaltılması yönünde İslami tavsiyeler olarak yer almaktadır (Köksal, 2003, s.205).

Tüm alanlarda olması gerektiği gibi yeme ve içme konularında da israftan kaçınılması gerektiğine ilişkin pek çok dini kaynak bulunmaktadır. Bunlardan yaygın olarak bilineni “Yiyin, için fakat israf etmeyin. Çünkü Allah israf edenleri sevmez” şeklinde ifade edilen ayettir. (A'râf, 31).

Söz konusu ayet, diğer ayetler ile birlikte değerlendirildiği zaman helal dairede yeme, içme ve giyim konularında itidalli davranma ve israf yapmama yönünde dikkatli olunması gerektiğinin istendiği görülmektedir (Közlme, 2012, s.220-221).

Yukarıda belirtilen ayet ile ilgili olarak ilahiyatçılar tarafından bazı görüşler ortaya konulmuştur. Bunlardan bazıları, kişinin beslenme ve giyim konularında aşırıya gitmesi, fazla

derecede yemek yemesi ve canının her istediğini yemesi olarak belirtilmiştir (Akdemir, 2001, s.40).

İlahiyatçıların bazıları yemek yeme davranışının nefsin keyfi isteklerini yerine getirmek amaçlı yapılmaması, bedenin ihtiyacının giderilmesi ve ibadetler için gerekli olan enerjinin sağlanması amacı ile yapılması gerektiğini ifade etmektedir. Yemek yeme davranışının amaç olmaması gerektiği, yalnızca bir araç olarak insan hayatında yer alması gerektiğini belirtmektedirler (Karasakal, 2014, s.1258).

İslam dini insanların müsrif olmaktan kaçınması ve kanaatkâr olması yönünde tavsiyelerde bulunmaktadır. Elinde olanın kıymetinin bilinmesi ve var olanlar ile yetinilmesi olarak tanımlanan kanaatkârlık kavramı israftan söz ederken değinilmesi gereken kavramlardan biridir. Kanaatkâr olarak tanımlanan bireyler, ellerinde olanın kıymetini bilmekte, onları bilinçli bir şekilde tüketerek israftan kaçınma davranışı göstermektedirler. Bunun yanında kanaatkâr tüketiciler harcamalarında ölçülü davranarak ifrat ve tefritten uzak durma yönünde eğilim göstermektedirler (Soysaldı, 2005, s. 99).

Son olarak İslami turizm ya da helal turizm olarak adlandırılan turizm faaliyetleri esnasında, müşterilerin memnuniyetleri bahane edilerek yiyecek ve içeceklerin fazlaca sunulması, su ve enerji gibi kaynakların da aşırı ölçüde kullanılması doğrultusunda büyük boyutlarda israfın olduğunu söylemek mümkündür. Bu tür işletmelerde gıda, su ve enerji gibi alanlarda yapılan israf göz önüne alındığında yapılan faaliyetlerin helal ya da İslami olarak değerlendirilmesi uygun görülmemektedir. Nitekim yalnızca İslam dininde değil, Hristiyanlık ve Yahudilik dinlerinde de insanların tüketim yaparken ölçülü olmaları, aşırıya kaçmadan orta yolda hareket etmeleri ve israf yapmamaları söylenmektedir (Sakallı, Çatır ve Karaçor, 2017, s.99-101).

2.1.5. İsrafi Önleme ve İsraftan Kurtulma Yolları

İsrafın önlenmesi için öncelikle onun bir problem olduğunun kabul edilmesi gerekmektedir. İsraf bir problem olarak kabul edildikten sonra teorikte israfa sebep olan durumların belirlenmesi ve bu durumların pratikte ortadan kaldırılması, israfi önleme ya da israfi azaltmada önem arz etmektedir. Tüketim kültürü ve bu kültürün bir sonucu olarak israf, hem bireysel hem de toplumsal olarak zararlara neden olmaktadır. Bu zararların azaltılması ve önlenmesi açısından en büyük sorumluluk yine bireylere düşmektedir. İsrafın toplumsal sonuçları olduğu bilinerek, kullanılan kaynakların ortak servet olduğunun farkında olunarak su ve enerji kaynaklarının ölçülü şekilde kullanılması gerekmektedir. Kullanılan mal ve

hizmetlerde tüm insanların eşit şekilde hak ve sorumluluk sahibi olduğunun bilinmesi ve kamu hakkı gözetilerek toplumsal israftan kaçınılması gerekmektedir.

İnsanların tüketim yaparken tasarruflu ve ölçülü olmaları israfın azalmasına katkı sunmaktadır. İktisatlı ve tasarruflu olmak israfın önlenmesi açısından önemli olarak görülmektedir (Gökcan, 2018, s.116,119).

Tutumlu davranmak olarak tanımlanan iktisat kavramı da israfın önlenmesi konusunda sıklıkla kullanılmaktadır. Tüketicilere, iktisatlı davranmanın ne derece önemli olduğunun anlatılması ve iktisat kültürünün kazandırılmasıyla israf yapmalarının önlenilebileceği düşünülmektedir. Kişiler iktisatlı davranarak ölçülü şekilde hareket etmekte ve sonuç olarak savurgan tüketim davranışından uzak durmaktadırlar (Öksüz, 2013, s.119,120).

Her problemde olduğu gibi israf konusunda da öncelikli alan olarak aileler görülmektedir. Ebeveynlerin tutumlarını örnek alan çocuklar, davranışlarında bu izlenimleri yansıtmaktadır. Ailesinde ve çevresinde israf davranışları gören bireylerin tasarruflu olması kolay olmamaktadır. Bu nedenle israfın önlenilmesi adına, aileden başlamak üzere, çevre, toplum ve tüm ülke genelinde israfa karşı farkındalık ve tasarruf bilinci oluşturulmasının, israfın önlenmesinde önemli katkı sunacağı öngörülmektedir (Gökcan, 2018, s.119).

İsrafa karşı kullanılan önemli bir kavram ise kanaatkârlık kavramıdır. Sahip olunanların kıymetinin bilinmesi, çok şeye sahip olma hırsı gösterilmemesi olarak ifade edilen kanaat kavramı savurganlık kavramının tam tersi durumlar için kullanılmaktadır. İsraftan kurtulmak için önemli olarak görülen kanaat durumu, yeme içme ve diğer harcamalarda ölçülü ve tutumlu olmayı ifade etmektedir (Gökcan, 2018, s.98,99).

Toplumsal ve ekonomik olarak da zararları olan israfın önlenmesi adına yardımlaşmanın ve paylaşmanın yaygınlaşması, sahip olunanların emanet olduğu bilinciyle hareket edilmesi, kaynakların etkin ve verimli şekilde kullanılması önemli durumlar olarak belirtilmektedir (Köksal, 2003, s.205).

Yukarıda belirtilenler dışında israfın önlenmesi ve israftan kurtulmak adına dikkat edilmesi gereken bazı hususlar bulunmaktadır. Bunlardan bazıları, ihtiyaca uygun hareket edilmesi, sosyal ve toplumsal çevrenin ya da modanın etkisiyle yapılan gösteriş tüketiminden ve gereksiz alışverişten kaçınılması, su ve enerji kaynaklarının dikkatli kullanılması, gıda ürünlerinin az miktarlarda alınması ve tüketilecek miktarda pişirilmesi, kalan gıdaların ve ekmeklerin uygun şekillerde muhafaza edilmesi olarak özetlenebilir.

2.2. GIDA İSRAFI

Dünya üzerinde yaşanan ortak problemlerden biri gıda israfıdır. Gelişmiş ülkelerde fazla oranda görülmesine karşın tüm ülkelerde yaşanan ve sonuçları yine tüm ülkeleri etkileyen bir problem olarak görülmektedir. Ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin artması ile birlikte yaşanan gelir artışları, tüketim miktarlarının ve ürün çeşitliklerinin artması, alışveriş merkezleri gibi tüketim odaklı merkezlerin artması, insanların tarımsal faaliyetlerden ve doğadan uzaklaşması ile gıda ürünleri daha fazla israf edilmeye başlanmıştır. Gıda ürünlerinin üretim aşamasından başlayarak taşınması, depolanması, ambalajlanması gibi aşamalarda yapılan hatalar da gıda israfına neden olan bazı durumlardır (Dölekoğlu, Gün ve Giray, 2014, s.172).

Dünya üzerinde ortalama olarak dakikada 3 çocuğun açlığa bağlı nedenlerle hayatını kaybettiği belirtilirken yemek tabaklarının üçünden birinin israf edildiği ifade edilmektedir. Bununla birlikte israf edilen gıda ürünlerinin yüzde 60 oranında bir miktarının tekrar değerlendirilebilecek durumda olduğu söylenmektedir (Sayılarla İsrar Raporu, Türkiye İsrar Önlleme Vakfı (TİSVA), 2020, s.10).

Dünya nüfusunun yaklaşık yüzde 13'ü yetersiz düzeyde beslenmekte ve açlığa bağlı nedenlerle milyonlarca insan hayatını kaybetmekte iken dünyadaki gıda üretiminin üçte birinin israf edildiği raporlanmıştır. (FAO 2013; Türkiye İsrar Raporu, Ticaret Bakanlığı, 2018, s. 15)

Farklı aşamalarda farklı nedenlere bağlı olarak gerçekleşen gıda israfının, satın alma aşaması ile hazırlama aşamasında daha fazla miktarda olduğu, sebze ve meyvelerin sunum ve pişirme aşamalarında daha fazla israf edildiği ve kullanım sırasında en fazla israf edilen gıda ürününün ise ekmek olduğu ifade edilmektedir (Dölekoğlu, Gün ve Giray, 2014, s.177).

Tüm gıda ürünlerinde olduğu gibi israf edilen ekmeklerle beraber, üretim aşamasından tüketim aşamasına gelme sürecindeki tüm emekler ve kaynakların yanında milli servet de israf edilmektedir. İsrar edilen her bir gıda ürününde ve her bir lokma ekmekte diğer insanların da haklarının olduğu bilinciyle hareket edilmelidir. Ekmek israfı konusunda farkındalık oluşturulması, evlerde ve kurumlarda ihtiyaç kadar ekmek alınması, yemekhane hizmeti verilen yerlerde ekmeğin küçük porsiyonlarda ve kapalı şekilde verilmesi israfa karşı yapılabileceklerden bazılarıdır. Bunun yanında ekmeğin uygun şekillerde saklanması ve fazla kalan ya da bayatlayan ekmeğin farklı şekillerde değerlendirilebileceği hususunda üreticiler ve tüketicilere yönelik bilgilendirme ve bilinçlendirme faaliyetlerinin yapılmasının israf karşı faydalı olacağı belirtilmektedir (Türkiye İsrar Raporu, Ticaret Bakanlığı, 2018, s. 15).

Gıda israfına karşı öncelikli olarak yapılması gerekenler, tüketicilerin farkındalık kazanmalarının sağlanması ve israfın nedenlerini belirleyerek o nedenlerin ortadan kaldırılmaya çalışılmasıdır.

Gıda israfına karşı tüketicilerin, gıdaların satın alınması, saklanması, pişirilmesi ve değerlendirilmesi gibi konularda bilgilendirilmesi israfın oluşmasına neden olan durumların ortadan kalkmasına fayda sağlamaktadır. Bu doğrultuda tüketici bilinç düzeyinin artmasına yönelik etkinlik ve çalışmalar yapılması önem arz etmektedir (Aksoylu, vd., 2014 s.12).

Gıda israfının en fazla olduğu yerlerden olan yiyecek işletmelerinde de israfın azaltılması için yapılabilecek bazı durumlar mevcuttur. Standart porsiyonlar yerine tüketicinin ihtiyacına uygun porsiyonların hazırlanması, açık büfe uygulamalarında çok fazla ürünün bir arada sunulması yerine az miktarda ürünün tazeliğini koruyarak servis edilmesi, tabaklarda kalan ürünlerin sonrasında tüketmek üzere paketlenerek müşteriye verilmesi bu durumlardan bazıları olarak gösterilebilir. Bununla birlikte, müşterilerin ve çalışanların israf konusunda uyarılması ve bilgilendirilmesi, israfa yönelik işletme düzeyinde önlemler alınması ve tüm bunların sonunda fazla kalan gıdaların ve gıda atıklarının ilgili kuruluşlar aracılığıyla ihtiyaç sahiplerine ya da hayvanlara ulaştırılmasının sağlanması israfa karşı yapılabilecekler olarak gösterilebilir (Koç, 2011, s.89,90).

Turizm işletmeleri de dâhil olmak üzere gıda tüketiminin yoğun olduğu işletmelerde; tüketicilerin savurgan davranışları ve tüketebileceklerinden fazla yiyecek almaları gibi tüketici kaynaklı durumların yanında, fazla satın alma, yanlış depolama, hazırlama esnasında dikkatsiz davranma sonucu fazla atık oluşturma ve sunum aşamasındaki yanlışlar, işletme kaynaklı israf nedenleri olarak gösterilmektedir (Dölekoğlu, 2017, s. 180,181).

Gıda israfına ilişkin farkındalık düzeylerinin düşük olması ve yapılan israf davranışının önemsizmemesi, israfın artmasında etkili olmaktadır. Tüketicilerin ihtiyaçlar ölçüsünde tüketim yapmamaları, gıda alışverişlerini plansız yapmaları ve kullanmayacakları ürünleri alması israfa neden olan diğer faktörler olarak gösterilmektedir. Bu duruma ilişkin eğitimler, toplumsal farkındalık faaliyetleri gibi israfa karşı tüketicilerin tutumluluk davranışı kazanmalarını sağlayacak etkinliklerin yapılmasının faydalı olacağı öngörülmektedir. (Odabaşı ve Barış, 2016, s.378).

Gıda israfının önlenmesi ve azaltılmasına yönelik yapılabilecek uygulamalar ile israfın önemli ölçüde azaltılması mümkün görülmektedir. İhtiyaç ölçüsünde tüketim ve alışveriş yapılması, yemeklerin planlı ve dikkatli bir şekilde hazırlanması, bazı yemeklerin büyük porsiyonlar yerine küçük porsiyonlar şeklinde servis edilmesi; gerektiğinde sonradan ilave edilmesi gibi davranışlar önemli olarak görülmektedir. Alışverişe çıkmadan önce evdeki ürünlerin kontrol edilmesi, ihtiyaç listesi hazırlanarak alışverişe çıkılması, hemen tüketilmeyecek ürünlerin dondurucuda saklanması gibi önlemler israfın oluşumunu engellemede etkili olmaktadır. Sebze, meyve, et ürünleri ve peynir gibi gıdaların uygun

şekillerde muhafaza edilmesi de yine israfın oluşmasına neden olan durumları azalmaktadır. Evlerde ve işletmelerde yapılacak küçük davranış değişiklikleri ile israf miktarının azalmasına katkı sağlanacağı ve kişilerin bu davranışları hayatlarının her aşamasına yansıtarak tutumlu bir yaşayış sürdürebilecekleri mümkün görülmektedir (İlyasov, 2017, s. 41).

Tüm önlemlere rağmen fazla kalan yiyeceklerin çöpe atılmak yerine sonraki bir zamanda tüketilmek üzere kaldırılması, bu ürünlerin alternatif değerlendirme yollarının tercih edilmesi, gıda ürünlerinin çöp olmadığı bilinci ile hareket edilmesi, israfın önlenmesi açısından önemlidir. Gıda ürünlerinin tüketim aşamasına gelene kadarki süreçte maddi ve manevi olarak harcanan tüm kaynakların heba edilmemesi ve gıda ürünlerinin sürdürülebilirliğinin sağlanması adına, dünya üzerinde açlık ile mücadele eden insanların durumu da göz önüne alınarak israfa karşı topyekûn bir mücadele verilmesi gerekmektedir.

2.2.1. Gıda İsrafına Neden Olan Etkenler

Gıda israfının boyutu ülkelere göre değişiklik gösteriyor olsa bile israfa neden olan durumlar tüm ülkelere benzerlik göstermektedir. Gıda üretim ve dağıtım süreçlerinde yaşanan kayıplar ve yapılan israf, turizm işletmelerinde yapılan israf ve evlerde yapılan israf benzer nedenlere bağlı olarak gerçekleşmektedir. Yapılan israfın farkında olunmaması ve önemsenmemesi tüketici kaynaklı en büyük problem olarak görülürken alışveriş planı yapılmaması, ürünlerin tarih ve kullanım talimatlarına dikkat edilmemesi de israfa neden olan durumlar olarak ifade edilmektedir. Yeme-içme sektöründe; porsiyonlardan ve tüketicilere uygun olmayan sunumlar gibi nedenlerden kaynaklanan israf, satış aşamasında ise yanlış depolama ve fazla satın alma gibi nedenlerle oluşmaktadır. Üretim ve paketleme aşamalarında yapılan hatalar ile tedarikçiler arası iletişim eksikliğinden kaynaklı durumlar da israfa neden olan durumlar olarak gösterilmektedir (Türkiye İsrar Raporu, Ticaret Bakanlığı, 2018, s. 16).

Birçok alanda olduğu gibi gıda alanında da israfa neden olan farklı etkenler bulunmaktadır. En önemli etkenin her zaman için insan olduğu gerçeğinden hareketle çözüm için de en büyük görevin insanlara düştüğünü söylemek mümkündür.

2.2.1.1. Bireysel Etkenler

Kişilerin tüketim tercihleri; kişisel özellikleri, yaşı, geçmiş yaşantısı, dini inançları, sosyal durumu, eğitimi ve yaşadığı yer gibi faktörlerden etkilenmez. Bireysel özellikler kişinin tüketim durumunu etkilediği gibi israf durumunu da etkilemektedir. Yapılan bazı çalışmalarda gıda israf miktarı ile yaş ve cinsiyet gibi sosyo-demografik özellikler arasında bağlantı olduğu görülmüştür. Günümüzde giderek artmaya başlayan kentleşme ile bireyler,

tarlalardan uzaklaşmaya başlamış ve gıda ürünlerinin üretim aşamasından kopmaya başladıkça tüketim davranışları da değişim göstermiştir. Bireyler; gıda ürünlerinin üretimi esnasında verilen emekleri, harcanan kaynakları görmeden ve bilmeden, hazır halde, bol miktarda buldukları gıda ürünlerini daha kolay israf etmektedirler (İlyasov, 2017, s. 32).

İsrafa karşı farkındalık düzeylerinin düşük olması, israfın önemsizlenmesi, sürekli taze gıda tüketme isteği, yemeklerin hazırlanma ve pişirilmesi esnasındaki dikkatsizlikler, bireylerden kaynaklı israf nedenlerinden bazıları olarak söylenebilir.

2.2.1.2. Kültürel Etkenler

Kültür insanların davranışları üzerinde etkin rol oynatan faktörlerden biridir. Farklı kültürlerdeki insanlar, aynı durum karşısında farklı tepki verebilmekte, birbirlerinden farklı şekillerde davranış sergileyebilmektedir. Bu durum gıda tüketimi konusunda da benzerlik göstermektedir. Kültürün tamamlayıcı bir unsuru olarak görülen yiyecekler, birçok noktada kültürel etkenlerden etkilenmektedir. Kişilerin tüketeceği gıdaları seçmesinde, hazırlama, pişirme ve yeme şekillerinde olduğu gibi; yemeği hangi zamanlarda ve hangi ölçülerde yiyeceği gibi durumlar üzerinde kültürel etkiler görülmektedir. Kişilerin tüketeceği gıdaların neler olduğu konusunda belirleyici bir durum olarak görülen kültür, insanların doğumundan itibaren öğrendiklerinin bir sonucu olarak görülmektedir. İnsanların küçük yaşlarda kazandıkları yeme davranışlarının değişmesinin zor olduğu belirtilmektedir (Beşirli, 2010 s.159,160).

Kişilerin yeme davranışları üzerinde etkisi olan gelenekler, alışkanlıklar ve inançlar gibi kültürel öğeler, gıda atıkları ve israfı konusunda da etkin olmaktadır. Kişilerin yeme alışkanlıklarında ve gıda tüketim şekillerinde rol oynayan kültürel etkenler, israfa yol açan durumların oluşmasında da etkili olmaktadır (Odabaşı, 2016, 141).

2.2.1.3. Toplumsal Etkenler

Toplumların yeme alışkanlıkları, teknolojinin gelişmesi ve sanayinin ilerlemesi ile değişkenlik göstermeye başlamıştır. Büyük ölçekli üreticiler, gıda sektörüne hâkim olmaya başlamış ve tüketim tercihlerinin değişmesinde önemli rol oynamışlardır. Toplumsal olarak yaşanan gelişmeler, reklamlar ve sosyal medya gibi araçlar, tüketimde değişikliklere neden olduğu gibi gıda tüketiminde ve gıda israfında da etkili olmaktadır. Toplumda her alanda yaşanan gelişmeler sonucunda; fazla miktarda ve çeşitte gıda ürünlerinin olması, fazla emek sarf etmeden gıdaya ulaşmanın kolay olması ve sürekli olarak tüketim odaklı anlayışın yaygınlaşması israfa neden olan bazı toplumsal durumlar olarak gösterilebilir. Toplumdaki aile yapısı da tüketime ve israfa etki eden durumlardandır. Ailenin büyüklüğü ve ailenin yaşam

şekli, gıda israfında rol oynayan bir başka toplumsal durumdur. Evlilerin yalnız yaşayanlara oranla daha az gıda israfı yaptığı, çocuksuz ailelerin ise çocuklu ailelere oranla daha az gıda israfı yaptığı görülmektedir. Çocukların yiyeceklerini bitirmemesi, düzensiz beslenmesi gıda israfına neden olan durumlardan biri olarak gösterilirken büyük ailelerin küçük ailelere oranla daha az gıda israfı yaptığı belirtilmektedir (İlyasov, 2017, s. 37, 38).

Toplumlarda zamanla yaşanan gelişmeler gıda tüketim davranışlarını da değiştirmiştir. Dışarıda yemek yeme, paketli ve hazır ürünleri tüketme davranışlarının artması ile gıda hazırlama sürecinden uzaklaşma yaygınlaşmaktadır. Kadınların çalışma oranlarının artmasının da etkili olduğu bu durum, yemeğin hazırlanması için zaman ve emek harcanmaması sonucunda daha kolay israf edilmesi sonucunu da ortaya çıkarmaktadır. Kişilerin emek sarf ettikleri gıda ürünlerini israf etmelerinin, hazır ürünleri israf etmelerine kıyasla daha zor olacağı düşünülmektedir. Değişen toplum yapısı ile birlikte üretim faaliyetlerinden uzaklaşan tüketiciler, hazır ürünleri tüketen konumuna gelmiştir. İnsanların gıda ürünlerini kendileri yetiştirdikleri köylerden kentlere gitmesi ile birlikte gıda ürünlerini tüketim davranışları değişiklik göstermiştir. Gıda ürünlerine karşı bakış açıları ve tutumları değişen insanlar daha kolay israf eder duruma gelmiştir (İlyasov, 2017, s. 25-31).

2.2.1.4. Ekonomik Etkenler

Ülkelerin gelişmesi ve ekonomik anlamda büyümesi sonucunda gıda sistemleri de bu değişimden etkilenmektedir. Ekonomik etkenlere bağlı olarak, toplumların yemek yeme davranışları, tükettikleri gıda ürünlerinin çeşitleri ve miktarları değişim göstermektedir. Ülkelerin ekonomik durumları ile o ülkedeki israf oranları karşılaştırıldığında, orta düzeyde ve yüksek gelir düzeyinde bulunan ülkelerde, tüketiciler tarafından yapılan israf miktarının fazla olduğu görülmektedir. Gelir düzeyi düşük olan ülkelerde ise tüketicilerden kaynaklı nedenlerle oluşan israf miktarları daha düşük oranda iken üretim aşamasında yaşanan kayıpların daha fazla olduğu görülmektedir. Ekonomik durumların elverişsiz olması nedeniyle eskiden kalma tarımsal teknolojinin kullanılması, depolama ve ürünlerin taşınması aşamalarında yaşanan eksiklikler düşük gelirli ülkelerde yaşanan kayıpların nedenlerinden bazıları olarak ifade edilmektedir. Gıda israfını etkileyen durumlardan biri olarak görülen ekonomik durum ile ilgili olarak yapılan çalışmalarda; yüksek gelirli insanların düşük gelirli insanlara kıyasla daha fazla israf yaptığı görülmektedir (İlyasov, 2017, s. 38).

Ekonomik olarak güçlü durumda olan Kuzey Amerika ve Okyanusya bölgelerinin gıda israfının en fazla yaşandığı yerler olduğu belirtilmektedir. Bu bölgelerde gıda israf oranının

yüzde 42 civarında olduğu, tüketiciler tarafından yapılan israf oranının ise yüzde 61 civarında olduğu ifade edilmektedir (Lipinski vd, 2013, s.9).

Tüketicilerden kaynaklı durumlar olduğu kadar üreticilere bağlı nedenlerle israfın gerçekleşmesi mümkün olmaktadır. Daha fazla kazanç elde etmek için kullanılan ilaçlar sonucunda ürünlerin lezzeti ve verimi azaldığı için ürünler tüketilmeyip israf edilmektedir. Kişiler tarafından kolay ulaşılabilen şeylerin kıymeti pek bilinmemektedir. Bu doğrultuda gelir düzeyleri yüksek olan kişilerin gıda ürünlerini temin etmeleri daha kolay olduğu için israf etmede rahat davranışları da daha olasıdır.

2.2.1.5. Gıda İsrafına İlişkin Alışkanlıklar

Gıda israfına neden olan ekonomik, toplumsal ve kültürel durumların yanında kişilerin davranışlarına bağlı olarak gerçekleşen israf miktarı da önemli orandadır. Kişilerin günlük yaşamlarında israf oluşumuna neden olabilecek pek çok davranış biçimi görülmektedir. Kişilerin gıda ürünlerini satın alma, onları muhafaza etme, pişirme ve yeme aşamalarında sergiledikleri davranışlar israfa neden olabilmektedir. İsrafa neden olan davranışların sürekli olarak tekrarlanması durumunda ise israf alışkanlık haline gelmektedir. İsrafın problem olarak görülmemesi, küçük miktarda yapıldığı düşünülerek önemsenmemesi ya da kaçınılmaz bir durum olarak görülmesi gibi durumlara bağlı olarak kişiler alışkanlıklarını devam ettirmektedirler (İlyasov, 2017, s.39). Gıda israfına yönelik bazı araştırmalarda, kişilerin alışkanlıklarının, rutin davranışlarının ve yaşam şekillerinin gıda atıkları ve gıda israfına neden olacak durumlara yol açabileceği görülmüştür (Kurt, 2019, s.20).

Gelir düzeyi yüksek olan tüketicilerin istedikleri zaman istedikleri miktarda gıda ürünlerine ulaşma durumları olduğundan savurgan tüketim alışkanlıklarının etkisiyle, tüketime uygun gıdaları kolaylıkla israf edebileceği düşünülmektedir. Yine ekonomik olarak iyi durumda olan ülkelerde gıda ürünlerinin bol miktarda bulunması ve kolay ulaşılabiliyor olmaları neticesinde israf edilme durumunun yaygın olarak görüldüğü ifade edilmektedir. Tüketicilerin israf konusunda farkındalıklarının düşük olmasına bağlı olarak tüketim davranışlarındaki yanlış alışkanlıklar devam etmektedir. Tüketicilerin israfa neden olabilecek alışkanlıklarının değiştirilebilmesi adına; israfa karşı farkındalık düzeylerini yükseltecek bilgilendirici çalışmaların yapılması ve küçük yaşlardan itibaren başlamak üzere gerekli eğitimlerin verilmesi önemli bir durum olarak görülmektedir (İlyasov, 2017, s. 41).

2.2.2. Gıda Atıkları ve Gıda Kayıpları

Gıda atıkları ve gıda kayıpları, dünya geneli için önemli problemlerden biri olarak görülmektedir. Gıda kayıplarının azaltılması ve gıda atıklarının değerlendirilmesi konularında birçok ülkede çalışmalar yapılmaktadır. Atık gıda olarak çöpe atılan gıda ürünlerinin büyük ölçüde değerlendirilmesi mümkün iken çöpe atılması birçok problemi de beraberinde getirmektedir. Toplumsal, çevresel ve ekonomik olarak birçok problemin ortaya çıkmasına neden olan gıda kayıpları ve atıkları giderek önem kazanan bir durum halini almaktadır (Marthinsen vd, 2012, s.44). Gıda atık kavramı, gıdaların işlenmesi, hazırlanması, satışı, depolanması, taşınması, pişirilmesi ve servis edilmesi süreci sonunda oluşan bitkisel ve hayvansal gıda maddeleri olarak ifade edilmektedir (Güler ve Çobanoğlu, 1994, s.12).

Sürdürülebilirlik açısından da önemli bir durum olan gıda atıkları, yenilebilecek durumdaki gıda atıkları ve yenilemeyecek durumdaki gıda atıkları olarak sınıflandırılmaktadır. Yenilebilecek durumdaki atıklar, yemeğin hazırlanma aşamasındaki atık, yani mutfakta oluşan atık ile tabakta kalan atık olarak ayrılmaktadır. Gıdaların, insanların yiyemeyeceği kemik, kabuk gibi kısımları ise yenilemeyecek durumdaki gıda atıkları olarak adlandırılmaktadır Bu doğrultuda gıda atıkları önlenmesi mümkün olan atıklar ile önlenmesi mümkün olmayan atıkları şeklinde ayrılmaktadır. Genel olarak gıda ürünlerinin hazırlanma aşamasında ayrılan ve yemeğe dâhil edilemeyecek türdeki atıklar zorunlu atıklar olarak değerlendirilmektedir. İnsanların tüketimine sunulan ürünlerin bayatlaması, bozulması ya da tabaklarda fazla kalması gibi çeşitli nedenlerle tüketilmeyerek atılan gıdalar ise önlenmesi mümkün olan atıklar olarak ifade edilmektedir. (Schneider, 2013, s.188,189).

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü tarafınca yapılmış olan bir araştırmada belirtildiği üzere dünya genelinde insanların tüketimine sunulan gıda ürünlerinin yaklaşık olarak yüzde 30'luk kısmı gıda kaybı ya da gıda atığı olarak tüketilmektedir. Toplam gıda ürünleri içerisinde yıllık olarak yaklaşık 1.3 milyar ton gıdanın atık ya da kayıp olduğu hesaplanmış ve ekonomik yükünün 750 milyar dolar civarında olduğu tahmin edilmiştir. Yapılan çalışma sonucunda, atılan gıda ürünleri miktarının ortalama hesabı yapıldığında kişi başı yıllık 190 kiloya yakın gıdanın çöpe atıldığı hesaplanmıştır. Dünya Bankası tarafından atıklara ilişkin yapılan başka bir araştırmada ise yıllık gıda atık miktarının 2025 yılı itibarıyla 2.2 milyar ton civarında olacağı öngörülmüştür (Gustavsson vd, 2011, 44).

Genel olarak gıda atıkları, son tüketiciler tarafından ortaya çıkarılan bir durum iken gıda kayıpları ise gıda ürününün yetiştirilme sürecinden son tüketiciye ulaşana kadarki süreçte yaşanan ve gıda ürününün yenilebilir olan miktarının azalmasına neden olan çeşitli faktörler sonucu ortaya çıkan durum olarak tanımlanmaktadır. İnsanların tüketimine sunulan gıdaların nicelik ve

nitelik olarak azalması olarak ifade edilen gıda kayıpları, ürünlerin üreticiden tüketiciye ulaştığı süreç boyunca devam etmektedir (Lipinski vd, 2013,10).

Globalleşen dünyada nüfus artışı ve teknolojiye yaşanan gelişmeler neticesinde tüketim alışkanlıkları değişmekte ve bu durum kaynakların daha fazla israf edilmesi sonucunu doğurmaktadır. Dünya nüfusunun yaklaşık 1 milyarı gıda tüketimi konusunda problem yaşarken insanların tüketimine sunulan gıda ürünlerinin yaklaşık üçte biri gıda atığı olarak ziyan edilmektedir. Gıda atık miktarlarındaki durumun düzelmemesi ve gıda israfının azalmasının sağlanamaması durumunda ileride kaynakların kullanımı konusunda sıkıntılar yaşanacağı öngörülmektedir (Türkiye İsrar Raporu, Ticaret Bakanlığı, 2018, s. 15-18).

İnsanların tüketme amacı ile satın aldığı gıdaları çeşitli nedenler sonucu tüketmediği durumlar olabilmektedir. Farklı kullanımlarla değerlendirilmek yerine atılması tercih edilen gıdalar çevrede olumsuz durumlara yol açmakta bununla birlikte gıda arzının sürdürülebilirliğini de olumsuz yönde etkilemektedir. Gıda Atıkları, doğal gıda ürünlerinin tükenmesi, tarımsal döngülerin bozulması ve çevre kirliliği gibi problemlerin yanında ekonomik anlamda da olumsuz etkiler ortaya çıkmaktadır. Sonuç olarak gıda ürünlerinin çöpe atılması beslenme konusunda olumsuz sonuçlar meydana getirmesinin yanında kaynakların ve insan emeklerinin de boşa harcanması, israf edilmesi olarak görülmektedir (Türkiye İsrar Raporu, Ticaret Bakanlığı, 2019, s. 18-20).

2.2.2.1. Gıda Atıklarının Nedenleri

Gıda israfında olduğu gibi gıda atıklarının oluşmasında da en önemli etken yine insandır. Gıdaların üretiminden son tüketim sürecine kadar her aşamada insan faktörü önemli rol oynamaktadır. Sürecin her aşamasında bulunan insanların tutum ve davranışları gıda atıklarının azalması noktasında belirleyici rol oynamaktadır.

Gelişmiş ülkelerde daha fazla oranda görülen gıda atıkları üretim sürecinden tüketim sürecine kadar her aşamada yaşanabilmektedir. Bazı aşamalarda isteyerek ve bilerek, bazı durumlarda ise istemeden olsa bile gıda ürünlerini atma davranışında bulunduğu görülmektedir. Yapılan bazı çalışmalarda, gıda atıklarının beslenme, gıda güvenliği, diyet, gıda sevgisi, gıda tercihleri, alışkanlıklar ve gıdaya verilen toplumsal değer ile ilişkili olduğu sonucu görülmüştür (Gıda Güvenliği ve Beslenme Uzmanları Paneli (HLPE), 2014, s.23,24).

Gıda atık davranışlarının nedenlerini, bireysel ve toplu olarak yemek tüketimi yapılan yerler birlikte düşünüldüğünde, özetle tüketicinin kendisinden kaynaklı nedenler, yeme-içme hizmeti sunan işletmelerdeki kurumsal nedenler ve bu işletmelerde çalışan kişilerden kaynaklı nedenler olarak özetlemek mümkündür.

Tüketiciye Bağlı Nedenler, gıda ürünlerinin alınması, saklanması, hazırlanması ve tüketilmesi olarak sıralanabilecek durumlardır. Tüketicilerin gıda ürünlerine yönelik tutum ve davranışları gıda atıklarının oluşumu ve gıda israfı üzerinde önemli rol oynamaktadır. Gıda israfı konusunda bilinç düzeyi, gıda ürünlerinin alınma aşamasından pişirilme ve tüketilme aşamasına kadar her süreçte kişilerin davranışlarını etkilemektedir.

Kurumsal Nedenler, turizm işletmeleri ve diğer yeme-içme hizmeti veren işletmeler ele alındığı zaman gıda atık davranışında benzer nedenler görülmektedir. Gıda atıkları konusunda işletmelerin tutumları, çalışanlarla ve müşterilerle olan iletişim yanlışları, malzemelerin yanlış kullanılması ve menülerin planlanmasında yapılan yanlışlar işletmelerdeki atık miktarını etkileyen unsurlardan bazıları olarak gösterilmektedir. Kurumsal politikaların çalışanlara ve müşterilere doğru şekilde iletilmesi ile verimli bir çalışma ortamının oluşturulması mümkündür (Kurt, 2019, s.21).

Gıda atıklarının oluşması noktasında, işletmelerin satın alma sürecinden başlamak üzere, gıda ürünlerinin depolanması, yemeklerin hazırlanması, servis edilmesi aşamalarında yapılacak dikkatli bir süreç yönetimi ile atıkların azaltılması imkânlar dâhilindedir. Kurumsal politikalar ve yönetim kontrolü ile gıda atıkları ve israfı noktasında olumlu sonuç almak mümkün olabilmektedir.

Çalışana Bağlı Nedenler, işletmelerin tutumundan ve çalışılan ortamdan etkilenmekle birlikte, çalışanların özelliklerine göre değişebilen nedenlerdir. Çalışanların müşteriler ile doğru iletişim kurarak müşterinin istedikleri ve istemediklerini genel hatlarıyla belirlemesi ve doğru ürünün doğru müşteriye sunulması önemli bir durumdur.

Yeme-içme hizmeti sunan işletmelerde çalışan personelin yemeklerin hazırlanması aşamasındaki yanlış uygulamaları ve gereksiz yere fazla miktarda gıda ürünü kullanmaları sonucunda gıda atıklarının oluştuğu belirlenmiştir. Bunlarla birlikte personelin yeterli eğitim almamış olması, yemeğin miktarının ve görüntüsünün göz ardı edilmesi, yetersiz ya da yanlış ekipman kullanılması ve hizmet sunulan kişi sayısının hesaba katılmaması gibi nedenler yine çalışanlar ile ilgili nedenler olarak belirlenmiştir (Kurt, 2019, s.22,23).

Bunun yanında satın alma sürecinden başlayarak son aşamaya kadar her süreçte görev alan çalışanın dikkati, işletmeye olan bağlılığı ve gıda israfı konusundaki tutumu atık ve israf miktarını etkilemektedir. Gıda atıklarının azalması konusunda bilinçli olan bir çalışan sürecin her aşamasında dikkatli davranarak sürece olumlu katkı sağlamaktadır. Gıda ürünlerini uygun şekilde depolama, uygun ölçülerde pişirme ve uygun ölçülerde servis etme gibi durumlara dikkat ederek ürünlerin bozulmasının, gereksiz ürün alınmasının ve fazla ürün kullanılarak atık oluşması durumunun önüne geçilmesi mümkündür.

2.2.2.2. Gıda Kayıplarının Nedenleri

Birleşmiş milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) bünyesinde bulunan Dünya Gıda Güvenliği Komitesi (CFS) tarafından gıda kaybı ile gıda israfının nedenlerinin ve etkilerinin belirlenmesi, bunun sonucunda ise yapılabilecek çözüm önerilerinin incelenmesi amacıyla Üst Düzey Uzmanlar Paneli (HLPE) düzenlenmiştir (HLPE, 2014; FAO 2018).

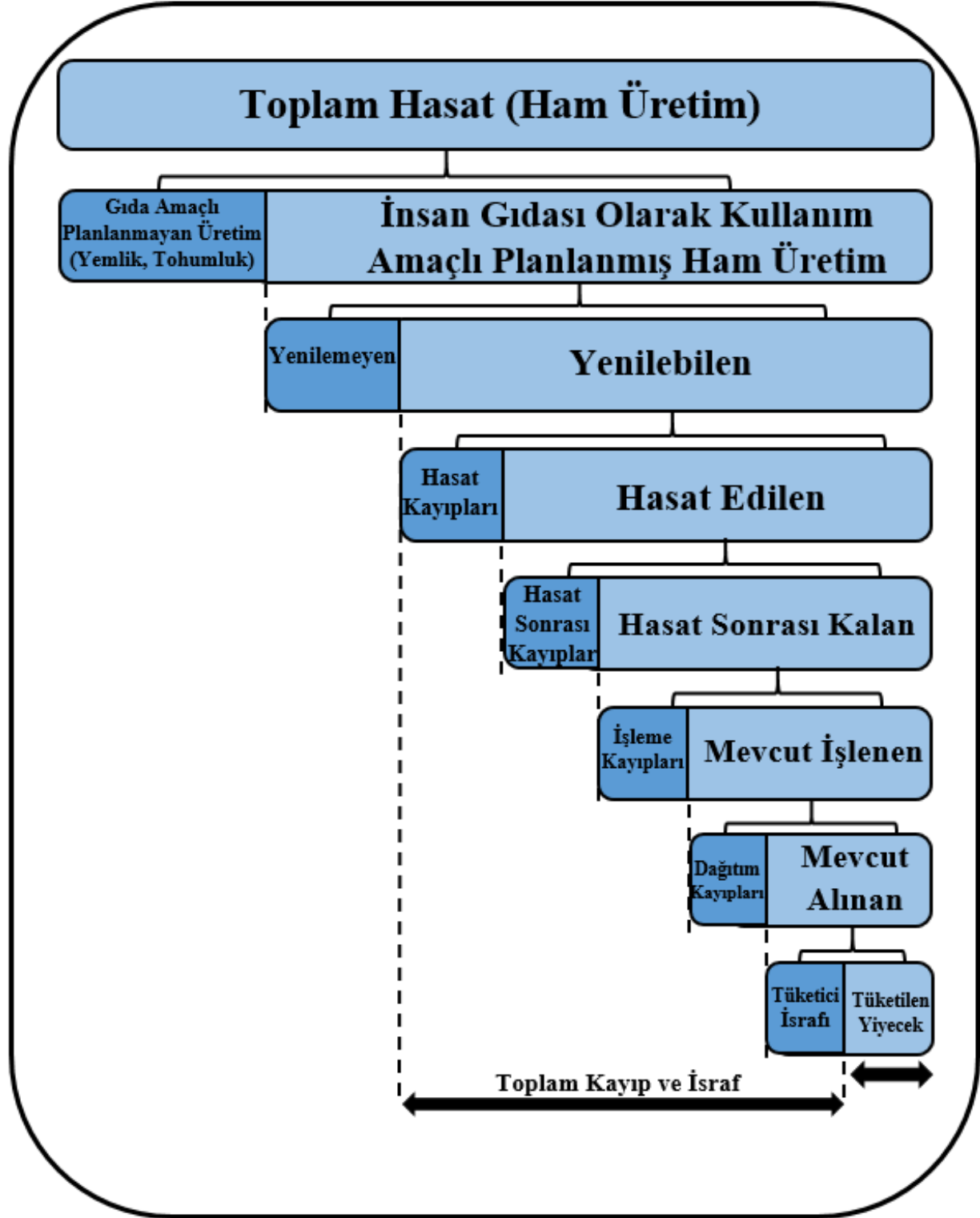
Yapılan çalışmalar sonucunda gıda kayıplarının ve israfının nedenleri küçük, orta, büyük düzeylerde ayrılmıştır. Gıda ürünlerinin hasadı sırasında oluşan problemler, ürünlerin depolanması, işlenmesi, taşınması esnasında yaşanan problemlerin yanında tüketicilerin kullanım alışkanlıklarından kaynaklı nedenler küçük düzeyli durumlar olarak gösterilmiştir. Gıda arzı yapılan birimlerin iletişim ve organizasyon eksiklikleri, ürün dağıtım süresince çok fazla aracının olması ve buna bağlı olarak dağıtım sürecinin uzaması, gıda ürünlerine ilişkin bazı standartların eksik olması ve zararlı organizmalardan korunması amacı ile kullanılan pestisitlerin ürünler üzerindeki kalıntıları orta düzeydeki nedenler olarak belirtilmiştir. Büyük düzeyli sorunlar olarak ise, yasal mevzuat kaynaklı durumlar, gıda politikalarına bağlı sorunlar, sistemsiz yetersizliklere ve gıdanın üretiminden tüketimine kadarki süreç boyunca görev alan kişilerin eğitim durumlarına bağlı olarak yaşanan problemler olarak özetlenmektedir (HLPE, 2014, s.22; Oral, 2015, s.19).

Gıda ürünlerinin hasat edilmesi aşamasında meyve ve sebzelerin olgunlaşma durumu, hasat yapılan zaman ve hasadın yapılış şekli, hasat sürecinde meydana gelen gıda kayıplarının nedeni olarak gösterilmektedir. Gıda arzı sürecindeki önemli aşamalardan biri olan depolama aşamasının, gıda kayıplarının en fazla görüldüğü aşama olarak belirlenmiştir. Depolama işlemi ürüne uygun şartlarda ve uygun sürelerde yapılmadığı durumlarda gıda kayıplarına yol açmaktadır. Uygun koşullarda muhafaza edilen gıda ürünlerinin taşınması sürecinde gıda kayıplarına neden olabilecek durumlar olabilmektedir. Bunlar, taşıma işlemlerinin yeterli şartlar sağlanarak yapılmaması, yanlış ekipman kullanılması, ürünlerin yüklenmesi ve indirilmesi sırasında özen gösterilmemesi, taşıma araçlarında yaşanan teknik aksaklıklar ve kazalar olarak belirtilmektedir (Oral, 2015, s.21).

Gıda ürünlerinin işlenmesi ve paketlenmesi aşamasında teknik aksaklıklar ve hijyen anlamında oluşan yetersizlikler sonucu gıda kayıpları yaşanmaktadır. Bununla birlikte ürünlerin işlenmesi aşamasındaki hatalara bağlı olarak ürünlerin görünümünde, ağırlıklarında, boyutlarında ve şekillerinde kusurlu görülen durumlar meydana gelebilmektedir.

Söz konusu durumlar, ürünlerin içeriği ve güvenilirliği açısından olumsuz bir duruma yol açmamakla birlikte ürünlerin standartlara uygun olmaması nedeniyle satışına izin verilmemesi ya da satışa sunulmasına rağmen tüketiciler tarafından tercih edilmemesi sonucuna neden olduğu için gıda kayıplarının nedenleri olarak gösterilmektedir (Oral, 2015, s.22).

Şekil 2.1. Gıda Üretim ve Tüketim Süreci Boyunca Yaşanan Gıda Kayıpları ve İsrafı



Kaynak: HLPE (2014, s.23)

Son olarak gıda ürünlerinin satışı esnasında yaşanan gıda kayıplarının nedenlerini aşağıdaki şekilde özetlemek mümkündür. Ürünün fiziksel özellikleri bakımından standartlara uygun olmaması, uygun şekilde muhafaza edilmemesi, yanlış ambalajlama yapılması, ürünlerin tüketim tarihlerine dikkat edilmemesi ve pazarlama yönetimi konusundaki problemler gıda kaybına neden olan etkenlerden bazıları olarak gösterilmektedir. Bunların yanında gıda ürünlerinin yerleşim düzeninin uygun olmaması, ağırlıkları farklı olan ürünlerin birbirlerine fiziki olarak zarar vermesi ve etrafa yaydıkları etilen hormonu ile solunum seviyeleri farklı olan ürünlerin birbirlerine zarar vererek ömürlerinin kısalması sonucuna neden olmaktadır. Satış esnasında yaşanan bir başka durum ise tüketicilerin ürünler arasında seçim yaparken aynı yerde bulunan diğer gıda ürünlerine zarar vererek çürümelerine neden olmalarıdır (HLPE, 2014, s.22).

2.2.2.3. Gıda Atıkları ve Gıda Kayıplarının Etkileri

Gıda kayıpları ve atıkları, beraberinde ekonomik, sosyal ve çevresel sorunları da ortaya çıkarmaktadır. Gıda ürünlerinin çeşitli nedenler sonucu atılması ya da kaybedilmesi, üretimde kullanılan kaynakların boşa harcanmasına neden olmaktadır. Bu durumda kaynakların azalmasına bağlı olarak ürünlerin verimlerinin azalıp fiyatlarının artması sonucu da meydana gelmektedir.

Gıda ürünleri üretim aşamasından tüketim aşamasına gelinceye kadar uzun bir süreçten geçmektedir. Bu süreçte hem ekonomik olarak harcamalar yapılmakta, hem insan gücü kullanılmakta, hem de kullanılan enerjilerin sonucunda çevreye zararlı maddeler bırakılmaktadır.

Gıda atıkları ve gıda kayıpları, gıda ürünlerinin sürdürülebilirliği yönünde olumsuz durumlara yol açmakta, tarımsal faaliyetlerde döngüsel bir bozukluk yaşanmasına ve çevresel olarak kirlilik gibi sorunların ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Tüm bunların yanında dünya üzerinde açlıkla mücadele eden ve gıda ürünleri bulmakta güçlük yaşanan milyonlarca insan varken gıda atıkları sonucunda israf edilen paraların ve gıda ürünlerinin bu derece fazla olması sosyal bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.2.3. Türkiye ve Dünyada Gıda İsrafı

Türkiye’de ve Dünyada giderek artan bir problem olarak görülen israf problemi ile mücadele edilmesine yönelik birçok kurum ve kuruluş tarafından projeler yürütülmektedir. Bu

projeler ile tüketicilerde israf konusunda farkındalık oluşturma ve tüketim konusunda bilinçlenme sağlanması amaçlanmaktadır. (Dölekoğlu, Gün ve Giray, 2014, s.178).

Dünya nüfusunun sekiz milyar civarında olduğu günümüzde açlıkla mücadele eden bir milyara yakın insan varken iki milyar civarında insan fazla kilo ile mücadele etmektedir. Fazla kilo problemi yaşayanlar arasından 650 milyon civarında insan obez olarak nitelendirilirken yılda yaklaşık olarak üç milyon insan fazla kiloların yol açtığı hastalıklar nedeni ile ölüm ile karşı karşıya kalmaktadır (WHO, 2020). Bunun yanında dünya üzerinde tüketime yönelik gıdaların üçte birinin çöpe atıldığı sonuçları ortaya çıkmaktadır. (FAO, 2013, s. 6).

Üretim imkânlarının artmaya başladığı sanayi devriminin ardından üretim hızı da artmaya başlamıştır. Buna paralel olarak tüketim hızı da aynı şekilde artış göstermiş ve günümüz dünyası tüketime dayalı bir hal almıştır (Aksoy ve Solunoğlu, 2015, s.1).

Türkiye Gıda Sanayi İşverenleri Sendikası tarafından açıklanmış olan rakamlara ve oranlara göre dünya üzerinde üretilen yaklaşık beş milyar ton gıda ürünlerinden bir buçuk milyar tonunun israf edilmesi nedeniyle en az 1 olması gereken beslenme endeks oranının, % 1 oranının altında olduğu belirlenmiştir. Dünya genelindeki yüksek israf oranlarının gelecekte gıda konusunda sıkıntılara neden olacağı öngörülmektedir (TİSVA, 2020, s.9).

Gıda ürünlerinde yaşanan israf ve kayıplar, ekonomik olarak da sıkıntılara yol açmaktadır. Gıda ürünlerine harcanan kaynakların üçte birinin boşa harcandığı düşünüldüğü zaman, israfın önlenmesinin birçok alanda olumlu sonuçlar doğuracağı görülmektedir.

Türkiye’de gıda ürünlerinin üretilmesi için yılda yaklaşık olarak 400 milyar lira harcandığı hesaplanmaktadır. Boşa giden oranın üçte bir olduğu hesabı ile 133 milyar liranın israf edildiği sonucuna ulaşılmaktadır (Sayılarla İsraf Raporu, TİSVA, 2020, s.9).

Dünya nüfusunda yaşayan artışa karşın kaynakların azalması sonucunda ileride gıda tedarik etme konusunda yaşanacak sıkıntıların azaltılması adına gıda israfı ve gıda kayıplarının azaltılması önem taşımaktadır.

Dünya üzerinde gıda ürünleri arasında en fazla israf edilen ürünlerin meyve ve sebzeler olduğu belirlenmiştir. Avrupa ülkeleri ile ABD’nin israf ettiği gıda miktarının dünya nüfusunun ihtiyaç duyduğu gıda miktarının 3 katı olduğu belirtilmektedir. Bunun yanında, Dünya üzerinde ortalama olarak dakikada 3 çocuğun açlığa bağlı nedenlerle hayatını kaybettiği belirtilirken yemek tabaklarının üçünden birinin israf edildiği ifade edilmektedir (Sayılarla İsraf Raporu, TİSVA, 2020, s.11).

2.2.3.1. Türkiye’de Gıda İsrafı

Türkiye’de israfa yönelik yapılan çalışmalarda israf boyutunun önemli oranlarda olduğu görülmektedir. Türkiye’de yıllık olarak 214 milyar mali değere sahip 26 milyon ton civarında gıda ürününün israf edildiği belirtilmektedir. Bunun yanında TÜBİTAK’ın yapmış olduğu araştırmalara dayanarak, değeri 25 milyar olan 12 milyon ton meyve ve sebzenin israf edildiği belirtilmektedir (Sayılarla İsraf Raporu, TİSVA, 2020, s.10).

Türkiye’de üretimi yapılan meyve ve sebzelerin yüzde 25 ile yüzde 40 arasında değişen oranlarda kayba uğradığı ya da israf edildiği söylenmektedir. Ayrıca aynı raporda Türkiye’de 7 milyon 200 bin civarı kişi açlık sınırında yaşamakta iken gıda israfının yüksek oranda yapıldığı belirtilmektedir (Sayılarla İsraf Raporu, TİSVA, 2020, s.13,14).

2.2.3.2. Türkiye’de Gıda İsrafına İlişkin Çalışmalar

Türkiye’de yakın zamana kadar gıda israfına ilişkin geniş kapsamlı çalışmalar pek yapılmamaktaydı. Ekmek israfı üzerine yapılan çalışmaların ardından genel olarak gıda israfı üzerine yapılan çalışmaların sayısı artmaya başlamıştır (Dölekoğlu, Gün ve Giray, 2014, s.176). Yakın zamanda ise gerek kamu, sivil kuruluşlar ve vakıflar tarafından gerekse bireysel olarak israfın önlenmesine yönelik yapılan çalışmaların sayısı artış göstermiştir.

Türkiye İsrafı Önleme Vakfı (TİSVA), Toprak Mahsulleri Ofisi (TMO) ve Kalkınma Bakanlığı tarafından yapılan çalışmalar bu alanda öne çıkan çalışmalardandır. Türkiye’nin kaynaklarının verimli ve etkin bir şekilde kullanılması ve israfa karşı farkındalık oluşturulması amacıyla yola çıkan TİSVA, Türkiye’de milli gelirin yüzde 15 civarına denk gelen 555 milyar liranın israf edildiği belirtilmektedir (Sayılarla İsraf Raporu, TİSVA, 2020, s.1).

Turizm işletmeleri başta olmak üzere çeşitli kurum ve kuruluşlardaki gıda israfına yönelik çalışmalar yapan Gıda İsrafını Önleme ve Bilinçlendirme Platformu, İsraf Olmasın Afiyet Olsun, Turuncu Bayrak Projesi, Her Şey Dâhil İsraf Hariç gibi projelerle israfın önlenmesine yönelik çalışmalar yapmaktadır.

Toprak Mahsulleri Ofisi ekmek israfının azalması ve önlenmesi amacıyla projeler uygulamakta ve araştırmalar yapmaktadır.

Gıda Bankacılığı Derneği ve ona bağlı olarak kurulan Gıda Bankacılığı ve Temel İhtiyaç Derneği, son tüketim tarihi yaklaşan, üretim fazlası olan ya da başka sebeplerle piyasaya sürülmeyen ürünleri Destek Marketleri vasıtasıyla ihtiyaç sahiplerine ulaştırma çalışmalarıyla hem ihtiyaç sahiplerine yardımcı olmakta hem de israfın azalmasına katkı sağlamaktadır.

Bunların dışında bazı marketler, kuruluşlar ve gönüllüler tarafından yapılan projeler ile restoranlar, oteller ve pastanelerden alınan fazla kalmış ürünler ihtiyacı olanlara ulaştırılmaktadır. Bazı şehirlerde bayat ekmek kutuları ile ekmeklerin çöpe atılmasının önüne geçilmeye yönelik projeler uygulanmaktadır.

İsrafa yönelik çalışmaların daha fazla sayıda olması gereken yerlerin başında medya gelmektedir. Hem televizyonda hem de sosyal medyada gıdanın değerinin bilinmesi, gıdaya saygı ve kalan gıda ürünlerinin değerlendirilmesi gibi konularda etkin ve verimli yayınlar yapan Ruhun Doysun programı gibi projelerin artırılması israf konusunda bilinç kazanma açısından fayda arz etmektedir.

2.2.3.3. Dünyada Gıda İsrafı

Dünya genelinde gıda ürünlerinde yapılan israfın giderek arttığı, Birleşmiş Milletler ve Dünya Bankasına bağlı olarak hizmet veren kuruluşlar tarafından hazırlanan raporlar sonucu elde edilmektedir. Dünya genelinde gıda ürünlerine olan talebin artmasındaki en büyük etken nüfus artışı olarak görülmektedir. Buna bağlı olarak kaynakların azalmasının yanında israf edilen miktarın fazlalığı gıda ürünlerinin dünya genelinde sürdürülebilirliği açısından tehlike oluşturmaktadır.

Gıda ürünlerinin çeşitli nedenlerle kayba uğraması, vaktinde tüketilememesine bağlı olarak bozulması ya da bitirilmeyip atılması gibi sebeplerle oluşan gıda israfı, hem gelişmiş ülkelerde hem de gelişmekte olan ülkelerde yüksek oranlarda görülmektedir. Gelişmiş olan ülkelerde, gelir düzeyinin yüksek olması, tüketim miktarındaki artış ve tüketim çeşitlerinin artması, doğal yaşamdan uzaklaşma israfın yüksek olmasında etkili olmaktadır (Dölekoğlu, Gün ve Giray, 2014, s.171).

Dünya üzerinde israf edilen gıda ürünlerinin yüzde 60 oranında bir kısmının tekrar kullanılabilir durumda olması ve yüksek israf oranları, uluslararası düzeyde önlemlerin alınmasını zorunlu kılmaktadır. Tüm Dünyada bireysel, toplumsal ve küresel boyutlarda olumsuz sonuçlara neden olan gıda israfına karşı alınan önlemlerde dünya genelinde birliktelik sağlanması, sürdürülebilirliğin sağlanması ve kaynakların kullanımı bakımından önem arz etmektedir. (Dölekoğlu, Gün ve Giray, 2014, s. 172).

2.2.3.4. Dünyada Gıda İsrafına İlişkin Çalışmalar

Gıda israfının önlenmesi ve kaynakların verimli şekilde kullanılması amacıyla dünyanın birçok yerinde kurum ve kuruluşlar tarafından araştırmalar ve çalışmalar yapılmaktadır

İsrafın önlenmesine katkı sağlayan bu kuruluşların ilklerinden olarak gösterilen gıda bankaları, kullanılabilecek durumda olmasına rağmen kullanıcıların tüketimine sunulmayan gıda ürünlerini, ihtiyacı olan kişilere ulaştıran aracı kuruluşlar olarak yardım faaliyetleri yaparak gıda ürünlerinin israf edilmesinin önüne geçmektedirler (Topçu ve Kaya, 2010, s.257).

Dünya Bankası öncülüğünde kaynakların etkin ve verimli kullanılması, yoksulluk ile mücadele edilmesi ve gıda israfının önlenmesi amacıyla çalışmalar yapılmaktadır. Avrupa Birliği bünyesinde bulunan Avrupa Parlamentosunda, israfın azaltılmasına yönelik önlemler için kararlar alınıp israf yönetim planları açıklanmıştır (Dölekoğlu, Gün ve Giray, 2014, s.178).

Avrupa Birliği ve Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) tarafından gıda ürünlerine ulaşma konusunda zorluk yaşanan bölgede gıda israfını ve gıda kayıplarını azaltmak için Afrika, Asya ve Orta Asya Programı projesi uygulanmıştır. Küresel Gıda Kayıp ve İsrafi Önleme Protokolü ve OECD Gıda Zinciri Analiz Ağı gıda kaybı ve israfına yönelik yapılmış olan küresel düzeydeki projelerdendir.

İngiltere’de Love Food Hate Waste ve WRAP gibi israfı önlemeye yönelik projeler uygulanmış ve projeler sonucunda olumlu sonuçlar elde edilmiştir. Atık gıdalar kullanılarak yemekleri yapılmasına ve bu konuda tüketicilerin bilinçlendirilmesine dayalı bir proje olan Greencook projesi Hollanda’da uygulanmış ve proje sonucunda israf miktarlarında azalma olduğu görülmüştür (Dölekoğlu, Gün ve Giray, 2014, s.178).

Çin ve bazı Avrupa ülkelerinin desteğiyle yürütülen Refresh projesi ile yıllık 40 milyon ton civarında gıdanın israf edilmesinin engellenmesi hedeflenmektedir. Gıda atıklarının değerlendirilerek, kompost gübre ve biyoyakıt üreterek atıkların enerjiye dönüştürülmesine yönelik bir şirket olan Harvest Power, topladıkları atıkları kullanarak bir ayda 3000 civarı evin yıllık enerji ihtiyacına denk gelecek ölçüde enerji üretimi yapmaktadır.

İsrafa yönelik yapılan birçok projeden biri de The Campus Kitchen Project isimli projedir. Okulların yemekhanelerinde artan yemeklerin yine okullardaki mutfaklar kullanılarak yeniden değerlendirilmesi ve üretilen bu gıdaların aileler, çocuklar ve öğrenciler için kullanılması ile israfın azalmasına katkı sağlanmaktadır.

Kullanılabilir durumdaki meyveleri toplayarak reçel üretimi yapan kuruluşlar, gıda ürünleri satıcıları ile ihtiyaç sahiplerinin iletişime geçmesini sağlayıp atılacak ürünlerin dağıtılmasını sağlayan girişimler gibi birçok uygulama ile israfa yönelik çalışmalar yapılmaktadır (<https://toptalent.co/dunyada-gida-israfini-engellemeye-calisan-10-girisim>).

2.3. TURİZM İŞLETMELERİNDE GIDA İSRAFI

Türkiye, gıda maddelerinin üretimi konusunda kendi kendine yetebilen az sayıdaki ülkelerden biridir. Bununla birlikte Türkiye’deki büyük şehirlerde yapılmış olan araştırmaların sonucunda gıda ürünlerinin onda birinin çöpe atıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Çöpe atılan ve israf edilen gıda ürünlerinin oranının, turizm işletmelerinin bulunduğu yerlerde daha fazla olduğu görülmektedir. Turizm açısından verimli olan Türkiye’deki turizm işletmelerinin sayısının bir hayli fazla olduğu gerçeği göz önüne alındığında bu işletmelerde yapılan gıda israfı miktarının oldukça fazla olduğu sonucu elde edilmektedir. (Türkiye Gıda İsrafını Önleme ve Bilinçlendirme Platformu, 2020).

Turizm işletmelerinde yapılan araştırmada, işletmelerin atık türleri oranları belirlenmiş ve en fazla atığın yüzde 70 oranla gıda ürünlerinde yapıldığı görülmüştür. Bu doğrultuda turizm işletmelerinde öncelikle yapılması gereken, gıda israfının önlenmesi ya da azaltılmasına yönelik çalışmalardır. İsrafi önleme ve azaltma çalışmalarından sonra yine kalan gıda ürünleri var ise yapılması gerekenler atıkların ayrıştırılmasıdır. İnsan tüketimine uygun olanların ihtiyaç sahibi insanlara, insan tüketimine uygun olmayanların ise barınaklar ya da ilgili kuruluşlar aracılığıyla sokak hayvanlarına ulaştırılmasıdır. İnsan ve hayvan tüketimine olmayan atıkların ise geri dönüşümde, enerji üretiminde ya da kompost gübre üretiminde kullanılmak üzere değerlendirilmesi israfa karşı yapılabilecekler olarak gösterilebilir (Şahin ve Bekâr, 2018, s.1043-1044).

İnsanların yeme-içme faaliyetlerinin bitiminde tüketmedikleri gıdaları çöpe atmaları sonucu oluşan gıda israfı, yeme-içme işletmelerinde daha yüksek miktarda görülmektedir. Otellerin, kurum ve kuruluşların bünyesinde olduğu gibi yalnızca restoran hizmeti veren işletmelerde hizmet verilen kişi sayısının fazla olması ve tüm hizmet alanların aynı beklentide olmaması gibi sebeplerle yemeklerin israf edilmesi mümkün olabilmektedir.

Yeme-içme işletmelerinde yapılan en büyük gıda israfının, tüketicilerin aldıkları yiyeceklerin tümünü bitirmeyip tabaklarında bırakmaları yoluyla yapıldığı yapılan araştırmalarda görülmüştür. (Türkiye Gıda İsrafını Önleme ve Bilinçlendirme Platformu, 2020).

Bununla birlikte işletmelerin tüketicilere fazla miktarda yiyecek sunması da fazla yemek kalmasına yol açmaktadır. Kişilerin memnuniyetini kazanma amacıyla bol miktarda sunulan yiyeceklerin bitirilmesi her zaman için mümkün olmamaktadır.

Turizm işletmeleri denince ilk akla gelen işletmeler olan oteller, gıda israfının yüksek miktarlarda yapıldığı yerlerdendir. Otel işletmeleri, ekonomik olarak getirileri, iş olanakları ve

turizm sektörüne katkıları nedeniyle en önemli sektörlerden biri olmasının yanında gıda israfının en fazla yaşandığı yerlerin arasında yer almaktadır.

Bünyesinde yeme-içme işletmeleri de bulunan otel işletmelerinde plastik, cam, kâğıt gibi israf türlerinin yanında gıda israfının daha yüksek boyutlarda olduğu görülmektedir. Turizm işletmelerindeki atıklar içinde gıda ürünlerinin yüzde 70 oranında olduğundan hareketle otel işletmelerinde gıda israfının azaltılmasına yönelik çalışmaların yapılması kaçınılmaz olmaktadır. Yüksek Uluslararası Çalışmalar Enstitüsü (IHEI) tarafından yapılan bir çalışma sonucunda bir müşterinin otelde yaklaşık olarak 1kg atık oluşturduğu sonucuna ulaşılmıştır (IHEI, 2002). Bir müşteri tarafından bu miktarda atık oluşturduğu göz önüne alındığında dünya genelindeki otel işletmelerinde ortaya çıkan israf miktarının ne derece büyük olacağı tahmin edilmektedir (Şahin ve Bekâr, 2018, s.1039-1040).

2.3.1. Turizm İşletmelerinde Gıda İsrafına Neden Olan Etkenler

Turizm işletmelerinde müşterilerin memnun edilmesi amacı ile hareket edildiğinden her alanda en iyi şekilde hizmet verilmesi önemli bir durum olarak görülmektedir. Bu nedenle turizm işletmelerinde gıda tüketimi konusunda müşterilerin beklentilerini fazlasıyla karşılayabilmek adına yeme-içme sürecinin her aşamasında olması gerekenden fazla düzeyde bir hazırlık yapılmaktadır. Turizm işletmelerine ek maliyetler getiren bu harcamalar sonunda israf edilen ürünlerin miktarının da artması işletmelere mali açıdan olumsuz bir durum daha yaşatmaktadır (İlyasov, 2017, s.1).

Gıda ürünlerinin satın alınmasından tüketim sonrasına kadarki her süreçte görülen gıda israfının, büyük ölçüde yiyeceklerin hazırlandığı aşamada ve servis aşamasında gerçekleştiği görülmüştür. Yeme-içme işletmelerinde gıda ürünlerinin alınması, depolanması, hazırlanması ve sunulması gibi süreçlerde yapılan hatalar israfa neden olmaktadır. Fazla alınan ürünlerin bozulması, yemek hazırlama aşamasında yapılan yanlış uygulamalar bu durumlara örnek olarak gösterilebilir (Akoğlu, 2018, s.391).

Ortalama olarak bir kişinin bir günde en fazla tüketebileceği yiyecek miktarının 1,5 kg olduğu, buna karşın turizm işletmelerindeki açık büfelerde kişi başı 5 kg civarında yemek servisi yapıldığı belirtilmektedir (Türkiye Gıda İsrafını Önleme ve Bilinçlendirme Platformu, 2020).

Turizm işletmelerinde yaşanan gıda israfına neden olan durumlar müşteriden kaynaklı olabileceği gibi işletmeden kaynaklı da olabilmektedir. İsraf konusunda duyarsız olmaları ve bitirebileceklerinden fazla yiyecek almaları gibi durumlar müşteri kaynaklı nedenlerden bazıları olarak yer almaktadır. Yiyeceklerin hazırlanması ve pişirilmesi aşamasında

personelden kaynaklı durumlar nedeni ile ürünlerin israf edilmesi mutfak sürecinde israf olarak adlandırılmaktadır. Açık büfelerde fazla miktarda yiyecek sunulması ve bu yiyeceklerin fazlaca bir süre bekletilmesi sonucu tüketilmek için tercih edilmemesi ve dekor amaçlı konulan sebze meyvelerin de sonrasında atılması, servis aşamasındaki israf durumlarından bazıları olarak gösterilebilir. Sunulan yemek porsiyonlarının büyük ölçülerde olması da işletmelerde israfa neden olan bir başka durum olarak görülmektedir (Şahin ve Bekâr, 2018, s.1052).

2.4. GIDA İSRAFINI ÖNLEME VE AZALTMANIN ÖNEMİ

Dünya üzerinde bulunan herkes için yeterli olacak miktarda gıda ürünü üretilmesine karşın bu ürünlere ulaşma konusunda problem yaşayanların sayısı bir hayli fazladır. Açlığa bağlı sebeplerle hayatını kaybeden insanların varlığı ve israf edilen gıda miktarının oldukça yüksek olduğu düşünüldüğünde gıda israfı, dünya genelinde yaşanan ve acil olarak önlem alınması gereken bir problem olarak görülmektedir. (Türkiye Gıda İsrafını Önleme ve Bilinçlendirme Platformu, 2020).

İnsanların ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla gıda üretiminin yapılmasında kullanılan kaynaklar giderek azalmakta ve bu durum gıdaların sürdürülebilirliği açısından problemlere yol açmaktadır. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), Dünya üzerinde üretilen gıda ürünlerinin yaklaşık olarak üçte birinin çeşitli sebeplere bağlı olarak israf edildiğini ve israf edilen gıda ürünleri miktarının, 50'ye yakın ülkenin bulunduğu Sahraaltı Afrika bölgesinde üretilen gıda miktarına eşit olduğunu belirtmektedir. Yeryüzünde açlığa bağlı sebeplerle binlerce insanın hayatını kaybettiği günümüzde israf edilen gıdaların dörtte birinin kurtarılması durumunda milyonlarca insanın açlık sorunu giderilmesi mümkün görülmektedir (FAO,2013; Demirbaş, 2018, s. 521-522).

Gıda israfının azaltılması, hem sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi, hem toplumların ekonomik anlamda yaşadıkları kayıpların önüne geçilebilmesi hem de kullanılan kaynakların ve verilen emeklerin boşa gitmemesi için önemlidir.

Birçok sebebe bağlı olarak ortaya çıkan gıda israfının sonuçları da çok yönlü olmaktadır. Gıda ürünlerinin israf edilmesi bireysel, toplumsal ve küresel boyutlarda olumsuz durumlara neden olurken ekonomik, toplumsal ve çevresel birçok probleme yol açmaktadır.

Giderek artan dünya nüfusunun tüketim ihtiyacının karşılanabilmesi için üretim ve dağıtım faaliyetlerinin eşit ölçüde artması ve verimli olması gerekmektedir. Üretimin artmasına bağlı olarak toprağın verimliliği azalmakta, su ve enerji kaynakları daha fazla tüketilmekte ve çevreye zararlı gazlar daha fazla ortaya çıkmaktadır. Bunun için gıda üretimini artırmak yerine israfı ve gıda kayıplarını azaltmanın ne derece önemli olduğu görülmektedir. Gıda israfının

azalması, zararları önlediği gibi, tüketicilere, üreticilere ve işletmelere ekonomik anlamda getiri sağlamaktadır (Demirbaş 2018, s.522).

Tüketicilerin belirli bir süreç sonunda sunulan ürünleri, ücreti karşılığında aldıktan sonra israf etmesi, hem kendi ödediği ücretin boşa gitmesine hem de üretim aşamasından tüketim aşamasına ulaşıncaya kadarki emek, sermaye, zaman ve kullanılan kaynakların heba edilmesine yol açmaktadır. Küçük ölçekli yapılan israflar, kişiler için bir problem olarak görülmüyor olsa bile yapılan israflar toplu olarak ele alındığı zaman ekonomik olarak ülkeler için büyük miktarlarda kayıplara neden olmaktadır. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) tarafından yayınlanan rapora binaen dünya üzerinde üretilen gıdaların üçte biri israf edilmektedir. Bu israfın ekonomik maliyetinin ise dünyadaki enerji üretim maliyetinin yaklaşık olarak onda birine denk gelen 750 milyar dolar civarında olduğu belirtilmektedir. Tüm bunların yanında gıda atıklarının toplanması ve imha edilmesi aşamaları da kurum ve kuruluşlara mali anlamda yük olmaktadır (Dölekoğlu, Gün ve Giray, 2014, s.177).

Gıda israfının ekonomik ve çevresel etkileri direkt olarak tüm toplumu etkilediği gibi dolaylı olarak toplumlar üzerinde bir takım etkiler meydana getirmektedir. Kaynakların verimsiz şekilde kullanılması, tüm toplumu etkileyen sonuçlara neden olmaktadır. İsraf edilen ürünlerin üretiminde kullanılan kaynakların maliyeti fiyatları etkilemekte ve ürünlerin fiyatlarının artmasına neden olmaktadır. İsrafın neden olduğu çevresel sorunlar, su ve hava kirliliği gibi durumlar yine toplumu etkileyen bazı durumlar olarak gösterilebilir. İsrafa karşı yapılması gereken önemli durumlardan biri olan paylaşma davranışlarının azalması, toplumsal problemlerin de sebebi olabilmektedir. Paylaşmanın azaldığı günümüz toplumlarında israf artmakta, kişiler yiyeceklerini paylaşmak yerine çöpe atmayı tercih etmektedir.

Gıda israfının sonuçları yalnızca insanları değil çevreyi ve çevrede bulunan diğer canlıları ve ekolojik sistemi de olumsuz şekilde etkilemektedir. İsrafa bağlı olarak fazla üretim yapılması, çevreye salınan sera gazı miktarının artmasına, kaynakların kirlenmesine ve verimsiz kullanılmasına neden olmaktadır. Kaynakların verimsiz şekilde kullanılmasının ise doğada olumsuz sonuçlara neden olduğu belirtilmektedir. Gıda üretiminde kullanılan su kaynaklarının miktarının büyüklüğü ve su kaynaklarının kısıtlı olduğu durumu düşünüldüğünde yapılan gıda israfı aynı zamanda su israfına da neden olmaktadır (İlyasov, 2017, s.44-47).

Yapılan araştırmalarda, Amerika’da içme suyu kaynaklarının dörtte birine yakın bir oranın gıda atıklarına bağlı sebeplerle kirlendiği, İngiltere’de ise içme suyunun yüzde 6’sına yakın bir miktarın gıda israfı nedeniyle boşa harcandığı ifade edilmektedir (FAO, 2013; Dölekoğlu, Gün ve Giray, 2014, s.177).

2.4.1. Turizm İşletmelerinde Gıda İsrafını Önleme ve Azaltmanın Önemi

Turizm işletmelerinde sürdürülebilirlik ve kar oranlarının artırılması için maliyetlerin azaltılması önem taşımaktadır. Bu nedenle gıda ürünlerine gereksiz yere harcanan para, işletmelere ek bir maliyet getirmektedir. Aynı şekilde gıda israfının getirdiği ekonomik zararlar işletmeler için büyük bir problem olarak görülmektedir. Turizm işletmelerinde israfın miktarı ciddi boyutlarda olduğundan israfın zararları da yüksek düzeyde olmaktadır (Özdoğan, 2010, s.256).

Turizm işletmelerinde müşteriden ya da işletmeden kaynaklı bir nedene bağlı olarak israf edilen gıda ürünleri ile birlikte üretim sürecinde kullanılan kaynaklar da israf edilmektedir. Turizm işletmelerinde servis ve sunum çok önemli olduğundan gıda ürünleri, uzun bir süreçten geçtikten sonra tüketicilere sunulmaktadır. Tüketicilerin yiyecekleri fazla alması ya da beğenmemesi gibi nedenlerle ürünlerin israf edilmesi, maddi kaybın yanında zaman, emek ve enerji israfına da neden olmaktadır. Bunların yanında işletmelerde oluşan yüksek miktarda gıda israfı, çevresel olarak da büyük sorunlara yol açmaktadır (Uzgören, 2006, s. 97-98).

İsrafa karşı duyarlı ve çevre dostu olarak görülen işletmeler, bilinçli ve duyarlı tüketiciler tarafından daha fazla tercih edilmektedir. Benzer şekilde israfı önlemenin bir başka yolu olan geri dönüşüm çalışmaları, turizm işletmelerinde müşterilerin katılımı ile birlikte yürümektedir. Turizm işletmelerinde israfın azaltılması ve sürdürülebilirliğin sağlanmasına katkı sunan uygulamalar, her anlamda olumlu sonuçlar sağlamaktadır. Yiyeceklerin hazırlanması esnasında gıdaların soyulması, doğranması gibi işlemlere ve kullanılacak malzemelerin uygun miktarlarda hazırlanmasına dikkat edilmesi sonucunda işletmelerin mutfak bölümlerinde önemli ölçüde tasarruf sağlamak mümkün olmaktadır. Yiyeceklerin hazırlanması esnasında fırın ve ocak kullanımına dikkat edilerek gıdaların uygun şekilde pişirilmesi de israfı azaltmaktadır. Tüm bu aşamalardan sonra tüketicilere yiyeceklerin uygun ölçülerde sunulması, kullanılmayan gıdaların sonra kullanılmak üzere uygun bir şekilde depolanması veya farklı kullanımlarla değerlendirilmesi, kalan yiyeceklerin personele verilmesi, ihtiyaç sahiplerine ya da hayvanlara verilmek üzere ilgili kuruluşlara verilmesi israfın azaltılması ve önlenmesi açısından önemli çalışmalar olarak görülmektedir (Altınel, 2011, s.175-176; İlyasov, 2017, s.74-75).

2.5 KONUYA İLİŞKİN ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Gıda israfına ilişkin çok fazla akademik çalışma bulunmamasına karşın gıda israfı ve genel israfın azaltılması için kişiler, kurum ve kuruluşlar tarafından yapılan çalışmalar ve kampanyalar bulunmaktadır. Akademik çalışmalardan bazılarına aşağıda yer verilmiştir.

2.5.1 Ekmek İsrafına İlişkin Çalışmalar

Onurlubaş ve Altunışık (2019) yaptıkları çalışmada Bursa’da 384 kişiye anket uygulamış ve çalışma sonucunda katılımcıların büyük oranda ekmekleri yemek ve tatlı yapımında değerlendirdiği sonucuna ulaşmıştır. Bazı katılımcıların kalan ekmekleri dondurdukları, bazılarının ise hayvanların beslenmesinde kullanılması yoluyla değerlendirdiği belirlenmiştir. Bunların yanında ekmekleri çöpe atıp israf edenlerin oranı ise yüzde 11,1 olarak belirlenmiştir. Elde edilen israf oranı yüksek olarak değerlendirilmiş ve önlenmesi için çalışmalar yapılması gerektiği ifade edilmiştir.

Taşcı vd. (2017) Ankara ilinde Tüketicilerin ekmek kullanım tercihlerinin belirlenmesi amacıyla yaptıkları çalışmada yine 384 kişi ile görüşmüş ve sonuç olarak kişi başına düşen ortalama ekmek tüketiminin 350 gr yani 1,4 ekmek olduğunu belirlemiştir. Katılımcıların çoğunun ihtiyaçlarından daha fazla ekmek aldıkları ve alınan ekmeklerin aynı gün içerisinde tüketilemediği ve bunun sonucunda israfa neden olan durumların ortaya çıktığı sonucuna ulaşılmıştır

Mete (2017) yayımladığı çalışmada ekmek israfını önlemek için eğitimin ve farkındalık oluşturulmasının önemli olduğuna değinmiştir. Ekmek tüketiminin bilinçli ve planlı bir şekilde yapılmasının arz ve taleplerin dengelenmesini sağlayacağı ve israfı azaltacağı ifade edilmiştir. Ekmeklerin ihtiyaca uygun olarak alınması, ekmek porsiyonlarının küçültülmesi ve toplu tüketim yerlerinde küçük porsiyonların yanında ambalajlı ekmeklerin kullanılması israfın azalmasına olumlu sonuçlar sağlayan durumlar olarak ifade edilmiştir. Bunun yanında ekmeklerin uygun şekillerde muhafaza edilmesi, dilimlenerek servis edilmesi ve eski ekmeklerin daha önce tüketilmesi gibi kişisel tutumların israfı azaltmada etkili olduğu söylenmiştir.

Çağrı (2016) Toprak Mahsulleri Ofisi tarafından 2008, 2012 ve 2013 yıllarında yapılan ekmek israfına ilişkin çalışmaları karşılaştırarak yapılması gerekenleri ve israfın boyutlarını değerlendirmiştir. Yapılan değerlendirmede ekmek tüketim oranı azalmasına rağmen ekmek israf oranının arttığı ve gelir düzeyi arttıkça israf oranının arttığı ifade edilmiştir. İsrafın yol açtığı olumsuz sonuçlara değinilerek israfın azaltılmasına ilişkin önerilerde bulunulmuştur.

Ertürk vd. (2015) Isparta’da yaptıkları çalışmada 384 aile ile görüşmüş ve katılımcıların yüzde 13,61’i aldıkları ekmekleri aynı gün içerisinde tüketemediklerini belirtmişlerdir. Tüketilemeyen ekmekleri insan gıdası olarak değerlendirenlerin oranı yüzde 87,8 olarak belirlenirken sokak hayvanlarına verenler yüzde 76,3, hayvan besleyenlere verenler yüzde 54,4, kendi hayvanlarına verenler ise yüzde 27,2 olarak belirlenmiştir. Ekmeği çöpe attığını söyleyen katılımcı oranı ise yüzde 8,9 olarak belirlenmiş ve tüketicileri için bilinçlendirme çalışmalarının yapılması gerektiği söylenmiştir.

Dölekoğlu vd. (2014) ekmek israfına ilişkin Adana, Antalya ve Mersin’de yapmış oldukları çalışmada her ilden 384 kişi olmak üzere toplamda 1152 kişi ile görüşmüştür. Katılımcıların yüzde 10,9’unun ihtiyaçları ölçüsünde ekmek aldıkları ve ekmek israfı yapmadıkları belirtmiştir. Ekmeklerin yüzde 30,1’i hayvanların beslenmesinde kullanılmakta iken yüzde 8,1’inin çöpe atıldığı belirlenmiştir. Tüketilemeyen ekmeğin yüzde 40,8’i katılımcılar tarafından yemek ve tatlı yaparak değerlendirilirken kişi başı günlük ortalama 2 dilim ekmeğin çöpe atıldığı ifade edilmiştir.

İnan (2013) Karaman’da yapmış olduğu çalışmada ise 327 katılımcıya anket uygulamıştır. Katılımcıların yüzde 33’ü tüketemedikleri ekmekleri sonrasında değerlendirdiklerini ifade ederken, yüzde 54’ü hayvanların beslenmesi için verdiklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların yüzde 13’ünün ise ekmekleri çöpe attığı sonucuna ulaşılmıştır.

Aydın ve Yıldız (2011) Sivas’ta 400 katılımcıya uyguladıkları anket sonucunda katılımcıların yüzde 44’ünün ekmek israfı yaptığı sonucuna ulaşmıştır. Genç yaştaki katılımcıların daha fazla israf ettiği sonucu görülmüş ve bu durum genç yaştaki bireylerin israf konusunda bilinçlendirmeye ihtiyaç duydukları şeklinde yorumlanmıştır. Evdeki kişi sayısının israf üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir Kişi sayısı arttıkça israfın azaldığı, kişi sayısı azaldıkça israfın arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Toprak Mahsulleri Ofisi (TMO) tarafından 2008, 2012 ve 2013 yıllarında ekmek tüketimi ve israfına ilişkin tutumların belirlenmesi amacıyla yapılan çalışmalar raporlaştırılmıştır. Çalışmalar sonucunda 2008 yılında 330 gr olan ortalama kişi başı ekmek tüketimi 2012 yılında 319 gr olarak belirlenmiştir. Buna karşın israf oranları ortalama kişi başı 17,4 gr iken 19,9 gr seviyesine yükselmiştir. Üretilen her 10 ekmekten 1 tanesinin israf edildiği, günlük yaklaşık olarak 6 milyon, yıllık ise yaklaşık olarak 2 milyar adet ekmeğin israf edildiği belirtilmiştir. Evlerde, kurum ve kuruluşların yemekhaneleri gibi toplu yemek yerlerinde ekmeğin ihtiyaçtan fazla alınması ve sonrasında fazla kalan ekmeğin değerlendirilmemesine bağlı olarak israf miktarının fazla olduğu ifade edilmiştir. Ekmek israfının azaltılmasına yönelik farkındalık oluşturulması gerektiği belirtilmiştir.

2.5.2. Gıda İsrafına İlişkin Çalışmalar

Daysal'ın (2019) İzmir'de tüketicilerin israfa ilişkin tutumlarının belirlenmesi amacıyla 150 kişi ile yaptığı çalışmada katılımcıların yüzde 4,7'si gıda israfı yaptıklarını ifade ederken yüzde 63,3'ü ise bazen gıda israfı yaptıklarını belirtmiştir. En fazla pişmiş yemeklerin, sonrasında ise ekmek ve unlu mamullerin israf edildiği belirlenmiştir. Katılımcıların yüzde 81'i tüketilecek miktarda satın alınan gıda israfının azaltılmasında önemli olduğunu ifade etmiştir.

Ündevli vd. (2019) yaptıkları çalışmada Aydın ilinde 150 tüketici ile görüşmüş ve katılımcıların yüksek oranda gıda israfı yaptığı sonucuna ulaşmıştır. En fazla israfın süt ve süt ürünlerinde sonrasında ise meyve-sebze ve tahıl ürünlerinde yapıldığı belirlenmiştir. En az israfın et ürünlerinde yapıldığının belirlendiği çalışmada katılımcıların yüzde 56'sının kalan gıda ürünleri ile hayvan beslediği belirtilirken, yüzde 36,66'sının ise kalan gıda ürünlerini çöpe attıkları ifade edilmiştir. Kalan gıda ürünlerinin kompost olarak değerlendiren katılımcıların oranı ise yüzde 7,33 olarak belirlenmiştir. Gıda ürünlerinin israf edilme nedenleri olarak, tüketim tarihlerinin geçmiş olması, ürünlerin bozulması, küflenmesi, ürünlerin koku ve tatlarının değişmesi olarak belirtilmiştir.

Özdal (2019) gıda israfının önlenmesine yönelik yapmış olduğu çalışmada 621 kişiye uygulanan anket sonuçlarını değerlendirmiştir. Gıda israfına neden olan durumlardan biri olarak zamanında tüketilemeyen gıdaların atılmasının önüne geçmek amacı ile bir uygulama tasarlamıştır. Kullanıcıların kullanım tarihi az kalan ve tüketemedikleri tüketilebilir durumdaki gıda ürünlerinin uygulama aracılığı ile ihtiyacı olan tüketicilere ulaştırılarak israf edilmesinin önüne geçilmesi amaçlanmıştır.

Demirbaş (2018) yayımladığı bir çalışmada gıda israfının birçok olumsuz sonuca yol açtığını belirtmiş ve önlenmesi adına yapılmış olan bazı çalışmalara değinmiştir. Gıda israfının azaltılması ve açlıkla mücadele kapsamında bölgesel ve küresel olarak çalışmaların yapılmasının gerektiğini belirtmiştir.

Dölekoğlu ve Var (2016) yayımladıkları çalışmada Çukurova Üniversitesi yemekhanesinde 3 ayrı tarihte toplamda 54,987 kişinin tabakta bıraktığı yemek miktarlarının ölçümü sonucunda elde edilen bilgilere yer vermiştir. İlk ölçümden sonra israfa ilişkin uyarıcıların kullanıldığı belirtilerek 2. Ölçüm sonrasında ise uyarıcılar kaldırılarak 3. Ölçüm yapılmıştır. Ölçümler sonucunda en fazla israfın öğrenciler tarafından yapıldığı, uyarıcıların akademik ve idari personel üzerinde olumlu etkileri olduğu gözlemlenirken öğrencilerin israf ettikleri miktarda bir azalma görülmemiştir. İsrafın çeşitli nedenlere bağlı olarak gerçekleşebileceği ifade edilmiş olup yapılan çalışmalar sonunda ekmek israfının yüzde 83,5

oranında azaldığı ve öğle vakti kalan yemeklerin ikinci öğretim esnasında öğrenci ve personele verilerek israf edilmesinin önlenmesinin sağlandığı belirtilmiştir.

Güngör ve Erinci (2016) tarafından yayımlanan çalışmada Üniversitelerin yemek tüketim miktarlarının belirlenmesine dayanan bir yapay sinir ağı projesi ile 2015 yılı boyunca gözlemlenen üretim ve tüketim miktarları değişkenler de göz önüne alınarak hesaplanmış ve ileriye dönük yüzde yüze yakın oranda doğru tahminler yapılmıştır. Bu ve benzeri uygulamaların kullanılması ile kurum ve kuruluşların yemekhaneleri gibi toplu yemek yenen yerlerde günlük tüketimin bilinmesi ile fazladan üretimin önüne geçilmesinin ve bu neden bağlı oluşan gıda israfının azaltılmasının mümkün olabileceği değerlendirilmiştir.

Aksoy ve Solunoğlu (2015) tarafından yayımlanan çalışmada dünyadaki sınırlı kaynakların sınırsız şekilde tüketilmesi durumuna karşı çıkan oluşumlardan olan freeganizm akımına değinilmiştir. Gıda ürünleri israfının sonuçlarının tüm insanlar üzerinde olumsuz etkilere neden olan sonuçlar doğuracağı belirtilmiş ve açlık sorunu yaşayan binlerce insan varken tüketilebilir durumdaki tonlarca gıdanın çöpe atıldığı ifade edilmiştir. Freegan Food akımında bulunan insanlar kullanılabilir durumdaki gıdaları ve ürünleri tekrardan kullanarak kıt kaynakların korunmasına katkı sunmayı amaçlamaktadır. Giderek artan israfa karşı toplumda farkındalık oluşturulması açısından bu tür faaliyetlerin olumlu görüldüğü belirtilmiştir.

Oral (2015) gıda kayıpları ve israfının anlaşılması, sebeplerinin ve çözüm önerilerinin ortaya konulması amacıyla yayımladığı çalışmada gıda israfına neden olan durumları analiz etmiş ve israfın önlenmesine yönelik dünyada ve Türkiye’de uygulanan örnek çözümlere yer vermiştir. Gıda ürünlerinin israf edilmesine neden olan durumların belirlenmesi gerektiği ve duruma özel çözüm uygulamalarının devreye alınması gerektiğini ifade etmiştir.

Dölekoğlu vd. (2014) tarafından yapılan bir çalışmada, dünya genelinde yapılmış olan önceki araştırmalar sonucunda israfın tehlikeli boyutlarda olduğu ve giderek artacağı durumuna işaret edilmiştir. Gıda üretim ve tüketim zincirinde bulunan kişilerin israfın azaltılmasına yönelik katkı sunması gerektiği belirtilmiş ve israfın azaltılması için tüm bireylerin dâhil edildiği faaliyetlerin yapılması gerektiği söylenmiştir. Kişilerin israf konusunda bilinçlendirilmesinin israfın azalmasına katkı sağlayacağı belirtilmiştir.

Pekcan vd. (2006) Ankara’da 500 hanede bulunan 1736 kişi ile yapmış olduğu çalışma sonucunda en fazla gıda israfının, ürünlerin alınması ve hazırlanması aşamasında yaşandığı, servis aşamasında ise meyve ve sebzelerin daha fazla israf edildiği, en fazla israf edilen gıda ürününün ise ekmek olduğu sonuçlarına ulaşmıştır. İhtiyaç fazlası alınan gıda ürünlerinin israf miktarını artırdığı ifade edilmiştir.

2.5.3. Turizm İşletmelerindeki Gıda İsrafına İlişkin Çalışmalar

Erik (2019) yayımladığı çalışmada restoran işletmelerindeki fazla yemeğin değerlendirilmesi ve gıda israfının azaltılması amacıyla yapılan Luse adlı uygulamadan söz etmiştir. Restoranlar ve yemek hizmeti veren yerlerde gün içerisinde tüketilebilecek durumdaki ürünler uygulama aracılığı ile kullanıcılara sunularak daha uygun fiyata verilmektedir. Hem kalan yiyeceklerin çöpe atılması ve israf edilmesi engellenmiş olmakta hem de kullanıcıların ürünlere daha uygun fiyata sahip olması sağlanmaktadır. Teknolojinin yardımıyla bu tür uygulamalar kullanılarak israfı önleyici çalışmaların yapılabileceği belirtilmektedir.

Kurt (2019) yapmış olduğu çalışmada Eskişehir ilinde yeme içme sektöründe çalışan personelin gıda israfına ilişkin tutumlarını incelemiştir. 123 katılımcı ile yapılan çalışma sonucunda aşçıların gıda israfına neden olan durumlardan gıda güvenliği konusunda bilgi düzeylerinin yetersiz olduğu, israfın önemli bir sorun olarak görülmesine karşın istenmeden olsa bile gıda ürünlerinin israf edildiği ve atıkların değerlendirilmesi adına herhangi bir çalışma yapılmadığı sonucuna varılmıştır. Gıda israfının nedenleri olarak yüzde 41,5 oranında ihtiyaçtan fazla üretim yapılması, yüzde 34,1 oranında artan gıda ürünlerinin değerlendirilmemesi, yüzde 17,1 oranında ise gıda ürünlerinin uygun durumlarda muhafaza edilmemesi sonucu elde edilmiştir.

Yıldırım (2019) tarafından yayımlanan çalışmada 2017 yılında 953 otel çalışanına uygulanan anketlerden uygun olan 705 tanesinin analiz edilmesi sonucunda israfa ilişkin verilecek eğitimler ile çalışanların israf konusunda daha duyarlı olacakları belirtilmiştir. Gıda israfına neden olan durumların turizm işletmeleri tarafından belirlenmesi ve duruma göre önlemlerin alınması gerektiği ifade edilmiştir. Ekmek israfının azaltılması için farklı porsiyonlarda ve dilimler halinde ekmek sunulmasının faydalı olacağı düşünülmektedir. Fazla kalan tüketilebilir durumdaki yiyeceklerin personel yemekhanesinde, şişelerde bulunan temiz içme sularının ise çay ve kahve yapımında kullanılmak üzere değerlendirilebileceği belirtilmiş ve küçük yaştan itibaren okullarda israfa ilişkin eğitim verilmesi gibi önerilere yer verilmiştir.

Şahin ve Bekar (2018) yaptıkları çalışmada farklı illerde bulunan toplam 24 otel işletmesi ile görüşmüş ve sonuç olarak işletmelerin aylık gıda israfı miktarını 180 ton olarak belirlemiştir. İsrafı edilen toplam ürünler içinde gıda ürünlerinin yüzde 70 oranında olduğu ve bir müşterinin günlük ortalama 500 gr gıda ürünü israf ettiği ifade edilmiştir. Mutfakta hazırlık aşamasında yaşanan kayıpların, fazla hazırlanan yiyeceklerin ve servis aşamasında alınıp tabakta kalan fazla yiyeceklerin en fazla israfın görüldüğü durumlar olduğu belirtilmiştir.

İlyasov (2017) yayımladığı çalışmada Alanya ilçesinde bulunan 6 otel işletmesindeki 323 katılımcı ile görüşmüştür. Yapılan çalışma sonucunda katılımcılar, en fazla olarak ekmek

ürünlerinin, sonrasında ise tatlıların israf edildiğini ifade etmişlerdir. Ekmeğin dilimlenmeden fazla miktarda alınması ve tatlıların da yine fazla miktarda alınması israfın en büyük nedeni olarak belirlenmiştir. Yerli turistlerin yemek almaya tatlılardan başlaması ve tatlı tabağı yerine daha büyük olan servis tabağını tercih ettiği ve fazla miktarda alınan tatlıların israf edildiği gözlemlenmiştir. Katılımcıların yüzde 66'sı açık büfe sisteminin israfa neden olduğunu düşündüklerini, yüzde 52'si ise yeme içme hizmetleri ücretsiz olduğundan maksimum seviyede kullanma isteğinde olduğunu belirtmiştir. Turizm işletmelerinde gıda israfının azaltılmasına yönelik yapılabilecek önerilere yer verilen çalışmada alınacak önlemlerle ve yapılacak bazı uygulamalar ile turizm işletmelerinde israfın azaltılmasının mümkün olduğu ifade edilmiştir.

Erinci (2016) otellerde kalan yemek miktarının azaltılmasına yönelik yapmış olduğu çalışmada yapay sinir ağları ile öğünlerde tüketilecek yiyecek miktarlarının tahmin edilmesi ile fazla miktarda hazırlanmasının ve sonrasında israf edilmesinin önüne geçilmesi amaçlamıştır. Yapılan araştırmalar ve gözlemler sonunda her öğündeki tüketim miktarına etki eden değişkenlerin olduğu belirlenmiş ve yapay sinir ağları yardımıyla her öğün için tüketilecek miktarın belirlenmesinin mümkün olduğu ifade edilmiştir. İhtiyaç fazlası üretim ve tüketim engellenerek israfın oluşmasının önüne geçilmesi önerilmektedir.

Gıda israfına ilişkin yukarıda bazı örnekleri verilen çalışmaların dışında, 2018 ve 2019 yıllarında Ticaret Bakanlığı tarafından yayımlanan Türkiye İsfraf Raporu, Türkiye İsfrafı Önleme Vakfı (TİSVA) tarafından yayımlanan Sayılarla İsfraf Raporu ve Türkiye Gıda İsfrafını Önleme ve Bilinçlendirme Platformu tarafından yayımlanan raporlar, Türkiye'deki israf miktarlarını gösteren ve önlenmesi için yapılması gerekenlerin yer aldığı önemli çalışmalardandır. Uluslararası olarak ise Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) tarafından yayımlanan Gıda İsfraf Raporları, Gıda Güvenliği ve Beslenme Uzmanları Paneli (HLPE) sonuçlarının açıklandığı raporlar, Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından yayımlanan raporlar, israfa ilişkin sonuçların ve önlemlerin yer aldığı önemli çalışmalardandır.

Gıda israfına ilişkin, Marzuki (2012), Lipinski vd. (2013), Battour vd. (2014), Eriksoon (2015), Mourad (2016), Hoem (2017) , Michelini vd. (2018), Filimonau ve Coteau (2019) tarafından yayımlanan çalışmalar, gıda israfı ile ilgili olarak sebeplerin, sonuçların ve önerilerin yer aldığı akademik çalışmalara örnek olarak verilebilir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Üretilen mal ve hizmetlerin fayda sağlamayacak şekilde tüketilmesi israf olarak tanımlanmaktadır. Gıda israfı ise tüketim amaçlı üretilen gıda ürünlerinin çeşitli sebeplere bağlı olarak tüketilmeden heba edilmesi durumu olarak ifade edilmektedir. Gıda israfı kişisel, toplumsal ve küresel anlamda sorunlara yol açmakta ve giderek büyüyen bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır.

Gıda israfı, günümüz ve gelecek toplumları için küresel boyutta önemli problemlerden biri olarak görülmekte ve israfın azaltılması, ülkelerin gıda ürünlerinin güvence altına alınabilmesi için öncelikli konular arasında yer almaktadır. Dünya nüfusunun artması, beraberinde uygun ve yeterli gıda bulamama gibi problemleri ortaya çıkaracaktır. Bu nedenle gıdanın sürdürülebilirliği açısından kaynakların etkin ve verimli kullanılması ile gıda israfının önlenmesi önemli görülmektedir (Demirbaş, 2018, s.521).

Tüketimin bilinçsiz bir şekilde yapılması, kaynakların hızla tükenmesine ve telafisi kolay olmayan sonuçlara neden olmaktadır. Hem oluşabilecek sorunların önlenmesi hem de kaynakların korunması adına israfın önlenmesi gerekli görülmektedir. İsraf toplumsal düzenin birçok yönden olumsuz şekilde etkilenmesine neden olmaktadır. Küresel ısınmaya bağlı olarak yaşanan iklim değişiklikleri, gıda ürünlerinin sürdürülebilirliğine dair problemler ve açlıkla mücadele gibi durumlara bağlı olarak dünyanın farklı yerlerinde farklı faaliyetler düzenlenmektedir. İsrafın azaltılması ve fazla gıdaların ihtiyacı olanlara ulaştırılması için yapılan çalışmalar dünya çapında giderek yaygınlaşmaya başlamaktadır. Dünya üzerinde israf edilen gıda miktarının, açlık problemi yaşayan insanların ihtiyaç duyduğu gıda miktarından çok daha fazla olduğu tahmin edilmektedir.

Dünya üzerinde tüketim amaçlı üretilen gıdaların yüzde 30 oranında israf edildiği belirtilmektedir. Gıda ve Tarım Örgütüne göre kişi başı ortalama yıllık 190 kg gıda israfı yapılmaktadır. İnsanlar sonuçlarını kısa zamanda görmedikleri davranışları çok dikkate almamaktadır. Bu nedenle küçük miktarlarda yapılan gıda israfları pek önemsenmemektedir. Ancak yapılan israflar toplu olarak düşünüldüğü zaman yapılan israf miktarının büyüklüğü ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle gıda israfı, küresel boyutta bir problem olarak görülmeli, israfın nedenlerinin belirlenmesi ve önlenmesi için çalışmaların yapılması gerektiği düşünülmektedir. Bu tez çalışması da bu yönde bir sorunsal tartışmakta ve öneriler sunmaya çalışmaktadır.

3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırma, turizm eğitimi almakta olan öğrencilerin gıda tüketimi ve gıda israfına ilişkin algı ve tutumlarının belirlenmesi amacıyla yapılmıştır. Ülkemizde, turizm işletmelerinin çoğunlukta olduğu bölgelerde gıda israfı miktarının daha fazla olmasından hareketle turizm öğrencilerinin gıda israfına ilişkin farkındalık düzeylerinin, algı ve tutumlarının belirlenmesi önemli görülmüştür. Turizm öğrencilerinin, potansiyel turizm işletmesi çalışanı olmaları, turizm işletmelerinde staj gibi nedenlerle bulunmaları ve her birinin birer turist adayı olmaları da göz önüne alınarak gıda israfına ilişkin farkındalık kazanmalarının israfın azalmasında etkili olacağı düşünülmektedir.

Gıda israfının azaltılabilmesi için öncelikle israf konusunda farkındalık oluşturulması, israfın küresel bir problem olduğunun anlaşılması ve israfa karşı herkesin bir şeyler yapması gerektiğinin bilinmesi gerekmektedir. Kaynakların sınırlı olmasına rağmen tüketimin giderek artması ile birlikte israfın da artması büyük bir problem olarak ortaya çıkmaktadır. Turizm işletmeleri ve yeme içme hizmeti sunan yerlerde israfın boyutu daha fazla olduğundan bu alanlarda çalışan ve müşteri olarak bulunanların farkındalık düzeyi önemlidir.

Araştırmada, genel olarak gıda israfının önlenmesi, atıkların değerlendirilmesi ve turizm işletmelerindeki gıda israfı yönleri ele alınmış olup bu boyutlara ilişkin katılımcıların tutumlarının belirlenmesi ve farkındalık düzeylerinin artırılması amaçlanmıştır.

Öncelikle, katılımcıların yaş, cinsiyet ve eğitim durumu gibi demografik özellikleri ile gıda israfına yönelik tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi ile israfı ne şekilde tanımladıkları ve atıkları ne şekilde değerlendirdiklerine yönelik sonuçların elde edilmesi düşünülmüştür.

Anket sonucunda katılımcıların, öncelikle gıda israfı konusundaki algılarının belirlenmesi, sonrasında gıda israfına yönelik tutumlarının belirlenmesi ve en son olarak ise ikisi arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Son olarak katılımcıların turizm işletmelerindeki israfa yönelik algı ve tutumlarının belirlenmesi, turizm işletmelerinde çalışma durumları ile belirlenen algı ve tutumların ilişkisinin ortaya konulması da amaçlanmıştır.

Bu araştırma, Türkiye’de ve Dünyada giderek daha büyük bir problem haline gelen israfın ve gıda israfının nedenlerinin, sonuçlarının ve yapılabileceklerin ortaya konulması amacıyla, geniş bir literatür taraması yapılarak konuya yönelik yapılan çalışmalar ve uygulamalar incelenerek israf konusunun turizm işletmeleri, çalışanları ve öğrencileri açısından ele alındığı bir çalışma olarak hazırlanmıştır.

3.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Güncel problemlerin tespit edilmesi ve pratikte fayda sağlaması amacı ile yapılan uygulamalı araştırmalar tanımlayıcı araştırma olarak tanımlanmaktadır (Ural ve Kılıç, 2011, s.19). Gıda israfı, küresel boyutta sosyal, ekonomik ve çevresel sorunlara yol açan bir problem olarak görülmekte ve çözümüne yönelik çalışmalar yaygınlaşmaktadır.

Dünya üzerinde üretilen gıda ürünlerinin üçte biri oranında çöpe atıldığı, 1 milyar civarında insanın açlık problemi yaşadığı belirtilirken 1.4 milyar civarında insanın fazla kilo problemi yaşadığı ve yılda 2,8 milyon insanın fazla kilolara bağlı nedenlerle hayatını kaybettiği ifade edilmektedir (FAO, 2013, s.6).

Gıda israfı, bireysel, çevresel ve ekonomik sorunlara yol açmasının yanında kaynakların gereksiz kullanımı açısından geleceğe yönelik bir problem olarak görülmektedir. Gereken tedbirlerin alınması ve yapılacak uygulamalar ile gıdanın sürdürülebilirliğine katkı sağlamak mümkün görünmektedir. Kaynakların etkin ve verimli kullanılması adına gıda israfının önlenmesi önem arz etmektedir.

Gıda israfı problemi, dünya genelinde giderek daha da önemli bir konuma gelmekte ve israfın önlenmesine yönelik uygulamaların arttığı görülmektedir. Yapılan toplam israfın boyutu ve sonuçları kısa vadede fark edilmediğinden kişilerin konuya ilişkin farkındalık düzeyleri yeterli düzeyde olmamaktadır. İsrafı önleme ve azaltma çalışmalarından sonuç alınabilmesi için insanlarda ekonomik, sosyal, çevresel ve kültürel olarak farkındalık oluşturulması önemli bir durum olarak görülmektedir.

İnsanların hayatlarının herhangi alanında yaptıkları israf davranışları diğer alanları da etkilemektedir. İnsan faktörü hem üretim aşamasında hem de tüketim aşamasındaki en önemli faktör olarak yer almaktadır. Bu doğrultuda insanların farkındalık ve bilinç düzeylerinin artırılması ile israf gibi problemlerin çözülmesinin kolaylaşacağı düşünülmektedir.

Bu araştırma, turizm sektöründe personel ve müşteri olarak bulunabilecek kişilerin gıda tüketimi ve gıda israfı ile ilgili algı ve tutumlarının belirlenmesinin yanında katılımcılarda farkındalık oluşturulmasına katkı sağlamaktadır. Araştırmanın evreni olarak belirlenen turizm öğrencilerinin hem bireysel olarak yapılan israf durumuna hem de turizm işletmelerindeki israf durumuna yönelik algı ve tutumları belirlenmektedir. Gıda israfının turizm işletmelerinde ve evlerde yoğun olduğu düşünüldüğünde bu iki alanda birden bulunma durumu olan turizm öğrencilerinin konuya ilişkin algı ve tutumlarının belirlenmesi önem taşımaktadır. Araştırmada yer alan bilgilerin ve alan uygulaması sonucu elde edilen verilerin bu alanda yapılması düşünülen çalışmalara fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Gıda israfına ilişkin yapılmış olan literatür taraması sonucunda konuyla ilgili olarak yapılan çalışmaların az sayıda olduğu görülmüştür. Küresel boyutta bir problem olan gıda israfı ile ilgili olarak yapılan az sayıdaki çalışmadan biri olmasını, çalışmanın önemli bir yönü olarak ifade etmek mümkündür. Bu araştırma, hem literatür yönüyle hem de yapılacak uygulamalara sunacağı katkı bakımından önemli görülmektedir.

İsraf ile ilgili olarak literatürde bulunan kaynakların incelenmesi sonucunda birçok çalışmada israfın yalnızca belli açılardan ele alındığı görülmüştür. Bu çalışma israf ve tüketim konularının geniş açıdan incelenerek ele alındığı ve israfın farklı yönleriyle incelendiği bir çalışma olması bakımından da önemli olarak görülmektedir.

3.4. ARAŞTIRMANIN VARYASIMLARI

Turizm öğrencilerinin gıda tüketimi ve gıda israfı konusundaki algı ve tutumlarının ölçülmesi amacına uygun olarak araştırmanın evreni olarak turizm eğitimi almakta olan öğrenciler belirlenmiştir. Türkiye'nin her bölgesinden lise, ön lisans, lisans ve lisansüstü eğitim düzeylerindeki katılımcılara gıda tüketimi, gıda israfı, turizm işletmelerindeki gıda israfı ve israfın önlenmesine yönelik ölçek soruları yöneltilmiştir. Ölçek sorularının anlaşılabilirliğini belirlemek amacıyla yapılan pilot uygulamada soruların anlaşıldığı ve öğrenciler tarafından uygun cevapların verildiği görülmüştür. Türkiye'nin her bölgesinden ve farklı eğitim düzeylerinde turizm eğitimi almakta olan öğrencilerin ölçekte yer alan soruları özenli bir şekilde değerlendirdiği ve soruları özenli bir şekilde cevapladığı varsayılmıştır.

3.5. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Bu araştırmanın hazırlanması aşamasında yapılan literatür taraması esnasında gıda israfına ilişkin az sayıda çalışma olduğu görülmüştür. Bu az sayıdaki çalışmalardan imkânlar ölçüsünde erişilebilenlerden yararlanılmıştır. İsraf konusunun farklı yönleriyle ele alındığı birçok çalışmadan yine erişilebilenler incelenmiş ve çalışmanın kuramsal çerçevesinde kullanılmıştır.

Araştırmada uygulanan ölçek ile elde edilen veriler, çalışmanın evreni olan turizm öğrencilerinden örneklem olarak yer alan kişilerin sorulara verdiği cevaplar ölçüsünde geçerlidir. Farklı örneklem gruplarında bulguların değişiklik gösterme ihtimali mevcuttur. Bu doğrultuda araştırma sonunda elde edilen bulgular, araştırma kapsamında anket uygulanan katılımcıların algıları ve tutumları ile sınırlıdır.

Araştırmanın anket uygulanması aşamasında eğitim kurumları ve eğitim görevlilerinden kaynaklı nedenlere bağlı olarak turizm öğrencilerine anket uygulanması konusunda sınırlılıklar yaşanmıştır. Ulaşılan öğrencilerin bir kısmı çalışmaya katılmak istememiştir. Ayrıca özensiz doldurduğu düşünülen anketler değerlendirmeye alınmamıştır. Araştırma sonucu elde edilen bulgular, örneklem olarak yer alan katılımcıların anket uygulandığı zamandaki algı ve tutumları ile sınırlıdır.

3.6. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ

Araştırmanın evreni olarak turizm eğitimi almakta olan öğrenciler belirlenmiştir. Gıda İsrafını Önleme ve Bilinçlendirme Platformu öncülüğünde gıda israfının azaltılması amacıyla başlatılan Turuncu Bayrak uygulaması kapsamında yapılan araştırmalar sonucunda israfın en fazla turizm işletmelerinin yoğun olduğu bölgelerde yaşandığı belirtilmiştir. Turizm işletmelerinde ve turizm işletmelerinin bulunduğu bölgelerde gıda israfı miktarının daha fazla olmasından hareketle, potansiyel turizm işletmesi çalışanı olmaları, turizm işletmelerinde staj gibi nedenlerle bulunmaları ve her birinin birer turist adayı olmaları göz önüne alınarak turizm eğitimi alan öğrenciler çalışmanın evreni olarak belirlenmiştir.

Araştırma evrenini temsilen Türkiye'nin her bölgesinden farklı eğitim düzeylerinde turizm eğitimi alan öğrencilerden oluşan katılımcılar örneklem olarak alınmıştır.

Örneklem belirlenmesine ilişkin farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Evreni temsilen toplanabildiği kadar veri toplanması yaklaşımı, evrenin sayısı, standart sapması gibi değişkenler dikkate alınarak ve formüller kullanılarak hesaplanan örneklem sayısı yaklaşımı ve sihirli sayı olarak belirtilen 384 verinin minimum veri olarak toplanması yaklaşımı bunlardan bazıları olarak yer almaktadır (Doğan, 2017, s.44).

Bu yaklaşımlardan en fazla tercih edilenin, güvenilirlik ve anlamlılık düzeyleri hesaplanarak evrenin büyüklüğü ne kadar fazla olsa bile 384 örneklemin ideal olduğunu belirten yaklaşım olduğu gözlenmiş ve örneklem sayısı olarak 500 katılımcıya ulaşılması hedeflenmiştir. Belirlenen hedefe ulaşıldığında anketlerin değerlendirilmesi ve analizi aşamasına geçilmiştir. Hedeflenen doğrultuda anket uygulanan katılımcı sayısı 503 olmuştur. Yapılan inceleme ve değerlendirmeler sonucunda özensiz doldurulduğu belirlenen anketlerin değerlendirme dışı bırakılmasıyla örneklem sayısı 461 olarak oluşmuştur.

3.7. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu araştırmada ilk olarak israf, gıda israfı, tüketim ve gıda tüketimi konularında literatür taraması yapılmış, israf ve tüketim konularının farklı yönleriyle ele alındığı çalışmalar incelenmiş ve yapılan araştırmalar ile erişilen kaynaklardan yararlanılarak kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Oluşturulan içerik doğrultusunda çalışmanın evreni ve örnekleme belirlenerek alan araştırması aşamasına geçilmiştir. Alan araştırması aşamasında birincil veri toplama tekniklerinden anket ile veri toplama tekniğinden yararlanılmıştır.

Yapılan çalışmalardan yararlanılarak oluşturulan soru havuzundan ey uygun sorular seçilerek anket formu hazırlanmıştır. Alanında uzman kişilerle yapılan görüşmeler ve yapılan pilot uygulamaların turizm alanında görev yapan akademisyenler tarafından değerlendirilmesinin ardından anket formuna son şekli verilmiştir. Anket formunun geçerlik ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Anketin kullanılabilir olduğu belirlendikten sonra, örneklem olarak belirlenen katılımcıların demografik özellikleri ile gıda tüketimi ve gıda israfına yönelik algı ve tutumlarının ölçülmesi amacıyla soruların yer aldığı formlar kullanılarak anket uygulanmasına başlanmıştır. Toplanan anketlerden değerlendirme dışı bırakılanlar dışında geçerli kabul edilen ölçek formları ile elde edilmiş olan verilerin analiz edilmesinde SPSS istatistik programı kullanılmıştır. Analiz sonucunda elde edilmiş olan bulgular, tablolaştırılarak verilmiş ve ulaşılan sonuçlar yorumlanmıştır. Araştırmada istatistiki verilerden yararlanılmış ve değişkenler arasındaki ilişkinin sayılarla açıklanmasına dayanan nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ANALİZ VE BULGULAR

4.1. KATILIMCILARA YÖNELİK DEMOGRAFİK BULGULAR

Katılımcıların demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim derecesi, ikamet durumları ve turizm işletmelerinde çalışma deneyimleri) incelenmiş ve elde edilen bulgular Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tabloda belirtildiği üzere, özensiz doldurulan anketler değerlendirme dışı bırakıldıktan sonra verileri incelenen toplam katılımcı 461 kişidir.

Katılımcıların cinsiyet dağılımları incelendiğinde, % 61 oranında (n=281) kadın, % 39 oranında (n=180) erkek katılımcı olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda ankete katılım konusunda kadın öğrencilerin daha duyarlı olduğunu ifade etmek mümkündür.

Yaş gruplarına göre dağılım bilgileri incelendiğinde katılımcıların, % 55,5 oranında (n=256) 19-23 yaş aralığında, % 20,6 oranında (n=95) 13-18 yaş aralığında, % 16,3 oranında (n=75) 24-29 yaş aralığında, % 4,3 oranında (n=20) 30-35 yaş aralığında ve % 3,3 oranında (n=15) 36 ve üzeri yaş aralığında olduğu görülmektedir. Her eğitim derecesinden katılımcı olduğu göz önüne alındığında yaş gruplarının normal dağılım gösterdiği söylenebilir.

Eğitim derecelerine göre dağılım bilgileri incelendiğinde katılımcıların, % 33,4 oranında (n=154) ön lisans öğrencisi, % 28,9 oranında (n=133) lisans öğrencisi, % 23,9 oranında (n=110) lise öğrencisi ve % 13,9 oranında (n=64) lisansüstü öğrenci olduğu görülmektedir. Turizm alanında lisansüstü eğitim alan öğrenci sayısının az olması ve ulaşılabilirliklerinin daha zor olması göz önüne alındığında her bir eğitim derecesinde bulunan katılımcı sayısının yeterli düzeyde olduğu ifade edilebilir.

İkamet durumlarına göre dağılım bilgileri incelendiğinde katılımcıların, % 60,5 oranında (n=279) ailesi ile evde kaldığı, % 19,1 oranında (n=88) yurttta kaldığı, % 11,3 oranında (n=52) ve % 9,1 oranında (n=42) tek başına evde kaldığı sonucuna ulaşılmaktadır. Katılımcılar arasında lise öğrencilerinin olması ve her ilde üniversite olması gibi nedenler göz önüne alındığında ailesi ile evde kalanların oranı, öngörüldüğü üzere yüksek seviyede olmuştur.

Turizm işletmelerinde staj ya da çalışma deneyimleri olup olmadığına göre dağılım bilgileri incelendiğinde katılımcıların, % 67,5 oranında (n=311) çalışma deneyimi olduğu, %32,5 oranında (n=150) çalışma deneyimi olmadığı sonucu elde edilmektedir. Çalışma deneyimi olmadığını belirten katılımcılardan bazıları ile yapılan görüşmeler sonucunda katılımcıların birinci sınıf olmaları, henüz staj yapmamış olmaları ve çalışmak için üst sınıflara geçmeyi beklemeleri gibi nedenler ifade edilmiştir.

Tablo 2. Katılımcılara İlişkin Demografik Bulgular

CİNSİYET	Frekans	Yüzde (%)
Kadın	281	61,0
Erkek	180	39,0
Toplam	461	100,0
YAŞ	Frekans	Yüzde (%)
13-18	95	20,6
19-23	256	55,5
24-29	75	16,3
30-35	20	4,3
36+	15	3,3
Toplam	461	100,0
EĞİTİM DERECEŚİ	Frekans	Yüzde (%)
Lise	110	23,9
Ön Lisans	154	33,4
Lisans	133	28,9
Lisansüstü	64	13,9
Toplam	461	100,0
İKAMET DURUMU	Frekans	Yüzde (%)
Ailemle Evde Kalıyorum	279	60,5
Arkadaşlarımla Evde Kalıyorum	52	11,3
Tek Başıma Evde Kalıyorum	42	9,1
Yurtta Kalıyorum	88	19,1
Toplam	461	100,0
ÇALIŞMA DURUMU	Frekans	Yüzde (%)
Evet	311	67,5
Hayır	150	32,5
Toplam	461	100,0

4.2. FAKTÖR ANALİZİ

Faktör analizleri, aralarında ilişki bulunan ve sayıca fazla olan değişkenlerin; daha az sayıda, anlamlı ve birbirlerinden bağımsız olan faktörler şekline gelmesini sağlayan istatistiksel analiz tekniklerindendir (Kalaycı, 2014: 321). Fazla sayıda maddelerden oluşan ölçeklerin alt bölümlere ayrılması ve sınıflandırılması olarak ifade edilmektedir (Akbulut 2010: 84).

Faktör analizleri sonucu ortaya çıkan faktörler konu ile ilgili farklı boyutları ifade etmektedir. Belirlenen konunun ölçülmesi amacıyla hazırlanmış olan ölçeğin yapısal olarak geçerliliğine ilişkin bilgilere faktör analizi ile ulaşmak mümkündür (Ural ve Kılıç, 2006: 281).

Faktör analizleri, doğrulayıcı faktör analizi ve açıklayıcı faktör analizi olmak üzere iki farklı şekildedir. Doğrulayıcı analizlerde önceden belirlenen kuramsal yapıya ilişkin doğrulama analizleri yapılmaktadır (Alpar, 2017: 247). Bu çalışmada uygulanan açıklayıcı faktör analizinde ise veriler doğrultusunda faktör yapısı belirlenmesi analizleri yapılmaktadır.

Değişkenler arasında bulunan korelasyonların derecelendirilmesinde ve faktör analizine uygun olup olmadığının belirlenmesinde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi kullanılmaktadır. KMO testi sonucunda ortaya çıkan değer 0 ile 1 arasında yer almaktadır. KMO değerinin 0,60 değerinin üzerinde olması yeterli görülmekle birlikte KMO değerinin 0,80 değerinin üzerinde olması iyi bir analiz elde edileceğini göstermektedir (Alpar, 2017: 267-268). KMO değerinin 0,50' den küçük olması durumunda değişkenlerin faktör analizine uygun olmadığı, 0,50 - 0,60 arasındaki değerlerin örneklem yetersizliğine bağlı olarak kötü olduğu ifade edilmektedir. 0,60-0,70 arası değerlerin orta düzey, 0,70-0,80 arası değerlerin iyi olduğu belirtilirken 0,80 üstü değerlerin mükemmel seviye olduğu ifade edilmektedir (Durmuş vd., 2011: 80).

Bartlett Küresellik Testi (Bartlett's Test of Sphericity) değişkenler arasındaki ilişki düzeyinin yeterliliğine ilişkin bilgiler vermektedir. Bartlett Küresellik testi sonucu elde edilen ve p ile ifade edilen değer 0,05 anlamlılık derecesinden küçük olması durumunda faktör analizi için değişkenler arasındaki ilişki düzeyinin yeterli olduğu sonucu elde edilmektedir (Sipahi vd. 2006: 79).

Tablo 3. Ölçeğe Yönelik KMO ve Bartlett's Küresellik Testi Analizi

KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) ve Bartlett's Küresellik Testi Sonuçları		
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği Ölçütü		0,881
Bartlett's Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare Değeri	2384,592
	Serbestlik Derecesi	153
	Anlamlılık	0,000

Tablo 4. Ölçeğe Yönelik Faktör Analizi

Faktör Analizi Sonuçları	Faktörler				
	İhtiyaç	İsrafı Azaltma	Fazla Gıda	Turizm İşletmeleri	Atık Değerlendirme
19-Gıdaların ihtiyaç ölçüsünde, tüketilebilecek miktarda satın alınmasının önemli olduğunu düşünürüm	0,782				
20-Tüketeceğimiz miktarda yemek pişirilmesi gerektiğini düşünürüm	0,745				
17-Gıda tüketimi esnasında insanların ihtiyaçları doğrultusunda hareket etmesi gerektiğini düşünürüm	0,700				
18-Gıda alışverişine çıkmadan önce alışveriş listesi hazırlanması gerektiğini düşünürüm	0,621				
14-Turizm işletmelerinde ekmeklerin küçültülmesinin israfı azaltacağını düşünüyorum.		0,776			
15-Turizm İşletmelerinde yemek porsiyonlarının küçük orta büyük şeklinde sınıflandırılmasının tabaklarda kalan yemek artığı miktarını ve gıda israfını azaltacağını düşünüyorum		0,754			
22-Turizm İşletmeleri ve marketlerden alınan gıda ürünlerinin ihtiyaç sahipleri, yurtlar ya da Darülaceze gibi kurumlara ulaşmasını sağlayacak Gıda Bankası kurulmasının iyi olacağını düşünüyorum		0,569			
16-Gıda israfına ilişkin tüketicilere eğitim verilmesinin israfın azalması konusunda faydalı olacağını düşünüyorum		0,561			
25-Gıdaların kalan bölümünün yemek yapımında değerlendirilebileceğini düşünürüm			0,775		
24-Fazla gıdaların dondurucuya kaldırılması gerektiğini düşünürüm			0,730		
23-Artan yemeklerin ertesi gün de yenebileceğini düşünürüm.			0,724		
12-Turizm işletmelerinde uygulanan 'Açık Büfe' sisteminin israfa neden olduğunu düşünüyorum				0,772	
9-Turizm işletmelerinde (Otel, Restoran, Lokanta, v.b.) israfın fazla olduğunu düşünürüm				0,755	
13-Serpme kahvaltı uygulamasının israfa neden olduğunu düşünürüm				0,610	
11-Turizm işletmelerinde israfa dikkat çekmek için çalışmaların yapılması gerektiğini düşünüyorum				0,490	
21-Turizm işletmelerinde tabaklarda kalan yemeklerin sokak hayvanlarına verilmesi konusunda tavsiyede bulunurum					0,788
10-Turizm işletmelerinde israfın azaltılması konusunda tavsiyelerde bulunurum					0,779
26-Gıdaların kalan bölümünün yem olarak hayvanlara verilebileceğini düşünürüm					0,425

Ölçekte yer alan maddelerin faktör analizine uygunluk durumu Kaiser-Meyer-Olkin testi ile ölçülmüş ve tablo 3'ten görüldüğü üzere KMO değeri 0,881 olarak belirlenmiştir. Maddelerin mükemmel derecede faktör analizine uygun olduğu sonucu görülmektedir.

Bartlett's küresellik testi sonucunda ise 0,000 olarak çıkan p değerinin 0,05'ten küçük olması faktör analizi için değişkenler arasındaki ilişki düzeyinin yeterli olduğu sonucunu ifade etmektedir.

Faktör analizlerinde hesaplanan faktör yük değerlerinin 0,45 ve üzerinde olması iyi bir oran olarak kabul edilmektedir. Bu değerin 0,30 oranına kadar kullanılması uygun olarak kabul edilmektedir (Büyüköztürk, 2018: 134).

Tablo 4'te yer verilen ölçek faktör analiz sonuçlarında yalnızca bir ifadenin yük değeri 0,42 olurken bir değerin de 0,49 olduğu görülmüştür. İki değer 0,56 seviyelerinde çıkarken 0,61 ve 0,62 seviyelerinde olan iki değer bulunmaktadır. Diğer faktör değerlerinin 0,70 seviyesinin üstünde olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar ölçekte yer alan maddelerin faktör yük değerlerinin kullanıma uygun seviyelerde olduğunu göstermektedir.

Tablo 5. Ölçeğe Yönelik Faktör Analizi Açıklanan Varyans Tablosu

Bileşen	Öz Değerler			Çıkarımlar			Rotasyonlar		
	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	5,529	30,719	30,719	5,529	30,719	30,719	2,718	15,101	15,101
2	1,590	8,834	39,553	1,590	8,834	39,553	2,314	12,856	27,957
3	1,329	7,385	46,938	1,329	7,385	46,938	2,046	11,367	39,323
4	1,201	6,671	53,609	1,201	6,671	53,609	1,980	11,001	50,324
5	1,063	5,904	59,513	1,063	5,904	59,513	1,654	9,188	59,513
6	,863	4,797	64,309						
7	,748	4,153	68,463						
8	,694	3,855	72,318						
9	,658	3,653	75,971						
10	,616	3,421	79,392						
11	,589	3,274	82,666						
12	,545	3,029	85,695						
13	,485	2,693	88,389						
14	,478	2,657	91,046						
15	,474	2,631	93,676						
16	,405	2,252	95,928						
17	,383	2,126	98,055						
18	,350	1,945	100,000						

Tablo 5'ten görüldüğü üzere ölçekte yer alan maddelerden oluşan 5 faktörün açıklanan toplam Varyans yüzdesi 59,513 olarak belirlenmiştir. Bu oranın yüzde 50 ve üzerinde olması yeterli görülmektedir.

4.3. GÜVENİLİRLİK ANALİZİ

Güvenilirlik analizi, ölçeklerde bulunan ifadeler ile elde edilmek istenen sonuca ulaşılma durumunu belirlemek için kullanılmaktadır. Bir ölçeğin sonuca ulaşmak için uygun olması geçerlilik, doğru sonucu vermesi ise güvenilirlik olarak ifade edilebilir. Ölçekte yer alan ifadelerin birbiri ile tutarlılık durumu geçerlilik analizi ile belirlenmektedir. Güvenilirlik katsayısı, her zaman için 0 ile 1 arasında bir sonuç olmakta ve değerin 0,40 değerinin üstünde olması beklenmektedir.

Güvenilirlik analizlerinde en sık kullanılan endeks modeli Alpha (Cronbach's Alpha Coefficient) modelidir. Alpha katsayısının hesaplanması esnasında ölçekteki ifadeler ile bütün arasında korelasyon katsayısının negatif olmaması beklenmektedir. Katsayı negatif ise maddeler arasında korelasyon durumunun negatif olduğu sonucu görülmektedir (Lorcu, 2015: 207,210).

Alpha (α) katsayısı ile bağlantılı olarak ölçeklerin güvenilirlik durumları genel olarak aşağıda belirtilen aralıklarla değerlendirilmektedir (Kayış, 2010: 405)

Alpha (α) katsayısı 0,40 tan küçük ise ölçeğin güvenilirliği yoktur,

Alpha (α) katsayısı 0,40 ile 0,60 arasında ise ölçeğin güvenilirliği düşüktür.

Alpha (α) katsayısı 0,60 ile 0,80 arasında ise ölçek oldukça güvenlidir,

Alpha (α) katsayısı 0,80 değerinden büyük ise ölçek yüksek ölçüde güvenlidir.

Çalışmada kullanılan ölçek ile ilgili olarak güvenilirlik analizi Cronbach's Alpha yöntemi uygulanarak yapılmış ve ölçeği oluşturan 18 maddedeki ifadelerin güvenilirlik katsayısı Tablo 6'dan görüldüğü üzere 0,849 olarak ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan alpha değeri çalışmanın güvenilirlik seviyesinin yüksek olduğunu ifade etmektedir.

Tablo 6. Ölçeğe İlişkin Güvenilirlik Analizi Tablosu

Güvenilirlik Analizi	
Cronbach's Alpha Katsayısı	Ölçülen Madde Sayısı
0,849	18

Ölçeğin bütününe yapılan güvenilirlik analizinin ardından belirlenen boyutlara ilişkin de güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Boyutlara yönelik yapılan analizlerin sonuçları Tablo 7’de yer almaktadır.

Tablo 7. Boyutlara İlişkin Güvenilirlik Analizi Tablosu

Boyutlar	Madde Sayısı	Cronbach α
İhtiyaç Boyutu	4	0,781
İsrafi Azaltma Boyutu	4	0,744
Fazla Gıda Boyutu	3	0,693
Turizm İşletmeleri Boyutu	4	0,668
Atık Değerlendirme Boyutu	3	0,584

Boyutların fazla, boyutlardaki ifade sayısının az olması, ölçekteki ifadelerin katılımcıların algı ve tutumlarını ölçmeye yönelik ifadeler şeklinde olması nedeniyle güvenilirlik değerleri beklendiği kadar yüksek çıkmamıştır. Tablo 7’de yer alan sonuçlar doğrultusunda boyutlar arasında güvenilirlik değeri en fazla olan ihtiyaç boyutu olurken en düşük değere sahip boyut ise atık değerlendirme boyutu olarak ortaya çıkmıştır. Tüm boyutlar güvenilir değerler arasında bulunmaktadır.

4.4. BETİMSSEL İSTATİSTİKLER

Ölçekte yer alan maddelere ilişkin betimsel istatistiklerin belirlenmesi amacı ile bazı analizler uygulanmış ve ulaşılan sonuçlar tablolar halinde gösterilmiştir.

Tablo 8’de ölçek maddelerine ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri gösterilmektedir. Aritmetik ortalamaların yüksek, standart sapmaların ise düşük değerde olması beklenmektedir. Tabloda görüldüğü üzere akademik ortalamalar 4,68’e varan oranlarda yüksek çıkmıştır. Ölçekte yer alan ifadelerin toplam aritmetik ortalaması ise 4,20, standart sapma ortalaması ise 0,9518 olarak hesaplanmıştır. Standart sapmalar ise çoğu maddede 1,00 değerinin altında çıkmıştır. En yüksek 1,26 en düşük ise 0,58 olarak hesaplanmıştır.

Aritmetik ortalamaların yüksek, standart sapmaların ise düşük seviyelerde çıkması ölçekte yer alan ifadelerin olumlu şekilde algılandığını göstermektedir. Standart sapma değerlerinin düşük olması ortalamadan sapmaların az olduğunu belirtmektedir. Değerlerin iyi seviyelerde olması katılımcıların ölçekte yer alan ifadelere uyumlu şekilde yanıt verdiği sonucunu göstermektedir.

Tablo 8. Ölçek Maddelerine İlişkin Betimsel İstatistik Analizi Tablosu

Betimsel İstatistikler			
Ölçekte Yer Alan İfadeler	Kişi Sayısı	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
20-Tüketeceğimiz miktarda yemek pişirilmesi gerektiğini düşünürüm	461	4,6876	0,58796
19-Gıdaların ihtiyaç ölçüsünde, tüketilebilecek miktarda satın alınmasının önemli olduğunu düşünürüm	461	4,6356	0,66394
18-Gıda alışverişine çıkmadan önce alışveriş listesi hazırlanması gerektiğini düşünürüm	461	4,5358	0,80306
17-Gıda tüketimi esnasında insanların ihtiyaçları doğrultusunda hareket etmesi gerektiğini düşünürüm	461	4,5033	0,75649
26-Gıdaların kalan bölümünün yem olarak hayvanlara verilebileceğini düşünürüm	461	4,4859	0,78734
11-Turizm işletmelerinde israfa dikkat çekmek için çalışmaların yapılması gerektiğini düşünüyorum	461	4,4664	0,90257
22-Turizm İşletmeleri ve marketlerden alınan gıda ürünlerinin ihtiyaç sahipleri, yurtlar ya da Darülaceze gibi kurumlara ulaşmasını sağlayacak Gıda Bankası kurulmasının iyi olacağını düşünüyorum	461	4,2863	0,98268
23-Artan yemeklerin ertesi gün de yenebileceğini düşünürüm	461	4,2711	0,92208
21-Turizm işletmelerinde tabaklarda kalan yemeklerin sokak hayvanlarına verilmesi konusunda tavsiyede bulunurum	461	4,2343	1,11579
24-Fazla gıdaların dondurucuya kaldırılması gerektiğini düşünürüm	461	4,1996	0,94367
16-Gıda israfına ilişkin tüketicilere eğitim verilmesinin israfın azalması konusunda faydalı olacağını düşünüyorum	461	4,1649	1,01454
15-Turizm İşletmelerinde yemek porsiyonlarının küçük orta büyük şeklinde sınıflandırılmasının tabaklarda kalan yemek artığı miktarını ve gıda israfını azaltacağını düşünüyorum	461	4,1128	1,05102
25-Gıdaların kalan bölümünün yemek yapımında değerlendirilebileceğini düşünürüm	461	4,1063	0,98222
9-Turizm işletmelerinde (Otel, Restoran, Lokanta, vb.) israfın fazla olduğunu düşünürüm	461	4,0846	0,91569
12-Turizm işletmelerinde uygulanan 'Açık Büfe' sisteminin israfa neden olduğunu düşünüyorum	461	4,0065	1,09443
14-Turizm işletmelerinde ekmeklerin küçültülmesinin israfı azaltacağını düşünüyorum	461	3,9111	1,17709
13-Serpme kahvaltı uygulamasının israfa neden olduğunu düşünürüm	461	3,8351	1,17165
10-Turizm işletmelerinde israfın azaltılması konusunda tavsiyelerde bulunurum	461	3,1887	1,26025
Toplam Katılımcı Sayısı (N) / Aritmetik Ortalama($\bar{x}$) / St. Sapma (s)	461	4,2064	0,9518

4.5. HİPOTEZLER

Öğrencilerin israf konusunda algı ve tutumlarını ortaya koyabilmek için 8 hipotez kurulmuş ve $\alpha = 0,05$ güven seviyesinde kabul edilebilirlikleri araştırılmıştır.

H₁: Katılımcıların gıda israfına ilişkin algı ve tutumları ile cinsiyetleri arasında istatistiki olarak anlamlı ölçüde bir farklılık yoktur.

H₂: Katılımcıların gıda israfına ilişkin algı ve tutumları ile yaş grupları arasında istatistiki olarak anlamlı ölçüde bir farklılık yoktur.

H₃: Katılımcıların gıda israfına ilişkin algı ve tutumları ile eğitim dereceleri arasında istatistiki olarak anlamlı ölçüde bir farklılık yoktur.

H₄: Katılımcıların gıda israfına ilişkin algı ve tutumları ile ikamet durumları arasında istatistiki olarak anlamlı ölçüde bir farklılık yoktur.

H₅: Katılımcıların gıda israfına ilişkin algı ve tutumları ile turizm işletmelerinde çalışma durumları arasında istatistiki olarak anlamlı ölçüde bir farklılık yoktur.

H₆: Katılımcıların gıda israfına ilişkin algı ve tutumları ile turizm işletmelerindeki israf durumuna ilişkin değerlendirmeleri arasında istatistiki olarak anlamlı ölçüde bir farklılık yoktur.

H₇: Katılımcıların gıda israfına ilişkin algı ve tutumları ile tabağa alınan yemeklerin bitirilme durumuna ilişkin değerlendirmeleri arasında istatistiki olarak anlamlı ölçüde bir farklılık yoktur.

H₈: Katılımcıların gıda israfına ilişkin algı ve tutumları ile gıdaların çöpe atılma durumuna ilişkin değerlendirmeleri arasında istatistiki olarak anlamlı ölçüde bir farklılık yoktur.

4.6. ANALİZLER

Ölçek aracılığı ile toplanan verilerin analizinde hangi yöntemlerin kullanılacağına belirlenmesi amacıyla öncelikle normallik testleri yapılmış ve çarpıklık basıklık değerleri belirlenmiştir. Bunun yanında verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek amacı ile Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk testleri uygulanmıştır. Sonuçları Tablo 9'da verilen bu testlerde $p < 0,05$ olması verilerin normal dağılmadığını göstermektedir. Veriler normal dağılım göstermediğinden nonparametrik özellik göstermektedir. Bu nedenle analizlerde parametrik olmayan testler kullanılmıştır.

Tablo 9. Normallik Analizi Tablosu

	Skewness	Kurtosis	Kolmogorov-Smirnov Testi		Shapiro-Wilk Testi	
Boyutlar	Çarpıklık	Basıklık	İstatistik	P değeri	İstatistik	P değeri
İhtiyaç Boyutu	1,753	3,296	0,241	0,000	0,759	0,000
İsrafi Azaltma Boyutu	1,191	1,516	0,152	0,000	0,889	0,000
Fazla Gıda Boyutu	-0,965	0,720	0,140	0,000	0,890	0,000
Turizm İşletmeleri Boyutu	1,037	0,824	0,151	0,000	0,910	0,000
Atık Değerlendirme Boyutu	0,717	0,139	0,134	0,000	0,934	0,000

Verilerin Analizi

Katılımcıların cinsiyetleri ile gıda israfına ilişkin tutumları arasında istatistiki olarak anlamlı ölçüde bir farklılık olup olmadığını ölçmek amacı ile Mann Whitney-U testi uygulanmıştır. H_1 hipotezine ilişkin sonuçlar Tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo 10. Cinsiyete Yönelik Farklılık Analizi Tablosu

<u>Boyutlar</u>	Cinsiyet	N	Ortalama Sıralama	Mann-Whitney U Değeri	Anlamlılık
İhtiyaç Boyutu	Kadın	281	251,75	19458,00	0,000
	Erkek	180	198,60		
	Toplam	461			
İsrafı Azaltma Boyutu	Kadın	281	249,16	20187,500	0,000
	Erkek	180	202,65		
	Toplam	461			
Fazla Gıda Boyutu	Kadın	281	245,78	21137,000	0,002
	Erkek	180	207,93		
	Toplam	461			
Turizm İşletmeleri Boyutu	Kadın	281	234,28	24368,000	0,506
	Erkek	180	225,88		
	Toplam	461			
Atık Değerlendirme Boyutu	Kadın	281	242,19	22145,000	0,023
	Erkek	180	213,53		
	Toplam	461			

Tabloda yer alan analiz sonuçları doğrultusunda katılımcıların cinsiyeti ile gıda israfına ilişkin tutumları arasında ihtiyaç boyutu, israfı azaltma boyutu, fazla gıda boyutu ve atık değerlendirme boyutlarında ($p \leq \alpha$) olduğu görüldüğünden anlamlı farklılık tespit edilmiş ve **H_1 hipotezi reddedilmiştir.** Belirtilen boyutlar ile ilgili olarak katılımcıların düşüncelerinde farklılık olduğu belirlenmiştir.

Turizm İşletmeleri boyutunda ise anlamlı bir ölçüde farklılık bulunmadığından ($p > \alpha$) **H_1 hipotezi kabul edilir.** Turizm işletmeleri boyutu ile ilgili olarak elde edilen sonuçlarda anlamlılık düzeyi yüksek çıkmıştır. Bu sonuç kadın ve erkek katılımcıların turizm işletmelerindeki israf konusunda benzer düşüncede olduğu şeklinde yorumlanmaktadır.

Tabloda erkek katılımcıların ortalama sıralarının kadın katılımcılardan düşük olduğu görülmektedir. Bu sonuç erkek katılımcıların israf tutumlarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların gıda israfına ilişkin algı ve tutumları ile yaş grupları arasında istatistiki olarak anlamlı ölçüde bir farklılık olup olmadığını ölçmek amacı ile Kruskal-Wallis testi uygulanmıştır. **H₂** hipotezine ilişkin sonuçlar Tablo 11’de gösterilmiştir.

Tablo 11. Yaş Gruplarına Yönelik Farklılık Analizi Tablosu

Boyutlar	YAŞ	N	X ² Test İstatistiği	Ortalama Sıralama	Anlamlılık
İhtiyaç Boyutu	13-18	95	2,755	231,66	0,600
	19-23	256		232,86	
	24-29	75		233,19	
	30-35	20		235,68	
	36+	15		177,83	
	Toplam	461			
İsrafı Azaltma Boyutu	13-18	95	8,520	225,47	0,074
	19-23	256		223,99	
	24-29	75		268,19	
	30-35	20		239,85	
	36+	15		187,93	
	Toplam	461			
Fazla Gıda Boyutu	13-18	95	2,181	218,57	0,702
	19-23	256		237,34	
	24-29	75		233,63	
	30-35	20		214,58	
	36+	15		210,17	
	Toplam	461			
Turizm İşletmeleri Boyutu	13-18	95	28,224	184,17	0,000
	19-23	256		226,82	
	24-29	75		281,52	
	30-35	20		289,30	
	36+	15		268,57	
	Toplam	461			
Atık Değerlendirme Boyutu	13-18	95	1,068	234,70	0,899
	19-23	256		227,99	
	24-29	75		241,33	
	30-35	20		229,40	
	36+	15		209,50	
	Toplam	461			

Tabloda yer alan analiz sonuçları doğrultusunda katılımcıların yaşları ile gıda israfına ilişkin tutumları arasında turizm işletmeleri boyutu itibari ile anlamlı farklılık tespit edilmiş ve **H₂ hipotezi reddedilmiştir**. İlk hipotez sadece turizm işletmeleri boyutunda kabul gören sonuçlarda çıkarken ikinci hipotez ise yine sadece bu boyutta reddedilmiştir. Turizm işletmeleri boyutunda ortalama sıralamaları en düşük çıkan 13-18 yaş grubunun israfa daha eğilimli olduğu görülmektedir.

Diğer boyutlarda anlamlı ölçüde farklılık görülmemiş ve **H₂ hipotezi kabul edilmiştir**. Bu durum yaş gruplarına göre ihtiyaç boyutu, israfı azaltma boyutu, fazla gıda boyutu ve atık değerlendirme boyutu yönleriyle tutumların çok fazla değişmediğini göstermektedir.

Katılımcıların gıda israfına ilişkin algı ve tutumları ile eğitim dereceleri arasında istatistiki olarak anlamlı ölçüde bir farklılık olup olmadığını ölçmek amacı ile Kruskal-Wallis testi uygulanmıştır. **H₃** hipotezine ilişkin sonuçlar Tablo 12’de gösterilmiştir.

Tablo 12. Eğitim Derecelerine Yönelik Farklılık Analizi Tablosu

Boyutlar	Eğitim Derecesi	N	X ² Test İstatistiği	Ortalama Sıralama	Anlamlılık
İhtiyaç Boyutu	Lise	110	3,642	214,06	0,303
	Ön Lisans	154		243,23	
	Lisans	133		233,99	
	Lisansüstü	64		224,60	
	Toplam	461			
İsrafı Azaltma Boyutu	Lise	110	9,159	199,25	0,027
	Ön Lisans	154		247,97	
	Lisans	133		234,27	
	Lisansüstü	64		237,95	
	Toplam	461			
Fazla Gıda Boyutu	Lise	110	4,503	214,57	0,212
	Ön Lisans	154		245,99	
	Lisans	133		233,78	
	Lisansüstü	64		217,79	
	Toplam	461			
Turizm İşletmeleri Boyutu	Lise	110	39,635	186,85	0,000
	Ön Lisans	154		229,51	
	Lisans	133		227,72	
	Lisansüstü	64		317,30	
	Toplam	461			
Atık Değerlendirme Boyutu	Lise	110	1,599	224,39	0,660
	Ön Lisans	154		241,73	
	Lisans	133		224,76	
	Lisansüstü	64		229,53	
	Toplam	461			

Tabloda yer alan analiz sonuçları doğrultusunda katılımcıların eğitim dereceleri ile gıda israfına ilişkin algı ve tutumları arasında israfı azaltma boyutu ve turizm işletmeleri boyutu itibari ile anlamlı farklılık tespit edilmiş ve **H₃ hipotezi reddedilmiştir**. Farklı eğitim düzeyindeki katılımcıların israfa ilişkin düşünceleri bu boyutlarda farklılık göstermektedir.

İhtiyaç boyutu, fazla gıda boyutu ve atık değerlendirme boyutları ile katılımcıların eğitim dereceleri arasında anlamlı ölçüde bir farklılık görülmemektedir. **H₃ hipotezinin kabul edildiği** ($p > \alpha$) bu boyutlar itibari ile eğitim durumunun israf tutumu üzerinde etkisinin az olduğu ortaya çıkmaktadır.

Katılımcıların gıda israfına ilişkin algı ve tutumları ile ikamet durumları arasında istatistiki olarak anlamlı ölçüde bir farklılık olup olmadığını ölçmek amacı ile Kruskal-Wallis testi uygulanmıştır. **H₄** hipotezine ilişkin sonuçlar Tablo 13'te gösterilmiştir.

Tablo 13. İkamet Durumlarına Yönelik Farklılık Analizi Tablosu

Boyutlar	İkamet Durumu	N	X ² Test İstatistiği	Ortalama Sıralama	Anlamlılık
İhtiyaç Boyutu	Aileyle	279	3,485	230,05	0,323
	Arkadaşlarla	52		212,95	
	Tek Başına	42		219,20	
	Yurtta	88		250,30	
	Toplam	461			
İsrafı Azaltma Boyutu	Aileyle	279	5,954	221,46	0,114
	Arkadaşlarla	52		224,45	
	Tek Başına	42		243,63	
	Yurtta	88		259,10	
	Toplam	461			
Fazla Gıda Boyutu	Aileyle	279	6,539	234,89	0,088
	Arkadaşlarla	52		198,01	
	Tek Başına	42		207,98	
	Yurtta	88		249,16	
	Toplam	461			
Turizm İşletmeleri Boyutu	Aileyle	279	6,190	222,86	0,103
	Arkadaşlarla	52		231,75	
	Tek Başına	42		276,94	
	Yurtta	88		234,44	
	Toplam	461			
Atık Değerlendirme Boyutu	Aileyle	279	6,509	227,79	0,089
	Arkadaşlarla	52		200,13	
	Tek Başına	42		264,63	
	Yurtta	88		243,36	
	Toplam	461			

Tabloda yer alan analiz sonuçları doğrultusunda katılımcıların ikamet durumları ile gıda israfına ilişkin algı ve tutumları arasında hiçbir boyut için anlamlı farklılık tespit edilememiş olup **H₄ hipotezi desteklenmiştir**.

Katılımcıların ikamet durumları farklı olsa da israf konusunda algı ve tutumları birbirine yakındır. Katılımcıların benzer düşüncede olduğu ortaya çıkmaktadır. İkamet durumlarının israfa ilişkin algı ve tutumları üzerinde fazla etkili olmadığı görülmektedir.

Katılımcıların gıda israfına ilişkin algı ve tutumları ile turizm işletmelerinde çalışma durumları arasında istatistiki olarak anlamlı ölçüde bir farklılık olup olmadığını ölçmek amacı ile Mann Whitney-U testi uygulanmıştır. H_5 hipotezine ilişkin sonuçlar Tablo 14'te gösterilmiştir.

Tablo 14. Turizm İşletmelerinde Çalışma Durumlarına Yönelik Farklılık Analizi Tablosu

Boyutlar	Çalışma Durumu	N	Ortalama Sıralama	Mann-Whitney U Değeri	Anlamlılık
İhtiyaç Boyutu	Evet	312	233,31	22524,000	0,571
	Hayır	149	226,17		
	Toplam	461			
İsrafı Azaltma Boyutu	Evet	312	233,65	22417,000	0,533
	Hayır	149	225,45		
	Toplam	461			
Fazla Gıda Boyutu	Evet	312	227,96	22295,500	0,471
	Hayır	149	237,37		
	Toplam	461			
Turizm İşletmeleri Boyutu	Evet	312	247,85	17986,000	0,000
	Hayır	149	195,71		
	Toplam	461			
Atık Değerlendirme Boyutu	Evet	312	233,09	22593,000	0,623
	Hayır	149	226,63		
	Toplam	461			

Tabloda yer alan analiz sonuçları doğrultusunda katılımcıların turizm işletmelerinde çalışma durumları ile gıda israfına ilişkin algı ve tutumları arasında turizm işletmeleri boyutu itibari ile anlamlı farklılık tespit edilmiş ve H_5 hipotezi **reddedilmiştir**.

Turizm işletmelerinde çalışanlar ile çalışmayanlar arasında turizm işletmelerindeki israfa yönelik düşünceleri arasında anlamlı bir fark vardır. Diğer boyutlarda ise H_5 **hipotezini destekleyecek** şekilde katılımcıların israf düşünceleri benzerlik göstermektedir. Turizm işletmelerinde çalışma durumu, işletmelerdeki israfa yönelik düşünceleri etkilemektedir.

Katılımcıların gıda israfına ilişkin algı ve tutumları ile turizm işletmelerindeki israf durumuna ilişkin değerlendirmeleri arasında istatistiki olarak anlamlı ölçüde bir farklılık olup olmadığını ölçmek amacı ile Kruskal-Wallis testi uygulanmıştır. **H₆** hipotezine ilişkin sonuçlar Tablo 15’te gösterilmiştir.

Tablo 15.Turizm İşletmelerindeki İsrar Durumuna İlişkin Değerlendirmelerine Yönelik Farklılık Analizi Tablosu

Boyutlar	Turizm İşletmelerinde İsrarın Fazla Olduğunu Düşünürüm	N	X ² Test İstatistiği	Ortalama Sıralama	Anlamlılık
İhtiyaç Boyutu	Hiçbir Zaman	3	13,830	79,67	0,008
	Nadiren	33		170,36	
	Ara Sıra	58		228,92	
	Çoğunlukla	195		232,40	
	Her Zaman	172		244,39	
	Toplam	461			
İsrarı Azaltma Boyutu	Hiçbir Zaman	3	11,399	160,83	0,022
	Nadiren	33		168,11	
	Ara Sıra	58		211,66	
	Çoğunlukla	195		240,93	
	Her Zaman	172		239,56	
	Toplam	461			
Fazla Gıda Boyutu	Hiçbir Zaman	3	3,026	226,83	0,553
	Nadiren	33		197,79	
	Ara Sıra	58		220,05	
	Çoğunlukla	195		235,07	
	Her Zaman	172		236,53	
	Toplam	461			
Turizm İşletmeleri Boyutu	Hiçbir Zaman	3	196,444	39,17	0,000
	Nadiren	33		51,98	
	Ara Sıra	58		108,88	
	Çoğunlukla	195		221,47	
	Her Zaman	172		320,67	
	Toplam	461			
Atık Değerlendirme Boyutu	Hiçbir Zaman	3	10,273	134,33	0,036
	Nadiren	33		173,91	
	Ara Sıra	58		242,16	
	Çoğunlukla	195		226,70	
	Her Zaman	172		244,75	
	Toplam	461			

Tablodaki sonuçlar doğrultusunda katılımcıların turizm işletmelerindeki israf durumuna ilişkin değerlendirmeleri ile gıda israfına ilişkin algı ve tutumları arasında fazla gıda boyutu dışındaki boyutlar itibari ile anlamlı farklılık tespit edilmiş ve **H₆ hipotezi reddedilmiştir**.

H₆ Hipotezinin desteklendiği fazla gıda boyutunda ise anlamlı bir farklılık olmaması katılımcıların turizm işletmelerindeki israf ile gıda israfına ilişkin düşüncelerinin benzer olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların gıda israfına ilişkin algı ve tutumları ile tabağa alınan yemeklerin bitirilme durumuna ilişkin değerlendirmeleri arasında istatistiki olarak anlamlı ölçüde bir farklılık olup olmadığını ölçmek amacı ile Kruskal-Wallis testi uygulanmıştır. H_7 hipotezine ilişkin sonuçlar Tablo 16’da gösterilmiştir.

Tablo 16. Tabağa Alınan Yemeklerin Bitirilme Durumuna İlişkin Değerlendirmelerine Yönelik Farklılık Analizi Tablosu

Boyutlar	Tabağa Alınan Yemeklerin Bitirilme Durumu	N	X ² Test İstatistiği	Ortalama Sıralama	Anlamlılık
İhtiyaç Boyutu	Bazen bitiririm, bazen çöpe atarım	54	3,724	201,82	0,293
	Çoğunlukla bitiremem, çöpe atarım	6		245,83	
	Çoğunlukla bitiremem, hayvanlara verilmek üzere değerlendiririm	79		226,36	
	Aldığım yemeklerin hepsini bitiririm	322		236,75	
	Toplam	461			
İsrafi Azaltma Boyutu	Bazen bitiririm, bazen çöpe atarım	54	3,628	209,45	0,304
	Çoğunlukla bitiremem, çöpe atarım	6		299,75	
	Çoğunlukla bitiremem, hayvanlara verilmek üzere değerlendiririm	79		223,61	
	Aldığım yemeklerin hepsini bitiririm	322		235,15	
	Toplam	461			
Fazla Gıda Boyutu	Bazen bitiririm, bazen çöpe atarım	54	12,323	186,73	0,006
	Çoğunlukla bitiremem, çöpe atarım	6		195,75	
	Çoğunlukla bitiremem, hayvanlara verilmek üzere değerlendiririm	79		208,78	
	Aldığım yemeklerin hepsini bitiririm	322		244,53	
	Toplam	461			
Turizm İşletmeleri Boyutu	Bazen bitiririm, bazen çöpe atarım	54	1,574	213,13	0,665
	Çoğunlukla bitiremem, çöpe atarım	6		262,00	
	Çoğunlukla bitiremem, hayvanlara verilmek üzere değerlendiririm	79		238,46	
	Aldığım yemeklerin hepsini bitiririm	322		231,59	
	Toplam	461			
Atık Değerlendirme Boyutu	Bazen bitiririm, bazen çöpe atarım	54	9,182	181,14	0,027
	Çoğunlukla bitiremem, çöpe atarım	6		270,00	
	Çoğunlukla bitiremem, hayvanlara verilmek üzere değerlendiririm	79		233,27	
	Aldığım yemeklerin hepsini bitiririm	322		238,08	
	Toplam	461			

Tabloda yer alan analiz sonuçları doğrultusunda katılımcıların tabağa alınan yemeklerin bitirilme durumuna ilişkin değerlendirmeleri ile gıda israfına ilişkin algı ve tutumları arasında fazla gıda boyutu ve atık değerlendirme boyutları itibari ile anlamlı farklılık tespit edilmiş ve **H_7 hipotezi reddedilmiştir.**

Diğer boyutlar itibari ile farklılık olmaması hipotezin bu boyutlar için **desteklendiği** sonucunu göstermektedir. İhtiyaç boyutu, israfi azaltma boyutu ve turizm işletmeleri boyutu incelendiğinde katılımcıların değerlendirmelerinin benzer olduğu görülmektedir.

Katılımcıların gıda israfına ilişkin algı ve tutumları ile gıdaların çöpe atılma durumuna ilişkin değerlendirmeleri arasında anlamlı ölçüde bir farklılık olup olmadığını ölçmek amacı ile Kruskal-Wallis testi uygulanmıştır. H_8 hipotezine ilişkin sonuçlar Tablo 17’de gösterilmiştir.

Tablo 17. Gıdaların Çöpe Atılma Durumuna İlişkin Değerlendirmelerine Yönelik Farklılık Analizi Tablosu

Boyutlar	Gıdaların Çöpe Atılma Sıklığı	N	X ² Test İstatistiği	Ortalama Sıralama	Anlamlılık
İhtiyaç Boyutu	Hiçbir zaman çöpe atmam	85	7,098	251,82	0,131
	Nadiren atarım	292		232,29	
	Bazen atarım	67		204,72	
	Sıklıkla atarım	12		185,50	
	Her zaman atarım	5		263,30	
	Toplam	461			
İsrafi Azaltma Boyutu	Hiçbir zaman çöpe atmam	85	1,762	238,65	0,780
	Nadiren atarım	292		231,24	
	Bazen atarım	67		220,53	
	Sıklıkla atarım	12		208,58	
	Her zaman atarım	5		280,70	
	Toplam	461			
Fazla Gıda Boyutu	Hiçbir zaman çöpe atmam	85	13,195	266,58	0,010
	Nadiren atarım	292		229,08	
	Bazen atarım	67		203,57	
	Sıklıkla atarım	12		161,33	
	Her zaman atarım	5		273,20	
	Toplam	461			
Turizm İşletmeleri Boyutu	Hiçbir zaman çöpe atmam	85	2,116	243,69	0,714
	Nadiren atarım	292		229,47	
	Bazen atarım	67		219,78	
	Sıklıkla atarım	12		219,92	
	Her zaman atarım	5		281,40	
	Toplam	461			
Atık Değerlendirme Boyutu	Hiçbir zaman çöpe atmam	85	2,788	240,03	0,594
	Nadiren atarım	292		232,20	
	Bazen atarım	67		221,63	
	Sıklıkla atarım	12		179,33	
	Her zaman atarım	5		256,70	
	Toplam	461			

Tabloda yer alan analiz sonuçları doğrultusunda katılımcıların gıdaların çöpe atılma durumuna ilişkin değerlendirmeleri ile gıda israfına ilişkin algı ve tutumları arasında fazla gıda boyutu itibari ile anlamlı farklılık tespit edilmiş ve H_8 hipotezi reddedilmiştir.

Diğer dört boyutta katılımcıların gıdaların çöpe atılma durumuna yönelik değerlendirmelerinin gıda israfi tutumları ile farklı olmadığı görülmektedir. İhtiyaç boyutu, israfi azaltma boyutu, turizm işletmeleri boyutu ve atık değerlendirme boyutlarında farklılık görülmediğinden H_8 hipotezi desteklenmiştir.

Frekans Analizleri

Ölçekte yer alan ifadelerle ilişkin katılımcıların yapmış olduğu değerlendirmeler analiz edilmiş ve sonuçlar tablolar halinde verilmiştir.

Katılımcılara israfı, aşağıdaki seçeneklerden hangisi ya da hangileri ile tanımladıkları sorulmuş ve birden çok yanıt verebilecekleri belirtilmiştir. Soruya ilişkin sonuçlar Tablo 18’de gösterilmiştir.

Tablo 18. Katılımcıların İsrafı Tanımlamalarına İlişkin Analiz Tablosu

İsraf Tanımı		
	Frekans	Yüzde (%)
Gereksiz Harcama	324	23,4
Aşırı Tüketim	225	16,3
Çöpe Atmak/Ziyan Etmek	367	26,5
İhtiyaç Olmadığı Halde Satın Almak	292	21,1
Tasarruf Yapmamak	176	12,7
Toplam	1384*	100,0

*Çoklu yanıt olduğu için N sayısı örneklem hacmini geçmektedir.

Katılımcıların israfı, en fazla çöpe atmak/ziyan etmek olarak tanımladıkları görülmektedir. Sonrasında gereksiz harcama seçeneği ve ihtiyaç olmadığı halde satın almak seçenekleri sırasıyla işaretlenen seçenekler olmuştur. Tasarruf yapmamak ve aşırı tüketim cevapları diğer seçeneklere göre daha az sayıda işaretlenmiştir. Bu durum israfın tanımlanmasında kişiler arasında farklı düşüncelerin olmasının yanında israfı birden fazla seçenekle tanımlayan katılımcıların fazla olduğunu göstermektedir.

Katılımcılardan gıdaların çöpe atılma durumlarını değerlendirmeleri istenmiş ve verilen yanıtlara ilişkin sonuçlar Tablo 19’da gösterilmiştir.

Tablo 19. Gıdaların Çöpe Atılma Sıklığına İlişkin Analiz Tablosu

Gıdaların Çöpe Atılma Sıklığı		
	Frekans	Yüzde (%)
Hiçbir Zaman Çöpe Atmam	85	18,4
Nadiren Atarım	292	63,3
Bazen Atarım	67	14,5
Sıklıkla Atarım	12	2,6
Her Zaman Atarım	5	1,1
Toplam	461	100,0

Katılımcıların israf davranışları ile ilgili bilgi vermesi açısından önemli görülen gıdaların çöpe atılma durumları sorusuna büyük çoğunluk nadiren atarım yanıtını vermiştir. Hiçbir zaman çöpe atmam seçeneğinin yüksek olmaması gıda israfı nedenlerinden olan gıdaların çöpe atılma durumunun yaygın olduğunu göstermektedir.

Katılımcılardan gıdaların çöpe atılma nedenlerini değerlendirmeleri istenmiş, birden çok yanıt verebilecekleri belirtilmiş ve yanıtlara ilişkin sonuçlar Tablo 20’de gösterilmiştir.

Tablo 20. Gıdaların Çöpe Atılma Nedenlerine İlişkin Analiz Tablosu

Gıdaların Çöpe Atılma Nedenleri		
	Frekans	Yüzde (%)
Bozulması	387	44,0
Tüketilememesi	210	23,9
Sürekli Taze Gıda Tüketme İsteği	115	13,7
Fazla Satın Alınması/Piştirilmesi	127	14,4
Saklama Yeri Olmaması	40	4,6
Toplam	879*	100,0

*Çoklu yanıt olduğu için N sayısı örneklem hacmini geçmektedir.

Önceki soruda gıdaların çöpe atılma durumlarının değerlendirilmesinden sonra çöpe atılma nedenlerine dair değerlendirme yapılması istenmiştir. Gıdaların bozulması en fazla işaretlenen seçenek olurken tüketilememesi seçeneği bir sonraki seçenek olarak işaretlenmiştir. Bu durum gıda israfına neden olan durumlardan ihtiyaç ölçüsünde gıda ürünü almanın önemini göstermektedir.

Katılımcılardan ekmek tüketim davranışlarını değerlendirmeleri istenmiş ve verilen yanıtlara ilişkin sonuçlar Tablo 21’de gösterilmiştir.

Tablo 21. Katılımcıların Ekmek Tüketim Davranışlarına İlişkin Analiz Tablosu

Ekmek Tüketim Davranışları		
	Frekans	Yüzde (%)
Ekmegin tümünü bitiriyoruz	129	28,0
Ekmegin tümünü bitiremiyoruz, kalan bölümü değerlendiriyoruz	285	61,8
Ekmegin tümünü bitiremiyoruz, kalan bölümü çöpe atıyoruz	18	3,9
Kalan bölümü bazen çöpe atıyoruz, bazen değerlendiriyoruz	29	6,3
Toplam	461	100,0

Ekmek tüketim davranışlarına verilen cevaplar doğrultusunda ekmeklerin çöpe atılma oranlarının düşük olduğu görülmektedir. Gıdaların çöpe atılma oranlarının yüksek olmasına karşın ekmeklerin çöpe atılma oranlarının düşük olmasının toplumsal değerler kaynaklı olduğu düşünülmektedir.

Katılımcılardan tabağa alınan yemeklerin bitirilme durumunu değerlendirmeleri istenmiş ve verilen yanıtlara ilişkin sonuçlar Tablo 22’de gösterilmiştir.

Tablo 22. Tabağa Alınan Yemeklerin Bitirilme Durumuna İlişkin Analiz Tablosu

Tabağa Alınan Yemeklerin Bitirilme Durumu		
	Frekans	Yüzde (%)
Bazen bitiririm, bazen çöpe atarım	54	11,7
Çoğunlukla bitiremem, çöpe atarım	6	1,3
Çoğunlukla bitiremem, hayvanlara verilmek üzere değerlendiririm	79	17,1
Aldığım yemeklerin hepsini bitiririm	322	69,9
Toplam	461	100,0

Tabağa alınan yemeklerin bitirilme durumuna yönelik, katılımcılar yüksek oranda yemeklerin bitirildiği yönünde yanıt vermiştir. Tabaklarına aldığı yiyecekleri çöpe atan katılımcı sayısının az olması, kişilerin tüketiceği kadar yemeği tabağına alması gibi israfı azaltan davranışların uygulanabilirliğini göstermesi bakımından önemlidir.

Katılımcılardan alışveriş sıklığı durumlarını değerlendirmeleri istenmiş ve verilen yanıtlara ilişkin sonuçlar Tablo 23'te gösterilmiştir.

Tablo 23. Katılımcıların Alışveriş Sıklığına İlişkin Analiz Tablosu

Alışveriş Sıklığı		
	Frekans	Yüzde (%)
Ayda Bir	104	22,6
İki Haftada Bir	104	22,6
Haftada Bir	149	32,3
2-3 Günde Bir	41	8,9
Her Gün	16	3,5
Toplam	414	89,2
*Cevap Vermeyen	47	10,2
Toplam	461	100,0

* Yurtta kalan öğrencilerin bu soruyu yanıtlamaları isteğe bağlı olarak bırakılmıştır.

Alışveriş sıklığı da gıda israfının önemli göstergelerinden olabilmektedir. Uzun aralıklarla alışveriş yapması durumunda fazla miktarda alınan gıda ürünlerinin bozulması sonucunda çöpe atılıp israf edilmesi olasıdır. Bu durum göz önüne alınarak bozulabilecek gıda ürünlerinin az miktarda alınması israfı azaltacaktır. Katılımcıların en fazla yanıt olarak verdiği haftada bir yanıtı gıda ürünlerinin alınması için makul bir aralık olarak görülebilir.

Katılımcılardan evde pişen yemeklerin tüketilme durumlarını değerlendirmeleri istenmiş ve verilen yanıtlara ilişkin sonuçlar Tablo 24'te gösterilmiştir.

Tablo 24. Katılımcıların Evde Pişen Yemeklerin Tüketilme Durumuna İlişkin Analiz Tablosu

Evde Pişen Yemeklerin Tüketilme Durumu		
	Frekans	Yüzde (%)
Evimizde pişen yemeklerin hepsini her zaman bitiremiyoruz, bazen çöpe atıyoruz, bazen başka yemeklerde değerlendiriyoruz	77	16,7
Evimizde pişen yemeklerin hepsini her zaman bitiremiyoruz, çöpe atıyoruz	18	3,9
Evimizde pişen yemeklerin hepsini her zaman bitiremiyoruz, değerlendiriyoruz	191	41,4
Evimizde pişen yemeklerin hepsini bitiriyoruz	123	26,7
Toplam	409	88,7
*Cevap Vermeyen	52	11,3
Toplam	461	100,0

* Yurtta kalan öğrencilerin bu soruyu yanıtlamaları isteğe bağlı olarak bırakılmıştır.

Evde pişen yemeklerin durumuna ilişkin katılımcılar en fazla yemeklerin hepsini her zaman bitiremiyoruz, değerlendiriyoruz yanıtını vermişlerdir. En az olarak ise bitirilemeyen yemekleri çöpe atıyoruz yanıtı verilmiştir. Katılımcıların yanıtları, pişirilen yemeklerin bitirilmezse bile çöpe atılmak yerine farklı şekillerde değerlendirilebileceğini göstermektedir.

Katılımcılardan tazeliğini yitirmeye başlayan meyve ve sebzelerin durumlarını değerlendirmeleri istenmiş ve verilen yanıtlara ilişkin sonuçlar Tablo 25'te gösterilmiştir. Yurtta kalan öğrencilerin bu soruyu yanıtlamaları isteğe bağlı olarak bırakılmıştır.

Tablo 25. Tazeliğini Yitirmeye Başlayan Meyve Sebze Durumuna İlişkin Analiz Tablosu

Tazeliğini Yitiren Meyve Sebze Durumu		
	Frekans	Yüzde (%)
Tazeliğini yitirmeye başlayan meyve ve sebzeleri çöpe atarım	92	20,0
Çorba, meyve suyu vb. yaparak değerlendiririm	121	26,2
Bazen çöpe atarım, bazen çorba, meyve suyu vb. yaparak değerlendiririm	107	23,2
Daha sonra değerlendirmek üzere (derin dondurucuda vs.) saklarım	93	20,2
Toplam	413	89,6
*Cevap Vermeyen	48	10,4
Toplam	461	100,0

* Yurtta kalan öğrencilerin bu soruyu yanıtlamaları isteğe bağlı olarak bırakılmıştır.

Tazeliğini yitirmeye başlayan meyve ve sebzelerin durumu da israfa yol açan önemli durumlardandır. Katılımcıların bu durum ile ilgili verdikleri yanıtlar oransal olarak yakınlık göstermektedir. Bu durum meyve ve sebzeleri değerlendirmeye yönelik imkânların olmamasından kaynaklanabileceği gibi bu alternatifin kişilere zahmetli gelmesinden de kaynaklanabilmektedir. Bu nedenle meyve ve sebzelerin bozulmasına mahal vermeyecek şekilde az miktarda alınması daha uygulanabilir bir alternatif olarak sunulabilir.

Katılımcıların **Turizm İşletmelerinde İsrafın Fazla Olduğunu Düşünürüm** ifadesi ile ilgili olarak değerlendirmeleri istenmiş ve verilen yanıtlara ilişkin sonuçlar Tablo 26’da gösterilmiştir.

Tablo 26. Katılımcıların Turizm İşletmelerinde İsrafın Fazlalığına İlişkin Analiz Tablosu

Turizm İşletmelerinde İsrafın Fazla Olduğunu Düşünürüm		
	Frekans	Yüzde (%)
Hiçbir Zaman	3	0,7
Nadiren	33	7,2
Ara Sıra	58	12,6
Çoğunlukla	195	42,3
Her Zaman	172	37,3
Toplam	461	100,0

Katılımcılar yüksek oranda turizm işletmelerinde israfın fazla olduğu yönünde yanıt vermişlerdir. Yalnızca üç katılımcının hiçbir zaman yanıtı verdiği düşünüldüğünde turizm işletmelerinde israfın yüksek olduğu düşüncesi katılımcılar tarafından desteklenmiştir.

Katılımcıların **Turizm İşletmelerinde İsrafın Azaltılması Konusunda Tavsiyelerde Bulunurum** ifadesi ile ilgili olarak değerlendirmeleri istenmiş ve verilen yanıtlara ilişkin sonuçlar Tablo 27’de gösterilmiştir.

Tablo 27. Turizm İşletmelerinde İsrafın Azaltılması Konusuna İlişkin Analiz Tablosu

Turizm İşletmelerinde İsrafın Azaltılması Konusunda Tavsiyelerde Bulunurum		
	Frekans	Yüzde (%)
Hiçbir Zaman	56	12,1
Nadiren	77	16,7
Ara Sıra	137	29,7
Çoğunlukla	106	23
Her Zaman	85	18,4
Toplam	461	100,0

Turizm işletmelerinde israfın fazla olduğuna yönelik verilen yanıtlarla kıyaslandığında tavsiyede bulunduğunu belirten katılımcıların daha az oranda olduğu görülmektedir. Bu durum katılımcıların israfın fazla olduğunu düşünmelerine rağmen işletmelere bu konuda tavsiyede bulunmaktan çekindiklerini düşündürmektedir.

Katılımcıların **Turizm İşletmelerinde İsrafa Dikkat Çekmek İçin Çalışmaların Yapılması Gerekliğini Düşünüyorum** ifadesi ile ilgili olarak değerlendirmeleri istenmiş ve verilen yanıtlara ilişkin sonuçlar Tablo 28’de gösterilmiştir.

Tablo 28. İsrafa Dikkat Çekmek İçin Çalışmaların Yapılmasına İlişkin Analiz Tablosu

Turizm İşletmelerinde İsrafa Dikkat Çekmek İçin Çalışmaların Yapılması Gerekliğini Düşünüyorum		
	Frekans	Yüzde (%)
Hiçbir Zaman	6	1,3
Nadiren	20	4,3
Ara Sıra	34	7,4
Çoğunlukla	94	20,4
Her Zaman	307	66,6
Toplam	461	100,0

Katılımcılar yüksek oranda turizm işletmelerinde israfın fazla olduğunu düşünmekte, işletmelere bu konuda tavsiyede bulunma konusunda ise aynı oranlar görülmemektedir. Bunların yanında ise turizm işletmelerinde israfa dikkat çekmek için çalışmaların yapılması gerektiğini düşünen katılımcıların oranı da oldukça yüksek seviyelerdedir. Bu itibarla katılımcıların çoğunun turizm işletmelerinde israfın yüksek olduğu ve bu konuda çalışmaların yapılması gerektiğini düşündüğü görülmektedir.

Katılımcıların **Turizm İşletmelerinde Uygulanan 'Açık Büfe' Sisteminin İsrafa Neden Olduğunu Düşünüyorum** ifadesi ile ilgili olarak değerlendirmeleri istenmiş ve verilen yanıtlara ilişkin sonuçlar Tablo 29’da gösterilmiştir.

Tablo 29. Katılımcıların Açık Büfe Sistemine İlişkin Analiz Tablosu

Turizm İşletmelerinde Uygulanan 'Açık Büfe' Sisteminin İsrafa Neden Olduğunu Düşünüyorum		
	Frekans	Yüzde (%)
Hiçbir Zaman	15	3,3
Nadiren	36	7,8
Ara Sıra	76	16,5
Çoğunlukla	138	29,9
Her Zaman	196	42,5
Toplam	461	100,0

Katılımcıların büyük çoğunluğu tarafından turizm işletmelerindeki açık büfe uygulamasının israfa neden olduğu düşünülmektedir. Her zaman ve çoğunlukla yanıtı verenlerin oranı göz önüne alındığında açık büfe uygulaması yüksek oranda israf nedeni olarak görülmektedir.

Katılımcıların **Serpme Kahvaltı Uygulamasının İsrafa Neden Olduğunu Düşünürüm** ifadesi ile ilgili olarak değerlendirmeleri istenmiş ve verilen yanıtlara ilişkin sonuçlar Tablo 30’da gösterilmiştir.

Tablo 30. Katılımcıların Serpme Kahvaltı Uygulamasına İlişkin Analiz Tablosu

Serpme Kahvaltı Uygulamasının İsrafa Neden Olduğunu Düşünürüm		
	Frekans	Yüzde (%)
Hiçbir Zaman	26	5,6
Nadiren	40	8,7
Ara Sıra	84	18,2
Çoğunlukla	145	31,5
Her Zaman	166	36,0
Toplam	461	100,0

Açık büfe uygulaması olduğu gibi serpme kahvaltı uygulaması da israfa neden olan bir başka durum olarak görülmektedir. Katılımcıların yine büyük çoğunluğu serpme kahvaltı uygulamasının israfa neden olduğunu düşündüğünü belirtmiştir. İhtiyaçtan fazla ürünlerin sunulduğu serpme kahvaltı uygulamasında tüketilmeyen ürünlerin israf edilmesinin katılımcıların yanıtlarının şekillenmesinde etkili olduğu düşünülmektedir.

Katılımcıların **Turizm İşletmelerinde Ekmeklerin Küçültülmesinin İsrafı Azaltacağını Düşünüyorum** ifadesi ile ilgili olarak değerlendirmeleri istenmiş ve verilen yanıtlara ilişkin sonuçlar Tablo 31’de gösterilmiştir.

Tablo 31. Katılımcıların Ekmeklerin Küçültülmesine İlişkin Analiz Tablosu

Turizm İşletmelerinde Ekmeklerin Küçültülmesinin İsrafı Azaltacağını Düşünüyorum		
	Frekans	Yüzde (%)
Hiçbir Zaman	23	5,0
Nadiren	48	10,4
Ara Sıra	59	12,8
Çoğunlukla	148	32,1
Her Zaman	183	39,7
Toplam	461	100,0

Turizm işletmelerinde israfa neden olarak görülen ekmeklerin atılması durumu ile ilgili olarak ekmeklerin küçültülmesinin bu durumu azaltacağı düşüncesine katılımcıların yüksek ölçüde katıldığı görülmektedir. Ekmeklerin küçültülmesi tüketilebilecek ölçüde ekmek kullanımını sağlaması ve israfı azaltması bakımından uygulanabilir görülmektedir.

Katılımcıların **Turizm İşletmelerinde Yemek Porsiyonlarının Küçük Orta Büyük Şeklinde Sınıflandırılmasının Tabaklarda Kalan Yemek Artığı Miktarını Ve Gıda İsrafını Azaltacağını Düşünüyorum** ifadesi ile ilgili olarak değerlendirmeleri istenmiş ve verilen yanıtlara ilişkin sonuçlar Tablo 32’de gösterilmiştir.

Tablo 32. Yemek Porsiyonlarının Sınıflandırılmasına İlişkin Analiz Tablosu

Turizm İşletmelerinde Yemek Porsiyonlarının Küçük Orta Büyük Şeklinde Sınıflandırılmasının Tabaklarda Kalan Yemek Artığı Miktarını Ve Gıda İsrafını Azaltacağını Düşünüyorum		
	Frekans	Yüzde (%)
Hiçbir Zaman	13	2,8
Nadiren	31	6,7
Ara Sıra	60	13,0
Çoğunlukla	144	31,2
Her Zaman	213	46,2
Toplam	461	100,0

Ekmeklerin küçültülmesinin israfı azaltacağı düşüncesinde olduğu gibi yemek porsiyonlarının sınıflandırılmasının da israfı azaltacağı düşüncesine katılımcılar yüksek oranda olumlu yanıt vermiştir. Yemek artığını ve gıda israfını azaltması bakımından yemek porsiyonlarının sınıflandırılmasına katılımcıların büyük ölçüde her zaman ve çoğunlukla yanıtını verdikleri göz önüne alındığında bu alternatifin de uygulanabilir olduğu görülmektedir.

Katılımcıların **Gıda İsrafına İlişkin 'Tüketicilere Eğitim Verilmesinin İsrafın Azalması Konusunda Faydalı Olacağını Düşünüyorum** ifadesi ile ilgili olarak değerlendirmeleri istenmiş ve verilen yanıtlara ilişkin sonuçlar Tablo 33’te gösterilmiştir.

Tablo 33. Katılımcıların Tüketicilere Eğitim Verilmesine İlişkin Analiz Tablosu

Gıda İsrafına İlişkin 'Tüketicilere Eğitim Verilmesinin' İsrafın Azalması Konusunda Faydalı Olacağını Düşünüyorum		
	Frekans	Yüzde (%)
Hiçbir Zaman	13	2,8
Nadiren	21	4,6
Ara Sıra	64	13,9
Çoğunlukla	142	30,8
Her Zaman	221	47,9
Toplam	461	100,0

Katılımcılar, gıda israfının azaltılmasını sağlaması bakımından tüketicilere eğitim verilmesi ifadesine yarıya yakın oranda her zaman yanıtını vermişlerdir. Çoğunlukla yanıtını veren katılımcı sayısı da yüksek orandadır. Katılımcıların verdikleri yanıtlardan hareketle israfın azaltılmasında tüketicilere eğitim verilmesinin de önemli olduğu düşünülmektedir.

Katılımcıların **Gıda Tüketimi Esnasında İnsanların İhtiyaçları Doğrultusunda Hareket Etmesi Gerekliğini Düşünürüm** ifadesi ile ilgili olarak değerlendirmeleri istenmiş ve verilen yanıtlara ilişkin sonuçlar Tablo 34’te gösterilmiştir.

Tablo 34. İhtiyaçlar Doğrultusunda Hareket Edilmesine İlişkin Analiz Tablosu

Gıda Tüketimi Esnasında İnsanların İhtiyaçları Doğrultusunda Hareket Etmesi Gerekliğini Düşünürüm		
	Frekans	Yüzde (%)
Hiçbir Zaman	2	0,4
Nadiren	9	2,0
Ara Sıra	35	7,6
Çoğunlukla	124	26,9
Her Zaman	291	63,1
Toplam	461	100,0

Gıda israfının azaltılmasına yönelik gıda tüketimi esnasında ihtiyaç doğrultusunda hareket edilmesi en önemli durumlardan biri olarak görülmektedir. Katılımcıların yüzde doksan oranla her zaman ve çoğunlukla yanıt verdikleri görülmüştür. Bu sonuç ihtiyaca uygun hareket edilmesinin gıda israfının azaltılmasında önemli bir durum olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların **Gıda Alışverişine Çıkmadan Önce Alışveriş Listesi Hazırlanması Gerekliğini Düşünürüm** ifadesi ile ilgili olarak değerlendirmeleri istenmiş ve verilen yanıtlara ilişkin sonuçlar Tablo 35’te gösterilmiştir.

Tablo 35. Katılımcıların Alışveriş Listesi Hazırlanmasına İlişkin Analiz Tablosu

Gıda Alışverişine Çıkmadan Önce Alışveriş Listesi Hazırlanması Gerekliğini Düşünürüm		
	Frekans	Yüzde (%)
Hiçbir Zaman	3	0,7
Nadiren	11	2,4
Ara Sıra	40	8,7
Çoğunlukla	89	19,3
Her Zaman	318	69,0
Toplam	461	100,0

Gıda alışverişine çıkmadan önce alışveriş listesi hazırlanması gerektiği ifadesine katılımcıların yüksek düzeyde katıldıkları görülmüştür. Alışveriş listesi hazırlanması ihtiyaca uygun hareket etmeyi kolaylaştırdığından ihtiyaç olmayan gıda ürünlerinin alınmasını ve sonrasında israf edilmesini önlemektedir. Katılımcıların alışveriş listesi hazırlanmasını önemsedikleri bu konuda farkındalık düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların **Gıdaların İhtiyaç Ölçüsünde, Tüketilebilecek Miktarda Satın Alınmasının Önemli Olduğunu Düşünürüm** ifadesi ile ilgili olarak değerlendirmeleri istenmiş ve verilen yanıtlara ilişkin sonuçlar Tablo 36’da gösterilmiştir.

Tablo 36. Gıdaların Tüketilebilecek Miktarda Satın Alınmasına İlişkin Analiz Tablosu

Gıdaların İhtiyaç Ölçüsünde, Tüketilebilecek Miktarda Satın Alınmasının Önemli Olduğunu Düşünürüm		
	Frekans	Yüzde (%)
Hiçbir Zaman	1	0,2
Nadiren	7	1,5
Ara Sıra	21	4,6
Çoğunlukla	101	21,9
Her Zaman	331	71,8
Toplam	461	100,0

Gıda ürünlerinin tüketilebilecek miktarda satın alınması konusunda katılımcılar her zaman ve çoğunlukla yanıtlarını çok yüksek oranlarda vermişlerdir. Verilen yanıtlardan hareketle katılımcıların gıda ürünlerini ihtiyaç ölçüsünde satın almanın önemli olduğunu düşündükleri sonucuna ulaşılmaktadır.

Katılımcıların **Tüketeceğimiz Miktarda Yemek Pişirilmesi Gerektiğini Düşünürüm** ifadesi ile ilgili olarak değerlendirmeleri istenmiş ve verilen yanıtlara ilişkin sonuçlar Tablo 37’de gösterilmiştir.

Tablo 37. Tüketilebilecek Miktarda Yemek Pişirilmesine İlişkin Analiz Tablosu

Tüketeceğimiz Miktarda Yemek Pişirilmesi Gerektiğini Düşünürüm		
	Frekans	Yüzde (%)
Hiçbir Zaman	0	0
Nadiren	4	0,9
Ara Sıra	18	3,9
Çoğunlukla	96	20,8
Her Zaman	343	74,4
Toplam	461	100,0

İhtiyaç ölçüsünde alınması kadar, gıda ürünlerinin tüketilebilecek ölçüde pişirilmesi de israfın azaltılması konusunda önem arz eden durumlardandır. Katılımcılar tarafından verilen yanıtlar bu durumu destekler nitelikte olmuştur. Her zaman yanıtı katılımcıların yaklaşık dörtte üçü tarafından verilmiş ve yemeklerin tüketilecek ölçüde pişirilmesi gerektiği düşüncesi kabul görmüştür.

Katılımcıların **Turizm İşletmelerinde Tabaklarda Kalan Yemeklerin Sokak Hayvanlarına Verilmesi Konusunda Tavsiyede Bulunurum** ifadesi ile ilgili olarak değerlendirmeleri istenmiş ve verilen yanıtlara ilişkin sonuçlar Tablo 38’de gösterilmiştir.

Tablo 38. Tabaklarda Kalan Yemeklere İlişkin Analiz Tablosu

Turizm İşletmelerinde Tabaklarda Kalan Yemeklerin Sokak Hayvanlarına Verilmesi Konusunda Tavsiyede Bulunurum		
	Frekans	Yüzde (%)
Hiçbir Zaman	16	3,5
Nadiren	32	6,9
Ara Sıra	53	11,5
Çoğunlukla	87	18,9
Her Zaman	273	59,2
Toplam	461	100,0

Turizm işletmelerinde tabaklarda kalan yemeklerin çöpe atılmak yerine sokak hayvanlarına verilmesi bir alternatif olarak düşünülebilir. Bu doğrultuda işletmelere tavsiyede bulunduğunu belirten katılımcıların yüksek olması olumlu bir durum olarak görülmektedir. Söz konusu uygulamayı kişilerin tek başlarına yapmalarındansa turizm işletmeleri tarafından belirli bir düzen dâhilinde yapılmasının daha faydalı olacağı düşünülmektedir.

Katılımcıların **Turizm İşletmeleri ve Marketlerden Alınan Gıda Ürünlerinin İhtiyaç Sahipleri, Yurtlar ya da Darülaceze Gibi Kurumlara Ulaşmasını Sağlayacak Gıda Bankası Kurulmasının İyi Olacağını Düşünüyorum** ifadesi ile ilgili olarak değerlendirmeleri istenmiş ve verilen yanıtlara ilişkin sonuçlar Tablo 39’da gösterilmiştir.

Tablo 39. Katılımcıların Gıda Bankası Kurulmasına İlişkin Analiz Tablosu

Turizm İşletmeleri ve Marketlerden Alınan Gıda Ürünlerinin İhtiyaç Sahipleri, Yurtlar ya da Darülaceze Gibi Kurumlara Ulaşmasını Sağlayacak Gıda Bankası Kurulmasının İyi Olacağını Düşünüyorum		
	Frekans	Yüzde (%)
Hiçbir Zaman	13	2,8
Nadiren	19	4,1
Ara Sıra	40	8,7
Çoğunlukla	140	30,4
Her Zaman	249	54,0
Toplam	461	100,0

Yemek hizmeti sunan yerlerde fazla kalan tüketime uygun yiyeceklerin ve gıda ürün satışı yapan yerlerdeki bozulmaya yakın ürünlerin israf edilmesinin engellenmesi ve ihtiyaç sahiplerine ulaştırılması amacıyla gıda bankalarının kurulması düşüncesi önemli olarak düşünülmektedir. Bu düşünceye katılımcılar yine yüksek oranda olumlu görüş bildirmişlerdir.

Katılımcıların **Artan Yemeklerin Ertesi Gün de Yenebileceğini Düşünürüm** ifadesi ile ilgili olarak değerlendirmeleri istenmiş ve verilen yanıtlara ilişkin sonuçlar Tablo 40'ta gösterilmiştir.

Tablo 40. Katılımcıların Artan Yemeklere İlişkin Analiz Tablosu

Artan Yemeklerin Ertesi Gün de Yenebileceğini Düşünürüm		
	Frekans	Yüzde (%)
Hiçbir Zaman	3	0,7
Nadiren	23	5,0
Ara Sıra	63	13,7
Çoğunlukla	129	28,0
Her Zaman	249	52,7
Toplam	461	100,0

Artan yemeklerin ertesi gün de yenebileceğine yönelik katılımcılar tarafından verilen yanıtlar göz önüne alındığında artan yemeklerin atılmak ertesi gün tüketilmek üzere uygun koşullarda saklanması uygulanabilir bir davranış biçimi olduğunu söylemek mümkündür.

Katılımcıların **Fazla Gıdaların Dondurucuya Kaldırılması Gerektiğini Düşünürüm** ifadesi ile ilgili olarak değerlendirmeleri istenmiş ve verilen yanıtlara ilişkin sonuçlar Tablo 41'de gösterilmiştir.

Tablo 41. Fazla Gıdaların Dondurucuya Kaldırılmasına İlişkin Analiz Tablosu

Fazla Gıdaların Dondurucuya Kaldırılması Gerektiğini Düşünürüm		
	Frekans	Yüzde (%)
Hiçbir Zaman	7	1,5
Nadiren	20	4,3
Ara Sıra	66	14,3
Çoğunlukla	149	32,3
Her Zaman	219	47,5
Toplam	461	100,0

Tüketilmeyen yemeklerin ve fazla kalan gıdaların atılmak yerine sonrasında değerlendirilmek üzere uygun koşullarda saklanması düşüncesine katılımcıların yarısına yakını her zaman seçeneği ile katılım göstermiştir. Uygun saklama koşullarını oluşturmak, gıda ürünlerinin bozulmasının önüne geçerek bu nedenle oluşabilecek gıda israfının azalmasına katkı sunmaktadır. Fazla gıdaların da dondurucuya kaldırılarak muhafaza edilmesi ve sonrasında tekrardan kullanılması mümkünken gıdaların çöpe atılması doğru bulunmamaktadır.

Katılımcıların **Gıdaların Kalan Bölümünün Yemek Yapımında Değerlendirilebileceğini Düşünürüm** ifadesi ile ilgili olarak değerlendirmeleri istenmiş ve verilen yanıtlara ilişkin sonuçlar Tablo 42’de gösterilmiştir.

Tablo 42. Gıdaların Kalan Bölümünün Değerlendirilebileceğine İlişkin Analiz Tablosu

Gıdaların Kalan Bölümünün Yemek Yapımında Değerlendirilebileceğini Düşünürüm		
	Frekans	Yüzde (%)
Hiçbir Zaman	10	2,2
Nadiren	21	4,6
Ara Sıra	77	16,7
Çoğunlukla	155	33,6
Her Zaman	198	43,0
Toplam	461	100,0

Farklı ürünler için kullanılabilecek alternatif yöntemlerin öğrenilmesi ve uygulanması, gıda ürünlerinin atılma oranlarını azaltmaya katkı sağlayacaktır. Buna ilişkin, katılımcılara yöneltilen gıdaların kalan bölümünün yemek yapımında değerlendirilebileceğini düşünürüm ifadesine verilen yanıtlardan hareketle kalan gıdaların farklı gıda ürünleri hazırlanmasında kullanılabilesinin mümkün olduğu söylenebilir.

Katılımcıların **Gıdaların Kalan Bölümünün Yem Olarak Hayvanlara Verilebileceğini Düşünürüm** ifadesi ile ilgili olarak değerlendirmeleri istenmiş ve verilen yanıtlara ilişkin sonuçlar Tablo 43’te gösterilmiştir.

Tablo 43. Gıdaların Kalanının Hayvanlara Verilebileceğine İlişkin Analiz Tablosu

Gıdaların Kalan Bölümünün Yem Olarak Hayvanlara Verilebileceğini Düşünürüm		
	Frekans	Yüzde (%)
Hiçbir Zaman	1	0,2
Nadiren	12	2,6
Ara Sıra	43	9,3
Çoğunlukla	111	24,1
Her Zaman	294	63,8
Toplam	461	100,0

Ölçekte yer alan ifadelerin sonuncusu olan gıdaların kalan bölümünün yem olarak hayvanlara verilebileceği düşüncesine olumsuz yanıt veren katılımcı sayısı çok az olmuştur. Katılımcıların yanıtları sonucunda gıdaların çöpe atılması yerine yem olarak hayvanlara verilmesinin tercih edilmesi gerektiği söylenebilir. İsrafin oluşmaması ve fazla gıda ürünü oluşmaması öncelikli amaç olarak belirlenmelidir. Buna karşın oluşan fazla gıda ürünlerini ise çöpe atmak yerine hayvanların beslenmesi gibi yöntemler tercih edilmelidir.

4.7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Gıda israfı, küresel olarak giderek büyüyen bir problem olarak karşımıza çıkmakta ve sürdürülebilirlik açısından tüm ülkeler için olumsuz durumlara yol açabilecek önemli sorunlar arasında yer almaktadır. Dünya üzerinde bulunan herkes için yeterli olacak miktarda gıda ürünü üretilmesine karşın bu ürünlere ulaşma konusunda problem yaşayanların sayısı bir hayli fazladır. Bir tarafta açlığa bağlı sebeplerle hayatını kaybeden insanların olduğu düşünüldüğünde, diğer tarafta israf edilen gıda ürünleri miktarının oldukça yüksek olması, dünya genelinde yaşanan ve acil olarak önlem alınması gereken bir problem olarak görülmektedir.

İnsanların ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla gıda üretiminin yapılmasında kullanılan kaynaklar giderek azalmakta ve bu durum gıdaların sürdürülebilirliği açısından problemlere yol açmaktadır. Kaynakların etkin ve verimli kullanılabilmesi önem arz eden hususlardandır. Bir yanda üretim aşamasında kaynakların kullanımı konusunda sıkıntılar mevcut iken diğer tarafta tüketime yönelik gıda ürünlerinin üçte biri civarında israf edildiği sonuçları görülmektedir. Yeryüzünde açlığa bağlı sebeplerle binlerce insanın hayatını kaybettiği günümüzde israf edilen gıdaların dörtte birinin kurtarılması durumunda milyonlarca insanın açlık sorunu giderilmesinin mümkün olduğu belirtilmektedir.

Gıda israfının azaltılması, sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi, toplumların ekonomik anlamda yaşadıkları kayıpların önüne geçilebilmesi için ve gıda ürünlerinin üretilmesi için kullanılan kaynakların ve verilen emeklerin boşa gitmemesi için önemlidir. Herkes tarafından bir şeyler yapılması gerekli olan bir problem haline gelen israfın önlenmesi birçok anlamda olumlu katkılar sağlayacaktır.

Yapılan toplam israfın boyutu ve sonuçları kısa vadede fark edilmediğinden kişilerin konuya ilişkin farkındalık düzeyleri yeterli düzeyde olmamaktadır. İsrafı önleme ve azaltma çalışmalarından sonuç alınabilmesi için insanlarda ekonomik, sosyal, çevresel ve kültürel olarak farkındalık oluşturulması önemli bir durum olarak görülmektedir.

İnsanların hayatlarının herhangi bir alanında yaptıkları israf davranışları diğer alanları da etkilemektedir. İnsan faktörü hem üretim aşamasında hem de tüketim aşamasındaki en önemli faktör olarak yer almaktadır. Bu doğrultuda insanların farkındalık ve bilinç düzeylerinin artırılması ile israf gibi problemlerin çözülmesinin kolaylaşacağı düşünülmektedir.

Bu araştırma, turizm sektöründe personel ve müşteri olarak bulunabilecek kişilerin gıda tüketimi ve gıda israfı ile ilgili algı ve tutumlarının belirlenmesinin yanında katılımcılarda farkındalık oluşturulmasına katkı sağlamak amacı ile yapılmıştır. Turizm işletmelerinde ve

turizm işletmelerinin bulunduğu bölgelerde gıda israfı miktarının daha fazla olmasından hareketle, potansiyel turizm işletmesi çalışanı olmaları, turizm işletmelerinde staj gibi nedenlerle bulunmaları ve her birinin birer turist adayı olmaları göz önüne alınarak turizm eğitimi alan öğrenciler çalışmanın evreni olarak belirlenmiştir.

Araştırma evrenini temsilen Türkiye'nin her bölgesinden farklı eğitim düzeylerinde turizm eğitimi alan öğrencilerden oluşan katılımcılar örneklem olarak alınmıştır.

Araştırmanın evreni olarak belirlenen turizm öğrencilerinin hem bireysel olarak yapılan israf durumuna hem de turizm işletmelerindeki israf durumuna yönelik algı ve tutumları belirlenmektedir. Gıda israfının turizm işletmelerinde ve evlerde yoğun olduğu düşünüldüğünde bu iki alanda birden bulunma durumu olan turizm öğrencilerinin konuya ilişkin algı ve tutumlarının belirlenmesi önem taşımaktadır. Araştırmada yer alan bilgilerin ve alan uygulaması sonucu elde edilen verilerin bu alanda yapılması düşünülen çalışmalara fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırmada örneklem olarak belirlenen katılımcıların demografik özellikleri ile gıda tüketimi ve gıda israfına yönelik algı ve tutumlarının ölçülmesi amacıyla soruların yer aldığı formlar kullanılarak anket uygulaması yapılmıştır. Toplanan anketlerden değerlendirme dışı bırakılanlar dışında geçerli kabul edilen ölçek formları ile elde edilen veriler SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen bulgular, tablolaştırılarak verilmiş ve ulaşılan sonuçlar yorumlanmıştır.

Katılımcılara yönelik demografik bulgular incelendiğinde verileri kullanılan toplam 461 katılımcının % 61 (n=281) oranında kadın, % 39 oranında (n=180) erkek olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda ankete katılım konusunda kadın öğrencilerin daha duyarlı olduğunu ifade etmek mümkündür.

Katılımcıların % 55,5 oranında (n=256) 19-23 yaş aralığında, % 20,6 oranında (n=95) 13-18 yaş aralığında, % 16,3 oranında (n=75) 24-29 yaş aralığında, % 4,3 oranında (n=20) 30-35 yaş aralığında ve % 3,3 oranında (n=15) 36 ve üzeri yaş aralığında olduğu görülmektedir. Her yaş grubundan katılımcı olması konunun yalnızca belli bir yaş grubu açısından değil, geniş bir yaş aralığında bulunan katılımcılar tarafından yorumlandığını göstermesi açısından olumlu bir durum olarak ifade edilebilir.

Katılımcıların, % 33,4 oranında (n=154) ön lisans öğrencisi, % 28,9 oranında (n=133) lisans öğrencisi, % 23,9 oranında (n=110) lise öğrencisi ve % 13,9 oranında (n=64) lisansüstü öğrenci olduğu görülmektedir. Eğitim derecelerinin tümünden katılımcıların olması, konunun her düzeyde turizm eğitimi almakta olan öğrenciler tarafından değerlendirilmesine imkân sağlamaktadır.

Katılımcıların, % 60,5 oranında (n=279) ailesi ile evde kaldığı, % 19,1 oranında (n=88) yurttan kaldığı, % 11,3 oranında (n=52) arkadaşlarıyla evde kaldığı ve % 9,1 oranında (n=42) tek başına evde kaldığı görülmektedir. Yurttan kalan öğrencilerin evde pişen yemeklerin durumu ve alışveriş yapma sıklıkları gibi soruları yanıtlaması isteğe bırakılmıştır. Ailesi ile evde kalanların oranı, öngörüldüğü üzere yüksek seviyede olmuştur.

Katılımcıların, % 67,5'inin (n=311) turizm işletmelerinde staj ya da çalışma deneyimi olduğu, % 32,5'inin (n=150) ise bu alanda deneyimi olmadığı görülmektedir. Çalışma deneyimi olmadığını belirtenlerden bazıları ile yapılan görüşmelerde birinci sınıf olmaları, henüz staj yapmamış olmaları ve çalışmak için üst sınıflara geçmeyi beklemeleri gibi nedenler ifade edilmiştir.

Katılımcıların, gıda tüketimi ve israfına yönelik algı ve tutumlarının ölçülmesi amacıyla ölçekte yer alan ifadelerden ilki olarak, israfı hangisi ya da hangileri ile tanımladıkları sorulmuş ve soruya birden çok yanıt verebilecekleri belirtilmiştir. Katılımcıların, % 26,5 oran ile en fazla **Çöpe Atmak/Ziyan Etmek** cevabı verdikleri, % 23,4 oran ile **Gereksiz Harcama** cevabı verdikleri, % 21,1 oran ile **İhtiyaç Olmadığı Halde Satın Almak**, % 16,3 oran ile **Aşırı Tüketim** ve % 12,7 oran ile **Tasarruf Yapmamak** cevabı verdikleri görülmüştür.

Gıdaların çöpe atılma durumları ile ilgili olarak katılımcılar % 63,3 gibi yüksek bir oranda **Nadiren Atarım** cevabı verirken % 18,4 oranında **Hiçbir Zaman Çöpe Atmam**, % 14,5 oranında **Bazen Atarım**, % 2,6 oranında **Sıklıkla Atarım** ve % 1,1 oranında **Her Zaman Atarım** yanıtlarının verildiği görülmektedir.

Gıdaların çöpe atılma nedenlerine ilişkin olarak, yine katılımcılara birden fazla seçenek işaretleyebilecekleri belirtilerek verilen seçeneklerden en fazla % 44,0 oranında **Bozulması** yanıtı verilmiştir. **Tüketilememesi** seçeneği % 23,9 oranında, **Fazla Satın Alınması/Pişirilmesi** % 14,4 oranında, **Sürekli Taze Gıda Tüketme İsteği** % 13,7 oranında, **Saklama Yeri Olmaması** seçeneği ise % 4,6 oranında işaretlenmiştir. Bu durum gıda ürünlerinin ihtiyaçtan fazla alındığı ve tüketilememesi sonucunda bozulması nedeniyle atıldığı durumunu göstermesi açısından önemli bir madde olarak görülmektedir.

Tabağa alınan yemeklerin bitirilme durumuna dair katılımcılara sorulan seçeneklerden en fazla işaretlenen seçenek % 69,9 oran ile **Aldığım Yemeklerin Hepsini Bitiririm** olurken **Çoğunlukla Bitiremem**, **Hayvanlara Verilmek Üzere Değerlendiririm** seçeneği ise %17,1 oran ile ikinci seçenek olmuştur. **Bazen Bitiririm**, **Bazen Çöpe Atarım** yanıtını verenlerin oranı % 11,7, **Çoğunlukla Bitiremem**, **Çöpe Atarım** diyenlerin oranı ise %1,3 olarak hesaplanmıştır. Tabağa alınan yiyeceklerin bitirilme oranının yüksek olması israfın bu boyutunda farkındalık olduğunu göstermektedir.

Katılımcılara ekmek tüketim davranışları ile ilgili verilen seçeneklerden **Ekmeğin Tümünü Bitiremiyoruz, Kalan Bölümü Değerlendiriyoruz** seçeneği % 61,8 oranında yanıtlanmıştır. **Ekmeğin Tümünü Bitiriyoruz** seçeneği % 28,0 oranında işaretlenirken **Kalan Bölümü Bazen Çöpe Atıyoruz, Bazen Değerlendiriyoruz** seçeneği % 6,3 oranında, **Ekmeğin Tümünü Bitiremiyoruz, Kalan Bölümü Çöpe Atıyoruz** seçeneği ise % 3,9 oranında işaretlenmiştir. Katılımcıların vermiş oldukları yanıtlar doğrultusunda ekmeğin atılma oranının düşük, bitirilme ve bitirilemezse bile değerlendirilme oranının yüksek olması ekmek israfı konusunda bilinç sahibi oldukları şeklinde yorumlanabilir.

Temel gıda alışverişlerinin hangi zaman sıklığıyla yapıldığı sorusuna katılımcıların % 32,3'ü **Haftada Bir**, % 22,6'sı **İki Haftada Bir**, yine % 22,6'sı **Ayda Bir** yanıtını vermiştir. **2-3 Günde Bir** yanıtını verenlerin oranı % 8,9 olurken **Her Gün** yanıtını verenlerin oranı ise % 3,5 oranında olmuştur. Yurtta kalan öğrencilerin bu soruyu yanıtlaması zorunlu olmadığından % 10,2 oranına denk gelen 47 katılımcı bu soruya yanıt vermemiştir.

Evde pişen yemeklerin tüketilme durumuna ilişkin katılımcılar % 41,4 oranında **Evimizde Pişen Yemeklerin Hepsini Her Zaman Bitiremiyoruz, Değerlendiriyoruz**, % 26,7 oranında ise **Evimizde Pişen Yemeklerin Hepsini Bitiriyoruz** yanıtını vermiştir. **Evimizde Pişen Yemeklerin Hepsini Her Zaman Bitiremiyoruz, Bazen Çöpe Atıyoruz, Bazen Başka Yemeklerde Değerlendiriyoruz** yanıtını verenlerin oranı % 16,7, **Evimizde Pişen Yemeklerin Hepsini Her Zaman Bitiremiyoruz, Çöpe Atıyoruz** yanıtını verenlerin oranı ise % 3,9 olmuştur. Yanıtlanması zorunlu olmayan bu soruyu yanıtlayan toplam oranın % 89,7 olduğu göz önüne alındığında evde pişen yemeklerin israf edilme oranının düşük olduğu yemeklerin bitirilme ya da değerlendirilme oranlarının yüksek olduğu görülmektedir.

Yanıtlanması yurtta kalan öğrenciler için isteğe bağlı olan bir diğer soru olarak tazeliğini yitirmeye başlayan meyve ve sebzelerin durumları sorulmuştur. Cevaplar analiz edildiğinde birbirine yakın oranların olduğu görülmektedir. Tazeliğini yitirmeye başlayan meyve ve sebzeleri **Çorba, Meyve Suyu vb. Yaparak Değerlendiririm** seçeneği % 26,2 oran ile işaretlenmiştir. **Bazen Çöpe Atarım, Bazen Çorba, Meyve Suyu vb. Yaparak Değerlendiririm** diyenlerin oranı % 23,2, **Daha Sonra Değerlendirmek Üzere (Derin Dondurucuda vs.) Saklarım** seçeneğini işaretleyenlerin oranı % 20,2 olurken **Tazeliğini Yitirmeye Başlayan Meyve ve Sebzeleri Çöpe Atarım** diyenlerin oranı % 20,0 olmuştur. Cevap vermeyenlerin oranı % 10,4 olarak hesaplanmıştır. Tazeliğini yitirmeye başlayan meyve sebzelerin durumuyla ilgili verilen yanıtların oranlarının birbirine yakın olduğu görülmektedir. Bu durum, katılımcıların farkındalık düzeylerinden kaynaklanabileceği gibi meyve ve sebzeleri değerlendirme imkânlarının olmayışından da kaynaklanabileceği düşünülmektedir.

Katılımcıların demografik özelliklerinin ve israfa ilişkin tutumlarının belirlenmesi amacıyla ölçekte yer alan sorular ve ifadelerden sonra algılarının belirlenmesi amacı ile 18 ifade verilmiş ve katılımcıların ifadelere ilişkin değerlendirmeleri istenmiştir.

Turizm işletmelerinde israfın fazla olduğunu düşünürüm şeklinde verilen ilk ifade ile ilgili olarak katılımcıların % 42,3 oranında çoğunlukla, % 37,3 oranında ise her zaman yanıtını verdikleri görülmüştür. Ara sıra yanıtını verenlerin oranı % 12,6, nadiren yanıtını verenlerin oranı % 7,2 hiçbir zaman yanıtını verenlerin oranı ise % 0,7 olarak hesaplanmıştır. Katılımcıların büyük çoğunluğunun turizm işletmelerinde israfın fazla olduğu ifadesini desteklediği görülmüştür.

Turizm işletmelerinde israfın fazla olduğu ve en fazla israfın gıda alanında yapıldığı belirtilen çalışmalarla benzerlik gösteren sonuçlar bu işletmelerdeki israfa yönelik çalışmaların artırılması gerektiğini göstermektedir (Filimonau ve Delysia, 2019, s.235-242). Turizm işletmelerinde israfın fazla olduğunu düşünen büyük kitlenin israfın azaltılması veya engellemesi için herhangi bir çaba içerisinde olup olmadıkları aşağıdaki iki ifade ile ölçülmeye çalışılmıştır.

Turizm işletmelerinde israfın azaltılması konusunda tavsiyelerde bulunurum ifadesine ilişkin katılımcılar % 29,7 oranında ara sıra, % 23 oranında çoğunlukla, % 18,4 oranında ise her zaman yanıtını vermişlerdir. Nadiren yanıtı verenlerin oranı % 16,7 olurken hiçbir zaman seçeneğini işaretleyenlerin oranı ise %12,1 olarak belirlenmiştir. Bu durum katılımcıların israfın fazla olduklarını düşünmelerine rağmen israf davranışına karşı bir tavsiye davranışında bulunmaktan çekindiklerini düşündürmektedir.

Turizm işletmelerinde israfa dikkat çekmek için çalışmaların yapılması gerektiğini düşünüyorum ifadesine yüksek oranda katılımcı tarafından olumlu yanıt verilmiştir. Katılımcıların % 66,6'sı her zaman, % 20,4'ü ise çoğunlukla yanıtını vermiştir. Katılımcılar tarafından % 7,4 oranında ara sıra, % 4,3 oranında nadiren ve % 1,3 oranında hiçbir zaman yanıtı verildiği görülmüştür. Bu sonuçlar değerlendirildiğinde ilk sorudaki israfın fazla olduğu düşünceleri ile aynı doğrultuda sonuçlar ortaya çıktığı görülmektedir.

Turizm işletmelerinde uygulanan açık büfe yemek sisteminin israfa neden olduğunu düşünüyorum ifadesine verilen yanıtlar incelendiğinde her zaman seçeneği % 42,5 oranında, çoğunlukla seçeneği ise % 29,9 oranında işaretlenmiştir. Katılımcıların % 16,5'i ara sıra, %7,8'i nadiren ve %3,3'ü hiçbir zaman seçeneklerini işaretlemiştir. Turizm işletmelerindeki israfın önemli bir kısmının gerçekleştiği düşünülen servis aşamasında uygulanan açık büfe sisteminin gıda israfına neden olduğu görüşüne katılımcıların yüksek oranda katıldığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Gıda israfı konusunda tartışılan bir başka durum olarak serpm kahvaltı uygulamasının değerlendirilmesi istenmiştir. Katılımcıların % 36'sı her zaman, % 31,5'i çoğunlukla yanıtını vererek serpm kahvaltı uygulamasının israfa neden olduğu görüşüne katıldıklarını belirtmiştir. Ara sıra yanıtını verenlerin oranı % 18,2, nadiren yanıtını verenlerin oranı % 8,7 olurken hiçbir zaman yanıtını verenlerin oranı ise % 5,6 olarak belirlenmiştir. Serpm kahvaltı uygulaması, sunumu zenginleştirmek için ihtiyaçtan fazla ürünlerin tüketiciye sunulmasına dayalı bir sistem olması bakımından israfa neden olduğu gerekçesi ile eleştirilmektedir.

Gıda israfı ile ilgili olarak üzerinde durulan en önemli sorunlardan biri olan ekmek ile ilgili olarak; porsiyonların küçültülmesi, dilimlenerek tüketilmesi ve kullanılmayan ekmeklerin uygun koşullarda saklanarak sonrasında değerlendirilmesi gibi tavsiyeler verilmektedir. Katılımcıların turizm işletmelerinde ekmeklerin küçültülmesinin israfı azaltacağını düşünüyorum ifadesine yönelik düşünceleri incelendiğinde her zaman seçeneğinin % 39,7, çoğunlukla seçeneğinin % 32,1 oranında işaretlendiği görülmüştür. İfadeye ara sıra seçeneği ile yanıt verenlerin oranı % 12,8 nadiren şeklinde yanıt verenlerin oranı % 10,4 ve hiçbir zaman diyenlerin oranı ise %5,0 olarak görülmüştür. Katılımcıların büyük çoğunluğunun ekmek porsiyonlarının küçültülmesinin israfı azaltacağı ifadesini desteklediği sonucu elde edilmiştir.

Turizm işletmelerinde servis aşamasında ekmeğin yanında yemek porsiyonlarının da küçültülmesi tartışılan konular arasında yer almaktadır. Bu doğrultuda katılımcılara yemek porsiyonlarının küçük orta büyük şeklinde sınıflandırılmasının israfı azaltacağını düşünüyorum ifadesi sunulmuş ve yanıtları istenmiştir. Katılımcılar % 46,2 oran ile her zaman, % 31,2 oran ile çoğunlukla yanıtını vererek bu ifadeye yüksek oranda katılım göstermişlerdir. Bunun yanında % 13,0 oran ile ara sıra, % 6,7 oran ile nadiren ve % 2,8 oran ile hiçbir zaman yanıtını vermişlerdir. Toplu yemek hizmeti verilen yerlerde yemek porsiyonlarının standart olmasından ziyade farklı boyutlarda sunulmasının israfı azaltacağı düşüncesi katılımcıların verdiği cevapların analiz edilmesi ile desteklenmiştir.

Kurumsal önlemlere rağmen tüketicilerin israf bilinci düzeylerinin düşük olması gıda israfının yüksek boyutlara ulaşmasına neden olmaktadır (Özdemir ve Güçer, 2018, s.285-295). Gıda israfını önleme ve azaltmada önemli bir durum olarak görülen tüketicilere eğitim verilmesinin israfın azalması konusunda fayda sağlayacağı düşüncesine katılımcıların % 47,9 gibi yüksek bir oranla her zaman, % 30,8 oran ile de çoğunlukla yanıtını verdikleri görülmüştür. Ara sıra yanıtını veren katılımcıların oranı % 13,9, nadiren yanıtını verenlerin oranı % 4,6 ve hiçbir zaman yanıtını verenlerin oranı % 2,8 olarak hesaplanmıştır. İsrafın oluşmasında ve azalmasında en önemli faktör olarak görülen insan faktörünün israf konusunda bilinçlenmesinin israfın azalması konusunda faydalı olacağı düşünülmektedir.

İsrafa neden olan davranışların başında sayılabilecek ihtiyaca uygun hareket etmeme konusunda katılımcılara insanların gıda tüketimi esnasında ihtiyaçları doğrultusunda hareket etmesi gerektiği ifadesine katılım seçenekleri sorulmuştur. Katılımcıların tamamına yakını ihtiyaca uygun hareket edilmesi gerektiği yönünde görüş bildirmiştir. Çok yüksek bir katılım değeri olarak ifade edilebilecek % 63,1 oranında katılımcı tarafından her zaman yanıtı verilirken % 26,9 oranı ile ise çoğunlukla yanıtı verilmiştir. Katılımcıların % 7,6'sı ara sıra, % 2,0'si nadiren yanıtı vermiştir. Hiçbir zaman seçeneğini işaretleyen iki katılımcının oranı ise % 0,4 olarak belirlenmiştir.

Gıda israfının azalmasına katkı sağlaması ve ihtiyaca uygun hareket edilmesinin mümkün kılınabilmesi bakımından alışverişe çıkmadan önce liste hazırlanmasının önemli olduğunu söylemek mümkündür. Bu doğrultuda katılımcılara alışverişten önce alışveriş listesi hazırlanması gerektiğini düşünürüm ifadesi verilmiş ve katılım değerleri analiz edilmiştir. Yapılan değerlendirmeler sonucunda % 69 oranında katılımcı her zaman seçeneği ile % 19,3 oranında katılımcı ise çoğunlukla seçeneği ile bu düşünceye çok yüksek oranda katıldıklarını belirtmiştir. Ara sıra seçeneğini işaretleyen katılımcı oranı 8,7, nadiren yanıtı verenlerin oranı % 2,4 ve hiçbir zaman yanıtı verenlerin oranı % 0,7 olarak hesaplanmıştır.

İhtiyaca uygun hareket edilmesi ve alışveriş listesi hazırlanması maddeleri ile ilişkili olarak gıda ürünlerinin tüketilebilecek ölçülerde alınması da israfın azalmasında önemli bir durum olarak görülmektedir. Gıdaların ihtiyaç ölçüsünde, tüketilebilecek miktarda satın alınmasının önemli olduğunu düşünürüm ifadesine %71,8 gibi çok yüksek bir katılımcı her zaman yanıtını vermiştir. Çoğunlukla yanıtını veren katılımcı oranı % 21,9, ara sıra yanıtını verenlerin oranı % 4,6 olmuştur. Nadiren seçeneğini işaretleyenlerin oranı % 1,5 olarak hesaplanırken hiçbir zaman yanıtı veren yalnızca 1 katılımcı olmuş ve % 0,2 oranda kalmıştır.

Tüketicilerin yemeklerden memnun olmasına rağmen aynı yemekleri israf ettiklerinin belirlendiği çalışmadan görüldüğü üzere, planlama ve tüketiciye uygunluk israfın azaltılmasında gerekli görülmektedir (Carvalho, Lima ve Rocha, 2015, s.405-416).

Gıda ürünlerinin tüketilebilecek miktarda alınması kadar önemli olan bir başka husus olarak tüketilebilecek miktarda yemek pişirilmesi gerekliliği de israfa karşı önemli davranışlardandır. Katılımcıların % 74,4 oranında her zaman ve % 20,8 oranında çoğunlukla yanıtı vermesi bu durumun önemini göstermesi açısından önemlidir. Bu durum ile ilgili olarak ara sıra yanıtı veren % 3,9 oranında, nadiren yanıtı veren % 0,9 oranında katılımcı bulunurken hiçbir zaman yanıtı veren katılımcı bulunmamaktadır. Tüketilecek ölçüde yemek hazırlanması konusunda katılımcıların çok yüksek oranlarda olumlu yanıt vermesi fazla yemeklerin israf olarak algılandığını göstermektedir.

İsrafın azaltılması noktasında önemli hususlardan biri olarak görülen ihtiyaç ölçüsünde yemek hazırlanması turizm işletmeleri açısından uygulanması zor bir seçenek olarak görünse bile imkânlar dâhilinde israfın azaltılmasına yönelik uygulamaların yapılması mümkün olabilmektedir. Alınan önlemlere rağmen tüketicilerden kaynaklı israf durumu olabilmektedir. Katılımcıların turizm işletmelerinde tabaklarda kalan yemeklerin sokak hayvanlarına verilmesi konusunda tavsiyede bulunurum ifadesine verdikleri yanıtlar incelendiğinde her zaman yanıt verenlerin oranı % 59,2 olarak ortaya çıkmıştır. Çoğunlukla yanıt verenlerin oranı % 18,9 olarak, ara sıra yanıt verenlerin oranı % 11,5 olarak, nadiren yanıt verenlerin oranı % 6,9 olarak, hiçbir zaman yanıt verenlerin oranı ise % 3,5 olarak hesaplanmıştır. Verilen cevaplardan hareketle tabaklarda kalan yemeklerin değerlendirilmesinde hayvanların beslenmesinin alternatif olarak sunulabileceği görülmüştür. Turizm işletmeleri gibi toplu yemek hizmeti sunulan yerlerde tabaklarda kalan yemeklerin çöpe atılmak yerine ayrı bir yerde toplanarak toplu şekilde hayvanların beslenmesinde kullanılması mümkündür.

Yemek hizmeti sunan yerlerde fazla kalan tüketime uygun yiyeceklerin ve gıda ürün satışı yapan yerlerdeki son kullanma tarihine yakın ürünlerin israf edilmesinin engellenmesi ve ihtiyaç sahiplerine ulaştırılması amacıyla gıda bankalarının kurulması düşüncesi önemli olarak düşünülmektedir. Bu doğrultuda katılımcıların gıda bankası kurulmasının iyi olacağını düşünüyorum ifadesine katılım oranları % 54 oranında her zaman % 30,4 oranında çoğunlukla olarak yüksek oranda olumlu şekilde olmuştur. Gıda bankasına ilişkin ara sıra yanıt veren katılımcı oranı % 8,7 olurken nadiren yanıt veren % 4,1 ve hiçbir zaman yanıt veren katılımcı oranı % 2,8 olarak ortaya çıkmıştır.

Tüketiciler tarafından fazla kalan yemeklerin atılmak yerine ertesi gün yenilmek üzere saklanması israfın azalmasına katkı sunan davranış biçimlerinden biri olarak gösterilebilir. Artan yemeklerin ertesi gün de yenebileceğine yönelik katılımcılar tarafından % 52,7 oranında her zaman cevabı verilmiştir. Çoğunlukla cevabını verenlerin oranı % 28,0, ara sıra cevabını verenlerin oranı ise % 13,7 olarak hesaplanmıştır. Katılımcılardan % 5,0 oranında nadiren cevabı verenler olurken hiçbir zaman yanıtını veren katılımcıların oranı % 0,7 olarak belirlenmiştir. Bu sonuçlar göz önüne alındığında artan yemeklerin atılmak yerine ertesi gün de tüketilmesinin mümkün olduğunu söylemek mümkündür.

Fazla gıdaların ya da artan yemeklerin ertesi gün tüketilmesinin yanında uygun koşullarda saklanarak daha sonraki zamanlarda tüketilmesi ertesi gün ya da başka yemeklerde kullanılarak değerlendirilmesi de israfa karşı yapılabilecek davranışlardan biri olarak gösterilebilir. Fazla kalan gıda ürünlerinin dondurucuda muhafaza edilerek sonraki zamanlarda değerlendirilmesi mümkün olabilmektedir. Bu durum ile ilgili olarak fazla gıdaların

dondurucuya kaldırılmasını düşünürüm ifadesine % 47,5 oranında katılımcı her zaman cevabı verirken % 32,3 oranındaki katılımcı ise çoğunlukla cevabını vermiştir. Fazla gıdaların dondurucuya kaldırılmasına ilişkin ara sıra cevabı %14,3, nadiren cevabı % 4,3 ve hiçbir zaman cevabı % 1,5 oranında katılımcı tarafından belirtilmiştir.

Gıdaların kalan bölümünün farklı yemeklerin yapımında veya alternatif tüketim yollarına uygun şekilde kullanılması da çöpe atılması yerine tercih edilmesi gereken davranış yöntemi olmalıdır. Farklı ürünler için kullanılabilecek alternatif yöntemlerin öğrenilmesi ve uygulanması gıda ürünlerinin atılma oranlarını azaltmaya katkı sağlayacaktır. Buna ilişkin, katılımcılara gıdaların kalan bölümünün yemek yapımında değerlendirilebileceğini düşünürüm ifadesine ne düzeyde katıldıkları sorulmuştur. Katılımcılar, % 43,0 oranında her zaman, % 33,6 oranında çoğunlukla, % 16,7 oranında ara sıra, % 4,6 oranında nadiren ve % 2,2 oranında hiçbir zaman yanıtını vermişlerdir. Kalan gıdaların farklı gıda ürünleri hazırlanmasında kullanılabileceği düşüncesinin mümkün olduğu verilen cevaplar doğrultusunda söylenebilir.

Gıda ürünlerinin kalan bölümünün yem olarak hayvanlara verilebileceğini düşünürüm ifadesi katılımcılara verilen ölçekte yer alan son ifade olarak yer almaktadır. Bu ifadeye katılımcılar % 63,8 oranında her zaman yanıtını vermişleridir. Çoğunlukla yanıtı veren katılımcı oranı % 24,1, ara sıra yanıtı veren katılımcı oranı ise % 9,3 olarak ortaya çıkmıştır. Nadiren cevabı verenlerin oranı % 2,6 olurken hiçbir zaman yanıtı veren 1 kullanıcının oranı % 0,2 olarak hesaplanmıştır.

Gıdaların tüketilemeyen kısımlarının sonraki öğünlerde ya da ertesi gün tüketilmesi, dondurucuya kaldırılarak daha sonraki zamanlarda tüketilmesi veya farklı yemeklerin yapımında kullanılması gıdaların çöpe atılması yerine tercih edilmesi gereken davranışlar olarak gösterilebilir. Bunların dışında tüketilemeyecek gıda ürünlerinin yem olarak hayvanların beslenmesinde kullanılması bir alternatif olarak düşünülebilir. Gıda ürünlerinin meyve, sebze ve yumurta kabukları ile çay kahve posası gibi insanlar tarafından tüketilmeyen kısımları olarak ifade edilebilecek evsel atıkların ise, organik gübre (kompost) olarak değerlendirilmesi mümkündür.

Turizm eğitim almakta olan öğrencilerin gıda israfına ilişkin algı ve tutumlarının belirlenmesi amacı ile katılımcılara uygulanan ölçekte yer alan israf davranış tutumlarına yönelik ifadeler verilen yanıtlar incelendiğinde katılımcıların israf davranışında bulunma oranlarının düşük olduğu görülmektedir.

Gıda israfı algısına yönelik ölçekte yer alan 18 ifadeye yapılan değerlendirmeler incelendiğinde aritmetik ortalamanın 4,20 seviyesinde olduğu görülmektedir. Bu durum katılımcıların israf algısının yüksek olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Gıda ürünlerinin üretim aşamasından tüketim aşamasına gelinceye kadarki aşamalarda belli oranlarda kayba uğradığı düşünüldüğünde ve bu durum da israf olarak ele alınabileceğinden kayıpların azaltılmasına yönelik yapılması gerekenlerin olduğu anlaşılmaktadır. Gıda ürünlerinin sürdürülebilirliğinin sağlanması, ülkelerin ekonomilerine verilen zararların azaltılması, toplumsal ve sosyal eşitliğin sağlanmasına katkı sağlaması gibi durumların yanında gıda ürünlerinin her aşamasında kullanılan kaynakların ve verilen emeklerin zayi edilmemesi gibi hususlar dikkate alındığında israfın azaltılması ve önlenmesine yönelik herkes tarafından bir şeylerin yapılması gerektiği görülmektedir.

İnsanlar etkilerini ya da sonuçlarını kısa vadede görmedikleri eylemlerden çok fazla etkilenmemekte ve bu tür davranışları önemsememektedirler. İsrاف davranışı da çoğu kişi tarafından küçük miktarlarda yapıldığı ve büyük sorun teşkil etmediği düşünüldüğü için rutin davranışlar arasına girmiştir. İsrاف edilen her bir gıda ürünü için kullanılan kaynakların ve harcanan emeklerin göz önüne alınması gerekmektedir. Küçük miktarlarda yapılan israfın toplamda ne kadar büyük boyutlara ulaştığı ve ne gibi olumsuz sonuçlara yol açtığı konusunda bilgilendirilme çalışmalarının yapılması bu konuda önemli bir uyarıcı olabilmektedir.

Küçük yaşlardan itibaren israfa ve israfın neden olduğu olumsuz sonuçlara ilişkin bilinçlendirme çalışmaları yapılması, evlerde ve okullarda israfın azaltılmasının ne derece önemli olduğu konusunda eğitimler verilmesi, etkinlikler yapılması kişilerin farkındalık kazanması bakımından önemli görülmektedir.

Her ne sebep ile yapılıyor olursa olsun israfta rol oynayan en önemli faktör insan faktörüdür. Bu nedenle çeşitli eğitimler, uygulamalar ve projelerle insanların israfa karşı farkındalık kazanmaları, israfın oluşumunun azalması aşamasında katkı sağlayacaktır.

Dünya üzerinde bulunan nimetler insanların kullanımına sunulmuş olduğu gibi nimetlerin korunması da insanlara verilmiş, nimetler insanlara emanet edilmiştir. Bu doğrultuda ihtiyaca uygun ölçüde tüketim yapılması, paylaşma erdeminin kazanılması, kaynakların etkin ve verimli kullanılması ile hayatın her alanında israftan uzak durulmaya gayret edilmelidir.

KAYNAKÇA

- Abacı, H. (2016). Giyim Kuşamda İsrâf. *Helal Ürün Ekonomisi Sempozyumu*. Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Açıkalın, S. ve Erdoğan, L. (2005). Veblenci Gösteriş Amaçlı Tüketim. *Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, S.4(7), 1-18.
- Ak, Ö. (2018). Muhafazakâr Kesimin Tüketim Alışkanlıklarını Belirleyen Nedenler ve İsrâf Boyutu Türkiye-Malezya Karşılaştırması. Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi: Sakarya.
- Akar, M. (1996). Tüketim Ahlakı ve İsrâf, 1–7. *Diyanet Dergi*.
- Akbulut, Y. (2010). *Sosyal Bilimlerde SPSS Uygulamaları*, İstanbul: İdeal Kültür Yayıncılık.
- Akdemir, H. (2001). Kur'an-ı Kerim'de İsrâf Kavramı. *Harran Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, S. 7.1, 31-61.
- Akdoğan, Ş. ve Karaarslan, M. H. (2011). Gençlerin Kendilerinin ve Ailelerinin Giysi Tüketimi Alışkanlıklarını Değerlendirmeleri: Nevşehir Üniversitesi İİBF Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. S.1(30), 373-395.
- Akgül, D. (2014). Hedonik (Hazcı) Tüketimi Özel Günlerdeki Alışveriş Kültürü Üzerindeki Etkisi ve Ülkelerarası Karşılaştırmalı Bir Araştırma. Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi: Kayseri.
- Akın, O. (2010). Ekmek Üretim İşletme Sahiplerinin Profilleri ve Sektöre Yönelik Tutumları: Batı Akdeniz Bölgesinde Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*. S. 2(1), 157-168.
- Akkoç, A. (2017). Tüketim Toplumu ve Sürdürülebilirlik. *Proceedings Book of 2nd International Scientific Researches Congress on Humanities and Social Sciences*. 583-587.
- Akoğlu, A. (2018). *Atık Gıda*. Nizamlıoğlu, H. F. (Ed.). *Gastronomide Güncel Konular*. Konya: Billur Yayınevi ve Basımevi.
- Aksoy, M. ve Solunoğlu, A. (2015). Gıda İsrâfı ve Freegan Food Akımı. I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators, (EITOC-2015) 165-172.
- Aksoylu, Z., Savlak, N.Y., Yangıç, Ç. ve Köse, Ö. (2014). Manisa İl Merkezinde Bireylerin Ekmek Çeşitlerini Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi. *Gıda Dergisi*, S.39 (3) 147-154.
- Alpar, R. (2017). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler*. 5. Baskı Ankara: Detay Yayıncılık.
- Altınel, H. (2011). Menü Yönetimi ve Menü Planlama, 4.Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Arslan, H. (1994). *İslam'da Tüketici Hakları*. Diyanet Vakfı Yayınları.

- Ayanoğlu, S. G. ve Ağaç, S. (2017). Sürdürülebilir Moda Kavramına Yönelik Tasarım Fikirleri. *Art-E Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi*. S.10(19), 252, 273.
- Aytaç, Ö. (2006) Tüketimcilik ve Metalaşma Kıskaçında Boş Zaman. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, S.11, 27-53.
- Azizağaoğlu, A. ve Altunışık R. (2012). Postmodernizm. Sembolik Tüketim ve Marka. Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi. S. 4.2, 33-50.
- Badem, M. (2017). Kur'an'da Ekonomik Hayata İlişkin Temel Esaslar. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi: Kahramanmaraş.
- Baudrillard, J. (2017). *Simülakrlar ve Simülasyon*. Çeviren: Oğuz Adanır. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Bayhan, V. (2011). Tüketim Toplumunda Bireyin Ontolojik Mottosu "Tüketiyorum Öyleyse Varım". *İnönü Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Dergisi*, 221-248.
- Baysal, A. 1990. *Beslenme Kültürümüz*. Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Baysal, A. (2012). *Beslenme*. Ankara: Hatipoğlu Yayıncılık.
- Beatty, P. T. (1981). The Concept of Need: Proposal for a Working Definition. *Journal of the Community Development Society*. S.12.2, 39-46.
- Beşirli, H. (2010). Yemek, Kültür ve Kimlik. *Millî Folklor Dergisi*, S.87, 159-169.
- Bocock, R. (2009). *Tüketim*. Çeviren: İrem Kutluk. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Boylu, A. ve Yertutan, C. (2012). Erkeklerin Evde Enerji ve Su Tasarrufu Konusundaki Alışkanlık ve Satın Alma Odaklı Davranışlarının İncelenmesi. *Sosyo Ekonomi Dergisi*, S.1, 157-171.
- Bozhüyük, A. (2010). Çukurova Üniversitesi Sağlık Bilimleri Öğrencilerinin Sağlıklı Yaşam Biçimleri Davranışlarının Değerlendirilmesi. Çukurova Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Uzmanlık Tezi: Adana.
- Büyüköztürk, Ş. (2018). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. 24. Baskı Ankara: Pegem Akademi.
- Carvalho, J. G., Lima, J. P. M., ve da Rocha, A. M. C. N. (2015). Food waste and consumer satisfaction with the food service of Hotel and Tourism School of Coimbra, Portugal. *Demetra: Food, Nutrition & Health*, 10(2), 405-419.
- Coşgun, M. (2012). Popüler Kültür ve Tüketim Toplumu. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*. Cilt: 1 S.1, 837-850.
- Çakır, K. (2019). Tüketim Psikolojisi ve İrrasyonel Karar Alma Süreci: Konya İlinde Bir Nitel Araştırma. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi: Karaman.
- Çatır, O., Karaçor, M. ve Sakallı, K. (2017). Seyahat Acentalarının Helâl Turizm Algılarının Değerlendirilmesi: Uşak ili Örneği. *Proceedings Books*, 99.

- Çetin, K. (2016), “Kadın Tüketicilerin Giysi Satın Alma Davranışları ve Marka Bağımlılığı”, *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S.2(2), 22-40.
- Dağtaş, E. ve Dağtaş, B. (2006). Tüketim Kültürü, Yaşam Tarzları, Boş Zamanlar ve Medya Üzerine Bir Literatür Taraması. *Eğitim Bilim Toplum Dergisi*, Cilt: 4, S.14.
- Demirbaş, N. (2018). Dünyada ve Türkiye’de gıda israfını önleme çalışmalarının değerlendirilmesi. VIII. IBANESS Congress: – Plovdiv, Bulgaristan.
- Demirci, A. ve Baykan, S. (2003). Evli Tüketicilerin Gıda Satın Alma Davranışları Üzerine Bir Araştırma. *Standart*, S.495: 82–90.
- Demirezen, İ. (2010). Tüketim Toplumunun Oluşumu ve Din ile Etkileşimi. *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, S.10(1), 97-109.
- Deniz, A. ve Erciş, A. (2010). Kişilik Özellikleri, Hedonik ve Rasyonel Fayda, Marka Duygusu ve Marka Bağlılığı Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. S.24.2, 141-165.
- Doğan, H. (2010). İslam Fıkına Göre Moda. Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi: Elazığ.
- Dölekoğlu, Ö. C. (2003). Gıda Güvencesi. *TEAE Bakış*, S.4, Ankara.
- Dölekoğlu, Ö. C., Gün, S., Giray, F.H., (2014), Yoksulluk ve Gıda İsrafı Sarmalı, XI. Tarım Ekonomisi Kongresi Bildiri Kitabı 3-5 Eylül. Samsun. 172-191.
- Dölekoğlu, Ö. C. (2017). Gıda Kayıpları, İsraf Ve Toplumsal Çabalar. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, S.23 (2), 179-186.
- Durmuş, B. Yurtkoru, E.S.ve Çinko, M. (2011). *Sosyal Bilimlerde SPSS’le Veri Analizi*, Ankara: Beta Yayıncılık.
- Dzene, S. ve Eglite, A. (2012). Perspective of Sustainable Food Consumpition in Latvia. Annual 18 th International Scientific Conference Proceedings, S.2, 210-215.
- Enerji Raporu, Dünya Doğayı Koruma Vakfı, 2011, 6
- Erdoğan, S. ve Gürbüz, S. (2014). Türkiye’de Enerji Tüketimi ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Yapısal Kırılmalı Zaman Serisi Analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S.32, 79-87.
- Eroğlu, F. (1998). *Davranış Bilimleri*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Filimonau, V. ve Delysia, A. (2019). Food waste management in hospitality operations: A critical review. *Tourism management*, 71, 234-245.
- Gezer, A. ve Erdem, A. (2018). Su Stresi, Su Kıtlığı Ve Su Tasarrufu Hakkında Halkın Farkındalığının Belirlenmesi: Akdeniz Üniversitesi Örnek Çalışması. S.4(2), 113-122.
- Gıda Güvenliği ve Beslenme Uzmanları Paneli (HLPE), 2014.
- Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), (2017).
- Glimm, S. (2018). The Role of Packaging in Reducingand Managing Food Waste. International Conference Save Food

- Gökalp, F. (2007). Gıda Ürünleri Satın Alma Davranışında Ambalajın Rolü. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, S.7(1): 79-97.
- Gökcan, M. (2018). Tasavvufta Kanaat Anlayışı ve Bireysel-Sosyal Etkileri. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (ÇÜİFD)*, S.18(1), 95-129.
- Gustavsson, J., Cederberg, C., Sonesson, U., Otterdijk, R. ve Meybeck, A. (2011), Food Losses and Food Waste: Extent, Causes and Prevention. FAO, Rome, Italy.
- Güler, Ç. ve Çobanoğlu, Z. (1994). Su kirliliği. *Çevre Sağlığı Temel Kaynak Dizisi*, S.(12), 1.
- Güllülü, U., Ünal, S. ve Bilgili, B. (2010). Kendini Gösterim ve Kişilerarası Etkileşimin Gösterişçi Tüketim Üzerindeki Etkilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:28 S.1 105-139.
- Gürler B. (2018). Sürdürülebilir ve Sağlıklı Gıda Tüketimine Yönelik Davranışsal Niyetlerin Belirleyicileri Üzerine Bir Araştırma. Sakarya Üniversitesi, İşletme Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi: Sakarya.
- Gürler, B., Nart, S. ve Altunışık, R. (2017). Sürdürülebilir Gıda Tüketimi ve Gıda Güvenliği Konularında Tüketici Tutumlarının Belirleyicileri Üzerine Bir Araştırma. 16. Ulusal İşletmecilik Kongresi, 130-141.
- Hayta, A. (2009). Sürdürülebilir Tüketim ve Aile. *Standart Ekonomi ve Teknik Dergisi*, S.13(3), 69-83.
- Hayta, A. B. (2014). Postmodern Dönemin Tüketim İmajları: Postmodern Tüketim Kültürü, Tüketim Kalıpları ve Postmodern Tüketici. Babaoğlu, M., Şener, A., Buğday, E. B. (Ed.). Tüketici Yazıları (IV) içinde. Ankara: Eryılmaz Ofset, 9-31.
- Hekimci, F. (2012). Sürdürülebilir Yarınlar İçin; Sürdürülebilir Tüketim ve Enerji Verimliliği. *Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Anahtar Dergisi*, S.226, 10-15.
- Hız, G. (2009), “Gelişmekte Olan Ülkelerde Gösterişçi Tüketim: Türkiye ile İlgili Bir Araştırma “Muğla Örneği”. Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi: Muğla.
- İlhan T. ve Uğurhan, Y. (2019), Sosyal Medyada Gösteriş Tüketimi Eğilimi Ölçeği Geliştirme Çalışması. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, Cilt:7, S.1, 28-60
- İlyasov A. (2017). Türk Misafirlerin Gıda İsrafı Tutumları Üzerine Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma: Alanya Örneği. Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi: Isparta.
- İslamoğlu, A. H. (2000). *Pazarlama Yönetimi (Stratejik ve Global Yaklaşım)*. İstanbul: Beta Yayınları.
- İslamoğlu, A. H. ve Altunışık, R. (2010, 2013). *Tüketici Davranışları*, İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Kadıoğlu, K. Z. (2014). *Tüketim İletişimi: Süreçler, Algılar ve Tüketici*. İstanbul: Pales Yayıncılık.

- Kahraman, M. D. (2014). İnsan İhtiyaçları ve Mekânsal Elverişlilik Kavramları Perspektifinde Yaşanılabilirlik Olgusu ve Mekansal Kalite Planlama. 24.2, 74-84.
- Kalaycı, Ş. (2014). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, 6. Baskı Ankara: Asil Yayın.
- Kaletunç G. 2009. Gıda Endüstrisinde Alışılmamış Yöntemler. *Bilim ve Teknik*, 60-63.
- Kallek, C. (2010). İnsanın Metalaştırılmasına Metai Kişileştiren Hz. Peygamber'den Reddiye. İstanbul Ticaret Odası.
- Karaarslan, H. İ. (2013). Kur'an-ı Kerim'de İsrâf Kavramı. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi: İstanbul.
- Karahan, E. (2015). Konut Kullanıcı Davranışı ve Enerji Tüketimi: Literatür Değerlendirmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi* Yıl: 14, S.26.
- Karaman, H., Bardakoğlu, A. ve Apaydın, H. Y. (2009). *İlmihal II: İslâm ve Toplum Diyanet Vakfı Yayınları*.
- Karasakal, Ş. (2014). Tüketim Kültürü ve Yarım Hurmanın Sırrı. *Turkish Studies International Periodical for the Languages*, 9.5, 1251-1268.
- Kavak A. (2010) Türkiye’de ve Dünyada Ekmek Sanayi. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Gıda ve Kontrol Genel Müdürlüğü.
- Kaya, K. ve Oğuz, Z. N. (2010). Üniversite Gençliğinin Alışveriş Tercihlerinde Tüketim Kültürünün Rolü. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S.22, 147-164.
- Kayhan, V. (2006). Kur‘ân’a göre İsrâf ve İktisat. *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, S.6(3), 149-195.
- Kayış, A. (2010). *Güvenirlilik Analizi, Spss Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Kalaycı, Ş. (Ed.), 5.Baskı, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kaypak, Ş. (2013). Ekolojik Ayak İzinden Çevre Barışına Bakmak. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 6 (1): 154-159.
- Kılınç Şahin, S. & Bekar, A. (2018). Küresel Bir Sorun “Gıda Atıkları”: Otel İşletmelerindeki Boyutları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 1039-1061.
- Kıray, M. B. (2005), *Tüketim Normları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Koç, B. (2011). Ekmek Tüketiminde Tüketici Tercihleri: Van İli Örneği. *Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü Yayını*, Ankara: TEPGE Yayın No:196
- Koç, E. (2016), *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Koç, E.(2017). *Temel Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri*. Seçkin Yayıncılık.

- Köksal, İ. (2003). İslam Hukuku Açısından İsrâf Ekonomisi Üzerine Bir Değerlendirme. *Marife Dergisi*, Yıl:3 S.1. 201-210.
- Köksalan, N. (2019). Minimalist Tüketim. XI. International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series. Tekirdağ: University of Agribusiness and Rural Development/Bulgaria. 633-641.
- Köroğlu, C. Z. (2012). *Tüketim Kültürü ve Din*. Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi Yayınları.
- Köse, A. ve Ayten, A. (2012). *Din Psikolojisi*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Közleme, O. (2012). İslam Mutfak Kültürü. *Toplum Bilimleri Dergisi*. 6.11, 219-229.
- Kurt Y. (2019). Yiyecek-İçecek Personelinin Gıda İsrâfı Hakkında Bilgi, Görüş ve Davranışları: Eskişehir İli Örneği. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi: Ankara.
- Kuru, H. (2014). Tüketim Rasyonallitesi ve Isparta Uygulaması. Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi: Isparta.
- Lang T. ve Heasman M. (2004). Food Wars: The Global Battle for Mouths, Minds and Markets. London: Earthscan Publications.
- Lipinski, C., Hanson, C., Lomax, J., Kitinoja, L., Waite, R., Searchinger, T. (2013), Reducing Food Loss and Waste, Installment 2 of Creating a Sustainable Food Future. World Research Institute Working Paper.
- Lorcu, F. (2015). *Örneklerle Veri Analizi SPSS Uygulamalı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Marthinsen, J., Kaysen, O., Kirkevaag, K. (2012). Prevention of Food Waste in Restaurants, Hotels, Canteens and Catering. Nordic Council of Ministers, Copenhagen, Denmark.
- Mete, H. (2017). Ekmek İsrâfı ve Önleme Yöntemleri. *Tekirdağ SMMM Odası Sosyal Bilimler Dergisi*. 7, 1-10
- Odabaşı, Y. (2006, (2009). *Tüketim Kültürü: Yetinen Toplumdan Tüketen Topluma*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Odabaşı, Y. ve (2010). *Tüketici Davranışı*. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Odabaşı, Y. (2014). *Postmodern Pazarlama*. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Odabaşı, Y. (2016). *Tüketim Kültürü*. Ankara: Aura yayınevi.
- Odabaşı Y. ve Barış, G. (2016). *Tüketici Davranışı*. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Oral, Z. (2015). Dünya’da ve Türkiye’de Gıda İsrâfı ve Önlenmesine Yönelik Uygulamalar. AB Uzmanlık Tezi, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Ankara.
- Öksüz, A. (2013). Tüketim Kültürü İsrâfın Sebep ve Çareleri. *Harran Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*. 89-127.

- Özcan, B. (2007). Postmodernizmin Tüketici İmajları. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 17.1, 261-273.
- Özdal, E. (2015). Hadislerde İsrif ve İktisat. Harran Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi: Şanlıurfa.
- Özdemir, G. ve Güçer, E. (2018). Food waste management within sustainability perspective: a study on five star chain hotels. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 280-299.
- Özdemirci A. (2012). *Popüler Kültür, Tüketim Psikolojisi ve İmaj Yönetimi*. İstanbul Beta Yayıncılık
- Özdoğan, O.N. (2010). *Maliyet Kontrolü*. Sarıışık, M. (Ed.), Çavuş, Ş. (Ed.) ve Karamustafa, K. (Ed.). *Profesyonel Restoran Yönetimi İlkeler, Uygulamalar ve Örnek Olaylar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Papatya, N. (2005). Tüketici Davranışları ile İlgili Motivasyon Modelleri: Bir Perakende İşletmesinde Temizlik ve Kişisel Bakım Ürünlerine Bağlı Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10.1, 221-240.
- Sancaklı, S. (2013). Hadisler Çerçevesinde İsrif Olgusunun Analizi. *Journal of The Faculty of Divinity*, 45.
- Sargent, E. (2014). Sustainable Food Consumption, A Practise Base Approach. 1.Baskı The Netherlands: Wageningen Academic Publishers.
- Sayılarla İsrif Raporu, Türkiye İsrifi Önleme Vakfı (TİSVA), 2020, s.10
- Schneider, F., (2013), Review Of Food Waste Prevention On An International Level. Institution Of Civil Engineers, Waste and Resource Management 166(WR4): 187-203.
- Solomon Michael, Bamossy G., Askegaard S. ve Hogg M. K. (2006). Consumer Behaviour: a European Perspective 3. Edition. England: Prentice Hall.
- Sombart, W. (1998), *Aşk Lüks ve Kapitalizm*. Çeviren: Necati Aça. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Soysaldı, M. (2005). Kur'an'da İsrif Kavramı. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 18-19, 93-127.
- Şengül, T. H. (2001). Tüketim Toplumu, Tüketim Kültürü ve Tüketim Merkezleri. *Ege Mimarlık Dergisi*, Sayı: 40, s. 8-9.
- Şentürk, Ü. (2012). Tüketim Toplumu Bağlamında Boş Zamanların Kurumsallaştırdığı Bir Mekân: Alışveriş Merkezleri, *Pamukkale Üniv. Sos. Bil. Ens. Dergisi*, Sayı: 13, s.63-77.
- Sipahi, B., Yurtkoru, S. ve Çinko, M. (2006). *Sosyal Bilimlerde SPSS Veri Analizi*, İstanbul: Beta Yayın.
- Terzi, H. (2016). Müslüman Tüketicilerin İsrif Davranışlarının Rasyonel Tüketim ve Gösterişçi Tüketim Bağlamında İncelenmesi: Kültürlerarası Bir Karşılaştırma, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi: Sakarya.

- Topçu, N. ve Kaya, A. (2010). Gıda Bankacılığı ve Muhasebesi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 24(3), 257-266.
- Toprak Mahsulleri Ofisi, (2013). *Ekmek İsrafi ve Tüketici Alışkanlıkları*. Ankara.
- Torlak, Ö. (2000). *Tüketim: Bireysel Eylemin Toplumsal Dönüşümü*. İstanbul: İnkılâp Yayınları.
- Torlak, Ö. (2010). *Gündelik Hayatta Tüketime Yön Veren Değerlerdeki Değişim. Tüketim ve Değerler*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Türkiye Beslenme Rehberi TÜBER (2015). T.C. Sağlık Bakanlığı Yayın No: 1031, Ankara
- Türkiye Gıda İsrafını Önleme ve Bilinçlendirme Platformu, (2020).
- Türkiye İsrar Raporu. (2018). Ticaret Bakanlığı. Ankara.
- Türkiye İsrar Raporu. (2019), Ticaret Bakanlığı, Ankara.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi*. 2. Baskı Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ural, İ. (1999). İslam Dini Açısından İsrar ve Aşırı Tüketim. *Yeni Türkiye Dergisi*, Kalite Özel Sayısı, S: 26, Mart-Nisan 1999.
- Uzgören, E. (2006). *Tüketim ve Üretim Davranışları Ekseninde İSRAR*, Ankara, Siyasal Kitabevi.
- Uzun, İ. (2008). Kamusal Mekân-Tüketim Olgusu Etkileşiminin İzmir'deki AVM'ler Bağlamında Değerlendirilmesi. Dokuz Eylül Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi: İzmir.
- Yalçınalp, E., Öztürk, A., Bayraktürk, D. (2018). Konut Ölçeğinde Gri Su ve Yeşil Çatı Sistemlerinin Ekonomik Etkileri. *Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi* 5(1): 71–80, 2018.
- Yanıklar, C. (2010). Tüketim Kültürü, Kapitalizm ve İnsan İhtiyaçları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Tartışma. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 34(1), 25-32.
- Yanıklar, Cengiz (2006). *Tüketime Sosyolojisi*. İstanbul: Birey Yayıncılık.
- Yeniçeri, T. ve Güner, K. (2013). Enerji Verimli Ürönlere Karşı Tutumun ve Çevre Bilincinin Satın Alma Niyetine Etkileri Üzerine Bir Araştırma. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*.12, 47-67.
- Yıldırım E. (2019). Türkiye'de Helal Konseptli Otel İşletmelerinde İsrarın Değerlendirilmesi. Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi: Gaziantep.
- Yumurtacı, Z. ve Dönmez, A. H. (2013). Konutlarda Enerji Verimliliği. *Mühendis ve Makine Dergisi*. 54(637), 38-43.
- Yüksek Uluslararası Çalışmalar Enstitüsü (IHEI).
- Zorlu, A. (2006). *Tüketim Sosyolojisi*. Ankara: Global Yayınları.

İnternet Kaynakları

<https://cemkece.com.tr/o-son-tabagi-yemeyecektim/> (Erişim Tarihi: 02.04.2020)

<http://www.diyamet.gov.tr> (04.02.2020)

<http://www.fao.org/3/a-i4807e.pdf> (Erişim Tarihi: 20.01.2020)

<http://www.gidaisrafi.com> (Erişim Tarihi: 30.01.2020)

<http://www.gidanikoru.com> (Erişim Tarihi: 14.02.2020)

<http://www.israf.net> (Erişim Tarihi: 20.02.2020)

<http://www.israf.org> (Erişim Tarihi: 03.03.2020)

<http://www.israf.org> (Erişim Tarihi: 20/01/2020)

<http://www.tdk.gov.tr> (Erişim Tarihi: 12/12/2019)

<https://www.toptalent.co/dunyada-gida-israfini-engellemeye-calisan-10-girisim> (Erişim Tarihi: 12.05.2020)

<http://www.tuik.gov.tr> (Erişim Tarihi: 30.03.2020)

<http://www.who.int> (Erişim Tarihi: 05/03/2020)

TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN GIDA TÜKETİMİ VE İSRAFI KONUSUNDAKİ ALGI VE TUTUMLARI

ORIJINALLIK RAPORU

%1

BENZERLİK ENDEKSİ

%0

İNTERNET
KAYNAKLARI

%0

YAYINLAR

%1

ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

1

Submitted to Batman University

Öğrenci Ödevi

%1

Alıntılarını çıkart

Bibliyografyayı Çıkart

Kapat

üzerinde

Eşleşmeleri çıkar

< %1