

EĞİTİM
yayınevi

KONAKLAMA İŞLETMECİLİĞİNDE GÜNCEL KONULAR

Editör

Dr. Öğr. Üyesi Ersin ARIKAN

KONAKLAMA İŞLETMECİLİĞİNDE GÜNCEL KONULAR

Editör

Dr. Öğr. Üyesi Ersin ARIKAN

EĞİTİM
yayınevi

KONAKLAMA İŞLETMELİĞİNDE GÜNCEL KONULAR

Editör: Dr. Öğr. Üyesi Ersin ARIKAN

Genel Yayın Yönetmeni: Yusuf Ziya Aydoğın (yza@egitimyayinevi.com)

Genel Yayın Koordinatörü: Yusuf Yavuz (yusufyavuz@egitimyayinevi.com)

Sayfa Tasarımı: Eğitim Yayınevi Grafik Birimi

Kapak Tasarımı: Eğitim Yayınevi Grafik Birimi

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Yayıncı Sertifika No: 47830

E-ISBN: 978-625-8223-64-4

1. Baskı, Ekim 2022

Baskı Cilt

Bulut Dijital Matbaa Sanayi Ticaret Limited Şirketi

Musalla Bağları Mah. İnciköy Sok. 1/A Selçuklu / KONYA

Matbaa Sertifika No: 48120

Kütüphane Kimlik Kartı

KONAKLAMA İŞLETMELİĞİNDE GÜNCEL KONULAR

Editör: Dr. Öğr. Üyesi Ersin ARIKAN

102 s., 165x240 mm

Kaynakça var, dizin yok.

E-ISBN:978-625-8223-64-4

Copyright © Bu kitabın Türkiye'deki her türlü yayın hakkı Eğitim Yayınevi'ne aittir. Bütün hakları saklıdır. Kitabın tamamı veya bir kısmı 5846 sayılı yasanın hükümlerine göre kitabı yayımlayan firmanın ve yazarlarının önceden izni olmadan elektronik/mekanik yolla, fotokopi yoluyla ya da herhangi bir kayıt sistemi ile çoğaltılamaz, yayımlanamaz.

EĞİTİM
yayınevi

Yayınevi Türkiye Ofis: İstanbul: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Atakent mah. Yasemen sok.
No: 4/B, Ümraniye, İstanbul, Türkiye

Konya: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Şükran mah. Rampalı No: 107, Meram, Konya, Türkiye
+90 332 351 92 85, +90 533 151 50 42
bilgi@egitimyayinevi.com

Yayınevi Amerika Ofis: New York: Egitim Publishing Group, Inc.
P.O. Box 768/Armonk, New York, 10504-0768, United States of America
americaoffice@egitimyayinevi.com

Lojistik ve Sevkiyat Merkezi: Kitapmatik Lojistik ve Sevkiyat Merkezi, Fevzi Çakmak Mah.
10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye
sevkiyat@egitimyayinevi.com

Kitabevi Şubesi: Eğitim Kitabevi, Şükran mah. Rampalı 121, Meram, Konya, Türkiye
+90 332 499 90 00
bilgi@egitimkitabevi.com

İnternet Satış: www.kitapmatik.com.tr
+90 537 512 43 00
bilgi@kitapmatik.com.tr

 **kitapmatik**
İnternetteki kitapçınız
kitapmatik.com.tr

İÇİNDEKİLER

BİRİNCİ BÖLÜM

Doç. Dr. Özlem ALTUNÖZ, Arş. Gör. Hasan Suat AKSU
Arş. Gör. Hasan Tahsin KAVLAK

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE FARKLILAŞMA: FARKLI TURİZM DENEYİMLERİNİN İNCELENMESİ	5
--	---

İKİNCİ BÖLÜM

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet KAHYAOĞLU

SANAL TEKNOLOJİLER BAĞLAMINDA KONAKLAMA ENDÜSTRİSİ	17
--	----

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Dr. Öğr. Üyesi Olca SEZEN DOĞANCILI, Öğr. Gör. Ramazan GÜZEL

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE İŞYERİ REKREASYONU OYUNLARININ SOSYAL İLETİŞİMİ GELİŞTİRMEDEKİ ROLÜ	29
--	----

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Dr. Öğr. Üyesi Handan ÖZÇELİK BOZKURT

TURİZM İŞLETMELERİNDE e-İNSAN KAYNAKLARI	41
--	----

BEŞİNCİ BÖLÜM

Doç. Dr. Adem ARMAN

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE MENÜ PLANLAMA, FİYATLANDIRMA VE ANALİZİNE YÖNELİK YAKLAŞIMLAR	55
--	----

ALTINCI BÖLÜM

Öğr. Gör. Özkan ERDEM

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE GIDA KAYBI VE İSRAFI, BOYUTLARI VE ÖNLEME ÇALIŞMALARI	71
--	----

YEDİNCİ BÖLÜM

Dr. Öğr. Üyesi Olca SEZEN DOĞANCILI

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE SUYUN SÜRDÜRÜLEBİLİR KULLANIMI	91
---	----

BİRİNCİ BÖLÜM

Doç. Dr. Özlem ALTUNÖZ¹, Arş. Gör. Hasan Suat AKSU², Arş. Gör. Hasan Tahsin KAVLAK³

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE FARKLILAŞMA: FARKLI TURİZM DENEYİMLERİNİN İNCELENMESİ

GİRİŞ

Turizm sektörü küresel düzeyde kültürel, sosyal ve ticari etkileşimin yoğun olduğu önemli bir sektördür. Dünya Turizm Örgütü (2019) verilerine göre 1 milyar 462 milyon turist uluslararası turizm hareketliliğine katılmıştır (TURSAB, 2019). COVID-19 salgını ve küresel seyahat kısıtlamalarına rağmen 2020 yılında 400 milyon 221 yılında ise 415 milyon turist uluslararası turizm hareketliliğine katılmıştır. (UNWTO, 2022). Bu denli büyük bir sektörün içinde konaklama, yeme içme ve ulaştırma olmak üzere üç temel bileşen bulunmaktadır. Her biri kendi içerisinde ayrı bir endüstri olarak faaliyet gösteren bu bileşenler, bir dizi farklılaşma politikalarıyla rakiplerine rekabet üstünlüğü sağlama amacı gütmektedirler. Kimi işletmeler ürün fiyatla, kimi işletmeler fiziki imkânlarla, kimi işletmeler mimari yapıyla ön plana çıkmak isterken kimi işletmeler de farklı bir turizm deneyimi yaşatma yoluyla diğer işletmelerden farklılaşma yoluna gitmektedir. Bu noktada rekreasyon faaliyetlerinin kullanımı dikkat çekmektedir. Çünkü rekreasyon turizm işletmeleri içerisinde spor, macera, sanat gibi birçok alanda çeşitlilik barındıran bir dizi etkinliği içermektedir (Aksu vd., 2021; Aksu ve Kaya, 2021; Kaya, 2020). Dolayısıyla konaklama işletmelerinin farklılaşmasında da önemli bir unsur olarak yer almaktadır. Ancak her farklılaşmada temel amaç; rakip işletmelere göre tek ve eşsiz bir işletme olmaktır. Bu sayede nispeten niş bir işletme olma durumu, dolayısıyla niş pazara hitap etme durumu söz konusudur.

Niş pazarlama stratejisi; doğrudan salt bir tüketici grubuna odaklanan, pazar içinde mikro bir kısmı oluşturan, sınırlı arz ve sınırlı talebin yer aldığı pazarlarda

1 Doçent Dr. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, ORCID: 0000-0001-6593-8364; ozlem.altunoz@hbv.edu.tr

2 Araştırma Görevlisi, Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, ORCID: 0000-0001-8196-129X; gazihansuat@gmail.com

3 (Sorumlu Yazar): Araştırma Görevlisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, ORCID: 0000-0003-0036-9652; htkavlak@gmail.com

uygulanan stratejilerdir (Dalgıç ve Leeuw, 1994; Parrish, Cassill, ve Oxenham, 2006). Çoğu işletmenin tutundurma faaliyetlerine bakıldığında en ucuz, en lüks, en tarihi, en konforlu gibi sloganlarla ön plana çıkmaya çalıştığı fark edilebilmektedir. Bu işletmeler niş tüketicilerden ziyade pazardan büyük pay almaya çalışan işletmelerdir. Pazarda niş tüketiciye yönelik ürün sunan işletmelerin tutundurma faaliyetleri doğrudan ürünün kendisi olduğu için diğer işletmelere göre tutundurma faaliyetlerini daha az maliyetle gerçekleştirebilmektedirler. Yani, bu işletmelerde ürünün kendisi bir çekicilik unsurudur.

Literatürde niş pazarlara, konaklama işletmelerine dönük çok sayıda çalışma yer almasına rağmen niş turizm deneyimi sunan niş konaklama işletmelerine rastlanılmamıştır. Sonraki çalışmalara fikir vererek literatüre katkı sağlaması, turizm sektöründe mevcut yaratıcı fikirlerin ortaya konulması ve sektör paydaşlarının yaratıcı fikirler geliştirmesine ön fikir vermesi bu çalışmanın güçlü yanları olarak görülmektedir. Bu kapsamda bu kitap bölümünün amacı dünyadaki en farklı turizm deneyimi sunan konaklama işletmelerini incelemektir. Bu amaç doğrultusunda bu çalışmada niş ürünler sunan işletmeler, araştırma kapsamına dâhil edilmiştir. Konsept farklılığına rağmen farklı bir turizm deneyimi sunmayan ya da emsal teşkil eden bir turizm deneyimi sunan işletmeler kapsam dışında tutulmuştur. Araştırma 21. yüzyılda faaliyet gösteren veya göstermesi planlanan işletmelerle sınırlı tutulmuştur. Etik ilkeler gereği işletmelerin isimlerinin yerine harf vererek kodlanmıştır. Araştırma kapsamında incelenen işletmelere ilişkin veriler işletmelerin kendi web sitelerinden ve sosyal medya hesaplarından alınmıştır. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinde kullanılan inceleme tekniği kullanılmıştır. Araştırmada ele alınan 10 konaklama işletmesi; sunulan ürün, konsept, mimari özellikler ve teknik özellikler bağlamında incelenmiştir.

EN FARKLI TURİZM DENEYİMİ SUNAN KONAKLAMA İŞLETMELERİ

Konaklama İşletmesi A

Konaklama işletmesi A, Kuzey Kutup Daire'sinin 250 kilometre kuzeyinde Finlandiya'nın Laponya bölgesinde yer almaktadır. Finlandiya'da bulunan Urho Kekkonen Ulusal Parkı'na yakın bir konumda kurulan tesis vahşi yaşamın da tam ortasında yer almaktadır. Eski zamanlarda bu bölgede Fin-Ugor kavimlerinden olan Samiler yaşamışlardır. Kışları soğuk ve sert, yazları ılık bir iklime sahip bu bölgede kurulan tesisin ilk kuruluş (1973) amacı yol güzergâhı üzerinde hizmet veren bir kafe olmak iken zamanla küresel düzeyde bir tesis haline gelmiştir. 9 farklı oda tipine sahip tesiste kış aylarında 10, sonbahar aylarında 11, yaz aylarında ise 12 farklı etkinliğe katılım imkânı bulunmaktadır. Konaklama işletmesi A'yı diğer konaklama işletmelerinden farklılaştıran unsurların şunlar olduğu düşünülmektedir (URL-1):

- Eskimoların yaşamış olduğu igloo tipi tamamen buz ve kardan yapılmış odalar mevcuttur. Bu odaların dışında sıcaklık -40 derecelerdeyken bile

odaların içi -3 ile -6 derecelerde seyretmektedir. Yine de bu odalarda sıcaklık çok düşük olduğu için odalarda kuş tüyü uyku tulumları yer almaktadır.

- Otel bünyesinde Sibiryalı kurtlarıyla, ren geyikleriyle, kar arabalarıyla ve kar tanklarıyla karda safari yapma imkânı bulunmaktadır.
- At biniciliği, kızak gezintileri, tekne gezintileri, kayak, snowboard, hiking, kano, atv ile safari, dağ bisikleti ve buzda balık tutma aktiviteleri de misafirlere sunulmaktadır.
- Bölgede bulunan altın rezervlerinde altın toplama imkânı bulunmaktadır.
- Bölge coğrafi yapısı gereği kuzey ışıklarını bünyesinde barındırmaktadır. Bu bölgede camdan yapılmış iglo odaları içerisinde kuzey ışıkları da gözlemlenebilmektedir.

Görsel 1: Konaklama İşletmesi A'ya İlişkin Görseller (URL-2/3)



Konaklama İşletmesi B

Konaklama işletmesi B, vahşi alanların korunması ve gelecek nesillere aktarımı için çaba harcayan bir aile tarafından 2009 yılında Kenya'da hizmete açılmıştır. Tesisin kurulma amacı; Kenya'nın vahşi yaşamının, kültürünün ve ekosisteminin korunmasına katkı sağlamak, bölgeyi ziyaret eden turistlere kişisel bir vahşi yaşam deneyimi sunmak ve sürdürülebilir çevre uygulamalarıyla Kenya halkının iktisadi kalkınmasını sağlamaya yardımcı olmaktır (URL-4).

Konaklama işletmesi B'yi diğer konaklama işletmelerinden farklılaştıran unsurların şunlar olduğu düşünülmektedir:

- Tesis çevresinde yer alan Rothschild zürafaları (zürafalar içerisinde nesli tükenmekte olan ve yalnızca Kenya bölgesinde yaşayan bir tür) insanlarla birlikte sabah ve akşam yemekleri yiyebilmektedirler. Odaların pencerelerinden misafirlere kendilerini sevdirebilmektedirler.
- Eski çağlardan kalma fosillerin yer aldığı bölgelerde fosil araştırmalarına ve incelemesine imkan tanınmaktadır.
- Serengeti, Masai Mara göçleri ve vahşi doğada safari yapma imkanı sunulmaktadır.

Görsel 2: Konaklama İşletmesi B'ye İlişkin Görseller (URL-5/6)

Konaklama İşletmesi C

Bu konaklama işletmesi İsveç'te bulunmaktadır. İsveç Krallığı için 500 yıl boyunca ulusal madeni para basımında kullanılan gümüş, kurşun ve çinkonun çıkarıldığı bir maden kaynağında kurulu bu konaklama işletmesi aynı zamanda dünyanın en derin konaklama işletmesi unvanına sahiptir. 155 metre derinlikte yer alan bu konaklama işletmesine ulaşım asansör ve merdivenler aracılığıyla yapılmaktadır. Bu işletme güvenlik ve sağlık gibi sebeplerden ötürü yılın belli aylarında hizmet vermektedir. Konaklama işletmesi C'yi diğer konaklama işletmelerinden farklılaştıran unsurların şunlar olduğu düşünülmektedir(URL-7):

- 155 metre derinliğe sahip dünyanın en derin konaklama işletmesi unvanına sahiptir.
- Bu derinlikte yemek şölenleri ve çeşitli küçük toplu organizasyonlar da yapılabilmektedir. Ancak uzun süre yoğun insan popülasyonuna izin verilmemektedir.
- 155 metre derinlikte genel sıcaklık 2 derece dolaylarında iken odaların bulunduğu kısımlar 18 derece dolaylarında seyretmektedir.

Görsel 3: Konaklama İşletmesi C'ye İlişkin Görseller (URL-8/9)

Konaklama İşletmesi D

Kuruluşu 1963'e dayanan bu tesis Kanada'da bulunmakta olup ilk faaliyetleri kış kaağı yaptırmaktı. Ancak zamanla kış etkinliklerinin sayısı artmış ve yeni bir konsept oluşturulmuştur. Bu konaklama işletmesinin en belirgin özelliği otel içerisinde her şeyin buzdan ve kardan yapılmış olmasıdır. Tesis içerisinde yer alan yataklar, masalar, sandalyeler, biblolar, tablolar ve yemek takımları da dâhil birçok ekipman buzdan yapılmadır. Yalnızca şömine, özel küvet ve saunaların bulunduğu suit odalarda şöminede cam ve metal malzemeler kullanılırken özel küvet ve saunalarda ise ahşap ve mermer kullanılmıştır. Konaklama işletmesi D'yi diğer konaklama işletmelerinden farklılaştıran unsurların şunlar olduğu düşünölmektedir (URL-10):

- İşletmede yer alan birçok ekipmanın (yatak, sandalye, masa, tabak, kaşık vb.) buzdan yapılmış olması,
- Bazı odalar içerisinde ısı kaynakları olmasına rağmen fiziki yapısının bozulmaması,
- Yılın 12 ayı hizmet veriyor olması ve tesis dışarısında hava sıcaklığı ne kadar düşük olursa olsun tesis içerisinde sıcaklık -3 ile -5 derece dolaylarında seyretmektedir.

Görsel 4: Konaklama İşletmesi D'ye İlişkin Görseller (URL-11)



Konaklama İşletmesi E

2013 yılının haziran ayında Peru'da yer alan bir dağın yamaçlarında açılan bu tesis 3 oda 8 kişi kapasitelidir. İşletmeye 15 yaşın altındaki turistler kabul edilmemektedir. Kutsal Vadi manzaralı bu odalar 1200 ft'lik bir yükseklikteki bir dağın yamaçlarında bulunmaktadır. Odalar polikarbonattan yapılmış olup şeffaf kapsül şeklinde dağ yamacında çelik halatlarla asılı durumdadır. Dolayısıyla misafirler burada konaklayabilmek için 400 metre tırmanmak zorundadır. Şeffaf olması sebebiyle gökyüzünü ve vadi manzaralı ancak macera konseptine sahip tesistir (URL-12).

Görsel 5: Konaklama İşletmesi E'ye İlişkin Görseller (URL-13/14)

Konaklama İşletmesi F

Konaklama işletmesi F, konaklama işletmesi olarak faaliyet göstermeden önce hapisane olarak kullanılmaktaydı. Eski bir hapisane olan bu tesis Sovyetler Birliği'ne bağlı KGB ve 2. Dünya Savaşı'nda Naziler tarafından da kullanılmıştır. Dolayısıyla o dönemlerde, bu tesis içerisinde işkencelerin, kötü muamelelerin ve hatta ölümlerin yer aldığı bilinmektedir. 1900'lü yıllarda Letonya'da inşa edilen bu bina günümüzde konaklama tesisi olarak faaliyet göstermektedir. Dünyada hapisaneden otele çevrilen benzer tesisler olsa da bu tesisi ön plana çıkaran özellik cezaevinde uygulanan uygulamaların hafifletilmiş versiyonların sürdürülmesidir. Yani burada konaklayan misafirler mahkûm muamelesi görmekte, sert zeminde uyumakta, kurallara uyulmadığı takdirde cezalandırılabilir. Bu nedenle tesise girişte misafirlere bu davranışları kabul ettiklerine dair bir kâğıt imzalatılmaktadır. Ayrıca 14 yaşından küçüklerin bu faaliyetlere katılmalarına izin verilmemektedir. Burada konaklayan misafirler yalnızca bir gece konaklayabilmektedir. Tamamen hapisane deneyimi sunmak amacıyla kurulmuş bu tesisin söz konusu özellikleri nedeniyle diğer tesislerden farklılaştığı düşünülmektedir (URL-15).

Görsel 6: Konaklama İşletmesi F'ye İlişkin Görseller (URL-16/17)

Konaklama İşletmesi G

Bu tesis 225 dönüm ve yaklaşık 1 mil uzunluğunda bir tesisdir. 7,8 mil karelik bir lagün ile çevrili, 27,4 metre derinliğe sahip su kaynağının içinde yer alan bu tesise erişim bir iskelede yer alan asansör sayesinde sağlanmaktadır. Bu tesis dünyanın ilk kalıcı tek atmosferli deniz tabanı yapısına sahip ve dünyanın ilk gerçek denizaltı tesisi konumundadır. Turistler tatil deneyimleri boyunca tesisin içerisinde okyanus habitatını keşfetme imkânı bulabilmektedirler. Ayrıca konuklara, bu tesisdeki süit odalarda, süreli olarak okyanusun dibindeki canlıları besleme imkânı da verilmektedir. Böylece okyanus içindeki habitatı yakından inceleme deneyimi sunulmaktadır. Bunun yanı sıra tesisi içinden okyanusun derinliklerine dalış imkânı da bulunmaktadır. Böylece konuklar odalarından inceleme imkânı buldukları deniz canlılarını dalış yaparak da inceleme imkânına sahiptirler. Okyanusun derinliklerinde, kara yaşamından uzak ve her bir olayı yakından inceleme imkânı sunulmasından ötürü bu tesisin diğer tesislerden farklılaştığı düşünülmektedir (URL-18).

Görsel 7: Konaklama İşletmesi G'ye İlişkin Görseller (URL-19/20)



Konaklama İşletmesi H

Japonya'da yer alan bu tesisin en farklı yanı; emek yoğun bir sektör olmasına rağmen insan gücünün kullanılmamasıdır. Bu tesis tamamen robotların hizmet verdiği bir tesis olup, giriş işlemlerinden oda temizliğine, çamaşırhane hizmetlerinden yiyecek-içecek hizmetlerine kadar tüm otelcilik faaliyetleri akıllı uygulamalar ve robotik kodlamalar aracılığıyla yürütülmektedir. Otele girişte robotların yönlendirmesiyle otele giriş işlemleri yapılmaktadır. Odaya girişte yüz tanıma sistemi kullanılmakta olup oda temizliği robot süpürgeler ile yapılmaktadır. Oda içerisinde kullanılan gardroplar belli süreler boyunca buhar kullanarak kıyafetlerin ütülenmesini otomatik olarak yapmaktadır. Tesisin birçok yerinde bulunan otomatlar sayesinde yiyecek-içecek hizmetleri verilmektedir. Tesisin hiçbir yerinde çalışan bir insanın bulunmaması bu tesisi diğer tesislerden farklılaştıran en önemli unsur olarak görülmektedir (URL-21).

Görsel 8: Konaklama İşletmesi H'ye İlişkin Görseller (URL-22/23)

Konaklama İşletmesi I

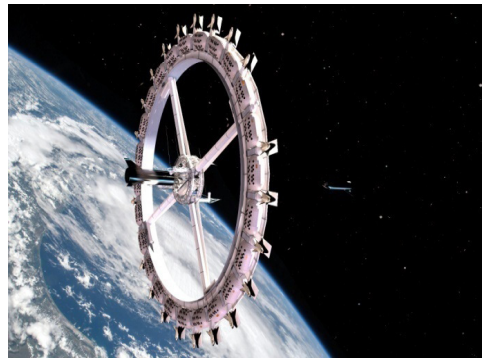
Bolivia’da bulunan dünyanın en büyük tuz gölü Salar de Uyuni kıyısında kurulan bu tesis, dünyanın ilk tuz oteli konumundadır. 2004 yılında 4500 metrekare alana inşa edilen tesiste yer alan her ekipmanın ana maddesi tuzdur. Gölden çıkarılan tuz ve su ile tuğla şeklinde bloklar oluşturulup bu bloklardan inşa edilen tesiste bir milyondan fazla tuz bloğunun kullanıldığı söylenmektedir. Tesisin duvarlarından yataklarına, sandalyelerden masalara kadar her kullanılan malzeme tuzdan yapılmıştır. Tuz, mimari olarak işlenmiş ve duvarlarda tuzdan yapılmış resimler, masalarda tuzdan yapılmış biblolar yer almaktadır. Her yıl yağmur mevsiminden sonra tesisin %10’u erimekte olup sezon başında bu eksilmeler giderilmektedir. Tuzun vermiş olduğu nem ile birlikte tesis içerisindeki atmosfer olağan otellere göre çok farklıdır. Tesiste bölgeden alınan tuz ve kinoa temelli spa anlayışı mevcut olduğu için alternatif tıp uygulamalarının da yer aldığı görülmektedir. Farklı bir mimari anlayışla farklı bir atmosfer içinde farklı bir tatil deneyimi sunması sebebiyle bu tesisin diğer tesislerden farklılaştığı düşünülmektedir (URL-24).

Görsel 9: Konaklama İşletmesi I’ya İlişkin Görseller (URL-25/26)

Konaklama İşletmesi J

Bu işletme henüz fiziki olarak mevcut olmayıp hizmet vermemektedir. Ancak 2027 yılında hizmet vermeye başlaması beklenmektedir. Prototipi tamamlanan bu tesis Rus menşeli bir şirket tarafından hizmete açılması planlanan bir uzay tesisidir. Entegre devrelere, fiber optikler, biyo-malzeme ile uzun süreli konaklamalara elverişli insan sağlığını korumaya yönelik bir düzenle inşa edilecektir. Bu tesiste temel odak turist kitlesi, uzay üzerine çalışmalar yürüten astronotlardır. Ancak ilerleyen teknolojiyle birlikte her kesimden turist bu konaklama işletmesinde uzay turizmi deneyimi sağlaması beklenmektedir. Tamamen uzay modüllerinin birleşiminden oluşan tesis 11600 metrekarelik bir alana sahip olup acil durumlar için 44 acil tahliye kapsülü yer almaktadır. 2027 yılında hizmete açılması beklenen bu tesis için ulaşım olanaklarının, o dönemki maliyetin, turist talebi ve turist profillerinin neler olacağı merak konusudur. Bu tip bir girişimin başarılı olması neticesinde turizm sektörünün nasıl gelişeceği konusu da araştırmalara konu olma niteliğindedir. Bu kapsamda bir değerlendirme de bu işletmenin farklılaştığının kanıtı niteliğinde görülebilir (URL-27).

Görsel 10: Konaklama İşletmesi J'ye İlişkin Görseller (URL-28/29)



SONUÇ

Her sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de organik bir yapı mevcuttur. Bu organik yapı sürekli bir değişim içerisindedir. Dolayısıyla değişime ayak uyduramayan işletmeler iktisadi piyasada güçlerini ve varlıklarını yitirme tehdidiyle karşı karşıya kalırken yenilik getirerek değişimi başlatan ve diğer işletmelerden farklılaşan işletmeler ise iktisadi piyasadan birim üründen maksimum kar elde etme fırsatı yakalayabilmektedirler. Bu nedenle işletmeler için inovasyon ve tüketici tercihleri oldukça önemlidir. Özellikle esnek ve kırılğan yapısı gereği turizm sektöründe faaliyet gösteren bazı konaklama işletmelerinin sponsorluk (Canöz ve Doğan, 2015) ve sosyal sorumluluk (Ateşoğlu ve Türker, 2010; Sucheran, 2016) gibi halkla ilişkiler faaliyetleri ile bir imaj oluşturup rekabet avantajı sağlama amacı güttüğü, bazı konaklama işletmelerinin ise inovasyon ve

yeni turizm deneyimleriyle farklılaşma yoluna gittiği yapılan çalışmalarca ortaya koyulmuştur (Poon, 1994; Martinez-Ros, 2012; Beghelli, 2020). Ayrıca geniş kitlelerden ziyade niş pazarlara hedefleyen konaklama işletmelerinin talep ve elde edilen kar bakımından daha avantajlı işletmeler olduğu da ifade edilmektedir (Hall, 1999; Met ve Erdem, 2006; Tassiopoulos and Haydam, 2008; Erdoğan, 2012).

Literatürde yer alan araştırmalardan hareketle dünya pazarında faaliyet gösteren konaklama işletmeleri içerisinde yeni deneyimler sunma amacıyla farklılaşma politikası güden öncül konaklama işletmelerinin sunmuş oldukları deneyimler, tesis konseptleri ve tesislerin mimari özellikleri incelenmiştir. Literatürde bu tip bir nitel çalışmanın olmaması ve dolayısıyla gelecek çalışmalara fikir vermesi, bu araştırmanın güçlü yönü olarak görülmektedir. Araştırma kapsamında;

- Tesislerin mimari özelliklerinin ve tesis atmosferinin turistlere farklı ve çekici geldiği,
- Tesislerin sunmuş oldukları deneyimlerin eşsiz veya tekrar ulaşılabirliğinin zor olmasından kaynaklı olarak turistlere çekici geldiği,
- Farklı turizm deneyimlerinin turistlere kendilerini özel hissettirdiğinin düşünüldüğü,
- Turizm deneyimi açısından farklılaşan işletmelerin sosyal medya ve internet ağı üzerinde etkileşimlerinin yoğun olduğu,

kanısına varılmış ve söz konusu bu hususların işletmelerce dikkate alınması gerektiği önerilmiştir. Yukarıda ifade edilen bu hususların farklı turizm deneyimi sunan tüm turizm işletmeleri için gelecek çalışmalara konu olması turizm endüstrisinin gelişiminde önemli rol oynayabilir.

KAYNAKÇA

- Aksu, H.S., Harmandar Demirel, D., Kaya, A., & Demirel, M. (2021). E-Spor Faaliyetlerinin Rekreasyon ve Spor Açısından Değerlendirilmesi. Kaya, A., & Uslu S. (Ed). *Akademik Serbest Zaman ve Rekreasyon Araştırmaları* içinde (ss. 23-40). Konya: NEÜ Yayınları.
- Aksu, H.S., ve Kaya, A. (2020). Rekreasyon ve Etkinlik Yönetimi. Yahya D., & Salih Ö. (Ed). *Spor ve Bilim 4* içinde (ss. 185-200). Ankara: Gece Kitaplığı.
- Ateşoğlu, İ. ve Türker, A. (2010). Konaklama işletmelerinin sosyal sorumluluk faaliyetlerine yaklaşımı: Muğla ili örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3), 207-226.
- Beghelli, M. (2020). Sharing economy: The relationship between Airbnb, the accomodation industry and new tourist flows: The case of Bologna Metropolitan Area (Italy). *Almatourism: Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 11(21), 79-107.
- Canöz, K. ve Doğan, İ. (2015). İmaj oluşturma aracı olarak sponsorluk. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3(2), 19-39.
- Dalgıç, T. and Leeuw, M. (1994). Niche marketing revisited: Concept, applications and some European cases. *European Journal of Marketing*, 28(4), 39-55.
- Erdoğan, M. S. (2012). *Konaklama işletmelerinde kitlesel pazarlamadan niş pazarlamaya dönüşüm (Marmaristeki 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmeleri yöneticilerine yönelik bir uygulama)*. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.
- Hall, D. (1999). Destination branding, niche marketing and national image projection in Central and Eastern Europe. *Journal of Vacation Marketing*, 5(3), 227-237.
- Kaya, A. (2020). Macera Rekreasyonu ve Rekreasyonel Aktiviteler. Kayantaş, İ. & Söyler, M. (Ed.), *Sporda Akademik Yaklaşımlar- 6* içinde (ss. 55-70). Ankara: Gece Kitaplığı.
- Martinez-Ros, E. and Orfila-Sintes, F. (2012). Training plans, manager's characteristics and innovation in the accomodation industry. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 686-694.
- Met, Ö. ve Erdem, B. (2006). Konaklama işletmelerinde verimliliğin ölçülmesi ve verimliliği etkileyen etkenlerin analizi. *Ticaret ve Tourism Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 53-73.
- Parrish, E. D., Cassill, N. L. and Oxenham, W. (2006). Niche market strategy for a mature marketplace. *Marketing Intelligence & Planning*, 24(7), 694-707.
- Poon, A. (1994). The "new tourism" revolution. *Tourism Management*, 15(2), 91-92.
- Sucheran, R. (2016). Corporate social responsibility in the hotel and lodge sector in KwaZulu-Natal, South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 5(3), 1-17.
- Tassiopoulos, D. and Haydam, N. (2008). Golf tourists in South Africa: A demand-side study of a niche market in sports tourism. *Tourism Management*, 29(5), 870-882.
- URL-1: <https://www.kakslauttanen.fi/about-us/> , (E.T.: 02.09.2022).
- URL-2: <https://www.kakslauttanen.fi/accommodation/#glass-igloos> , (E.T.: 02.09.2022).
- URL-3: <https://www.kakslauttanen.fi/accommodation/#snow-igloos> , (E.T.: 02.09.2022).
- URL-4: <https://www.thesafaricollection.com/our-story/> , (E.T.: 02.09.2022).
- URL-5: <https://www.thesafaricollection.com/properties/giraffe-manor/#group-29>, (E.T.: 02.09.2022).
- URL-6: <https://www.thesafaricollection.com/properties/giraffe-manor/#group-2> , (E.T.: 02.09.2022).
- URL-7: <https://www.salasilvermine.com/?huvudlink=Experience> , (E.T.: 02.09.2022).

- URL-8:<https://www.facebook.com/salasilvergruvfa/photo/a.183281808367750/5628044157224794> , (E.T.: 02.09.2022).
- URL-9:<https://www.facebook.com/salasilvergruvfa/photo/a.183281808367750/4802548063107745> , (E.T.: 02.09.2022).
- URL-10: <https://www.valcartier.com/fr/a-propos-du-village/> , (E.T.: 02.09.2022).
- URL-11: <https://www.valcartier.com/fr/hebergement/hotel-de-glace/> , (E.T.: 02.09.2022).
- URL-12: <https://naturavive.com/web/skylodge-adventure-suites/> , (E.T.: 02.09.2022).
- URL-13: <https://www.facebook.com/naturaviveperu/photos/550024292333459> , (E.T.: 02.09.2022).
- URL-14: <https://www.facebook.com/naturaviveperu/photos/5683840508307032> , (E.T.: 02.09.2022).
- URL-15: <https://karostascietums.lv/en/nakts-cietuma/> , (E.T.: 02.09.2022).
- URL-16:https://karostascietums.lv/wp-content/uploads/2014/12/gaitenis_Maris-Grunskis_horiz.jpg , (E.T.: 02.09.2022).
- URL-17:<https://karostascietums.lv/wp-content/uploads/2015/02/cetrvietiiga-kamera-ar-logiem-1024x675.jpg> , (E.T.: 02.09.2022).
- URL-18: <https://www.poseidonresorts.com/> , (E.T.: 02.09.2022).
- URL-19:<https://www.poseidonresorts.com/pulsepro/data/img/gallery/experience-gallery/5suitebed.jpg> , (E.T.: 02.09.2022).
- URL-20:<https://www.poseidonresorts.com/pulsepro/data/img/gallery/experience-gallery/6suiteliving.jpg> , (E.T.: 02.09.2022).
- URL-21: <https://www.h-n-h.jp/facilities> , (E.T.: 02.09.2022).
- URL-22:https://www.h-n-h.jp/wp_htb/official/wp-content/uploads/2019/02/003_cloakroom_image02-750x600.jpg , (E.T.: 02.09.2022).
- URL-23:https://www.h-n-h.jp/wp_htb/official/wp-content/uploads/2019/06/5418ee11d0a-9909167ca752f92fe58c5.jpg , (E.T.: 02.09.2022).
- URL-24: <https://palaciodesal.com.bo/primer-hotel-de-sal/> , (E.T.: 02.09.2022).
- URL-25: <https://www.facebook.com/HotelPalacioDeSalBolivia/photos/a.142459665906038/2334169300068386> , (E.T.: 02.09.2022).
- URL-26: <https://www.facebook.com/HotelPalacioDeSalBolivia/photos/a.128498477302157/128498483968823> , (E.T.: 02.09.2022).
- URL-27: <https://orbitalassembly.com/voyager> , (E.T.: 02.09.2022).
- URL-28:<https://www.facebook.com/OACspace/photos/a.104432511811761/104432485145097> , (E.T.:02.09.2022).
- URL-29:<https://www.facebook.com/OACspace/photos/175556078032737> , (E.T.: 02.09.2022).
- TURSAB. (2019). <https://www.tursab.org.tr/assets/assets/uploads/dunya-turizm-istatistik/2019-turkiye-siralamasi.pdf> , Erişim tarihi: 22.08.2022.
- UNWTO.(2022).<https://www.unwto.org/taxonomy/term/347#:~:text=Global%20tourism%20experienced%20a%204,to%20preliminary%20estimates%20by%20UNWTO> , Erişim tarihi: 22.08.2022.

İKİNCİ BÖLÜM

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet KAHYAOĞLU¹

SANAL TEKNOLOJİLER BAĞLAMINDA KONAKLAMA ENDÜSTRİSİ

GİRİŞ

Rekabetçi ortamlarda avantajlı çıkmak isteyen işletmeler tehditleri ya da sırsatları iyi değerlendirmeli tehditlere karşı önlemler almalı fırsatları ise kaçırmadan karlı bir yatırıma dönüştürme çabasında olmalıdır. Bu bağlamda ekonominin önemli aktörlerinden olan turizm sektörü ve bu sektörün önemli bir bileşeni olan konaklama işletmeleri teknolojik anlamdaki gelişmeleri iyi değerlendirmeli ve bu gelişmeler işletmeler açısından tehdit unsuru mu yoksa bir fırsat mı olduğunu iyi analiz ederek ortaya çıkan faydaları işletmelerine kanalize etme çabasında olmalıdır.

Bu doğrultuda dijital dönüşümler sonrası ortaya çıkmış sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve metaverse gibi sanal teknolojilerin işletmeler tarafından doğru algılanması ve bu teknolojilerin faydalarının işletmelere verimli bir şekilde aktarılması önemlidir. Söz konusu teknolojilerin tanıtım aracı olarak kullanılması ve turistlerin konaklama işletmesinde yararlanacağı hizmetleri satın alma öncesinde gerçeğe en yakın şekilde deneyimlemesi turistlerin satın alma kararlarını olumlu şekilde etkileyebilecektir. Söz konusu durum konaklama işletmeleri açısından bir fırsat olarak düşünülebilecekken; potansiyel turistlerin bu teknolojilerden yararlanarak sanal turlar aracılığıyla ev ortamından ayrılmadan gerçekleştireceği sanal seyahatler fiziki olarak var olan konaklama işletmelerinin karlılığını etkileyebilecektir. Nitekim sanal turların yaygınlaşması konaklama işletmeleri açısından olumsuz sonuçlar doğurur demek de sığ bir düşünce olacaktır. O nedenle sanal teknolojilerde gelişmelerin verimli takip edilmesi ve değişime dinamik bir şekilde ayak uydurulması değişen turist motivasyonlarıyla birlikte konaklama işletmeleri açısından karlı fırsatlara dönüşebilecektir.

Bahsi geçen gerekçelerle birlikte sanal teknolojilerin konaklama endüstri

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, ORCID:0000-0003-4110-7456, mehmet.kahyaoglu@alanya.edu.tr

açısından akademik olarak ele alınması gerek işletmeler gerekse alanda çalışan araştırmacılar nezdinde gereklidir. Bu sebeple bu çalışmanın konusunu sanal gerçeklik, arttırılmış gerçeklik ve metaverse teknolojilerinin kavramsal olarak ele alınması oluşturmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada bu teknolojilerin kavramsal içeriklerinin, turizm ve konaklama sektöründeki mevcut durumunun ve bu teknolojileri konu almış turizm çalışmalarına değinerek alan yazına katkı sunmak amaçlanmıştır.

METVERSE VE DİĞER SANAL TEKNOLOJİLER

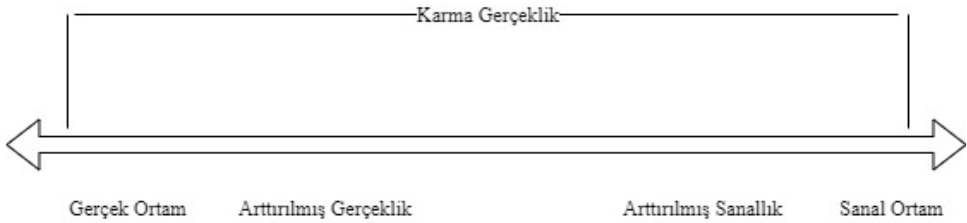
Günlük hayatta yeni iletişim ve teknoloji olanaklarının hızlı bir şekilde varlık göstermesi yeni bir çok kavramında ortaya çıkmasına vesile olmuştur. 90'lı yıllarla birlikte hızlı bir ivmeyle gelişim gösteren internet, ortaya çıkmasıyla birlikte gerçek ve sanal ortamın ayrımını da gözler önüne seren birçok yeniliği de beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda sanal teknolojilerin güncel evrilmiş hali olarak metaverse teknolojisini anlamak önem arz etmektedir. Metaverse kavramını simulasyon kuramı ile açıklamak mümkündür ve bu alanda Baudrillard (1981) tarafından ortaya çıkarılan “Simularklar ve Simulasyon” eseri simülasyon kuramına dair önemli çalışmalardan olmakla birlikte gerçek ile sanal ortam arasındaki farklılığı etkileyici bir şekilde ortaya koymaktadır(Çelik, 2022). Sanal dünyaların, 1978'de ilk çevrimiçi metin tabanlı çok kullanıcıli zindan oyunu olan MUD'nin yaratılmasıyla ortaya çıktığı yine alan yazında gözlemlenen bir diğer bilgidir (Penfold, 2009). Temel olarak metaverse'i bireylerin sosyalleşme oyun, iş amaçlarıyla bir araya geldiği sürükleyici bir sanal dünya kavramı olarak ele almak mümkündür. Söz konusu kavram gerçek dünyayı taklit etmek için kullanıcılara zengin bir etkileşim alanı yaratmak üzere Sanal gerçeklik (VR) ve arttırılmış gerçeklik (AR) teknolojilerinin yanı sıra blok zinciri ve sosyal medyayı da enstrüman olarak kullanıp simüle edilmiş dijital bir alandır(Babur, 2022).

Metaverse kavramının yazılı kaynaklarda ilk kullanımının ise 1992 yılında Stephenson tarafından kaleme alınan bilim kurgu romanı Snow Crash'de olduğu bilinmektedir. Roman, gerçekçi üç boyutlu binalarda ve diğer sanal gerçeklik ortamlarında buluşan gerçeğe benzer avaturları öngörüyordu. Aslında, Foster'ın 1909 tarihli Machine Stops adlı kitabı ele alındığında metaverse kavramının daha da geriye uzandığını söylemek mümkündür. Kısa bir bilim kurgu hikayesi olan Machine Stops, neredeyse tüm insanları yeraltında tek tek bölmelerde yaşamaya zorlayan bir çevre felaketi tarafından yaşanmaz hale getirilen bir dünyayı anlatıyor. Foster'ın kurgusal dünyasında, son derece karmaşık bir küresel makine, temel ihtiyaçlardan (örneğin, temiz hava, ışık, beslenme ve barınma) daha yüksek arzulara (örneğin, eğlence, edebiyat, müzik ve sosyal etkileşim) kadar insanlığın tüm istek ve ihtiyaçlarını karşılar. Machine Stop 'un yayınlanmasından bir asırdan fazla bir süre sonra, Facebook kendisini bir metaverse şirketi olan “Meta” olarak yeniden markalaştırdığında metaverse'in yeniden ilgi topladığını tespit etmek

mümkündür (Gursoy vd., 2022).

Bireylere üç boyutlu sanal ortam tecrübesi sağlayan “Metaverse” kavramını sanal bir dünya biçimi olarak ele almak mümkündür. Söz konusu üç boyutlu ortam, sanal gerçeklik ya da arttırılmış gerçeklik gözlükleri gibi enstrümanlara ihtiyaç duymakta ve kullanıcıları birbirine bağlamaktadır. İnternetteki sanal kimlikler olarak tanımlayabileceğimiz “Avatarlar” bahse konu olan sanal ortamdaki etkileşim kurma araçlarıdır. Bu ortamların insanlar tarafından fiziksel olarak algılanması için; kullanılan ara yüz teknolojileri ile görme, işitme, dokunma, koklama gibi duyular simülasyonu gerçekleştirilir. Daha önce bahsedilen avatarlar sayesinde ulaşılan bu sanal ortam, kullanıcıların fiziksel sınırlarının üzerinde aktiviteler yapmasını sağlar. Fiziksel realitenin sanal dünyada hayat bulmuş formu olarak tanımlayabileceğimiz metaverse’in sanal, arttırılmış ve karma gerçeklik gibi enstrümanlar aracılığıyla dijital obje ve dijital bireylerden oluştuğunu söylemek de mümkündür. Duyuların taklit edilmesini sağlayan teknolojilerle reele yakın bir deneyimi kullanıcılara sunmakta; gerçek zamanlı etkileşimle bireylerin birbirileri ve sanal objelerle iletişim oluşturmasını sağlamaktadır (Çilesiz ve Aydın, 2022).

Şekil 1: Sanallık Süreci (Okul, 2022)



Şekil incelendiğinde karma gerçekliğin bir parçası olarak gerçeklik ve sanallık sürekliliğinde arttırılmış gerçeği görmek mümkündür. Bu süreklilikte soldaki gerçek ortam durumu yalnızca gerçek nesnelere oluşan bir ortamı ifade ederken sağ taraftaki sanal ortam ise geleneksel olarak bilgisayar temelli sanal nesnelere oluşan sürükleyici simülasyonları ifade etmektedir. Böylelikle gerçek dünya objeleri sanal ortama entegre edilir ve karma gerçeklik ortaya çıkar. Özetle gerçeklik ve sanallık sürekliliği oluşmuş olur (Eryılmaz ve Aydın, 2020).

TURİZMDE VE KONAKLAMA ENDÜSTRİSİNDE SANAL UYGULAMALAR

Alan yazında, bir turizm deneyimi elde etmek için yeni teknolojilerin kullanılmasını gerektiren yeni bir turizm deneyimi türü olarak siber turizmin varlığını kabul eden tanımlamalar mevcuttur. Bu bağlamda; Prideaux ve Singer, siber turizmi, fiziksel bir turizm deneyiminin yerine geçen, elektronik olarak simüle edilmiş bir seyahat deneyimi olarak tanımlamaktadır. Bu tür bir turizmin, katılımcıların olağan zaman, mesafe, maliyet ve insan kırılabilirliği kısıtlamaları olmaksızın yeni teknolojiler aracılığıyla yerlere seyahat etmelerine izin vereceğini öne sürüyorlar (Prideaux, 2005).

Metaverse'in temelini oluşturan sanal ve arttırılmış gerçeklik, turizm

sektörünün önemli bileşeni konaklama işletmelerini etkisi altına alan önemli güncel teknolojik gelişmelerdendir. Bu uygulamalar kullanıcılara sunduğu olanaklar ve deneyimlerle seyahat motivasyonuna önemli katkılar getirmektedir. Bu bağlamda bu teknolojilerin muhtemel misafirlere satın alma kararı oluşumunda ve hizmetlerin deneyimlenme süreçlerinde önemli katkılar sunarak memnuniyet oluşumunu da etkilediğini söylemek mümkündür. Söz konusu teknolojilerin konaklama işletmeleri açısından pazarlama uygulamalarında daha yaygın olarak kullanıldığını söylemek yanlış olmayacaktır. Sanal teknolojilerin sağladığı olanaklarla işletmelerin sunduğu hizmetlere yönelik görsel, işitsel içerikler üretebilir ve böylelikle potansiyel konukların bilinçaltını etkileyebilir. Bazı otellerin ise bu sanal deneyimler esnasında bireylere gerçek ortamın havasını yansıtarak işletmenin ortamını tanıtacak kadar gelişim gösterdiği de bilinmektedir(Kabadayı, 2020).

Demir (2022), veryotech team (2021)'in Metaverse'in ağırlama sektörüne entegre edilmesini şu 3 yolla ortaya koyduğunu aktarmaktadır.

1. Konuk rezervasyon deneyimi konusunda yeni tanımlamalar edinecektir. Bu bağlamda hizmet sağlayıcılar potansiyel konuklara otele gelmeden önce odanın büyüklüğü gibi fiziki olanakların yanı sıra işletmede sunulan hizmetler hakkında satın alma öncesi sanal deneyimler sağlayacaktır.
2. Teknolojik alt yapının sağlanmasıyla konuklara üç boyutlu sanal tur olanakları sunulacaktır.
3. Amerika'da yapılan bir araştırma Z kuşağından gezginlerin %80'ninin gelecek gezilerinde benzersiz deneyimler yaşamak istediğini vurgulamaktadır. Bu doğrultuda konaklama tesislerinin çevresindeki noktalara yönelik deneyimleri zenginleştirmek için sanal rotalar oluşturma imkanı ortaya koyacaklardır.

Metaverse üzerinden para kazanmak isteyen konaklama sektörü bileşenleri öncelikle konuklara kendilerini değerli hissettirecek ve ödeme yapmayı kabul edecekleri sürükleyici deneyimler sunmalıdır. Bunun için ağırlama endüstrisindeki işletmelerin konuklara birçok duyuya hitap eden, farklı ve sürükleyici deneyimler sunmak için yaratıcılık ve yenilikten yararlanmalıdır. Bu doğrultuda ağırlama endüstrisinde metaverse uygulamalarını iki boyutlu bir çerçeve ve dört kademedeki ele almak mümkündür. İlk boyut düşükten yükseğe doğru bir etkileşim derecesi üzerine durmaktadır. Bu kapsamda konuklar aktif katılım gerektirmeyen bilgi arayışı gibi konulardan pasif olarak yararlanabilir ya da daha yüksek derecede etkileşim anlamına gelen sanal ortamda aktif olarak yer alma gerekliliği ortaya çıkabilir (Kano, nişancı temalı video oyunları gibi). İkinci boyut metaverse deneyiminin hazzal ve faydacı olarak ele alınabilecek iki güdüsü üzerine odaklanır. Hazzal dürtülerle hareket eden bireyler eğlence ve zevk üzerine odaklanırken faydacı güdüyle hareket eden bireyler ise sanal dünyadan alabilecekleri işlevsel

ihtiyaçlarına odaklanır. Bu kapsamda Amazon yağmur ormanlarının vahşi doğasını ya da pasifik okyanusunda tüplü dalış deneyimlemek gibi durumlarla hazsal dürtülere odaklanabilirler. Yelpazenin diğer ucunda ise satın alma gerçekleşmeden önce işletmenin olanaklarını test etmek gibi faydacı güdüler bulunabilir (Gursoy vd., 2022).

Şekil 2: Metaverse Deneyiminin Yaratılması (Gursoy vd., 2022)

Güdüler	İşlevsel	Yaşam Tarzı Sanal satın almalar Seyahat Rezervasyonları Kullanıcıların eğitimi	Tanıtlar Destinasyonların, otellerin ve tatil köylerinin dijital olarak deneyimlenmesi Fiziksel deneyimlerin artırılması
		Eğlence Sanal uçuşlar Sanal konserler	Macera Sanal Casinolar Buz dağları arasında kano Sanal gökyüzü dalışları
		Düşük	Yüksek

Metaverse aracılığıyla insanların tamamen sanal bir şekilde uçuşları, otel odalarını, restoranlarda yemek pişirme ve yemek hazırlamayı, turları, konferansları, toplantıları ve kongreleri deneyimleyebilir. Boeing gibi bazı havacılık şirketlerinin metaverse 'de dijital bir ekosistem kurmak ve havayolu hizmetlerinin sunumu üzerine kapsamlı üç boyutlu mühendislik tasarımları üzerine çalıştığı bilinmektedir. Bunun gerçekleşmesi durumunda müşterilerin satın almadan önce deneyimleme olanakları ortaya çıkacaktır. Bu çabalar, müşterilere “satın almadan önce dene” özelliği sunarak, otel ve restoran iç mekanlarını, turistik yerleri, uçuşları ve ilgilendikleri diğer hizmetleri evlerinin rahatlığında keşfetmelerini sağlayacak. Müşteriler, karar vermeden önce ilgilendikleri hizmetleri sanal olarak deneyimleyebileceklerinden rezervasyonu tamamlama veya geri çekilme arasındaki farkı görebilecektir. Rezervasyon konusundaki tereddütlerin ortadan kalkması da sağlanacaktır.

Alan yazında göze çarpan bir diğer kavram da özünde melez bir kavram olan hem sanal gerçeklik hem de turizm kavramlarını içeren sanal turizm kavramıdır. Başka bir deyişle, sanal turizm, turisti istenen yere seyahat etmek zorunda kalmadan bir turizm deneyimi yaşatır. Çeşitli formları vardır ve çeşitli derecelerde teknolojik yeteneklerle gelir. Elektronik bir yöntemdir, turistiın zaman, mesafe, maliyet ve insan zayıflığı konusundaki olağan kısıtlamalardan arınmış fiziksel bir yolculuğa benzer bir deneyim yaşamasını sağlar (د.هانی عاطف قزمال vd., 2023).

Sanal turizm kavramını daha detaylı ele almak gerekirse dayandığı temeller ve özelliklerinden bahsetmek doğru olacaktır. Falak ve çalışma arkadaşları (2020), bu unsurları aşağıdaki şekilde belirtmiştir (د.هانی عاطف قزمال vd., 2023):

Yaratıcılık ve Yenilik:

- Turizm ürünleri için yeni fikirler üretme çalışmalarını oluşturan yaratıcı uygulamalar geliştirmek için mükemmel bir şans veren temellerden biridir.
- İnovasyonla ilgili olarak, diğerleri sanal turizm yaratıcı ürünleri için yeni özellikler oluşturabilir veya ekleyebilir.

Kurgusal Gerçeklik:

- Sanal turizmi anlatan yerleri görüntülemek için kameralar kullanılacaktır.
- Üç boyutlu gözlükler, sanal turist ortamını gerçeğe benzer şekilde bilgisayar aracılığıyla görme yöntemi olabilir

Estetik Tat:

- Sahneler, görüntüler, sanatsal çevre ve turiste eğlenceli, rahatlama, gizem ve merak hissettiren estetik durum aracılığıyla sanal turist alanına dalmasının bir sonucu olarak turiste yayılan duygu.

Kečkeš ve Tomičić (2017), arttırılmış gerçeklik teknolojisinin turizm sektörüne başarılı bir şekilde entegrasyonu için etkili olan faktörlerin aşağıdaki şekilde olması gerektiğini savunmaktadır (Demirezen, 2019):

Genel İhtiyaçlar

- Etkileşim, Dinamizm, Eğlendirme özelliği, İçerikle durum arası ilişki, Kullanıcı ara yüzünün sezgisel olması , Gezinmesin basit olması, İçeriklerin etkileyici ve motive edici olması, Farkındalık, verimlilik, güçlendirme, katılım, canlılık, anlamlılık, motivasyon, yenilik, güvenlik, şaşkınlık (beklenmedik) ve somutluk.

Fonksiyonellik

- Gözden geçirmek, aramak, Harita, güzergâh, navigasyon, İletişim, Duruma duyarlı atak, Mobil ticaret, Sosyal ağlar, İş birliği, Tur ortaya çıkarma, Öneriler

Konular/Problemler

- Donanımsal ihtiyaçlar, Cihaza has zorluklar, Birlikte çalışabilirlik, Taşınabilirlik, Kolay kullanım, Kullanıcıya rahatlık sunması, Ulaşılabilirlik, Tek dokunuşla bas oku özelliği, Güvenlik

Yer paylaşım Türleri

- Metin, Grafik, Video, Ses, Dokunulabilir

Teknolojiler

- Elde taşınabilen, bütünleşmiş, Başa monte edilen, Yerinde statik çevresel, Yer ile ilgili mobil, gezici

SANAL TEKNOLOJİLERİ KONU ALAN TURİZM ÇALIŞMALARI

Alan yazın incelendiğinde sanal gerçeklik, arttırılmış gerçeklik ve metaverse gibi teknolojik gelişmeleri turizm sektörü ve konaklama işletmeleri perfektifinden

konu almış birçok çalışmaya rastlamak mümkündür. Bu bağlamda bu kısımda alana yazında karşılaşılmış bazı çalışmaların içeriklerinden söz edilecektir.

Okul (2022), sanal gerçeklik uygulamalarının turizm rehberliği eğitiminde kullanılmasının öğrencilerin akademik başarılarına ve kalıcılık düzeyleri üzerindeki sonuçlarına dair deneysel sonuçlar elde etmek amacıyla gerçekleştirdiği çalışmasında Gönüllülük esasına göre belirlenen iki deney grubu ve iki kontrol grubundan oluşan toplamda 70 öğrenci ile dört haftalık dersler gerçekleştirmiş, deney grubu öğrencilerinin akademik başarı ve kalıcılık düzeylerinin kontrol grubuna göre daha yüksek oluşunun öğrencilerden ve öğretim elemanlarından toplanan verilerle desteklendiği ortaya koymuştur.

Gursoy ve çalışma arkadaşları (2022), çalışmasında öncelikle metaverse kavramını genel olarak, konaklama ve turizm endüstrisi bağlamında açıklamış Ardından, metaverse deneyimleri oluşturmak, araştırma boşluklarını belirlemek ve konaklama ve turizm endüstrisi aktörlerine önemli ölçüde fayda sağlama potansiyeline sahip gündem maddeleri önermek için kavramsal bir çerçeve önermiştir. Son olarak ise, gelecekteki araştırma gündemlerini meta veri deposundaki deneyimleri evreleme, tüketici davranışındaki olası değişiklikleri anlama ve meta veri deposundaki pazarlama ve operasyon stratejileri olarak üç geniş kategoride sınıflandırmıştır.

Samsun ilindeki dört ve beş yıldızlı otellerde sanal gerçekliğin turizme entegrasyonunun gerçekleşip gerçekleşmediğinin tespitini amaçlandığı bir diğer çalışmada; araştırma yöntemi olarak nitel araştırma tekniklerinden derinlemesine mülakat tekniği kullanmıştır. Çalışma sonunda; turizm işletmelerinin sanal gerçekliğe yoğunlaşmasının insan ilişkilerinin yoğun yaşandığı bu sektörde, rekabeti arttıracak gibi işletmelerin pazar içerisindeki etkinliğini ve kâr maksimizasyonunu da pozitif yönde etkileyebileceği sonucu ortaya konulmuştur (Durmaz vd., 2018).

Sanal gerçeklik ve arttırılmış gerçeklik üzerine odaklanan başka bir çalışmada bu teknolojilerin sektöre sağladığı faydalar ve önemini tespit etmek amaçlanmış; İkincil verilerle değerlendirme yapılan çalışmada söz konusu teknolojilerin sektöre olan birçok katkısının tespit edildiği vurgulanmıştır (Demirezen, 2019).

Çilesiz ve Aydın (2022), Metaverse kavramına odaklanmış bu kavramın teorik içeriğinin yanı sıra temeli olarak bilinen sanal ve arttırılmış gerçeklik teknolojilerine de kavramsal olarak açıklık getirmeye çalışmışlardır. Söz konusu teknolojilerden oluşan sanal dünyanın turizm sektörü üzerindeki etkilerinin tartışıldığı çalışmada metaverse teknolojisi merkezinde kavramsal değerlendirmeler yapılmıştır.

Mısır'daki Turizm ve Otelcilik endüstrisinde sanal ortamın avantaj ve dezavantajlarına odaklanan bir diğer çalışmada; verilere otel yöneticileri, turizm acentesi yöneticileri, turizm bakanlığı uzmanları ile yapılan çeşitli görüşmeler yoluyla ulaşılmıştır. Görüşmeler, Mısır'daki 10 otel ve 10 turizm şirketinden

oluşan bir örneklemede 122 yönetici ve uzmanla gerçekleştirilmiştir. Metaverse teknolojisinin gelişiminin Mısır ağırlama endüstrisinin gelecek eğilimleri arasında olduğu vurgulanmış hem gelir artırma hem de rekabetteki avantajı sağlayacağı öne çıkartılmıştır (د.هاني عاطف قزمال vd., 2023).

Kabadaşı (2020), nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizini kullandığı çalışmada; literatürdeki çalışmaların verilerinden faydalanmıştır. Birçok konaklama tesisinin hizmet kalitesini arttırmak amacıyla artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik teknolojilerinden yararlandığını ortaya koymuştur.

Honkong'daki bir turizm okulunda eğitim amaçlı kullanılan sanal teknoloji üzerine odaklanan bir diğer çalışmada öğrenci ve öğretmenlerden veriler elde edilerek stratejik anlamda sanal teknolojinin kullanımının öneminden bahsedilmiştir (Penfold, 2009).

Metaverse teknolojisine yatırım yapmak isteyen turizm yatırımcılarına yol göstermeyi hedefleyen başka bir çalışmada; sürekli gelişim halinde olan dijital dünyayla birlikte turizm sektörünün de gelecekte farklı bir noktaya ulaşacağı vurgulanmaktadır. Yine çalışmada turizm sektörünün, sanal evrende turistik işletmelerin inşa edileceği ve böylelikle yeni istihdam olanaklarının yanı sıra yatırımcıların büyük kazançlar elde edeceği sanal bir dünyada aktif olacağı belirtilmektedir (Babur, 2022).

Koo ve arkadaşları (2022), Metaverse teknolojisinin turizm sektöründe kullanımına kavramsal olarak yaklaşmış ve bu bağlamda; dört ön görüş geliştirmiştir. İlk olarak, metaverse turizminin temel teknolojilerinin, yeni bir sürükleyici deneyim düzeyine yol açacağı belirtilmiştir. İkincisi, metaverse turistlerin yolculuk öncesi aşamada daha gerçekçi beklentilere ulaşabileceği; Üçüncü olarak, araştırmacıların metaverse turistin çoklu kimlik profillerini dikkate alması gerektiği; Son olarak da metaverse turizminin, yaratıcı bir ekonominin yeni iş modelini sunacağı vurgulanmıştır.

Metaverse deneyimleri oluşturma, araştırma boşluklarını belirleme, konaklama ve turizm endüstrisi aktörlerine önemli ölçüde fayda sağlama potansiyeline sahip gündem maddeleri önermek için kavramsal bir çerçeve ortaya konulduğu belirtilen bir diğer çalışma gelecek çalışmalar için üç kategoride öneri geliştirmiştir. Bunlar; meta veri deposundaki deneyimleri evreleme, tüketici davranışındaki olası değişiklikleri anlama ve meta veri deposundaki pazarlama ile operasyon stratejileri üzerinedir (Gursoy vd., 2022).

Bir diğer kavramsal çalışma; turizm sektöründe birçok sanal teknolojinin farklı alanlarda ve farklı amaçlarda kullanıldığını vurgulamıştır. Söz konusu bu uygulamaların oldukça sınırlı olduğu belirtilirken; bu uygulamaların özellikle pazarlama aracı olarak kullanıldığı tespit edilmiştir. Özetle söz konusu uygulamalarının turizm sektöründe pazarlama aracı olarak sınırlı da olsa kullanılır olduğuna dikkat çekilmiştir. (Eryılmaz ve Aydın, 2020).

Ross, (2005), çalışmasında, turizmin özünde sosyal ve ilişkisel bir etkinlik olduğu için siber turizmin katkısının sosyal sermaye, etik ve güven gibi temel teorik boyutlar bağlamında değerlendirilmesi gerektiğini savunmaktadır.

Turizmakademisyenlerinin metaverse teknolojisine yönelik değerlendirmelerinin tespit edilmeye çalışıldığı çalışmada; 82 akademisyenden yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla veriler elde edilmiştir. Bu doğrultuda örneklem grubundaki akademisyenlere göre; metaverse teknolojisinin pazarlamada etkinlik, tanıtım ve ekonomik anlamda kolaylık gibi olumlu katkıları olacakken; istihdam, gelirlerde azalma, güvenlik sorunları ve zamana ayak uyduramama gibi olumsuz etkilerinin olacağı vurgulanmıştır (Tayfun vd., 2022).

Demir (2022), çalışmasında konaklama sektörüne metaverse teknolojisinin sağlayacağı etkilere yer vermiştir. Bu bağlamda değişken konuk beklentilerine alternatif hizmet sunabilen tesislerin tercih edilme oranının artacağı ve bunun teknolojik uyumla olabileceği ön görülmüştür.

Yukarıda ele alınan çalışmalar incelendiğinde; sanal teknolojilerin konaklama tesisleri gibi turizm işletmelerince son zamanlarda dikkate alındığı ortaya çıkmaktadır. Çalışmaların içerikleri ele alındığında söz konusu teknolojilerin özellikle pazarlama genelinde tanıtım özetle misafirin ziyaret öncesi işletmeyi deneyimlemesi üzerine odaklandığı bilinmekle birlikte fiziki konaklama işletmelerine alternatif olarak sanal konaklama işletmelerinin de alternatif olarak ortaya çıkabileceği anlaşılmaktadır.

SONUÇ

Gün geçtikçe gelişen turist motivasyonları turizm işletmelerinin de ürün yelpazelerine yenilerini eklemeyi gerekli kılmaktadır. Özellikle teknolojinin gelişimiyle bilgiye daha hızlı ve kolay erişebilen turistler satın alma kararı verirken fotoğraf video gibi fiziksel kanıtlara göre karar verebilmektedir. Bu sebeple gerek web sitelerinde gerekse diğer dijital ortamlarda işletmelerini tanıtmak amacıyla konaklama tesislerince kullanılan öğeler önem arz etmektedir. Dijital dünyada meydana gelen gelişmeler yalnız bahsedildiği şekilde tanıtımda kullanılan video, fotoğraf gibi öğelerin yeterli olmayacağına işaret eder. Bu bağlamda sanal teknolojiler ön plana çıkmakta ve sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ya da metaverse gibi teknolojiler birçok sektöre yön verdiği gibi turizm sektörünün de dijital yönde evrilmesine aracılık etmektedir.

Bu çalışma sonucunda alan yazında birçok çalışmanın sonuçlarına ulaşılmış ve sanal teknolojilerin konaklama işletmelerince odaklanıldığı ortaya konmuştur. Bununla birlikte sanal teknolojilerin özellikle tanıtımda seyahat motivasyonunu arttırmak amacıyla kullanıldığı göze çarpan önemli bulgulardandır. Konaklama işletmelerinin bu sanal teknolojilere yönelik yatırımlar yapmasının ve çağa ayak uydurmasının gerekli olduğu bu bulgulara göre söylenebilir. Destinasyon bazında

tanıtım aracı olarak da sanal teknolojilerden yararlanmak turizm sektörünün gelişimi açısından önemlidir. Nitekim dijital gelişim gerek kamu kurumlarının gerekse özel sektör işletmelerinin bu yönde hareket etmesini elzem kılacaktır. Ek olarak dünya 'da metaverse teknolojilere yatırım yapan işletmelerin sayısının gün geçtikçe artması turizm sektörünün de bu gelişmelere kayıtsız kalamayacağına yönelik işaretlerdir. Nitekim sanal metaverse ağında sanal otellerin ortaya çıkacağı ve gerçeğe yakın deneyimlerle bu deneyimleri tadabilecek sanal turistlerin de yaygınlaşacağını söylemek yanlış olmayacaktır.

Çalışma sonunda sektöre bu teknolojilere yatırım yapmanın ekonomik açıda faydalı olabileceği önerilirken alan yazın anlamında da bazı eksiklikler tespit edilmiştir. Bu eksikliklerin başında sanal teknolojilerin kullanımına yönelik gerek sektör temsilcilerinin gerekse potansiyel turistlerin değerlendirmelerini ortaya koymak üzere ampirik çalışmaların sınırlı olmasıdır. Bu doğrultuda gelecek çalışmalarda sanal teknolojilerin konaklama sektöründe kullanımının ortaya çıkaracağı etkilere yönelik ampirik çalışmaların sayısının artması şüphesiz turizm alan yazını için önemli bir açığı kapatacaktır.

KAYNAKÇA

- Babur, Y. (2022). Metaverse Ağında Turizm Endüstrisinin Rolü. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 91-101.
- Çelik, R. (2022). Metaverse Nedir? Kavramsal Değerlendirme ve Genel Bakış. *Balkan And Near Eastern Journal Of Social Sciences*, 8(1), 67-74.
- Çilesiz, E., ve Aydın, N. (2022). Metaverse ve Turizm: Kuramsal Bir Yaklaşım. *Journal Of Academic Tourism Studies*, 1(1), 32-44. <https://doi.org/10.29228/Jatos.62009>
- Demir, Ç. (2022). Metaverse Teknolojisinin Otel Sektörünün Geleceğine Etkileri Üzerine Bir İnceleme. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 10(1), 542-555.
- Demirezen, B. (2019). Artırılmış Gerçeklik ve Sanal Gerçeklik Teknolojisinin Turizm Sektöründe Kullanılabilirliği Üzerine Bir Literatür Taraması. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 1-26.
- Demirezen, B. (2019). Artırılmış Gerçeklik ve Sanal Gerçeklik Teknolojisinin Turizm Sektöründe Kullanılabilirliği Üzerine Bir Literatür Taraması. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 1-26.
- Durmaz, C., Bulut, Y., ve Tankuş, E. (2018). Sanal Gerçekliğin Turizme Entegrasyonu: Samsun'daki 5 Yıldızlı Otellerde Uygulama. *Turkish Journal Of Marketing*, 3(1), 32-49. <https://doi.org/10.30685/Tujom.V3i1.29>
- Eryılmaz, G., ve Aydın, R. (2020). Sanal Gerçeklik ve Arttırılmış Gerçeklik Teknolojilerinin Turizm Uygulamaları ve Pazarlamadaki Yeri. *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi*, 4(2), 9-25.
- Gursoy, D., Malodia, S., ve Dhir, A. (2022). The Metaverse İn The Hospitality And Tourism İndustry: An Overview Of Current Trends And Future Research Directions. *Journal Of Hospitality Marketing ve Management*, 1-8.
- Kabadayı, M. (2020). Otel İşletmelerinde Sanal Gerçeklik ve Artırılmış Gerçeklik Uygulamaları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(3), 464-479.
- Koo, C., Kwon, J., Chung, N., ve Kim, J. (2022). Metaverse Tourism: Conceptual Framework And Research Propositions. *Current Issues İn Tourism*, 1-7.
- Penfold, P. (2009). Learning Through The World Of Second Life-A Hospitality And Tourism Experience. *Journal Of Teaching İn Travel And Tourism*, 8(2-3), 139-160. <https://doi.org/10.1080/15313220802634224>
- Prideaux, B. (2005). Cyber-Tourism: A New Form Of Tourism Experience. *Tourism Recreation Research*, 30(3), 5-6. <https://doi.org/10.1080/02508281.2005.11081481>
- Ross, G. F. (2005). Cyber-Tourism And Social Capital: Ethics, Trust And Sociability. *Tourism Recreation Research*, 30(3), 87-95. <https://doi.org/10.1080/02508281.2005.11081490>
- Tayfun, A., Silik, C. E., Şimşek, E., ve Dülger, A. S. (2022). Metaverse: Turizm İçin Bir Fırsat Mı? Yoksa Bir Tehdit Mi? *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 10(2), 818-836.
- .(۳۲۰۲). The Role Of Metaverse Tourism And Hospitality Online İn Egypt. ۲۰۲۱-۲۰۲۲. *مجلة المعهد العالي للدراسات النوعية*, ۳(۱), ۷۸۵-۷۹۶.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Dr. Öğr. Üyesi Olca SEZEN DOĞANCILI¹, Öğr. Gör. Ramazan GÜZEL²

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE İŞYERİ REKREASYONU OYUNLARININ SOSYAL İLETİŞİMİ GELİŞTİRMEDEKİ ROLÜ

GİRİŞ

Son yıllarda teknolojiye meydana gelen gelişmelerle birlikte video oyunları hayatımızın yaygın bir parçası haline gelmesinin yanı sıra geleneksel olarak oyun benzeri olarak algılanmayan faaliyetler, sistemler ve hizmetler giderek daha fazla oyunlaştırıldığı için mevcut gerçekliğimiz ve yaşamlarımız giderek daha fazla oyun benzeri hale gelmektedir (Deterding, 2015).

İşletmelerin çalışma hayatı içerisinde programlarının temelinde çalışanların verimliliğini arttırmak yer almaktadır. Çalışanların performanslarını etkileyen faktörlerin kültür, yetenek, rekabet duygusu, motivasyon ve toplumsal ilişkiler olduğu bilinmektedir. Bu faktörler nedeniyle işverenler çalışanlarını, işyeri rekreasyon aktivitelerine katılım sağlamalarını önemsemektedirler. Bu kapsamda işletmeler işyeri rekreasyon uygulamalarına önem vermeye başlamışlardır (Mokaya ve Gitari, 2012'den akt. Palazoğlu, 2021: 27). Roberts ve Sutton Smith (1962) boş zaman aktiviteleri içerisinde insanların diğer insanlarla birlikte etkileşim halinde olmalarını ve insanların bir araya gelerek oyun gibi rekreasyonel aktivitelere katılım göstermelerinin çatışmaları azaltabileceği ve sosyalleşmeyi arttırabileceğini belirtmektedirler.

Emek yoğun bir sektör olan ve birçok sektör içerisinde değerlendirildiğinde insanın işletmenin temelinde yer aldığı konaklama sektöründe; ekip çalışmasını oluşturmak, işletme içi iletişimi güçlendirmek, örgütsel bağlılığı arttırmak gibi konuların geliştirilmesinde işyeri rekreasyonu konusu her geçen gün önemini arttırmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın konusu, konaklama işletmelerinde

1 Sinop Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Turizm Rehberliği Bölümü, ORCID: 0000-0002-7070-4076, o.dogancili@sinop.edu.tr.

2 Sinop Üniversitesi, Yabancı Diller Yüksekokulu, Yabancı Diller Bölümü, ORCID:0000-0002-0622-0894, rguzel@sinop.edu.tr.

işyeri rekreasyonunun önemini vurgulamakla birlikte ekip çalışması ve iletişime geliştirmeye yönelik işletme içi ekip oyunlarından örnekleri içermektedir.

ALAN YAZIN

Rekreasyon

Rekreasyon “İnsanların boş zamanlarında, eğlence ve spor amacı ile gönüllü olarak katıldıkları etkinlikler” olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu). Bireylere fiziksel, mental ve yaratıcılık olarak avantajlar sağlayan, kişilerin duygularına odaklanan, özgür ve mutluluk verici davranışları içinde barındıran gönüllü faaliyetler bütünü olarak karşımıza çıkmaktadır (Tekin, vd., 2017: 6).

Boş zaman kavramı ise fitness ve spor faaliyetlerinin yanı sıra eğlence hizmetleri ve otel animasyonu gibi aktivitelerin uygulandığı eğlence hizmetlerini kapsayan zaman dilimidir (Costa, Glinia, Goudas ve Panagiotis, 2004: 117). Kişilerin hür iradesiyle etkinlikler gerçekleştirdiği boş zaman kapsamında yeni bir yaratım söz konusudur. Bu unsurlar Veal (1992:5)’e göre aşağıdaki gibidir;

- Boş zaman kişinin doğası ile özdeşmiş bir karar, bir eylemdir,
- Boş zaman karar verilenleri eyleme geçirme ürünüdür,
- Boş zaman, zaman içinde gelişip değişen bir süreçtir,
- Boş zaman, eğlence içerir,
- Boş zaman, kendi durumuna göre yeniden şekillenebilir,
- Boş zaman, kişinin kendi özellikleri ile yorumlanan karmaşık bir bütündür.

Rekreatif faaliyetlere katılan bireylerin katılım amacı kişiden kişiye farklılaşmakla beraber genel olarak psiko-sosyal etkenler belirleyici faktördür. Ekonomik ve sosyo-kültürel etkenler ise bireylerin rekreatif faaliyetlerine katılımı sağlayan ikincil derecede etken olduğu görülmektedir. Ayrıca bireylerin toplumsal davranışlarının şekillendirilmesini sağlayan rekreasyon faaliyetleri ile bireylerin sosyalleşmesi de mümkün olmaktadır (Metin, KesiciveKodaş, 2013: 5042-5043). Bu kapsamda ele alınan uygulamalardan olan rekreatif faaliyetler çok çeşitli olmaktadır. En geniş hali ile Gül (2014:20-54)’ün çalışmasında belirtilen rekreatif faaliyetler şu şekildedir;

1. Etkinliklere Katılım Biçimine Göre Rekreasyon
 - Etken Katımlı Rekreasyon (Active)
 - Edilgen Katımlı Rekreasyon (Passive)
 - Ettirgen Rekreasyon (Causative)
2. Etkinliklere Katılanların Mekan Tercihleri Bakımından Rekreasyon
 - Açık Mekan (Outdoor) Rekreasyon
 - Kentiçi Rekreasyon Etkinlikleri
 - Kırsal Rekreasyon Etkinlikleri
 - Kapalı Mekan (Indoor) Rekreasyon

3. Etkinliklere Katılanların Sayısına Göre Rekreasyon
 - Münferit Rekreasyon Etkinlikleri
 - Grup Rekreasyon Etkinlikleri
4. Etkinliklere Katılanların Yaşları Bakımından Rekreasyon
 - Çocuk Rekreasyonu
 - Gençlik Rekreasyonu
 - Yetişkin Rekreasyonu
 - Üçüncü Yaş Rekreasyonu
5. Rekreasyonel Etkinliklerin Kültürel Değerleri Bakımından Rekreasyon
 - Milli Kültür Rekreasyon
 - Milletlerarası Kültür Rekreasyonu
6. Etkinliklere Katılanların Zaman Tercihi Bakımından Rekreasyon
 - Günübürlük Rekreatif Faaliyetler
 - Hafta Sonu Rekreatif Faaliyetler
 - Uzun Süreli Rekreatif Faaliyetler
7. Fonksiyonel Açıdan Rekreasyon
 - Entelektüel Nitelikli Rekreasyon
 - Sanatsal Nitelikli Rekreasyon
 - Kültürel Nitelikli Rekreasyon
 - Turizm Nitelikli Rekreasyon
 - Sosyal Nitelikli Rekreasyon
 - Sportif Nitelikli Rekreasyon
 - Gönüllülük Esasına Dayanan Rekreasyon
 - Sağlık ve Terapi Nitelikli Rekreasyon
 - Ticari Nitelikli Rekreasyon

Rekreasyon faaliyetlerinden birisi olan doğa sporları ile kişilerin doğa içerisinde sportif faaliyetlerle buluşturulması amaçlanmış olup katılımcılara doğayla bütünleşmek, sağlıklı olmak, sıkıntıdan ve monotonluktan kurtulmak gibi avantajlar sağlanmaktadır. Böylece kişiler kendilerini daha mutlu, sağlıklı, güçlü ve rahatlamış hissetmektedir (Ardahan ve Lapa Tennur, 2010: 1327).

SPA etkinliklerini içeren rekreasyon faaliyetleri kişilerin ruhen, bedenlen ve fiziksel olarak dinlenmesini ve yenilenmesini sağlayan terapi çeşiti olarak karşımıza çıkmaktadır. Estetik ve güzellik odaklı bakımlar, masajlar, fitoterapi, aromaterapi, fangoterapi, kar ve buz odaları, tuz odaları, sauna, taş terapisi ve renk terapilerin yanı sıra sıcak ve soğuk suyun akıtma, damlama, püskürme ve duş gibi uygulamaları bünyesinde barındırmaktadır (Değer, 2020: 322).

Özel ilgi alanlarından birisi olan kırsal turizme yönelik olarak uygulanan kırsal turizm rekreatif faaliyetleri, katılımcıların kırsal alanlarda gerçekleştirdikleri etkinlikler olarak ifade edilebilir. Bu etkinliklerde farklı kültürleri tanımak ve yörenin güzelliklerini görmek ön plandadır (Özer ve Çavuşoğlu, 2014: 191).

Doğal ortamda olmayan, insan eliyle oluşturulup bir çatı altında gerçekleştirilen faaliyetler ise kapalı alan rekreasyonu olarak tanımlanmaktadır. Katılımcıların iklim özellikleri ve hava şartları gibi unsurlardan etkilenmeden faaliyetlerde yer almasını mümkün kılan kapalı alan rekreasyonu, yılın her döneminde aktif olarak kullanılmaktadır (Çavuşoğlu, 2021:102).

İş Yeri Rekreasyonu

Rekreasyon etkinlikler işletmelerde insan kaynakları yönetim sistemi bünyesinde yer almakta ve işgören üretkenliği ile yakından ilişkili unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Tabassi ve Bakar, 2009: 471). İş görenlere yönelik uygulanan iş yeri rekreasyonu bireylere psikolojik ve fizyolojik açıdan birçok avantajlar sağlamaktadır. Özellikle sosyal etkinliklerin ve sportif faaliyetlerin kişileri rahatlatıp kendilerini daha iyi hissetmeleri ile işletmelerinde verimlilik artışı sağlanmaktadır (Tezcan, 2007: 84). Bu kapsamda mükemmel hizmet sunumu için işletme yöneticilerinin işgörenleri motive etmek için iş yeri rekreasyonunu uygulaması büyük önem arz etmektedir (Sturman ve Ford, 2012: 1).

Çalışırken eğlenme fikrinin yeni mezun teknoloji odaklı işçilerden oluşan yeni kurulan işletmelerin yeni bir kurumsal kültür geliştirmeye başladığı Silikon Vadisi'nde ön plana çıktığı söylenebilir. İşyerleri, haftada 80 saatten fazla zaman harcayan bu işçilerin taleplerini karşılamak için işyeri ortamının yalnızca mesleki emek için bir ortamdan farklı olarak eğlence etkinliklerinin de yer aldığı bir ortam haline dönüşmesi düşüncesi kabul görmeye başlamıştır. Bilardo masaları, dart, golf sahaları, kahve barları ve puf koltuklar gibi çok sayıda eğlenceli aktivite işyerinde uzun ve keyifli vakit geçirmek için ofis ortamına dahil edilmiştir (Van Meel ve Vos, 2001).

İşyerinde rekreasyon faaliyetlerinin artmasına yönelik son zamanlarda artan bu ilgi, kısmen hem işin hem de boş zamanın değişen doğasından ve ortaya çıkan işgücünün benzersiz özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Gelişen teknoloji, birçok çalışan için iş ve boş zaman arasındaki zaman ve mekân sınırlarını değiştirmiştir (Mannell ve Reid, 1999).

İşletme yöneticilerinin işgörenler ile kaliteli ilişkiler kurması ile işgören memnuniyeti sağlanması, motivasyonun ve verimliliğin artırılması mümkün olacaktır (Stoyanova-Bozhkova ve Buhalis, 2022: 359). İşletmelerde işgörenlere sunulan çalışma ortamı, konaklama imkanları, maddi teşvikler vb. genel refah sağlayıcı unsurların yanı sıra kişilerin iş yeteneklerini geliştirerek pragmatik destek sağlayıcı faaliyetlerin işgören motivasyonu ve verimliliğine etkisi olmaktadır (Okereke ve Daniel, 2010: 313).

Rekreasyon etkinliklerinin işgören verimliliğini artırma amacı ile uygulanması ile ortaya çıkan iş yeri rekreasyon uygulamaları ile işletme yöneticilerine iletişim, motivasyon, örgütsel bağlılık, grup dinamiği, stres yönetimi, dinlenme imkânı, esenlik sağlama, iş tatmini, ödül sistemi ve duygu bağı kurma boyutlarıyla fayda sağlamaktadır (Mercanoğlu ve Şimşek, 2021: 10-13). Buna ek olarak işgörenlerin rekreatif faaliyetlere katılımı ile sessizlik yerine mücadeleci, kararlı ve yeniliğe açık bireyler haline gelmeleri de sağlanmaktadır (Canbolat ve Yavuz, 2019: 1262).

Motivasyon sağlama, iş disiplini oluşturma ve çalışma ortamının etkinliği gibi unsurların işgören performansına olumlu etki oluşturduğu göz önüne alındığında (Wiadnyana, Sukmana, Susanto ve Puspaningrum, 2019: 205) iş yeri rekreasyon uygulamalarına ilişkin faaliyetler düzenlenmesinin gerekliliği görülmektedir (Ayar, 2021: 178; Mercanoğlu, 2019: 83).

Rekreasyon etkinliklerinde oyunlar oynanırken işgörenler eğlenme, uyum sağlama, iş birliği sağlama, iletişim becerileri geliştirme, yaratıcı düşünme gibi beceriler kazanmanın yanı sıra rekreasyon faaliyetlerinde yer alan oyunlar aracılığı ile işle ilgili problemlerini, olumsuz duygu ve düşüncelerini çözmeye ve rahatlama imkânı da bulmaktadır (Mercanoğlu, 2019:9). Buna ek olarak işgörenlerin devamsızlık durumlarını azaltılmasında faydalı olan iş yeri rekreasyon faaliyetleri/oyunları ile (Aldana vd., 2005:1) iş performansı, iş verimliliği ve iş motivasyonu sağlamada işletmelere avantaj sağlamaktadır (Mbaabu, 2013: 70).

İlgili Çalışmalar

Aydın, Birol ve Temel (2017: 82)'in çalışmasında Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi (KMÜ) 2015-2016 Eğitim-Öğretim döneminde üniversite personeli üzerinde yapılan çalışmada, sportif faaliyetlere katılan personelin yaşının artması ile boş zamanlarını kaliteli geçirmek isteyerek sportif rekreatif faaliyetlere katılım sağlamak istedikleri görülmektedir.

Ayyıldız Durhan ve Karaküçük (2021: 231)'ün çalışmasında iş yeri rekreasyonunun iş verimliliğine olan etkisi incelenmiş olup işgörenlerin verimliliğini en çok artıran unsurun sportif ve sosyal faaliyetler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Rekreasyon faaliyetleri ile iş stresine önlem alınarak verimliliğin desteklendiği ifade edilmiştir. Sağlıklı iletişimle beraber rekreasyon etkinliklerinin işletmelerde birliktelik oluşturmak için önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tavazar ve Güzel (2018: 11)'in çalışmasında iş yeri rekreasyonu ile elde edilen kazanımlar ele alınmış olup bunlar fizyolojik kazanımlar, psikolojik kazanımlar, sosyolojik kazanımlar, zihinsel kazanımlar ve kurumsal kazanımlar olarak tespit edilmiştir.

Ayar (2021) dragon bot yarışmalarına katılan şirket çalışanlarına yönelik gerçekleştirdiği çalışmada, işyeri rekreasyon faaliyetlerine katılım gösteren çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışları içerisinde örgütsel bağlılıklarının

yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda işyeri rekreasyon faaliyetlerine katılımın örgütsel vatandaşlık davranışı ve örgütsel bağlılık ile pozitif ilişki içerisinde olduğu belirlenmiştir.

Bayraktar (2017: 136-152)'ın çalışmasında işgörenlere sunulan işletme içi ve işletme dışı rekreatif faaliyetlerin örgütsel bağlılık üzerine olan etkisi ele alınmış olup konaklama işletmelerinde çalışan işgörenler üzerinde uygulama gerçekleştirilmiştir. Ulaşılan bulgular çerçevesinde ise iş yeri rekreasyonunun örgütsel bağlılığa etki ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca kapalı alan rekreatif faaliyet olarak personel geceleri, iftar yemekleri, yılbaşı eğlenceleri ve müzikal faaliyetlerin yanı sıra hizmet içi eğitim ve dans faaliyetleri gibi unsurların ön plana çıktığı ifade edilmiştir.

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE ÇALIŞANLARA YÖNELİK EKİP OYUNLARINDAN ÖRNEKLER

Konaklama sektöründe yer alan işletmeler içerisinde oynanabilecek ve çalışanların keyifli vakit geçirmelerine yardımcı olabilecek bununla birlikte ekip ruhunu geliştirmeye yönelik oyunlardan örnekler aşağıda verilmiştir.

Tablo 1: Konaklama İşletmelerinde Oyunlardan Örnekler

Oyun Adı	Amaç	Yöntem
Mükemmel Kare: 10-15 dakika	Otel personeli arasında güven oluşturmaya yardımcı olabilecek eğlenceli, basit bir ekip oluşturma etkinliğidir. Kör Kare olarak da adlandırılan Mükemmel Kare'nin amacı, ekip üyelerinin birlikte mükemmel bir kare oluşturmak için çalışmasıdır.	Oynamak için her katılımcı için uzun bir ipe ve göz bağlarına ihtiyaç vardır. Bunun için bandanalar, göz maskeleri veya diğer gözü kapatabilecek örtüler kullanabilirsiniz. Gözleri bağlı otel personelinin eline uzun bir ip tutturup daire şekline sokun. Gözleri kapalı otel personeli ipi bırakarak 2-3 adım geri gidecekler. Takıma gözleri bağlı halde ipe geri dönmelerini ve ipi tam bir kare oluşturmak için birlikte çalışmalarını söyleyin. Takım şekli başarıyla oluşturduklarını kabul ettiğinde, nihai ürünü görmek için göz bağlarını çıkarmadan önce ipi yere bıraktırın. Bu takım oluşturma etkinliğini daha zor hale getirmek için takıma beşgen veya altıgen gibi daha karmaşık bir şekil oluşturma görevi verilebilir.
Kör Yılan: 5-10 dakika	Otel personeli arasında güven ve ekip duygusunu geliştirebilecek amaçlanmaktadır.	Otel personelinin, elleri önlerindeki kişinin omuzlarında olacak şekilde beş veya altı kişilik gruplar halinde yılan şeklinde sıraya dizin. Sıranın en arkasındaki kişi hariç her katılımcının gözleri bağlanacaktır. Bu ekip üyesi sözlü talimatlar vererek yılanı yani ekibi çeşitli engellerin etrafında yönlendirecektir. Sadece en arkadaki ekip arkadaşlarının gözlerine sahip olan Kör Yılan ekip üyeleri, aldıkları talimatlara ve önlerindeki kişinin hareketlerine körü körüne güvenmelidir.

Katlanabilir Bir Yarış: 15-20 dakika	Bu ekip oluşturma etkinliği aynı zamanda, oda görevlilerinin her gün gerçekleştirdiği ayrıntılı görevlerden yalnızca birini göstererek diğer departmanlardaki çalışanlara kat hizmetleri konusunda fikir vermesi amaçlanmaktadır.	Oda görevlileri, otel odasını hazırlamak için, katlanabilir yatakları kullanarak hazırlamaya çalışırken diğer departmanlardan ekip üyeleri rehberlik etmek için seslerini kullanırlar.
Kaçış odası: 60-90 dakika	Kaçış odaları ve benzeri etkileşimli grup problem çözme deneyimleri, çeşitli önemli otel ekibi davranışlarını içerir. Personelin kaçış için takım çalışması yapması, iletişim kurması ve problem çözme becerilerini kullanmasının yanı sıra kaçışa dayalı ekip oluşturma etkinliklerinde iyi performans sergilemek için konsantre olmaları amaçlanmaktadır.	Otel personeliniz için bir kaçış odasına ekip oluşturma gezisi yapılır. Kaçış odaları, katılımcıların kilitli bir odadan kaçmak için ipuçlarını ortaya çıkarmak ve karmaşık bilmeceleri çözmek için birlikte çalışması gerekmektedir.
Otel Hazine Avı: 20-30 dakika	Otel veya marka bazlı hazine avı etkinliği ile otel personelinizin birlikte hareket etmesini ve çalışmasını amaçlamaktadır.	Becerileri paylaşmak ve departmanlar arası iletişimi teşvik etmek için otel çalışanlarını, tercihen aynı ekipte farklı departmanların üyeleriyle birlikte küçük ekiplere ayırın. Ekiplere bilmeceleri çözmelerini, gizli nesnelere bulmalarını ve mücadeleyi tamamlamak için ipuçlarını bulmalarını söyleyin.
Kazanan ya da Kaybeden: 15-20 dakika	Bu ekip kurma etkinliği, otel çalışanları arasında güven oluşturmaya ve bağları güçlendirmeye yardımcı olmaktadır.	Başlangıç olarak, bir çalışan, tercih ettiği kadar az veya çok ayrıntıya girerek, yaşamlarında deneyimlediği olumsuz bir şey hakkında kişisel bir hikâye paylaşacaktır. Bitirdikten sonra dinleyici, dinlediği olumsuz hikayenin yalnızca olumlu sonuçlarına odaklanarak olayı tekrar anlatacaktır. Çift daha sonra rolleri değiştirecek ve dinleyici hikâye anlatıcısı olacak. Kişisel hikayeleri birbirleriyle paylaşarak, ekip üyeleri birbirleriyle güven inşa etmek, bağ kurmak ve olumsuz bir kişisel deneyime yeni bir şekilde bakmak için eşsiz bir fırsata sahip olacaklar. Çalışanlar birbirleri için ne kadar empati kurarsa, otel ortamı o kadar olumlu ve destekleyici olabilir.
Yüzen Tekne: 25-30 dakika	Yüzen tekne, otel personeline alışılmadık dışında düşünme, birlikte çalışma ve işlevsel bir karton tekne yapmanın en iyi yolunu tartışma konusunda ilham verebilecek yaratıcı, etkileşimli bir ekip etkinliğidir.	Otel çalışanlarını 4-6 kişilik ekiplere ayırın ve onlara aynı malzemeleri dağıtın: karton, makas ve bant. Her takıma 15-20 dakikalık kısa bir süre verin, bu süre zarfında amaçları yalnızca verilen malzemeleri kullanarak işlevsel bir tekne yapmak olacaktır. Saat ilerlerken, boş bir otel odasındaki küveti doldurun. Zaman bitince, her takım teknelerini suya bırakacak ve teknelerinin suda durup durmadığını görme fırsatına sahip olacaktır. Her takım stratejilerini tartışırken ve iletişim becerilerini not ederken dikkat edin. Hangi ekip üyelerinin önderlik ettiğini, çok fazla konuşmayanların ve ekip üyelerinin çatışan stratejileri nasıl tartıştığını, değerlendirdiğini ve üstesinden geldiğini belirleyin.

Kaynak: Cvent web sitesinden alınan bilgilerle araştırmacılar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 1’de konaklama işletmelerinin olanakları kullanılarak çalışanların; ekip duygusu, iletişim, bağlılık, problem çözme becerileri, empati gibi konularda gelişim göstermelerine yönelik oyunlardan örneklere yerilmiştir. İşletme içerisinde rekreatif faaliyetlerle birlikte oyunların bu bağlamda değerlendirilmesi önemlidir. Özellikle hizmet sektörünün en önemli faktörlerden birisi olan insan faktörünün konaklama işletmelerinin başarısında rolü düşünüldüğünde işyeri rekreasyonuna ve işletme içi iletişim, ekip duygusunu geliştirebilecek araçlardan faydalanmak gerekmektedir.

SONUÇ

American Council on Exercise (2000) gün içinde biraz boş zaman yaratmanın, çalışanların kendilerini psikolojik ve duygusal olarak yenilenmelerini sağladığını ve bunun da iş performansının artmasına yol açabileceğini belirtmektedir. Çalışanların fiziksel ve zihinsel sağlığını geliştirmek amacıyla şirketler tarafından boş zaman aktivitelerine ve sağlıklı yaşam programlarına her geçen gün katılımın arttığı bilinmektedir.

İşverenler çalışmaktan keyif alan, en iyi çalışanları çeken, en üretken çalışanları elinde tutan ve departmandaki insanlar için bir huzurlu olan bir çalışma ortamı yaratmaya odaklanmalıdır. Uzun bir süreç olmasına rağmen işletmeler bu konuya işletme amaçları doğrultusunda yer vermelidir. Bu amaç doğrultusunda tükenmişliğin azaltılması, işgören devir hızının düşürülmesi ve çalışma ortamından keyif alan çalışanların olduğu bir örgüt iklimi sağlanabilir (Jalilianhasanpour, Asadollahi ve Yousem, 2021: 1). Çalışanlara yönelik rekreasyonel faaliyetler düzenlemek, çalışanların işyerlerine yönelik bakış açılarına, aidiyetlerine, bağlılıklarına olumlu yönde katkı sağlayabileceği söylenebilir (Ayar, 2021: 178).

Konaklama işletmelerinde kaliteli bir hizmet vermek için ekip arkadaşları arasında ve bölüm içerisinde huzurlu bir çalışma ortamı oluşturmak, hizmet kalitesini arttırmada önemli bir yere sahiptir. Söz konusu bu çalışma ortamının sağlanmasında yakın bir işyeri ilişkisinin kurulması da önemlidir. Yöneticiler kaliteli bir hizmet sunulması noktasında çalışanları teşvik ve koordine etmelidir (Schneider ve Bowen, 2010). Eğlenceli bir çalışma ortamı yaratmak, tüm organizasyonlar tarafından son yıllarda üzerinde çalışılan bir konu olmuştur. Ancak etkinliklere katılımın zorunlu kılınmaması ve bu etkinliklere katılmak istemeyen çalışanların da olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır (Bilginoğlu ve Yozgat, 2020: 18). Katılım sağlamak isteyen işgörenlerin arasında iş birliği, takım çalışması, aidiyet gibi duyguların ortaya çıkması ile bu tür etkinliklere katılımın bir sonraki faaliyetlerde artış görülebileceği düşünülmektedir. Bu kapsamda işgörenlerin çekingen davranmaları göz önüne alınarak katılım az olsa bile bu tür faaliyetlerin belirli periyotlarla tekrarlanmasını ve çeşitlenmesini sağlamak gerekmektedir. Sosyal ilişkileri desteklemek adına iş yeri rekreasyon etkinliklerine olan katılımın artırılmasına yönelik unsurların da işletmelerin yönetim stratejileri kapsamında ele alınması önem arz etmektedir.

Gerçek hayatta birlikte çalışan insanların da birlikte oyunlar oynaması önemlidir. İşyerinde oyun, uygun koşullar sağlandığında hem çalışanlar hem de yöneticiler ile oynanabilir. Çünkü işletme yapısı içerisinde yöneticiler de işyerini bir parçası olarak değerlendirildiğinden oyunlara dahil edilmeleri olumlu sonuçlara neden olabilecektir. Ancak statü ve işyerindeki konumları nedeni ile yöneticilerin oyunlarda yer alması diğer oyuncuların oyunlara ilişkin katılımlarını ve oyunlara ilişkin cevapları etkileyebileceği de unutulmamalıdır (De Bruyne ve De Jong, 2008: 6).

KAYNAKÇA

- Aldana, S.G., Merrill, R.M., Price, K., Hardy, A. and Hager, R. (2005). Financial impact of a comprehensive multisite workplace health promotion program. *Preventive Medicine*, 40 (2): 131. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2004.05.008>
- Ardahan, F.ve Lapa Tennur, Y. (2010). Açık Alan Rekreasyonu: Bisiklet Kullanıcıları ve Yürüyüşçülerin Doğa Sporu Yapma Nedenleri ve Elde Ettikleri Faydalar. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(1), 1327-1341. American Council on Exercise (2000). *Group Fitness Instructor Manual*. McGraw-Hill, NY.
- Ayar, H. (2021). İş Yeri Rekreasyonunun Örgütsel Vatandaşlık ve Örgütsel Bağlılık Düzeylerine Etkisi. *Kilis 7 Aralık Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 5(2), 170-179.
- Aydın, E., Birol, S. Ş.ve Temel, V. (2017). Sportif Rekreasyon Aktivitelerine Katılan Üniversite Personelinin İş Doyum ve Kaygı Düzeylerinin Belirlenmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*(19), 78-83.
- Ayyıldız Durhan, T. ve Karaküçük, S. (2021). Rekreasyon Odaklı Çalışan Verimliliğinin Belediye Çalışanları Perspektifinden Değerlendirilmesi. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 26(2), 219-234.
- Bayraktar, U. (2017). *Konaklama İşletmelerinde Çalışanlara Yönelik Rekreatif Faaliyetlerin Çalışanların İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılığına Olan Etkisi*. Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Kırklareli.
- Bilginöglü, E. and Yozgat, U. (2020). Workplace fun: A management tool for employee engagement?, *The Journal of Human and Work*, 7 (1), 13-22.
- Canbolat, P. ve Yavuz, E. (2019). İşgörenlere Yönelik Olarak Düzenlenen Rekreasyon Aktivitelerinin Örgütsel Sessizliğe Etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 1262-1269. doi:<https://doi.org/10.20491/isarder.2019.669>
- Costa, G., Glinia, E., Goudas, M. and Panagiotis. (2004). Recreational services in resort hotels: Customer satisfaction aspects. *Journal of Sport Tourism*, 9(2), 117-126.
- Cvent Web Sitesi: URL: <https://www.cvent.com/en/blog/hospitality/team-building-activities-hotel-staff>, Erişim Tarihi: 01.09.2022.
- Çavuşoğlu, F. (2021). *Kapalı Alanlarda Gerçekleştirilen Rekreasyonel Faaliyetler*, Editör: Ümit Gaberli; Yenal Yağmur, Açık ve Kapalı Alan Rekreasyonu, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- De Bruyne, E. and De Jong, A. (2008). The workplace game: Exploring end users' new behaviour. In *Proceedings of Applied Human Factors and Ergonomics, 2nd International Conference, 14- 17 July, Las Vegas, USA*, 1-10.
- Deterding, S. (2015). The lens of intrinsic skill atoms: A method for gameful design, *Human-Computer Interaction*, 30 (3-4), 294-335. <https://doi.org/10.1080/07370024.2014.993471>.
- Değer, M. (2020). Rekreasyonda Yeni Trendler: Spa ve Wellness. *Journal of Recreation and Tourism Research /JRTR*, 7(2), 308-324.
- Gül, T. (2014). Rekreasyon Olgusuna Genel Yaklaşım. Editör: A. Yaylı, *Rekreasyona Giriş* (s. 1-69). Detay Yayıncılık, Ankara.
- Jalilianhasanpour, R., Asadollahi, S. and Yousem, D. M. (2021). Creating Joy in the Workplace, *European Journal of Radiology*, 145, <https://doi.org/10.1016/j.ejrad.2021.110019>.
- Mannell, R. and Reid, D. G. (1999). *Work and Leisure*. E. L. Jackson ve T. L. Burton (Eds.), *Leisure Studies: Prospects for the Twenty-first Century* (pp. 151–165). State College, PA: Venture Publishing.

- Mbaabu, M.C. (2013). Effect of workplace recreation on employee wellbeing and performance: A case of The Commission For University Education (CUE). Kenyatta University.
- Mercanoğlu, A. O. (2019). İşyeri Rekreasyonunun Çalışan Verimliliğine Etkisi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Spor Yöneticiliği Anabilim Dalı Doktora Tezi, Eskişehir.
- Mercanoğlu, A. O. ve Şimşek, K. Y. (2021). Rekreasyon ve Çalışan Verimliliği: Nitel Bir Araştırma. *GSI Journals Serie B: Advancements in Business and Economics*, 3(2), 1-16.
- Metin, T. C., Kesici, M. ve Kodaş, D. (2013). Rekreasyon Olgusuna Akademisyenlerin Yaklaşımları. *Journal of Yasar University*, 30(8), 5021-5048.
- Mokaya, S. and Gitari, J. W. (2012). Effects of workplace recreation on employee performance: The Case of Kenya Utalii College. *International Journal of Humanities and Social Science*, 2 (3), 176-183.
- Okereke, C. I. and Daniel, A. (2010). Staff welfare and productivity in Patani local government council, Delta State Nigeria. *Journal of Economics and International Finance*, 2(12), 313-320.
- Özer, E. Z. ve Çavuşoğlu, F. (2014). Rekreasyonel Bir Faaliyet Olarak Yerel Etkinliklerin Kırsal Turizme Etkisi. *International Journal of Science Culture and Sport*, 2, 191-202.
- Palazoğlu, B. (2021). İşyeri Rekreasyon Uygulamalarının İyilik Hali ve İş Performansı Üzerine Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.
- Roberts, J.M. and Sutton-Smith, B. (1962). Child training and game involvement, *Ethnology*, 1 (2), 166-185. <https://doi.org/10.2307/3772873>.
- Schneider, B. and Bowen, D.E. (2010). *Winning the service game*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Stoyanova-Bozhkova, S. and Buhalis, T. P. (2022). Emotional intelligence: a competitive advantage for tourism and hospitality. *Tourism Recreation Research*, 47(4), 359-371.
- Sturman, M. C. and Ford, R. (2012). Motivating your staff to provide outstanding service. M. C. Sturman, J. B. Corgel ve R. Verma (Eds.), *The Cornell School of Hotel Administration on Hospitality: Cutting Edge Thinking and Practice*.
- Tabassi, A. A. and Bakar, A. A. (2009). Training, motivation, and performance: The case of human resource management in construction projects in Mashhad, Iran. *International Journal of Project Management*(47), 471-480.
- Tavazar, H. ve Güzel, P. (2018). Rekreasyonel Faaliyetlerin Sürdürülebilir Etkinlik Yönetimindeki Rolünün İncelenmesi. *Atatürk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 20(4), 1-19.
- Tekin, A., Tekin, G. ve Çalışır, M. (2017) Rekreasyonel Spor. Editörler: S. Karaküçük, S. Kaya, ve B. Akgül. *Rekreasyon Bilimi*. Gazi Kitapevi: Ankara, 3-37.
- Tezcan, N. (2007). Rekreasyon Etkinliklerinin Çalışanların Performansları Üzerine Etkilerinin İncelenmesi: (Kocaeli Trakya Birlik). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.
- Türk Dil Kurumu*. URL: www.sozluk.gov.tr (Erişim Tarihi: 24.09.2022).
- Van Meel, J. and Vos, P. (2001). Funky offices: Reflections on office design in the 'new economy', *Journal of Corporate Real Estate*, 3 (4), 322-334. <https://doi.org/10.1108/14630010110811661>.
- Veal, A. J. (1992). Definitions of leisure and recreation. *Australian Journal of Leisure and Recreation*, 2 (4), 44-48.
- Wiadnyana, W. W., Sukmana, W. T., Susanto, P. C. and Puspaningrum, D. H. (2019). The effect of compensation, motivation, work discipline and work environment on housekeeping staff performance at Lv 8 resort hotel. *Proceedings I-CFAR*, 205-209.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Dr. Öğr. Üyesi Handan ÖZÇELİK BOZKURT¹

TURİZM İŞLETMELERİNDE e-İNSAN KAYNAKLARI

GİRİŞ

Dijital dönüşüm, dijital teknolojilerin getirdiği gelişmelerden veya fırsatlardan ve bu fırsatların toplum üzerindeki etkilerinden tam ve stratejik olarak yararlanmak için iş faaliyetlerinin, süreçlerinin, yetkinliklerinin ve modellerinin hızlı değişimi olarak tanımlanmaktadır (Betchoo, 2016).

Dijital dönüşüm, insan kaynakları yönetiminde de etkisini göstererek e-İKY (e-HRM) dijital platformunu iş hayatına entegre etmiştir. Endüstri 4.0 kavramı insanoğlunun dijital dönüşüm, yapay zekâ, robot teknolojisi, sanal gerçeklik ve akıllı uygulamaları ile tanıştığı dönemi ifade etmektedir.

İK 4.0 kavramı, beceri yönetimi ve operasyonel süreçlerin dijital platformlar vasıtasıyla gerçekleştirildiği yenilikçi bir yaklaşım olarak tanımlanabilir (Asiltürk, 2018). Çalışanların kendi aralarında iletişim kurmak için dizüstü bilgisayar veya cep telefonu kullanmaları, sınırlı veya birden fazla alıcıya gönderilen resmi ve gayri resmi iletişim mesajlarını aynı anda görmeleri artık oldukça sıradan hale gelmiştir. Bu durum, teknolojinin kişilerarası ilişkiler ve işletmeler üzerinde önemli etkilere sahip olduğunu göstermektedir (Betchoo, 2016).

Meydana gelen endüstri devrimleri incelendiğinde her birinin kendi içerisinde bazı paradokslar taşıdığını söylemek mümkündür (Özdoğan, 2017). İnsan kaynakları 4.0 dönemini, “yetenek yönetimi süreçlerinin dijital platformlar aracılığı ile yürütüldüğü, operasyonel süreçlerin kısaldığı, mobilitenin hız kazandığı, çalışanlara hayallerini gerçekleştirebilecekleri bir gelişim ortamı sunan yenilikçi bir yaklaşım” olarak tanımlamak mümkündür (URL-2, 2017; Asiltürk, 2018). Teknolojinin gelişmesiyle birlikte örgütler insan kaynaklarına ait bilgileri elde etmek, onları işlemek ve depolamak amacıyla dijital platformları kullanmaya

¹ Sinop Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, ORCID: 0000-0002-0035-3362, hozcelikbozkurt@sinop.edu.tr

başlamıştır (Öge, 2004). Bunun nedeni, çalışanlarla ilgili bilgilere hızlı erişim kolaylığı, gereksiz İK faaliyetlerini ortadan kaldırması ve karar verme sürecini iyileştirmesidir (Marler ve Fisher, 2013).

E-İKY sistemleri, kurum çalışanlarının bilgi, beceri ve yeterlilikleriyle ilgili mevcut verilerin toplanmasını, geri yüklenmesini ve güncellenmesini ve gerektiğinde verilere erişimi kolaylaştıran mekanizmalar sunmaktadır (Hopkins ve Markham, 2003). E-İKY'nin ana hedefleri, İK hizmetlerini ve etkinliğini iyileştirmek, maliyetleri düşürmek ve etkin bir stratejik yönetim sağlamaktır (Normalini vd., 2012).

Bu çalışmada yeni bir çağın öncüllerinden olan e-İKY ile ilgili bilgiler verilecek ve e-İKY işlevleri üzerinde durulacaktır. Aynı zamanda dijital dönüşümün turizm işletmeleri insan kaynakları departmanlarında meydana getirdiği yenilikler ve sağladığı faydalardan bahsedilecektir.

E-İNSAN KAYNAKLARI

E-İKY kavramını etkin bir şekilde anlamak için öncelikle insan kaynakları bilgi sisteminin nasıl çalıştığını açıklamak gerekmektedir. İnsan kaynakları bilgi sistemi, kuruluşun insan kaynakları ile ilgili verilerinin toplanması, saklanması, sürdürülmesi, güncellenmesi ve dağıtılması için kullanılan sistematik yapıyı ifade etmektedir (Tannenbaum, 1990). Bu bilgi sistemini kullanmanın amacı işletmedeki İKY faaliyetlerinin sorunsuz şekilde yürütülmesidir. E-İKY ise söz konusu İKY faaliyetleri yerine getirilirken web teknolojilerini destekleyen uygulamaları kullanmayı amaçlamaktadır. E-İKY'nin en basit tanımını yapmak gerekirse, e-İKY, insan kaynakları yönetimi ile bilgi teknolojileri arasındaki kesişme ve karşılıklı ilişkiyi veya İKY politikalarını, uygulamalarını ve prosedürlerini yerine getirilebilmek için web teknolojilerinin kullanımını ifade etmektedir (Ruel, Bondarouk ve Looise, 2004).

Bilgisayarlı bilgi sistemlerinin kullanımından önce, yirminci yüzyılın ortalarına kadar İKY departmanları işlemlerini manuel olarak yürütmekteydiler (Stone ve Dulebohn, 2013). 1980'lerin ortalarında, İK programları, insan kaynakları bilgi sistemleri olarak bilinen İKY işlevlerini kolaylaştırmak için ticari hale getirmeye başlamıştır (Lengnick-Hall ve Moritz, 2003; Stone ve Dulebohn, 2013). 1990'lı yıllarda e- ticaret faaliyetlerinin başlamasıyla birlikte e-İKY terimi de ortaya çıkmıştır (Lengnick-Hall ve Moritz, 2003). E-İKY aslında İKY faaliyetlerinin yürütülmesini sağlayan bilgisayar donanımı, yazılımı ve elektronik ağların yapılandırılmasından oluşmaktadır (Berber, Dordevic ve Milanovic, 2018). E-İKY teknolojisi için yapılan yatırımlara yönelik kurumsal hedefler arasında, İKY operasyonlarını düzene sokarak maliyetlerin düşürülmesi (Marler, 2009), İKY hizmetlerinin daha iyi sunulması yoluyla etkinliğin artırılması (Ruël, Bondarouk ve Looise, 2004) ve İKY fonksiyonlarının stratejik bir yapıya dönüştürülmesi yer almaktadır (Marler ve Fisher, 2013).

Teorik argümanlar, e-İKY uygulamasının üç ana hedefini özetlemektedir. Bu hedefler; maliyet azaltma, İKY fonksiyonlarının verimliliğinde iyileştirme ve stratejik yönelimin geliştirilmesidir (Snell, Stueber, ve Lepak, 2001; Stanton ve Coover, 2004).

E-İKY sistemlerinin uygulanması, İK departmanı çalışan sorumluluklarının bir kısmını birim yöneticileri ve çalışanlara yönlendirmiştir (Ruël vd., 2004). Bu durum İK departmanının iş yükünü azaltmakla birlikte daha etkin değerlendirmelerin yapılmasını da mümkün kılmıştır.

İK sisteminin etkin olabilmesi için paydaşlarının ihtiyaç ve taleplerini karşılaması gerekmektedir (Obeidat, 2015). Guest ve Peccei (1994), İKY etkinliğinin üç farklı alanda ölçülebileceğini belirtmiştir. Bunlar; felsefe, politika ve uygulamalardır. Felsefe alanında, İK stratejisinin organizasyonun stratejileri ile örtüşmesi ele alınmaktadır. Politika alanında İK politikalarının odak ve amaç tutarlılığına dikkat çekilmektedir. Uygulamalar alanında ise farklı İK uygulamalarının hayata geçirilmesi hedeflenmektedir. Bu bağlamda İK departmanının işletme ile aynı strateji ve politikayı benimsemesinin yanı sıra e-İKY gibi güncel uygulamaları takip etmesi örgütsel başarıyı ulaşılabilir hale getirmektedir.

Tablo1: e-İKY Modülü

E-İKY Modülü	Uygulamalar
Operasyonel e-İKY	Maaş yönetimi, bordrolama, çalışanın kişisel verileri vb., idari faaliyetler.
İlişkisel e-İKY	İşe alım, eğitim, performans yönetimi vb., yönetimsel faaliyetler.
Dönüşümsel e-İKY	Bilgi yönetimi, stratejik yeniden yönlendirme vb., stratejik faaliyetler.

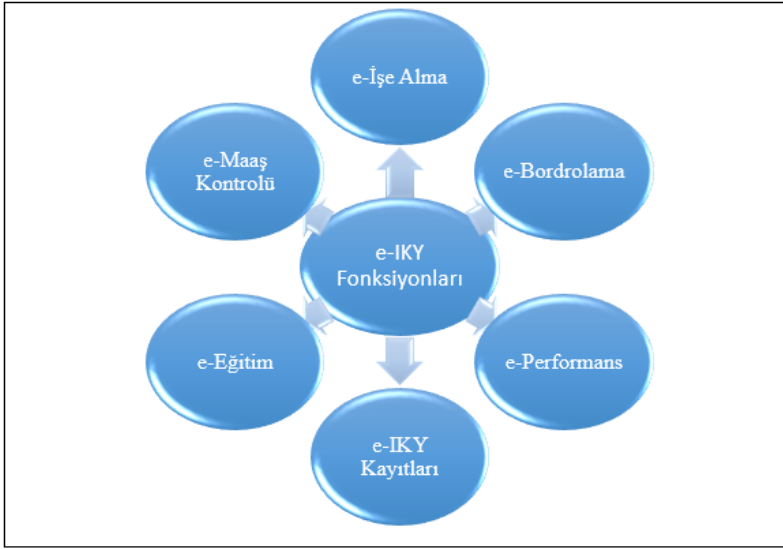
Kaynak: (Girisha ve Nagendrababu, 2019).

Tablo 1’de yer alan E-İKY Modülü’ne göre elektronik insan kaynakları faaliyetleri, potansiyel hedefleri açısından üç faktör altında toplanmıştır. Bu faktörlerin her biri insan kaynakları departmanının yerine getirmesi gereken faaliyetleri farklı kategoriler içerisinde dijital ortamlarda gerçekleştirmektedir. Operasyonel e-İKY, İKY’nin idari alanına odaklanarak İK verimliliğini artırmayı amaçlamaktadır. İlişkisel e-İKY ise, çalışanları işletme bünyesinde güçlendirerek onlarla ilişkileri yönetmeyi ve sürdürmeyi hedeflemektedir (Ruel vd., 2004). Dönüşümsel e-İKY’ye bakıldığında, İK fonksiyonlarını dönüştürerek İKY’nin stratejik yönelimini geliştirmeyi amaçladığı görülmektedir (Bissola ve Imperatori, 2014).

E-İKY FONKSİYONLARI

E-İKY insan kaynakları departmanının yerine getirmesi gereken birçok fonksiyonu dijital ortamda gerçekleştirmektedir. Hız, zaman tasarrufu, eş güdüm, hata riskini en aza indirme vb., pek çok olumlu yönleri olan e-İKY uygulamaları; işe alma, bordrolama, performans değerlendirme, kayıt tutma, eğitim verme ve maaş kontrolü gibi temel ve destekleyici görevi yerine getirmektedir.

Şekil 1: e-İKY Fonksiyonları



E-İşe Alma: İK departmanında en fazla harcama yapılan faaliyetlerden biri işe almadır. İşe alım sürecinde zaman ve para kaybı yaşamamak için çeşitli sosyal medya platformlarında sadece butona tıklayarak ücretsiz iş ilanları yayınlamaya olanak sağlayan e-işe alım yöntemlerini kullanmak artık daha cazip hale gelmiştir. Bu sistemle adayların bilgileri ve özgeçmişleri birkaç tuşa basılarak kolayca taranabilir, filtrelenebilir ve sıralanabilir. E-işe alım bu süreci çok daha verimli ve zaman kazandıran bir hale getirdiğinden, başvuru sahipleri de e-işe alım yöntemlerini benimsemekte zorlanmamıştır (Mamatha vd., 2022).

E-işe alma, bilgi teknolojisi tabanlı kaynaklara dayalı olarak işletmelerdeki boş pozisyonlar için potansiyel çalışanları işe alma sürecidir. Bu uygulama hem iş arayanlar hem de işletmeler için maliyet avantajı sağlamaktadır. Ayrıca e-işe alma uygulamasının mesafe gözetmeksizin büyük kitlelere ulaşmak, insan kaynakları departmanı çalışanlarının iş yükünü azaltmak gibi birçok olumlu yönü vardır (Nasar, 2020). E-işe alım sürecinde personel temin süresi kısadır. Pasif iş arayanların da dikkatini çekmektedir. Belirli işgücü piyasalarında iş arama fırsatı sunmaktadır. E-işe alma, daha nitelikli adaylara ulaşmayı mümkün kılar, günceldir ve bu sistemde işe başvurmak kolaydır. E- işe alma sürecinde e-insan kaynakları modelinin; planlama, strateji tahminleri, arama, ayrıştırma, değerlendirme ve kontrol etme aşamaları gerçekleşmiş olur (Dhamija, 2012; Öksüz, 2011). E-İşe alımda kullanılan en yaygın uygulamalar (a) mevcut kurumsal web sitelerine iş ilanlarını eklemek, (b) özel işe alım web sitelerini kullanmak (kariyer.net, LinkedIn vb.) (c) uygulamaları işlemek için etkileşimli araçlar geliştirmek (Facebook, Instagram vb., sosyal medya platformları) ve (d) uygulamaların çevrimiçi taranması için yazılım kullanmaktır (Garner, Lepak ve Bartol, 2003). Kariyer. net, yenibiris. com, eleman.net, LinkedIn, Glassdoor, Skype (video konferans) gibi platformlar e-işe alma aracı olarak kullanılmaktadır.

Turizm işletmelerinin işe alım sürecinde neredeyse tümüyle dijital platformları tercih ettiği, kimi işletmelerin kendi web sitelerindeki insan kaynakları menüsünde iş ilanlarına yer verdikleri gözlenmektedir. Bunun yanı sıra turizm işletmeleri çoğunlukla kurumsal kariyer sitelerine personel ihtiyaçları doğrultusunda ilanlar vermektedirler. Bu bakımdan turizm sektöründe e-işe alma platformlarının hem işletmeler hem de iş arayanlar tarafından sıkça kullanıldığını söylemek doğru olacaktır (Erdem ve Gezen, 2014). İş gören devir hızının oldukça yüksek olması nedeniyle işe alım süreci insan kaynakları departmanı için önemli bir zaman teşkil etmektedir. Ayrıca kısa sürede çalışan temini hizmetin aksamaması için elzemdir.

E-Bordrolama: Bordro uygulaması, kurum çalışanlarına verilmesi gereken çeşitli ödenek ve kesintilerin detaylarını muhafaza etmek amacıyla kullanılmaktadır. Ayrıca, muhasebe departmanına önemli ölçüde yardımcı olan çalışanların maaş tablosunu oluşturmaktadır (Madavarapu, 2004). Maaş, vergi payı ve vergi raporları gibi çalışanla ilgili pek çok detayı elde tutmak için kullanılan dijital ortama taşıyan sisteme e-bordrolama denmektedir. Dolayısıyla çalışana ait tüm sayısal bilgileri özetlemek, tek ekranda görüntülemek, kayıpların önlenmesi ve iş akışını hızlandırmak e-bordrolama ile birlikte oldukça kolaylaşmıştır. E-bordrolama en yaygın kullanılan dijital insan kaynakları sistemlerindedir. Çalışan bilgilerini muhasebe departmanı ile paylaşmak amacıyla e-muhasebe modülleri gibi entegre yazılım sistemleri kullanılmaktadır.

E-bordrolama, verileri eşzamanlı olarak sunabilmekte ve birden çok çalışan grubu bilgilerini aynı anda işleyebilmektedir. Bu sistem; kâğıt kullanmadan çevrimiçi olarak maaş bordroları hazırlayarak, söz konusu işlemlerde maliyet ve zaman tasarrufu sağlamaktadır. E-bordrolama sayesinde çalışanlar da kendilerine ait bilgileri görüntüleyebilir ve raporların dökümünü elde edebilirler (Sharma, 2012). E-bordrolama özellikle büyük ölçekli konaklama işletmelerinde çok sayıda çalışan bilgisini kayıta tutmak ve gerektiğinde tüm bilgi dökümünü kısa sürede elde edebilmek için oldukça pratik çözümler sunmaktadır. Ayrıca günümüzde ortalama 600 odalı bir konaklama işletmesinde yaklaşık beş ya da altı kişilik insan kaynakları personeli ile tüm işlemler yürütülebilmektedir.

E-Performans: Bir işletmenin sistematik gelişimi, performans yönetimini tanımlamaktadır (Hooi, 2006). Etkin bir performans yönetimi, her çalışanın veya ekibin performansı ile yakından ilgilenmelidir (Nasar, 2020). Çalışanın performansını adilce değerlendirmek ve çalışanları motive etmek zor; ancak önemli bir görevdir (Hooi, 2006). E-performans yönetimi, çalışanların performanslarını veya yeteneklerini hesaplamak için çeşitli metodolojik yazılım araçları ve paketleri kullanılmaktadır. Bu değerlendirmede beceriler, potansiyel, yaratıcılık, deneyim, sebat ve sorumluluklar gibi bazı temel parametreler dikkate alınmaktadır. Bu parametreler, çalışanların iş tatmini veya örgütsel kayıplarını ölçmek için de kullanılmaktadır. E-İKY tabanlı performans yönetiminin temel amacı, işletmenin iyileştirilmesinden sorumlu oldukları çalışanlar için iyi bir ortam ve çalışma kültürü yaratmaktır (Nasar, 2020).

E-performans değerlendirme sistemleri, özellikle çevrimiçi sistemler, işletmedeki insan kaynakları işlevlerini merkezileştirme gibi çok sayıda fayda sağlamaktadır ve çalışanlar hakkında çok çeşitli veri ve bilgilere kolay erişim imkânı sunmaktadır (Johnson ve Gueutal, 2011). Muhtemelen, e-performans değerlendirme sistemleri, işletmenin en iyi yetenekleri ya da en iyi performans gösterenlerine ilişkin farkındalığın sağlanmasını ve motive edilmelerini mümkün kılabilir; ancak e-performans değerlendirmesinin çalışan davranışı üzerindeki etkisini değerlendirmek amacıyla yapılan çalışma sayısı oldukça sınırlıdır (Jarrar, ve Schiuma, 2007; Umar, Yammama ve Shaibu, 2020).

Turizm işletmelerinde performans değerlendirmeye yönelik çalışmalar da oldukça sınırlı sayıdadır (Pelit ve Çetin, 2019). Turizm sektörünün mevsimsellik özelliği ve sektörde iş gören devir hızının yüksek olması; çalışanın motive edilmesi, ödüllendirilmesi, örgütsel bağlılığın artırılması vb., faaliyetlerin göz ardı edilmesi düşüncesini akla getirmektedir (Kendir vd., 2018). Dolayısıyla e-performans uygulamalarının turizm sektöründe henüz yeterince yaygınlaşmaması söz konusu olabilir. Ancak belirtmek gerekir ki Umar vd., (2020)'e göre bir çalışanın iş tanımına dahil olmayan ancak yine de örgütsel etkinliği artıran faaliyetleri olarak kavramsallaştırılan “bağlamsal performans” etkin e-performans uygulamalarıyla mümkün olabilir.

E-İKY Kayıtları: E-İKY kayıtları, bilgisayarlar yardımı ile kolayca ve hızlı bir şekilde korunmakta ve güncellenmektedir. Bu kayıt sisteminde özellikle performans yönetimi yapılabilmektedir. Bu sayede üretkenliği artırma, rekabet avantajı sağlama ve çalışanları motive etme konusunda pratik çözümler elde edilebilmektedir (Suchitra, 2014). E-Performans; bilgi edinme, yönetim süreçlerinin bağlantısı ve sorunsuz entegrasyonuna dayandığından, teknolojinin kendisinden ziyade, iş birliğine dayalı çalışma ve süreçlerin son kullanıcı düzeyinde entegrasyonu ile ölçülebilmektedir (Bernardez, 2003).

E-performans sayesinde bir konaklama işletmesi veya seyahat acentesinde e-rezervasyon işlemleri yapan çalışanın müşteri sorularını cevaplandırma hızı veya üslubu kayıt altına alınabilir. Konaklama işletmelerinde e-İKY kayıtları çalışanların performanslarını, hatalarını ya da ihmallerini kayıt altına alma yöntemidir. Örneğin ön büro departmanı yazılım programındaki hareketler, çalışanın kullanıcı adıyla işlenmektedir. Söz konusu bilgiler meydana gelen herhangi bir şikâyet, aksaklık ya da ihmal durumunu dijital ortamda gözler önüne sermektedir. Böylelikle insan kaynakları departmanı dijital kayıtlar sayesinde uyarı, ceza ya da ihmalin boyutuna göre iş feshi yollarına gidebilmektedir.

E-Eğitim: E-eğitim veya bazı kaynaklarda e-öğrenme olarak ifade edilen ve bilgi teknolojilerini kullanan her türlü öğrenmenin (planlama, uygulama ve) uygulamasını içermektedir (West ve Berman, 2002). Verimliliği artıran en önemli faktörlerden biri çalışanların eğitimi ve gelişimidir (Fındıklı ve Bayarçelik, 2015).

Zor beceriler; verileri işlemeye yönelik idari protokoller, politikalar ve stratejileri kapsamaktadır. Kolay beceriler ise kuruluş içerisindeki çalışanlar tarafından iletilen motivasyon, güven ve güven stratejileriyle ilgilidir. Bu aktivite, çalışanlara işletmedeki yeni teknik veya kuramsal beceriler hakkında bilgiler sunmakta ve performansın daha iyi hale getirilmesini sağlamaktadır (Alghafri, 2015).

E-egitim yönetimi, çalışan eğitimlerinin dijital ortamda ve belli bir kayıt üzerinden verilmesini sağlamaktadır. Böylelikle insan kaynakları departmanı zamanı verimli bir şekilde kullanabilmektedir. E- eğitim aynı zamanda canlı bağlantı yoluyla katılımcıların çevrimiçi olarak eğitime katılmaları ile gerçekleştirilebilmektedir (Sanayei ve Mirzaei, 2008). E-Öğrenimin avantajları, sistemi esnek hale getirmesi, zaman yönetimi, tutarlılık, bilgisayar ve internet tabanlı bilgi becerilerini geliştirme fırsatı sunması, kursiyer sayısını sınırlamamasıdır (Alghafri, 2015). Ayrıca verilen eğitimler dijital ortamda kayıt altında tutulabilmekte ve çalışanların eğitim geçmişlerine de kolaylıkla erişilebilmektedir (Sanayei ve Mirzaei, 2008).

Özellikle büyük ölçekli seyahat acenteleri veya konaklama işletmelerinde istihdam edilen çok sayıda çalışana aynı ve tutarlı eğitimler vermek insan kaynakları departmanı için önemli bir iş yüküdür. Söz konusu süreçlerin işletmeler açısından hem mali hem de zaman yönetimi konusunda önemli külfetler yaratması muhtemeldir. Bu bağlamda e- eğitim mekân, kapasite, uzaklık veya tekrarlayan iş yükü konusunda avantajlar sağlar. E-egitimler, kimi zaman işe yeni başlayanlar için bir oryantasyon videosu ya da mevcut bilginin güncelleme amacıyla yapılabilmektedir. Ayrıca farklı konumdaki paydaşlar için internet üzerinden çevrimiçi eğitimler sağlanabilmektedir.

E-İKY'nin turizm ve otelcilik sektörüne adaptasyonu, İKY uygulamalarının ve performansının etkinliğini artıracaktır (Morsy ve El Demerdash, 2017). E-İKY uygulamaları (operasyonel, ilişkisel ve dönüşümsel) hem kaliteli İKY hizmeti hem de çalışan üretkenliği üzerinde olumlu bir etkiye sahip sahiptir. Bu durum turizm işletmelerinin performansında iyileşme sağlayacaktır (Ahmed, 2020).

E-Maaş Kontrolü: Bu modül, çalışanın performansını, bütçelenen maaş artışını ve her iş için sektör karşılaştırmalı maaşını dikkate alarak maaş artışlarını modelleme işlevselliği sağlamaktadır. Ayrıca sistem, iyi performans göstergeleri bile fazla ücretli çalışanların önerilen artışlarını sınırlandırarak, düşük ücretli çalışanlara ise kötü performans göstergeleri bile artış önererek belirli bir bant içinde maaşları yönetme ilkesiyle çalışmaktadır (Sanayei ve Mirzaei, 2008).

E-maaş, performansa dayalı artışlar uygulamaktadır. Maaşları sektör aralığında yöneterek hem yüksek hem de düşük ücretli çalışanlara hitap etmektedir. Böylece maaş bütçesinin profesyonel bir şekilde yönetilmesini sağlar (Sanayei ve Mirzaei, 2008). Ücret artış ve düşüşlerinin manuel yapılmadığı çalışanlar tarafından da bilinmektedir. Bu durum hem örgütsel adalet hem de örgütsel bağlılığı kuvvetlendirmektedir. Aynı zamanda ücret artışlarında otomatik bir kontrolün olması kurumsal tıkanmayı önlemektedir.

Bu fonksiyon, birçok farklı departman ve görev skalasına sahip turizm işletmelerinde çalışanların arasında haksız rekabet oluşmasını, örgütsel çatışmayı, kıskançlığı ve adaletsizliği önlemede oldukça yardımcı olabilir.

E-İKY FAYDALARI

İşletmeler, dijital insan kaynakları yönetimini benimseyerek İK işlevlerini daha sistematik, dijitalleştirilmiş ve daha kurumsal bir şekilde yerine getirebilirler. E-İKY kullanan işletmelerde işlemler daha hızlı yapılmakta, bilgi hataları daha az görülmekte ve insan kaynakları fonksiyonlarının takibi ve kontrolü daha profesyonel bir şekilde gerçekleştirilmektedir (Lengnick-Hall ve Moritz, 2003; Baykal, 2020). E-İKY sayesinde zamandan tasarruf, bürokrasinin azaltılması ve maliyetlerin düşürülmesi gibi makro düzeyde faydalar sağlanmakta ve bu durum işletmelerin işleyişini oldukça kolaylaştırmaktadır. Her şeyden önce, e-İKY, insan kaynakları işlevlerini yürütmenin maliyet tasarrufu sağlayan bir yoldur.

E-İKY son yıllarda birçok turizm işletmesinde yaygın bir organizasyonel uygulama haline gelmiştir. Bu uygulamanın işletme için maliyetleri düşürme, İK hizmet kalitesini iyileştirme ve İKY stratejik yönelimini iyileştirme dahil olmak üzere birçok olumlu sonucu olduğu bilinmektedir. Literatür incelendiğinde otomasyon uygulamaları sayesinde insan kaynakları departmanı çalışan sayısında azalma, maliyet tasarrufu ve daha az idari yük olduğu gözlenmiştir (Hawking, Stein ve Foster, 2004; Ruel vd., 2004). Ancak e-İKY ile elde edilen zaman tasarrufu, doğrudan finansal faydaya çevrilemez. İK uzmanlarının temel işlevi, çalışanlarına yüksek kaliteli hizmet sağlamaktır. Kazancın doğrudan sağlanamaması İK departmanının doğal yapısı gereği işletmedeki pozisyonu ile açıklanabilir. Çünkü İK departmanının iletişimde olduğu kitle çalışanlardır. Ancak çalışanlarla olan ilişki (personel seçimi, performans değerlendirme, eğitim vb..) ne kadar sağlıklı olursa çalışan performansı da o düzeyde iyi olacaktır. Lepak ve Snell, (1998)'e göre e-İKY, güncelliği artırarak ve müşteri hizmeti yönelimini geliştirerek bu ilişkisel hedeflere ulaşabilir. Dolayısıyla e-İKY çalışan performansını desteklerken, maliyet düşüşü de sağlamaktadır. Böylece işletme sermayesine katkıda bulunan e-İKY, çalışan iletişimini de iyileştirmektedir.

E-İKY, çalışanların evden çalışmalarını sağlamaktadır ve bu durum değişen iş koşullarının bir parçası olarak hayatı kolaylaştıran bir unsurdur (Kiesler, Siegel ve McGuire, 1984). Bu nedenle dijital teknoloji, işletmelerin insanları işe alma, yönetme ve güçlendirme yöntemlerini sürekli olarak değiştirecektir (Bondarouk ve Ruël, 2009).

Mevcut senaryoda, İK fonksiyonunun bir organizasyondaki insan sermayesi yönetimine stratejik bir yön sağlaması ve organizasyonel hedeflere ulaşmada stratejik bir oyuncu olması beklenmektedir (Hawking vd., 2004). Geçmişte İK fonksiyonlarını ve önemini yeterince kavrayamayan işletmeler insan kaynaklarının bilgi işlem ile ortaya koyduğu etkileşimi fark etmekte geç kalmışlardır. Bu noktada

dijital uygulamalara yatırım yapan işletmeler rekabet avantajı sağlamışlardır. Bazı araştırmacılara göre ise (Ruel vd., 2004) e-İKY uygulaması işletmelerin küreselleşme hedeflerine yardımcı olmaktadır. Ancak ülkelerin yasalarındaki farklılıklar nedeniyle İKY uygulamalarının küreselleşmesi konusunda tereddütleri vardır. Tüm bu endişelere rağmen küresel ve zincir işletmeler için e-İKY'nin faydaları çok büyüktür. Küreselleşmenin birçok ülkede oteli olan zincir konaklama işletmelerinin personel işe alımı, eğitimi vb., uygulamalarda maliyet azaltma, zaman tasarrufu ve çevreci eğilimler açısından önemli katkılarının olduğu açıktır (Yayla vd., 2020; Yayla vd., 2021). Tüm bunların yanı sıra e-İKY rekabet avantajı sağlama, işletme stratejisi yaratma ve markalaşma konusunda işletmeye dolaylı yollardan büyük faydalar sağlamaktadır.

E-İKY kullanımı ile İKY etkinliği arasındaki ilişkiyi tam olarak anlamak için İK sisteminin etkinliğinin nasıl ölçümleneceğini belirlemek gerekmektedir. Bunun için özellikle 1990'lı yıllardan beri yoğun şekilde araştırmalar yapılmaktadır (Huselid, 1995; Wright vd., 2001). İKY'nin performansa etkisini belirlemek zor olsa da (Guest, 1997) finansal katkıları (Huselid, 1995), çalışan tatminine olumlu etkileri (Jamrog ve Overholt, 2004), işten ayrılma ve işe devamsızlık oranları konusunda iyileştirici yanları birçok araştırmada ortaya konmuştur. Ayrıca İKY iyi yönetildiği takdirde çalışanın örgütsel bağlılığını destekleyici niteliktedir (Macky ve Boxall, 2007).

İK sisteminin etkin olabilmesi için paydaşlarının ihtiyaç ve taleplerini karşılaması gerekmektedir. E-İKY; işletme ve çalışanları arasında bir iletişim mekanizması olarak hizmet etmektedir (Hutchinson, 2014). Birincisi, çalışanlar web tabanlı İKY sistemlerini kullanarak işletme politikaları konusunda bilgi sahibi olmaktadır. İkinci olarak, işletme çalışanlarıyla ilgili beklentilerini daha net ve tutarlı bir şekilde iletmektedirler (Bowen ve Ostroff, 2004). Örneğin, e-İKY sistemi, çalışanlara ödüllerin dağıtımını ve bunların performans değerlendirilmesiyle nasıl ilişkilendirildiği hakkında kesin ve tutarlı bilgiler sunmaktadır. Böylece çalışanlar işletmede örgütsel adaletin var olduğu fikrine sahip olmaktadır. Bu durum çalışanların performans, örgütsel bağlılık, örgütsel adalet, örgütsel vatandaşlık vb., pek çok olumlu örgütsel davranışını pekiştirmektedir (Obeidat, 2016).

SONUÇ

E-İKY, işletmelerde değişimi destekleyerek örgütsel performansın, örgütsel adaletin, bağlılığın ve etkinliğin iyileştirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Böylece e-İKY; beşerî sermaye, entelektüel alt yapı, bilgi yönetimi ve İK işlevlerinin daha da iyileştirilmesini ve geliştirilmesini sağlamaktadır. Bunu yanı sıra işletmenin kurumsal kimliğinin oluşmasına, performansının artmasına ve imajının geliştirilmesine de katkı sunmaktadır. E-İKY her ne kadar dolaylı katma değer sağlasa da çoğu işletme bu değerini fark etmiş ve e-İKY fonksiyonlarını benimsemeyi tercih etmiştir.

İş gören devir hızının oldukça yoğun olduğu turizm sektöründe (Özkoç vd., 2019; Çilesiz, 2021) e-İKY, İK departmanının sorumluluklarını azaltmak ve hataları en aza indirmek adına tercih edilebilirliği yüksek bir fonksiyondur. COVID-19 sürecinde tüm sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de e-İKY işlevlerinden faydalanılmıştır. Ancak söz konusu dönem turizm sektörü iş gücü ihtiyacını olumsuz yönde etkilediği için diğer dijital ortamlarda meydana gelen hızlı etkileşimin e-İKY alanında daha yavaş seyretmiş olması muhtemeldir. Bunun yanı sıra Türkiye'deki turizm işletmelerinin İKY yapılarına bakıldığında e-uygulamaların özellikle Avrupa ülkelerinde olduğu kadar yoğun kullanılmadığı söylenebilir.

Türkiye'deki turizm işletmelerinde e-İKY uygulamaların kullanım sıklığı ve yaygınlığı henüz beklenen düzeyde olmasa da zamanla söz konusu fonksiyonların işletmelere kazandırdığı faydalar fark edilecektir. Bu noktada turizm işletmelerinin doğrudan fayda sağlayan uygulamalara yöneliyor olması, e-İKY'nin yeterince tercih edilmemesine neden olarak gösterilebilir. Bunun yanı sıra yazılım programları, konaklama ve seyahat işletmeleri için önemli bir maliyet teşkil etmektedir. Ön büro, yiyecek içecek otomasyon programları ya da bilet satış uygulamaları söz konusu işletmelerin kullanması gereken temel yazılım programlarıdır. Bu yönüyle e-İKY uygulamaları gereklilik bakımından ikinci planda değerlendiriliyor olabilir.

E-İKY başka bir bakış açısıyla değerlendirilecek olursa işletmeler zaman tasarrufu, hız, globalleşme imkânı, işgücü tasarrufu gibi birçok fayda sağlamaktadır. Özellikle az çalışan ile daha fazla iş ortaya koymak işletme maliyetlerini önemli düzeyde azaltacaktır. Ancak bu durum iş verenler açısından avantaj olarak değerlendirilirken artan nüfus nedeniyle işsizliğin artma ihtimalini de beraberinde getirmektedir. Söz konusu tehdit ilerleyen yıllarda dijitalleşmeye yönelen tüm sektörlerin bir sonucu olarak üzerinde durulması gereken bir sorun haline dönüşebilir. Tüm bu tehditlere rağmen gelişen teknolojinin bir parçası olmamak işletmeler için rekabet edememe, örgütsel küçülme veya örgütsel çöküş ile sonuçlanabilir. Bu bakış açısı ile değerlendirildiğinde gelişen teknoloji ve beraberinde getirdiği tehditler bir paradoks oluşturmuş durumdadır.

Bu çalışmada e-İKY uygulamaları hakkında temel bilgiler verilmiş, e-İKY'nin kullanım alanlarından söz edilmiş ve turizm işletmelerindeki fonksiyonlarından bahsedilmiştir. Bunun yanı sıra e-İKY'nin faydaları üzerinde durulmuştur. Turizm işletmelerinde e-İKY uygulamaları konusunda çalışma yapmak isteyen araştırmacılara özellikle insan kaynakları departmanı çalışanlarına yönelik nicel veya nitel inceleme yapmaları önerilebilir. Departman çalışanlarının e-İKY uygulamalarına yönelik yaklaşımları ölçümlenebilir. Bunun yanı sıra Türkiye'deki turizm işletmesi yöneticilerinin söz konusu uygulamalar hakkında bilgileri ve tutumlarına yönelik incelemeler yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Ahmed, O.M. (2020). Identification of E-HRM Practices In Egypt Five-Star Hotels: A Quantitative Approach. *International Journal of Heritage, Tourism and Hospitality*, 14(1), 139-151.
- Alghafri, A.A. (2015). Literature Review on: The Advantages And Disadvantages of Implementing E-HRM for an Organisation E-Learning as an Example. *Am J Econom* 5(2), 51-55.
- Asiltürk, A. (2018). İnsan Kaynakları Yönetiminin Geleceği: İK 4.0. *Journal of Awareness (Joa)*, 3(Special), 527-544.
- Baykal, E. (2020). Digital Era and New Methods for Employee Recruitment. In *Handbook of Research on Strategic Fit and Design in Business Ecosystems* (s.s 412-430). IGI Global.
- Berber, N., Dordevic, B. ve Milanovic, S. (2018). Electronic Human Resource Management (e-HRM): A New Concept for Digital Age. *Strategic Management*, 23(2), 022-032.
- Berna'rdes, M. (2003). From E-Training to E-Performance: Putting Online Learning to Work, *Educational Technology*, 43(1), 6-11.
- Betchoo, N. K. (2016). Digital Transformation and its impact on Human Resource Management. In Proceedings of the 2016 IEEE International Conference on Emerging Technologies and Innovative Business Practices for the Transformation of Societies (EmergiTech), Balaclava, Mauritius, 3-6 August 2016.
- Bissola, R. ve Imperatori, B. (2014). The Unexpected Side of Relational E-HRM. *Employee Relations*, 36(4), 376-397.
- Bondarouk, T. V. ve Ruël, H. J. (2009). Electronic Human Resource Management: Challenges in the Digital Era. *The International Journal of Human Resource Management*, 20(3), 505-514.
- Bowen, D.E. ve Ostroff, C. (2004). Understanding HRM-Firm Performance Linkages: The Role of 'Strength' of the HRM System. *Academy of Management Review*, 29(2), 203-221.
- Çilesiz, E. (2021). Turizm İşletmelerinde Otokratik Liderlik. İçinde E. Erkilic ve F. Kaya (Editör), *Turizm İşletmelerinde Liderlik* (s. 205-216). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Dhamija P. (2012). E-Recruitment: A Roadmap Towards E-Human Resource Management. *Res World*, 3(3),33-39.
- Erdem, B. ve Gezen, T. (2014). Turizm İşletmelerine Yönelik İş İlanlarının İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(21), 19-42.
- Findikli, M. A., ve Beyza Bayarcelik, E. (2015). Exploring the Outcomes of Electronic Human Resource Management (E-HRM). *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 207, 424-431.
- Gardner, S. D., Lepak, D. P., ve Bartol, K. M. (2003). Virtual HR: The Impact of Information Technology on the Human Resource Professional. *Journal of Vocational Behavior*, 63(2), 159-179.
- Girisha, M.C. ve Nagendrababu, K. (2019). E- Human Resource Management (E-HRM): A Growing Role in Organizations. *International Journal of Management Studies*, 1(5), 98-104.
- Guest, D. (1997). Human Resource Management and Performance: A Review and Research Agenda, *International Human Resource Management*, 8(3), 263-276.
- Guest, D.E. ve Peccei, R. (1994). The Nature and Causes of Effective Human Resource Management, *British Journal of Industrial Relations*, 32(2), 219-242.
- Hawking, P., Stein, A. ve Foster, S. (2004). E-HR and Employee Self Service: A Case Study of A Victorian Public Sector Organization. *Issues in Informing Science and Information Technology*, 1, 1017-1026.
- Hooi, L.W. (2006). Implementing E-HRM: The Readiness of Small and Medium Sized Manufacturing Companies in Malaysia. *Asia Pac Bus Rev.*12(4), 465-485.

- Hopkins, B. ve Markham, J. (2003). *E-HR: Using Intranets to Improve the Effectiveness of Your People*. Hampshire, England: Gower Publishing Limited.
- Huselid, M. (1995). The Impact of Human Resource Management Practices on Turnover, Productivity, and Corporate Financial Performance. *Academy of Management Journal*, 38(3), 635-672.
- Hutchinson, S. (2014). The Importance of Communication in Fulfilling the Strategic Role of HRM. in Miller, V.D. and Gordon, M.E. (Eds), *Meeting the Challenges of Human Resource Management: A Communication Perspective*, Routledge, New York, NY, ss. 16-26.
- Jamrog, J.J. ve Overholt, M.H. (2004). Building a Strategic HR Function: Continuing the Evolution. *Human Resource Planning*, 27(1), 51-62.
- Jarrar, Y., ve Schiuma, G. (2007). Measuring Performance in the Public Sector: Challenges and Trends. *Measuring Business Excellence*, 11 (4), 4-8.
- Johnson, R. D. ve Gueutal, H. G. (2011). *Transforming HR Through Technology: The Use of HR and Human Resource Information Systems in Organizations*. Alexandria, VA: SHRM Effective Practice Guidelines Series.
- Kendir H., Arslan, E. ve Özçelik Bozkurt, H. (2018). Devam Bağlılığı, Presenteeism ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişki: Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(4), 1029-1046.
- Kiesler, S., Siegel, J., ve McGuire, T. W. (1984). Social psychological aspects of computer-mediated communication. *American psychologist*, 39(10), 1123-1132.
- Lengnick-Hall, M. L., ve Moritz, S. (2003). The Impact of e- HR on the Human Resource Management Function. *Journal of Labour Research*, 24 (3), 365-379.
- Lepak, D. P. ve Snell, S. A. (1998). Virtual HR: Strategic Human Resource Management in the 21st Century. *Human Resource Management Review*, 8 (3), 215-234.
- Madavarapu, Jhansi Bharathi, (2014). "Payroll Management System" *All Capstone Projects*. 82. <https://opus.govst.edu/capstones/82> (Erişim Tarihi:05.05.2021).
- Macky, K. ve Boxall, P. (2007). The Relationship Between 'High-Performance Work Practices' and Employee Attitudes: An Investigation of Additive and Interaction Effects, *The International Journal of Human Resource Management*, 18(4),537-567.
- Mamatha, K, Thoti, K.K, Sultana, A. ve Mamatha, K. (2022). E- Recruitment and E- Selection Process Improves the E- Human Resource Management activities in Information Technology Companies in Hyderabad. *Journal of Algebraic Statistics*. 13(2), 1576 – 1584.
- Marler, J. H. (2009). Making Human Resources Strategic by going to the Net: Reality or Myth? *The International Journal of Human Resource Management*, 20(3), 515–526.
- Marler, J. H., ve Fisher, S. L. (2013). An Evidence-Based Review of e-HRM and Strategic Human Resource Management. *Human Resource Management Review*, 23(1), 18-36.
- Morsy, N., ve El Demerdash, J. M. (2017). Investigating the Potential Use of E-HRM: The Context of Egyptian Hotels and Travel Agents. *Journal of Tourism Research*, 16(1), 81-86.
- Nasar, N., Ray, S., Umer, S., ve Mohan Pandey, H., (2020). Design and Data Analytics of Electronic Human Resource Management Activities Through Internet of Things in an Organization. *Software: Practice and Experience*. 1–17.
- Normalini, Kassim, M., Ramayah, T., ve Kurnia, S. (2012). Antecedents and Outcomes of Human Resource Information System (HRIS) Use. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 61(6), 603-623.
- Obeidat, S. M. (2016). The Link between e-HRM Use and HRM Effectiveness: An Empirical Study. *Personnel Review*. 1281-1301.

- Öge, S. (2004). Elektronik İnsan Kaynakları Yönetimi (E-HRM)'Nde İnsan Kaynakları Enformasyon Sistemi (HRIS)'nin Önemi ve Temel Kullanım Alanları. 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi. Eskişehir, 109- 117.
- Öksüz, B. (2011). E-işe Alım Sürecinde Kurumsal Web Sitelerinin Kullanımı ve Konu Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 7(14), 267-284.
- Özdoğan, O., (2017). *Endüstri 4.0: Dördüncü Sanayi Devrimi ve Endüstriyel Dönüşümün Anahtarları*, Pusula Yayınları, İstanbul.
- Özkoç A.G., Kendir H., Arslan, E. ve Özgün, N. (2019). İşgörenlerin Nepotizm Ve Sinizm Algıları Arasındaki İlişki: Nevşehir'deki Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, *Journal of Business Research*, 11(4), 2960-2971.
- Pelit, E. ve Çetin, A. (2019). Turizm İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi İşlevi Olarak Performans Değerlendirme ve Sorunlar: Kavramsal Bir Değerlendirme. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 11(2), 165-203.
- Ruel, H., Bondarouk, T., ve Looise, J. K. (2004). E-HRM: Innovation or Irritation: An Explorative Empirical Study in Five Large Companies in Web-Based HRM. *Management Review*, 15(4), 364-379.
- Sanayei. A et al., (2008). Designing A Model For Evaluating The Effectiveness Of E-HRM (Case Study: Iranian Organizations), *International Journal of Information Science and Technology*, 6(2), 79-98.
- Sharma, S. (2012). Role of Information System in Human Resource Management for Global Business Competitiveness. *Gyan Jyoti E-Journal*, 1(2),1-9.
- Stone, D. L., ve Dulebohn, J. H. (2013). Emerging Issues in Theory and Research on Electronic Human Resource Management (eHRM). *Human Resource Management Review*, 23(1), 1–5. doi:10.1016/j.hrmr.2012.06.001
- Suchitra, P. (2014). E-Hrm: Conceptual Implications. *International Journal of Human Resource Management and Research*. 4(2), 31-38.
- Tannenbaum, S. I. (1990). HRIS: User Group Implications. *Journal of Systems Management*, 41 (1), 27-32.
- Umar, T. R., Yammama, B. A., ve Shaibu, R. O. (2020). The Implications of Adopting and Implementing Electronic Human Resource Management Practices on Job Performance. *Journal of Human Resource Management*, 8(2), 96–108.
- URL-2 (2017). İnsan Odaklı Dijital Dönüşüm - İK 4.0, <http://www.peryonkongre.com/kongre2017/getPage.asp?PID=%7BE1290C06-2EBD-4FA5-8490-C0CCFCEA576C%7D>(Erişim Tarihi:05.05.2021).
- West, J. P., ve Berman, E. M. (2001). From Traditional to Virtual HR: Is the Transition Occurring in Local Government? *Review of Public Personnel Administration*, 21(1), 38–64.
- Wright, P., Gardner, T., Moynihan, L., Park, H., Gerhart, B. ve Delery, J. (2001). Measurement Error in Research on Human Resources and Firm Performance: Additional Data and Suggestions for Future Research, *Personnel Psychology*, 54(4),875-901.
- Yayla, Ö., Kendir, H. ve Arslan, E. (2020). Moderator Role of Gender in the Effect of Environmental Commitment on Environmental Responsibility Behaviour in Hotel Employees, *Business and Management Studies: An International Journal*, 8(5), 3971-3990.
- Yayla, Ö., Özçelik Bozkurt, H., Arslan E. ve Kendir, H. (2021). The Moderator Role of Environmental Interpretations in the relationship Between Planned Behavior Level and Environmental Awareness Perception of Hotel Employees, *Journal of Tourism and Services*, 12(23), 150-168.

BEŞİNCİ BÖLÜM

Doç. Dr. Adem ARMAN¹

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE MENÜ PLANLAMA, FİYATLANDIRMA VE ANALİZİNE YÖNELİK YAKLAŞIMLAR

GİRİŞ

Teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesi ve küreselleşmenin de etkisiyle otel işletmelerinin faaliyetlerini daha verimli ve etkin bir şekilde yönetme ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Sözü geçen bu küresel rekabet ortamında otel işletmelerinin kârlılıklarını artırabilmeleri için kontrol edebilecekleri tek unsur olan planlama süreçleri, üzerinde durulması gereken en önemli konulardan biridir. Otel işletmelerinin yiyecek içecek bölümleri, yüksek gelir sağlamanın yanı sıra maliyetlerinin de yüksek olduğu bir bölümdür. Bu bölümde şüphesiz hem stratejik amaçlı hem de pazarlama alanında uygulanabilen bir enstrüman olan menülerin önemi büyüktür çünkü otel işletmelerinin ana gider kalemlerinden biri de yiyecek-içecek giderleridir. Bu giderler etkin bir menü planlama süreci ile kontrol altına alınabilmektedir. Geleneksel menü planlama yöntemlerinin günümüz şartlarında işletmelerin karlılıklarının artırılmasında, faaliyetlerini sürdürülmesinde ve etkin bir şekilde yönetilmesinde yeterli olmaması sebebiyle işletmelerin daha doğru veriler elde etmesini sağlayacak yaklaşımlara yönelinmiştir. Rekabetin giderek arttığı ve sürekli değişikliklerin yaşandığı turizm sektöründe mutfak yöneticilerinin menü planlama sürecini çok iyi bilmeleri beklenmektedir. Yukarıdaki bilgiler ışığında araştırmanın amacı, otel işletmelerinin yiyecek ve içecek departmanlarında mutfak yöneticilerinin, menü çözümlerini, fiyatlandırmasını ve menü planlamasını nasıl gerçekleştirdiklerini öğrenmek ve menü planlama sürecine ilişkin tutumlarını irdeleyerek fikirlerini ortaya koymaktır. Bu anlamda, yiyecek içecek departmanı yöneticilerinin menü planlama sürecine yönelik fikirleri literatüre ve sektöre katkı sağlaması bakımından araştırmanın önemini kapsamaktadır. Araştırmada mutfak yöneticilerinin performans üzerindeki artırıcı etkileriyle birlikte menü planlama

sürecindeki katkılarını elastik bir yöntem dahilinde betimlemek ve mutfak yöneticilerinin menü planlama sürecinde tasarlamış olduğu belirleyici nitelikleri içinde barındıran süreçlerin tespitini kapsayan değerlendirme çalışmalarının önemini belirtmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Yoğun rekabet ortamında faaliyet gösteren işletmelerde önem arz eden müşteri memnuniyeti veya tatmininin yanında, maliyetlerinin en doğru ve gerçeğe yakın bir şekilde hesaplanması da işletmelerin fiyatlandırma ve stratejik kararları açısından hayati önem taşımaktadır (Ören ve Tetik, 2012). Müşteri memnuniyeti ve tatmini açısından iyi tasarlanan bir menünün maliyetinin doğru hesaplanması, işletmenin karlılığını da artıracaktır çünkü menü; işletmenin kâr amacını gerçekleştirmek için kullandığı yönetim araçlarından biridir (Bekar ve Kılıç, 2017). Özellikle son dönemlerde gıda üretimi gerçekleştiren işletmelerinin başarısı, iyi tasarlanmış menülere bağlıdır (Koçak, 2012; Bayram vd., 2021). İşletmelerin yeterince önem vererek hazırladıkları bir menü ile misafirlerin memnun edilmesi, sürecin iyi işlemesi ve yönetimin görece doğru karar alması sağlanmaktadır (Taşpınar, 2011). Menü, yiyecek içecek işletmelerinde satışı gerçekleştirilen ürünlerin kendine özgü bir düzen içerisinde fiyat, isim ve açıklamalarının olduğu resimsiz ya da resimli şekilde tasarlanan yemek listesi olarak belirtilse de (Altinel, 2011; Aktaş ve Özdemir, 2007; Şahin ve Yazıcıoğlu, 2018; Bulduk, 2013), hem işletmenin müşterilerine bilgi aktardıkları birincil araçlardan biri (Duca, 2006) hem de işletmenin müşteri ile iletişim kurmasının en önemli yöntemlerindedir (Jung, 2014; McCall ve Lynn, 2008).

Menü yiyecek-içecek işletmesinin faaliyetinin her aşamasını ve amacını ifade eden stratejik bir belge olmasının yanı sıra (Kotschevar ve Withrow, 2007), müşterilerin dikkatini işletmenin satmak istediği ürünlere yönlendiren (Özdemir, 2012) ve işletmede meydana gelen gıda atıklarının azaltılmasında doğrudan katkı sağlayan önemli bir etkidir Buna ek olarak yiyecek ve içecek işletmelerinde yemek deneyim olgusunun temel sürecini oluşturan menü, talebi, (Antun ve Gustafson, 2005; Bowen ve Morris, 1995; Reynolds vd., 2005; Magnini ve Kim, 2016; Lo vd., 2017) arz maliyetini ve kârı doğrudan etkilemekte aynı zamanda gıda ürününün özünü oluşturmaktadır (Kivela, 2003, s. 45). İşletmede müşterinin yemek seçimine rehberlik yapan, destinasyonu iklimsel değil kültürel çekiciliklere teşvik eden, ne sunulduğu ile ilgili bilgi veren bir araç olmanın yanı sıra işletmenin kişiliğini, marka imajını ve karakterini yansıtan önemli kanıtlardan biridir (Özdemir ve Çalışkan, 2014; Kincaid ve Corsun, 2003; Sarıışık ve Işkın, 2018; Magnini ve Kim, 2016; Ergen, 2022). Bunlara ek olarak menünün işletmenin başarılı olabilmesi için gerekli stratejik bir yönetim aracı olması nedeniyle menü planlama sürecinde yer alan yöneticilerin çeşitli konularda yetenekli olmaları gerektiği belirtilmektedir (Bowen ve Morris, 1995; Pavesic, 2005). Bu yetenekler arasında, gıdaların

tariflerde nasıl birleştirildikleri bilmek (Kincaid ve Corsun, 2003; Magnini ve Kim, 2016) hem işleyişi hem de potansiyel piyasayı planlama yapabilme (Kivela, 2003), hammaddenin mevsimsel hazırlığını sağlayabilme (Mills ve Thomas 2008; Hwang ve Lorenzan, 2008), hammaddenin kökeni ve sunumu hakkında bilgi sahibi olma yetisi (Flimonau ve Krivcova, 2017) gerekmektedir. Bunlara ek olarak hangi menü öğelerinin birlikte yer alması gerektiği (Pavesic,2005; McCall ve Lynn, 2008; Bowen ve Morris, 1995; Özdemir ve Çalışkan, 2014; Lo vd., 2017; Özdemir ve Nebioğlu, 2018; Bacon ve Krpan, 2018), çeşitli tariflerin nasıl birleştirilebileceği (Wansink vd., 2001; Locyer, 2006; Elbel vd.,2009; Roberto vd., 2010; Gueguen ve Jacob, 2012; Fernandes vd., 2016; Lo vd., 2017) ve son olarak nitelikli iletişim kurma yeteneği yer almaktadır (Kotschevar ve Withrow, 2007). Yiyecek üretimi gerçekleştiren ve sunan işletmeler için hazırlanan menüler müşterilerin hem besin ve enerji ihtiyaçlarını dolayısıyla yeme-içme ihtiyaçlarını (Kozup vd., (2003); Reynolds vd., (2005); Josiam ve Foster, (2008); Hwang ve Lorenzen (2008); Galicano vd., (2012); Mills ve Thomas, (2008); Musiker ve Kesa, (2014); Zaffou ve Campbell (2015); Wansink ve Love, (2014); Reale ve Flint, (2016); Lo vd, (2017); Kwan vd., (2016); Flimonau ve Krivcova (2017) hem de ekonomik, psikolojik ve sosyal ihtiyaçlarını karşılar nitelikte (Choi vd., (2010); Balcombe vd., (2010); Fikri ve Ramadhan (2011); Ellison vd., (2014); Magnini ve Kim, (2016); Fernandes vd., (2016); Flimonau ve Krivcova (2017); Kim vd., (2018); Luve Chi, (2018); Özdemir ve Nebioğlu, (2018); Cankül (2019); Chen vd., (2020) olmalıdır. Yiyecek ve içecek işletmelerinde hem stratejik hem de pazarlama amaçlı uygulanabilecek bir araç olan (Koşan, 2013) menünün ana işlevi, kapsamlı bir iletişim ağı kurarak müşterileri harekete geçirmek, yiyecek-içecek işletmesinin gelir elde etmesini sağlamak için ürünlerin pazarlanmasına olanak sağlamaktır (Doğdubay ve Saatçı, 2014). Bu özelliklere ek olarak menü kartlarının diğer işlevleri aşağıda belirtilmiştir (Bekar ve Kılıç, 2017; Demirkol, 2015):

- İşletmenin büyüklüğünü belirleme
- İşletmenin kuruluş yeri ve maliyetini belirleme
- Ekipman gereksinimini belirleme
- Gerekli olan ekipmanları belirleme
- Yapılacak işleri belirleme
- İşletmeyi ve faaliyetleri denetleme
- Çalışacak olan personelin hangi niteliklere sahip olacağına karar verme
- Gelir kontrollerini sağlama
- Hammadde gereksinimi hesaplama

Yukarıda anılan bu işlevler çeşitli araştırmalarla desteklenmektedir. Nitekim yiyecek içecek işletmelerinde önemli bir başarı unsuru olması sebebiyle son dönemde bu alanda gerçekleştirilen çalışmalar artmaktadır (Antun ve Gustafson,

2005; Özdemir ve Çalışkan, 2014). Dikkat çeken çalışmalar arasında Morrison'un (1996) lüks restoranlarda menü analizinin nasıl uygulandığı ile ilgili çalışma yer almaktadır. Çalışmaya göre mutfak yöneticilerinin her menüdeki öğeleri birbirleriyle karşılaştıran bir menü analizi gerçekleştirilmediği belirlenmiştir. Jones ve Mifflı (2001) ise, 7 farklı yiyecek içecek işletmesini kapsayan araştırmasında, menü performanslarının ölçümünde teorik yaklaşım olan matris tabanlı analizin kullanılmadığı buna karşılık, rakip analizi, pazar analizi, müşteri eğilim analizi ve menü analizinin pratik prosedürünün kullanıldığını belirlemişlerdir. Raab ve Mayer, (2009) yaptıkları çalışmada ilgili restoranlarda faaliyet tabanlı maliyetleme kullanımının birtakım nedenlerden dolayı neredeyse kullanılmadığını belirlemişlerdir. Buna göre restoran yöneticilerinin FTM konseptlerinin farkında olduklarını, ancak şimdiye kadar çeşitli nedenlerden dolayı FTM'yi uygulamamayı seçtiklerini ortaya koymuşlardır. Kwong, (2005); yaptığı çalışmada Asya restoranlarının karlılığını artırmak için menü mühendisliği ve menü tasarımının uygunluğunu araştırmıştır. Analiz edilen birçok başlangıç öğesi, popüler olmayan ve/veya kârsız olarak sınıflandırılmış ve örneklenen menüler, satış etkisi bakımından yetersiz olduğu belirlenmiştir. Raab C., Mayer, Ramdeen ve Ng, (2005); yaptıkları çalışmada, Çin'in Hong Kong kentinde açık büfe tarzı hizmet sunan bir restorana uygulanan Faaliyet Tabanlı Maliyetleme yöntemini kullanarak akşam yemeği menüsündeki 20 adet yemek için menü analizi gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışma, restoran modelinin açık büfe tarzı bir restorana da uygulanabileceğini göstermektedir. Jung ve Sook, (2006) yaptıkları çalışmada Kasavana, Smith ve Pavesic'in menü analiz tekniklerini kullanarak oteldeki Fransız restoranının menülerini analiz etmişlerdir. Kasavana & Smith'in yöntemi müşterinin bakış açılarına odaklanırken, Pavesic'in yöntemi yöneticilerin bakış açılarına dikkate aldığı belirlenmiştir. Vaughn, Raab ve Nelson, (2010); Las Vegas'da bir Casino mutfağında 200'den fazla üründen yalnızca satış sayısı fazla olan ilk 20 menü öğesi analiz etmişlerdir. Yapılan çalışmada hazırlık, temizlik, dağıtım, paketleme, satın alma, depolama, planlama, düzenleme, bütçeleme, tahmin, menü araştırma, denetleme, eğitim olmak üzere 13 faaliyet belirlenmiştir. FTM ile menü analizi sonucunda 6 menü öğesinin karlı olmadığı belirlenmiştir. Reynolds ve Taylor, (2011) yaptıkları çalışmada menü analizinde yapısal eşitlik modellemesi ve veri zarflama analizini kullanmışlardır. Araştırma sonucunda veri zarflama analizini modellerinin geçerli olduğunu ve daha karmaşık modellerin mümkün olduğunu belirlemişlerdir.

YÖNTEM

Araştırmanın yöntem bölümünde araştırma katılımcıları, veri toplama aracı, pilot uygulama ve verilerin analiz süreci açıklanmıştır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırma, anlamlı temaları ve örüntüleri bulmak için belge incelemesi, görüşme ve gözlem gibi nitel araştırmadan elde edilen verileri yorumlama sürecini kapsamaktadır (Patton, 2015).

Katılımcılar

Araştırmada birden fazla örneklem kullanılmıştır. Otel işletmelerinin yiyecek içecek bölümlerinde yer alan mutfak yöneticilerinin pozisyonu ve tecrübeleri dikkate alınarak ‘maksimum çeşitlilik’ örnekleme dikkate alınmıştır. Bu örneklem çeşidinin amacı, örneklem grupları daha küçük oluşturulmakta ve bu şekilde araştırma esnasında katılımcı bireylerin çeşitliliğini mümkün olan en yüksek seviyede tutmaktır. Bu şekilde sağlanan verilerin diğer yöntemlere nazaran daha zengin içeriğe sahip olduğu düşünülmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bunlara ek olarak, araştırma katılımcılarını tanıyan kişilerden bilgi edinmek için kullanılan kartopu örnekleme (Glesne, 2013) de kullanılmıştır. Araştırmada öncelikli ulaşılan katılımcılar, diğer katılımcılara ulaşmayı sağlayarak mevcut örneklemin bir ağ yapısına dönüşmesini sağlamıştır. Ayrıca her departmandan belirlenen sayıda katılımcı araştırmaya dahil edilerek kotalı örnekleme de kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemini İstanbul’da bulunan beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan mutfak yöneticilerinden oluşmaktadır. Katılımcılar çalıştıkları departman ve pozisyonları dikkate alınarak seçilmiştir.

Veri Toplama Aracının Belirlenmesi

Babbie (2007) görüşmenin yapılandırılmamış, yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmış olmak üzere üç şekilde gerçekleştiğini ifade etmektedir. Yapılandırılmış görüşmeler, genellikle “hayır” veya “evet” türü yanıtlar ile cevap aranan ve önceden planlanmış sorular etrafında gerçekleştirilen görüşmeleri kapsamaktadır. Hem katılımcı hem de görüşmeci konunun belirtilen öğelerinin dışına çıkamamakta ve görüşmede esneklik sağlanmamaktadır (Berg, 2007). Yarı yapılandırılmış görüşme hem ilgili alanda derinlemesine gidebilmeye hem de sabit cevaplama olanağı sağlamaktadır. Aynı zamanda gerektiğinde derinlemesine bilgi sağlama, katılımcıya kendini ifade etme imkânı tanınması ve analizlerde kolaylık sağlama gibi avantajlara sahiptir (Büyüköztürk vd., 2014). Yapılandırılmamış görüşme ise, uygulama ve organize etme ve görüşme içeriğini ve sorularını planlama açısından her iki tarafa (katılımcılar ve görüşmeciler) daha geniş alan sunmaktadır (Gubrium ve Holstein, 2002). Araştırmanın amacına yönelik hem konudan uzaklaşmamak hem de derinlemesine cevaplar alabilmek adına yarı yapılandırılmış görüşme tasarlanmıştır.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırma süreçlerinin en önemli adımlarından biri veri analizidir (Leech ve Onwuegbuzie, 2007). Nicel araştırmalarda veri analizi istatistik bilimine yani sayılara dayanırken, nitel araştırmalarda anlamlara dayanmaktadır (Dey, 2003). Nitel araştırmalarda veri analizinde genel amaç, metin ve imgelerden bir anlam çıkarmaktır (Creswell, 2014). Araştırmada kapsamında kullanılacak olan görüşme soruları ilk olarak pilot çalışmaya tabi tutulmuştur. Pilot çalışma, bir çalışmanın hazırlanmasında yürütülen bir deneme çalışması olarak tanımlanmaktadır (Polit,

Beck ve Hungler, 2001; van Teijlingen ve Hundley, 2001). Pilot araştırmanın temel yararı, araştırmacılara ana çalışmada düzeltme yapma fırsatı vermesidir (Kim, 2011: 191). Bu çalışmada pilot araştırma İstanbul ilinde yüz yüze görüşme şeklinde gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler 1-20 Haziran 2022 tarihleri arasında dokuz katılımcıyla yapılmıştır. Pilot çalışmanın katılımcıları kartopu örneklemeyle belirlenmiştir. İlk katılımcı (A1) araştırmanın anahtar kişisi olmuş, diğer yedi katılımcıya ulaşılmasını sağlamıştır. A7 ile, internet üzerinden görüşme gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara araştırmanın içeriği anlatılmış ve bunun üzerine katılımcılar “Katılımcı Bilgi ve Onam Formu” nu imzalayarak araştırmaya gönüllü olarak katıldıklarını belirtmiş ve ses kaydı alınmasına izin vermişlerdir. Elde edilen veriler Google Dikte programıyla yazılı metne dönüştürülerek kodlar, temalar ve ana temalar ortaya çıkarılmıştır. Pilot araştırma sürecinde 9 katılımcı, saha çalışmasında ise 19 katılımcı olmak üzere toplam 28 katılımcıyla görüşülmüştür. Bu görüşmelerden elde edilen ses kayıtlarının toplam süresi 8 saat 52 dakikadır. Ses kayıtları Google Dikte programıyla yazılı metne dönüştürülmüştür. 52,546 kelime ve 185 sayfa (Word belgesinde Times New Roman yazı karakterli, 12 punto, 1,5 satır aralığında ve normal kenar boşluklu) görüşme metni ortaya çıkmıştır. Görüşme metinleri kodların ve temaların daha düzenli, daha güvenilir ortaya çıkarılması ve analizlerde araştırmacıya daha somut çıktılar sunması açısından görüşme içerikleri temalara ayrılarak kodlanmıştır. Bu kodlamalar için araştırmacı, metinleri farklı zamanlarda tekrar tekrar okuyarak, kendi açısından metinlerin ayrıştırmasını kolaylaştıracak notlar alıp, farklı renklendirmeler yapmıştır. Tüm bu belirleyici özelliklerden sonra kodlar ortaya çıkarılmıştır. Araştırmacı kodları belirledikten sonra kodlar arasında bütünlük sağlamak için temalar oluşturarak, önceden belirlemiş olduğu kodları ilgili temalar altına almıştır. Temaların ve kodların tutarlılığını, geçerlilik ve güvenilirliğini sağlamak için daha önceden nitel araştırma yöntemleri konusunda çalışma yapan iki ayrı araştırmacıdan da veriler üzerinde çalışmasını isteyerek analizi çeşitlemeye başvurmuştur (Patton, 2018).

BULGULAR

Veri çözümlene sonucu elde edilen araştırma bulguları otelcilik sektörü, planlama ihtiyacı, kriterler ve planlama araçları ana temaları altında sunulmuştur. Her bir ana temaya ilişkin bulgular alt tema ve kodların altında verilmiş ve yorumlanmıştır.

Katılımcılara İlişkin Bilgiler

Araştırma kapsamında görüşleri alınan mutfak yöneticilerinin büyük bir bölümü araştırma alanında ikamet eden kişilerden oluşmaktadır. Söz konusu katılımcıların tamamına yakını İstanbul ilindeki 5 yıldızlı otellerin mutfak yöneticilerinden oluşmakta ve görev yaptıkları otellerin menü planlama sürecinde fiilen rol almış ve bir kısmı halen rol almaya devam etmektedir. Araştırmaya katılanlardan en genci 29; en yaşlısı 53 yaşındadır. Ortalama yaş değeri ise 35'tir. Cinsiyet dağılımlarına bakıldığında 17'si erkek 11'i kadındır. Katılımcıların 11'i bekar, 17'si evlidir.

Araştırmanın temel amaçlarından bir tanesi, menü planlama sürecinde yaşanan gelişmelerde hangi öğelerin ön plana çıktığının anlaşılması üzerine kurulmuştur. Bu durumun temel nedeni ise maliyet yüksekliği nedeniyle otel işletmeleri mutfaklarının uygun olacağı düşüncesidir. Bu sebeple bulguların bu bölümünde, menü planlama sürecinde maliyet yönetimi nasıl tasarlandığı açıklanacaktır. Çalışma kapsamında elde edilen bulgulara Tablo 1’de yer verilmektedir. Tabloda yer verildiği gibi örneklem grubundaki otel işletmeleri mutfak yöneticilerinin görüşlerine ilişkin veriler üç ana tema ile sekiz adet alt temadan meydana gelmektedir. Tablo 1’de her bir alt temaya ilişkin açıklamalara da yer verilmiştir. Ancak bu açıklamalar, ilgili alt temayı açıklayacak nitelikte değildir. Daha çok mutfak yöneticilerinin alt temaya yönelik görüşlerinin özetini yansıtmaktadır.

Ana Tema	Alt Tema	Açıklamalar
Menü planlama ihtiyacı	Mevsimsel değişiklik	Maliyet, ürün tazeliği ve nakliyat kolaylığı gibi nedenlerden dolayı mevsimsel olarak menünün geliştirme sürecini kapsar. Müşteri memnuniyeti açısından menünün %25-%30’u değişirken %70’i mevcut haliyle kalmaktadır.
	Konsept değişikliği	Ürünlerin kârlılık oranları, satış rakamları, misafir önerileri, operasyonda olan aksaklıklar ve daha önce elde edilen veriler bu sürecin ana kodlarıdır. Ek olarak işletmenin pazarında olan trendler ve eklenecek ürünlerin menü konseptine uyumu da önemlidir.
	Açılış menüsü	İşletmenin açılış menüsü oluşturma aşamasında mutfak yöneticilerinin elinde mevcut konsept haricine herhangi bir veri yoktur. Bu aşamada menü planlama süreci “Konsept”, “lokasyon” ve “hedef kitle” çerçevesinde geliştirilmektedir.
Kriterler	İşletme çeşidi ve büyüklüğü	Otellerde menü planlama süreci işletmenin çeşidine göre farklılık gösterebilmektedir. Şehir – kıyı oteli, tam pansiyon-yarım pansiyon ve her şey dahil konsepti gibi farklılıklar menü planlamada önemli rol oynamaktadır. Buna ek olarak müşteri kapasitesi, mutfak büyüklüğü, servis alanı kapasitesi, ekipman çeşitliliği de bu süreçte önemlidir.
	Müşteri tipi	Müşterilerden gelen şikâyetler ya da taleplere göre menüdeki yemekler sezon içerisinde değişebilmektedir. Sezon içinde yaşanan müşteri farklılığı (kongre, spor, düğün, tatil vb.) menüde değişikliğine zorlayabilir.
	Maliyet	Otel işletmeleri yıllık mutfak cost hedefleri. Yıllık satış, kârlılık ve maliyet tahminleri.
Planlama araçları	Müşteri Talebine Uygunluk	Gelecek üretim faaliyetlerinin planlanması için temel basamaktır. Menü fiyatlandırma süreci, müşteri zevk ve tercihleri ile müşteri gelir durumu bu konunun değişkenleri arasındadır.
	Verimlilik	Menü verimliliği bir otel işletmesinin teknik göstergeleri arasında yer almasına karşın finansal göstergelere nazaran yorumlanmaları çok daha zordur. Bunun temel nedeni menü planlamada yer alan kavramların farklı değerleri ifade etmesidir.

Araştırmaya katılan mutfak yöneticileri, menü planlama sürecinde ürünlerin tedarik sürecinin önemine dikkat çekerek tedarik işleminde sürdürülebilirliğin özenle araştırılması gerektiğini vurgulamışlardır. Bunun yanı A2 ve A7 kodlu

katılımcı, yatırımcının işletmede hedeflenen kar oranında menü planlama sürecinin büyük katkısını olduğunu ve hedeflenen orana kısa sürede ulaşılabilecek şekilde menü planlamak gerektiğini bunun için maliyet hesaplamasının özenle yapılması gerektiğini ifade etmiş ve bu süreçte önemli olan noktanın doğru ürün kullanımı olduğunu şu sözlerle belirtmiştir:

“Menü analiz sürecinde doğru ürünlerin seçilebilmesi için mevsiminde ürün kullanmak, dönemin popüler tatlarını yakalamak göz önünde bulundurulması gereken unsurlardan yalnızca bir kaçıdır...”

“Birçok işletme normal şartlarda bir zaman sonra aşçıbaşı değiştirir ve aşçıbaşı menüye kendi perspektifinden yaklaşmak ister ve menüde değişiklikler yapar...”

A8 kodlu katılımcının yukarıdaki alıntıyı destekler nitelikteki ifadesi şu şekildedir:

“Menülerin dizaynı, restoranlarda şefin fikirleri önemliken otellerde belirlenen standartlar göre değişiklik gösterir. Konseptleri belirlerken menüler işletmeyi destekler. Şeflerde menünün her aşamasında yer alarak şekillendirir. Menü planlaması sırasında maliyetleri mutfak şefi oluşturur. Oluşturulan menüdeki standartlar mutfak ve F&B personellerine demolar hazırlanarak anlatımlar gerçekleştirilir...”

Katılımcılar otel işletmelerinde bir kolektif çalışma alanı olduğu için yukarıda değinilen değişimlerin genelde orta ölçekli işletmelerde yaygın olduğunu belirtmişlerdir. Burada önemli olan nokta ise otel satış raporları ve analizlerinin baz alınarak menü değişiklik kararının alınmasıdır. A1 kodlu katılımcıya göre menüye yönelik uygulanan bu analizler her zaman finansal içeriklerle sınırlı kalmamaktadır:

“Çinli bir misafirin otel işletmesinde konaklaması durumunda sabah kahvaltılarında Pekin ördeği, Noodle gibi ürünler çeşitliliğine eklenebilmektedir...”

Katılımcılara göre müşterilerin ritüelleri ve yemek yeme alışkanlıkları, ırkları hatta ağız tatları göz önünde bulundurularak dönemselsel olarak değişiklikler yapılabilmektedir. Nitekim alım gücü olan insanların daha iyisini istediği mevcut dünya şartlarında süregelen bir “daha” anlayışı bulunmaktadır. Bu anlayış doğrultusunda insanların alışlagelmiş lezzet haritaları ve arayışları değişmektedir. A8 kodlu katılımcı zincir restoran işletmelerinde, restoran markasının önemine dikkat çekerek; markanın işletmeye zorunlu tuttuğu koşullara dikkat edilmesi gerektiğini belirtmiştir:

“Örneğin sıcak başlangıçlardan sebze böreği, soğuk başlangıçlarda deniz tarağını servis ettiğimizi düşünelim böreğin maliyeti düşük fakat deniz tarağının maliyeti yüksek ancak mutfak şefi olarak fiyatları dengelemek zorundayım. Böylelikle hem prestiji hem de kârı yüksek tutmaya çalışıyorum. Otelde kara ve popülerliğin yanı sıra menüdeki ürünlerin sıralamalarına düşük fiyattan yüksek fiyata göre hazırlamak zorundayım...”

Katılımcılar menü planlama sürecinde kârlılığın düşük olduğu ürünleri menüde tutmak zorunda olduklarını belirtmişlerdir. Burada önemli olan noktanın ürünün popülerliğidir. A3 kodlu katılımcının yukarıda sunulan ifadeleri de bu açıklamaları destekler niteliktedir:

“Yüksek maliyetli ürünler ile düşük maliyetli ürünlerin maliyetleri hesaplanarak dengelemeye çalışılır ayrıca otel mutfaklarında kurlardan ve piyasalardan etkilenme ve bunun gibi olağan dışı nedenlerden dolayı ürünlerde porsiyonlardaki değişimler, alternatif ürünler kullanma gibi revizeler olmak zorundadır...”

Katılımcılar menü planlarken menüdeki en önemli unsurun sürdürülebilirlik olması gerektiğini ifade etmişlerdir. A9 kodlu katılımcı bu durumu şu şekilde örneklendirmiştir:

“Örneğin nesli tükenmekte olan yılan lagos ve bunun gibi balık çeşitlerine yer vermiyoruz. Mevsiminde tüketilmesi gereken ürünlere yer veriyoruz. Zincir otellerin standartları ve şeflerin fikirleriyle menüleri planlanır...”

Katılımcılara göre ootel menüleri tek sayfa ve özensiz bir şekilde planlanmaktadır. Buna neden olarak da otelin diğer hizmetlerinin önceliği gösterilmektedir. A2 kodlu katılımcının ifadeleri bunu destekler niteliktedir:

“Otelin manzarası, animasyonu, denizini kumlu olması gibi binlerce seçenek varken bir otelde en önemli olan şeyin konaklama olduğunu bilirsiniz. Bu yüzden otel işletmeleri menüleri restoranlara nazaran daha gösterişsiz ve içerik olarak daha zayıftır. Restoran menüleri dizaynı, yazı şekilleriyle, renkleriyle misafirlerin tercihlerini etkilemelidir. Otelde ise kendisine sunulan hizmetleri bir bütün olarak kabul eden bir misafir vardır. Müşteri bir kere otelin içine girdiği için önemli olan tek nokta memnun olması değil, şikayet etmemesidir...”

Katılımcılara göre menü planlamanın diğer önemli bir aşaması ise satın alma sürecidir. Katılımcılar, satın alma aşamasında dikkat edilmesi gereken noktaların başında mevcut işletmenin şartlarına uygunluk ve menüde yer alması istenen ürünlerin istenilen zamanda müşteriye sunulabilmesi için doğru zamanda siparişlerinin verilmesi gelmektedir. Bu zamanlamanın öneminin nedeni ise; bazı ürünlerin bazı zamanlarda daha uygun fiyatlara tedarik imkanlarının olmasıdır. A11 kodlu katılımcı bu durumu şu şekilde ifade etmiştir:

“Yanlış zamanda siparişi verilen ürünün işletmeye zararı olacaktır. Bu yüzden menüler planlanırken coğrafi koşullara ve mevsimselliğe coğrafi etkenlere dikkat edilmelidir. İşletmenin bulunduğu konuma tedariki zor olan ürünlerin menülerde yer alması önemli bir dezavantajdır ve bu durum gözden kaçırılmamalıdır...”

Katılımcılara göre, menü planlama sürecinde müşteri talebine uygunluk unsuru önemli bir kriterdir. Buna göre katılımcılar, hizmet sektöründe taleplere göre hazırlık yapılmakta olduğunu ve müşteri taleplerinin müşteriye kazanmak amacıyla iyi bir adım olduğunu ifade etmişlerdir. A9 kodlu katılımcıya göre bu unsur, zincir otellerde marka sınıflarına ayrılarak her misafirin bütçesine göre hazırlanmaktadır.

A7 kodlu katılımcı ise, hedef kitle/pazar unsurunun menü planlamadaki önemini vurgulamış, işletmenin kime hitap edildiğinin iyi araştırılması gerektiğini bu araştırmaya göre menü oluşturulması gerektiğini ifade etmiştir. A7 ve A9 kodlu katılımcılar, misafir portföyünün önemini ve işletmenin hedef kitleye uygun aktivite gerçekleştirerek pazara açılması gerektiğini belirtmişlerdir.

Katılımcılar, konsept unsurunun da hedef kitleyle yakından ilişkili olduğunu ifade etmişlerdir. A5 kodlu katılımcıya göre yemek ve ambiyans çok önemli ama yeterli değildir. Katılımcı mutfakta kullanılan ekipmanların konseptte dahil edilmesi gerektiğini ve bunların doğru şekilde misafire yansıtılabilmesi gerektiğini ifade etmiştir. A2 ve A4 kodlu katılımcılar ayrıca, zincir restoranlarda konsept dışında çıkılma durumunda müşteri tepkisi çekilebileceğini eklemiştir. A10 kodlu katılımcı bu durumu şu şekilde özetlemiştir:

“Konsept unsurunun restoran işletmelerinde her şube için standart olması gerekmektedir. Otel işletmesi için bakıldığında, bu durum restoranlardaki kadar karmaşık değildir. Otellerde konseptte profesyoneller karar verirken restoranlarda bu süreç yatırımcı zevkine bırakılmıştır. Yemeğin tüketildiği atmosfer en az yemek kadar önemlidir...”

Katılımcıların tamamı, bir diğer unsur olan misafir memnuniyetinin işletme sağlığı açısından büyük önem taşıdığını ifade etmişlerdir. Katılımcılar ayrıca, tüm bu kriterlerin misafir açısından bakıldığında hem ekonomik hem de hizmet anlamında misafir memnuniyeti alanında gerçekleştirilen çalışmalar olduğunu ve bu unsurun menü revize etme aşamasında etkin bir rol oynadığını ifade etmişlerdir. Buna ek olarak katılımcılar, gelen misafirin yediği yemeği beğendiği takdirde diğer bir misafirin gelmesi için de bir sebep oluşturduğunu da eklemiştir.

SONUÇ

Bu çalışma otel işletmelerinin yiyecek ve içecek departmanlarında mutfak yöneticilerinin, menü çözümlerini, fiyatlandırmasını ve menü planlamasını nasıl gerçekleştirdiklerini öğrenmek ve menü planlama sürecine ilişkin tutumlarını irdeleyerek fikirlerini ortaya çıkarma amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın başlıca bulgularına göre en uygun fiyatlı hammaddenin tedarik edilmesi ve menüde yerel ürünlerin kullanılma çabası menü planlama sürecinde kargaşa yaşanmasına neden olmaktadır. Bu nedenle otel işletmeleri olabildiğince ulaşılabilir ürünleri menülerine dahil ederek tedarik sorununu ortadan kaldırma yoluna gittikleri görülmektedir. Bazı mutfak yöneticileri ise hizmet verilecek müşterinin istekleri göz önünde bulundurularak bir planlama yapılması gerektiğini ve bu bağlamda farklı tedarik yolları ile anlaşmalar yapılabileceğini belirtmişlerdir. Katılımcılar, yiyecek içecek işletmelerinde verimlilik unsurunun işletme için önemli unsurlardan biri olduğunu ve misafirin işletmeyi aldığı verime göre tercih ettiğini ifade etmişlerdir. Bu duruma ek olarak verimlilik sürecinden fayda sağlamak için her ürünün menüde belirtildiği şekilde işlenmesi gerektiğini vurgulamışlardır.

Araştırma bulgularına göre, mutfak yöneticilerinin otel yönetiminin kendilerine tanımlanmış olduğu maliyet oranının menü planlamada temel unsurların başında geldiği ve hedeflenen kar oranına en kısa sürede erişebilme adına menü planlama aşamasında maliyet hesaplamalarının titizlikle kontrol edilmesi gerektiği, gerektiğinde müşteri memnuniyetinin ikinci plana atılmasına rağmen işletmeye kâr ettirmenin odak noktada yer aldığı görülmektedir. Otel işletmelerinin içerisinde yer alan restoranlarda ise daha çok müşteri memnuniyetinin ön planda yer aldığı görülmektedir. Gerçekleştirilen görüşmelerde dikkat çeken noktalardan bir diğeri de, birçok otel işletmesinin bünyesinde bulundurduğu restoranlarda, işletmeyi ziyaret eden müşteri portföyünün sıkılmaması için düzenli olarak yeni ürünleri menülerine eklediklerinin belirtilmesidir. Mutfak yöneticileri bu durumun nedenini otel dışından restoranı düzenli olarak ziyaret eden misafirleri işaret etmişlerdir. Mutfak yöneticileri bunlara ek olarak toplumun yaşam biçimleri ve ihtiyaçlarından meydana gelen yeni bakış açlarına göre değişiklik yapma zorunluluğu hissettiklerini ifade etmişlerdir.

Yapılan görüşmelerde, oteller için yeni bir menü planlarken otelde tercih edilmeyen yemeklere bakıldığı, tedarikçilerin ürün havuzlarının kontrol edildiği, aynı konseptte yer alan otel işletmelerinin menülerinin incelendiği, sosyal medya, internet siteleri ve alandaki magazin dergileri araştırıldığı verileri dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda işletme yönetiminin mali talepleri, mutfak yöneticilerinin araştırmaları ve otel işletmesinin benimsediği konsept doğrultusunda menü planlama sürecinin yürütüldüğü ifade edilebilir. Mevcut menü kartlarının geliştirilme sürecinde ise; fiyat dalgalanmaları, yenilik arayışı, bütçe, marka konumlaması pazarlama ve mevsimsellik gibi unsurların dikkate alındığı görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Aktaş, A. ve Özdemir, B. (2007). Otel İşletmelerinde Mutfak Yönetimi. Detay Yayıncılık, 2. Baskı, Ankara.
- Altınel, H. (2017). Gastronomik ve Beslenme İlkelerinden Hareketle Menü Planlama ve Yönetimi. Detay Yayıncılık, Ankara, 2017
- Antun, J. M., ve Gustafson, C. M. (2005). Menu analysis: Design, merchandising, and pricing strategies used by successful restaurants and private clubs. *Journal of Nutrition in Recipe & Menu Development*, 3(3/4), 81–102. doi:10.1300/ J071v03n03_07.
- Antun, J. M., ve Gustafson, C. M. (2005). Menu analysis: Design, merchandising, and pricing strategies used by successful restaurants and private clubs. *Journal of Nutrition in Recipe & Menu Development*, 3(3/4), 81–102. doi:10.1300/ J071v03n03_07.
- Babbie E (2007) *The practice of social research*. Wadsworth, Belmont CA
- Bacon, L. ve Krpan, D. (2018). (Not) Eating For The Environment: The Impact Of Restaurant Menu Design On Vegetarian Food Choice. *Appetite*, 125 (2018) 190-200.
- Balcombe, K., Fraser, I., ve Di Falco, S. (2010). Traffic lights and food choice: A choice experiment examining the relationship between nutritional food labels and price. *Food policy*, 35(3), 211-220.
- Bayram, F., Erdem, Ö. ve Arman, A. (2021). *The Relationship Between Menu Designs and Customer Behaviors in Restaurant..* Dynamics of International Tourism: Contemporary Issues and Problems, (Eds. İrfan Yazıcıoğlu, Özgür Yayla, Alper Işın) Peter Lang Publishing, Inc., Berlin, ss.541-562.
- Bazeley, P. ve Jackson, K. (2013). *Qualitative data analysis with NVivo*. SAGE publications limited.
- Bekar, A. ve Kılıç, B. (2017). *Yiyecek içecek işletmelerinde menü planlama kavramlar ve uygulamalar*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Berg, B. L. (2007). *Qualitative research methods for the social sciences*. London: Pearson
- Bowen, J.T. ve Morris, A.J. (1995). Menu Design: Can Menus Sell?. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 7 No. 4, 1995, pp. 4-9.
- Bulduk, S. (2013). *Beslenme İlkeleri ve Menü Planlama*, Ankara, Detay Yayıncılık.
- Büyükoztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi
- Cankül, D. (2019). Restoranlardaki Menü Tasarım Unsurlarının Müşterilerin Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerindeki Etkisi. *Turizm Akademik Dergisi*, 01 (2019) 249-261.
- Chen, X., Ren, H., Liu, Y., Okumuş, B. ve Bilgihan, A. (2020). Attention To Chinese Menus With Metaphorical Or Metonymic Names: An Eye Movement Lab Experiment. *International Journal of Hospitality Management*, 84 (2020) 102305.
- Choi, J.G., Lee, B., Mok, J., (2010). An Experiment On Psychological Gaze Motion: Are-Examination Of İtem Selection Behavior Of Restaurant Customers. *J.Glob.Bus.Technol.* 6(1),68–79
- Creswell, J. W. (2014). *Araştırma deseni* (Çev: S. B. Demir.). Ankara: Eğiten Kitap.
- Demirkol, Ş. (2015). Yiyecek-İçecek İşletmeleri. B. Zengin ve Ş. Demirkol (Ed.), *Turizm İşletmeleri içinde* (161-225). İstanbul: Değişim Yayınları
- Dey, I. (2003). *Qualitative data analysis: A user friendly guide for social scientists*. Routledge.
- Dikko, M. (2016). Establishing construct validity and reliability: Pilot testing of a qualitative interview for research in takaful (islamic insurance). *Qualitative Report*, 21 (3).
- Doğdubay, M. ve Saatçı, G. (2016a). Menü kavramı, tarihi ve önemi. H. Yılmaz ve A. D. Arıkan (Ed.). *Menü Yönetimi içinde* (2-33). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi. ISBN: 978-975-06-2017-1

- Duca, T. (2006). Using menu design as a marketing tool. (Ed. Robert D. Reid And David C. Bojanic). Hospitality Marketing Management. Fourth Edition, Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey,
- Elbel, B., Kersh, R., Brescoll, V.L., ve Dixon, L.B. (2009). Calorie Labeling And Food Choices: A First Look At The Effects On Low-Income People In New York City. DOI 10.1377/hlthaff.28.6.w1110 ©2009 Project HOPE–The People-to-People Health Foundation, Inc.
- Ergen, F. D. (2022). Kırsal Turizm Bölgesindeki İşletme Sahiplerinin Bakış Açısıyla Turist Davranışlarının Değerlendirilmesi: Kuyucak Köyü Örneği. *Journal of Academic Tourism Studies*, 3(1): 59-71
- Fernandes, A. C., Oliveira, R. C., Proença, R. P., Curioni, C. C., Rodrigues, V. M., ve Fiates, G. M. (2016). Influence of menu labeling on food choices in real-life settings: a systematic review. *Nutrition reviews*, 74(8), 534-548.
- Fikri, M.K.R., ve Ramadhan, A.S. (2011). The Effect Of Menu Design On Customer Purchase Intention: A Case Study Of 'Waroeng Mas Kemal' Restaurant. *Journal of Business Strategy and Execution*, 3(2), 137 – 153.
- Filimonau, V. ve Krivcova, M. (2017). Restaurant Menu Design and More Responsible Consumer Food Choice: An Exploratory Study of Managerial Perceptions. *Journal of Cleaner Production*, 143, 516-527
- Glesne, C. (2013). Nitel araştırmaya giriş. (Çev: A. Ersoy ve P. Yalçınoğlu). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Gubrium, J. F. ve Holstein, J. A. (Eds.). (2002). Handbook of interview research: Context and method. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Guéguen, N., ve Jacob, C. (2012). The effect of menu labels associated with affect, tradition and patriotism on sales. *Food Quality and Preference*, 23(1), 86-88.
- Hwang, J., ve Lorenzon C. L. (2008). Effective nutrition labeling of restaurant menu and pricing of healthy menu. *Journal of Foodservice*, 19, 270–276.
- Josiam, B., ve Foster, C. (2008). Nutritional information on restaurant menus :Who cares and why restaurateurs should bother. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* Vol. 21 No. 7, pp. 876-891.
- Jung, J.W. (2014). A Study on the Influence of Menu Selection Attributes and Design of Western Restaurants on the Customer Value and Customer Satisfaction. *The Korean Journal of Culinary Research*, 69, Vol. 20, No. 6, pp. 69-79.
- Jung, L. E. ve Sook, L. Y. (2006) Menu Analysis Using Menu Engineering And Cost/Margin Analysis-French Restaurant Of The Tourism Hotel in Seoul. *Journal of the Korean Society of Food Culture* , 21 (3), 270-279.
- Kim, Y. (2011). The pilot study in qualitative inquiry: Identifying issues and learning lessons for culturally competent research. *Qualitative Social Work*, 10 (2), 190-206.
- Kincaid, C. S., ve Corsun, D. L. (2003). Are consultants blowing smoke? An empirical test of the impact of menu layout on item sales. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15, 226–231. doi:10.1108/ 09596110310475685
- Kivela, J. (2003). Results of a qualitative approach to menu planning using control and experimental groups. *Journal of Foodservice Business Research*, 6(4): 43-65.
- Koçak, N. (2012). Yiyecek içecek hizmetleri yönetimi. Ankara: Detay Yayıncılık
- Koşan, L. (2013). Menü analizinde geleneksel ve çağdaş yöntemlerin karşılaştırılması. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6 (1), 203-219.

- Kotschevar, L. H. ve Withrow, D. (2007). *Management By Menu* (Fourth Edition), John Wiley ve Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Kwan, S.H.L., Pan, L., Maynard, L.M., McGuire, L.C., ve Park, S. (2016). Factors associated with self-reported menu-labeling usage among US adults. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 116(7), 1127-1135.
- Kwong, L. Y. L. (2005). The application of menu engineering and design in Asian restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 24(1): 91-106.
- Leech, N. L. ve Onwuegbuzie, A. J. (2007). An array of qualitative data analysis tools: A call for data analysis triangulation. *School Psychology Quarterly*, 22 (4), 557–584. doi:10.1037/1045-3830.22.4.557
- Lo, A., King, B., ve Mackenzie, M. (2017). Restaurant customers' attitude toward sustainability and nutritional menu labels. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 26(8), 846-867.
- Magnini, V. P., ve Kim, S. (2016). The influence of restaurant menu font style, background color, and physical weight on consumers' perceptions. *International Journal of Hospitality Management*, 56, 42-48.
- McCall, M., Lynn, A., (2008). The Effects Of Restaurant Menu İtem Descriptions On Perceptions Of Quality, Price, And Purchase İntention. *J. Foodserv. Bus. Res.* 11, 439–445.
- Mills, J. E., ve Thomas, L. (2008). Assessing customer expectations of information provided on restaurant menus: A confirmatory factor analysis approach. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 32(1), 62-88.
- Morrison (1996). The Impact Of Menu Label Design On Visual Attention. *Food Choice And Recognition: An Eye Tracking Study. Journal Of Sensory Studies* 31, 328–340.
- Musiker, J. C., ve Kesa, H. (2014). The impact nutritional information has on customers' behaviours towards their food choices in restaurant. *Global Review of Research in Tourism, Hospitality and Leisure Management (GRRTHLM) An Online International Research Journal (ISSN: 2311-3189) 2014 Vol: 1 Issue 1.*
- Ören, V. E., & Tetik, N. (2012). Zaman etkenli faaliyet tabanlı maliyet yöntemi ile müşteri karlılık analizi: seyahat acentası örnek olayı. *MÖDAV Dergisi*, (2), 29-47.
- Özdemir, B. (2012). A Review On Menu Performance İnterest And Some Guiding Propositions. *Journal of Foodservice Business Research*, 15, 378–397. doi:10.1080/15378020.2012.734217
- Özdemir, B. ve Çalışkan, O. (2014). A Review Of Literature On Restaurant Menus: Specifying The Managerial İssues. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 2 (2014) 3–13.
- Özdemir, B. ve Nebioğlu, O. (2018). Use Of Menu Design Techniques: Evidences From Menu Cards Of Restaurants In Alanya. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 6 (2), 205-227
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research and evaluation methods: Integrating theory and practice*. California: SAGE Publications
- Pavesic, D. (2005). The psychology of menu design: Reinvent your “silent salesperson” to increase check averages and guest loyalty (Hospitality Faculty Publications, Paper 5). Retrieved from http://digitalarchive.gsu.edu/hospitality_facpub/5.
- Polit, D.F., Beck, C.T. ve Hungler, B.P. (2001), *Essentials of nursing research: methods, appraisal and utilization*. Philadelphia: Lippincott Williams & Wilkins
- Raab, C., Mayer, K., Kim, Y. S., ve Shoemaker, S. (2009). Price-Sensitivity Measurement: A Tool For Restaurant Menu Pricing. *Journal Of Tourism And Hospitality Research*, 33, 93–105.

- Raab, C., Mayer, K., Ramdeen, C., & Ng, S. (2005). The Application Of Activity-Based Costing In A Hong Kong Buffet Restaurant, *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 6(3), 11–26.
- Reale, F., ve Flint, S.W. (2016). The Impact Of Menu Label Design On Visual Attention. Food Choice And Recognition: An Eye Tracking Study. *Journal Of Sensory Studies* 31, 328–340.
- Reynolds, D. Ve Taylor, J. (2011) Validating a DEA-Based Menu Analysis Model -Using Structural Equation Modeling. *International Journal of Hospitality Management* , 30 (3), 584–587.
- Reynolds, D., Merritt, E.A., Pinckney, S., (2005). Understanding menu psychology: an empirical investigation of menu design and consumer response. *Int. J. Hosp. Tour. Adm.* 6, 1–9.
- Roberto, C. A., Larsen, P. D., Agnew, M. H., Baik, J., ve Brownell, K. D. (2010). Evaluating the impact of menu labeling on food choices and intake. *American Journal of Public Health*, 100, 312–318. doi:10.2105/AJPH.2009.160226.
- Sarışık, M. ve Işkın, M. (2018). Menü Planlama ve Analizi. (Ed. Kurtuluş KaraMustafa). Yiyecek ve İçecek yönetimi. Detay Yayıncılık, Ankara, 2018.
- Şahin, E. ve Yazıcıoğlu, İ. (2018). Menü Tasarımının Yemek seçim Kararına Etkisi Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6/4, 900-913.
- Taşpınar, O. (2011). Menü yönetimi kapsamında menü mühendisliğinin yiyecek-içecek işletmelerine etkilerinin incelenmesi: istanbul'daki on işletme üzerine bir örnek olay incelemesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale: Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Temizkan, R., Temizkan, S.P. ve Sever, Y. (2017). Development of Green Kitchen Quality (G-KITCHQUAL) Scale. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 5(4). 3-16.
- Van Teijlingen, E. R. ve Hundley, V. (2001). The importance of pilot studies. *Social Research Update*, 35.
- Vaughn, P., Raab, C. ve Nelson, K. B. (2010) The Application Of Activity-Based Costing to A Support Kitchen in A Las Vegas Casino. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* , 22 (7), 1033-1047.
- Wansink, B., Painter, J., ve Van Ittersum, K. (2001). Descriptive menu labels' effect on sales. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42(6), 68–72.
- Wansink, B., Van Ittersum, K., ve Painter, J. E., (2005). How descriptive food names bias sensory perceptions in restaurants. *Food Quality and Preference*, 16(5), 393-400
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zaffou, M., ve Campbell, B. (2015). The Effect of Restaurant Menu Labeling on Consumer's Choice: Evidence from a Choice Experiment Involving Eye-Tracking (No. 330-2016-13949).

ALTINCI BÖLÜM

Öğr. Gör. Özkan ERDEM¹

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE GIDA KAYBI VE İSRAFI, BOYUTLARI VE ÖNLEME ÇALIŞMALARI

1. GİRİŞ

Ülkemizde ve dünyada gıda israfının boyutlarının her geçen gün artması, üretilen toplam gıdanın üçte birinin tüketilmeden israf edilmesi (FAO, 2011; Gustavsson vd., 2011; Dölekoğlu ve Var, 2016), dünyada yaşanan iklimsel değişiklikler, kuraklık sonucu yaşanan gıda fiyatlarındaki olumsuz artışlar, israf konusuna daha da fazla önem verilmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır (Çağrı, 2016). Gıdalar tüketim sürecinde israf edildiği gibi, tedarik zincirinin içerisinde yer alan hazırlama, depolama, pişirme ve servis süreçlerinde de israfa uğramaktadır (Dölekoğlu ve Var, 2016; Songür ve Çakıroğlu, 2016).

Gıda kaybı ve israfı doğal kaynakların boşa kullanılmasına sebep olduğundan çevresel, sosyal ve ekonomik yönden sürdürülebilirliği olumsuz etkileyen problemler arasında yer almaktadır (Kummu vd., 2012; Lipinski vd., 2013; Papargyropoulou vd., 2014; Dölekoğlu vd., 2014a; Aschemann-Witzel vd., 2015; Songür ve Çakıroğlu, 2016 ; Papargyropoulou vd., 2016; Omidiani ve HashemiHezaveh, 2016). Gıda kaybı ve israfı aynı zamanda insan sağlığı ve gıda güvenliği üzerinde de olumsuz etkilere sahiptir (Wang vd., 2017). Benzer şekilde gıda kaybı ve israfı; enerji ve su tüketimine, sera gazı emisyonlarına, orman yıkımlarına, biyolojik çeşitliliğin azalmasına sebep olurken (Marthinsen vd., 2012) aynı zamanda da etik, inanç ve dini değerler açısından da kaygılar yaratmaktadır (Aschemann-Witzel vd., 2015). Bu nedenle özellikle son yıllarda hem akademik hem de toplumsal düzeyde konuya olan ilginin arttığı görülmektedir (Aschemann-Witzel vd., 2015; Gedikoğlu, 2017).

Gıda kaybı ve israfının çiftçi, üretici ve tüketici arasında yer alan tüm gıda tedarik zincirinde ekonomik sonuçları bulunduğu gibi (Papargyropoulou vd.,

¹ Öğr. Gör., Akdeniz Üniversitesi Göynük Mutfak Sanatları MYO, ORCID ID:0000-0003-0234-2218, ozkanerdem@akdeniz.edu.tr

2014; Omidiani, ve Hashemi-Hezaveh, 2016), bünyesinde gıda alımı ve üretimi yapan oteller ya da yiyecek içecek işletmeleri için de gereksiz maliyetler yaratmaktadır (Juvan vd., 2017, Kavasın vd., 2017). İşletmeler de bu maliyetleri düşürmek ve yaşanan gıda kayıp ve israfların oranını azaltmak için yeni stratejiler geliştirmektedirler (Arvanitoyannis vd., 2008). Bu stratejilerden en önemlisi, sunulan hizmet kalitesini artırarak personelin konuyla ilgili hizmet üretimine yönelik teorik ve pratik yeterlilik düzeyini artırıcı çalışmalar yapmaktır (Arıkan vd., 2018).

Bu çalışmada ilk olarak gıda kaybı ve gıda israfı kavramları açıklandıktan sonra yerel ve küresel ölçekteki gıda israfının boyutları incelenecektir. Ardından da gıda israfında çok önemli bir paya sahip olan konaklama ve yiyecek içecek işletmelerinde yaşanan gıda israfının boyutları, nedenleri, gıda israfının hangi aşamalarda ne kadar olduğu belirtilecektir. Son olarak da yerel ve küresel ölçekte konaklama ve yiyecek içecek gıda kaybı ve israfını önlemeye yönelik almış oldukları tedbirleri ele alınmaktadır.

2. Gıda Kaybı ve Gıda İsrafı Kavramları

Gıda arz zincirinin; üretim, hasat, işleme, dağıtım ve tüketim gibi birçok farklı aşamadan oluşması, gıda kayıp ve israflarının zincirin farklı aşamalarında gerçekleşmesinden dolayı gıda kaybı ve israfına yönelik farklı tanım çalışmaları yapılmıştır (FAO, 2015; Songür ve Çakıroğlu, 2016; Ergülen vd., 2017). Oral' a (2015) göre gıda kaybı ve israfı, gıda zincirinin hasattan tüketime kadar tüm aşamalarında, bireylerin tüketimi için amaçlanan gıdalarda meydana gelen azalmaların tümüne denir.

Gıda kaybı; insan tüketimi için üretilmiş gıdaların besin değeri, (Buzby ve Hyman, 2012; HLPE, 2014) tat, renk gibi niteliklerinde (Buzby ve Hyman, 2012) ya da miktarındaki azalma (Parfitt vd., 2010; Buzby ve Hyman, 2012; HLPE, 2014; FAO, 2015; Ergülen vd., 2017) olarak ifade edilmektedir. Gıda israfı ise iyi kalite de ve insan tüketimi için uygun olmasına rağmen (Lipinski vd., 2013), gıdaların tedarik zincirinin son halkası olan perakende satış ya da tüketim aşamasında , (Parfitt vd., 2010; Gustavsson vd., 2011) kötü stok ya da bozulma sonucu veya seçim sonucu (Ocicka ve Raźniewska, 2018) tüketilmeyip atılan gıdalar olarak ifade edilmektedir. Gıda kayıpları, gıda arz zincirinin üretimden hasat sonrası aşamalara kadar gerçekleşebilirken, gıda israfı gıdaların son tüketiciye hazırlanıp sunulması aşamalarında gerçekleşmektedir (Parfitt vd., 2010; Kummu vd., 2012; Wold ve Eikaas, 2016).

Gıda kayıpları, gıdanın üretimi ve işlenmesi sırasındaki verimsizlikler sonucu tüketiciye ulaşmadan önce besin değeri ve miktarında azalmalar olarak nitelendirilirken (HLPE, 2014), gıda atıkları ya da israfı ise ihmal veya yiyecek atma konusundaki bilinçli bir davranışın sonucunda meydana gelir (Lipinski vd., 2013; Ocicka ve Raźniewska, 2018). Oral (2015) gıda tedarik zincirinden ayrılan gıdaların yenmeyen kısımlarının gıda kaybı olarak değerlendirilemeyeceğini ifade ederken;

Quested vd., (2011) ile Papargyropoulou vd., (2014)' e göre (i) önlenemez, (ii) önlenemeyen ve (iii) muhtemel önlenemez gıda atıkları olarak sınıflandırmaktadır. İlgili literatür ve tablo 1'de yer alan tanımlar değerlendirildiğinde gıda kayıpları üretimden tüketiciye ulaşıncaya kadar geçen aşamalarda gıdalarda meydana gelen nitelik ve nicelik bakımından yaşanan kayıp ve fireler olarak değerlendirilirken, gıda israfı ise tüketim aşamasında ihmal ya da bilinçli davranış sonucu meydana gelen atıklar olarak ifade edilmektedir.

Tablo 1: Gıda kaybı ve israfına yönelik tanımlar ve öne çıkan kavramlar

Tanım	Miktar azalması	Tat ve lezzet değişikliği	Besin değerindeki değişim	Bozulma	Kötü stok yönetimi	Tüketici	Renk	Tedarik zinciri	Atık	Kalitede düşüş/azalma	Kayıp	Bilinçli davranış /seçim
Gıda kaybı; insan tüketimi için üretilmiş gıdaların gıda tedarik zinciri içerisinde miktar olarak azalmasıdır (Parfitt vd., 2010)	√							√				
Gıda kaybı; gıdaların besin değeri, tat, renk gibi niteliklerindeki ve ağırlıklarındaki azalma olarak tanımlanmaktadır (Buzby ve Hyman, 2012).	√	√	√				√					
Gıda kaybı; gıdaların üretimi ve işlenmesi sırasındaki verimsizlikler nedeniyle son tüketiciye ulaşmadan ortaya çıkan besin değeri kayıpları ya da atıklar (HLPE, 2014)			√						√			
Gıda kaybı; tedarik zincirinin farklı segmentleri boyunca tüketime sunulan gıdaların miktarında azalmanın yanı sıra kalitesindeki düşüş olarak ifade edilmektedir (FAO, 2015)	√							√		√		
Gıda kaybı; hasattan tüketiciye kadar olan kısımda zararlılar tarafından bozulan ya da ziyan olan yiyeceklerdir (Ergülen vd., 2017).				√					√			
Gıda israfı; gıdaların tedarik zincirinin son aşamasında perakende satış ya da tüketicide yaşanan kayıplar olarak değerlendirilmektedir (Gustavsson vd., 2011).						√					√	
Gıda israfı; iyi kalitede ve insan tüketimine uygun olduğu halde tüketilmeyip atılan gıdalardır(Lipinski vd., 2013).									√			√
Gıda israfı; insan tüketimi için uygun olan gıdaların seçim ya da kötü stok yönetimi ve bozulma sonucu tedarik zincirinden çıkarılmasıdır (Ocicka ve Raźniewska, 2018).				√	√							√

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

Lipinski vd., (2013) dünyada üretilen gıdaların % 32' sinin kayıp ya da ziyan edildiğini, bu kayıpların kalori bazında değerlendirildiğinde ise üretilen gıdaların yaklaşık % 24' üne tekabül ettiğini belirtmiştir. Benzer şekilde Pirani ve Arafat (2014) her yıl dünya çapında üretilen toplam gıdanın % 30-50' sinin (1,2 -2 milyar ton) insan tüketimine sunulmadan kaybolduğunu vurgulamaktadır. Türkiye ve dünyada yaşanan gıda kayıpları ve israflarının boyutları düşünüldüğünde ekonomik ve çevresel sorunların yanı sıra (Kummu vd., 2012; Lipinski vd., 2013; Papargyropoulou vd., 2014; Dölekoğlu vd., 2014a; Aschemann-Witzel vd., 2015; Songür ve Çakıroğlu, 2016; Papargyropoulou vd., 2016; Omidiani ve HashemiHezaveh, 2016) etik ve ahlaki (Aschemann-Witzel vd., 2015) sorunların da olabileceği belirtilmektedir.

2.1. Dünyada ve Türkiye' de Gıda Kaybı ve Gıda İsrafı

Dünyada her yıl üretilen toplam gıda miktarının 1,3 milyon tonu başka bir ifadeyle de üçte biri çöpe atılmaktadır (FAO, 2011; Gustavsson vd., 2011; Dölekoğlu vd., 2014a; Aksoy ve Solunoğlu, 2015; Songür ve Çakıroğlu, 2016; Dölekoğlu ve Var, 2016). Bu kayıp ve israf, dünya enerji tüketiminin % 10' undan fazla bir ekonomik değere sahiptir ve (Dölekoğlu vd., 2014a) maddi değeri toplam 1 trilyon ABD dolarına denk gelmektedir (Çağrı, 2016). Bu kayıp ve israfın % 56' sı özellikle gelişmiş ülkelerde gerçekleşirken % 44' ü ise gelişmekte olan ülkelerde yaşanmaktadır (Dölekoğlu ve Var, 2016). Kanada' da gıda tedarik zincirinde kayba uğrayan ya da israf edilen gıdaların ekonomik değeri 27 milyar ABD dolarıdır (Dölekoğlu vd., 2014a). Lipinski vd., (2013) çalışmalarında sadece tüketim aşamasında israf edilen gıdaların dört kişilik bir Amerikan ailesine maliyetininin 1600 ABD doları olduğu belirtirken yine aynı çalışmada İngiltere' de ise bir aileye yıllık maliyetininin 680 Euro olduğu ifade edilmektedir.

Tablo 2: Gıda Kaybı ve İsrafının Dünya Ölçeğinde Ekonomik Boyutları

Kaynak	Ekonomik değer
Jones, 2004	Amerikan ailelerinde gıda israfının yaklaşık % 14 olduğu ve yılda ailelere 589, 76 Amerikan doları maliyeti olduğu belirtilmektedir.
Thonissen, 2009	Hollanda' da tüketicilerin satın aldıkları gıdaların % 8-11' ini çöpe attıkları ve bu oranın kişi başı senelik maliyetininin 270-400 Euro olduğu vurgulanmaktadır.
Songür ve Çakıroğlu, 2016	İngiltere' de evlerde israf edilen gıdaların ekonomik değerininin 10 milyar sterlin, Amerika' da 48, 3 milyar dolar, Avustralya' da 5,3 milyar dolar olduğu ifade edilirken Çin' de ise bu eğerin yaklaşık 32 milyar dolar olduğu belirtilmektedir.
Bellemare vd., 2017	ABD' deki gıda atıklarının mevcut tahminleri 35 milyondan 103 milyona kadar olduğu belirtilmektedir.
Aksoy ve Solunoğlu, 2015	Avrupa' da 100 milyon ton gıdanın israf edildiği eğer önlem alınmazsa bu miktarın 2020 yılında 126 milyon tona yükseleceği vurgulanmaktadır

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

Türkiye' de ise gıda kaybı ve israf üzerine olan çalışmaların genellikle ekmek üzerine odaklandığı görülmektedir. Yapılan araştırmalara göre ülkemizde en çok

israf edilen gıdalardan bir tanesinin de ekmeğ olduğu ifade edilmektedir (Aydın ve Yıldız, 2011; Dölekoğlu vd., 2014b; Ertürk vd., 2015). Boran (2017) Türkiye’ de bir günde 101 milyon ekmeğin üretildiğini, bunun 95 milyonunun tüketildiğini fakat 6 milyon ekmeğin ise çöpe atıldığını ifade ederken bu kaybın yılda 2,1 milyar adet olduğunu vurgulamaktadır. Tepecik ve Gümüş (2017) 2005 yılında % 5 olan ekmeğ israf oranının 2012 yılında % 20 artış göstererek yüzde altıya yükseldiğini belirtmektedir. Bu kaybın ekonomik değerinin ise yılda 1,5 milyar TL olduğunu dile getirmektedir. Dölekoğlu vd., (2014b)’in ekmeğ tüketimine ilişkin çalışmasında, alınan ekmeğın % 38,2’sinin israf edildiği vurgulanırken, Aydın ve Yıldız (2011)’in tüketiciler ile yaptığı çalışmasında katılımcıların % 44’ ünün ekmeğ israfı yaptığı sonucu elde edilmiştir.

Dünya çapında yıllık ürün kayıpları ve israfı tahıl ürünlerinde % 30, meyve, sebze ve kök bitkilerde % 40-50, yağlı tohumlarda % 20 ve hayvansal ürünlerde % 35 olarak belirtilmektedir (Gedikoğlu, 2017). FAO (2015)’ te yaşanan kayıp ve israfların süt ve süt ürünlerinde % 20, et ve et ürünlerinde % 20, balık ve deniz ürünlerinde ise % 35 olduğu belirtilmektedir. Kader (2005) dünyada üretilen sebze ve meyvelerin üçte birinin tüketiciye ulaşmadan ziyan edildiği belirtilmektedir. Pekcan vd., (2006) çalışmasında ise sebze ve meyvelerin hane içi tüketimde de % 70 ile en çok israf edilen gıdalar olduğu vurgulanmaktadır. Thonissen, (2009) Hollanda’ da en çok israf edilen ürünlerin başında süt ürünlerinin geldiğini tespit etmiştir. İsviçre’ de gerçekleştirilen bir araştırmada ise taze ürünlerde 14-36 kg kişi başı gıda kaybının olduğu vurgulanmaktadır (Beretta vd., 2013).

Tablo 3: Dünya Çapında Ürün Çeşitlerine Göre Yıllık Kayıp Oranları

Kayıp ya da israfa uğrayan ürün cinsi	Kayıp yüzdesi
Hububat, tahıl ürünleri Sanayileşmiş ülkelerde, tüketiciler yılda 286 milyon ton tahıl ürünü atmaktadır.	%30
Mandıra Ürünleri ve Günlük Ürünler Sadece Avrupa’da, 29 milyon ton süt ve süt ürünü her yıl kaybedilmektedir.	%20
Balık ve Su Ürünleri	%35
Meyve ve Sebzeler	%45
Et ve et ürünleri Küresel olarak üretilen 263 milyon ton etin her yıl % 20’si kaybedilmiş veya israf edilmiştir.	%20
Yağlar ve Yağlı Tohumlar	%20
Yumru ve kök sebzeler Sadece Kuzey Amerika ve Okyanusya’da, 5 814 000 ton kök ve yumru kök yalnız tüketim aşamasında kayıp ve israf olmaktadır.	%45

Kaynak: FAO, 2015

Gıda kaybı ve israfının ekonomik etkilerinin yanı sıra zararlı çevresel ve sosyal etkilerinin de giderek artması konuyu akademik ve politik alanlarda daha fazla tartışılır hale getirmiştir (Gustavsson vd., 2011; Papargyropoulou vd., 2016;

Songür ve Çakıroğlu, 2016). Çevresel açıdan gıda kayıp ve atıkları gereksiz sera gazı emisyonlarını, boşa harcanan toprağı ve suyu temsil etmektedir (Songür ve Çakıroğlu, 2016). Kumu vd., (2012) boşa harcanan suyun yıllık 173 milyar metreküp olduğunu ve bu oranın tarım için kullanılan bütün suyun % 24' ü oluşturduğunu belirtmektedir. Yine Songür ve Çakıroğlu (2016) 'da israf edilen gıdaları yetiştirmek için kullanılan tarlaların miktarının yıllık 198 milyon hektar olduğunu vurgulamaktadır. Lurie ve Park (2014)' da gıda israfının toprak ve tatlı suyun boşa harcanmasının yanı sıra işçilik, enerji, tarımsal kimyasallar ve gıda üretmek için diğer girdilerin israf edilmesi anlamına geldiğini vurgulamaktadır. Oluşan gıda kaybının yaydığı sera gazının yaklaşık 3,3 milyon ton olduğu (Gedikoğlu, 2017), küresel olarak 2009 yılındaki gıda kayıp ve israfının yaklaşık 3,300-5,600 milyon metrik ton sera gazı emisyonuna (karbondioksit eşdeğeri) denk geldiği ifade edilmektedir (Songür ve Çakıroğlu, 2016).

Benzer şekilde yiyeceklerin yenmesi veya boşa harcanması, gıda zinciri boyunca tarım makinelerinin veya ulaşımın neden olduğu hava kirliliği ve tarımsal-kimsiyal akıştan kaynaklanan su kirliliği ve sera gazı ve metan gazı emisyonları yaratarak iklim değişikliğinin oluşmasına sebep olmak gibi olumsuz sonuçlar ortaya çıkarmaktadır (Buzby ve Hyman, 2012; Zepeda ve Balaine, 2017). Bunlara ek olarak orman alanlarının tarım üretimine açılması ve arazi bozulması da önemli çevresel faktörlerdendir (Mena vd., 2011).

2.2. Gıda Kaybı ve İsrafının Nedenleri

Gıda kayıpları ve israfı gıda tedarik zincirinin her aşamasında gerçekleşebilmektedir (Batista vd., 2015; Gedikoğlu, 2017). Dünya çapında gıda tedarik zincirleri boyunca yaşanan toplam kayıp ve atığın % 54' ü işlem öncesi süreçlerde % 46' sı ise işlem sonrası süreçlerde ortaya çıkmaktadır (Songür ve Çakıroğlu, 2016). Gelişmiş ülkeler ile gelişmekte olan ülkelerde yaşanan gıda kayıp ve israflar birbirinden farklı nedenlerden kaynaklanmaktadır (Çağrı, 2016). Gıda kaybı ve israfının şekli ve yönü, ülkelerin sosyal ve ekonomik özelliklerine göre farklılık gösterse de gelişmiş ülkelerde israf ön plana çıkarken gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerde ise çeşitli faktörlere bağlı olarak gıda kayıpları ön plana çıkmaktadır (Dölekoğlu vd., 2014a). Gelişmiş ülkelerde gıda kayıp ve israfları genellikle perakende ve tüketici aşamasında gerçekleşmekte (Parfitt vd., 2010; Hodges vd., 2010; FAO, 2011; Kumm vd., 2012; Songür ve Çakıroğlu, 2016; Gedikoğlu, 2017; Ergülen vd., 2017) ya da gıda politikaları ve mevzuatlarından kaynaklanmaktadır (HLPE, 2014; Gedikoğlu, 2017). Gelişmekte olan ülkelerde ise üretimden hasat sonrası (üretim, hasat, depolama, paketlenme, nakliye, pazarlama) gibi aşamalarda yaşanan altyapı, teknoloji, idari sorunlar ya da teknik aksaklıklardan kaynaklanmaktadır (Parfitt vd., 2010; Hodges vd., 2010; FAO, 2011; Kumm vd., 2012; HLPE, 2014; Songür ve Çakıroğlu, 2016; Çağrı, 2016; Gedikoğlu, 2017; Ergülen vd., 2017). Bunların yanı sıra besinler de kötü stok yönetimi ya da ihmal

nedeniyle de kayıplar yaşanmaktadır (Ocicka ve Razniewska, 2018). Aynı şekilde ihtiyacın üzerinde üretim yapılması sebebiyle ürünün uzun süre rafta beklemesine bağlı bozulma kaynaklı kayıp ya da israflar oluştuğu da ifade edilmektedir (Buzby ve Hyman, 2012). Gelişmiş ülkelerde tüketiciler ile yapılan sosyo-demografik araştırmaların sonuçlarına göre; gıda israfının daha çok genç bireyler (Buzby ve Guthrie, 2002), bayanlar (Gallo, 1980), yalnız yaşayan bireyler (Modin, 2011) ve yüksek gelirli kişilerden (BIS, 2010) kaynaklandığı tespit edilmiştir. Benzer şekilde gelişmiş ülkelerde teknolojinin gelişmesine bağlı olarak hasatlama, işleme, dağıtım ve depolama aşamalarında gıda kaybı daha az iken, tarımsal üretimin belirli standardın altında kalması nedeniyle toplanmamasına bağlı kayıplar yaşanmaktadır (Stuart, 2009; Ziegler ve Floros, 2011).

Mena vd., (2011) İngiltere’ de yapılan bir çalışmada endüstriyel atıkların 1/3’ inin perakende satıştan kaynaklandığı ve bunun yılda yaklaşık 18 – 22 milyon ton olduğunu ifade etmektedir. Kraner vd., (2012) ise Almanya’ da yapılan bir çalışmada elde edilen verilere göre, tarımsal üretim dahil edilmeden tedarik sürecinin ilk aşamasında gıda kaybının 8 – 15 milyon ton olduğu ve bunun % 61’nin hane halkı kaynaklandığı belirtmektedir. Gelişmekte olan ve geri kalmış ülkelerde ise kayıpların üçte ikisi tarımsal üretim, işleme ve depolama aşamalarında gerçekleşmektedir (Partiff vd., 2010), yine üretim, depolama ve taşımacılıkta yeterli altyapının olmaması, tüketicilerin küçük ölçekli olması ve mahsülün üreticiden tüketiciye ulaşana kadar bir çok aracının pay alması sebebiyle iyi kaliteli ürünler için istenilen fiyat alınamaması (Jayne vd., 2006), üretim fazlasının saklanabileceği yeterli depolama alanı olmaması, üretim fazlasından dolayı çiftçiye düşük fiyat verilmesi (FAO, 2008) gibi nedenler gıda kayıplarına yol açmaktadır.

Tablo 4: Üretimden tüketime gıda kaybı ve israfın gerçekleştiği aşamalar

	Üretim ve hasat	Ambalaj ve depolama	İşleme ve paketlenme	Dağıtım, nakliye ve pazar	Tüketim
İsraf ve kaybın tanımı	Çiftlikte üretim süreci ve sonrası	Üretim sonrası, Çiftlikte ambalajlama, depolama ve taşıma	Ürünlerin işleme süreci ve /veya Paketleme	Toptancı, Perakendeci vd. dağıtım ağı	Hane, restoran, kafeterya ya da işyeri gibi toplu tüketim yerleri
OLUŞUMU					
	Toplama ve harmanlamada yaralanan meyveler	Zararlıların ve böceklerin ürünü yemesi	Pastörizasyon ve işleme sürecinde bozulan süt, peynir ve diğer süt ürünleri	Bazı mahsullerin istenilen standartlara ve kaliteye uymaması sebebiyle ayıklanması.	Kaliteye bağlı olarak yenilebilir ürünlerin ayıklanması
	Kalite standardına uymadığı için ayıklanan tahıllar	Hastalık ve zararlılar Nedeniyle bozulan ürünler	İşlemeye uygun olmayan, ayıklanan meyve ve tahıllar, Bazı mahsullerin istenilen standartlara uymaması sebebiyle ayıklanması, üretilen gıdaların devletin kanun ve yönetmeliklerine uymaması.	Satılmadan önce son kullanım tarihi dolmuş ürünler,	Satılan ancak yenmeyen ürünler, Pişirilen fakat yenmeyen ürünler
	Düşük teknoloji ve ani fiyat düşüşleri nedeni ile tarlada kalan tahıllar	Taşıma sırasında ölen ya da kesime uygun olmayan hayvanlar	İşleme ya da kesimde oluşan fireler	Ürünün raf ömrünü doldurması, ambalaj ve paketlerde oluşan zararlar	Son kullanma tarihi, zamana bağlı kalite değişimi, gıda güvenliği kaygısı, porsiyon büyüklüğü, çeşit çokluğu, sosyo demografik özellikler, lezzet ve sunumla ilgili sorunlar, mevsim, servis tipi, talep görmeyen yiyeceklerin olması, ürün giriş çıkışlarında yaşanan izleme ve ölçüm eksiklikleri,
	Avlama sırasında zarar gören balıklar	Denizden çıktıktan sonra bozulan, hasar gören balık	Konserve ya da tütüleme sürecinde hasar gören bozulan balık	Pazarda bozulan ya da hasar gören ürünler	Parfitt vd., 2010; Buzby ve Hyman, 2012; Batista vd., 2015; Dölekoğlu ve Var, 2016; Zepeda ve Balaine, 2017; Hackfurth, 2014; Thyberg ve Tonjes, 2016; Dölekoğlu, 2017
Kaynak	Ziegler ve Floras, 2011; Gedikoğlu, 2017; Buzby ve Hyman, 2012; Dölekoğlu, 2017	Ziegler ve Floras, 2011; Lipinski vd., 2013; Gedikoğlu, 2017; Parfitt, 2010; Buzby ve Hyman, 2012; Dölekoğlu, 2017	Ziegler ve Floras, 2011; Lipinski vd., 2013; Gedikoğlu, 2017	Parfitt, 2010; Buzby ve Hyman, 2012; Lipinski vd., 2013; Gedikoğlu, 2017; Dölekoğlu, 2017	Parfitt vd., 2010; Buzby ve Hyman, 2012; Batista vd., 2015; Dölekoğlu ve Var, 2016; Zepeda ve Balaine, 2017; Hackfurth, 2014; Thyberg ve Tonjes, 2016; Dölekoğlu, 2017

2.3. Konaklama ve Yiyecek İçecek İşletmelerinde Yaşanan Gıda Kayıp ve İsrafı

Dünya üzerinde yaşanan toplam gıda kaybı ve israfının %35' inden toplu tüketim yerleri, restoranlar ve haneler sorumludur (Lipinski vd., 2013; Dölekoğlu ve Var, 2016). Yaşanan bu kayıp ve israflar tüketici kaynaklı olsa da hazırlama, depolama ve bozulma kaynaklı israflar da yaşanabilmektedir. Tüketiciden kaynaklanan israflar; sosyo- demografik faktörlerle birlikte porsiyon büyüklüğü, çeşit çokluğu, yemeğin lezzeti ve sunumu gibi faktörlere bağlı olarak değişebilmektedir (Dölekoğlu ve Var, 2016). Hackfurth (2014) ile Thyberg ve Tonjes (2016)' ın çalışmalarında müşterilerden kaynaklanan israfın en yaygın nedenlerini; tabaklarda kalan artıkları, bireylerin bu sorunun farkında olmamaları şeklinde ifade ederken işletme kaynaklı kayıp ve israfların sebeplerini ise yanlış porsiyonlama, depolama problemleri, talep görmeyen yiyeceklerin menülerde olması, ürün giriş ve çıkışlarında izleme ve ölçüm eksiklikleri şeklinde belirtmiştir. Gandhi vd., (2017) müşterilerin tabaklarına aldıkları yiyecek miktarının bireylerin açlık durumuna, porsiyon büyüklüğüne, müşterilerin duygularına ve yeme hızına göre değişiklik gösterdiğini ifade etmiştir. Yine aynı çalışmada yemeklerin porsiyon büyüklüğü, müşterilerin yemek yeme alışkanlıkları ve hizmet şekli yiyecek israfının başlıca nedenleri olarak sıralanmıştır.

Normal bir otel misafiri günde en az 1kg atık üretmektedir (Singh vd., 2014). Otelcilik sektöründe zayıf stok rotasyonu, stokun uygun olmayan şekilde depolanması, hazırlama, kötü hazırlık, yetersiz kısım kontrolleri gıda atıklarına sebep olan en önemli faktörler arasındadır (Mackenzie vd., 2011; Songür ve Çakıroğlu, 2016). Pirani ve Arafat (2014)' a göre yiyecek içecek işletmelerinde atık miktarının artmasına sebep olan sebeplerin başında yemeklerin kalitesi ve uygulanan servis şekli gelmektedir. Açık büfe servis yapılan işletmelerde alakarte hizmet veren işletmelere göre daha fazla atık üretilmektedir. Benzer şekilde Gümüş' de (2017) her şey dâhil sistemin avantajları olsa da müşterilerin tatil boyunca işletme içerisinde kalmaları nedeniyle aşırı tüketime ve israfa sebebiyet verdiğini ifade etmektedir.

Mackenzie vd., (2011) mutfak personelinin de atıkların oluşmasından sorumlu olabileceğini ifade etmektedir. Songür ve Çakıroğlu (2016) personelle ilgili olarak; personel sayısının yeterli olmaması, personelin gıda üretim ve servisi hakkında yeterli bilgi ve deneyime sahip olmaması, gıda kayıp ve atıkları konusunda bilinçli olmaması, kullanılan araç ve gereçlerin yetersiz olması, hijyen kurallarına dikkat edilmemesi gibi nedenlerle gıda kayıp ve israfının oluşabileceğini vurgulamaktadır. Yine aynı çalışmada yiyecek içecek işletmelerinde satın alma amacının belirsiz olması, tedarikçi ile yaşanan iletişim sorunları, ihtiyaç fazlası satın alma ve stoklayamama sonucu yaşanan bozulmalar, mevsime uygunluk kriterinin dikkate alınmaması, teslimat esnasında kalite kontrollerin yeterli düzeyde yapılmaması,

depoların stok seviyelerinin kontrol edilmemesi, ilk giren ilk çıkar kuralına uyulmaması gibi birçok farklı nedene bağlı olarak kayıp ve israflarının oranının arttığı vurgulanmaktadır.

Yiyecek içecek işletmelerinde yaşanan gıda israfı ile ilgili çalışmalarda, Pirani ve Arafat (2004) gıda atıklarının yaklaşık % 56' sının restoranlardaki çöplerden % 28' inin ise otellerden gelen çöplerden oluştuğunu belirtmiştir. Parfitt vd., (2013) İngiltere'de konaklama tesislerinde 920 bin ton gıda israf edildiğini ve bu israfın % 45' inin yiyecek hazırlama esnasında, % 34' ünün ise tüketicilerin tabaklarında kalan artıklardan oluştuğunu belirtmiştir. Farklı bir çalışmada Engstrom ve Carlsson-Kaynama (2004) İsveç' te gıda sektöründe verilen yemek miktarının % 11 ile % 13' ü tabaklarda atık olarak israf edildiği ifade edilmektedir. Yine Finlandiya' da catering restoranlarında üretilen ve sunulan yiyeceklerin % 19' unun atıldığı ifade edilmiş olup, bunların % 6' sının mutfak, % 5' inin servis atığı, % 7' sinin ise tabak artıklarının oluşturduğu vurgulanmaktadır (Silvennoinen vd., 2012). Aydoğdu ve Koçoğlu (2017) ' nun helal turizm konsepti uygulayan işletmelerde yapmış oldukları çalışmada dahi, yiyeceklerin tüketiminde israf derecesinde bir kullanım olduğu, özellikle yenilmeden tabaklarda kalarak dökülen yiyeceklerin oranının % 20 ila % 50 arasında olduğu ifade edilmiştir.

Gandhi vd., (2017)' nin Hindistan'ın Jaipur şehrinde çeşitli otel sınıflarında yiyecek atık miktarı ve niteliğini inceledikleri çalışmada; 4 v4e 5 yıldızlı otel işletmelerinde yiyecek israfının daha fazla olduğu belirtilmiştir. Aynı çalışmada şefler ile yapılan görüşmelerde tabakların büyük olması müşterilerin daha çok yemek almasına ve israf etmesine sebep olduğu ifade edilmektedir. Yine aynı çalışmada Jaipur'da atık toplama ve ayrıştırma için bir standart ya da kanun olmadığı ifade edilirken, otellerin kendilerinin bir takım uygulamalar yaptıkları belirtilmiştir. Bunlardan bazıları ise 3-5 yıldızlı otellerin mutfaklarının her bir pişirme kısmına organik ve inorganik atık için çöp tenekeleri konulduğu, atıkların gün sonunda cam, kâğıt, plastik, metal şeklinde ayrıştırıldığı ifade edilmiştir. Kasavan vd., (2017) çalışmalarında otel işletmelerinin yiyeceklerin satın alınmasından tüketilmesine kadar geçen süreç içerisinde sürdürülebilir gıda atık yönetimine ilişkin güncel uygulamaları incelemektedir. Elde edilen sonuçlara göre; işletmenin sürdürülebilir gıda atık yönetimine yönelik uygulamaların eksik olduğu belirlenmiştir.

Juvan vd., (2017)' nin çalışmasında gelen konukların çocuk sayısının fazla olması ve Rus, Alman, Avustralyalı turistlerin yiyecek atık miktarlarında farklılıklar olduğu ifade edilmiştir. Benzer şekilde Wang vd., (2017)' nin çalışmasında kültürün gıda israfında önemli bir etken olduğu ifade edilmektedir. Aynı çalışmada bireylerin gıdaları ihtiyacı karşılamak için değil de sosyal bir araç olarak kullandıklarında israf oranının arttığı ifade edilmiştir. Duursma vd., (2016) Hollanda' daki bir restoranda yapmış oldukları çalışmada; patates kızartması, havuç ve ekmekten oluşan üç ürün grubuna ilişkin gıda atıkları incelenmiş olup,

mutfak ve restorandaki atıklar ayrı ayrı toplanmış ve ayrı ayrı tartılmıştır. Hafta içi patates kızartmasının daha çok israf edildiği hafta sonu ise daha çok havucun israf edildiği belirtilmiştir. Bunun sebebi olarak hafta sonları restorana daha çok çocuklu ailelerin gelmesi olarak ifade edilmiştir.

Silvennoinen vd., (2015) çalışmasında Finlandiya' daki 51 yiyecek içecek işletmesinde bir hafta içerisinde her gün israf edilen yiyecekler tartılarak başlangıçta yenilebilir, başlangıçta yenilemez olarak sınıflandırılmış, yine aynı çalışmada gıda atıkları mutfak, servis ve müşteri atıkları olarak sınıflandırılmış olup, gıdaların yaklaşık % 20' sinin hazırlık aşamasında israf edildiği bunun yanı sıra aşırı üretim ve açık büfe servisin israf oranını olumsuz etkilediği ifade edilmiştir. Pirani ve Arafat (2016)' ın çalışmasında, Birleşik Arap Emirlikleri ve Abu Dabi'deki konaklama işletmelerinde gıda atık yönetimi incelenmiş olup, gıda atıklarının oluşmasında hizmet şekli, servis edilen yiyecek türü ve müşteri sayımının doğru tahmin edilmesi gibi faktörlerin etkili olduğu ifade edilmektedir. Papargyropoulou vd., (2016) çalışmasında ise Malezya' daki konaklama işletmeleri bünyesinde bulunan restoranlarda oluşan gıda atıklarının oluşumu ve bu israfı önlemek için gereken tedbirler araştırılmış olup, atıkların oluşumunda bireylerin gıda hazırlama ve tüketme şeklinin etkili olduğu belirtilmektedir. Yine aynı çalışmada yiyecek hazırlama, büfe artıkları ve müşteri tabaklarından günde ortalama 173 kg atık elde edildiği belirtilmiştir. Ayrıca restoranlarda en fazla israfın pazar günü ve alakart restoranların büfe servisine göre yiyecekleri hazırlamada müşteri başına daha fazla yiyecek israf ettiği tespit edilmiştir.

2.4. Konaklama ve Yiyecek İçecek İşletmelerinde İsrif Yönetimine Yönelik Uygulamalar

Gıda israfının özellikle gelişmiş ülkelerde tüketici kaynaklı ve önlenabilir olması, araştırmacıları tüketicilerin nerede ve nasıl israf ettiği ile ilgili keşifsel çalışmalar yapmaya ve önleyici tedbirler almaya teşvik etmiştir. Bu çalışmalara sonucunda son yıllarda yeşil otel, yeşil restoran, yeşil market gibi kimlikleri içine doğayı katan çevre dostu uygulamalar yapmaya başlamışlardır (Dölekoğlu ve Var, 2016). Konaklama işletmeleri ve yiyecek içecek işletmelerinin bunlar gibi uygulamaları desteklemesi ve uygulaması hem çevresel hem de ticari açıdan önemli bir stratejidir (Kallbekken ve Sælen, 2013). Yapılan çalışmalar Bates ve Phillips (1998) ve NMRC (2014) gıda atıklarının dönüşümünün sağlanmasının sosyal, çevresel ve ekonomik açıdan fayda sağlayacağını vurgulamaktadır. Parfitt vd., (2013)' nin İngiltere' de yapmış oldukları çalışmada turizm sektöründe 2015 yılına kadar toplam atık miktarının % 5' inin azaltılmasının iki yıl boyunca toplam 250 milyon Euro katkı sağlayacağını vurgulamıştır.

Gandhi vd., (2017)' nin çalışmasında otellerin yüksek kalite ve çeşitte yemek sunarak müşteri memnuniyeti sağlama kaygıları olduğu için sıfır israf oranını yakalamalarının zor olduğu vurgulanmış olup, gıda atıkları ve israfının önlenmesi

için birden çok paydaşın katılımının gerekli olduğu ifade edilmiştir. Wold ve Eikaas (2016) çalışmasında gıda israfı sorununun personel, müşteri ve toplum genelinde bilinmesi gerektiğini ifade etmiştir. Benzer şekilde Dölekoğlu vd., (2014a) , Aschemann vd., (2015) ve Dou vd., (2016) ‘nin çalışmalarında da gıda atıklarını azaltmak için hükümet, toplumsal paydaşlar ve perakendeciler ve müşteriler gibi gıda zincirinde yer alan tüm paydaşların ilişki içerisinde olması ve görevleri olduğu vurgulanmaktadır.

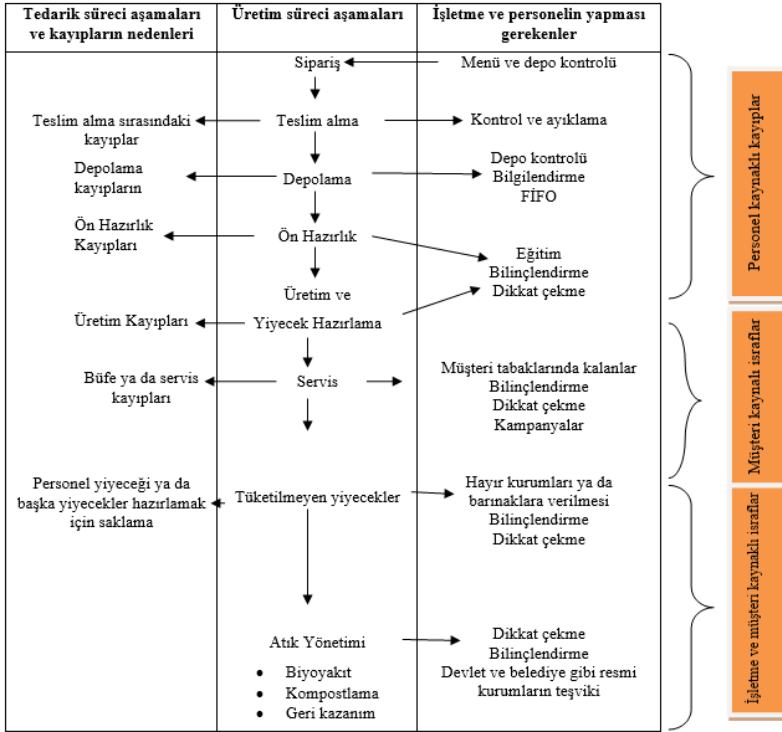
Gandhi vd, (2017) oteller yiyecek israfını önlemek için, kalan yemeklerin tekrar servis edilmesi ya da farklı yemeklerde kullanılması, şeflerin personeli tüm süreçlerde kontrol etmesi, personelin bu konuda bilgilendirilmesi, personel ve müşteriler için görülebilir alanlara afiş ve tabelalar asılması gibi stratejiler uygulanabileceğini ifade etmektedir. Benzer şekilde Dölekoğlu vd., (2014a)’ de kalan yemeklerin müşteriye paketlenmesi, açık büfede sınırlı ürün çeşidi ile taze yemek hazırlamak, müşterilerin görebilecekleri yerlere uyarı asmanın israfın azaltılmasına katkı sağlayacağını belirtmektedir.

Shrestha (2016)’ nın Danimarka’da bulunan restoranların gıda israfına yönelik uygulamalarını incelediği çalışmada; personel eğitimi, stok kontrolü, büfe sistemi, yiyecek hazırlama ve üretim kaybını kontrol etme gibi uygulamalarla gıda israfının önlenilebileceği vurgulanmaktadır. Benzer şekilde Marthinsen vd., (2012)’ nin çalışmasında işletmelerin gıda israfının önüne geçebilmesi için, stok kontrolü, menü planlama, üretim planlaması, doğru porsiyonlama, gıda atıklarını sınıflandırma, büfelerin takip edilmesi, standart reçetelerin uygulanması, maliyetlerin raporlanması gibi bir dizi önlem alınması gerektiğini belirtmektedir. Wang vd., (2017) tabaklardaki yemek atıklarının azaltılmasında müşterilerin önemli rol oynadığını belirtmektedir. Benzer şekilde Dölekoğlu vd., (2014a)’ de müşterilere israf edilen gıdaların miktarı hakkında bilgi verilmesinin farkındalığı arttıracığını ifade etmektedir. Dou vd., (2016)’ nın çalışmalarında ise gıda israfını azaltmak için müşterilere eğitim verilmesi gerektiği ifade edilmektedir. Wang vd., 2017; Betz vd., 2015; Dölekoğlu vd., 2014a ve Kallbekken ve Sælen (2013)’ in çalışmalarında yiyecek atık miktarının azaltılması için porsiyonların ya da servis tabaklarının küçültülmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Betz vd., (2015) personelin duyarlılığının artırılması yoluyla servis esnasında yiyecek israfının önlenilebileceği belirtilmektedir. Pirani ve Arafat (2016)’ ın çalışmasında alakart servis verilmesinin yiyecek atıklarının azaltılmasında sürdürülebilir bir önlem olduğu ifade edilmektedir. Singh (2014) gıda israfının kitle iletişim araçları ve diğer kanallar ile özellikle okul çocuklarında farkındalık yaratılarak büyük ölçüde azaltılabileceğini belirtmektedir. Dou vd., (2016) yeniliği teşvik etme ve sürdürülebilir gıda arz sistemine yatırım yapılması gerektiği ifade edilmektedir. Başka çalışmalarda ise Papargyropoulou, vd., (2014) ile Wold ve Eikaas, (2016) gıda kaybı ve israfını önlemek ve yönetmek için gıda atık hiyerarşisi

oluşturulmuştur. Gıda atığı hiyerarşisinin önleme, tekrar kullanım, geri dönüşüm, düzeltme, yok etme gibi aşamaları bulunduğu ifade edilmektedir.

Tablo 5: Konaklama ve Yiyecek İçecek İşletmelerin Tedarik ve Üretim Sürecinde Gıda Kaybı ve İsrafının Yaşandığı Aşamalar ve Sorumlu Birimler



Kaynak: Pirani ve Arafat, 2016' dan referans alınarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 5 incelendiğinde konaklama ve yiyecek içecek işlemlerinde gıda kayıp ve israfları temel olarak üç aşamada gerçekleşmektedir. Birinci aşama ürün siparişi ve teslim alma süreci dahil olmak üzere tedarik zincirinde yaşanan kayıplardır. Genellikle bu süreçte yaşanan kayıplar ürünlerin taşınması, nakliyesi gibi aşamalarda çeşitli hasar görme, çarpma, ezilme, çürüme vb ., sebeplerle oluşan kayıplardır. Bu kayıpların ön görülmesi ve önlenmesi mümkün olmamaktadır.

İkinci aşamada ise personel ve işletme kaynaklı kayıp ve israfların yaşandığı görülmektedir. Bu süreçte, ürünlerin teslim alınması sırasında gerekli kontrol ve ayıklama işlemlerinin yapılmaması sonucu ezik ya da çürük olan ürünlerin sağlam ürünlerin bozulmasına sebep olması, depolama esnasında gerekli kontrollerin yapılmaması ya da ilk giren ilk çıkar kuralına uyulmaması, depolama kurallarına uyulmaması, ön hazırlık ve üretim aşamalarında da gerekli dikkat ve özenin gösterilmemesi sonucu israflar yaşanmaktadır. İşletmede yeterli araç gereç olmaması, depoların uygun sıcaklıklarda çalışmaması, uygulanan servis yöntemi gibi nedenlerden dolayı kayıp ve israflar yaşanabilmektedir. Bu kısımda yaşanan israflar genellikle önceden ön görülebilir. Konaklama ve yiyecek içecek işletmeleri

bünyesinde yaşanan kayıp ve israfları azaltmak için öncelikle menü ve depolardaki stok kontrolünü yaparak ürün sipariş etmeleri gerekmektedir. Ürünlerin teslim alınması sırasında personelin gerekli hassasiyeti göstererek kontrol ve ayıklama işlemlerini yapması gerekir. Bu aşama depolama esnasında yaşanabilecek kayıp ve israfların azaltılmasına katkı sağlayacaktır. Depolama esnasında işletmenin ürün cinslerine göre aktif kullanılabilen farklı sıcaklık derecelerinde depolara sahip olması gerekir. Personelinde depoları sürekli kontrol etmesi, ilk giren ilk çıkar kuralına göre ürünleri kullanması, hijyen ve sanitasyon kurallarına göre depolama işlemlerini yapması gerekir. İşletmeninde personelinin bu konuda eğitmesi gerekmektedir. Yaşanan kayıp ve israfların en çok olduğu aşama ön hazırlık ve üretim aşamasıdır. Bu aşamada personelin gerekli dikkat ve özeni göstermesi gerekmektedir. Bunun için işletmelerin personeline eğitim vererek ya da bilinçlendirme faaliyetleri yaparak konuya dikkat çekmesi gerekmektedir. bu aşamada yaşanan kayıp ve israflar personelin eğitimi, bilinçlendirilmesi ve gerekli tedbirleri alması sonucu minimum seviyelere indirilebilir.

Üçüncü aşama ise servis ve tüketim esnasındaki müşteri kaynaklı kayıp ve israflardır. Bu kısımda yaşanan israflar da porsiyon büyüklüğü, servis şekli, lezzet, sunum, sosyo demografik özellikler olmak üzere birçok sebebe bağlı olarak değişmektedir. Bu aşamada yaşanan israflarında belirli oranda öngörülmesi mümkündür. Müşterilerin bilinçlendirilmesi, servis alanlarında konuya ilgi ve dikkat çekilmesi, porsiyonların küçültülmesi gibi tedbirler alınarak yaşanan kayıp ve israfların oranı minimum seviyelere indirilebilir. Tüketilmeyen yiyecekler tekrar değerlendirilebilir ya da hayır kurumlarına verilerek israf oranı düşürülebilir. Atık durumundaki yiyecekler ise geri kazanılması mümkün olanlar farklı şekillerde değerlendirilebilir, mümkün olmayanlar ise biyo yakıtla çevrilerek ya da kompostlanarak organik gübre vb., üretiminde kullanılarak mevcut kayıp ve israflar farklı yapılarda değerlendirilebilir.

3. SONUÇ

Günümüzde hızla gelişen ve küreselleşen dünyada tüketicilerin talep ve beklentilerini karşılamak güçleşirken, sürdürülebilir ve güvenilir gıdaya olan talep de giderek artmaktadır. Hızla artan nüfus, kaynakların bilinçsiz kullanılması, kayıp ve israfların olumsuz ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerinin giderek ciddi boyutlara ulaşması hem gıda kayıp ve israflarının azaltılması hem de açlıkla mücadele zorunluluğunu ortaya çıkarmaktadır. Günümüzde dünya çapında üretilen gıdanın yaklaşık olarak 1/3' i kayba uğraması ya da israf edilmesi, bu oranın ekonomik değerinin 1 trilyon ABD dolarına denk gelmesi, bu miktarın 1/4' inin bile dünya çapında açlık sınırında olan 870 milyon insanın doyurulması için yeterli olması küresel ölçekte sosyal, etik ve vicdani bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Her ne kadar küresel ölçekte yaşanan gıda kayıpları ve israfının ciddi sonuçları olsa da yaşanan gıda kayıp ve israfların doğal süreç içerisinde gerçekleştiği ve bir kısmının önlemez olması unutulmamalıdır.

Literatürde gıda kaybı ve israfı farklı şekilde ifade edilmektedir. Gıda kayıpları, gıda arz zincirindeki üretimden taşıma ve nakliye dâhil tüketim aşamasına gelinceye kadar yaşanan süreçlerde gerçekleşirken, gıda israfı ise hazırlama, pişirme, depolama ve tüketim aşamalarında gerçekleşmektedir. Gelişmiş ülkelerde tüketici odaklı gıda israflarının oranı yüksek iken, az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde ise gıda arz zincirinin farklı aşamalarında teknolojik ve altyapısal eksikliklerden dolayı yaşanan kayıpların oranı yüksektir. Türkiye de ve dünyada yaşana gıda kayıplarının ekonomik boyutlarının yanı sıra, su, toprak, enerjinin gereksiz yere harcanmasının yanı sıra aşırı miktarda metan gazı ve sera gazı salımı gibi çevresel etkileri ile birlikte etik ve sosyal boyutları da vardır.

Literatürden elde edilen bulgulara göre yaşanan gıda kaybı ve israfını üç temel faktöre bağlamak mümkündür. Birincisi ekosistem üzerinde olması öngörülemez ve önlenemez kayıp ve israflar, ikincisi işletme kaynaklı kayıp ve israflar, üçüncüsü ise insan kaynaklı kayıp ve israflardır. Ürünün belirli standardın altında kalması sebebi ile hasat edilmemesi, doğal sebeplerle ürünlerin zarar görmesi, böcek, haşere vb, gibi zararlılar yüzünden ürünlerin kayba uğraması ya da taşıma ve nakliye esnasında yaşanan kayıplar önlenemez kayıplardır. İşletme kaynaklı israf ve kayıplar ise kitle turizmi ve her şey dâhil sistem uygulanması, menü planlama, stok kontrolü, maliyet kontrolü gibi süreçlerde yaşanan aksaklıklar ile altyapı ve teknolojik eksiklikler, porsiyon miktarlarının fazla olması, çeşit çokluğu, servis şekli, israf yönetim süreçlerinin işletilmemesi ya da sürdürülebilir gıda atık yönetim stratejilerinin olmaması, araç gereç eksiklikleri yaşanan kayıp ve israfların en önemli nedenlerindedir. Kayıp ve israfa sebep olan üçüncü faktör olan insanları müşteri ve personel olarak ele almak mümkündür. Personel kaynaklı israflar; personel sayısının yeterli olmaması, personelin üretim ve servis ile ilgili yeterli bilgi ve deneyime sahip olmaması, personelin hijyenle ilgili kurallara dikkat etmemesi ya da hijyen kurallarını bilmemesi, özellikle de gıda kayıp ve atıkları konusunda bilinçli olmaması gibi nedenler israf oluşumunda personel kaynaklı nedenler olarak ele alınmaktadır. Müşterilerden kaynaklanan israflar ise sosyo-demografik faktörler, sosyo kültürel faktörler, gereğinden fazla satın alma, konu hakkında yeterli bilince sahip olmama gibi nedenler israf oluşumuna sebep olan temel etkenler olarak gösterilebilir. Küresel ölçekte yaşanan gıda kaybı ve israfının % 35' inin restoran, hane, yemekhane gibi toplu tüketim yerlerinde gerçekleşmesi ve tüketici kaynaklı olması dolayısıyla son yıllarda işletmeler hem çevresel, hem ekonomik hem de sosyal açıdan önemli olan bu konudaki çalışmalara ağırlık vererek yeşil otel, yeşil restoran vb., çevre dostu uygulamalar başlatmışlar ve israf yönetimiyle ilgili stratejiler belirlemeye başlamışlardır.

3.1. ÖNERİLER

- Müşterilerin görebileceği alanlara gıda israfı ile ilgili afiş, broşür vb., asılarak konuya dikkat çekilmelidir.

- Kitle iletişim araçları kullanılarak bireylere gıda israfı ile ilgili bilgilendirme yapılmalı ve insanlarda bilinç uyandırılmalıdır.
- Okullarda verilen eğitimler ile çocuk yaştaki bireylere konuyla ilgili bilinç kazandırılmalıdır.
- İşletmeler gıda israfı konusunda personelini bilinçlendirmek amacıyla hizmet içi eğitim faaliyetleri düzenlemelidirler.
- Personelin görebileceği yerlere konuyla ilgili afiş ve tabelalar yerleştirilmelidir.
- İşletmelerin gıda maddelerinin teslim alınmasından müşterinin tüketimine sunulmasına kadar, depolama, ön hazırlık ve hazırlık, servis, aşamalarında mutlaka gerekli kontrolleri eksiksiz bir şekilde yapması gerekir.
- İşletmelerin ürünleri teslim alma esnasında kontrol ederek ezik, çürük olanlarının ya da uygun kalite ve standartta olmayan ürünleri teslim almaması.
- İşletmelerin tedarikçiler ile birlikte uygun sevkiyat günlerinin oluşturması.
- İşletmelerin stok kontrolünü dikkatli bir şekilde yapması.
- Depolama kurallarına dikkat edilmesi, depoların sürekli kontrol edilmesi, depodan yiyecekleri çıkarırken ilk giren ilk çıkar kuralına uyulması gerekir.
- Menü planlama çalışmaları yapılması, standart reçeteler oluşturulması ve bunlara bağlı kalınması gerekir.
- Yemeklerin porsiyon miktarlarının azaltılabilir.
- Personelin hijyen ve sanitasyon kurallarına uyması ve bu konuda bilinçlendirilebilir.
- İşletmelerin uygulanabilir israf yönetim stratejisi oluşturarak mevcut atık ya da israfların, hayır kurumlarına ya da barınaklara verilmesi, biyoyakıt ya da kompostlanarak gübre gibi ürünlere dönüştürülerek yeniden kazandırılabilir.
- Kayıp ve israfların azaltılabilmesi işletmelerin, tüketicilerin ve kamu kurumlarının birlikte hareket etmesi gerekir.
- Devletin gıda israfını azaltan işletmeleri teşvik etmesi gerekir. İsrافی azaltan ya da önleyen işletmeleri ödüllendirmesi gerekir.
- Devletin konuyla ilgili Ar-ge çalışmaları yapması, teknolojik yatırım ve inovasyon faaliyetleri gerçekleştirmesi.
- 11. Kalkınma planında, kaynak ve enerji verimliliği ve israfı azaltıcı tedbirlerin yanı sıra gıda israfı ayrı bir başlıkta ele alınmalı, bireyler ve işletmeler teşvik edilmeli.

KAYNAKÇA

- Aksoy, M. ve Solunoğlu, A. (2015). Gıda İsrافی ve “Freegan Food Akımı” I. *Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators* (EITOC-2015).
- Arıkan, E., Sürücü, Ö.A. ve Arman, A. (2018). Yükseköğretim Kurumlarındaki Eğitim Mutfaklarında Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (2): 592-601.
- Aydoğdu, A. ve Koçoğlu, C. M. (2017). Helâl Konseptli Otellerde İsrاف: Bir Örnek Olay İncelemesi. *I. International Halal Tourism Congress / 07-09 April 2017 / Alanya / Turkey ss. 1105-1115*.
- Arvanitoyannis, I. S., Kassaveti, A. and Ladas, D. (2008). Food Waste Treatment Methodologies, *Waste Management for the Food Industries*, 345-410.
- Aschemann-Witzel, J., de Hooge, I., Amani, P., Bech-Larsen, T., and Oostindjer, M. (2015). Consumer-related food waste: causes and potential for action. *Sustainability*, 7(6), 6457-6477.
- Aydın, F., ve Yıldız, Ş. (2011). Sivas ilinde ekmek tüketim alışkanlıkları ve tüketici dinamiklerinin belirlenmesi. *Journal of the Faculty of Agriculture*, 42(2).
- Bates, M. P. and Phillips, P. S. (1998). Waste minimisation in the food and drink industry. *Nutrition & Food Science*, 98 (6), 330-334.
- Batista L., Saes S. and Fouto N., (2015). Sustainability of food supply chains – mapping food waste and by-product synergies, Paper presented to: *20th Logistics Research Network Annual Conference and PhD Workshop*, University.
- Bellemare, M. F.; Cakır, M.; Peterson, H.H.; Novak, L. and Rudı, J. (2017). On The Measurement Of Food Waste. *Amer. J. Agr. Econ.* 99(5): 1148–1158; doi: 10.1093/ajae/aa034 Published online June 19, 2017.
- Beretta, C., Stoessel, F., Baier, U. and Hellweg, S., (2013). Quantifying food losses and the potential for reduction in Switzerland. *Waste Management*. 33, 764–773. <http://dx.doi.org/10.1016/j.wasman.2012.11.007>.
- Betz, A., Buchli, J., Göbel, C., and Müller, C. (2015). Food waste in the Swiss food service industry–Magnitude and potential for reduction. *Waste Management*, 35, 218-226.
- BIS. (2010). Preparatory study on food waste Across EU 27. Available at: <http://ec.europa.eu/environment/eussd/pdf/bio|foodwaste|report.pdf>. Accessed by: 13.12.2016.
- Boran, M. (2017). Helâl Turizm Açısından İslam Fıkhdında Yeme İçme Ölçüleri. *I. International Halal Tourism Congress / 07-09 April 2017 / Alanya / Turkey ss. 752-762*.
- Buzby, J. C. and Guthrie, J. F. (2002). Plate waste in school nutrition programs: Final report to Congress. Economic Research Service, US Department of Agriculture, ERS E-FAN No. 02-009. 21 pp.
- Buzby, J. C. and Hyman, J. (2012). Total and per capita value of food loss in the United States. *Food Policy* 37: 561-570.
- Çağrı, H. (2016). İsrاف Sorunu: Türkiye’ De Ekmek İsrافی Sorunu ve Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri. Yüksek Lisans Tezi. Nevşehir: Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı.
- Dou, Z., Ferguson, J. D., Galligan, D. T., Kelly, A. M., Finn, S. M., and Giegengack, R. (2016). Assessing US food wastage and opportunities for reduction. *Global Food Security*, 8, 19-26.
- Dölekoğlu, C.O., Gün, S., ve Giray, F.H., (2014a). Yoksulluk ve Gıda İsrافی Sarmalı, *XI. Tarım Ekonomisi Kongresi Bildiri Kitabı 3-5 Eylül* (ss: 172-191), Samsun.
- Dölekoğlu, C. Ö.; Giray, F. H. ve Şahin, A. (2014b). Mutfaktan Çöpe Ekmek: Tüketim ve Değerlendirme. *Akademik Bakış Dergisi*. 44

- Dölekoğlu, C. Ö. ve Var, I. (2016). Tabakta Kalan Yemekler: Üniversite Yemekhanesinden Örnek. XII. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi.
- Dölekoğlu, C. Ö. (2017). Gıda Kayıpları, İsrâf ve Toplumsal Çabalar. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 23 (2).
- Duursma, G., Vrengoor, F., and Kobus, S. (2016). Food waste reduction at Restaurant De Pleats: Small steps for mankind. *Research in Hospitality Management*, 6(1), 95-100.
- Engstrom, R. and Carlsson-Kanyama, A., (2004). Food losses in food service institutions examples from Sweden. *Food Policy* 29, 203e213. <http://dx.doi.org/10.1016/j.foodpol.2004.03.004>.
- Ergülen, A., Kazan, H. ve Bolayır, B. (2017). Gıda ve Tarım Ürünleri Atıklarının Yem hammaddesine Geri Dönüşümü: Bir İşletmede Doğrusal Programlama ve Bulanık Doğrusal Programlama Uygulaması, *Eurasian Academy of Sciences Eurasian Econometrics, Statistics & Empirical Economics Journal*, 1, 13-35.
- Ertürk, A., Arslantaş, N., Sarıca, D., ve Demircan, V. (2015). Isparta İli Kentsel Alanda Ailelerin Ekmek Tüketimi ve İsrâfı. *Akademik Gıda* 13(4), 291-298.
- FAO. (2008). Information sheet – household metal silos: key allies in FAO's fight against hunger. [www.fao.org/ag/ags/publications/docs/misc/siloS_E_light .pdf](http://www.fao.org/ag/ags/publications/docs/misc/siloS_E_light.pdf). Erişim tarihi: 21.11.2021.
- FAO. (2011). Global food losses and food waste – extent, causes and prevention. Erişim [http:// www.fao.org/docrep/014/mb060e/mb060e.pdf](http://www.fao.org/docrep/014/mb060e/mb060e.pdf). Erişim tarihi: 12.11.2021.
- FAO, 2015. Global Initiative on Food Loss and Waste Reduction. FAO, Rome. <http://www.fao.org/3/ai4068e.pdf>. Erişim, 20.11.2021.
- Gallo, A. E. (1980). Consumer food waste in the United States, national food review. *Economic Research Service*, U. S. Department of Agriculture: Washington D. C. pp. 13-16.
- Gandhi, P., Kumar, S., Paritosh, K., Pareek, N., and Vivekanand, V. (2017). Hotel Generated Food Waste and Its Biogas Potential: A Case Study of Jaipur City, India. *Waste and Biomass Valorization*, 1-10.
- Gedikoğlu, A. (2017). Gıda Kayıpları ve İsrâfı, Etkileri ve Gıda Kayıp ve İsrâfını Azaltıcı Stratejiler. 1. Tarım ve Gıda Etiği Kongresi, ss: 199-206.
- Gustavsson, J., Cederberg, C., Sonesson, U., van Otterdijk, R., Meybeck, A. (2011). Global food losses and food waste: extent, causes and prevention. *Study conducted for the international congress SAVE FOOD Interpack 2011 FAO. Dusseldorf, Germany*.
- Gümüş, İ. (2017). Konaklama İşletmelerinde Her Şey Dahil Konseptine Alternatif Her Şey Helâl Uygulamasıyla Yeme İçme İsrâfının Önlenmesi. 1. *International Halal Tourism Congress / 07-09 April 2017 / Alanya / Turkey ss. 757-767*
- HLPE, (2014). Food losses and waste in the context of sustainable food systems. *A report by The High Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition, June*.
- Hodges, R. J., Buzby, J. C. and Bennett, B. (2011). Postharvest losses and waste in developed and less developed countries: opportunities to improve resource use. *The Journal of Agricultural Science* 149 (1): 37-45.
- Hackfurth, A. (2014). What's cooking guys? A study on responses to food waste and related energy & water consumption in the food service sector, *Master Thesis, Master of Science in Environmental Management and Policy, Lund, Sweden*.
- Jayne, T. S., Zulu, B. and Nijhoff, J. J. (2006). Stabilizing food markets in eastern and southern Africa. *Food Policy* 31: 328-341.
- Jones, T. (2004). The value of food loss in the American household, Bureau of Applied Research in Anthropology, *A Report to Tilia Corporation, San Francisco, CA, USA*.

- Juvan, E., Grün, B., and Dolnicar, S. (2017). Biting off more than they can chew: food waste at hotel breakfast buffets. *Journal of Travel Research*. 57(2), 232-242.
- Kader, A. A. (2005). Increasing food availability by reducing postharvest losses of fresh produce. *Acta Horticulture* 682: 2169-2175.
- Kallbekken, S., and Sælen, H. (2013). Nudging'hotel guests to reduce food waste as a win-win environmental measure. *Economics Letters*, 119(3), 325-327.
- Kasavan, S., Mohamed, A. F., and Halim, S. A. (2017). Sustainable food waste management in hotels: Case study langkawi UNESCO global geopark. *Planning Malaysia Journal*, 15(4).
- Kılınç Şahin, S. ve Bekar, A. (2018). Küresel Bir Sorun "Gıda Atıkları": Otel İşletmelerindeki Boyutları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*,6(4),1039-1061.DOI: 10.21325/jotags.2018.347.
- Kranert, M., Hafner, G., Barabosz, J., Schneider, F., Lebersorger, S., Scherhauser, S., Schuller and H., Leverenz, D. (2012). Ermittlung der weggeworfenen Lebensmittelmengen und Vorschläge zur Verminderung der Wegwerfrate bei Lebensmitteln in Deutschland. Institut für Siedlungswasserbau, Wasserguteund Abfallwirtschaft, Universität Stuttgart, Bandteil 2, 70569 Stuttgart.
- Kummu, M., de Moel, H., Porkka, M., Siebert, S., and Varis, O. (2012). Lost food, wasted resources: global food supply chain losses and their impacts on freshwater, cropland and fertilizer use. *Science of The Total Environment* 477-489.
- Lipinski, C., Hanson, C., Lomax, J., Kitinoja, L., Waite, R. and Searchinger, T., 2013. Reducing Food Loss and Waste, *Installment 2 of Creating a Sustainable Food Future. World Research Institute Working Paper*. WRI, Washington DC. 40.
- Lurie, J. and Park, A. (2014). It takes HOW much water to make greek yogurt? Mother Jones. Retrieved from <http://www.motherjones.com/environment/2014/03/california-water-suck>.
- Mackenzie, M., Cheung, C. and Law, R., (2011). The response of hotels to increasing food costs due to food shortages. *Asia Pac. J. Tourism Res.* 16, 395e416. <http://dx.doi.org/10.1080/10941665.2011.588869>.
- Marthinsen J., Sundt , P., Kaysen, O. and Kirkevaag, K. (2012). Prevention of food waste in restaurants, hotels, canteens and catering. Nordic Council of Ministers.
- Mena, C., Diaz, B. A. and Yurt, O. (2011). The causes of food waste in the supplier-retailer interface: Evidence from the UK and Spain. *Resources, Conservation and Recycling* 55 (6): 648-658.
- Modin, R. (2011). Livsmedelssvinn i hushåll och skolor – en kunskapsöversikt, National Food Administration, Sweden, Livsmedels Verket.
- NMRC (New Mexico Recycling Coalition) (2014). Managing Food Waste in NM Restaurants <http://www.recyclenewmexico.com/pdf/food-waste-management-restaurantsweb.pdf>
- Ocicka, B. and Raźniewska, M. (2018). Food Waste Reduction As A Challenge In Supply Chains Management. *Scientific Journal of Logistics*. 2018, 14 (4), 549-561 <http://dx.doi.org/10.17270/J.LOG.2018.303>.
- Omidiani, A. and HashemiHezaveh, S. (2016). Waste Management in Hotel Industry in India: A Review, *International Journal of Scientific and Research Publications*, 6(9), 670-680.
- Oral, Z. (2015). Dünya'da ve Türkiye'de Gıda İsrafi ve Önlenmesine Yönelik Uygulamalar. *Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, AB uzmanlık tezi*, Ankara, 2016.
- Papargyropoulou, E., Lozano, R., Steinberger, K., Wright, J., Ujang, N. and Bin, Z., (2014). The food waste hierarchy as a framework for the management of food surplus and food waste. *J. Clean. Prod.* 76, 106–115. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.04.020>.

- Papargyropoulou, E., Wright, N., Lozano, R., Steinberger, J., Padfield, R., and Ujang, Z. (2016). Conceptual framework for the study of food waste generation and prevention in the hospitality sector. *Waste management*, 49, 326-336.
- Parfitt, J., Barthel, M. and Macnaughton, S. (2010). Food waste within food supply chains: quantification and potential for change to 2050. *The Royal Society* 365: 3065-3081.
- Pekcan, G., Koksall, E., Kucukerdonmez, O. and Ozel, H. (2006). Household food wastage in Turkey. Rome, Italy: FAO.
- Pirani, S. I. and Arafat, H. A. (2016). Reduction of food waste generation in the hospitality industry. *Journal of Cleaner Production* 132, 129-145.
- Quested, T.E., Parry, D., Eastel, S. and Swannell, R., (2011). Food and drink waste from households in the UK. *Nutr. Bulletin*. 36, 460–467. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-3010.2011.01924.x>.
- Shrestha, P. (2016). Food Waste İn Danish Restaurants Management Practices And Future İnitatives To Reduce Food Waste, *Master's Thesis, Integrated Food Studies, Aalborg University, Copenhagen*.
- Singh, K. K. (2014). Food loss and waste: scenario of India. *Knowledge and Information for Sustainable Food Systems*, 127.
- Silvennoinen, K., Katajajuuri, J.M., Hartikainen, H., Jalkanen, L., Koivupuro, H.K. and Reinikainen, A., 2012. Food waste volume and composition in the finnish supply chain: special focus on food service sector. In: *Proceedings Venice 2012. Presented at the Fourth International Symposium on Energy from Biomass and Waste. Cini Foundation, CISA Publisher, Venice, Italy*.
- Songür, A. N. ve Çakıroğlu, F.P. (2016). Gıda Kayıpları ve Atık Yönetimi. *Türkiye Klinikleri J Nutr Diet-Special Topics*, 2(3).
- Stuart, T. (2009). *Waste, uncovering the global food scandal*. London, UK: Penguin.
- Tepecik, A. ve Gümüş, Ç. (2017). Ekmek İsrafını Önleme Konulu Sosyal Sorumluluk Kampanyasına İlişkin Akademisyen, Uzman ve Öğrenci Görüşleri. *Std 2017 Haziran - sayfa 161-181, e-ISSN 2149 – 6595*.
- Thonissen, R. (2009). Food waste: The Netherlands. Presentation to the EU Presidency Climate Smart Food Conferance. November 2009, Lund, Sweeden.
- Thyberg, K. L. and Tonjes, D. J. (2016). Drivers of food waste and their implications for sustainable policy development. *Resources, Conservation and Recycling*, 106, 110-123.
- Wang, L. E., Liu, G., Liu, X., Liu, Y., Gao, J., Zhou, B., and Cheng, S. (2017). The weight of unfinished plate: A survey based characterization of restaurant food waste in Chinese cities. *Waste Management*, 66, 3-12.
- Wold, K. A., ve Eikaas, J. N. (2016). How to become a Food Waste-Fighter?: An exploratory study into food waste-reducing business practices in the food service industry, *Master thesis in Strategy and Management*.
- Zepeda, L. ve Balaine, L. (2017). Consumers' perceptions of food waste: A pilot study of U.S. students. *Int J Consum Stud*. 2017;41:627–637.
- Ziegler, G. and Floros, J. D. (2011). A future perspective to mitigate food losses: The role of food science and technology. *IFT 2011 Annual Meeting & Expo: New Orleans, LA*.

YEDİNCİ BÖLÜM

Dr. Öğr. Üyesi Olca SEZEN DOĞANCILI¹

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE SUYUN SÜRDÜRÜLEBİLİR KULLANIMI

GİRİŞ

Dünyada ve ülkemizde yaşanan gelişmelerden dolayı doğal çevrede bozulmalar meydana gelmektedir. Bu bozulmaların en yoğun olarak hissedildiği alanlardan olan turizm sektöründe sürdürülebilir turizm unsurlarının yer alması büyük önem arz etmektedir (Süklüm, 2018: 375). Dünya nüfusunun hızla artmasının yanı sıra (Huang, Lu ve Du, 2020: 480) iklim değişikliğinin de etkisi ile su mevcudiyetinde azalmalar meydana gelmesi ve artan turist sayısının da etkisiyle su tüketimini artışı yaşanarak suyun etkili kullanımı (Torres-Bagur, Ribas ve Vila-Subirós, 2019: 1) ve sürdürülebilir çevre yönetimi konuları gündeme gelmiştir (Kent, Newnham ve Essex, 2002: 31).

Sürdürülebilir turizm için etkili bir faktör olan su (Zhang vd., 2017: 1083), turistik destinasyonlar için önem arz etmektedir (Deyà-Tortella, Garcia, Nilsson ve Tirado, 2019: 1; Styles, Schoenberger ve Galvez-Martos, 2015: 189; Dinarès ve Saurí, 2015: 623; Moyle vd., 2022: 1821). Turistlerin sağlığı ve mutluluğu için de gerekli olan su faktörü (Cole, 2014: 89), otel işletmelerinde sürdürülebilirlik faaliyetlerinde başarılı olabilmek için kullanılan önemli bir adımdır (Raub ve Martin-Rios, 2019: 2443).

Su tüketiminin en fazla olduğu tesislerin başında oteller gelmektedir (Şahin, 2016: 13). Turistlerin sürekli değişen ihtiyaçlarını karşılamak için otel olanaklarının artması ile su tüketimi de artış göstermektedir. Bu doğrultuda çevreye duyarlı (Dani, Tiwari ve Negi, 2021: 10439) yönetim unsurlarının kullanılması ve turistik cazibe unsurlarının sürdürülebilir kullanımının önemi karşımıza çıkmaktadır. Çevreye duyarlı uygulamaların işletmelere entegre edilmesiyle kaynak tasarrufunun sağlanmasının yanı sıra ekonomik kazanç ve kaynakların gelecek nesillere aktarımı konusunda birçok avantaj elde edilmektedir (Güneş, 2011: 50).

¹ Sinop Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Turizm Rehberliği Bölümü, ORCID: 0000-0002-7070-4076, o.dogancili@sinop.edu.tr.

Otel işletmelerinde su tüketimi tesisin tipine, standartlarına, büyüklüğüne, sunulan hizmet çeşitlerine, bölgenin iklimsel özellikleri ve su koruma uygulamalarının varlığı gibi birçok unsura bağlı olarak değişkenlik göstermektedir (Dinarès ve Saurí, 2015: 645). Yapılan araştırmalar yatak kapasitesi açısından otellerin büyüklüğünün daha fazla su tüketimi olduğunun göstergesi olarak gösterse de doluluk oranı, iklimsel özellikler, otellerin kategorileri (Rico vd., 2020: 771-772) ile otel işletmelerinin lüks olma durumları -otellerin lüks olma durumu düştükçe su kullanım oranlarının artması- (Gössling ve diğerleri, 2012: 14) gibi farklı unsurların olduğunu ileri süren çalışmalar da yer almaktadır.

Günlük yaşamlarında su tasarrufu yapan kişilerin turist davranışlarında da ahlaki normlar çerçevesinde suyu tasarruflu kullandıkları görülse de (Çelik ve Golcheshmeh, 2018: 283) turist başına doğrudan su kullanımının 80-2000 litre arasında olduğu görülmektedir. Sulanan bahçeler, yüzme havuzlar, SPA ve sağlıklı yaşam tesisleri, golf sahaları, soğutma üniteleri, misafir odaları, otel mutfakları (Gössling ve diğerleri, 2012: 14) ve çamaşırhane gibi su tüketiminin yapıldığı birçok alan yer almaktadır. Tüketilen toplam suyun % 45-50 kadarı otel odalarında tüketilmekte ve bunun yaklaşık %56'sı duş ve banyoda, %25'i tuvaletlerde, %9'u lavaboda, %10'u ise temizleme amaçlı olarak kullanılmaktadır (Çakır ve Çakır, 2010: 33).

ALAN YAZIN

Suyun Sürdürülebilir Kullanımı

Doğada yer alan kaynakların her geçen gün yok olmasını engellemek ve gelecek nesillere daha yaşanabilir bir dünya bırakmak için çevre konusunda tüketicilerin bilinçlenmesi ve işletmelerin de çevreci uygulamalarla bilinçli hareket etmeleri gerekmektedir (Mesci, 2014: 90). Bu işletmelerden birisi olan turizm işletmeleri de büyüyen bir endüstri olarak tatlı su kaynaklarında sürdürülebilirliği yakalayabilmek adına doğal kaynakları koruyarak kullanmaları gerekmektedir (La Vanchy, 2017: 37).

Suyun sürdürülebilir kullanımı ile sınırlı olan doğal kaynakları sınırsız olan insan ihtiyaçları karşısında koruyabilmek gerekmektedir. Özellikle turizm destinasyonları arasında en fazla su tüketiminin gerçekleştiği otel endüstrisinde uygulanacak tasarruf tedbirlerinin sadece bölgesel yada yerel değil küresel olarak bir katkı sağlayacağı aşıkardır.

Su kaynaklarının sürdürülebilir kullanımı için literatürde birçok kaynak farklı etiket, slogan ve sertifika programı gibi uygulamalara yer verdiği görülmektedir. Işık ve Barlak (2018: 15-16) çalışmasında "yeşil inovasyon" olarak isimlendirilen bu yaklaşım ile müşteri memnuniyetini koruyarak doğal kaynakların korunması ve bu kaynakların gelecek nesillere aktarılması ele alınmaktadır.

Sharma, Chen ve Liu (2020: 914)'un çalışmasında su tasarrufunun yanı sıra enerji tasarrufu, atık azaltma, finansal değerlendirme, yönetsel çevre tutumları,

paydaş ve hükümet perspektiflerini de ele alan “ekoinovasyon” yaklaşımı ile sürdürülebilirlik çalışmalarına yer verilmiştir.

Dani, Tiwari ve Negi (2021: 10439)’ un çalışmasında çevrenin korunması ve muhafaza edilmesini misafirperverlikle yoğunlaştırarak modern bir şekilde sunan “yeşil otel”, “eko otel” veya “ekotel” yaklaşımları ele alınmıştır.

Kıvılcım (2021: 1401)’ın çalışmasında “akıllı otel” olarak isimlendirilen uygulama ile otel işletmelerinde yenilenebilir kaynak kullanımı, kaynakların tasarrufu, atıkların ayrıştırılması ve geri dönüşüm gibi unsurlar günümüz teknolojisi ile entegre edilerek uygulandığından bahsedilmektedir.

Durna ve Babür (2011: 73)’ün çalışmasında su tasarrufunun da önem arz ettiği çevresel uygulamaları “yenilik yönetimi” adı altında ele alınmıştır. Teknoloji destekli uygulamalar kullanarak müşteri memnuniyetini sağlayıcı uygulamalar ile su tasarrufu yapılabileceği ifade edilmiştir.

Dönmez, Polat ve Demir Harputluoğlu (2017: 43)’nün çalışmasında “Yeşil Etiket”e sahip olan işletmelerin katı atık yönetimi, tekrar kullanımı sağlayan ürünlerin tercih edilmesi, kimyasal kullanımı minimum düzeyde, ürünlerin ömürlerini uzatma odaklı, geri dönüşüme önem veren, suyu koruma ve enerji tasarrufu yönetimini kapsayan bir politika izlediğinden bahsedilmiştir.

Süklüm (2018: 377)’ün çalışmasında su kullanımının yanı sıra enerji kullanımı, atık yönetimi, ekolojik faaliyetler ve çevre koruma kategorilerinde yer alan uygulamalara göre birden beşe kadar yıldız sayısı olarak çevreye karşı duyarlılıklarını gösterdikleri “Yeşil Yıldız” sertifika programı yer almaktadır. Bu sertifika programı ile aynı misafirlerde nevresim ve havlu yıkamalarında misafir isteği ile değişimin yapılması, duş başlıklarının su tasarruflu olması, farklı miktarda su rezervuarlarının olması, fotoselli ve ayarlı armatürlerin kullanımı, su tasarrufu sağlayan çamaşır ve bulaşık makinası kullanımı ve bilgisayar destekli özel sulama sistemlerinin yer almaktadır (Turan Bıyık, 2018: 57-59). Söz konusu uygulamaların belirli periyotlarla kontrol edilerek uygulamalarda süreklilik sağlanan Yeşil Yıldız sertifikasının otel işletmelerine sağlayacağı bazı avantajlar şu şekildedir (Ünlüönen vd. 2011: 449);

- Maliyetlerin orta vadeli süreçte azalarak su ve enerji tasarrufu oluşması,
- Personel verimliliği sağlanması,
- Çevreye verilen zararın azaltılması,
- Geri dönüşümlü ürünlerin kullanımının teşvik edilmesi,
- Otel işletmesi ile çevresi arasındaki uyumun artması,
- Yatırım aşamasında çevreye duyarlı planlama yapılması ile teşvikler elde etme,
- Rekabet avantajı sağlayarak pazarlamada avantajlar sağlama,

- İşletme çalışanları ve misafirlerde çevreye duyarlılık bilincinin oluşturulması vb.

Türkiye Otelciler İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği (TUROB) tarafından 2009 yılında sürdürülebilir turizm teması ve Sürdürülebilirlik Akademisi iş birliğiyle yürütülen “Yeşillenen Oteller” sertifika projesi ile yeşil çevre ve yeşil otellerin sayısının artırılarak turizmde sürdürülebilirliğin sağlanması amaçlanmıştır (Yeşillenen Oteller Web Sitesi).

Vatan ve Poyraz (2016: 21)’in çalışmasında otellerin tüm bina olarak çevresel performansının ele alındığı LEED, BREEAM, DGNB, Green Globe, Green Key, Eu Eco Label gibi sürdürülebilir turizm sertifikaları ele alınmaktadır. Bunların yanı sıra TÜROFED tarafından yürütülen “Beyaz Yıldız” sertifikası ile çevrenin sürdürülebilirliği sağlanmaktadır.

Korkmaz ve Atay (2017: 116)’ın çalışmasında Green Seal, Green Leaf, Ecotel, Blue Flag, EMAS ve ISO 14001 sertifikalarının otel işletmelerinde de kullanılabileceğinden bahsedilmektedir. Memiş (2019: 656)’ın çalışmasında ISO 14001 sertifikasının temini için işletmeleri harekete geçiren unsurları araştırdığı çalışmada sadece maddi unsurların değil manevi unsurların da önemli bir unsur olarak görüldüğü sonucuna ulaşmıştır. İşletmelerin imajı üzerine etkileri ve bu imajın tüketici davranışına olan olumlu yansımaları gibi unsurların da sertifikaya sahip olmanın getirdiği avantajlardan birkaçı olduğu ifade edilmiştir.

Özkoç vd. (2019: 2296)’ın çalışmasında ise otel işletmelerinin mutfak departmanları için aşağıda yer alan sertifika programlarını önermiştir;

- Green Restaurant Certification 4.0 Standards
- ISO 14000 ‘Çevresel Yönetim Sistemi’
- ISO 50001 ‘Enerji Yönetimi Sistemi’
- LEAF Criteria Version 2.0
- Yeşil Nesil Restoran
- Sorumlu Restoran Sertifikası.

Çevre koruma sertifikasına sahip olmak, bir otel işletmesinin belirli kalite standartlarını koruduğunun ve su tasarrufu sağladığını taahhüt etmektedir (Torres-Bagur, Ribas ve Vila-Subirós, 2019: 13). Sadece işletme ekonomisine avantaj sağlamak için değil aynı zamanda toplumsal fayda sağlamak için (Mesci, 2014: 90) su kaynaklarının otel işletmeleri tarafından sürdürülebilir kullanımının sağlanması gerekmektedir (Tirado vd., 2019: 1). Söz konusu sertifikaların yanı sıra Uluslararası Turizm Ortaklığı’na önerisine göre suyun sürdürülebilir kullanımı için otellerde uygulanması gerekenler şu şekildedir (Vatan ve Poyraz, 2016: 27);

- Suyun işletmede en çok kullanıldığı alanları tespit ederek tüketimin azaltılması yönünde çalışmalar yapmak,

- Su tasarrufu sağlayacak küçük değişiklikler yapmak,
- Su boruları ve muslukların düzenli olarak kontrolünün sağlanarak sızıntıları kısa sürede tespit edip tamir etmek,
- Otellerde mutfaktan odalara, banyolara ve diğer alanlara su filtreleri ve su tasarrufu sağlayacak cihazlar takmak.

YÖNTEM

Çalışma kapsamında küresel olarak ülkelerin sorunu olan tatlı su kaynaklarının sürdürülebilir kullanımı için uygulanan çevreci yöntemler ele alınmıştır. Sınırsız olan insan ihtiyaçlarının karşılanmasında alternatifler oluşturabilmek ve sınırlı olan doğal kaynakların yok olmadan korunabilmesini sağlamak çalışmanın önemini yansıtmaktadır. Ancak bu korumayı sağlamak sadece tüketiciler tarafından değil aynı zamanda işletmeler, yerel yönetimler ve hükümetler tarafından da desteklenmesi gereken bir süreçtir.

Konaklama işletmelerinde suyun sürdürülebilirliği hakkında uluslararası literatürde özellikle Akdeniz ülkeleri genelinde küçük destinasyonları kapsayan akademik çalışmalar yer almakta; ancak ulusal literatürde geniş kapsamlı akademik çalışmalar yetersiz kalmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın amacı suyun konaklama işletmelerinde sürdürülebilir kullanımı için uygulanabilecek faaliyetlerin tespit edilmesini sağlamaktır. Böylece otel endüstrisinde tüketilen su miktarı azalacak ve suyun daha uzun süreli kullanımı ile gelecek nesillere doğal kaynak aktarımı sağlanacaktır. Çalışma amaçlarına ulaşabilmek için şu sorulara cevap aranmıştır;

1. Suyun sürdürülebilir kullanımında tüketicilerin uygulaması gereken davranışlar nelerdir?
2. Suyun sürdürülebilir kullanımında otel işletmelerinin uygulaması gereken davranışlar nelerdir?
3. Suyun sürdürülebilir kullanımında yerel yönetimlerin/ hükümetlerin uygulaması gereken davranışlar nelerdir?

Suyun sürdürülebilir kullanımı için kişi ve kurumlar tarafından uygulanması gereken davranışların tespiti için ulusal ve uluslararası literatür taranmıştır. Google Scholar, Yöktez, Dergipark, Akademia gibi ara yüzler kullanarak ilgili konularda yapılan makale, kitap, bildiri ve tezlere ulaşılarak araştırma amaçlarına ulaşmayı sağlayacak bilgiler çalışmaya dâhil edilmiştir.

Çalışma kapsamında söz konusu kaynakların kullanılarak alan yazını incelemesinin kullanılmasının amacı, suyun otel işletmelerinde tasarruflu kullanımı hakkında yayınlanan yerel ve yabancı kaynaklardaki stratejileri belirleyerek bu bilgiler ışığında çıkarım sağlayabilmektir. Elde edilen çalışmaların belirli incelemeler ve araştırmalar sonucu çeşitli öneriler sunularak yayınlanması göz önüne alındığında farklı ülkelerde ve destinasyonlarda deneyimlenen su tasarruf faaliyetlerinin sonuçları incelenerek başarılı görülen uygulamaların tespit

edilmesi sağlanması ve bu uygulamaların ülkemizdeki konaklama işletmelerinde uygulanabilmesi için çeşitli kişi, kurum ve kuruluşlara önerilerde bulunulması çalışmanın temel yapı taşlarını oluşturmaktadır.

BULGULAR

Kasim vd. (2014: 1090)'nin çalışmasında otellerde su yönetimi çalışmaları için yenilikçi azaltma, yenilikçi yeniden kullanım, yenilikçi erişim ve yenilikçi geri dönüşüm ilkelerinin uygulanması gerektiğinden bahsedilmektedir.

Tavşan, Taş ve Küçük Yanılmaz (2018: 299)'un çalışmasında su tasarrufunun yanı sıra enerji tasarrufu, iç ortamdaki hava kalitesinin artması, aydınlatma, malzeme ve ekoloji kriterlerinin sağlanması için yapı, cephe, çatı, iç mekân ve mobilya tasarımının sürdürülebilir tasarım ilkeleri ile ilişkili olduğunu ileri sürmüştür.

Dani, Tiwari ve Negi (2021: 10440)'nin çalışmasında su tasarrufu sağlamak için yağmur suyu toplamak ve bu suyun dönüştürülerek kullanılması önerilmiştir. Mekanik aletlerden destek alınarak toplanan yağmur sularının içme suyu olacak düzeyde nitelikli hale gelmesi ile tonlarca litre su elde edilebilecektir. Mythili vd. (2021: 4-5) ise bu mekanik aletleri yol kenarına yerleştirilen ve sensörleri ile yağmur başladığında açılıp toplanan yağmur sularını mikrodenetleyici aracılığı ile depolama tankına gönderecek şekilde olması gerektiğinden bahsetmiştir. Elde edilen depolama suların arazi drenajında ve belediyelerin sulama ihtiyacının giderilmesinin yanı sıra sifonlu tuvaletlerde kullanılabilmesi belirtilmiştir. Ancak iklim değişikliği nedeniyle küresel yağış modeli üzerinde yaşanan düşüşlerden dolayı proaktif su yönetimi politikalarının uygulanması önerilmektedir (Gössling vd, 2012: 1). Bu yöntem ile su tasarrufu sağlamanın yanı sıra son yıllarda gerçekleşen düzensiz yağışlar nedeniyle oluşan sel ve taşkın olaylarının da önüne geçilebileceği de ifade edilebilir (Şahin, 2010: 19).

Perez vd. (2019: 1778)'nin çalışmasında içme suyu elde etmek için Deniz Suyu Ters Ozmoz Sistemleri (SWRO) kullanılarak deniz suyunun tuzdan arındırılmasını ele almışlardır. Böylece içme suyuna erişim kolaylaşacak ve içme suyuna olan ihtiyaç da karşılanmış olacaktır.

Rysulova vd. (2015: 41)'nin çalışmasında gri su sistemi adı verilen ve yüksek oranda su kirliliği olması beklenmeyen lavabolar, banyolar ve duşlardan elde edilen suyun (foseptik atık dışında) tekrar kullanımından bahsedilmektedir. Elde edilen suların temizleme işlemi sonrasında tekrar kullanımı için gerekli su kalitesine erişimi sağlayan altyapı ile gri su sistemi otellerde kullanılabilir seçenekler arasındadır.

Sipahi ve Tavşan (2019: 28) gri su kullanımı ile %50'ye varan su tasarrufu yapılabildiğini ifade etmektedir. Elde edilen gri sular doğrudan veya arıtma işlemi sonrasında bahçe sulamasında kullanılacak düzeyde olmaktadır. Ancak suyun içeriisindeki kimyasalların bitkilere zarar verebilme ihtimalinden dolayı arıtma

sonrası kullanımı önerilmektedir (Tavşan, Taş ve Küçük Yanılmaz, 2018: 297).

Mensah (2004: 4)'a göre atık suların bahçe sulamasında kullanımı ile yıllık 400 galon su tasarrufu ve 4000\$ tasarrufu, çamaşır makinalarının tahliye sularının tuvalet sifonunda kullanımı ile günlük 15.900 lt su tasarrufu ve 5000\$ maliyet tasarrufu elde edilmektedir. Memiş (2019: 657)'e göre ise gri su kullanımı ve yağmur suyu toplama yöntemleri ile su tüketiminde yıllık 1,045 metreküplük (gece başına %27 daha az hacim) tasarruf sağlamaktadır.

Atay ve Dilek (2013: 215)'in çalışmasında Ibis Otel'in yürütmüş olduğu su tasarruf politikası ile 38.100.100 lt su tasarrufu (yaklaşık 12 olimpik yüzme havuzu) sağladığından bahsedilmektedir. Söz konusu tasarruf için otelde yürütülen tasarruf unsurları şunlardır;

*Odalarda;

- Su akış düzenleyici cihazları kullanımı,
- Su kaçağı dedektörleri kullanımı,
- Termostatik ısı kontrolü yapılması,
- Motor hızı kontrolü sağlanması.

*Restoran, mutfak ve diğer alanlarda;

- Deterjan miktarının minimuma indirilmesi,
- Çamaşırhanedeki su ısının düzenlenmesi,
- Su kaçaklarının tespiti,
- Bulaşıkhanedeki aksaklıkların giderilmesi.

Torres-Bagur, Ribas ve Vila-Subirós (2019: 12)'un çalışmasında otel odalarında yer alan küvetlerin duşa dönüştürülmesi, işletmede çalışan personellere su tasarrufu hakkında eğitimler verilmesi ve çift sifonlu tuvalet sisteminin kullanımı gibi önerilerin su tasarrufu sağlamada önemli unsurlar olduğunda bahsedilmiştir.

Gabarda-Mallorquí, Fraguell ve Ribas (2018: 12)'in çalışmasında otellerin çevresel hedefleri hakkında turistlere bilgilendirme yapılarak onlarda çevre bilincinin artırılmasını sağlamak ve su tasarrufu için uygun ortam oluşturmak gerektiği ifade edilmiştir.

Gabarda-Mallorquí ve Palom (2016: 925)'in çalışmasında otellerde su tasarrufu sağlayan cihazların kullanımı, kişileri su tasarrufuna özendirici fiyatlandırma sistemi, atık suyun kullanımı gibi alternatif su kaynaklarının kullanımı, su tüketimini kademeli olarak azaltmak gibi unsurlar ile su tasarrufu elde edilebileceğini ileri sürmüştür.

Hof, Morán-Tejeda, Lorenzo-Lacruz ve Blázquez-Salom (2018: 1)'un çalışmasında otellerde yer alan yüzme havuzlarının kullanımında yaşanan artış ve havuz suyunun buharlaşmasından dolayı su tüketiminin arttığını ifade ederken, Dinarès ve Saurí (2015: 623) ise kuraklık ile mücadelede teknoloji desteğiyle tüketici davranışlarında değişikliğe gidilerek suyun korunmasını önermektedir.

Şahin (2010: 19)'in çalışmasında su tüketiminin azalmasına yönelik çalışmaların yapılması ve deniz suyunun işlenerek tatlı su elde edilmesi gibi yöntemlerle suyun sürdürülebilir kullanımının mümkün olabileceğini savunmuştur. Su tüketimini azaltan armatür ve çift akışlı rezervuarların yanı sıra susuz pisuar kullanımı ile temiz suyun kullanımında tasarruf sağlanacağını ileri sürmüştür.

Yang ve Zehnder (2008: 45)'in çalışmasında tarımsal gıdaların üretiminde kullanılan suyu “sanal su” olarak ifade edilmiş ve üretiminde bol suya ihtiyaç olan gıdaların üretilmektense ticaretinin yapılarak başka ülkelerde üretilen gıdaların temin edilmesini önermiştir. Böylece su kıtlığı yaşanan bölgelerde yerel su bütçesinde dengelemeler yaşanarak yerel olarak su tasarrufunda bulunulacağından bahsetmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Su tasarrufu sağlamak hem küresel ekoloji dengesine bir destek oluşturduğu gibi işletmelerin de maliyet kalemlerinden birisi olan su faturalarını da azaltıcı bir etkiye sahiptir. Bilinçli olan tüketici davranışlarının turizm hareketlerinde de devamlılığının sağlanması ile su kaynaklarının korunması sağlanmaktadır.

Konaklama işletmelerinde sensörlü su armatürlerin kullanımı, sifonlarda çift tuşların yer alması, havlu ve nevresim gibi çamaşırhane yıkama hizmetlerindeki azalmaların yanı sıra yağmur suyunun, gri su kullanımını ve deniz suyunun işlenerek tekrar kullanımını içeren birçok faaliyet uluslararası birçok işletmede kullanılmış ve başarılı sonuçlar alınmıştır. Özellikle otel işletmelerinin mutfak departmanlarından meyve ve sebzelerin yıkandığı suyun peyzaj sulama için kullanımı gibi günlük işleyişte pratik olarak sunulabilecek su tasarruf ilkelerinin otel iş süreç şemasına eklenmesinde de fayda görülmektedir. Bu kapsamda temiz su ve atık su tesisatının Arman ve Nizamlıoğlu (2020:2682-2702)'nun çalışmasında da yer aldığı şekilde dizayn edilerek su tasarrufunu kolaylaştırıcı olarak tesis edilmesi gerekmektedir.

Suyun sürdürülebilir kullanımını otel işletmelerinde sağlanması için turistleri bu konuda bilinçlendirerek otelde uygulanan su tasarruf tedbirlerini uygularken müşteri memnuniyetini koruyarak faaliyetlerini sürdürmesi gerekmektedir. Bu kapsamda tüketicilere hem günlük yaşamlarında hem de turizm davranışlarında su ve enerji kullanımını yanı sıra atık yönetimi konusunda da bilinçli davranış sağlayarak çevre yönetimi faaliyetlerine destek vermesi önerilmektedir. Hatta sadece turizm hareketleri süresince değil, turizm hareketliliği sonrasında günlük yaşamlarında da su tasarrufuna dikkat etmelerini sağlayacak bilincin oluşmasına destek sağlamak amacı ile çeşitli aktiviteler, eğitim sağlayıcı afiş, broşür, rekreatif faaliyet, tanıtım filmi gibi unsurlarla desteklenmesi önerilmektedir.

Konaklama işletmeleri içerisinde yer alan işletmelere turistlerin yanı sıra işletme personeline de bilinçli tüketici olma yönünde eğitici bilgilendirme yaparak yerel

yönetimlerin çevre bilinçlendirme çalışmalarına destek vermeleri önerilmektedir. Buna ek olarak her gerçekleşen unsurda su ve enerji kullanımını yanı sıra atık yönetimi konusunda bilinçli işletme olmalarını ve bunu sertifika/ belgelerle desteklemeleri gerekmektedir. Söz konusu belgelerin hem işletmede görülen alana asılması hem de işletmeye ait web sitesinde ilgili bölgelere eklenmesi sağlanarak yeşil pazarlama faaliyetlerinde bulunulması önerilmektedir. Ayrıca yeşil pazarlama faaliyetlerine odaklanarak ekolojik dengeye destek olmak için bilinçli tüketim sağlamak isteyen kişilere daha kolay ulaşılması sağlanmalıdır. Yeşil pazarlama anlayışı ile işletmelerin maliyetinin azalmasını yanı sıra daha fazla kar elde etmek ve sürdürülebilirliğe destek olmanın yanı sıra gelecek nesillere daha iyi bir çevre bırakabilmek için bir adım atılmış olacaktır. İlk yatırım sürecinde işletmelere kısa vadede maliyet artışı ve kar azalması olarak yansıma olsa da orta ve uzun vadeli süreçte işletmelere avantajlar sağlayacaktır. Bu kapsamda teknoloji desteği de alarak otel işletmesi yöneticileri, teknoloji uzmanları, seyahat acentaları temsilcileri, turizm akademisyenleri, yerel yöneticiler gibi paydaşların bir araya gelerek yatırım ve teknoloji konusunda eksik bilgilerin temini ve teknolojik cihaz icadı gibi konularda su tasarrufu için çalıştaylar düzenlenmesi önerilmektedir.

Son olarak yerel yönetim ve hükümetlere hem tüketicileri hem de işletmelere yönelik olarak çevre yönetimi ve korunması konusunda kısa, orta ve uzun vadeli planlamalara yer verilerek ders, sertifika programı ve kurs gibi alanlarda avantajlar sağlayarak kişi, kurum ve kuruluşları teşvik edici unsurlar uygulamaları önerilmektedir. Gri suların geri dönüştürülerek kullanımı konusunda gelişmeleri takip ederek yeni teknolojik icatların oluşturulabilmesi için bu konuda uzman akademik kadronun yer aldığı üniversiteler ile iş birliği yapılması ve suyun tekrar kullanımının desteklenmesi için girişimlerde bulunulması önerilmektedir. Günümüz yazılım dünyasında yaşanan hızlı gelişmelerin otel işletmelerinde entegre edildiği günümüzde (Arıkan; 2021: 79) su tasarrufunun akıllı turizm ile ilişkilendirmeler yapılması gerekliliğini de oluşturmaktadır. Geri dönüşüm ve tasarruf tedbirlerini uygulayan kişilere vergi indirimi, maddi kazanç sağlama, hediyeler sunma, ödül vb. maddi ve manevi olarak kişilerde ve işletmelerde övgü kaynağı olacak uygulamaların yer alması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Arıkan, E. (2021). Görsel İletişim Tasarımı Kapsamında Konaklama İşletmelerinde İnfografik Kullanımı. Emre Çilesiz, Ersin Arıkan (Ed.), *Turizm Alanında Güncel Konular ve Yaklaşımlar-2* (ss. 78-95). Konya, Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Arman, A. ve Nizamlıoğlu, H. F. (2020). Endüstriyel Mutfakların Planlanmasında Etkili Olan Faktörler. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, (4), 2682-2702.
- Atay, L., ve Dilek, S. (2013). Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: İbis Otel Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 203-219.
- Cole, S. (2014). Tourism and water: from stakeholders to rights holders, and what tourism businesses need to do. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(1), 89-106.
- Çakır, G., ve Çakır, A. (2010). Konaklama Tesislerinde Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Su Kaynaklarının Korunmasına Yönelik Uygulamalar. *Tarım Bilimleri Araştırma Dergisi*, 3(1), 31-36.
- Çelik, A. ve Golcheshmeh, S. (2018). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Otellerde Su Tasarrufu ve Havlu Kullanımına Ahlaki Normların Etkisi. 19. *Ulusal Turizm Kongresi*, (s. 275-285). Afyonkarahisar.
- Dani, R., Tiwari, K. and Negi, P. (2021). Ecological approach towards sustainability in hotel industry. *Materials Today: Proceedings* (46), 10439–10442.
- Deyà-Tortella, B., Garcia, C., Nilsson, W. and Tirado, D. (2019). Hotel water demand: The impact of Changing from linear to increasing block rates. *Water*, 11(8), 1-17.
- Dinarès, M. and Saurí, D. (2015). Water consumption patterns of hotels and their water conservation: The case of the Barcelona hotelindustry during the 2007-2008 episode. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 61(3), 623-649.
- Dinarès, M. and Saurí, D. (2015). Water consumption patterns of hotels and theirresponse to droughts and public concerns regarding water conservation: The case of the Barcelona hotel industry during the 2007-2008 episode. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 61(3), 623-649.
- Dönmez Polat, D. ve Demir Harputluoğlu, D. (2017). Sürdürülebilirlik Kapsamında Ekolojik Oteller: Narköy Ekolojik Otel ve Eğitim Merkezi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 31-46.
- Durna, U. ve Babür, S. (2011). Otel İşletmelerinde Yenilik Uygulamaları. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 3(1), 73-98.
- Gabarda-Mallorquí, A. and Palom, A. R. (2016). Understanding reductions in water consumption in tourist areas: A case study of the Costa Brava, Spain. *International Journal of Water Resources Development*, 32(6), 912–930.
- Gabarda-Mallorquí, A., Fraguell, R. M. and Ribas, A. (2018). Exploring environmental awareness and behavior among guests at hotels that apply water-saving measures. *Sustainability*, 10 (5), 1-15.
- Gössling, S., Peeters, P., Hall, C. M., Ceron, J.-P., Dubois, G., Lehmann, L. V. and Scott, D. (2012). Tourism and water use: Supply, demand, and security. An international review. *Tourism Management*(33), 1-15.
- Güneş, G. (2011). Konaklama Sektöründe Çevre Dostu Yönetimin Önemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13(20), 45-51.
- Hof, A., Morán-Tejeda, E., Lorenzo-Lacruz, J. and Blázquez-Salom, M. (2018). Swimming pool evaporative water loss and water use in the Balearic Islands (Spain). *Water* (10), 1-19.
- Huang, C., Lu, Y. and Du, H. (2020). An Intelligent water-saving irrigation system. *Journal of Water Chemistry and Technology*, 42(6), 480–484.

- Işık, C. ve Barlak, S. (2018). Otel Yöneticilerinin Yeşil İnovasyon Algıları: İstanbul İli Örneği. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 1(1), 14-26.
- Kasim, A., Gursoy, D., Okumus, F. and Wong, A. (2014). The importance of water management in hotels: a framework for sustainability through innovation. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(7), 1090-1107.
- Kent, M., Newnham, R. ve Essex, S. (2002). Tourism and sustainable water supply in Mallorca: a geographical analysis. *Applied Geography*, 22, 351-374.
- Kıvılcım, B. (2021). Akıllı Otel Uygulamalarının Sürdürülebilirliğe Etkileri: Kış Turizmi Otellerine Yönelik Nitel Bir Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24 (46-1, UTK 2021 Turizm Özel Sayısı), 1401-1413.
- Korkmaz, H. ve Atay, L. (2017). Otel İşletmelerinde Yeşil Pazarlama ve Çevre Sertifikalarının Değerlendirilmesi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(4), 113-126.
- La Vanchy, G. T. (2017). When wells run dry: Water and tourism in Nicaragua. *Annals of Tourism Research*, 64, 37-50.
- Memiş, S. (2019). Konaklama İşletmelerinde Yeşil Yönetim Uygulamalarının ENTROPİ Yöntemi ile Ağırlıklandırılması: Giresun ili Örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 653-665.
- Mensah, I. (2004). Environmental management practices in US hotels. *Hotel Online Special Report*, May, https://www.hotel-online.com/News/PR2004_2nd/May04_EnvironmentalPractices.html adresinden alındı.
- Mesci, Z. (2014). Otellerin Çevreci Uygulamalarının Değerlendirilmesi: Yeşil Yıldızlı Bir Otel İşletmesinde Örnek Olay Çalışması. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(1), 90-102.
- Moyle, B. D., Weaver, D. B., Gössling, S., McLennan, C.-I. and Hadinejad, A. (2022). Are water-centric themes in sustainable tourism research congruent with the UN Sustainable Development Goals? *Journal of Sustainable Tourism*, 30(8), 1821-1836.
- Mythili, S., Kalamani, M., Krishnaraj, R. ve Soundarya, B. (2021). Certain Investigations and an experimental approach for the kerbside Rainwater collection. *IOP Conference Series Materials Science and Engineering*. 1084(1):012097.
- Özkoç, A. G., Arslan, E., Kendir, H. ve Erdoğan, T. (2019). Otel İşletmelerinde Yeşil Mutfak Kalitesinin (Y-Mutfak) Ölçülmesi: Nevşehir İlinde Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3), 2294-2309.
- Pérez, F. J., Chinarro, D., Mouhaffel, A. G., Martín, R. D. and Otín, M. R. (2019). Comparative study of carbon footprint of energy and water in hotels of Canary Islands regarding mainland Spain. *Environment, Development and Sustainability* (21), 1763-1780.
- Raub, S. P. and Martin-Rios, C. (2019). Think sustainable, act local” – a stakeholder-filter-model for translating SDGs into sustainability initiatives with local impact. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(6), 2428-2447.
- Rico, A., Olcina, J., Baños, C., Garcia, X. and Sauri, D. (2020). Declining water consumption in the hotel industry of mass tourism resorts: contrasting evidence for Benidorm, Spain. *Current Issues in Tourism*, 23(6), 770-783.
- Rysulova, M., Kaposztasov, D., Markovic, G. and Vranay, F. (2015). Water saving plan by water reuse in the hotel building. *WSEAS Transactions on Environment and Development*(11), 41-48.
- Sharma, T., Chen, J. and Liu, W. Y. (2020). Eco-innovation in hospitality research (1998-2018): a systematic review. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*(32), 913-933.

- Sipahi, S. ve Tavşan, F. (2019). Otel Yapılarında Sürdürülebilir Yaklaşımlar ve Yeşil Bina Sertifikasyon Sistemleri. *Neşehir Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 8(Enar Özel Sayı), 20-30.
- Styles, D., Schoenberger, H. and Galvez-Martos, J. L. (2015). Water management in the European hospitality sector: best practice, performance benchmarks and improvement potential. *Tourism Management*(46), 187-202.
- Süklüm, N. (2018). Yeşil Otellerin Maliyetler Açısından Değerlendirilmesi. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 375-394.
- Şahin, C. D. (2016). Oteller Bazında Su Tüketiminin CBS Yardımıyla Belirlenmesi; İstanbul Örneği. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Şahin, N. İ. (2010). Binalarda Su Korunumu. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Tavşan, F., Taş, I. ve Küçük Yanılmaz, Z. (2018). Otel Tasarımında Yeni Bir Yaklaşım: Sürdürülebilirlik. Uluslararası Bilimsel Çalışmalarda Yenilikçi Yaklaşımlar Sempozyumu- *ISAS2018-Winter*, (s. 294-300). Samsun.
- Tirado, D., Nilsson, W., Deyà-Tortella, B. and García, C. (2019). Implementation of Water-Saving Measures in Hotels in Mallorca. *Sustainability*, 11(23: 6880), 1-13.
- Torres-Bagur, M., Ribas, A. and Vila-Subirós, J. (2019). Incentives and barriers to water-saving measures in hotels in the Mediterranean: A case study of the Muga River Basin (Girona, Spain). *Sustainability*, 11(3), 1-16.
- Turan Bıyık, Ş. (2018). Otellerde Sürdürülebilir Çevre Yönetimi ve Eskişehir Örneği. Anadolu Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.
- Ünlüöner, Kurban, Kızanlıkl, M. Murat Ve Arslan, Emin (2011). Otel İşletmelerindeki Eko-Etiket ve Sistem Yönetim Belgelerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, 12. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, Türk Turizmde Sürdürülebilir Rekabet Avantajının Elde Edilmesi. Düzce Üniversitesi, Düzce:
- Vatan, A. ve Poyraz, M. (2016). Nasıl Sürdürülebilir Otel Olunur? *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi* (1), 15-30.
- Yang, H. ve Zehnder, A. J. (2008). Globalization of water resources through virtual water trade. *Global Environmental Change*, 15(1), 45-56.
- Yeşillenen Oteller Web Sitesi. URL: <https://surdurulebilirlik.com.tr/motivasyon/yesillenen-oteller/> (Erişim Tarihi: 07.07.2022).
- Zhang, J.-H., Zhang, Y., J. Z., Ze-Hua Liu, H.-L. Z. and Tiand, Q. (2017). Tourism water footprint: An empirical analysis of Mount Huangshan. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(10), 1083–1098.