



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Yöresel Gastronomi İşletmelerinin ve Tüketicilerin Sıfır Atık Mutfak Algısı ve Tutumları: Kastamonu İli Örneği

Arş. Gör. Beyza Nur ULUDAĞ, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Ağrı, e-posta: bnaydin@agri.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6607-4633>

Doç. Dr. Muharrem AVCI, Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Kastamonu, e-posta: mavci@kastamonu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0264-1181>

Öz

Bu çalışma, Kastamonu ilindeki yerel gastronomi işletmeleri ile tüketicilerin "sıfır atık mutfak" konusundaki algılarını ve tutumlarını belirlemeyi hedeflemektedir. Çalışma kapsamında, nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak işletme yöneticileri ve müşterilerden oluşan 15 kişilik bir örneklem grubu ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerin analizi tematik analiz yoluyla gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler, üreticilerin kavramsal anlamda farkındalık seviyesinin oldukça düşük olduğunu ortaya koymaktadır. Gıda atıklarını yönetme konusunda ise sistematik yaklaşımlar yerine daha çok "hayvanlara verme" gibi bireysel ve geleneksel yöntemlerin tercih edildiği görülmektedir. Tüketicilerin atık yönetimi ile ilgili olarak işletmelerden doğrudan bir talepte bulunmadıkları, bunun yerine sürecin daha çok "paket yaptırma" davranışı üzerinden dolayı yoldan israfı önlemeye dönüştüğü tespit edilmiştir. Araştırmanın bulgularına göre, yerel yönetimlerin desteğinin yetersizliği ve "sıfır atığın mümkün olmadığı" düşüncesi, sürdürülebilir mutfak uygulamalarının önündeki en büyük engeller arasında yer almaktadır.

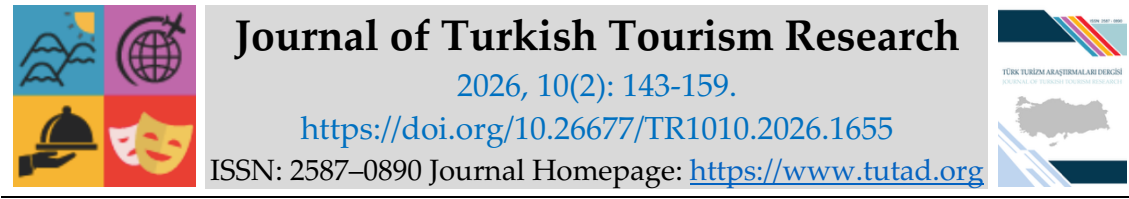
Anahtar Kelimeler: Sorumlu Üretim ve Tüketim, Gastronomi İşletmeleri, Tüketici Tutumu, Tüketici Algısı.

Makale Gönderme Tarihi: 24.02.2026

Makale Kabul Tarihi: 03.06.2026

Önerilen Atıf:

Uludağ, B. N. ve Avcı, M. (2026). Yöresel Gastronomi İşletmelerinin ve Tüketicilerin Sıfır Atık Mutfak Algısı ve Tutumları: Kastamonu İli Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10(2): 143-159.



RESEARCH PAPER

Zero-Waste Kitchen Perceptions and Attitudes of Local Gastronomy Businesses and Consumers: The Case of Kastamonu Province

Research Assistant Beyza Nur ULUDAĞ, Ağrı İbrahim Çeçen University, School of Tourism and Hotel Management, Ağrı, e-mail: bnaydin@agri.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6607-4633>

Associate Prof. Dr. Muharrem AVCI, Kastamonu University, Faculty of Tourism, Kastamonu, e-mail: mavci@kastamonu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0264-1181>

Abstract

This study aims to determine the perceptions and attitudes of local gastronomy businesses and consumers in Kastamonu Province regarding the concept of a “zero-waste kitchen.” As part of the study, interviews were conducted with a sample group of 15 individuals, consisting of business managers and customers, using the semi-structured interview technique, one of the qualitative research methods. The interviews were analyzed using thematic analysis. The data revealed that producers’ conceptual awareness of the issue is quite low. Regarding food waste management, it was observed that individual and traditional methods—such as “feeding to animals”—are preferred over systematic approaches. It was determined that consumers do not make direct requests regarding waste management from businesses; instead, the process is transformed into an indirect effort to prevent waste primarily through the behavior of “having food packaged.” According to the study’s findings, the lack of support from local governments and the belief that “zero waste is not possible” rank among the biggest obstacles to sustainable kitchen practices.

Keywords: Responsible Production and Consumption, Food Service Establishments, Consumer Attitudes, Consumer Perceptions.

Received: 24.02.2026

Accepted: 03.06.2026

Suggested Citation:

Uludağ, B. N. and Avcı, M. (2026). Zero-Waste Kitchen Perceptions and Attitudes of Local Gastronomy Businesses and Consumers: The Case of Kastamonu Province, *Journal of Turkish Tourism Research*, 10(2): 143-159.

GİRİŞ

Doğal kaynakların bilinçsiz bir şekilde kullanılarak gelecek nesillere yatırım yapılmaması sürdürülebilirlik kavramını gündeme getirmiştir. Sürdürülebilirlik kavramının 1972 yılında Birleşmiş Milletler Stockholm Konferansı ile küresel bir boyut kazandığı bilinmektedir. Bu konferans ile birlikte “insanlığın bugünkü ihtiyaçlarını karşılarken geleceği tehlikeye atmama” fikrinin ilk defa uluslararası bir ilke olarak ortaya koyulduğu ifade edilmektedir (Apak ve Gürbüz, 2022). Sürdürülebilirlik ile ekolojik süreçlerin korunması, kaynakların sürdürülebilir kullanımı, biyolojik çeşitliliğin korunması, üretim ve tüketim dengesinin sağlanması, açlık ve yoksulluğun son bulması, artan nüfus ile tüketim oranındaki dengenin sağlanması, çevresel, sosyal ve ekonomik olarak geleceğin güvence altına alınması amaçlanmaktadır (Parris ve Kates, 2003; Kolk, 2004; Bozdoğan, 2005).

20. yüzyılda sanayileşmenin bir getirisi olarak ev dışı tüketimin artması, ürün çeşitliliği ve gıdaya ulaşımının kolaylaşması gibi unsurlar günümüzde gıda israfını da beraberinde getirmektedir (Yiğit ve Ay Yiğit, 2023). Bilindiği üzere gastronomi ve yiyecek içecek sektörü kaynak tüketimi ve atık çıktısının yoğun olduğu sektörlerdir. Gıda atıkları, boşa harcanan su ve enerji gibi doğal kaynaklar ekolojik dengeyi bozmakla birlikte çöp sahalarında metan gibi sera gazlarının salınımı iklim değişikliğinin hızlanmasına yol açmaktadır. Buna göre, gıda israfı küresel gıda güvenliğini tehdit ederken, aynı zamanda çevresel bozulmaya da yol açan ciddi bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır (Huang ve Tseng, 2020). Yapılan araştırmalarda, gıda israfının oluşmasında, tüketicilerin kritik bir rol oynadığı öne sürülmektedir (Aydın ve Yılmaz, 2024; Erol ve Sırken, 2024). Gündüzalp ve Güven (2016) tüketicilerin çevre bilincinin artmasıyla beraber çevre dostu ya da geri dönüştürülebilir ürünleri tercih etme eğiliminin yükseldiği ancak tüketicilerin atıkları tam anlamıyla nasıl kontrol edip değerlendireceklerine yönelik bilgisinin sınırlı olduğunu ifade etmektedir. Kalfa, Yılmaz ve Gündüz (2025)'ün öğrenciler üzerinden yürüttüğü çalışmada tüketicilerin gıda atıklarını önlemeye yönelik performansının düşük düzeyde olduğu ortaya koyulmuştur. Benzer şekilde Toklu ve Toklu (2025) 321 kişi ile yürüttüğü çalışmada tüketicilerde gıda israf etmeme niyeti bulunsa bile gıda israfına yönelik davranışın düşük düzeyde olduğunu belirtmektedir. Bunun yanı sıra yiyecek içecek işletmelerinde, yöneticilerin ve mutfak sorumlularının gıda israfı yönelik tavır ve tutumları atık yönetimi kapsamında oldukça önem arz etmektedir. Gıda israfının en yoğun yaşandığı alanlardan biri yiyecek içecek sektörüdür. Dünya genelinde ortaya çıkan 1,05 milyar tonluk gıda israfının %28'inin yiyecek içecek sektöründen kaynaklandığı bilinmektedir (UNEP, 2024). Yiyecek içecek işletmelerinde gıda israfının mutfak/ön hazırlık aşamasında özellikle yoğunlaştığı ve servis türü ve zamanına göre açık büfe restoranlarda ve kahvaltıda yaşandığı belirtilmektedir (Kızanlıklı, Tuna Arslan, ve Baktıbek Kızı, 2025). İlgili literatür incelendiğinde mevcut çalışmaların otel işletmeleri üzerinde yoğunlaştığı, tüketici gruplarla yapılan çalışmaların ise sınırlı sayıda olduğu görülmüştür. Bu çalışma kapsamında Kastamonu Merkez ilçesinde faaliyet gösteren yöresel restoranların ve bu restoranları ziyaret eden tüketicilerin gıda israfı ve atık yönetimine yönelik algı ve tutumlarının ortaya koyulması amaçlanmaktadır. Böylelikle hem işletme personeli hem de tüketicilerle eş zamanlı görüşmeler gerçekleştirilerek daha kapsamlı bir bakış açısı sunulmaya çalışılmıştır. Araştırmada elde edilen sonuçların sektördeki uygulamalara farklı bir bakış açısı sunması ve literatüre katkı sağlanması beklenmektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Gıda Atığı ve Atık Yönetimi

Gıda atıkları hem küresel hem de ulusal ölçekte acil bir çözüm bekleyen, çevresel ve ekonomik açıdan kritik bir sorun haline gelmiştir. Türkiye bağlamında incelendiğinde, benzer bir endişe yaratıcı tablo gözler önüne serilmektedir. Birleşmiş Milletler Çevre Programı (United Nations

Environment Programme, UNEP) tarafından yayımlanan son gıda israfı endeksi raporuna göre 2022 yılında dünya genelinde perakende, gıda hizmeti ve hane halkı sektörlerinde 1,05 milyar ton gıdanın israf edildiği tahmin edilmektedir. Bu israfın %28'inin yiyecek içecek işletmelerinden kaynaklandığı öne sürülmektedir (UNEP, 2024). TÜİK verileri, yılda 18 milyon ton meyve ve sebzenin çöp kutusuna atıldığını ve bu atığın yaklaşık 214 milyar TL değerinde bir ekonomik kayba yol açtığına işaret etmektedir (www.gidahatti.com.tr). Bunun yanı sıra Türkiye "Gıdada Sürdürülebilirlik Endeksi" sıralamasında 78 ülke içinde 28. sırada konumlandırılmaktadır (https://impact.economist.com). Yiyecek-içecek ve turizm sektörü, gıda israfının en yoğun yaşandığı alanlardan biridir. Özellikle otel restoranlarında kullanılan açık büfe sistemleri, bu israfı oldukça artırmaktadır. Araştırmalar, her şey dâhil bir açık büfede bir misafirin günlük ortalama 1,5 kg gıda tüketebildiğini, ancak sunulan yiyeceklerin büyük bir kısmının tüketilmediğini ortaya koymaktadır. Nitekim bu modelde bir kişinin tükettiği gıda miktarı normalin üç katına kadar çıkmakta; sunulan açık büfe yiyeceklerin üçte ikisinin ise israf edildiği bilinmektedir (Hazarhun, Çetinsoz ve Gündoğdu, 2020). Bu örnek, gıda atıkları meselesinin iş modeline bağlı olarak çeşitlilik gösterebileceğini ve özellikle tüketim alışkanlıklarının israfın şekillenmesinde kilit bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, gıda atıklarını verimli bir şekilde yönlendirebilmek için yalnızca üretim-tedarik zincirindeki adımlarda değil, aynı zamanda tüketim evresindeki davranışlarda da uygun tedbirlerin alınmasının kaçınılmaz hâle geldiği düşünülmektedir.

Artan atık sorunu, son yıllarda sıfır atık kavramını ön plana çıkarmaktadır. Sıfır atık, üretim, tüketim ve hizmet süreçlerinin her bir aşamasında atık oluşumunu mümkün olduğunca engellemeyi ya da azaltmayı, yeniden kullanımı öncelik haline getirmeyi ve ortaya çıkan atıkları kaynağında ayrıştırarak geri kazanmaya odaklanan bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım, bertaraf edilmesi gereken atık miktarını en düşük seviyeye indirerek çevrenin, insan sağlığının ve doğal kaynakların korunmasını amaçlamaktadır (Bektaş, 2022). Son dönemlerde sıkça gündeme gelen Sıfır atık düşüncesi, esasen israfın önlenmesi, atıkların kaynağında ayrı toplanması ve bu malzemelerin geri dönüşüm sürecine dâhil edilmesini içermektedir (Avşar, 2024). Sıfır atık hedefi, yalnızca hükümetlerin ve şirketler düzeyinde değil; tüketicilerin de bireysel düzeydeki farkındalıklarını da kapsamaktadır. Nitekim Dünya Bankası raporlarından hareketle, 2012 yılda 1,3 milyar ton olan evsel atık miktarının 2025'te 2,2 milyar ton seviyesine ulaşabileceği öngörülmektedir (www.worldbank.org). Bu tahmin, atık yönetiminde sıfır atık yaklaşımının gerekliliğini açıkça ortaya koymaktadır. Sıfır atık felsefesinin mutfak ve gastronomiye yansımaları, "sıfır mutfak" ya da "sıfır atık mutfak" kavramıyla kendini göstermektedir. Bu yaklaşım, ev mutfaklarından profesyonel mutfaklara kadar atık üretimini olabildiğince azaltmayı hedefleyen prensipleri kapsamaktadır. Amacı, gıdaların tümünün verimli bir şekilde değerlendirilmesi, yiyecek artıklarının yeniden dönüştürülmesi ve mutfak süreçlerinden çıkan atık miktarının sıfıra yakın bir seviyeye getirilmesidir. Sıfır atık mutfak uygulamaları, tek kullanımlık ürünlerin tamamen reddedilmesi ve gıda artıklarından kompost üretilmesi gibi somut adımları da içerir. Örneğin, mutfakta tek kullanımlık plastik, kağıt ve karton ambalajları olabildiğince sınırlamak; sebze-meyve kabukları, kahve telvesi gibi organik atıkları kompostlayıp gübreye dönüştürmek bu yaklaşımın temel unsurlarındandır (Munir, 2024). Böylece hem atık miktarı hem de israf edilen gıda oranı aynı anda azalırken, ortaya çıkan organik atıklar yeniden doğaya kazandırılabilir.

Gastronomi Sektöründe Sürdürülebilir Uygulamalar ve Sıfır Atık Stratejileri

Yöresel gastronomi işletmeleri—restoranlar, lokantalar ve benzeri yiyecek hizmeti sunan kuruluşlar—sürdürülebilir üretim ve tüketim hedeflerine ulaşmada kritik bir köprü işlevi

görmektedir. Doğaları gereği çok çeşitli girdileri bir arada kullanan bu işletmeler, üretim süreçlerinin her aşamasında atık ortaya çıkarma potansiyeline sahiptir. Nitekim yemeğin hazırlanışı esnasında tamamen kullanılmayan malzemeler, tek kullanımlık ambalajlar ve müşterilerin bitirmediği tabak artıkları gibi unsurlardan ötürü üretim ve tüketim sürecinin her aşamasında atık ortaya çıkabilmektedir (Betz vd., 2015). Buna göre, yiyecek içecek işletmelerinin sürdürülebilirlik prensiplerini benimsemesi hem ekonomik açıdan hem de çevresel sorumluluk bakımından hayati bir rol oynamaktadır. Son yıllarda dünya çapında atık üretimini mümkün olduğunca azaltmaya ve karbon ayak izini küçültmeye yönelik tedbirler uygulayan restoranların sayısı giderek artmaktadır (Garrone vd., 2014). Bu bağlamda öne çıkan uygulamalardan bazıları şunlardır (Schubert, Solnet ve Kralj, 2010; Silvennoinen vd., 2015; Pirani ve Arafat, 2016; Filimonau ve De Coteau, 2019);

- Yerel ve mevsimsel ürünlerin kullanımı: Uzun mesafelerden getirilen gıdalar yerine bölge üreticilerinden doğrudan temin edilerek taşıma sürecinde ortaya çıkan karbon ayak izi ve ambalaj atıkları azalmaktadır. Menülere mevsiminde elde edilebilen taze ürünler eklenerek hem gıda israfı önlenir hem de yerel ekonomi canlandırılmaktadır.
- Menü planlaması ve porsiyon kontrolü: Müşterilerin tabakta bıraktığı yiyecek miktarını azaltmak amacıyla daha dar porsiyon alternatifleri sunulmalı ve kalan yemeklerin doggy bag kültürüyle paketlenerek evlerine götürülmesi teşvik edilmelidir. Sınırlı fakat esnek bir menü yapısı oluşturularak mutfakta kullanılmayan malzemenin birikmesi önlenmelidir.
- Atık ayrıştırma ve geri kazanım: Mutfakta ortaya çıkan çöpleri organik, geri dönüştürülebilir ve diğer olarak sınıflandırıp ayrı ayrı toplamak. Organik kalıntıları kompostlaştırarak toprağa kazandırmak, kullanılmış kızartma yağlarını biriktirip biyodizel ya da sabun hammaddesi olarak geri dönüştürmek, cam, metal ve plastik gibi malzemeleri uygun yöntemlerle yeniden işlemek.
- Artan gıdaların değerlendirilmesi: Satılmayan ya da fazla kalan ürünleri çöp kutusuna atmak yerine, ihtiyaç sahibi kişilere ulaştırmak ya da hayvan barınaklarına bağışlamak. Örneğin, bazı işletmeler gün sonunda kalan ekmek ve yemekleri personel yemekhanelerinde kullanabilir ya da hayvan yemi olarak değerlendirebilmektedir.

Bu tarz uygulamalar, restoranların sürdürülebilir üretim vizyonunu hayata geçirirken aynı zamanda işletmelere maddi açıdan tasarruf da sağlamaktadır. Atık miktarının azaltılması, uzun vadede hammadde giderlerini düşürmektedir; yerel ve mevsimsel ürünlerin tercih edilmesi ise tedarik zincirinin güvenilirliğini artırmaktadır; enerji ve su tüketimindeki azalma ise çevresel fayda oluşturmaktadır. Dünya'daki ilk sıfır atık restoranlarından biri olarak bilinen Londra'daki Silo, kendi kompost makinesi sayesinde tüm gıda artıklarını gübreye dönüştürerek tedarikçileriyle yeniden kullanılabilir kaplar üzerinden iş birliği yapması bu uygulamaların önemini destekler niteliktedir (<https://guide.michelin>). Bu örnekler, gastronomi sektöründe sıfır atık prensiplerinin uygulanabilirliğini ve giderek daha fazla benimsendiğini ortaya koymaktadır.

Tüketici ve İşletme Tutumlarının Önemi

Tüketicilerin ve işletmelerin tutumları, pek çok stratejik kararın temel taşı oluştururken kritik bir faktördür. Sürdürülebilir üretim ve tüketim hedeflerine ulaşmak yalnızca firmaların tek taraflı çabalarıyla mümkün olmayacak; bu sürecin bel kemiği, tüketicilerin bilinç düzeyi ve tutumlarının da son derece etkili olacağı düşünülmektedir. Araştırmalar, özellikle gelişmiş ülkelerde, gıda israfının en büyük payının tüketici davranışlarından kaynaklandığını ortaya koymaktadır (Aydın ve Yılmaz, 2024; Erol ve Sırıkten, 2024). Avrupa'da yapılan çalışmalarda gıda israfının yüzde kırkıdan fazlasının tüketim aşamasında gerçekleştiğini ve tüketicilerin tabaklarında bıraktıkları yiyeceklerin, dışarıda ortaya çıkan atığın başlıca kaynağını oluşturduğunu

öne sürülmektedir (Van Der Werf ve Gilliland, 2017; Huang ve Tseng, 2020). Bunun yanı sıra gıda güvenliği algısı, son kullanma tarihine yaklaşan ürünleri tüketmekten kaçınmalarına neden olmakta, bu da gıda israfını artırmaktadır (Hebrok ve Boks, 2017). Benzer şekilde “bolluk kültürü” ve “misafirperverlik anlayışı” gibi sosyo-kültürel faktörler, özellikle Akdeniz ülkelerinde tabakta yiyecek bırakma davranışını meşrulaştırabilmektedir (Stefan vd., 2013). Buna göre, gıda atığı sorununu büyük ölçüde tüketicinin tutum ve alışkanlıklarına bağlı olduğu söylenebilmektedir.

Hizmet sektörü, özellikle restoran ve otel işletmeleri, yoğun gıda tüketimi ve beraberinde gelen israf nedeniyle sürdürülebilirlik dönüşümünün odak noktası olarak değerlendirilmektedir. Sürdürülebilir restoranlar, sadece çevreye duyarlı olmakla kalmayıp, operasyonel verimlilik ve marka imajı açısından da büyük kazançlar elde etmektedir (Öztürk, 2024). Bu bağlamda, sürdürülebilir yeşil uygulamalar sadece bir tercih değil, Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SKA) doğrultusunda global ölçekte bir zorunluluk haline gelmiştir (Vann Yaroson vd., 2024).

Misik ve Nagy (2025) bir restoranın “yeşil” statüsüne ulaşması için mutfak yönetiminden enerji kullanımına kadar geniş bir yelpazede yenilikçi adımlar atması gerektiği belirtmektedir. Tüketicilerin %72’sinin çevre dostu restoranları tercih etmesi, bu uygulamaların stratejik bir zorunluluk olduğunu ifade etmektedir. Porsiyon kontrolü ve menü tasarımı, atıkların değerlendirilmesi, enerji ve su tasarrufu ve sürdürülebilir ambalaj gibi adımlar bu yeniliklere örnek verilebilmektedir.

Ekonomik büyümeyi sınırlı kaynakların tüketiminden ayrıştırmayı amaçlayan döngüsel ekonomi, sıfır atık yaklaşımının hedef noktası haline gelmiştir; materyallerin hacim ve toksisitesini önleyen, kaynakları koruyan ve atıkları yakmayan veya gömmeyen bir yönetim anlayışını esas almaktadır (Vann Yaroson vd., 2024). Kemer (2025) otel mutfaklarında çalışan şeflerin döngüsel ekonomi modelini benimsediklerini ve bu modelin kaynak verimliliğini artırdığını ifade etmektedir. Özellikle israfın en yoğun olduğu açık büfe sistemleri gibi noktalarda porsiyonlanmış sunumlar ve gıda israfı farkındalık etiketlerinin kullanımının etkili sonuçlar verdiği belirtilmektedir.

Türkiye’de bireylerin gıda israfı konusundaki farkındalık düzeyleri giderek arttığı ancak davranışsal düzeyde bu farkındalığın her zaman somut önlemlere dönüşmediği belirlenmiştir (Toklu ve Toklu, 2025). Gıda atık konusu işletmeler çerçevesinde incelendiğinde, yönetici ve çalışanların sürdürülebilirlik konusundaki farkındalık ve tutumları, sıfır atık uygulamalarının başarısında belirleyici bir faktör olarak rol oynamaktadır. Restoranlarda yapılan nitel araştırmalar, yöneticilerin konuya yönelik duyarlılığının işletmenin atık yönetimi politikalarına doğrudan etki ettiğini öne sürmektedir (Sakacguchi, Pak ve Potts, 2018; Okzaki vd., 2021). İşletmelerin tutumu da tüketicilerinki kadar hayati bir öneme sahiptir. Restoran sahipleri ve yöneticilerinin sürdürülebilirliğe dair farkındalığı ile atılımcı yaklaşımları, çevre dostu uygulamaların işletme içinde hayata geçirilmesine teşvik etmektedir. Atık yönetimi kapsamında personele verilen eğitimlerin, çalışanların gıda israfına yönelik tutumlarını olumlu yönde etkileyerek mutfak operasyonlarında somut iyileştirmelere yol açmaktadır (Papargyropoulou vd., 2016). Örneğin, bir restoran yönetimi sıfır mutfak hedefini benimsediğinde, mutfak personeline bu konuda eğitimler verip, atık ayrıştırma kutuları, kompost cihazları gibi altyapıyı kurarak israfı en aza indirebilir (Hazarhun, Çetinsoz, ve Gündoğdu, 2020). Bu bağlamda hem tüketicilerin hem de gastronomi işletmelerinin sıfır atık ve sürdürülebilirlik konusundaki algılarının olumlu yönde geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır.

Yöresel ürün sunan restoranlar kısa tedarik zincirleri sayesinde gıda kayıplarını en aza indirmeleri, mevsimsel planlama ile operasyonel israfı yönetmeleri ve geleneksel saklama

yöntemleriyle gıda sisteminin sürdürülebilirliğe evrilmesinde önem arz ettiği düşünülmektedir. Bu bağlamda araştırmanın sorusu şu şekilde ifade edilebilir:

Kastamonu Merkez ilçesindeki yöresel gastronomi işletmelerinin ve bu işletmeleri ziyaret eden tüketicilerin sıfır atık mutfak algısı ne düzeydedir ve tutumları nedir?

YÖNTEM

Çalışmanın Amacı

Çalışmada Taşköprü sarımsağı, kuzu kestanesi, kestane balı, pastırması, simidi, siyez bulguru gibi çeşitli yöresel ürünlere ev sahipliği yapan Kastamonu İl'indeki yöresel gastronomi işletmelerinin ve bu işletmeleri ziyaret eden tüketicilerin sıfır atık mutfak algısı ve tutumlarının incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç kapsamında nitel araştırma desenlerinden "örnek olay" araştırması kullanılmıştır. Örnek olay, çalışma bir olay hakkında veri toplamayı ve kaydetmeyi daha sonra olayın sunuşunun ve raporunun hazırlanmasını içermektedir. Verilerin yerinde toplanması "alan çalışması" olarak nitelendirilmektedir ve katılarak veya katılmayarak yapılan gözlem ve görüşmeleri ifade etmektedir (Köklü, 2019).

Evren ve Örneklem

Nitel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı çalışmalarda evreni, araştırma bulgularının genellendiği ve içerisinden araştırma örnekleminin seçildiği büyük gruplar oluşturmaktadır. Belirli bir sektörde faaliyet gösteren işletmeler, belirli bir bölgede ikamet eden bireyler ve belirli bir ürünün tüketicileri gibi ortak özellikleri bulunan her bir öge, evren içerisinde değerlendirilebilmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2018). Araştırmacının zamanı, imkânı gibi sınırlılıklardan ötürü evrene erişim sınırlı düzeyde olabilmektedir. Bu sınırlılıklar araştırmacıyı evreni temsil ettiği kabul edilen daha küçük gruplar oluşturmaya yönlendirmektedir. Araştırmacının, çalışmanın amacına bağlı olarak incelediği ve araştırdığı, evreni temsil ettiğini kabul ederek belirlediği küçük gruba örneklem adı verilmektedir (Baltacı, 2018). Bu araştırmanın evrenini Kastamonu'da faaliyet gösteren yöresel yiyecek ve içecek işletmeleri ve bu işletmelerden hizmet alımı yapan bireyler oluşturmaktadır. Bu bağlamda evreni temsil ettiği düşünülen amaçlı örnekleme tekniği kullanılarak belirlenen işletmelerdeki, (i) üretici kapsamında işletme yöneticisi olan bireyler ve (ii) bu restoranlardan hizmet alımı yapan müşterilerden oluşan 15 kişilik (8 kişi tüketici/ 7 kişi işletmeci) bir örneklem grubu oluşturulmuştur.

Veri Toplama Yöntemi

Veriler, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile toplanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler araştırmacıya hem görüşme rehberi hem de gerektiğinde derinlemesine bilgi edinebilmesine olanak sağlamaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2018). Görüşmelerin gerçekleştirilebilmesi için Kastamonu Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan 06.11.2025 tarihinde onay alınmıştır. Görüşme soruları literatürdeki benzer çalışmalar (Hazarhun, Çetinsoz, ve Gündoğdu, 2020; Mrusek, Ottenbacher, ve Harrington, 2021; Tavuş ve Kurnaz, 2025) ve büyük oranda uzman görüşleri doğrultusunda oluşturulmuştur. Literatürde tüketicilerin sıfır atık mutfak algısına yönelik tutumlarının belirlenmesinde nicel yöntemler kullanıldığı görülmektedir (Altıparmak, 2023; Davras, 2025; Kalfa, Yılmaz, ve Gündüz, 2025; Toklu ve Toklu, 2025). Bu sebepten ötürü tüketicilere yöneltilen sorular araştırmacılar tarafından araştırmanın amacına hizmet edecek şekilde belirlenmiştir. Görüşme

esnasında katılımcıların izni dahilinde ses kaydı alınmış, ses kaydını kabul etmeyen katılımcıların cevapları yazılı olarak kaydedilmiştir. Görüşmeler 10-20 dakikalık süre zarfında gerçekleştirilmiştir.

Çalışma kapsamında katılımcılara yönetilen sorular şunlardır;

İşletmeye Yönelik Sorular;

1. "Atık yönetimi" / "Sıfır atık mutfak" kavramını nasıl tanımlarsınız? (Mrusek, Ottenbacher, ve Harrington, 2021)
2. Şu an hali hazırda uyguladığınız gıda atığı azaltma stratejileri nelerdir? (Hazarhun, Çetinsoz, ve Gündoğdu, 2020; Tavuş ve Kurnaz, 2025).
3. Müşterilerinizden gıdalarda atık yönetiminin sağlanmasına dair bir talep aldınız mı?
4. Yerel yönetim, belediye ya da devlet kurumlarından destek veya politik müdahaleler var mı?
5. Size göre ideal şartlarda "sıfır atık mutfak" uygulamasına geçiş mümkün mü?

Tüketicilere Yönelik Sorular;

1. "Sıfır atık mutfak / restoran" kavramını duydunuz mu? Size ne anlam ifade ediyor?
2. Restoran seçiminizde işletmenin sürdürülebilirlik/atık yönetimi uygulamaları rol oynar mı? Neden?
3. Artan yemeklerin paketlenmesi ya da bağışlanması konusunda ne düşünüyorsunuz? Bunu yapma eğiliminiz var mı?
4. Bir restoranda sıfır atık uygulamalarıyla karşılaştığınızda nasıl hissedersiniz?

Veri Analizi

Nitel veri analizinde kullanılan yöntem, teknik ve süreçler hakkında bir fikir birliğinden söz etmek pek mümkün değildir. Patton (2002) nitel veri analizini verilerin bulgulara dönüştürülme süreci olarak ifade etmekle birlikte bu süreçte belirli bir tekniğin olmadığını sadece veri analizine yön verebilecek öneri niteliğinde adımların varlığından söz etmektedir. Glaser ve Strauss (2006) verilerin önceden tanımlanmış kategorilere uydurulmasından ziyade, araştırmacının topladığı verilere bağlı olarak açığa çıkarılan anlamlardan, kavramlardan, kategorilerden kuram geliştirmeyi önermektedir. Buna göre elde edilen verilerden yola çıkarak tümevarım ilkesiyle temalar oluşturulmuştur. Bu araştırmanın ilk veri seti işletme sahibi ve müdürleri ile yapılan görüşmelerden oluşmaktadır. Bununla birlikte eş zamanlı olarak araştırmaya dâhil edilen yöresel restoranları ziyaret eden müşterilerle de tüketici grubunu temsilen görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen verilerin, üretici ve tüketici grupları için ayrı ayrı olmak üzere tematik analizi yapılmıştır. Böylece üreticilerin ve tüketicilerin sıfır atık mutfak ve gıdada atık yönetimine yönelik bilgi düzeyleri, tutumları, davranışları ve algı örüntülerini sistematik biçimde ortaya koyulmuştur. Verilerin geçerliliğini sağlamak için görüşmeler esnasında katılımcılardan alınan cevaplar tekrarlanarak teyit edilmiş ve katılımcı görüşleri doğrudan alıntılarla aktarılmıştır. Öte yandan oluşturulan temaların başka bir araştırma görevlisi tarafından incelenmesi ve doğrulanmasıyla güvenilirlik sağlanmıştır (Sandelowski, 1986; Denzin ve Lincoln, 2008; Miles ve Jozefowicz-Simbeni, 2010; Baltacı, 2019; Arslan, 2022; Eves, Pereira-Doel, ve Cumper, 2026).

BULGULAR

Üreticilere Yönelik Bulgular

Çalışmaya katkı sağlayan katılımcıların demografik özellikleri değerlendirildiğinde; katılımcıların %70'ini erkek, %30'unun kadın bireyler olduğu ve yaş aralığının ise 40-67 arasında olduğu görülmüştür. Ayrıca katılımcıların %70'i işletme sahiplerinden oluşmaktadır. Bununla birlikte katılımcıların tamamının Kastamonu'da ikamet ettiği görülmüştür.

Yapılan görüşmeler sonucunda oluşturulan temalar Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Üretici Görüşmelerine Yönelik Tematik Analiz Sonuçları

| FARKINDALIK | Kavramı Bilmeme | Katılımcı, gıdada atık yönetimi veya sıfır atık mutfak kavramlarını hiç duymadığını veya anlamadığını belirtmektedir. (Örn: "Duymadım, bilmiyorum") |
|----------------------|-----------------------------------|---|
| | Kavramı Geri Dönüşümle Eşleştirme | Atık yönetimi ve sıfır atık kavramı "geri dönüşüm" olarak algılanmakta, kavramsal kapsam dar bir çerçevede kalmaktadır. |
| | Kısmi Farkındalık | Yağ atığı, su israfı gibi kavramları duyduğunu ancak kapsamını tam bilmediğini ifade etmektedir. |
| | Farkındalık Sahibi | Atık ve sıfır atık kavramlarını duyduğunu, farkındalık sahibi olduğunu ifade etmektedir. |
| UYGULAMALAR | Hayvanlara Verme | Artan veya tüketilemeyen gıda atıklarının sokak hayvanlarına, köydeki hayvanlara veya barınaklara verilmesi. En yaygın uygulamadır. |
| | Atık Yağların Toplanması | Atık yağların özel firmalar tarafından alınması veya ayrı toplanması. Nadiren uygulanmakta, belediye desteği yoktur. |
| | Paket Yapma | Müşterilerin artan yemekleri paket yaptırarak alması. İsrafın kısmen önüne geçen bir davranış. |
| | Planlı Üretim / Sipariş Usulü | Müşteri sayısı, rezervasyon veya siparişe göre üretim yapılmasıyla atığın azaltılmaya çalışılması. |
| | Ayrıştırma | Tüketilebilecek ve tüketilemeyecek ürünlerin ayrılması (ekmek ayrıştırma vb.) |
| ATIK TÜRLERİ | Sebze - Meyve Atıkları | Temizleme sırasında çıkan kabuklar, kökler ve yenilemeyen kısımlar. Kaçınılmaz atık olarak görülmektedir. |
| | Et - Sınır - Zar | Et ürünlerinin yenilemeyen kısımları (zar, sinir, vb.) doğrudan atık olarak tanımlanmaktadır. |
| | Ekmek - Pide | Ayrıştırılarak genellikle hayvanlara verilen en yaygın atık türlerinden biridir. |
| | Açık Büfe Artıkları | Kahvaltı gibi açık büfe ürünlerinden kalan, hijyen nedeniyle tekrar kullanılmayan atıklar. |
| | Yağ Atıkları | Kullanılmış kızartma ve pişirme yağları. Düzenli olarak toplanmadığı ifade edilmektedir. |
| MÜŞTERİ DAVRANIŞI | Gerçek Bilirim Yokluğu | Müşterilerden atık yönetimi, porsiyon küçültülmesi gibi konularda talep gelmemesi. |
| | Porsiyon Memnuniyeti | Porsiyonlar büyük ve doyurucu bulunduğu için olumlu geri dönüş alınması. |
| | Paket Talebi | Müşterilerin artan yemekleri paket yaptırmak istemesi. İsraf önleyici dolaylı etki. |
| BEKLENTİ VE ENGELLER | Hijyen Kaygısı | Önceki müşteriye sunulan ürünlerin tekrar kullanılmaması (yasal ve etik risk) |
| | Sistem Eksikliği | Belediyeler ve resmi kurumlar tarafından sürdürülebilir bir atık toplama sisteminin olmaması. |
| | Sıfır Atığın İmkansız Algılanması | "Sıfır atık mutfak mümkün değil" ortak görüşü. |
| BEKLENTİ VE ÖNERİ | Belediye Desteği İsteği | Belediyenin atık toplaması, yönlendirmesi, destek olması beklentisi. |
| | Kurumsal İşbirliği | Devlet-belediye-işletme-tüketici arasında işbirliği ihtiyacı. |
| | Eğitim / Bilinçlendirme | Atık yönetimi konusunda kendileri ve toplum için eğitimin gerekli olduğu vurgusu. |

Katılımcılara sorulan birinci soru dâhilinde atık yönetimi konusunda düşük kavramsal farkındalık olduğu görülmüştür. Katılımcılar gıdada atık yönetimi kavramını yeterince bilmedikleri veya hiç duymadıklarını belirtmişlerdir. Bir kısmı ise atık yönetimi kavramını sadece geri dönüşüm ya da atık yağ gibi dar bir alanda ele almıştır.

"Bu kavramları hiç duymadım, bilmiyorum." (Katılımcı 1)

"Sıfır atık mutfak, atık yönetimi kavramlarını geri dönüşüm olarak tanımlıyorum." (Katılımcı 3)

"Yağ atığı, su israfı vb. şekillerde duydum ancak tam olarak neyi kapsadığını bilmiyorum." (Katılımcı 5)

Bu durum, bölgedeki işletmelerde çevresel sürdürülebilirlik farkındalığının yüzeysel kaldığını göstermektedir.

Diğer bir soruda katılımcıların hali hazırda yaptıkları gıdalarda atık yönetimine yönelik uygulama ve stratejileri ortaya koyulmuştur. Gıda atıklarının çoğu zaman sokak hayvanlarına, köydeki hayvanlara veya barınaklara verildiği görülmüştür. Bununla birlikte özellikle ekmek ve pidelerin çöpe atılmadığı ancak sebze ve meyvelerin tüketilemeyen kısımlarında atıkların olduğu belirtilmiştir. İşletmede oluşan gıda atıklarının, üreticiler tarafından köye götürülerek beslediği diğer hayvanlara verme, sokak hayvanlarına verme, köyler yaşayan tedarikçilerine verme gibi bireysel düzeyde ve esnek bir şekilde yürütüldüğü görülmüştür.

"(...)Sokak hayvanlarına kedilere köpeklere veriyoruz.(...)"(Katılımcı 4)

"Gıda atığı azaltmaya yönelik özellikle ekmek konusunda uygulamalarımız var, pilavlar çöpe gidiyor, hayvanların tüketebileceği ürünleri ayrıştırıp hayvanlara veriyoruz. Ekmekleri de köylülere isteyenler oluyor, onlarla da işbirliği içerisinde atık yönetimini sağlamaya çalışıyoruz." (Katılımcı 5)

"Oluşan gıda atıklarını köye götürüyorum, hayvanlarıma veriyorum. Bunun dışında bir uygulama yapmıyoruz."(Katılımcı 6)

Çalışma kapsamında üreticilere yönetilen üçüncü soruda müşterilerin atık yönetimindeki rolünün oldukça pasif olduğu anlaşılmıştır. Üretici grubu oluşturan işletme yöneticileri müşterilerin porsiyon büyüklüğünden memnun olduğu ve gıdalardaki atık miktarının azaltılmasına yönelik bir geri dönüş ve talep almadıklarını belirtmişlerdir. Bu durumda üreticilerin mevcut atık yönetimi uygulamalarını değiştirmek veya geliştirmek için dışarıdan bir teşvikin olmadığı anlaşılmaktadır.

"Atık yönetimi ile alakalı bir geri dönüş almadık sadece ürünler fazla geldiği zaman paket yaptırmak isteyen müşteriler oluyor. Paket olarak istenmezse de hayvanlara veriyoruz." (Katılımcı 4)

"Atık yönetimi kapsamında, artan yemekleri paket isteyenler oluyor ama özel bir talep olmadı bu konuyla ilgili bir geri dönüş almadık." (Katılımcı 7)

"Atık yönetimi konusu ile alakalı, müşterilerden de bir geri dönüş almadım."(Katılımcı 2)

Dördüncü soru kapsamında bölgedeki kamu kurumları ve/veya yerel yönetimlerin atık yönetimi konusundaki teşviklerinin ne seviyede olduğu irdelenmiştir. Katılımcıların tamamı belediye veya farklı kamu kurumlarından herhangi bir destek almadıklarını ifade etmektedir. Bununla birlikte atık yönetiminin bireysel işletmeler yerine kurumsal ve sistematik bir yapıyla yürütülmesi gerektiğini savunarak, katılımcıların neredeyse tamamı belediye, kamu kurumları ve/veya yerel yönetimlerden bu konuda bir teşvik veya destek gördükleri takdirde işbirliğinden memnun olacaklarını belirtmişlerdir.

"Burada yağ atığı toplayan bazı özel işletmeler var. Ancak yerel yönetim, belediye ya da devlet kurumlarından destek olmadı şimdiye kadar bir girişimde olmadı.(...)" (Katılımcı 1)

"Bu konuda belediyeden veya yerel yönetimlerden bir destek olmuyor. En basitinden atık yağları bile alabilirler ama telefon açıp belirtsek bile almıyorlar."(Katılımcı 3)

"Atık yönetimi kapsamında devletten ya da farklı kurumlardan bir teşvik olmadı, ekmek vb. ürünleri gelip toplasalar güzel olur tabii ki. Bu işi profesyonel kurumların yapması lazım. Birey için zor bir iş ama bir kurum için zor bir iş değil." (Katılımcı 7)

Profesyonel mutfaklarda sıfır atık oluşmasının mümkün olup olmadığını incelediğimiz son soru kapsamında, katılımcıların tamamı restoranlarda sıfır atıksız bir mutfağın mümkün olmadığını ifade etmiştir.

"Tamamıyla sıfır atık mutfağa geçilmesi çok zor, böyle mutfaklarda atık mutlaka çıkıyor. Özellikle yöresel restoranlarda her şey günlük üretiliyor. Büyük işletmeler kadar atık çıkmıyor ancak tamamıyla sıfıra indirmek mümkün olmuyor." (Katılımcı 5)

"Atık olmaması için herkes uğraşüyor çünkü her atık bize de zarar. Ancak sıfır atık mutfak kısa vadede mümkün değil. Temelden bir sistemin gelişmesi lazım, paydaşlar arasında işbirliği olması lazım." (Katılımcı 7)

“Sıfır atık mutfak diye bir durum mümkün değil. Atık ve israf oluşması olabildiğince kontrol edilmeye çalışılıyor, geri dönüşüm mutlaka yapılabilecek bir şey ama atık oluşmasının tamamen önüne geçilemez.”(Katılımcı 3)

Tüketicilere Yönelik Bulgular

Çalışmaya katkı sağlayan katılımcıların demografik özellikleri değerlendirildiğinde; katılımcıların %50'sinin erkek, %50'sinin kadın bireylerden oluştuğu ve yaş aralığının ise 18-72 arasında olduğu görülmüştür. Ayrıca katılımcıların tamamı restorana ziyaret ederek hizmet alımı yapan tüketici gruplarından oluşmaktadır. Bununla birlikte katılımcıların tamamının Kastamonu'da ikamet ettiği görülmüştür.

Yapılan görüşmeler sonucunda oluşturulan temalar Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Tüketici Görüşmelerine Yönelik Tematik Analiz Sonuçları

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| KAVRAMSAL FARKINDALIK | Kavramı Bilmeme | Tüketici, sıfır atık mutfak / restoran veya gıda atığı yönetimi kavramını hiç duymadığını ve ne anlama geldiğini bilmediğini ifade etmektedir. |
| | Kavramı İsraf Etmeme Olarak Algılama | Sıfır atık kavramını genel olarak “israf etmemek” şeklinde, yüzeysel ve gündelik bir anlama açıklamaktadır. |
| | Kavramı Geri Dönüşümle Eşleştirme | Sıfır atık veya atık yönetimini, atıkların ayrıştırılması ve geri dönüştürülmesi olarak algılamaktadır. |
| | Bilinçli ve Akademik Farkındalık | Tüketici, daha önce bu konuyla ilgili eğitim aldığını/ders gördüğünü, sistematik bir bilgiye sahip olduğunu ifade etmektedir. |
| RESTORAN TERCİHİNDE ATIK YÖNETİMİ | Birincil Kriter Değil | Atık yönetimi ve sürdürülebilirlik uygulamaları restoran tercihinin doğrudan etkilememektedir. |
| | Koşullu Tercih Nedeni | Diğer her şey (lezzet, kalite, fiyat) eşitse, atık yönetimi yapan restorana yönelme eğilimi vardır. |
| | Ahlaki-Dini Hassasiyet | İsrafın günah/kötü bir davranış olarak görülmesi, tercihte ahlaki ve dini bir motivasyon oluşturmaktadır. |
| ARTAN YEMEK DAVRANISLARI | Güvensizlik / Şüpheler | İşletmelerin bu uygulamaları samimi yapıp yapmadığına dair şüpheler bulunmaktadır. |
| | Paket Yaptırma Eğilimi | Tüketicinin artan yemeği çoğunlukla paket yaptırıldığı ifade edilmektedir. |
| | Koşullu Paketleme | Yemeğin türü, lezzeti, taşınabilirliği ve tüketicinin o anki durumu paketlemeyi etkilemektedir. |
| | Paket Yaptırmama | Bazı durumlarda (soğuyacaksa, sevilmediyse, taşımak istenmiyorsa) paket yapılmamaktadır. |
| | Bağış / Hayvanlara Verme Eğilimi | Artan yemeğin hayvanlara verilmesi düşüncesine olumlu yaklaşmaktadır. |
| Sorumluluğu İletmeye Bırakma | Sorumluluğu İletmeye Bırakma | Tüketici, artan yemeğin değerlendirilmesi sorumluluğunu işletmeye bırakmaktadır. |
| | Olumlu Duygu (Memnuniyet) | Sıfır atık ve sürdürülebilirlik uygulamalarının tüketicide memnuniyet oluşturduğu görülmektedir. |
| DUYGU SALIĞI | Takdir ve Tebrik | Bu tür uygulamaları yapan restoranlar olumlu değerlendirilmekte ve takdir edilmektedir. |
| | Sadakat Artışı | Sürdürülebilir uygulamaları olan restoranlara daha sık gitme eğilimi görülmektedir. |
| | Bilgi Eksikliği | Tüketicilerin büyük bölümü eko-etiket veya çevresel sertifikalar hakkında bilgi sahibi değildir. |
| | Güven Artışı | Denetimli ve resmi belgelerle verilen bir etiket olursa güven düzeyi artmaktadır. |
| EKO-ETİKETİ PASİSİ | Deneme Motivasyonu | Eko-etikete sahip restoranlar tüketicinin ilgisini çekmekte ve deneme isteği oluşturmaktadır. |
| | Düşük Kişisel Çaba | Tüketiciler, bireysel olarak aktif bir atık azaltma davranışı göstermediklerini ifade etmektedir. |
| | Tüketim Odaklı Davranış | Öncelik her zaman lezzet, doyum ve deneyimdir; çevresel faktörler ikincildir. |
| | | |

Tüketicilerin neredeyse tamamı, sıfır atık mutfak kavramını hiç duymadığını belirtmiştir. Ya da sadece israf etmeme ve geri dönüşüm olarak düşünülmektedir. Sadece bir katılımcı, sıfır atık mutfak hakkında bir ders aldığını ve daha geniş bir bakışla tanımladığını ifade etmiştir. Bu durum, tüketicilerin sıfır atık mutfak hakkında bilgiye sahip olmadığını göstermektedir. Bu düşük farkındalık, aynı zamanda tüketicilerin restoran seçiminde sürdürülebilirlik unsurlarını ikincil görmelerine de zemin hazırlamaktadır.

“Böyle bir kavram duymadım ama sıfır atıktan yola çıktığımızda sanırım atıkların geri dönüştürülmesi olduğu düşünüyorum.” (T-Katılımcı 2)

“Hiç duymadım. Sanırım israf etmemek.”(T-Katılımcı 4)

“Üniversitedeyken bununla alakalı bir derse girmiştim. Mutfakta oluşan gıda atıklarının yeniden değerlendirilmesi ve bunun sürekliliğinin sağlanması olarak ifade edebilirim.”(T-Katılımcı 6)

Katılımcılara yönetilen 2. soruda çoğu, restoran seçerken atık yönetimi uygulamalarını öncelik olarak görmediğini söylemiştir. Atık yönetiminin katılımcıların tüketim kararında büyük bir rol oynamadığı görülmüştür. Tüketicilerin restoran tercihinde, yemeğin lezzeti ve deneyimin kalitesi ön plana çıkmaktadır. Bu durum, çevresel hassasiyetin tüketici tercihinde ikincil fakat destekleyici bir unsur olduğunu göstermektedir. Ancak lezzet ve servis kalitesi gibi unsurlarda benzer niteliklere sahip 2 farklı restoran kıyaslandığında, tüketiciler tarafından çevresel duyarlılığı yüksek olan işletmenin tercih edilebileceği öngörülmüştür. Bunun yanı sıra katılımcıların atık yönetimi davranışının israf karşıtı dini ve ahlaki değerler kapsamında şekillendiği belirlenmiştir.

"Restoran tercihinde benim için birincil faktör değildir ama iki farklı restoran benzer ürünleri benzer niteliklerde çıkarıyorsa, gıdalarda atık yönetimine dikkat eden restoranı tercih ederim." (T-Katılımcı 1)

"Ben önemserim, dinimiz gereği israfa da çok karşıyım. Bunun bilimsel tarafını bilmiyorum ancak israf olmasın, ziyan olmasın diye bir hassasiyetim var. Eğer öyle bir yer olduğunu bilsem, servis kalitesi, ürünlerin lezzeti vb. unsurlar da güzelse oraya sıklıkla giderim." (T-Katılımcı 3)

"Restoranın niteliği ve ürünlerin lezzeti daha önemli benim için. Buna dikkat etmem." (T-Katılımcı 8)

3. soru kapsamında katılımcıların artan yemeği genellikle paket yaptırdığını ifade etmekle birlikte bu davranışın yemeğin türüne, taşımaya uygunluğuna ve kişisel durumlarına göre değiştiğini belirtmiştir. Bazı tüketiciler artan yemeği hayvanlara verme düşüncesini olumlu karşılamakta, bazıları ise yemeğin değerlendirilmesi konusundaki sorumluluğu tamamen işletmeye bırakmaktadır. Bu sonuçlar, tüketici davranışlarının planlı değil, anlık ve koşullara bağlı geliştiğini ortaya koymaktadır.

"Eğer sevdiğim bir yemekse onu paketletirim ama beğenmediyse alabilirsiniz diyorum. Sonrasında ne yaptıklarıyla ilgilenmiyorum." (T-Katılımcı 5)

"Artan yemekleri çoğu zaman paketlettirim. Ancak bazı zamanlar örnek veriyorum dışarıda bir işim varsa, elimde poşet taşımamak için paketletmediğim de oluyor veya ürün soğuduğunda bana keyif vermeyecekse de paketlettirmem." (T-Katılımcı 1)

"Sevdiğim bir ürünse mutlaka paketlettirim. Ayrıca hayvanlara verebileceğim bir ürün olursa da paket yaptırıp hayvanların ulaşabileceği bir yere bırakırım." (T-Katılımcı 6)

Tüketicilere yönetilen son soru kapsamında, tüketicilerin birçoğu restoranlarda sıfır atık uygulamalarıyla karşılaştığında, işletmeye yönelik olumlu tutumlar besleyeceğini belirtmiştir. Bununla birlikte restoran ziyaret niyetinde birincil faktör olan lezzet ve hizmet kalitesi iyi olan bir restoranda böyle bir uygulamayla karşılaşıldığında, söz konusu işletmeye yönelik ziyaret etme niyetinin ve sadakatın artabileceği görülmüştür. Bu düşünceye göre, tüketiciler için atık yönetimi uygulamaları restoran tercihinde birincil faktör olmasa da, diğer faktörlerle birlikte uygulandığı takdirde müşterinin işletmeye yönelik bağlılığının artmasında önemli bir etkisinin olabileceği öngörülmektedir.

"Güzel bir yer olduğunu düşünürüm, bir de çok duymadığımız bir şey ben Kastamonu'da hiç duymadım açıkçası öyle eko-etiket falan. Dikkatimi çeker." (T-Katılımcı 7)

"Çok mutlu olurum sanırım. Özellikle de sık sık gittiğim bir yerse restorana olan sadakatim artar. Mesela beğenmediğim bir ürün olduğunda içim rahat bir şekilde o ürünü tabakta bırakabilirim. Takdir ederim yani." (T-Katılımcı 6)

SONUÇ, ÖNERİ VE TARTIŞMA

Bu çalışmanın temel amacı, Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinden "Sorumlu Üretim ve Tüketim" kapsamında, Kastamonu Merkez ilçesindeki yöresel gastronomi işletmelerinin ve bu işletmeleri ziyaret eden tüketicilerin "sıfır atık mutfak" konusundaki algılarını ve tutumlarını belirlemektir. Çalışma, sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmada yiyecek ve içecek sektörünün kritik bir odak noktası olduğu gerçeğinden hareketle, gıda israfı ve atık yönetimi süreçlerini hem üretici (işletme sahibi/yönetici) hem de tüketici perspektifinden eş zamanlı olarak incelemeyi hedeflemiştir.

Çalışmada, hem üreticilerin hem de tüketicilerin "sıfır atık mutfak" kavramına dair farkındalıklarının oldukça düşük olduğu bulunmuştur. İşletmeler atık yönetimini sadece geri

dönüşüm veya atık yağ toplama olarak dar bir çerçevede algulamakta; atıkları yönetmek için sistematik yaklaşımlardan ziyade "arta kalan gıdaları hayvanlara verme" şeklindeki geleneksel uygulamalara yönelmektedir. Tüketiciler tarafında, atık yönetimi veya eko-etiketler restoran seçiminde birincil bir faktör olmamasına rağmen (lezzet ve kalite her zaman önde gelmektedir), artan yemekleri paket yaptırma eğiliminin yaygın olduğu ve dini/ahlaki israf hassasiyetinin kişisel tutumları yönlendirdiği saptanmıştır. Ayrıca üreticiler, yerel yönetim desteğinin eksikliğinden dolayı sıfır atık hedefini "imkânsız" görürken; tüketicilerin sıfır atık uygulaması yapan işletmeleri takdir ettiği ve bu tür işletmelere karşı sadakatlerinin artabileceği tespit edilmiştir.

Kastamonu üzerine yapılan bu çalışma, mevcut literatürdeki benzer bulgularla uyumlu bir şekilde ilerlerken, yerel dinamikler açısından da özgün sonuçlar sunmaktadır. Araştırmada, üreticilerin sıfır atık kavramını yalnızca "geri dönüşüm" veya "atık yağ" gibi dar bir perspektiften ele aldıkları saptanmıştır. Bu durum, Pehlivan Yirci'nin (2024) vurguladığı gibi, Türkiye'deki sorumlu üretim çabalarının çoğunlukla mühendislik ve çevre bilimleri üzerine yoğunlaştığını, gastronomi alanındaki farkındalığın ise henüz gelişmekte olduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcıların çoğunun gıda atıklarını hayvanlara vermesi, geleneksel mutfak kültüründe yer alan "israf etmeme" içgüdüsünü göstermektedir. Bununla birlikte, tüketicilerin restoran tercihlerini yaparken sürdürülebilirlik faktörlerine önem vermemesi ve işletmelerden bu yönde bir talebin gelmemesi, literatürde belirtilen "farkındalığın eyleme dönüşmemesi" sorununu göstermektedir (Güngör ve Aydın, 2022). İşletmecilerin "sıfır atık mutfağı" konseptini imkansız olarak değerlendirmesi, hijyen endişeleri ve etkili bir atık toplama sisteminin eksikliği ile bağlantılıdır. Hazarhun ve arkadaşlarının (2020) belirttiği gibi, açık büfe ve yoğun mutfak operasyonlarında hijyen sebebiyle ürünlerin yeniden kullanılamaması hem yasal hem de etik bir engel teşkil etmektedir. Araştırmada öne çıkan en belirgin beklenti, belediye ve devlet kurumlarının bu sürece katılımıdır. Katılımcıların bireysel çabaların yetersiz olduğu yönündeki düşünceleri, ulusal ölçekte etkili politikalar oluşturulmasının gerekliliğini vurgulamaktadır.

Çalışmanın bulguları, tüketicilerin gıda israf etmeme niyeti taşısa da eyleme geçme ve atık yönetimi konusunda yeterli bilgisinin bulunmadığı yönündeki önceki literatür bulgularıyla (Kalfa vd., 2025; Toklu ve Toklu, 2025) benzerlik göstermektedir. Bununla birlikte, literatürdeki çalışmalar ağırlıklı olarak oteller veya sadece tüketiciler üzerinde yoğunlaşırken; bu çalışma odak noktasına yöresel gastronomi işletmelerini alarak ve üretici-tüketici eksenini eş zamanlı inceleyerek literatüre daha bütüncül ve özgün bir bakış açısı sunmuştur. Teorik çerçevede araştırmada önceden tanımlanmış katı bir kuramı tümdengelim yoluyla test etmek yerine, Glaser ve Strauss (2006)'un tümevarım ilkesine dayanan yaklaşımı kullanılarak toplanan verilerden tematik bir analiz üretilmiş ve konuyu açıklayan kategoriler bizzat katılımcıların deneyimlerinden ortaya çıkarılmıştır.

Bu çalışma, uygulamacı konumundaki yöresel restoranlara ve yerel yönetimlere önemli stratejik ipuçları vaat etmektedir. Restoranlar için çıkarılacak temel ders: Tüketicilerin lezzet ve kalite beklentisi karşılandığı takdirde, porsiyon optimizasyonu, artan yemeği paketleme teşviki ve gıdaları barınaklara bağışlama gibi sıfır atık ve sürdürülebilirlik hamlelerinin müşteri memnuniyetini ve marka sadakatini doğrudan artırdığı gerçeğidir. Yerel yönetimler ve kamu kurumları ise, işletmelerin atık yönetimini bireysel çabalarla sifıra indiremeyeceğini görmeli; bölgede atık yağ toplama, geri dönüşüm altyapısı kurma ve eğitim-bilinçlendirme faaliyetlerinde restoranlarla işbirliği yapacak profesyonel mekanizmalar sağlamak için inisiyatif almalıdır.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Çalışma kapsamında Kastamonu'da faaliyet gösteren işletmelerin yöneticileri, işletme sahipleri ve bu işletmelerden hizmet alımı yapan tüketiciler ile gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen

verileri 2025 yılı içerisinde 1 Kasım ve 15 Kasım tarihlerinde toplanmıştır. Bu dönem içerisinde görüşmeler belirlenen gruplar dâhilinde 15 katılımcı ile sınırlandırılmıştır. Katılımcıların Kastamonu'da ikamet ediyor olmasına özellikle dikkat edilmiştir. Bu sınırlılıklardan hareketle, gelecek araştırmalar için öncelikle çalışma evreninin Kastamonu sınırları dışına, farklı illere veya turizm potansiyeli daha yüksek sahil bölgelerine genişletilerek karşılaştırmalı çalışmalar yapılması önerilmektedir. Ayrıca, katılımcı sınırlandırmasının "bölgede ikamet edenler" ile kısıtlanması yerine, bölgeyi dışarıdan ziyaret eden turistlerin yöresel işletmelerdeki israf tutumlarını inceleyen yeni araştırmalar tasarlanabilir. Nitel veri analizine ek olarak, anket destekli nicel yöntemler kullanılarak daha geniş kitlelerin atık yönetimi uygulamalarına verecekleri marka sadakati tepkisi istatistiksel olarak ölçülebilir. Son olarak, yerel belediyelerin destek programlarına dâhil olduğu restoranların israfı önleme performanslarını inceleyen deneysel araştırma modelleri kurgulanabilir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluşun destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Türk Turizm Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: Kastamonu Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmalar Yayın Etik Kurulundan 06.11.2025 tarih ve 8 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

KAYNAKÇA

Altıparmak, E. (2023). Bilinçli Farkındalığın Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisinde Gönüllü Sade Yaşam Davranışları ve Gelecek Kaygısının Rol. *Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*.

Apak, Ö., ve Gürbüz, A. (2022). Sürdürülebilir Restoran İşletmeciliği Uygulamaları Üzerine Bir İçerik Analizi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 194-209. doi:<https://doi.org/10.32572/guntad.1002109>

Arslan, E. (2022). Nitel Araştırmalarda Geçerlilik ve Güvenilirlik. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(51), 395-407.

Avşar, Y. (2024). Atık yönetimi Stratejisi Olarak "Sıfır Atık Projesi" ve Türkiye'deki Uygulama Örnekleri. *Türk Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 82-93.

Aydın, B., ve Yılmaz, M. (2024). Etik Kavramlar Çerçevesinde Gastronomi, Gıda ve Beslenme. Y. Oğan içinde, *Gastronomi Alanında Tematik Araştırmalar III* (s. 8-21). İstanbul: Çizgi Kitabevi.

Baltacı, A. (2018). Nitel Araştırmalarda Örneklem Yöntemleri ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 231-274.

Baltacı, A. (2019). Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır? *Ahi Evren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 268-388.

Bektaş, Ş. (2022) *T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı. Sıfır Atık*: file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/1.1.%20%C4%B0%C5%9Fletmeler%20%C4%B0%C3%A7in%20S%C4%B1f%C4%B1r%20At%C4%B1k%20Uygulamalar%C4%B1.pdf [Erişim Tarihi: 07.10.2025]

- 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.
- Bozdoğan, R. (2005). Sürdürülebilir Gelişme Düşüncesinin Tarihsel Arka Planı. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, (50), 1011-1028.
- Davras, G. M. (2025). Gıda İsrafını Önleme Motivasyonlarının Bireylerin Kişilik Özelliklerine Göre Değerlendirilmesi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 24(3), 1465-1480. doi:<https://doi.org/10.21547/jss.1627410>
- Denzin , N., and Lincoln, Y. (2008). Introduction: The Discipline and Practice of Qualitative Research. N. K. Denzin, & Y. S. Lincoln içinde, *Strategies of Qualitative Inquiry* (3 b., s. 1-43). Strategies of qualitative inquiry.
- Erol, İ., ve Sırıken, B. (2024). Gıda Kayıp ve İsrafının Küresel Boyutları ve Etkileri. İ. Erol, ve K. Şahin içinde, *Gıda, Su Kaybı ve İsrafı* (s. 15-38). Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi.
- Eves, A., Pereira-Doel, P., and Cumper, V. (2026). Calorie Labes on Restaurant Menus: What do Consumers See, Think and Decide? Eye-Tracking and Interview Insights. *International Journal of Hospitality Management*, 133, 1-13. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2025.104475>
- Filimonau, V., and De Coteau, D. (2019). Food Waste Management in hospitality operations: A critical review. *Tourism Management*, 71(2), 234-245.
- Garrone, P., Melacini, M., Peregò, A., and Pollo, M. (2014). Opening the black box of food waste reduction. *Food Policy*, (46), 129-139.
- Glaser, B., and Strauss, A. (2006). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. London: Aldine Transaction.
- Gündüzalp, A., ve Güven, S. (2016). Atık, Çeşitleri, Atık Yönetimi, Geri Dönüşüm ve Tüketici: Çankaya Belediyesi ve Semt Tüketicileri Örneği. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*, 9(1), 1-19.
- Gürbüz, S., ve Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Felsefe- Yöntem- Analiz*. Ankara: Seçkin Akademik ve Mesleki Yayınlar.
- Hazarhun, E., Çetinsoz, B., ve Gündoğdu, O. (2020). Her Şey Dahil Sistemde Çalışan Mutfak Şeflerinin Sıfır Atık Uygulamalarına Bakış Açılıarı: Beş Yıldızlı Her Şey Dahil Sistem Otel Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, (4), 581-600. doi: 10.21325/jotags.2020.706
- <https://impact.economist.com>. *Food Sustainability Index: Interactive World Map*. The Economist: <https://impact.economist.com/projects/foodsustainability/interactive-world-map/> [Erişim Tarihi: 07.10.2025]
- Huang, C.-H., and Tseng, H.-Y. (2020). An Explatory Study of Consumer Food Waste Attitudes, Social Norms, Behavioral Intentions and Restaurant Plate Waste Behaviors in Taiwan. *Sustainability*, 12(22), 1-18.
- Kalfa, V., Yılmaz, V., ve Gündüz, H. (2025). Gıda Atıklarının Azaltılmasına Yönelik Tutum ve Davranışların Araştırılması. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 9(2), 374-391. doi:10.29023/alanyaakademik.1523444
- Kemer, E. (2025). Zero-waste Approach with Circular Economy Model. M. Arora, A. Sharma, & C.-J. Su içinde, *Sustainable Tourism: Entrepreneurship Case Studies and Narratives* (s. 67-85). Leeds, İngiltere: Emerald Publishing.

- Kızanlıklılı , M., Tuna Arslan, P., ve Baktıbek Kızı, M. (2025). Otel İşletmelerinde Gıda İsrafi Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 641-661.
- Kolk, A. (2004). A Decade of Sustainability Reporting: Developments and Significance. *Int. J. Environment and Sustainable Development*, 3(1), 51-65. doi:10.1504/IJESD.2004.004688
- Köklü, N. (2019). Örnek Olay Çalışma Metodları. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 27(2), 771-779.
- kureselamaclar.org. (2025). 12 Sorumlu Üretim ve Tüketim: Sürdürülebilir üretim ve tüketim kalıplarını sağlamak. Sürdürülebilir Kalkınma İçin Küresel Amaçlar: <https://www.kureselamaclar.org/amaclar/sorumlu-uretim-tuketim/#:~:text=12,tedarik%20zincirlerindeki%20g%C4%B1da%20kay%C4%B1plar%C4%B1n%C4%B1n%20azalt%C4%B1lmas%C4%B1> [Erişim Tarihi: 07.10.2025]
- Michelin Guide. <https://guide.michelin.com/tr/tr/greater-london/london/restaurant/silo-1183942> [Erişim Tarihi: 07.10.2025]
- Miles, B., and Jozefowicz-Simbeni, D. (2010). Naturalistic Inquiry. B. Thyer içinde, *The Handbook of Social Work Research Methods* (s. 722-745). Sage.
- Misik, T., and Nagy , Z. (2025). Sustainability and Innovation in Hospitality Management: Green Practices in Northeastern Hungary. *Sustainability*, 17(13), 1-13. doi:<https://doi.org/10.3390/su17136185>
- Mrusek, N., Ottenbacher, M., and Harrington, R. (2021). The Impact of Sustainability and Leadership on the Innovation Management of Michelin-Starred Chefs. *Sustainability*, 14(1), 1-21.
- Munir, K. (2024). Sustainable Food Waste Management Strategies in Restaurants: A transition to a Circular Economy. *Research Square*, 42, 1-22.
- Öztürk, B. (2024). A Systematic Literature Review on Sustainable Restaurants: The Case of Turkey. *Interational Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 14(1), 317-348. doi:10.5281/zenodo.13932031
- Patton, M. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.
- Pehlivan Yirci, N. (2024). Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi Sorumlu Tüketim ve Üretim Literatürünün Görselleştirilmesine Dair Bibliyometrik Analiz. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 59(3), 1613-1644.
- Pirani, S., and Arafat, H. (2016). Reduciton of food waste generation in the hospitality industry. *Journal of Cleaner Production*, 132, 129-145.
- Sandelowski, M. (1986). The Problem of Rigor in Qualitative Research. *Advances in Nursing Science*, 8(3), 27-37.
- Schubert, F., Solnet, D., and Kralj, A. (2010). Exploring Consumer Perceptions of Green Restaurants in US. *Tourism and Hospitality Research*, 10(4), 266-300.
- Silvennoinen, K., Heikkilä, L., Katajajuuri, J.-M., and Reinikainen, A. (2015). Food waste volume and origin: Case studies Finnish food servis sector. *Waste Management*, 46, 140-145.
- Tavuş, İ., ve Kurnaz , A. (2025). Yiyecek İşletmelerinde Atıkız Mutfağın Değerlendirilmesi: İstanbul İli Örneği. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 8(3), 965-977.
- Toklu, A., ve Toklu, İ. (2025). Antecedents and Consequences of Consumers' Behavioural Intention toward Food Waste: The Theory of Planned Behaviour Approach. *Turkish Journal of*

Agriculture- Food Science and Technology, 13(6), 1486-1497.
doi:<https://doi.org/10.24925/turjaf.v13i6.1486-1497.7544>

UNEP. (2024). *Food Waste Index Reports*. Nairobi: United Nations Environment Programme.

Van Der Werf, P., and Gilliland, J. (2017). A Systematic Review of food Losses and Food Waste Generation in Developed Countries. *Waste and Resource Management*, 170(2), 1-12.

Vann Yaroson, E., Chowdhury, S., Mangla, S., Dey, P., Chan, F., and Roux, M. (2024). A Systematic Literature Review Exploring and Linking Circular Economy and Sustainable Development Goals in the Past Three Decades. *International Journal of Production Research*, 62(4), 1399-1433.

www.gidahatti.com. *Her Şey Dahil Otellerde Korkunç İsrâf*. gidahatti: tarladan sofraya takipteyiz: <https://www.gidahatti.com/haber/11556028/her-sey-dahil-otellerde-korkunc-israf> [Erişim Tarihi: 07.10.2025]

www.worldbank.org. *Chapter 1/ Background and Context*. IEG: World Bank Group: <https://www.worldbank.org/ext/en/home> [Erişim Tarihi: 07.10.2025]

Yiğit, Y., ve Ay Yiğit, E. (2023). Gastronomi Alanında Gıda Atık Yönetimi ve Türkiye Açısından Önemi. *Turan: Stratejik Araştırmalar Merkezi*, 15(59), 223-230.