

Yeşil Restoran Uygulamaları Üzerine Nitel Bir Araştırma: İstanbul Örneği

İrfan YAZICIOĞLU^a, Ayla AYDIN^a

^aGazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

Anahtar Kelimeler

Yeşil restoran uygulamaları,
Maliyet kaygısı,
Sosyal baskı ve müşteri talebi,
İstanbul,
Nitel araştırma

Özet

Bu çalışmanın amacı ülkemizde yeşil restoran uygulamalarına ilişkin ‘yeşil nesil restoran proje’ ortakları ve üyelerinin algılarını belirlemek üzere sürece ilişkin görüşlerinin, motivasyon kaynaklarının, süreç kapsamında gerçekleştirdikleri uygulamaların ve karşılaştıkları engellerin saptanmasıdır. Araştırmada ‘yeşil nesil restoran hareketine’ ilişkin daha kapsamlı verilere ulaşabilmek amacı ile nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. İstanbul’da ‘yeşil nesil restoran’ proje ortağı olan 12 kişi ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiş ve elde edilen veriler içerik analizine tabii tutulmuştur. Yeşil nesil restoran hareketi ve uygulamaları ile ilgili altı ana kategori (yeşil restoran uygulamaları, maliyet kaygısı, sosyal baskı ve müşteri talebi, çevreci tedarik zincirleri, yeşil restoran politikalarının oluşturulması ve sosyal sorumluluk, çevreci müşteri) belirlenmiştir. Verilerin analizi sonucunda elde edilen başlıca bulgular ‘yeşil nesil restoran hareketi’ kapsamında gerçekleştirilen çevreci uygulamaların (enerji tasarrufu, su tasarrufu, atık yönetimi, kimyasal ve kirlilik azaltımı, sürdürülebilir gıda, sürdürülebilir yapı tasarımı, eğitim ve iletişim) restoranın yapısı, ihtiyaçları ve gereklilikleri doğrultusunda değişim gösterebileceği, restoranların yeşil uygulamaları benimsemelerini zorlaştıran en büyük engelin maliyet kaygısı olduğu, motivasyon unsuru olarak değerlendirilebilecek sosyal baskı ve müşteri talebinin ülkede henüz oluşmadığı, bu bilincin geliştirilmesinde en önemli unsurun müşterilerin eğitimi olduğudur.

A Qualitative Study on Green Restaurant Practises: The Case of Istanbul

Keywords

Green practises,
Cost concern,
Social pressure and customer demand,
Istanbul,
Qualitative research

Abstract

This study explores ‘green generation movement’ partners and member’s views, experiences, source of motivations and barriers they met when implementing green practices in order to understand their perceptions regarding with process. A qualitative research approach was adopted in order to collect comprehensive information about green practises. Semi-structured interviews with 12 green generation movements partners and members from restaurants operating in İstanbul were conducted and the data were content analysed. Resarch findings revealed that five main categories (green practices of restaurants, cost concern, social pressure and consumer demand, sustainable supply chair, formulation of policies green resurants and social responsibility and green consumers) exist in relation to green practises. Following the data analyzed, the results showed that there are six main areas in which restaurants in İstanbul implemented green practises. These are energy conservation, water saving, waste management, using local food and organic vegetables, green design, reduce of chemical using and polition, education and communication) can change according to structure, necessities and requirements of restaurants. The most important barrier about restauratuers investing environmentally friendly products is cost concern. There isnt a social pressure and customer demand in Turkey and also education effect development of environmental consciousness to a large extent.

*Sorumlu Yazar: Ayla AYDIN, aylaaydin@gazi.edu.tr

GİRİŞ

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde endüstrileşme ile birlikte ortaya çıkan çevre problemleri birçok sektörde işletmelerin çevreye en az zarar verecek uygulamaları geliştirmelerini ve bu bağlamda en uygun stratejik yöntemleri benimsemelerini zorunlu kılmaktadır. Özellikle tüketicilerin artan çevre bilinci ve sürdürülebilirlik kavramının toplumsal ve politik düzeyde giderek önem kazanıyor oluşu aynı zamanda bir rekabet unsuru olarak işletmeleri çevre yanlısı politikalar izlemeye yönlendirmektedir. Yiyecek içecek sektöründe ise yeşil uygulamaların geliştirilmesi restoranların özellikle maliyet yönetimleri, pazar rekabetleri ve çevreyi korumaya yönelik faaliyetlerine ilişkin büyük bir güç unsuru olarak görülmektedir. Yeşil restoranlar literatürde ‘çevre dostu ve enerji verimliliğinin korunmasına öncelik veren işletmeler’ olarak tanımlanmaktadır. Türkiye’de henüz yeşil restoran uygulamalarını benimseyen işletmelere ‘yeşil nesil restoran hareketi’ kapsamında gösterilebilecek birkaç örnek işletme dışında rastlanmamaktadır. Fakat dışarıda yemek yeme davranışının Türkiye’de yaygınlaşıyor olması tüketiciler için restoran seçimini giderek önemli kılmaktadır. Çevre bilinci ve duyarlılığı ile hareket eden müşterilerin ise restoranlardan da bu yönde hizmet talebinde bulunmaları beklenmektedir.

Bu doğrultuda çalışmanın amacı Türkiye’de yeşil uygulamaları benimseyen restoran sayısının artacağını öngörerek ülkemizde yeşil restoran uygulamalarına ilişkin ‘yeşil nesil restoran proje’ ortakları ve üyelerinin algılarını belirlemek üzere sürece ilişkin görüşlerinin, motivasyon kaynaklarının, süreç kapsamında gerçekleştirdikleri uygulamaların ve karşılaştıkları engellerin saptanmasıdır. Yeşil Restoran kavramı ve uygulamaları üzerine ülkemizde gerçekleştirilen araştırmalarda (Sünnetçioğlu ve Yılmaz, 2015; Çetinoğlu, Mesci ve Mesci, 2017) farklı bölgelerde yeşil restoran sertifikasına sahip olmayan restoran yönetici ve sahiplerinin sürdürülebilir restoran işletmeciliği kavramına yaklaşımları belirlenmeye çalışılmıştır. Fakat yeşil uygulamaları benimseyen işletmelere ilişkin Kurnaz ve Özdoğan (2017) tarafından gerçekleştirilen yeşil restoranların sunduğu hizmetin ölçümüne yönelik çalışma dışında herhangi bir çalışma yapılmamıştır. Bu anlamda sektörde ve literatürde yeşil restoran kavramına dair var olan boşluğa işaret ederek farkındalık oluşturabilmek ve yeşil restoran uygulamalarına neden ihtiyaç duyulduğu, Türkiye’de bu uygulamaları gerçekleştiren

restoranların ne tür problemlerle karşılaşabileceklerinin ve bu uygulamaların restoranlara ne gibi avantajlar sağlayacağını işaret edilmesi bu çalışmanın önemini oluşturmaktadır.

ALANYAZIN TARAMASI

Küresel ısınma ve iklim değişikliği konusunda mücadeleyi sağlamaya yönelik 2005 Kyoto Protokolü bildiriminden bu yana kurumsal politikaların oluşturulmasında ve yönetiminde sürdürülebilir gelişme dünya genelinde önemli bir ilke olarak benimsenmektedir. Hizmet sektörü hızlı bir biçimde gelişirken çevre ve iklim üzerinde yarattığı olumsuz etkilerle de yüzleşmek zorundadır (Chau vd., 2012). Pasific Gas & Electric's Food Service Technology merkezine göre restoranlar hizmet sektörünün en büyük enerji kullanıcılarıdır. Restoranlar herhangi bir ticari binanın kullandığı enerjinin beş kat fazlasını kullanmaktadırlar. EPA karbon değerlerine göre bir restoran bir yıl içerisinde 490 ton karbondioksit üretmektedir (Horovits, 2008). Bunun dışında ortalama bir restoran işletmesi yılda 300.000 galon su harcamaktadır (galon ölçü birimi ABD de kullanılan 4.55 litreye tekabül etmekte). Bu oranın yaklaşık %35'i yiyeceğin hazırlanma aşamasında kullanılırken %28'i soğutma,%28'i sanitasyon (temizlik işleri, sıhhi tesisat, sağlık önlemleri) %6 sı dondurma %13 ü ise diğer işlemler için kullanılmaktadır. En büyük kaygı su kullanımının azaltılmasına ilişkindir. Bugün birçok işletmenin su kullanımının azaltılmasına ilişkin kullandığı program 'Water Upon Request' olarak adlandırılmaktadır ki bu program suyun ihtiyaç dışında kullanılmasını engeller (Cordano vd., 2000). Aynı durum atık üretimine ilişkin de söz konusudur. Her yıl restoranlar 50.000 ton çöp üretmektedir. Bu miktarın yaklaşık %95'i geri dönüştürülebilir ya da gübreleştirilebilir. Sürdürülebilir olmayan bu uygulamalar tıka basa dolu çöp sahalarına, hava kirliliğine ve uzun vadede ekonomik kayba neden olmaktadır (GRA, 2002).

Dolayısı ile çevre üzerine olumsuz etkileri ülke ekonomisi üzerindeki olumlu katkıları ile kıyaslandığında yiyecek içecek sektörünün dünyada en az sürdürülebilir sektörlerden birisi olduğu söylenilebilir. Bu doğrultuda restoran işletmelerinin çevrede oluşturdukları bütün bu olumsuz etkileri belli ölçüde azaltabilmek ve dengede tutabilmek için yeşil uygulamaların restoran endüstrisinde yaygınlaştırılması ve gerçekleştirilmesi neredeyse bir zorunluluktur.

Davis ve Konisky (2000) yiyecek-içecek sektörünün çevreye olan etkilerinin üç farklı biçimde gerçekleştiğini ileri sürmektedir; direkt etkiler (enerji tüketimi, katı atık tüketimi,

havagazı emilimi, su emisyonu, gıda güvenliği-besin kaynaklı hastalıklar, soğutucular), üst çevresel etkiler (hava kirliliği, topraktaki böcek ilacı ve tarım ilacı kalıntıları), alt çevresel etkiler (tek kullanımlık yemek takımlarının çokça tercih edilmesi, poşet-torba kullanımı). Priego ve Palocios (2008) ise yiyecek içecek işletmelerinde yeşil uygulamaların denetimine yönelik çevresel konuları ve sosyal konuları içeren enerji yönetimi, su kullanımı yönetimi, atık yönetimi, kimyasal kullanımı, satın alma davranışları, biyo çeşitliliğin ve doğal kaynakların kullanılmasına dair katkı, toplumsal gelişime katkı olmak üzere yedi farklı kriter belirlemiştir. Öte yandan Weinstein (1994) çevre dostu yiyecek hizmeti uygulamalarının aynı zamanda tasarım ve yapı projelerini (dış ve iç mimari), kaynak kullanımının azaltımını, geri dönüşüm programlarının kullanımını, atık denetimini kapsayan yönetim sistemleri ve hizmetlerden oluştuğunu öne sürmektedir. Türkiye’de henüz yeşil uygulamaları tam anlamı ile benimseyen ve gerçekleştiren restoranların sayısı çok az olmakla birlikte dünyada gönüllü olarak bu uygulamaları gerçekleştiren restoranlar gitgide artmaktadır.

Yeşil uygulamalara dair tüm bu çabalar aslında tek bir amaca ulaşmak içindir; sıfır israf (Mills, 2008). Türkiye’de günde 1.223 ton (yılda 447 bin), yani 4,9 milyon adet (yılda 1,79 milyar) ekmek israf edilmekte ve yılda 2,4 milyon sebze, 880 bin ton meyveyi de çöpe atılmaktadır. Türkiye’nin toplam ekin, hayvan ve balık tedarikinin %53’ü hasat sonrasında henüz tüketiciye ulaşmadan kayıp olur iken meyve ve sebzenin %10’u halde, %15’i markette, %15’i de evlerde çöpe gitmektedir. Yeme-içme sektöründe yıllık 325 bin ton gıda atığı ortaya çıkmaktadır. Türkiye İsrافی Önleme Vakfı’nın verilerine göre toplam gıda israfının ekonomik karşılığı yıllık 214 milyar liradır (<http://ekoIQ.com/bizim-buyuk-israfimiz/>). Bu doğrultuda 2015 yılında hayata geçirilen yeşil nesil restoran hareketinin Türkiye adına önemli bir başlangıç teşkil ettiği söylenilebilir. Yeşil nesil restoran hareketi Wwf (World Wide Fund for Nature) Dünya Doğal Yaşamı Koruma Vakfı ve Boğaziçi Üniversitesi tarafından TÜRYAD belediyesi işbirliği ve Unilever Food Solution desteğiyle hayata geçirilen yiyecek içecek sektöründe öncelikli olarak atığı ve karbon ayak izini azaltmaya yönelik uygulamaları gerçekleştirilmek üzere oluşturulmuş bir sertifikalandırma sistemidir. Proje kapsamında sürdürülebilir olmayı destekleyen restoranlar denetlenerek kriterleri karşılamaları halinde ‘yeşil nesil restoran olmaya’ hak kazanmaktadır. Yeşil Nesil Restoran hareketi içerisinde bir restoranın sertifika alabilmesi için 95 kriteri yerine getirmesi gerekmektedir. Bu kriterler enerji tasarrufu, su tasarrufu,

atık yönetimi, kimyasal ve kirlilik azalımı, sürdürülebilir gıda kullanımı, sürdürülebilir yapı tasarımı, bina ve sürdürülebilir mobilya, iletişim ve eğitim olmak üzere yedi ana başlık altında toplanmıştır. Uygulamalar restoranların hangi bölümlerinde, hangi noktalarda değişiklik yapmaya ihtiyaç duyulduğuna göre farklılık göstermektedir. Bunun için proje ortakları tarafından önce restoranlara gidilerek restoranların tüketim alışkanlıklarına ilişkin bir durum tespiti yapılmaktadır. Bununla birlikte hangi noktalarda nasıl iyileştirmeler yapılacağına oluşturulmuş bir değerlendirme formu doğrultusunda karar verilmektedir. Örneğin bu uygulama atık kullanımını azaltmak için bir restoranda tek kullanımlık bardak altlıklarını, Amerikan servislerini kaldırmak olurken bir diğer restoranda kompost makinası koyup atıkları kompost yapmak olmaktadır. Bir başka restoranda ise opsiyonlu garnitür seçimi uygulamasına başlanmaktadır. Restoranlara bu doğrultuda belirli bir süre içerisinde eğitim verilmekte ve yapılan denetimi geçerlerse restoranlar sertifika almaya hak kazanmaktadırlar. Fakat süreç bununla sonlanmamakta her sene yeni iyileştirmeler yapılması istenilmekte ve restoranlar için ulaşılması gereken yeni hedefler belirlenmektedir. Bu bağlamda çalışma yeşil restoran uygulamalarına neden ihtiyaç duyulduğuna ve yeşil restoran uygulamalarının yaygınlaşması gerekliliğine işaret ederek, Türkiye’de bu uygulamaları gerçekleştiren restoranların ne tür problemlerle karşılaşabileceklerinin, motivasyon kaynaklarının nasıl oluşturulabileceğinin ve bu uygulamaların restoranlara ne gibi avantajlar sağlayacağına işaret edilmesi açısından önemlidir.

YÖNTEM

Yeşil nesil restoran uygulamalarının Türkiye’de sınırlı sayıda restoran tarafından benimsenmesi konunun nicel araştırma yaklaşımı çerçevesinde ele alınmasını zorlaştırmaktadır. Türkiye’de yeşil uygulamalar konusunda yeterli sayıda araştırmanın yapılmamış olması ise katılımcılardan gelen derinlemesine bilgiye daha fazla ihtiyaç olduğuna işaret etmektedir. Yeşil Nesil Restoran Hareketi kapsamında İstanbul’da gerçekleştirilen uygulamalara ilişkin ilgili kişilerle yapılan görüşmeler doğrultusunda daha zengin bir veri kaynağına ulaşılabileceği ve bu yaklaşımın konunun doğru bir biçimde kavramsallaştırılmasına yardımcı olacağı düşünülmüştür. Bu nedenle çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Araştırmada ülkemizde yeşil restoran uygulamalarına ilişkin ‘yeşil nesil restoran proje’ ortakları ve üyelerinin algılarını belirlemek üzere sürece ilişkin görüşlerinin, motivasyon kaynaklarının, süreç kapsamında

gerçekleştirdikleri uygulamaların ve karşılaştıkları engellerin saptanması amaçlanmaktadır. Bu amaca uygun olarak nitel araştırma desenlerinden durum çalışması deseni kullanılmıştır. Creswell (2013)'e göre durum çalışması araştırması, araştırmacının gerçek yaşam, güncel sınırlı bir sistem (bir durum) ya da belli bir zaman içerisindeki çoklu sınırlandırılmış sistemler (durumlar) hakkında çoklu bilgi kaynakları (örn; gözlemler, mülakatlar, görsel-işitsel materyaller ve dökümanlar ve raporlar) aracılığıyla detaylı ve derinlemesine bilgi topladığı, bir durum betimlemesi ya da durum temaları ortaya koyduğu nitel bir yaklaşımdır. Durum çalışmasındaki analiz birimi birden fazla durum (çok mekanlı çalışma) ya da tek bir durum (tek mekanlı çalışma) olabilir. Bu bağlamda bu araştırmada durum çalışma desenlerinden tekli bütüncül durum çalışması deseni kullanılmıştır. Bütüncül tek durum desenlerinde, isminden de anlaşılacağı gibi, tek bir analiz birimi (bir birey, bir kurum, bir program, bir okul, vb.) vardır (Şimşek, Yıldırım, 2008). Bu araştırmada da yeşil restoran kavramı yeşil nesil restoran hareketi kapsamında gerçekleştirilen uygulamalar doğrultusunda anlaşılmaya ve açıklanılmaya çalışılmıştır. İlgili durum bütüncül ve tek bir durum olarak ele alınmıştır.

ÖRNEKLEM VE GÖRÜŞMELER

Araştırmanın çalışma evrenini yeşil nesil restoran hareketi kapsamında belirli bir sertifikalandırma sistemi çerçevesinde istenilen kriterleri karşılamak koşulu ile 'yeşil nesil restoran' olmaya hak kazanmış restoranlar oluşturmaktadır. Nitel araştırmalarda amaçlı örnekleme yöntemleri nicel yaklaşımda önerilen olasılıklı olmayan örnekleme yöntemine karşılık gelmektedir (Patton, 2015). Patton'a (2015) göre araştırmada tipik durum örnekleme, kritik durum örnekleme, benzeşik örnekleme, kartopu örnekleme, aşırı veya aykırı durum örnekleme gibi farklı örnekleme stratejileri içeren amaçlı örnekleme yöntemlerinden hangisinin seçileceği araştırma sorusuna ve araştırma desenine bağlı kalınarak alınması gereken bir karardır. Bu doğrultuda araştırmada amaçlı örnekleme yöntemlerinden tipik durum örnekleme seçilmiştir. Tipik durum örnekleme yeni bir uygulama ya da bir yeniliğin konu alındığı çalışmalarda söz konusu yeniliğin olduğu bir dizi durum arasından en tipik olan bir veya birkaç tanesine yönelinerek çalışılabileceğini ifade etmektedir (Yıldırım ve Şimşek , 2013). Bu nedenle ülkemizde 'yeşil restoran' sertifikasını almaya hak kazanmış restoranlardan İstanbul'da faaliyet gösteren altı restoran seçilerek çalışmaya katılmayı kabul eden 12 restoran sahibi ve yöneticisi ve yeşil nesil restoran proje ortakları örnekleme dâhil edilmiştir. Görüşülen her

bir kişiden alınan izin ile görüşmeler ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır. Görüşmeler ortalama olarak 40 dakika sürmüştür.

Tablo 1'deki bilgilere göre araştırmanın örnekleminde yer alan katılımcıların üçü kadın, dokuzu erkektir, yaşları 28 ile 48 arasında değişmektedir. Katılımcıların üçü lise, dokuzu üniversite mezunudur. İş deneyimlerinin süresi ise 4 ile 21 yıl arasındadır.

Tablo 1

Katılımcı No	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu	Toplam İş Deneyimi
K1	Kadın	45	Üniversite	21
K2	Kadın	44	Üniversite	22
K3	Erkek	41	Üniversite	15
K4	Erkek	38	Üniversite	14
K5	Kadın	41	Üniversite	18
K6	Erkek	37	Üniversite	15
K7	Erkek	28	Üniversite	4
K8	Erkek	31	Lise	18
K9	Erkek	36	Üniversite	15
K10	Erkek	43	Lise	16
K11	Erkek	48	Lise	20
K12	Erkek	32	Üniversite	10

ANALİZ

Nitel araştırmada veri analizi, verilerin (analiz için) hazırlanması, organizasyonu, kodlaması, kodların bir araya getirilmesi, temaların oluşturulması ve son olarak veriyi şekiller, tablolar veya bir tartışma halinde sunmayı içermektedir (Creswell, 2013). Strauss ve Corbin (1990) betimsel analiz ve içerik analizi olmak üzere iki veri analiz süreci öne sürmüştür. Betimsel analiz, içerik analizine göre daha yüzeyseldir ve daha çok

araştırmanın kavramsal yapısının önceden açık biçimde belirlendiği araştırmalarda kullanılır. İçerik analizi, toplanan verilerin derinlemesine analiz edilmesini gerektirir ve önceden belirgin olmayan temaların ve boyutların ortaya çıkarılmasına olanak tanır. Yeşil restoran uygulamalarına ilişkin sınırlı sayıda çalışmanın varlığı bu çalışmada da araştırmanın kavramsal yapısının önceden açık bir biçimde yapılandırılmasını zorlaştırmaktadır. Bu nedenle bu çalışmada da verilerin analizine ilişkin betimsel analiz yerine içerik analizi tercih edilmiştir. Görüşmeler yolu ile toplanan veriler içerik analizine tabi tutulmak üzere deşifre edilerek kâğıda dökülmüştür. İçerik analizinde kodlama, kategorileri belirleme, kategorileri isimlendirme ve kategorilere ilişkin özellikleri tanımlama işlemleri gerçekleştirilmiştir. İki araştırmacı tarafından metinler okunmuş daha sonra bir kod şeması oluşturulmuştur ve metinlerdeki içerikler ilgili kodlara yerleştirilmiştir. Kodlamalardan sonra kategoriler oluşturulmuştur.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu araştırma ile ilgili bilgiler Tablo 2’de sunulmaktadır. Tabloda gösterildiği üzere örneklem dâhilinde görüşülen restoranlar kapsamında ‘yeşil nesil restoran hareketi’ altı ana kategori ve on alt kategoriden oluşmaktadır. Tablo 2’de her bir ana kategori alt kategorileriyle birlikte ve ilgili alıntılara da yer verilerek açıklanmaktadır. Fakat açıklamalar kategorilerde yer alan kavramlara ilişkin literatürde yer alan biçimsel tanımlar değil restoran sahibi, yöneticisi ve proje ortaklarının görüşlerini yansıtmaktadır.

Literatür kapsamında restoranlardaki yeşil uygulamalar farklı bölümlendirmeler yapılarak ele alınmıştır. Örneğin Namkung ve Soo Cheong (2013) çalışmalarında restoran çeşitlerine göre çevreci uygulamaları gıda odaklı çevreci uygulamalar ve çevre odaklı çevreci uygulamalar olmak üzere iki sınıfta incelemiştir. Gıda odaklı çevreci uygulamalarda restoranlar menülerinde daha çok organik ve yerel ürünlere yer veriyor iken çevre odaklı çevreci uygulamalarda restoranlar genellikle, geri dönüşümlü ürünler kullanmakta, enerji tüketimini azaltan uygulamalara başvurmaktadır. Yeşil Nesil Restoran hareketi kapsamında ise sürdürülebilir olmayı destekleyen restoranlardan karşılamaları beklenen kriterler ‘yeşil restoran uygulamaları’ teması adı altında ele alınan enerji tasarrufu, su tasarrufu, atık yönetimi, kimyasal ve toksik içermeyen maddelerin kullanımı, sürdürülebilir gıda kullanımı, sürdürülebilir yapı tasarımı, eğitim ve iletişim uygulamalarından oluşmaktadır.

Enerji tasarrufu ve korunumu restoranlarda gerçekleştirilen yeşil uygulamalar kapsamında oluşturulan ilkelerin en önemlisidir. Bu ilke restoranlarda ışıklandırma, ısıtma, teçhizat ve donanımın kullanımında kısıtlamaya gitmeden enerji tasarrufu sağlayan uygulamalara işaret etmektedir. Amaç restoranların kullanmaya ihtiyaç duydukları enerjinin tasarrufudur. Bunun için restoranlar hangi noktalarda değişiklik yapmaya gereklilik duyuyorlarsa restoranın o bölümünde uygulamaya gidilebilir. Çünkü her restoran kendisine mahsus özelliklere sahiptir ve her restoranın enerji tasarrufuna dair üstesinden gelmek zorunda olduğu problemler birbirinden farklılık göstermektedir (GRA, 2002).

Örneğin K3 kodlu katılımcı enerji tasarrufu adına güneş panelleri kullanırken, K7 kodlu katılımcı ise bahçe aydınlatmasında rüzgar ve güneşle çalışan lambalardan kullanmaktadır.

“Güneş panellerimiz var. Elektrüğimizin bir kısmını kendimiz üretmeye başladık biz. Ama bizim aslında restoranlardan beklentimiz davranış değişikliği, herhangi bir yatırım değil. ”

“Girişte bir tane lambamız var ... hem rüzgar hem güneşle çalışıyor. Akşam o aydınlatıyor restoranımızın girişini. Bunlar tabii küçük küçük adımlar ama önemli adımlar”

K8 kodlu katılımcı ise restoranın farklı yerlerinde farklı enerji tasarrufu sağlayan ekipmanlar kullandıklarına işaret etmektedir.

“ Restoranlarda pişirmede çok fazla enerji kullanılmaktadır. Ve tabii temizlemede... çünkü neredeyse enerjinin %80'i pişirme için, ısıtma için ya da su ısıtmak için kullanılmaktadır. Bunun için de aydınlatma, ısıtma, havalandırma, klima, yemek servis aletleri, ofis ekipmanlarında enerji tasarruflu teknolojileri tercih ediyoruz artık.”

Yeşil restoran uygulamaları ana kategorisi altında yer alan su tasarrufu alt temasının amacı ise basittir; su yenilenebilir bir kaynak olarak yeniden tedarik edilebilir olma özelliğinden dolayı daha hızlı tüketilmektedir. Ve özellikle restoranlar yeryüzündeki suyun adil hisse dağılımına göre paylarına düşenden çok daha fazlasını kullanmaktadırlar. Bu nedenle restoranların duyulan ihtiyacın dışında su kullanımından kaçınmaları

gerekmektedir. Su tasarrufu aynı zamanda enerji korunumunu ve tasarrufunu da beraberinde getirir çünkü enerji suyun akması ve ısıtılması için gerekli bir kaynaktır.

Restoranlarında su tasarrufu için gerçekleştirdikleri uygulamalara yönelik K8 kodlu katılımcı şunları söylemiştir.

“ Tabii bunun için su tasarruflu teknolojiler kullanmaya başladık ve koruma uygulamalarının üzerinde duruyoruz. Kullandığımız ekipmanlar suyun miktarını azaltmaktadır. Su tasarrufu aynı zamanda deterjan kullanımını azaltmakta, bunun için tek kullanımlık malzemelere yer vermeye çalışıyoruz restoranlarda, tabii bu tek kullanımlık malzemelerin dönüştürülebilir olmaları da önemlidir “

Tablo 2. İçerik Analizi ile Elde Edilen Ana ve Alt Kategoriler ile İçeriklere İlişkin Açıklamalar

TEMALAR	ALT TEMALAR	AÇIKLAMA
Yeşil Restoran Uygulamaları	Enerji Tasarrufu	Restoranlarda ışıklandırma, ısıtma, teçhizat ve donanımın kullanımında kısıtlamaya gidilmesi enerji tasarrufu sağlayan uygulamalardır.
	Su Tasarrufu	Restoranların duyulan ihtiyacın dışında su kullanımını önlemeye yönelik uygulamalardır.
	Atık Yönetimi	Atıkları azaltmak amacı ile kaynakların azaltılması, tek kullanımlık malzemelerin tercih edilmesi ve geri dönüşüm programları gibi uygulamaların gerçekleştirilmesidir.
	Sürdürülebilir Gıda Kullanımı	Restoran menülerinde kimyasal ya da gübre içermeyen organik ürünlere yer verilmesidir..
	Sürdürülebilir Yapı Tasarım, Bina	Binaların çevreye ve yerel topluma olumsuz etkilerinin önemli derecede azaltılarak tasarlandığı uygulamalardır.
	Kimyasal ve Kirlilik Azaltımı	Kullanılan kimyasal malzemelerin ve kirliliğin azaltılmasına yönelik uygulamaları kapsar.

TEMALAR	ALT TEMALAR	AÇIKLAMA
	Eğitim ve İletişim	Restoran yönetici, sahip ve çalışanları ile birlikte müşterilerin eğitimini de kapsar
Maliyet Kaygısı	Maliyeti Menüye Yansıtma Yoluyla Yeşil Uygulamaların Benimsenmesi	Restoran sahip ve yöneticilerinin çevre dostu uygulamaların maliyetleri arttıracığı kaygısı ile uygulamalara başladıktan sonra menü fiyatlarını arttırmalarıdır, restoran sahipleri çevreci müşterilerin ek ücret ödemeye istekli olacaklarını düşünmektedirler.
	Maliyet sebebi ile Yeşil Uygulamalara Yatırım Yapılmasından Kaçınılması	Yeşil Restoran Uygulamalarının finansal boyutuna ilişkin (düşük enerji, su ve atık maliyeti vb) yeterli bilgiye sahip olmayan işletmelerin gelir, maliyet ve kara odaklanarak çevreci uygulamalara yatırım yapmaktan kaçınmalarıdır.
Sosyal Baskı Ve Müşteri Talebi		Çevre bilinci ve duyarlılığı ile hareket eden müşterilerin restoranlardan da bu yönde hizmet talebinde bulunmalarıdır. Müşterilerden gelen taleple birlikte çevreci uygulamaların restoranlar arasında yaygınlaşması sonucu çevre dostu uygulamaların yiyecek içecek sektöründe bir rekabet ve restoranlar üzerinde baskı unsuruna dönüşmesidir.
Çevreci Tedarik Zincirleri		Ürün tasarımı, malzeme temini ve seçimi, üretim süreçleri ve son ürünün müşteriye ulaşması noktasına kadar çevresel düşünce sistemi ile hareket eden tedarik zinciri yönetimidir.

TEMALAR	ALT TEMALAR	AÇIKLAMA
	Yasal Düzenlemeler	Çevre kanununa ilişkin yeni düzenlemelerin yapılması ve eksik noktalarda güçlendirilmeye gidilmesi
	Sertifikalandırma Sistemine Sahip Dernekler	Yeme-içme sektöründe bilinçli bir tüketim anlayışı kazandırmak, atık miktarını azaltırken oluşan atığı dönüştürmek ve enerji verimliliğini sağlamak amacı ile oluşturulmuş, belirli değerlendirme kriterleri doğrultusunda restoranlara sertifika veren derneklerdir. (Yurt dışında The Sustainable Restaurant Association ve Green Restaurant Association örnek gösterilebilir)
Yeşil Restoran Politikalarının Oluşturulması Ve Sosyal Sorumluluk	Eğitim	Çevre bilincine sahip bir müşteri kitlesi oluşturabilmek adına restoran yöneticileri tarafından belirli müşterilerde çevreci tüketici davranışını geliştirmeye yönelik teşvik ve indirim uygulanması yolu ile müşterilerin eğitimi.
	Ek ücret Ödemeye İstekli Çevreci Müşteriler	Restoranlardaki yeşil uygulamalara ilişkin ek ücret ödemeyi kabul eden çevreci müşterilerdir.
Çevreci Müşteri	Ek Ücret Ödemekten Kaçınan Çevreci Müşteriler	Restoranlardaki yeşil uygulamalara ilişkin ek ücret ödemeyi kabul etmeyen çevreci müşterilerdir.

Zamanla restoranlarda atık yönetimi de önemli hale gelmiştir. Restoranlarda mutfaktaki atıkların geri dönüşümü sağlanabilmektedir. Atık yağlar biyo yakıtla dönüştürülebilir. Restoran mutfaklarında çöpü azaltmak için çöp ayrıştırma ve geri dönüşüm sistemleri oluşturulabilir. Atığın tedarik, üretim, tüketim ve yok etme aşamaları bulunmaktadır. Geri dönüşüm maliyeti geleneksel atıktan %50 daha azdır. Bu doğrultuda devletin işletmelerin oluşturduğu atığı kontrol etmek için yeni yasal düzenlemelere gitmesi gerekmektedir. Devlet bu doğrultuda atık miktarını kontrol etmek için çeşitli çevresel lisanslar da kullanabilir.

Toplu alım yaparak gıdalardaki ambalaj miktarını azaltmak, tek kullanımlık ürünler yerine yeniden kullanılan ürünleri tercih etmek (yemek gereçleri, önlük, çay süzgeci ve bardak vb.) gerekmektedir. Aşırı paketleme de işletmede gereksiz atık malzeme oluşturmaktadır. Atık malzeme konusunda personelin eğitilmesi de oldukça önemlidir. (GRA, 2002)

K5 ve K7 kodlu katılımcılar atık yönetimi ile ilgili gerçekleştirdikleri uygulamaları ‘yeşil nesil restoran hareketi’ çerçevesinde ele alarak açıklamışlardır.

“Yeşil nesil hareketi hizmet sektöründe atığı azaltmaya yönelik, karbon ayak izini azaltmaya yönelik başlattığımız bir hareket. Sektör, restoran sektörü olağanüstü atık üreten bir sektör ve biz aslında bir farkındalıkla ne kadar çok atık çıkıyor, ne yapsak da bunu azaltsak farkındalığıyla başlattık bu hareketi”

“Bu en basiti. Tabii 95 kriterden en kompleksi de gıda atığımız bizim ne oluyor. .. Soğan kabuğu, patates kabuğu bunlar gıda atığı. Çok kıymetli doğada çok kıymetli ve çöple birlikte karıştığı zaman buradan 30 km Kemer’e gidiyor yere gömülüyor, metan gazına dönüşüyor. Şimdi biz bunları ayırarak yurt dışından bunları işleyip organik gübreye dönüştüren makineler geldi. İlk makinemizi kurduk ve gıda atığımızdan organik gübre üretilmeye başlandı pilot olarak. Düşünsenize bir kamyonun gelip, onları toplayıp, 30 km gidip, 30 km geri gelmesi. Bir kamyon 60 km yol yapıyor. Şu an İstanbul’da onun yarattığı karbon ayak izi daha sonra oluşan metan gazı. Bunun yerine çöpü bertaraf etmek, doğa için bu kadar kıymetli olan yumurta kabuğu, soğan kabuğu bunları doğaya geri kazandırıyoruz. Belediyenin park ve bahçeler müdürü de gelip kompostu alıp bahçelerinde kullanıyorlar. Hatta aslında restoranınızın bahçesi varsa onu olduğu gibi doğaya geri de bırakabilirsiniz.”

K9 kodlu katılımcı ise sadece bir kişinin oluşturabileceği atık miktarının büyüklüğüne ve çevreye verdiği zarara işaret ederek şunları söylemiştir.

“Kişi başı restorana giren bir kişinin ürettiği organik atık, 800 gr organik atıktan bahsediyorum. Geldi işte yemeğini yedi onu soyduk, bunu soyduk, tatlısını yedi, yumurta kırdık eeeee salata yedi, rokanın sapı derken bir de tabaktan dönenleri ekleyin, çok geldi yiyemedik falan bir kiloya yakın atık üretiliyor. Olağanüstü bizim haftada 500 kilo ayda 2 ton Senede 25 ton sadece organik atıktan bahsediyorum.

K10 kodlu katılımcı da aşağıdaki alıntıda hangi uygulamalarla su ve plastik atığının önüne geçtiklerinden bahsetmektedir.

“.....Onun dışında biz ne yaptık, bunların hepsi aslında çevreye bir başka gözle bakmakla oluşan şeyler. Sularımızı sürahide vermeye başladık. Yine özel sektörün desteğiyle çok güzel filtreler koyduk. ‘Ultra-soft’ denen filtreler. Hem suyu temizleyen musluklarımıza sularımızın içine limon attık. İlk başta tabii hijyendi, şuydu, buydu derken her zaman bir reaksiyon olabilir. Ama sonra gördük ki hiçbir problem yok en az aynı lezzetle ve sıfır atıkla su veriyoruz. Yani bir masaya oturunca klasik gelen plastik şişe ya da büyük şişeleri düşünün. İçilmiyorsa o çöpe gidiyor hem plastik atığını hem de su atığını önlüyoruz.”

Yeşil Restoran Uygulamaları kategorisi altında yer alan sürdürülebilir gıda restoran menülerinde kimyasal ya da gübre içermeyen organik ürünlere yer verilmesi şeklinde açıklanmaktadır.

K2 kodlu kullanıcı sürdürülebilir gıdayı tercih etmenin aynı zamanda sürdürülebilir tarımı da desteklemek olduğu anlamına geldiğine işaret ederek şunları söylemiştir.

“Sürdürülebilir tarım ürünlerini desteklemek gerekiyor. Bunları destekleyen restoranları desteklemek gerekiyor. Çünkü bu uygulamaları finanse etmek konusunda en çok zorlayan uygulamalardan biri organik ürünlere ulaşmak. Organik ürünler pahalı fakat yeşil restoran uygulamalarının en önemli ayağı. Burada müşterinin desteği de önemli. Müşterinin organik ürün tercih ediyor olması organik ürünlere talebin oluşmasını sağlayacaktır. Dolayısıyla organik ürün talebi aynı zamanda organik tarımı da desteklemek demektir. Talep doğrultusunda sürdürülebilir tarım yaygınlaşacaktır. Tabii burada tedarik zincirleri de önemli”

Sürdürülebilir tarım gibi sürdürülebilir yapı tasarımı ve bina da yeşil nesil restoran hareketi kapsamında önemli uygulamalardan birisidir. Sürdürülebilir yapı tasarımı ve bina binaların çevreye ve yerel topluma olumsuz etkilerinin önemli derecede azaltılarak tasarlandığı uygulamalarıdır.

Konuya ilişkin K4 kodlu katılımcı şunları söylemiştir.

“Şu ana kadar proje kapsamındaki binalarda acil restorasyona gidilmesini gerektiren, çevreye olumsuz etkileri bulunan yapılanmalar görmedik. Fakat böyle durumlar söz konusu olursa sertifika alabilmek için bu binalarda yenilenmeye gidilmesi istenilebilir”

Sürdürülebilir Mobilya, Teçhizat ve Mefruşat Restoran işletmelerinde eko etiketli ürünlerin tercih edilmesini içermektedir.

Bu doğrultuda K4 kodlu katılımcı şu açıklamaları yapmıştır.

“Restoranımızda özellikle dikkat ettiğimiz konulardan biri de çevreye zarar vermeyecek ürünleri ve teçhizatı kullanmaktır”.

Maliyet kaygısı ana kategorisi maliyeti menüye yansıtma yoluyla yeşil uygulamaların benimsenmesi ve maliyet sebebi ile yeşil uygulamalara yatırım yapılmasından kaçınılması olmak üzere iki alt kategoriden oluşmaktadır. Restoran sahip ve yöneticilerinin yeşil uygulamalara karşı geliştirdikleri önyargıların başında maliyet gelmektedir. Bu doğrultuda bazı restoran yöneticileri yeşil uygulamaları gerçekleştirmekten kaçınırken bazı restoran yöneticileri ise maliyetleri menüye yansıtmayı tercih etmektedirler.

K4 ve K10 kodlu katılımcılar restoranların yeşil uygulamaları benimsemelerine ilişkin karşılaştıkları en büyük engellerden birinin maliyet kaygısı olduğuna dikkat çekerek şunları dile getirmişlerdir.

“Tabii maliyet önemli. Restoranlarda yeşil uygulamalara yönelik yatırım yapılmasının önündeki en büyük engel budur. Yaptığımız yatırımların karşılığını alabilecek miyiz? Çünkü yurt dışında bazı restoranlarda bu menüye yansıtılıyor. Bunu ben de ilk başlarda düşündüm”

“ engellere ilişkin bir diğer unsur da maliyetler. Herkes günün sonunda benim cebimden para çıkacak mı diye soruyor. Çünkü işletmeciler olarak cebimizden ne kadar çıkacağını sorgulamak zorundayız günün sonunda”

K1 kodlu katılımcı ise maliyete ilişkin restoranlara devlet desteğinin sağlanması gerekliliğine işaret ederek nedenini şu şekilde açıklamıştır.

“...çevre dostu ürünler daha pahalı. Biz tabii pilot olduğumuz için çok destek aldık. Bunu almasaydık bir çok şeyi ben de yapamazdım. Bunun için tedarikçilerle de görüşüyoruz. Şu an en azından Eczacıbaşı'nda aynı fiyatta olan dönüştürülmüş peçete üretimi istiyoruz. Görüşmelere başlıyoruz. Maliyetlerini düşürmemiz lazım bu kadar bunu yapan işletmelerin devlet tarafından da desteklenmesi lazım. Finansal olarak en azından maliyetlerimizi düşürmek adına... bu süreçleri oturttuğumuz zaman bütün parçalar bir araya gelecek. Şu an finans ayağı biraz daha eksik. Şu an en büyük engelimiz bu.”

Sosyal baskı ve müşteri talebine ilişkin kategori çevre bilinci ve duyarlılığı ile hareket eden müşterilerin restoranlardan da bu yönde hizmet talebinde bulunmalarıdır. Kategori müşterilerden gelen taleple birlikte çevreci uygulamaların restoranlar arasında yaygınlaşması sonucu çevre dostu uygulamaların yiyecek içecek sektöründe bir rekabet ve restoranlar üzerinde baskı unsuruna dönüşmesini içermektedir. Parsa ve Self (2010) işletmeleri yeşil uygulamaları gerçekleştirmeye iten örgütsel faktörleri iç faktörler ve dış faktörler olmak üzere ikiye ayırmaktadır. İç faktörler yönetim, yeşil uygulamaların yürütülmesinde maliyet kaygıları ve çalışanların bağlılığı olarak tanımlarken dış faktörler devlet hukuku ve düzenlemeleri, yeşil tedarik zinciri, rekabet avantajı (ticari baskı) ve paydaşların talebi (müşteriler ve toplum) olarak tanımlanmaktadır (Hu, Parsa, ve Self, 2010). Bu bakış açısına göre işletmeler yeşil uygulamaları benimseyerek kurumsal imajlarına güçlendirmekte tüketicilerin algılarını olumlu yönde etkileyebilmekte ve aynı zamanda rekabet avantajı sağlayabilmektedirler. Fakat Türkiye’de özellikle yiyecek-içecek sektöründe konuya ilişkin farkındalık yeni geliştiği için işletmeler kendi üzerlerinde böylesi bir sosyal baskı hissetmemektedirler. Bu baskının oluşabilmesi ise bu farkındalığa sahip işletmelerin müşterilerini farklı yollar ile eğitebilmesi ile ilişkilidir.

Bu doğrultuda K11 kodlu katılımcı şunları söylemiştir.

“Müşteriler ben sürahidenden su içmem şişe su istiyorum dediğinde şişe su isteyeneye de veriyoruz, direktmiyoruz. Ama bunun bir kültür olduğunu da anlatmaya çalışıyoruz. Menülerimizi de kaldırıyoruz artık. Daha elektronik bir ortama taşımaya başladık. Bizim 700 şişe şarap olan bir menüde bir şarap değiştiğinde sayfalarca şey basılıyor. Tabii şey de var ay ben o kâğıdın hissini çok seviyorum diyen de var ama artık bunları kenara

bırakmak lazım. Çünkü artık daha ciddi konular var dünya ile ilgili müşteriden de beklentimiz o yönde. Bu ama ların boş verilmesi gerekiyor artık. “

Yeşil Tedarik Zincirleri Yönetimi işletmelerin sahip oldukları çevresel ilginin tedarik zinciri yönetimi kapsamında kurumlar arası uygulamalara entegre edilmesi olarak tanımlamaktadır. Yeşil Tedarik Zinciri Yönetiminin faaliyet alanları pasif bir biçimde genel çevresel yönetim programlarını gözlemlemekten aktif bir biçimde yeşil uygulamaların gerçekleştirilmesine kadar çeşitlilik göstermektedir. Çevre dostu restoranların önemli bir özelliği organik ürünleri kullanıyor olmalarıdır. Organik tarım, sentetik gübrenin, böcek ilaçlarının hormonların ve antibiyotiklerin kullanılmadığı flora ve faunayı da içeren çevreyi korumaya yönelik önlemlerin alındığı mahsül üretim sistemidir. Kimyasal gübre ve böcek ilaçları kullanılmadığı için daha yüksek bir üretim maliyeti söz konusudur. (Srivastara, 2007).

Türkiye’de ise yeşil tedarik zincirlerinin sağlıklı bir biçimde oluşturulmamış olması yine restoran sahip ve yöneticilerinin yeşil uygulamaları benimsemeleri önünde birer engel olarak karşımıza çıkmaktadır. K6 kodlu katılımcı bu engele işaret ederek şunları söylemiştir.

“Tabii organik ürünlerin fiyatlarının yüksek olması ya da mevsimsel olmaları restoranlar için birer engel. Çevreci tedarik zincirlerinin oluşturulabilmesi gerekli bunun için, sadece restoranlarla ilgili bir durum değil bu yani”

Yeşil restoran politikalarının oluşturulması ve sosyal sorumluluk ana kategorisi altında yer alan yasal düzenlemeler sertifikalandırma sistemine sahip dernekler ve eğitim kategorilerinden oluşmaktadır. Yasal düzenlemeler kategorisi çevre kanununa ilişkin yeni düzenlemelerin yapılması ve eksik noktalarda güçlendirilmeye gidilmesini içermektedir. Çevreci uygulamaların, Penang’da, Malaysia’da yer alan oteller tarafından ne oranda gerçekleştirildiğini inceleyen Kasım (2004)’ e göre çevreci uygulamaların yaygınlaştırılması gönüllülükten öte sadece devletin güçlü hukuki düzenlemeleri sonucunda sağlanabilir. İşletmeler çevresel uygulamaların gerçekleştirilmesi hususunda zorlanmalıdır; iç motivasyon sadece sınırlı sayıda marjinal gurup için geçerlidir.

Sertifikalarla ilgili müşterilerde bilgi eksikliği bulunmaktadır (DiPietro, Cao ve Partlow, 2013). Ayrıca işletme sahipleri de maliyetli olması nedeniyle sertifikalara sıcak

bakmamaktadır. Sertifika alırken sertifika ücreti, danışmanlık ücreti, yenileme ve denetim ücreti gibi ek maliyetler ortaya çıkmaktadır.

K8 ve K10 kodlu katılımcı yasal düzenlemelerin gerekliliğine işaret ederek şunları söylemiştir.

“İşletmeler bu proje sayesinde bilinçlenmeye başladı ancak tüm vatandaşların belediyeler aracılığı ile devlet tarafından bilgilendirilip, geri dönüşüm çalışmalarına ve çöp ayrıştırması yapıp kompost makinası kullanımına teşvik etmesi gerekmektedir.

“Yiyecek içecek sektöründe çevreci uygulamalar yeni gelişen bir kavramdır. Türkiye’de yurt dışında olduğu gibi müşteri tabanlı bir sosyal baskı yoktur. O yüzden burada devlete daha çok iş düşmektedir. Çünkü restoranlar üzerinde baskı unsurunu devlet oluşturmaktadır.”

Bu toplumsal baskının oluşturulmasında yukarıda da bahsi geçtiği üzere devletle birlikte sertifikalandırma sistemine sahip dernekler de önemli rol oynamaktadır. Sertifikalandırma Sistemine Sahip Dernekler yeme-içme sektöründe bilinçli bir tüketim anlayışı kazandırmak, atık miktarını azaltırken oluşan atığı dönüştürmek ve enerji verimliliğini sağlamak amacı ile oluşturulmuş, belirli değerlendirme kriterleri doğrultusunda restoranlara sertifika veren derneklerdir. (Yurt dışında The Sustainable Restaurant Assocation ve Green Restaurant Association örnek gösterilebilir). Bu doğrultuda yiyecek içecek işletmeleri çevreci restoran sertifika programlarından birine başvurabilirler. Bu programlar uygulanan metotları inceleyerek ve gelecekte bu bağlamda neler önerilebileceğine dair bir öngörü oluşturarak restoran işletmelerinde yeşil uygulamalar sonucu oluşabilecek maliyetin azaltılması ve yeni müşteri profiline uygun pazarlama tekniklerinin oluşturulması konularında çeşitli imkânlar sağlamaktadırlar. Restoran sahip ve yöneticilerinin bilinçlendirilmesinde bu tür dernekler çok büyük bir öneme sahiptir. Konuya ilişkin K9 kodlu katılımcı şunları söylemiştir.

“ Şimdi yurt dışında böyle dernekler var. Bu projede olduğu gibi belirli kriterler belirleniyor ve bu kriterler karşılandığında restoranlara sertifika veriliyor. Örneğin Green Restaurant Association. Onlar sertifika verecekleri restorandan kriter olarak sadece çalışanlarına değil, topluma da eğitim verilmesi gerekliliğini ortaya koyuyorlar. Şimdi bu... özellikle toplumun çevreye duyarlılığına sahip bilincinin geliştirmesinde çok önemli... Heleki bizim gibi toplumlarda....”

Bu doğrultuda çevreye karşı sorumlu olan restoranların yapacağı ilk iş personeli eğitmektir. Böylece personel yapılan çevreci uygulamaların nedenini, nasılını öğrenir. Personele verilen eğitimlerle aynı zamanda çevresel farkındalık oluşturulabilir. Restoran sahibi ve diğer tüm personelin çevreci uygulamalarla ilgili bilgi sahibi olması özellikle çevreci politikaların doğru bir biçimde oluşturulması, uygulanması, devamlılığının sağlanması ve kurumsal faaliyet sürecinin bir parçası olması açısından önemlidir.

Eğitim kategorisine ilişkin K8 ve K2 kodlu katılımcılar şunları söylemişlerdir.

“Bu projedeki pilot restoranlardan biri olduğumuz için çalışmaların ilk başından beri içindeydik ve bir ekip halinde hep birlikte çalıştık. Öncelikle restoranımızda uygulayabileceğimiz değişiklikleri tespit ettik ve bununla ilgili çalışmaya başladık. Sonrasında gıda atıklarımızı ne şekilde toplamamız gerektiği ile ilgili denemeler yaptık ve personelimize eğitimler verdik. Bu noktada sadece personele eğitim vermek değil aynı zamanda müşterinin eğitimi de önemli. Bizim gibi ülkelerde özellikle sadece personel değil toplumun eğitimi de çok önemlidir.”

“Önce restoranlarımıza gidip restoranlarımızın tüketim alışkanlıklarının bir fotoğrafını çekiyoruz. Bir durum tespiti yapıyoruz, değerlendirme formu yapıyoruz ve hep beraber takım olarak masa etrafına oturup nasıl iyileştirmeler yapacağımıza bakıyoruz. Bu bir restoranda tek kullanımlık bardakaltlıkları, Amerikan servislerini kaldırırken bir restorantımız da kompost makinası koyup atıkları kompost yapmak oluyor. Bir başkasında tek kullanımlık malzemeleri kaldırıyoruz. Bir başkasında opsiyonlu garnitür seçimine gidiyoruz. Ve elimizde neler olduğuna, neler yapabileceğimize bakıyoruz. Daha sonra restoranlarımıza bir eğitim veriyoruz. Denetimi geçerlerse diploma almaya hak kazanıyorlar fakat süreç bununla bitmiyor. Bir de müşterilerin eğitimi var bence belirli teşvik ya da fiyat indirimleri ile müşterilerin eğitimi de sağlanmalıdır. Restoranlara eğitim verirken biz bunun eğitimini de veriyoruz”

Çevreci müşteri ana kategorisi altında ise ek ücret ödemeye istekli çevreci müşteriler ve ek ücret ödemekten kaçınan çevreci müşteriler olmak üzere iki alt kategori yer almaktadır. Ek ücret ödemeye istekli çevreci müşteriler restoranlardaki yeşil uygulamalara ilişkin ek ücret ödemeyi kabul eden çevreci müşterilerdir. Ek ücret ödemekten kaçınan çevreci müşteriler ise restoranlardaki yeşil uygulamalara ilişkin ek ücret ödemeyi kabul etmeyen çevreci müşterilerdir. Tüketicilerin yeşil uygulamalara ilişkin ek ücret ödeme istekliliği

konusunda yapılan araştırmaların sonuçları farklılık göstermektedir. Bazı araştırma bulguları tüketicilerin yeşil ürünlere ek ücret ödeme konusunda kararsız oldukları işaret ederken (Kasım,2004; Manaktola ve Jauhari, 2007) bazı araştırmalar ise tüketicilerin ek ücret ödeme konusunda istekli olduğunu sonucuna varmıştır (Choi ve diğerleri 2009; Schubert, 2010; Yesawich, 2009).

K9 kodlu katılımcı konuya ilişkin şunları söylemiştir.

“Biz proje kapsamında finansal açıdan destek alarak bu uygulamaları gerçekleştirdiğimiz için menü fiyatlarını yükseltmedik. Ama özellikle belli bölgelerde fine-dining restoranlarda evre bilincine sahip müşterilerin ek ödeme yapabileceklerini düşünüyorum. Ama bunun için öncelikle evre bilincine sahip bir müşteri kitlesine ihtiyaç var. Bu da Türkiye genelinde yok. Sadece büyük kentlerin elit kesimlerinden ek ücret ödeme yapabilecek müşteriler çıkar.”

SONUÇ

Araştırma bulgularına göre restoranların yeşil uygulamaları benimsemelerini zorlaştıran en büyük engel maliyet kaygısıdır maliyete ilişkin bir kısım restoran sahibi menü fiyatlarının arttırılması gerektiğini düşünürken bir kısım restoran sahibi ise yeşil uygulamalara yatırım yapmaktan kaçınmaktadır. Bu bulgu Sünnetçioğlu ve Yılmaz (2015) in işletme sahiplerinin sürdürülebilir uygulamaları gerekleştirmemelerinin genel anlamda evre yönetimi ve sürdürülebilirlik konusunda bilgi eksikliği olduğu bulgusuyla örtüşmektedir. Çünkü yeşil uygulamalardan maliyet kaygısı nedeni ile kaçınan restoran yöneticilerine proje ortakları tarafından süreç anlatıldığında ve maliyet konusu ile ilgili bilgilendirildiklerinde yeşil restoran uygulamalarını gerçekleştirmeyi kabul ettikleri gözlemlenmektedir. Tereddüt taşımadan restoranlarında yeşil uygulamaları gerçekleştiren restoranların ise yeşil restoran sertifikasını almadan önce de çevreci uygulamaları (enerji ihtiyacını yenilenebilir enerji projelerinden elektrik satın alarak karşılamak, yağları toplayıp geri dönüşüme kazandırmak gibi) tercih ettikleri gözlemlenmektedir. Bu doğrultuda yeşil nesil restoran sertifikasına sahip işletmelerin ‘yeşil nesil restoran hareketi’ kapsamında başlatılan sürece dâhil olmadan önce de belirli bir düzeyde evre ve sürdürülebilir yaşam bilincine sahip oldukları söylenebilir. Bununla birlikte yeşil restoran sertifikası sahibi restoranların ‘yeşil nesil restoran hareketi’ kapsamında projeye dâhil olmalarının restoran sahip ve yöneticilerinin farkındalıklarını

arttırdığı ve personelin eğitimi konusunda da çok büyük bir katkı sağlamakta olduğu ileri sürülebilir. Restoran sahip ve yöneticileri yurtdışında olduğu gibi ülkemizde henüz sosyal bir baskının ve bu yönde bir müşteri talebinin oluşmamış olduğuna vurgu yaparak öncelikle bu bilincin oluşumunda müşterinin eğitiminin en önemli unsur olduğuna dikkat çekmektedirler. Restoran sahip ve yöneticilerinin bu doğrultuda bazı uygulamaları gerçekleştirdikleri ve müşterinin eğitiminin de en az personel eğitimi kadar önemli olduğunun bilincinde oldukları söylenilebilir.

Katılımcılar ile yapılan görüşmeler sonucunda yeşil restoranların yaygınlaşmasında en büyük etkenin yasal düzenlemeler yapılarak devlet tarafından ve sosyal sorumluluk bilinci ile hareket edilerek dernekler tarafından yeşil restoran politikalarının oluşturulması ayrıca müşterilerde, restoran sahiplerinde ve yöneticilerde eğitim yoluyla çevre bilincinin oluşturularak, davranış değişikliğine gidilmesi olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda çalışma bulguları Kasım ve İsmail (2012) nin yeşil restoran uygulamalarının işletmelerde yeterli düzeyde uygulanmamasının nedenlerinin eski çevresel kanun ve yönetmelikler, kanun ve yönetmeliklerde baskının yetersiz olması ve müşterilerde çevre bilincinin olmaması yönündeki bulgularını destekler nitelikte olduğu gözlemlenmektedir.

Yeşil Restoran Hareketi ticari bir kaygıyla değil çevre bilincine sahip kişiler tarafından atık miktarının ve karbon ayak izinin azaltılması amacı ile ortaya çıkmış ve uygulamaya konmuş bir projedir. Bu doğrultuda yeşil restoran uygulamalarının yaygınlaşmasındaki en büyük etkenin çevre bilincine sahip işletme yöneticileri ve müşteriler olduğu söylenilebilir. Bu nedenle yiyecek içecek işletmelerinin öncelikle çevre duyarlılığına ve bilincine sahip olmaları ve yeşil uygulamaları yasalar, ticari kaygı, olumlu bir işletme imajı geliştirme amacından ziyade içsel bir motivasyon ve doğadan aldığını doğaya geri verme sorumluluğunu yerine getirme dürtüsü ile gerçekleştirmeleri gereklidir. Diğer türlü bir motivasyon kaynağı işletmecilerin çevreye gösterdikleri önemi sadece ekonominin canlılığını koruduğu dönemlerde koruyacaktır; herhangi bir ekonomik kriz, gerileme döneminde ya da yasalarda boşluklar söz konusu olduğunda sosyal sorumluluk ve çevre bilinci yok olacak ilk unsur olacaktır. Çalışma bulgularının işaret ettiği üzere yeşil restoran uygulamalarının yaygınlaşabilmesi için öncelikle toplumda, restoran yöneticilerinde ve müşterilerde eğitim yoluyla çevreci davranışların oluşumunu sağlayacak kar amacı gütmeyen derneklere ve gönüllü sosyal kuruluşlara ihtiyaç vardır.

Bu yolla oluşturulacak müşteri talebi ve devlet desteği ve düzenlemeleri ile yeşil restoran uygulamaları gitgide daha fazla restoran işletmesi tarafından benimsenecektir.

Çalışma kullanılan araştırma yöntemi ve yeşil uygulamaları gerçekleştiren restoran sayısının yetersiz olması nedeni ile bazı sınırlılıklar taşımaktadır. Nitel yaklaşım çerçevesinde görüşülen restoran sayısının az sayıda olması elde edilen bulguların genellenebilirliğini olumsuz etkilemektedir. Ancak çalışma ileride yeşil restoran uygulamalarını benimseyen restoran sayısının artması ile birlikte nicel araştırma yöntemleri kullanılarak ya da nitel yaklaşım çerçevesinde daha fazla sayıda kişiye ulaşılarak gerçekleştirilebilir. İleriki çalışmalarda aynı zamanda farklı örneklemeler (İstanbul dışındaki farklı bölgeler) üzerinden araştırmalar gerçekleştirilebilir.

KAYNAKÇA

Choi, G., Parsa, H.G., Sigala, M., ve Putrevu, S. (2009). Consumers' environmental concerns and behaviors in the lodging industry: A comparison between Greece and the United States. *Journal of Quality Assurance in Hospitality And Tourism*, 10, 93-112.

Chou, C.J., Chen, K.S., ve Wang, Y.Y. (2012). "Green Practises in the Restaurant Industry From An Innovation Adoption Perspective: evidence from Taivan" *International Journal Of Hospitality Management*, 31 (3), 703-711.

Cordano, M., ve Frieze I.H. (2000). "Pollution Reduction Preferences of U.S. Environmental Managers: Applying Ajzen's Theory Of Planned Behavior", *The Academy Of Management Journal* , 43 (4), 627-641.

Creswell, J. W. (2013). *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşım Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni*. (M. Bütün, ve S. B. Demir, Çev.) Ankara: Siyasal Kitabevi.

Çetinoğlu, D., Mesci, Z. ve Mesci, M. (2017). "Yeşil Nesil Restoranların Uygulanabilirliğine Yönelik Bir İnceleme: Akçakoca Örneği", *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4 (1), 112-120.

Davies, T., ve Konisky, D.M. (2000). "Enviromental Implications Of The Food and Food Retail Industry Resources For The Future", Washington , DC.

DiPietro, R., Gregory, B. S. ve Jackson, A. (2013). “Going Green in Quick- Service Restaurants: Customer Perceptions and Intentions”, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 14 (2), 139-156.

Green Restaurant Association. (2002). Green Restaurant Certification Standards (<http://dinegreen.com/restaurants/> adresinden Erişim Tarihi: 22.06.2017)

Horowitz, B. (2008). “Can Restaurants Go Green, Earn Green?” (http://www.usatoday.com/money/industries/environment/2008-05-15-green-restaurants-eco-friendly_n.htm , Erişim Tarihi:16.03.2017)

Hu, M.L., Horng, J.S., Teng, C.C., ve Chou, S-F. (2013). “A criteria model of restaurant energy conservation and carbon reduction in Taiwan”, *Journal of Sustainable Tourism*, 21:5,

Hu, H.H., Parsa, H.G., ve Self, J. (2010). The Dynamics of Green Restaurant Patronage. *Cornell Hospitality Quarterly*, 51(3). 344-362.

Kasim, A. (2004). “Socio-environmentally responsible hotel business: Do tourists to Penang Island, Malaysia care?” *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 11(4), 5-28.

Kasim, Azilah ve Ismail, Anida. (Mayıs 2012). “Environmentally friendly practices among restaurants: drivers and barriers to change” *Journal of Sustainable Tourism*. 20 (4): 551–570.

Kurnaz, A ve Özdoğan O.N. (2017). “İstanbul’da Yer Alan Yeşil Restoran İşletmeleri Hizmet Kalitesinin Grserv Modeli İle Değerlendirilmesi”. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 18 (1), 75-99.

Manaktola, K., ve Jauhari, V. (2007). Exploring consumer attitude and behavior towards green practices in the lodging industry in India. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(5), 364-377.

Mills, L. (2008) “From Local Chow To Green Machines: ADA Members Are Turning Foodservice into Eco-Friendly Operations.”, *ADA Times*, 12-17.

Namkung, Y., ve Jang, S.C. (2013). "Effects of restaurant green practices on brand equity formation: Do green practices really matter?" *International Journal of Hospitality Management* 33, 85–95.

Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Priego, M.J.B., Palacios, C.A. (2008). "Analysis of environmental statements issued by EMAS –Certified Spanish Hotels", *Cornell Hospitality Quarterly*, 49 (4), 381-394.

Schubert, F., Kandampully, J., Solnet, D., ve Kralj, A. (2010). Exploring consumer perceptions of green restaurants in the US. *Tourism and Hospitality Research*, 10(4), 286-300.

Sriwastra, S.K. (2007). "Green Supply Chain Management: A State Of The Art Literature Review". *International Journal Of Management Reviews*, 9 (1), 53-80.

Strauss, A ve Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Sünetçioğlu, S. ve Yılmaz, B.C. (2015). "İzmir'deki Restoran Yöneticilerinin Sürdürülebilir Restoran İşletmeciliği Üzerine Yaklaşımlarının Değerlendirilmesi" *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (1). 95-114.

Weinstein, J. (1994). "The Green Restaurant. Part : Design and Construction", *Restaurant and Institutions I* (April) 35-62.

Yaraç, N. (2015). "Bizim Büyük İsrafımız". (<http://ekoIQ.com/bizim-buyuk-israfimiz/>, Erişim Tarihi: 02.08.2017).

Yesowich, P. (2009). "Going green but not willing to pay for it." (<http://blog.ypartnership.com/?p=288>, Erişim Tarihi: 02.06.2017)

Yıldırım, Ali ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınevi.

Extended Abstract

This study explores 'green generation movement' partners and member's views, experiences, source of motivations and barriers they met when implementing green practices in order to understand their perceptions regarding with process. A qualitative research approach was adopted in order to collect comprehensive information about green practises. Semi-structured interviews with 12 green generation movements partners and members from restaurants operating in İstanbul were conducted and the data were content analysed. Resarch findings revealed that five main categories (green practices of restaurants, cost concern, social pressure and consumer demand, sustainable supply chair, formulation of policies green resurants and social responsibility and green consumers) exist in relation to green practises. Following the data analyzed, the results showed that there are six main areas in which restaurants in İstanbul implemented green practises. These are energy conservation, water saving, waste management, using local food and organic vegetables, green design, reduce of chemical using and polition, education and communication) can change according to structure, necessities and requirements of restaurants. The most important barrier about restauratuers investing environmentally friendly products is cost concern. There isnt a social pressure and customer demand in Turkey and also education effect development of environmental consciousness to a large extent.