

YIYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDEKİ MENÜ TASARIMLARININ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

Özgür KIZILDEMİR

Dr. Öğr. Üyesi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği, Sakarya

E-mail: o.kizildemir@gmail.com

ORCID: 0000-0003-4040-4547

Gizem HÜLAĞA KADEROĞLU

Arş. Gör., İstanbul Gelişim Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları, İstanbul

E-mail: ghulaga@gelisim.edu.tr

ORCID: 0000-0001-6722-1519

Özet

Makale Bilgisi:

Geliş: 25/08/2021
Düzeltilme: 07/09/2021
Kabul: 08/09/2021

Anahtar Kelimeler:

*Menü,
Menü tasarımı,
Sürdürülebilirlik*

Küresel yiyecek-içecek hizmetleri toplumsal ve ekonomik role sahiptir. Aynı zamanda önemli çevresel etkileri de beraberinde getirmektedir. Bu etkiler, gıda sistemlerinin tüm operasyonel süreçlerinden kaynaklanmakta ve çeşitli biçimler almaktadır. Bu biçimler karbon ayak izi oluşumu, su kullanımı ve atık üretimi gibi konulardır. Yiyecek-içecek işletmeleri müşterileri bu etkiler hakkında her geçen gün daha fazla bilinçlenmekte ve bu da onların daha sürdürülebilir gıda sistemlerini ve işletmeleri talep etmelerine yol açmaktadır. Müşteri talepleri doğrultusunda yiyecek ve içecek işletmeleri sürdürülebilir yapı, tasarım ve bina; sürdürülebilir mobilya, teçhizat ve mefruşat; su, enerji ve atık yönetimi; kurumsal sosyal sorumluluk projeleri, sürdürülebilir yiyecek ve içecek ürünleri, sürdürülebilir menü tasarımları gibi hususlara dikkat etmeye başlamıştır. Bu araştırma, doğal kaynakların gelecek nesillere aktarılmasında önemli olan sürdürülebilirlik kavramı ile yiyecek-içecek işletmelerinde gerçekleştirilen uygulamalarının öğretilmesi, örnek sürdürülebilir menü tasarımlarının incelenmesiyle farkındalığın oluşturulması, bu kriterlere dikkat edilerek tüketim tercihlerinde bulunulması ve ilgili alan yazında yürütülecek çalışmalara katkı sağlaması amacıyla gerçekleştirilmiştir.

EVALUATION OF MENU DESIGNS IN FOOD AND BEVERAGE BUSINESSES WITHIN THE SCOPE OF SUSTAINABILITY

Özgür KIZILDEMİR

Asst. Prof. Dr., Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Tourism Management, Sakarya

E-mail: *o.kizildemir@gmail.com*

ORCID: 0000-0003-4040-4547

Gizem HÜLAĞA KADEROĞLU

R. A., Istanbul Gelisim University, Faculty of Applied Sciences, Gastronomy and Culinary Arts, İstanbul

E-mail: *ghulaga@gelisim.edu.tr*

ORCID: 0000-0001-6722-1519

Abstract

Article Info:

Received: 25/08/2021

Revised: 07/09/2021

Accepted: 08/09/2021

Keywords:

*Menu,
Menu design,
Sustainability*

Global food and beverage services play an important social and economic role; it also brings significant environmental impacts. These impacts originate from all operational sectors of food systems and take various forms. These patterns are evident in issues such as carbon footprint generation, water use and waste generation. Food and beverage business customers are becoming increasingly aware of these impacts, leading them to demand more sustainable food systems and businesses. For customer demands food and beverage businesses have started to pay attention to issues such as sustainable structure, design and building, sustainable furniture, equipment and furnishings, water, energy and waste management, corporate social responsibility projects, sustainable food and beverage products, and sustainable menu designs. This research was carried out to learn the concept of sustainability, which is important in transferring natural resources to future generations, and its applications in food and beverage businesses, to create awareness by examining sample sustainable menu designs, to make consumption preferences by paying attention to these criteria and to contribute to the studies to be carried out in the relevant literature.

1. GİRİŞ

Tarımın çevre üzerindeki olumsuz etkisi her geçen gün artmaktadır ve bu eğilimin kısmen nüfus artışının bir sonucu olarak devam etmesi beklenmektedir. Aynı zamanda artan kişi başı daha yüksek kalori tüketimine ve orantılı olarak daha yüksek hayvansal ürün tüketimine yol açmaktadır. 1961 ile 2009 yılları arasında hayvansal bazlı proteinin küresel bulunabilirliği, bitki bazlı proteindeki %14'lük büyümeye kıyasla %59 artmıştır ve et ile süt ürünlerine olan talebin 2006 ile 2050 arasında %80 artabileceği öngörülmektedir (Bacon ve

Kırcan, 2018:3). 2050 yılında dünya nüfusunun dokuz milyara yakın olacağı tahmin edilmektedir. Nüfustaki bu artışa karşılık üretilecek gıdanın otuz yıl içerisinde %60 oranında artışı gerekmektedir. Bu oranın karşılanmasının gerçekçi olamayacağı ve bu nedenle de eldeki kaynakların verimli kullanılmasının, israfının engellenmesinin önemi açığa çıkmaktadır (Güsar, 2019).

Artan nüfusun ihtiyaçlarını karşılamak üzere gıda üretimindeki artış ve ardından gerçekleşen gıda tüketimi, küresel sera gazı emisyonlarına ve iklim değişikliğine önemli ölçüde neden olmaktadır. Bu etkiler, arazi dönüşümü ile ilişkili biyolojik çeşitlilik kayıplarını, yetiştirme ve üretim süreçlerinde potansiyel olarak zararlı maddelerin kullanımını ve su tüketimini içermektedir. Tarım, gıda işleme, nakliye ve yemek hazırlama süreçleri küresel sera gazı emisyonlarına katkıda bulunmaktadır (Lo, King ve Mackenzie, 2017:850). Ekonomik büyüme ve gıda talebindeki küresel artış, gıda endüstrisine daha fazla talep yüklemiştir ve sonuç olarak çevre üzerinde daha büyük etkiler yaratmıştır. Özellikle endişe verici olan arazi bozulması, doğal kaynakların aşırı tüketimi ve sera gazı emisyonlarıdır. Öte yandan, mevcut gıda üretim sistemlerinin güvenliği konusunda artan çevresel farkındalık ve sağlık endişeleri, çevre dostu gıda satın almayı düşünen insan sayısının artmasına katkıda bulunmuştur. Tüketicilerdeki daha iyi tat arayışı ve daha az kimyasal katkı kullanım tercihi organik gıda tüketimini de teşvik etmiştir. Kırmızı et tüketiminin azaltılması, sebze alımının artırılması, yüksek fruktozlu mısır şurubu kullanımının kesilmesi ve yerel pazarın desteği, tüketim aşamasında çevreye duyarlı girişimler olarak sıralanmaktadır. Bu girişimler ve iklim üzerindeki hissedilen etkiler ile satın alma kararları ve yemek yeme istekleri gibi tüketici davranışları sürdürülebilirlik akımından etkilenmeye başlamıştır. Bu akım, çevre bilinciyle yeni bir pazar ve istekli işletmeler için yeni rekabet avantajları oluşturmuştur (Sarmiento ve El Hanandeh, 2018:3). Bu kapsamda; yiyecek-içecek işletmeleri müşterilerine gıda seçiminde sorumluluk aldırarak yolları göstererek çevresel performansın yanı sıra toplumsal itibarını geliştirme fırsatı yakalamıştır. İşletmeler ürünlerinin tedarikçisinden tüketicisine kadar arada bir iletişim aracı olarak kullanılan menüyü sürdürülebilirlik unsuru olarak kullanmaya yönelmiştir. Dışarıda yemek yerken tüketicilerin seçimlerini şekillendiren menülerin tasarımları sürdürülebilirlik akımı çerçevesinde yeniden dizayn edilerek tüketicilerin seçimleri bu akım doğrultusunda tetiklenmeye çalışılmıştır (Filimonau ve Krivcova, 2017:6-7). Sahip olduğumuz kaynakların verimli kullanımı ve geleceğe aktarılabilmesi için sorumlu tüketim bilinci artmakta ve buna önem veren işletmeler tercih edilmektedir. Bu bağlamda gerçekleştirilen araştırmada; yiyecek- içecek işletmelerinde menü unsuru, menü tasarımları, sürdürülebilirlik kavramı ve yiyecek-içecek işletmelerinde sürdürülebilirlik uygulamaları ve bu uygulamalardan biri olan sürdürülebilir menü tasarımları başlıkları konu edinilmiştir. Biyolojik çeşitliliğe ve ekosistemlere karşı koruyucu, saygılı, kültürel değerleri benimseyen, erişilebilir, ekonomik, beslenme açısından yeterli ve güvenli, sağlıklı unsurların yer aldığı sürdürülebilirlik akımının yiyecek-içecek işletmelerinde uygulanması sahip olunan kaynakların gelecek nesillere aktarılmasını sağlayacaktır (Lo, King ve Mackenzie, 2017:850). Bu çalışma, doğal kaynakların gelecek nesillere aktarılmasında bu kadar önemli olan sürdürülebilirlik kavramı ile yiyecek-içecek işletmelerinde gerçekleştirilen ilişkili uygulamaların öğretilmesi, örnek sürdürülebilir menü tasarımlarının incelenmesiyle farkındalığın oluşturulması, bu kriterlere dikkat edilerek tüketim tercihlerinde bulunulması ve

ilgili alan yazında yürütülecek çalışmalara katkı sağlaması amaçları doğrultusunda gerçekleştirilmiştir.

2. YİYECEK-İÇECEK İŞLETMELERİNDE MENÜ

Yiyecek-İçecek (Y-İ) İşletmelerinin gelişmesinde ve amaçları doğrultusunda geniş kesimlere yayılabilmesini sağlayacak bir araç olarak değerlendirilen menünün, Latince’de “küçük-az” anlamındaki “*minutus*” kelimesinden türediği bilinmektedir. İşletmelerdeki gelişmelere paralel olarak bu kavram, ücretleri belirtilen sıralı yiyeceklerin yer aldığı bir liste olarak kullanılmaya başlanmıştır (Altinel, 2017:19; Cömert ve Keleş, 2018:324; Bolat, 1995:18). İşletmelerde sunulan ürünleri kategorize ederek tüketicilerin kararsızlıklarını ortadan kaldıran ve satış ile pazarlama oranlarını artırmak için tercih edilen bir araç olarak nitelendirilen menü, aynı zamanda yiyecek-İçecek işletmeleri hakkında genel itibarı temsil eden bilgiler sunmaktadır (Cömert ve Keleş, 2018:324). Menü, işletme müşterilerinin memnuniyeti ve tekrar ziyaret isteği, yönetim başarısı, yüksek işgören motivasyonu ve etkin verimlilik hususlarında etkilidir. Ayrıca, servis edilen yiyeceklerin besin değerlerini gösterir. İşletmeye hangi yiyecek maddelerinin satın alınması gerektiğini, üretim için gerekli ekipmanların neler olduğunu, ön-hizmet gerekliliklerini, tesis planı ve yer ihtiyaçlarını, işletme dekorasyonu ve dizaynını, maliyet kontrol işlemlerini, üretim ve servis gerekliliklerini, pazarlama planını belirler. Bunların yanı sıra istihdam edilecek personel özellikleri de menüye bağlıdır (Bolat, 1995:20-23; Cömert ve Keleş, 2018:324; Doğdubay ve Saatçı, 2014:87). İşletmelerdeki belirtilen işlevleri göz önünde bulundurularak bir menünün tasarımın başlangıç noktasını oluşturduğunu ve tasarımı üzerine tüm işletmenin şekillendirildiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

İşlevsel özellikleri menünün yaygınlaşmasını ve akabinde kullanım alanının genişlemesini sağlamaktadır. Menülerin kullanıldığı işletmeleri sınıflandırmak mümkündür. Yiyecek-İçecek hizmetleri sunuldukları yerlere göre; restoranlar (geleneksel, özelliği), endüstri kuruluşları ve perakende satış yapan kuruluşlar, eğlence, konaklama, ulaştırma ve sağlık hizmeti veren işletmeler ile eğitim-öğretim kurumları olarak sınıflandırılmaktadır (Bolat, 1995:4). Y-İ işletmelerinde temel amaç olarak yaygınlaşmayı sağlayan menüler, finansman ve pazarlama konularında da etkili olmaktadır. Müşterilerin dikkatini çekecek ve satın alma niyetlerini etkileyecek menülerin alanındaki uzmanlar tarafından oluşturulması, işletmelerdeki satın alınmayan ürün miktarını azaltacak ve işletmeleri zarardan karlı duruma geçirebilecektir (Akay ve Sarıışık, 2015:214). Doğruluk, fiyat ve müşteri istekleri göz önünde bulundurularak oluşturulan menüler (Altinel, 2017:23-24), satın almadan sunum sürecine kadar tüm aşamalarda hammadde seçiminde ve kullanım miktarında kolaylık sağlaması, farklı profillerdeki müşteri taleplerine yanıt verebilmesi, ürün israfını önleyebilmesi, zamandan tasarruf sağlaması, doğru maliyet hesaplamaları, kaliteli üretim koşullarını sağlanması gibi konularda işletmelere faydalar sağlamaktadır (Doğdubay ve Saatçı, 2014:40). İşletmelerin gelecek hedeflerine yön veren, alması gereken kararları ve izlemesi gereken politikaları belirleyen ve devamlılığı sağlayan menülerin (Cömert ve Keleş, 2018:328) amaçları arasında; rekabet ortamı oluşturmak, etkin kararların alınmasını sağlamak, mutfak ve sunum için gerekli değişiklikleri planlamak, geleceğe yönelik maliyet, satış ve istihdam gibi hususlar ile ilgili kararlar almak, personelin verimliliğini incelemek, yiyecek ve içeceklerin menüdeki

yerlerini saptayarak sağladıkları katkılar açısından kıyaslamak, tercih edilen ya da edilmeyen menü kalemlerini açığa çıkarmak, maliyet işlemleri ile ilgili yönetime bilgi vermek yer almaktadır (Akay ve Sarıışık, 2015:217; Cömert ve Keleş, 2018:338). Ayrıca hedeflenen başarı seviyesine ulaşılmadığı takdirde işletmeler, gerekli düzeltici önleyici faaliyetleri gerçekleştirerek planlama noktasına geri dönebilecekler ve böylelikle etkin bir menü planlamasını uygulayabileceklerdir (Cömert ve Keleş, 2018:326).

Konaklama işletmelerinde oda satışlarından sonra en fazla gelir getiren yiyecek-İçecek satışlarındaki başarı doğru bir menü planlaması ile elde edilebilmektedir (Doğdubay ve Saatçı, 2014:40-41). Satışa sunulan yiyecek-İçecekler ve bir ticaret markası olarak işletmelerce görülen menülerin kullanıldığı otellerin yeme-İçme departmanlarında; beslenme konusuna hâkim ve besin grupları ile besin değerlerini, kalori miktarlarını ve yemek eşleşmelerini iyi bilen şefler, gıda mühendisleri gibi uzmanlar görevlendirilmelidir (Doğdubay ve Saatçı, 2014:108). Menü planlamasında işletmeler açısından örgütsel amaç ve hedefler, yiyecek piyasası ve koşulları, bütçe, donatım, personel becerileri, üretim çeşitleri ve servis sistemleri gibi unsurlara; müşteriler açısındansa yiyecek özellikleri, müşterilerin tüketim alışkanlıkları ve tercihleri, müşterilerin besinsel ihtiyaçları gibi unsurlara dikkat edilmelidir (Bolat, 1995:30).

Y-İ işletmelerinde karşılaşılan menüler fiyat, zaman ve besin değerleri gibi özellikler ile farklılaşabilmektedir. İşletmelere uygun menülerin seçilmesi için sınıflandırılmaları önemli bir rol oynamaktadır. Buna göre menüler; i. fiyatlarına göre menüler (tabldot ve alakart), ii. zamanına göre menüler (kahvaltı, öğle, akşam, brunch, supper, Kaliforniya, dönüşümlü, Noel ve yılbaşı, günün yemeği), iii. özel menüler (banket, sporcu, çocuk ve gençlerde, yaşlılarda, işçilerde, diyet, şişmanlık ve zayıflıkta, vejetaryen, oda servisinde) olarak sınıflandırılmaktadır (Altınel, 2017:86-128; Bolat, 1995:23-29).

3. YİYECEK-İÇECEK İŞLETMELERİNDE MENÜ TASARIMLARI

Y-İ işletmelerinde “menü kartları, yemek listeleri” olarak da adlandırılabilen menü tasarımı menü oluşturma, düzenleme ve yapılandırma kavramları ile aynı anlamda kullanılmaktadır. Brunswick Dükü Henry'nin ilk olarak uzun bir kağıda sevdiği yemekleri yazması sonucu açığa çıktığı düşünülen menülerin düzenlenmesinde renk, şekil, yazı punto boyutları vb. hususlara karar verilmesi söz konusudur (Doğdubay ve Saatçı, 2014:54; Altınel, 2017:189).

Menü düzenlemesi veya bir başka deyişle menü tasarımı kağıdın boyut, renk vb. nitelikleri ile kağıtta kullanılacak metnin yazı tipi ve büyüklüğü, yiyecek-İçecek işletmesindeki ürünler, konsept veya personeller ile ilgili tüm karar aşamalarını kapsamaktadır. Bir y-i işletmesindeki menü tasarımları müşterilere, o işletmenin arka planındaki tüm noktalar için ilk izlenimi vermesi amacıyla oluşturulmakta ve müşterilerin kararlarını kolaylaştırmaktadır. Y-İ işletmelerinin bu amaç doğrultusunda hareket etmeleri menü tasarımlarının etkin olmasını ve hedefledikleri kar yüzdelere ulaşmalarını sağlayacağı için önemlidir. Ayrıca, müşteriye yiyecek ve içeceklerle ilgili bilgi sağlaması, müşterilerin güven duygusunu kazanması, işletmenin prestiji hakkında izlenim oluşturmaları, satışları ve dolayısıyla kar yüzdelerini artırması, zamandan tasarruf sağlaması gibi avantajlar, menü

tasarımlarının amaçları arasında yer almaktadır (Bowen ve Morris, 1995:4; Altınel, 2017:189).

Menü tasarımlarında müşteri sayısına ve seviyelerine ait tahminler gerçekleştirilmeli, müşteri gruplarının enerji-besin öge ihtiyaçları, sağlık ve varsa diğer özel durumları göz önünde bulundurulmalıdır. Menü tasarımında yer alacak malzemelerin daimi temin edilme durumu düşünülmeli, çabucak bozulabilecek ürünlere ve tüketim tercihi az olacak yemeklere menüde yer verilmemelidir. Mutfak, servis ve ekipman, araç-gereç durumları, depolama koşulları, mutfakta çalışan personel nitelikleri ile sayısı değerlendirilmeli ve mutfak bütçesine uygun düzenlemeye gidilmelidir. Ayrıca işletme bölgesinin coğrafi özellikleri, iklim şartları ve çevre tesisler göz önünde bulundurulmalı, işletmenin sürekliliğinin ne kadar olacağı tespit edilmelidir. Fiziksel özellik açısından ise; baskısı iyi, okunaklı ve güzel görünümde olmalıdır (Doğdubay ve Saatçı, 2014:55). Dikkat edilmesi gereken bu hususların yanında tasarım esnasında işletmeler, bazı ilkelerden de yararlanmaktadır. Y-İ işletmelerindeki menü tasarımlarında sorumluluk, yaratıcılık, materyal, renklendirme, sadelik, sıra, adres, ayrı menü, karalamama, gizliliği koruma, tanıtma ve değiştirme ilkelerinden faydalanılmaktadır (Sezgi ve Cömert, 2015:23). Bu ilkeler doğrultusunda gerçekleştirilen çalışmalar; iki başlık altında toplanmaktadır. Bu başlıklar yönetsel tasarım ile fiziksel/biçimsel tasarımdır (Cömert ve Keleş, 2018:335-336; Altınel, 2017:191-194). Yönetsel tasarım başlığı altında; menünün çekici, temiz, kolay okunabilir, tamamlayıcı konseptte, müşteri beklentilerini karşılayacak düzeyde, etkin bir dil kullanımında, objektif, fiyatlandırmanın doğru ve dengelerin sağlanmış ve yenilecek sıraya göre düzenlenmiş olmasına dikkat edilmelidir (Altınel, 2017:191; Doğdubay ve Saatçı, 2014:54; Cömert ve Keleş, 2018:335). Yönetsel olarak menü tasarımında menü sırası, metni, esnekliği ve yorgunluğu (monotonluğu) önemli başlıklardır. Menü metninde yiyecekler ve tanımları listelenmeli, kurumsal metin ile adres ve diğer etkinliklere ait bilgilere yer verilmelidir. Menü yorgunluğunun (monotonluğunun) önüne geçilmesi için de menü tasarımında yer alan tanımlamalar geliştirilmeli, sık yer alan ürünler tekrar tekrar verilmemeli, hazırlama yöntemlerindeki standartlık değiştirilmelidir (Doğdubay ve Saatçı, 2014:61-63). Biçimsel tasarımda menü kartının şekil ve boyutu, kapağı, kağıt tipi, başlıkların ve yemeklerin adları ve açıklamalarının yer alacağı metin düzenlemeleri, yiyecek-iceceklerin sıralaması ve müşterilerin menü kartı üzerindeki göz hareketleri yer almaktadır (Altınel, 2017:193-194; Doğdubay ve Saatçı, 2014:56-57).

Biçimsel ve yönetsel tasarım başlıkları altında yer alan hususlar dikkat edilerek menüler, tek sayfalı, iki katlamalı, zarf katlamalı ve üç katlamalı menüler olarak tasarlanabilmektedir. Dört menü dizaynından birinin seçilmesi sonrası menü kapağında işletme adı, logosu, adresi, irtibat bilgileri, hizmet sunulan günler ve saatler ile varsa verilen özel hizmetlere yönelik bilgiler yer almalıdır. Menü tasarımlarında yiyecek ve içeceklerle ilgili hazırlanma ve servis yöntemlerine, içeriklerine, porsiyon büyüklüklerine, ürün kalitelerine ve özel olarak etler için kesim yöntemlerine ait bilgiler verilmesi uygun görülmektedir (Bolat, 1995:69-70). Genel anlamıyla menü tasarımlarının yiyecek-icecek işletmelerinin imajlarını ve tasarımlarını yansıttıkları ve bir pazarlama unsuru olmaları göz önünde bulundurularak aceleye getirilmeden dikkatlice hazırlanmaları gerekmektedir (Işık, Işık ve Işık, 2016:113). Bahsi geçen bu unsurlar ve yiyecek-icecek işletmelerine gelen müşterilerin hem besinsel hem de psikolojik, sosyal gibi çeşitli ihtiyaçlarını karşılaması

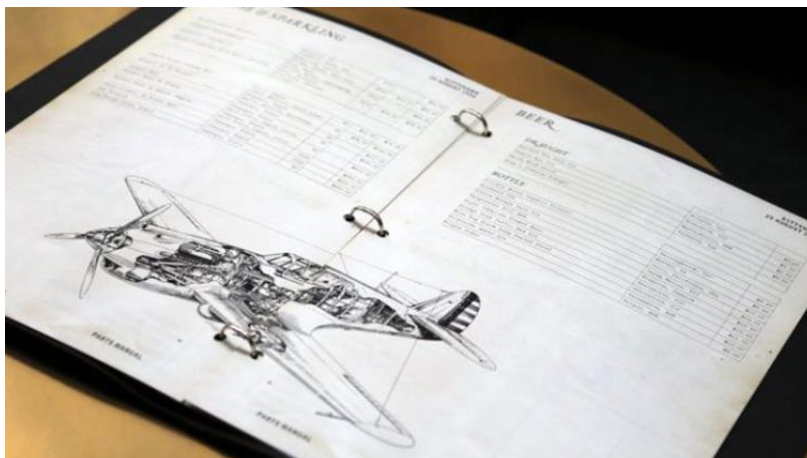
önemiyle menü tasarımlarına verilecek dikkat, işletme yöneticilerini yakından ilgilendirmektedir.



Şekil 1. Stratejik olarak kullanılan altın üçgen alanın gösterildiği örnek bir menü tasarımı (Krook, t.y.)



Şekil 2. Kare kutu kullanılan örnek bir menü tasarımı (Krook, t.y.)



Şekil 3. Konseptte dayalı örnek bir menü tasarımı (Krook, t.y.)



Şekil 4. Katlanabilir origami tasarımlı örnek bir menü tasarımı (Krook, t.y.)



Şekil 5. Tek sayfaya sığdırılmış ve kolay okunabilir örnek bir menü tasarımı (Krook, t.y.)



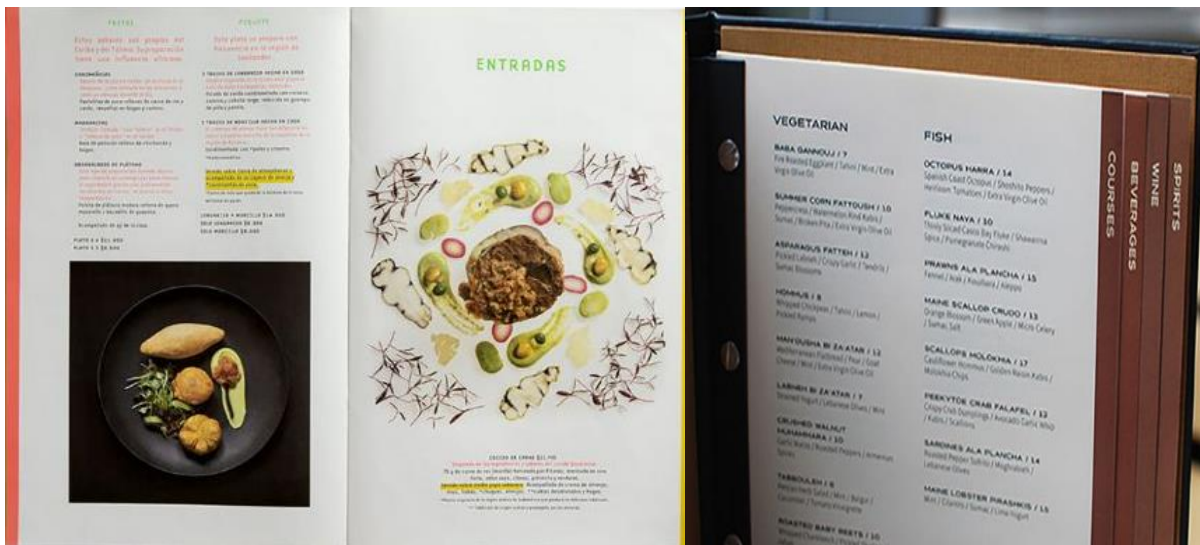
Şekil 6. Masalara rahatlıkla bırakılabilen kısa ve öz aışap malzemeli örnek bir menü tasarımı (Krook, t.y.)



Şekil 7. Minimalist ve renkli mermer malzemeli örnek bir menü tasarımı (Krook, t.y.)



Şekil 8. Çeşitli menü tasarımları (Krook, t.y.)



Şekil 9. Çeşitli restoran menü tasarımları (Krook, t.y.)

Pazarlama ve karlılık noktalarında işletme yöneticilerinin menü tasarım unsurlarına verecekleri dikkat ve özveri, işletmelerin hedeflerine ulaşmalarında önemli rol oynamaktadır. Bu nedenle yiyecek-içecek işletmelerinde yürütülen menü tasarımlarına yönelik literatürde çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalardan bazılarını aşağıdaki tabloda yer verilmiştir:

Tablo 1. Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Menü Tasarımlarına Yönelik Gerçekleştirilen Çalışmalar

Menü Tasarım Unsuru	Etkisi	İşletme	Kaynakça
Tasarım teknikleri ve Menü kalemlerinin konumu	Satış artışında olumlu gelişme	Hilton Otel Üniversite Restoranı	Bowen ve Morris (1995)
Açıklayıcı metin	Satın alma davranışında artış ve geri dönüşlerde olumlu gelişme	Çeşitli restoranlar	Wansink, Painter ve Ittersum (2001)
Geleneksel menü tasarım unsurlarının yanında menü planlamada nitel değişkenler modeli kullanımı	Pazar ihtiyaçlarının geleneksel yöntemlere göre daha iyi analiz edilebilmesi	Hong Kong Oteller Birliği'nden rastgele seçilen 42 restoran	Kivela (2003)
Menü kalemlerinin kutucuk içerisine yerleştirilmesi	Satın alma kararında etkisiz	Rhapsody Restoranı	Reynolds, Merritt ve Pinckney (2005)
Menü metni karmaşıklığı	Kalite ile fiyat beklentisinde ve satın alma niyetinde artış	Üç Farklı Restoran	McCall ve Lynn (2008)
Beslenme değerlerinin menü kalemlerinde belirtilmesi	Besin değeri açıklanan menü kalemlerinin tercih edilmesi	İki restoran	Hwang ve Lorenzen (2008)
Kalori etiketleri ve günlük kalori ihtiyaç tablosu	Düşük kalorili yiyeceklerin tercih edilmesi	Au Bon Pain Restoran ve New York'taki bir yerel restoran	Roberto, Larsen, Agnew, Baik ve Brownell (2010)
Menü tasarımında işaret ve kutulama kullanımı	Satışlarda artış	Kore'deki çeşitli restoranlar	Choi, Lee ve Mok (2010)
Kapak tasarımı, Yazı stili, Metin açıklamaları	Satın alma niyetinde artış	Waroeng Mas Kemal Restaurant	Fikri ve Ramadhan (2011)
Resimler ve Boyutlandırma	Satın alma niyetinde etkisiz	Waroeng Mas Kemal Restaurant	Fikri ve Ramadhan (2011)
Menü kalemlerinin konumlandırılması	Sağlıklı ürünlerin doğru konumlanması sonucu satışlarda artış	Dört farklı restoran	Dayan ve Bar-Hillel (2011)
Mutlu anıları hatırlatacak menü kalem adları kullanımı	Satışlarda artış	Brittany'de bir restoran	Guéguen ve Jacob (2012)
Deniz, kırsal bölgeler ve mutfak resimleri kullanımı	Deniz resimleri balık satışlarını artırmıştır. Diğerleri etkisizdir.	Brittany'de bir restoran	Guéguen, Jacob ve Ardiccioni (2012)
Hafıza ve psikoloji tabanlı konumlandırma kullanılarak gerçekleştirilen tasarım	Göz hareketlerinin izlediği yola göre menü tasarımlarında satışlarda artış	Çeşitli restoranlar	Yang (2012)
Menü ögesi konumu, açıklaması, etiketi ve kart özellikleri	Müşteri siparişleri üzerinde etkili	Çeşitli restoranlar	Ozdemir ve Caliskan (2015)

Tablodaki çalışmalar göz önünde bulundurularak; yiyecek-içecek işletmelerinde kalite ve değer algılarını etkilemek, tat ve sağlıklı algılarını değiştirmek, satış oranlarını artırmak, müşteri memnuniyetini sağlayarak tekrar ziyaret etme niyetini sağlamak menü tasarım unsurlarının bir pazarlama aracı olarak kullanıldığı görülmektedir.

4. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMI

Sanayi devrimden sonra insanoğlu bilim, sanayi ve teknoloji alanlarında hızla gelişmeler yaşamaya başlamıştır. Bu gelişmeler, insanların hayatlarını kolaylaştırarak refah seviyelerindeki artışı sağlamıştır. Artan refah seviyeleri insanoğlunu daha fazla tüketmeye itmiş ve doğaya kalıcı olumsuz etkiler vermelerine sebep olmuştur. Aşırı tüketim, artan nüfus ve hızlı kentleşme sonucu çevre daha fazla kirlenmeye başlamış ve doğal kaynaklar da bilinçsizce kullanılır hale gelmiştir. Tükenmeye başlayan doğal kaynakların fark edilmesi üzerine; insanoğlu ve ülkeler tüketimlerine ve doğaya verdikleri zararlara dikkat etme eğilimine yönelerek gelişmelerinin negatif etkiler yaratmayacak şekilde olmasının bilincine varmışlardır. Bu bilinç sonucu çözüm arayışları sürdürülebilirlik kavramını ortaya çıkarmıştır (Karahana, 2019:31; Aliyeva, 2020:28).

Sürdürülebilirlik kelimesinin ilk defa Hans Carl von Carlowitz'in "Sylvicultura Oeconomica" adlı kitabında geçmekte olduğu, sonraları yabani hayatın nasıl olacağı sorularını cevaplamak üzere ortaya çıkan bir kavram olduğu ve 20. yüzyıla gelindiğinde ise balıkçılık konusunda kullanıldığı bilinmektedir (Sünnetçioğlu ve Yılmaz, 2015:96). Türk Dil Kurumu'nda halen bir karşılığı bulunmayan ancak İngilizce "sustainability" kelimesinin karşılığı olan sürdürülebilirlik, genel hatları ile devamlı olma anlamı taşımaktadır. Devamlılığı olan bir sistemden ya da ekosistemden aralıksız ve bilinçsizce temel kaynaklarını tüketmeden, zarar vermeden faydalanılması ve bu faydalanmaya rağmen bu sistemlerin devamlılığının sağlanabilmesi sürdürülebilirlik kavramını ifade etmektedir. Doğal kaynakları tamamen tüketmeden kullanabilmek, kaynakları düzenli olarak değerlendirmek ve korunması için yapılacakları ortaya koymak ve ortaya çıkarılan unsurlar için farkındalık oluşturmak sürdürülebilirliği sağlayacaktır (Kurnaz, 2017:26; Yoldaş, 2019:12). Başka bir açıdan insanoğlunun gerçekleştirdiği veya yer aldığı her faaliyetin doğal kaynaklar, sosyal ve kültürel ortamlar açısından uyumlu/dengeli olma hali sürdürülebilirlik kavramını tanımlamaktadır (Cömert 2002: 22). Bu denge aynı zamanda ekonomik büyüme ve ekoloji arasında da bulunmalıdır. Kavram, çevreye önem veren, bugünün ihtiyaçlarını aşırıya kaçmadan sınırlayarak tüketen ve böylelikle gelecek kuşakların sahip olacaklarını koruyan, doğal kaynakların verimli kullanımını sağlayan bir model olarak da açıklanabilmektedir (Bayazit Hayta 2009:131).

Uluslararası düzeyde Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (United Nations Development Programme-UNDP) sürdürülebilir kalkınmayı sağlayabilmek adına on yedi amaç belirlemiştir. Bu amaçlar; yoksulluğa ve açlığa son vermek, sağlıklı ve kaliteli yaşam sunmak, nitelikli eğitim, toplumsal cinsiyet eşitliği, temiz su ve sanitasyon, erişilebilir ve temiz enerji, insana yakışır iş ve ekonomik büyüme, sanayi, yenilikçilik ve altyapı sunma, eşitsizlikleri azaltma, sürdürülebilir şehirler ve topluluklar oluşturma, sorumlu üretim ve tüketim, iklim eylemi sağlama, sudaki yaşam ve karasal yaşama dikkat etme, barış, adalet ortamı ve güçlü kurumlar oluşturma, amaçlar için ortaklıklar kurma olarak sıralanmaktadır (United Nations Development Programme [UNDP], 2020).Sürdürülebilirlik amaçlarından farklı olarak sürdürülebilir kalkınma ise sosyal, çevresel ve ekonomik olmak üzere üç boyut altında değerlendirilmektedir (Sünnetçioğlu ve Yılmaz, 2015:96).

Kavram, uluslararası çerçevede incelenecek olursa; sürdürülebilirlik kelimesinin tek kullanımında bir anlamı bulunmamakta olup kaynakların kullanımı, ekonomi, atıklar,

kalkınma, insan faaliyetleri ile ilişkilendirildiğinde bu kavram daha çok anlamlı hale gelmektedir (Akgül, 2010:135). Uluslararası çerçevede küreselleşmenin etkisiyle y-i işletmeleri pazardaki rekabet ortamında hayatta kalabilmek için önem kazanan sürdürülebilirlik kavramına ilgi duymak zorunda kalmışlardır. Y-i işletmeleri konuk ve müşterilerin önemseydiği sürdürülebilirlik kavramını kaynakların aşırı tüketilmemesi, gelecek kuşaklara aktarılması gibi hususlara dikkat ederek işletmelerinde çeşitli uygulamalara yönelmişlerdir (Sunelcan, 2019:12).

5. YIYECEK-İÇECEK İŞLETMELERİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Türkiye İstatistik Kurumu'nun yürüttüğü çalışma ile 2017, 2018 ve 2019 yıllarına ait çıkartılan ortak Hanehalkı Bütçe Araştırması'nın sonuçlarına göre; tüketim kalemlerinin büyük bir kısmını konut ve kira, gıda ve alkolsüz içecek ile ulaştırma oluşturmaktadır. Gıda ve alkolsüz içecek harcaması payının en yüksek olduğu bölgenin %28,5 ile Ortadoğu Anadolu; en düşük olduğu bölgenin ise %15,9 ile İstanbul olduğu aynı çalışma sonuçlarından elde edilmiştir (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2020). Ayrıca Institut de Publique Sondage d'Opinion Secteur (IPSOS) Araştırma 2017 Yeme-İçme Tüketim Raporları'na göre; ev dışı tüketim harcamalarının %62'sinin gıda sektöründe olduğu ve bu harcamaların %56'sının da %27 oranı ile restoranlar ile %29 oranı ile fast-food mekanlarında yapıldığı saptanmıştır (Türkiye-Avrupa Eğitim ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı [TAVAK], 2018:8).

Tablo 2. Ev Dışı Tüketiminde Kategorilerin Aldığı Paylar

Kanal	Yüzde (%)	İl	Yüzde (%)
Fastfood	30	İstanbul	41
Restoran/Kafe	27	Ankara	11
Otel	13	İzmir	15
Pastane	6	Antalya	15
Büfe Kiosk	5	Adana	4
Yemekhaneler	4	Muğla	7
Eğlence	1	Bursa	7
Diğer	14		

Kaynak: Türkiye-Avrupa Eğitim ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı [TAVAK], 2018:9

Ev dışı tüketimdeki artış yiyecek-içecek işletmelerindeki büyümeyi ve dolayısıyla da çevreye verilecek zararların da artmasına neden olmaktadır. Fazla enerji, su kullanımları, fazla atık oluşturmaları gibi sebepler çevremize zarar vermektedir. Atıkların yönetilemez hale gelişi ve doğal kaynakların tüketilmesi ya da zarara uğratılması sürdürülebilirlik kavramını işletmeler içerisinde ortaya çıkarmıştır (Yazıcıoğlu, Özata ve Yarış, 2018:351). Bu nedenle uluslararası arenada gerçekleştirilen çevre konulu zirveler sonrası 1987 yılında Brundtland Raporu'nda ortaya çıkan sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma kavramları diğer alanlarda olduğu gibi yiyecek-içecek işletmelerinde de önemli hale gelmiştir (Sünnetçioğlu ve Yılmaz, 2015:95). İşletmelerin verdiği bu önemin sebepleri arasında yer almaları gereken sosyal sorumluluk projelerinin, pazardaki rekabetin, tüketici, çevre kuruluşları ve devlet baskılarının etkili olduğu düşünülmektedir (Uydacı, 2011). Amerika Birleşik Devletleri'nde çevreye verilen zararı minimize etmek amacıyla yiyecek-içecek sektöründeki paydaşların işbirliği ile kurulan Yeşil Restoranlar Birliği gibi ülkemizde de benzer şekilde restoranlar birliği kurulmuştur. "Yeşil Nesil Restoran Hareketi" olarak adlandırılan bu program atıkları

değerlendirmeyi ve azaltmayı, etkin enerji kullanımını, hava kirliliğinin önüne geçilmesini, personel sadakatini yükseltmeyi ve imajı iyileştirmeyi amaçlamaktadır (Şimşek ve Akdağ, 2017:355-356; Yazıcıoğlu, Özata ve Yarış, 2018:352).

Sünnetçioğlu ve Yılmaz (2015) çalışmasında restoranların sürdürülebilirlik kapsamında çevre korumaya yönelik atık yönetimi başlığı altında; atık yağ toplama, atık ayrıştırma, geri dönüşüm, su arıtma sistem, cam şişe kullanımı ve atıkları yeniden kullanım uygulamalarına yer verdikleri aktarılmıştır. Restoranların çevre düzenlemesi başlığı altında ağaçlandırma ve yeşili koruma çalışmaları yürüttüğü; su yönetimi başlığı altında su tasarruf uygulamalarına yer verdikleri belirtilmiştir. Sürdürülebilirlik kapsamında restoranların mavi kapak toplama, sponsorluklar, çevre kuruluşlarına yardım gibi sosyal projelerde yer aldıkları da aktarılmıştır. Çevresel uygulamaları gerçekleştirirken sırasıyla kişisel düşünceler, maliyet, yasal düzenleme unsurlarının işletmeleri motive ettiği sonuçları elde edilmiştir. Aynı çalışmada yer alan restoranların atık yönetimleri incelendiğinde; yiyecek atıklarının çevredeki hayvanlara, hayvan barınaklarına verildikleri ancak aynı oranda da atıkların çöpe gittiği görüşlerine yer verilmiştir (Sünnetçioğlu ve Yılmaz, 2015:105-106-109).

Yazıcıoğlu, Özata ve Yarış (2018) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada Ankara ilinde sürdürülebilir yiyecek ve içecek işletmeciliği üzerine bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu araştırma sonuçlarına göre; sırasıyla işletme başarısı, doğal kaynaklar, sorumluluk, maliyetler, müşteriler, yaptırımlar, enerji kaynakları, su kaynakları, hava kirliliği, sağlık, gelecek nesiller başlıkları sürdürülebilirliğin yiyecek-içecek sektöründe önemli görülme nedenlerini göstermektedir. Aynı çalışmada yiyecek-içecek sektörünün atık gıda, hava kirliliği, katı atık oluşumu ve kimyasal kirlenme hususlarında çevresel etkilerde bulunduğu da yer verilmiştir (Yazıcıoğlu, Özata ve Yarış, 2018:355-356). Bu kapsamda işletmelerde sürdürülebilirlik uygulamalarına şu konularda rastlanmaktadır: sürdürülebilir yapı, tasarım ve bina; sürdürülebilir mobilya, teçhizat ve mefruşat; su, enerji ve atık yönetimi; kurumsal sosyal sorumluluk projeleri, sürdürülebilir yiyecek ve içecek (Sünnetçioğlu ve Yılmaz, 2015:98). İşletmelerin gerçekleştirdiği sürdürülebilir uygulamalara aşağıda belirtilen örnekler verilebilir: Mevsimsel menü, İyi Tarım Uygulama sertifikalı ürün, mevsimsel gıda tercihi, yerel gıda tercihi, eko-temizlik ürünleri, biyoçözünür ürün kullanımı, deterjan dozajlama, artan yemeği paketleme teklifi, geri dönüşüm, atık yağ uygulaması, seçmeli garnitür, yarım porsiyon, gri su uygulaması, tasarruflu armatür, sensörlü musluk, pelatör kullanımı, ısı yalıtımlı dış cephe, termostat, çift cam, hava perdesi, tavanda fan, aydınlatma armatürü, sensörlü aydınlatma, tasarruflu ampul (Yazıcıoğlu, Özata ve Yarış, 2018:359).

Sarmiento ve Hanandeh (2018) tarafından gerçekleştirilen bir başka çalışma sonuçlarında ise; %74.6 ile sağlıklı gıdalara yer veren restoranların, %62.3 ile vejetaryen ve vegan ürünlere yer veren restoranların, %39.2 ile akımlara uygun restoranların, %22.3 ile küçük ve geleneksel restoranların, %6.9 ile büyük zincir restoranların ve son olarak %5.4 ile fastfood restoranların çevre dostu etkinlikler yaptığı sonucuna ulaşılmıştır. Aynı çalışmada yeşil restoran olarak nitelendirilen işletmelerden müşterilerin sırasıyla enerji ve su tasarrufu, atık azaltma, geri dönüştürülmüş malzeme kullanımı, yerel marketlere destek verme, çevre sertifikalarına sahip olma ve yemek millerine dikkat etme eylemlerini bekledikleri anlaşılmıştır (Sarmiento ve Hanandeh, 2018).

Batat (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmada ise; Michelin-yıldızlı şeflerin sürdürülebilir bir lüks gastronomik sunumun temelleri olarak algılanan beş ana motivasyon

yardımcısı aktarılmıştır. Bunlar şefleri sürdürülebilirliği teşvik etmeye motive eden içsel (tabak, zevk ve yer) ve dışsal (insanlar ve gezegen) faktörler olarak sınıflandırılmıştır. Motivasyon yardımcılarından iç faktörler zevk, tabak ve yer üç ana başlığından oluşmaktadır. Zevk başlığı altında; yiyecek duyusunu ve deneyimlerini geliştirmek, sağlıklı yiyecekler sunarken misafirleri memnun etmek, yiyecek sosyalleşmesini geliştirmek, yemek hikayesi anlatımı ve özgünlük yer almaktadır. Tabak başlığı altında; pestisit içermeyen gıda maddeleri, saygılı rezervasyon teknikler, sağlıklı ve yaratıcı yemekler için yağ ve şekeri azaltmak, doğal yemekler sunmak, aşırı yemeyi önlemek için porsiyonları azaltmak, etsiz menüler konuları yer almaktadır. Yer başlığı altında; çevre dostu iç tasarımın benimsenmesi, geri dönüştürülmüş malzeme kullanmak, plastik kullanımının yasaklanması, çevre dostu deterjanların ve temizlik ürünlerinin kullanımının artırılması, enerji ve ışık tüketiminin azaltılması hususları yer almaktadır. Motivasyon yardımcılarından dış faktörler insanlar ve gezegen olmak üzere iki ana başlık altında toplanmaktadır. İnsanlar başlığı altında; çalışanın refahını ve eğitimini geliştirmek, topluluklar arasında yemek kültürlerini ve alışverişini teşvik etmek, tüketicileri, çiftçileri ve gıda aktörlerini birbirine bağlamak, çocuklara yemek ve tat eğitimi sağlamak, küçük aile şirketlerine (yerel çiftçiler, tedarikçiler ve üreticilere) yardım etmek yer almaktadır. Gezegen ana başlığı altında; gıda israfını yönetmek, kısa devrelerin benimsenmesi ve teşvik edilmesi, mevsimselliğe saygı, hayvan refahını dikkate almak ve geri dönüşüm hususları yer almaktadır (Batat, 2020:8).

Bu çalışmaların yanı sıra Tablo 3'te restoranlardaki farklı boyutlarda gerçekleştirilen sürdürülebilirlik uygulamalarına ait çalışmalara kısaca yer verilmiştir:

Tablo 3. Restoranlardaki Sürdürülebilirlik Boyutları

Kaynak	İncelenen Konu
Lehtinen (2012)	Sürdürülebilirliğin bir kavram olarak yerel kaynaklı yiyeceklerin halka açık yemek hizmetlerinde kullanımının desteklenmesi.
DiPietro, Cao ve Partlow (2013)	ABD'nin güneydoğusundaki bir üniversite kampüsünde bulunan lüks, yeşil sertifikalı bir restoranda yeşil uygulamalarla ilgili müşterilerin algıları ve satın alma niyetleri.
Kwok, Huang ve Hu (2016)	Tüketicilerin çeşitli yeşil özelliklere karşı tutumları ve davranışları üzerindeki etkilerinin incelenmesi.
Lu ve Gursoy (2017)	Organik bir yemek menüsü sunmanın yemek yiyenlerin restoran karar verme süreçleri üzerindeki etkisi.
Stöckli, Dorn ve Liechti (2018)	Lokantadaki yiyecek israfının azaltılmasını nasıl teşvik edileceğinin gösterilmesi.
Chou, Horng, Liu ve Gan (2018)	Etkili restoran endüstrisi yöneticilerinin sürdürülebilir hizmet ve organizasyonel ortamının firma performansını tahmin edip etmediği incelenmektedir.
Sakaguchi, Pak ve Potts (2018)	ABD, Kaliforniya, Berkeley'deki restoran işletmecilerinin, mevcut mali teşvikler ve politikalar göz önüne alındığında gıda israfını nasıl algıladıklarının araştırılması.
Principato, Pratesi ve Secondi (2018)	Restoranların yiyecek israfına neden olan faktörlerini keşfetmek ve restoranlardaki yiyecek atıklarının yemek pişirme ve müşterilerle ilgili olup olmadığını anlamak.
Bacon ve Krpan (2018)	Çevre için önemli etkileri göz önüne alındığında vejetaryen yemek seçimlerine odaklanması ve bunların restoran menülerini etkileyip etkilemediğinin araştırılması.
Hwang ve Lee (2019)	Yeşil restoran tüketimi motivasyonunun bir mekanizması olarak halkın öz farkındalığının müşteri memnuniyeti ve müşteri vatandaşlığı davranışı üzerindeki etkisi.

Yang, Bao ve Xie (2019)	Restoran yiyecek atığı miktarının ve bunun enerji güvenliği ve insan sağlığı ile ilişkisinin değerlendirilmesi.
Kwok ve Huang (2019)	Tüketiciler, sahipler ve yöneticiler arasında restoranların çeşitli yeşil özelliklerinin algılanan önemini değerlendirilmesi ve karşılaştırılması.
Haider, Fatima, Bakhsh ve Ahmed (2019)	Çevresel olarak sürdürülebilir çalışma uygulamalarının kullanımına yönelik çalışan tutumunun nasıl geliştirilebileceğini anlaşılması.
Higgins-Desbiolles ve Wijesinghe (2019)	İş konseptlerinde ve uygulamalarında sürdürülebilirliği öne çıkaran yirmi Avustralya restoranının vaka analizinin incelenmesi.
Salzberg, Gough ve Suen (2019)	İşletme sahipleri ve yöneticiler özelinde restoran endüstrisindeki mevcut sürdürülebilirlik düzeyinin değerlendirilmesi.
Amos, Brockhaus, Fawcett, Fawcett ve Knemeyer (2019)	Hizmet algılarının, kurumsal sürdürülebilirlik iddialarının gerçekliğine ilişkin müşteri görüşlerini nasıl etkilediğinin değerlendirilmesi.
Ching-Chan, Ya-Yuan, Tsai, Cheng-Ta ve Yu-Chun (2019)	Kapsamlı bir sağlık ve sürdürülebilirlik yaşam tarzları restoran hizmet kalitesi ölçeği geliştirilmesi.
Acar, Aktas, Agan ve Bourlakis (2019)	Sürdürülebilirlik kavramlarını araştırarak bunların gıda tedarik zincirindeki sosyal, çevresel ve operasyonel faaliyetlerle ilişkilendirilmesi.



Şekil 10. Michelin yıldızlı Blue Hill Restoran – New York, Amerika (Uğurdağ, 2019)



Şekil 11. Wolfgat Sürdürülebilir Restoranı– Paternoster, Güney Afrika (Uğurdağ, 2019)

6. SÜRDÜRÜLEBİLİR MENÜ TASARIMLARI

Doğal kaynak yetersizliğinin yanı sıra gıdanın adil dağıtılmaması ve gıda israfı dünya genelindeki açlığın sebepleri arasında yer almaktadır. Sağlıklı su ve gıdaya ulaşamayan pek çok insan olmasına rağmen; obez veya fazla kilolu pek çok da insanın dünya nüfusunda yer alması bu sonuçlardan kaynaklanmaktadır. Artan ihtiyaçlar karşısında tükenen doğal kaynaklar gıda israfının minimize edilmesi ve sürdürülebilir tüketim gerçekleştirilmesi ihtiyaçlarını doğurmaktadır.

Sürdürülebilir tüketim ihtiyaçlarının yanında pazar ortamında artan rekabet içerisinde yer alma isteği yiyecek-içecek işletmelerinin, müşterilerinin yöneldikleri akımlara dikkat etmelerine ve yönelmelerine yol açmaktadır. Müşterilerin yöneldikleri akımlardan birisinin de sürdürülebilirlik kavramı olduğunu ve işletmelerin de bu yönde gerçekleştirdikleri çalışmalar önceki başlıklarda aktarılmaya çalışılmıştır. İşletmelerin sürdürülebilirlik çalışmalarını yürüttükleri noktalardan birisi de işletmenin menüleridir. Bir menünün görünüm, ürünler, konsept, personeller ve daha pek çok husus hakkında konuklara işletme hakkında ön izlenim verdiği düşünüldüğünde; işletmelerin menülere yönelmeleri çok mantıklı olacaktır.

Sürdürülebilirliğe artan vurgu ile restoranlara sürdürülebilir menüler için giden insanlar arasındaki talebin de artması beklenmektedir. Restoran sahiplerinin motive olmaları ve sürdürülebilir menüler sunma yeteneğine sahip olmalarını, bu alanda çalışmalar yapmalarını ve sürdürülebilir işletme kategorisinde yer almalarını sağlayacaktır. Bu tarz işletmelerin güncel, sektöre özgü araştırmalara dayalı programlarla desteklenmeleri gerekmektedir (Jacobs ve Klosse, 2016:35). Güncel desteklemeler ile menü konseptleri ve genel işletme operasyonları sürdürülebilirlik ilkelerine uyacak şekilde düzenlenecektir. İşletmeler kaynak bulma ve hazırlıkları konularında şeffaf olmalıdır. Taze, mevsimlik ve yerel ürünler satın almalıdır. Daha iyi tarım uygulamalarını ödüllendirmelidir. Dünyadan ilham alan, bitki temelli mutfak stratejilerinden yararlanmalıdır. Asgari düzeyde işlenmiş gıda kullanılmalıdır. Özel gün geleneklerini onurlandırırken günlük seçenekleri artırmalıdır. Menü mesajları ile lezzet unsurlarına öncelik vermelidir. Kalori kalitesini nicelikten çok vurgulayarak porsiyonları azaltmalıdır. Kültürel çeşitliliği ve farkındalığı menülerde sağlayarak çeşitli etkinliklerle teşvik amaçlı kutlamalar gerçekleştirmelidir. Sağlık ve sürdürülebilirlik unsurlarını operasyonlara, menülere, yemek alanlarına göre tasarlamalıdır ("The Principles of Healthy, Sustainable Menus", t.y.). Sürdürülebilir uygulamalar açısından Legrand Sloan ve Simons-Kaufmann (2010) tarafından gerçekleştirilen çalışmada diyet ürünlerinin, vejetaryen ürünlerinin ve organik ya da yerel şarapların menülerde yer almasının ve GDO'lu ürünlerin menülerde yer almamasının önemli olduğu aktarılmıştır (Legrand, Sloan ve Simons-Kaufmann, 2010:178). Jang Kim ve Bonn (2011) tarafından gerçekleştirilen çalışma sonuçlarında, yiyecek-içecek işletmelerinde ekolojik ayak izi vb. hususlardan dolayı genel anlamda sürdürülebilirlik amaçlarıyla çevreye zarar vermeyen gıdaların, yerel ve organik yiyeceklerin tercih edilmesinin menü tasarımlarında önemli bir akım olduğu belirtilmiştir (Jang, Kim ve Bonn, 2011:803). Yerel yiyecekler taşıma sırasında karbon salınımına sebebiyet vermemesi, depolanması için fazladan enerji tüketimine neden olmaması, ambalajlamaya gereksinim duyulmaması ve daha taze, lezzetli olması gibi hususlardan dolayı sürdürülebilir menülerde tercih edilmektedir.

Jacobs ve Klosse (2016) tarafından gerçekleştirilen çalışmada; restoran sahiplerinin sürdürülebilir bir menü oluşturmasını teşvik eden veya engelleyen faktörlerin neler olduğu ve bu alanda, sahip oldukları motivasyon, fırsat ve yeteneklere hem içeriden hem dışarıdan bakılması gerektiği hususlarına değinilmiştir. Çalışmanın ikinci alanında bir misafirin restoran seçiminde ve menüden memnuniyetinde sürdürülebilirliğin rolünün ne olduğu ve tüketici davranışına bakmak için mevcut araştırma modellerinin sorunun cevabı için yararlı olabileceği vurgulanmıştır. Çalışmanın üçüncü alanı, ürünün kendisiyle ilgilidir. Restoranın sunduğu teklifin ne kadar sürdürülebilir olduğu uyarlanmış bir yaşam döngüsü değerlendirmesi ile yanıtlanmıştır. Bu alanlarla ilgili araştırmaların, konaklama işletmelerinin güçlendirilmesine ve ürünlerini daha sürdürülebilir hale getirmelerine yardımcı olacağı bilgisi verilmiştir (Jacobs ve Klosse, 2016:33-35).

Verilen örnek çalışmalar üzerinden restoran işletmelerinin, çevre ve toplum üzerinde önemli etkiler yarattığı görülmektedir. Sektörün olumsuz etkilerinin büyük bir kısmının, sorumsuz tüketici tercihleri kaynaklı olduğu düşünülmektedir. Yemek hizmeti sunumunun sürdürülebilirliğini artırmak için, tüketici tercihlerinin daha sorumlu hale getirecek şekilde sunular tasarlanmalıdır. Restoran menüsü, müşterileri seçimlerinin çevresel ve toplumsal etkileri hakkında bilgilendirmek ve böylece daha olumlu yemek seçeneklerinin seçimini 'dürtmek' için (yeniden) tasarlanabilir. Bu bilgilerin yer aldığı Filimonau ve Krivcova (2017) tarafından gerçekleştirilen çalışma menü tasarımının daha sorumlu tüketici seçimini şekillendirmedeki rolü üzerine yönetsel görüşleri araştırmaktadır. Restoratörlerin, gıda seçimlerinin kişisel sağlık ve çevre üzerindeki etkileri konusunda artan müşteri farkındalığını kabul ederken, menü tasarımının tüketici seçimini olumlu yönde etkilemek için bir araç olarak kullanımı konusunda şüpheli olduklarını belirtmektedirler. Gerekli menü değişikliklerini uygulamak ve sürdürmek için dahili kaynakların eksikliği, tutarsız müşteri talebi, organizasyonel ve operasyonel karmaşıklıklar gibi hususların temel engeller olduğu çalışmada ortaya konmaktadır. Çalışmada yiyecek kaynağının, beslenme ve kalorilerin tümüne ait bilgilerin verilmesinin restoranlarda tüketici ilgisini artırabileceği; ancak bu bilgilerin derlenmesinin önemli olduğu ve bir menüde görüntülenmesinin pratik olmadığı sonuçlarına ulaşılmıştır. Restoranlarda servis edilen gıda maddelerinin toplumsal ve çevresel nitelikleri hakkındaki bilgilerin harmanlanması ve dosyada tutulması gerektiği, yalnızca talep üzerine sunulması gerektiği aktarılmıştır. Teknolojinin dışarıda yemek yeme deneyimini bozabileceği ama daha iyi çalışılması ve bunlardan yararlanılması ile fırsatları kapsayabileceği ve artan teknolojinin benimsemesi ile bahsi geçen nitelikli bilgilerin tüketicilere görsel olarak daha çekici ve kapsamlı bir şekilde iletilebileceği düşünülmektedir. Böylelikle menülerin e-menü vb. şeklinde kullanımı ile etkili bir platform olarak kullanılabileceği belirtilmektedir. Aynı çalışmada menü kartlarının yalnızca tüketici seçimini tetiklemek için değil, aynı zamanda bu seçimi daha çevre dostu hale getirmek için tasarlanmanın çok önemli olduğu vurgusu da yapılmıştır. Birçok müşterinin restoranlardaki kaliteyi yalnızca harika lezzetli yiyeceklerle değil, aynı zamanda bu yiyeceğin kişisel sağlık ve çevre üzerindeki olumlu etkileriyle de ilişkilendirdiği bilgisi çalışma sonuçları arasında verilmiştir (Filimonau ve Krivcova 2017:5-6-29).

Gelişen teknoloji menü tasarımlarını etkilemiş ve sürdürülebilir menü tasarımları kapsamında farklı tasarımların ortaya çıkması için teknolojiden faydalanılmıştır. Işık, Işık ve Işık (2016) tarafından yürütülen çalışmada e-tablet menüler kullanılmış ve analiz sonuçlarında

müşterilerce kullanışlı oldukları belirtilmiştir. Sipariş bekleme süresinde azalmayı, ürünlerin hazırlanma süreçleri hakkında bilgilenmeyi sağlamanın yanında kağıt israfının önüne geçerek elektronik ortamda menü kalemlerini sunması ile sürdürülebilirliğe de katkı sağlaması açısından sürdürülebilir bir menü tasarımı olduğu çıkarımı yapılabilmektedir (Işık, Işık ve Işık, 2016:111). Bir diğer çalışmada ise; Filimonau, Lemmer, Marshall ve Bejjani (2017) tarafından gerçekleştirilen restoran menülerinde gösterilen yiyeceklerin karbon ayak izi gibi çeşitli çevresel ve sağlık (beslenme ve kalori) özelliklerinin Birleşik Krallık'ta müşterilerin seçimini nasıl etkilediğini keşfetmek için birincil veri toplama ve analizi için nitel bir yöntem kullanılmıştır. Çalışma sonuçları karbon ayak izi bilgisinin tüketiciler tarafından genel olarak olumlu görüldüğünü gösterirken, tüketici tercihinin belirleyicisi olabilmesi için yönetsel ve politika güçlendirmesinin gerekli olduğunu ortaya çıkarmıştır. Yiyecek kaynağı, besin değeri ve kalori değerlerinin sergilenmesinin çok önemli olduğu ve bu yiyecek özelliklerinin geleneksel menü öğeleri haline getirilmeleri gerektiği vurgusu yapılmıştır. Küresel gıda sistemleri tarafından çevreye uygulanan artan baskılarla, catering ve yiyecek-içecek işletmecilerinin bu etkilerin büyüklüğünü azaltmada önemli bir rol oynayacağı ve böylece gıda hizmet sunumunun çevresel sürdürülebilirlik hedefine doğru ilerlemesinin kolaylaştırılacağı ve ayrıca diğer şeylerin yanı sıra, azaltmanın tüketici seçim mimarisi aracılığıyla gerçekleştirilebileceği konuları aynı çalışmada paylaşılan bilgiler arasındadır. Çalışmada, "sosyal pazarlama" ve çevre yanlısı "dürtme" yapılarının, müşterilerin karar verme sürecini yönlendirmeye yardımcı olabilecekleri bilgisi paylaşılmıştır. Catering ve yiyecek-içecek işletmeleri bağlamında uygulandığında, bu araçların restoran menülerinin yeniden tasarlanmasıyla ilgili olabileceği ve yeniden tasarımın, müşterilere sunulan gıdanın sağlık ve çevresel nitelikleriyle ilgili bir dizi olgusal bilgi sağlayabileceği; böylece daha sosyal ve iklime zararsız özellikleri ile tüketici seçimini kolaylaştırabileceği sonuçlarına ulaşılmıştır. Çalışmada İngiltere'de gerçekleştirilen restorandaki tüketicilerin karbon ayak izine menülerde dikkat ettikleri; ancak düşük gelir seviyesindeki tüketicilerin bu kavramı bilmedikleri için daha fazla farkındalık uyandıran çalışmaların gerçekleştirilmesi gerektiği sonucuna da yer verilmiştir (Filimonau, Lemmer, Marshall ve Bejjani, 2017:73-79).

Lo, King ve Mackenzie (2017) tarafından gerçekleştirilen çalışma, Hong Kong otel restoranı müşterilerinin yemek yeme davranışlarını, sağlık ve çevre bilinci ve yaşam tarzları ile beslenme ve sürdürülebilir menü etiketlemeye yönelik tutumlarını araştırmaktadır. Beslenme bilgilerine ek olarak, çağdaş tüketicilerin yemek davranışlarının ve yemek seçimlerinin çevresel etkilerinin giderek daha fazla farkına vardıkları bu bilinçle daha sürdürülebilir diyetler benimsedikleri aktarılmıştır. Çalışma sonuçları katılımcıların özellikle hafta sonları evlerinin dışında sık sık yemek yediklerini göstermiştir. Bir restoranda müşterilerin yemekte menünün birçok özelliğini göz önünde bulundurdıkları ve sürdürülebilirlik yerine beslenme yönlerini tercih ettikleri anlaşılmıştır. Bu nedenle otel pazarlamacılarının her bir menü öğesinde beslenme bilgilerini, pişirme yöntemlerini, az tuzlu, az yağlı, düşük kalorili ve düşük karbonlu bilgilerini vurgulaması gerektiği belirtilmiştir. Bu noktaların vurgulanmasının, etkili pazarlama araçlarının hazırlanmasına ve müşterinin sağlıklı seçimlerine hitap eden menü öğelerinin tanıtımına yardımcı olabileceği düşünülmektedir (Lo, King ve Mackenzie, 2017).

Filimonau, Lemmer, Marshall ve Bejjani (2017b) tarafından gerçekleştirilen bir diğer çalışmada gıda hizmeti operatörleri tarafından benimsenen sürdürülebilirlikle ilgili

uygulamalara ilişkin müşteri algıları; çevreye zarar vermeyen ürünler ve restoran işletmecileri tarafından uygulanan çevre yönetimi girişimleri için tüketici ödeme istekliliği; ve catering kuruluşları tarafından "yeşil" pazarlama araçlarının kullanımına ilişkin müşteri tutumları incelenmiştir. Ortak bir restoran ile anlaşarak, tüketici seçiminde menü tasarımının oynadığı rolü keşfetmek için yeni bir "alakart" menü kartı geliştirilmiştir. İşletme yönetimi, 'geleneksel' olarak sınıflandırılabilir bilgi içeriğine ek olarak (yani menü ögesi fiyatı, içerik listeleri ve ana alerjen listeleri), servis edilen yemeğin besleyici, kalori ve çevresel özelliklerinin de yer almasına karar vermiştir. İçeriklerin menşei ve gıdanın karbon ayak izi, gıda maddelerinin menşei ve iklim değişikliğine ilişkin sorunlar göz önüne alınarak menü hazırlanmıştır. Müşterilerin gıdanın beslenme, kalori ve karbon yoğunluğu değerleri hakkında bilgilendirerek tüketicinin seçimini etkileyebilmesi ve onu daha sosyal ve çevreye duyarlı hale getirebilmesi çalışmanın önemi olarak belirtilmiştir. Menülerin bu amaçla restoran ziyaretçilerini "dürtmek" ve onları topluma ve çevreye fayda sağlayacak yemek seçenekleri yönünde saptamak için yeniden tasarlanabileceği çalışma sonuçları arasında gösterilmiştir. Bileşenlerin karbon ayak izinin yiyecek seçimlerini etkileyip etkilemeyeceği konusunda kararsız kalan çok sayıda yemek yiyen göz önüne alındığında, karbon yoğunluğu değerlerinin tüketici seçimini etkilemek için bir araç olarak uygulanabilirliğini daha fazla test etmek için daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulduğu da elde edilen bir başka sonuçtur. İyi eğitilmiş olmalarına rağmen, bu çalışmanın yanıtlayıcılarının, yerel olarak üretilen birçok gıda maddesinin sera gazı emisyonlarının, ulusal enerji üretimi dengelerindeki ve kaynak ile tüketim pazarları arasındaki iklim koşullarındaki farklılıklar nedeniyle önemli olabileceğini düşünmedikleri belirtilmiştir. Restoran ziyaretçileri arasında daha sosyal ve çevreye zarar vermeyen gıda seçiminin kolaylaştırılması, konaklama endüstrisi içinde yemek hizmetleri sektörünün uzun vadeli sürdürülebilirliğini artırmak için kritik öneme sahiptir (Filimonau, Lemmer, Marshall ve Bejjani, 2017b:163-164-165).

Gıda seçimleri teknolojinin ilerlemesi ile daha kolay hale gelmiştir. Teknolojik gelişmeler doğrultusunda Sürücü, Ülker ve Hassan (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmada; tablet menülerin kullanışlı ve kolay kullanımlı olması, eğlence algısı sağlaması ve sürdürülebilir olması etkenlerinden dolayı müşterilerin işletmeleri tekrar ziyaret etme kararları üzerine olumlu etkilerde bulunduğu saptanmıştır (Sürücü, Ülker ve Hassan, 2018:191).

Bacon ve Krpan (2018) tarafından vejetaryen yemek yemenin önceki sıklığının vejetaryen yemek seçimi üzerindeki üç farklı restoran menü tasarımlarının- öneri, tanımlayıcı ve vejetaryen- etkisini belirleyip belirlemediği araştırılmıştır. Sonuçlar tavsiyelerin ve açıklayıcı menülerin vejetaryen yiyecekleri seyrek yiyenler için vejetaryen yemek seçeneği olasılığını artırdığını, ancak vejetaryen yemeklerini daha sık yiyenler için bu etkilerin tersine dönme eğiliminde olduğunu göstermiştir. Vejetaryen menünün, nadiren vejetaryen yiyenlerin tercihi üzerinde hiçbir etkisi olmadığı, ancak sık vejetaryen beslenmeyi tercih edenler için sonuçların ters etki yarattığı ve onların vejetaryen yemek sipariş etme olasılıklarını azalttığı anlaşılmıştır. Çalışmadaki bu bulgular, insanların geçmiş davranışlarının, dürtmenin gıda seçimleri üzerindeki etkisinin önemli bir belirleyicisi olduğunu ve sürdürülebilir beslenmeye ulaşmanın daha kişiselleştirilmiş müdahaleler gerektirebileceğini göstermektedir (Bacon ve Krpan, 2018:2).

Dijital teknolojilerinin kullanıldığı bir diğer farklı menü tasarımı akıllı saatlerin arayüzlerinin menü olarak kullanılmasıdır. Park, Jeong ve Kim (2020) tarafından gerçekleştirilen

çalışma akıllı saatlerin dokunmatik ekranında menü kullanımını nasıl sağlayacağı ve daha etkili bir menü yapısının nasıl elde edileceği sorularından yola çıkılarak gerçekleştirilmiştir. Akıllı saatlerin menü kullanımını sağlayarak tek bir ekranda birçok öğe, görev tamamlama süresi ve verimliliği gibi etkili menü yapısının kullanılabilirliği tespit edilmiştir (Park, Jeong ve Kim, 2020:163). Kağıt israfının önüne geçen ve çevreci olarak niteleyebileceğimiz akıllı saat ve e-tablet menü tasarımlarının enerji tüketimlerinin de sınırlandırılması ve kontrollü olması halinde sürdürülebilir menü tasarımlarına örnek gösterilebileceği anlaşılmaktadır.

Liu, Gómez-Miñambres ve Qi (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmada hem gıda siparişini hem de sonraki tüketimi (ve dolayısıyla gıda israfını) etkileyen önemli bir faktörün, tüketicilerin karşılaştığı menünün çerçevesi olduğu öne sürülmüştür. Çalışma, bu tür ortamlarda tüketicilerin davranışlarını incelemek için psikoloji ve davranışsal iktisatta sağlam temellere dayanan teorilere dayanmaktadır. Saha deneyleri ve çevrimiçi anketlerin bir kombinasyonunu kullanarak, menü çerçevesinin tüketicilere, seçenekleri değiştirmeden farklı porsiyon boyutlarını vurgulayan alternatifler sunarak tüketicilerin yiyecek seçimlerini ve gıda atıklarını nasıl etkilediği test edilmiştir. Gerçekleştirilen saha deneyleri ve çevrimiçi anket sonuçları, yalnızca küçük bir porsiyon seçeneği gösteren dar bir menünün, deneklerin seçme özgürlüğünden ödün vermeden sipariş edilen ve boşa harcanan yiyecek miktarını etkili bir şekilde azaltabileceğini göstermiştir. Denekleri daha sağlıklı seçimlere doğru bir şekilde yönlendirmek için önerilen alternatifleri menü tasarımlarında göstermenin önemi vurgulanmıştır (Liu, Gómez-Miñambres ve Qi, 2020:27-28).

7. SONUÇ VE TARTIŞMA

İşletmelerin gelecek dönemlerde alacakları ve uygulayacakları kararları tespit etmesine katkı sağlayan menüler, maliyet hesapları, tercih edilen/edilmeyen menü kalemleri, personel verimliliği, olası satış rakamları, mutfak ve servis değişiklikleri, rekabetçi politikalar hakkında bilgiler sağlaması açısından önemlidir (Akay ve Saruışık, 2015:213-214; Cömert ve Keleş, 2018:337-338).

Yiyecek-içecek işletmelerinde yönetim başlığı altında yer alan menü yönetimi, işletme ile menüyü bir bütün olarak ele almaktadır. İşletme yönetimlerinin başarı olmasında menü analizleri ve tasarımları kilit rol oynamaktadır. Bu derece önemli olan menü analizleri ve tasarımlarının doğru bir şekilde gerçekleştirilmesi, işletmelerin ilk ve temel aşaması olarak görülen menü planlaması ile mümkündür. Menü planlandıktan sonra satın alma, depolama, üretim ve servis süreçlerine karar verilir ve böylelikle planlanan ve tasarlanan menü ile işletmelerin üretim planlaması da gerçekleştirilmiş olur (Doğdubay ve Saatçı, 2014:40).

Artan tüketime bağlı olarak azalan doğal kaynaklar, yiyecek-içecek işletmelerinde sürdürülebilirliğe artan ilgiyi doğurmuştur. Bu kapsamda işletmelerde sürdürülebilirliği hangi faktörlerin teşvik edebileceği, hangi alanlarda uygulanabileceği konularına eğilim artmıştır. Artan eğilim, sürdürülebilirlik unsurlarının yiyecek-içecek işletmelerinde uygulamalarını başlatmıştır. Sürdürülebilir yiyecek-içecek işletmelerindeki uygulamalar, işletme sahibi tarafından sunulan faaliyetler, konuk tarafından beklenen talepler ve bunları birbirine bağlayan ürün olan menü ile ilişkilidir (Jacobs ve Klosse, 2016:33). Yiyecek-içecek işletmesi olan restoran ortamlarında sürdürülebilirlik, öncelikle geri dönüşüm, atıkları azaltma veya yeşil gıda menüleri geliştirme gibi boyutlar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Buradan

anlaşılacağı üzere yiyecek-içecek işletmelerinde sürdürülebilirlik uygulamaları ya organik ve yerel menüleri sunmak gibi sürdürülebilir gıda uygulamaları ile ya da çevreye karşı çevre dostu ve sorumlu uygulamalar ile gerçekleştirilmektedir (Batat, 2020:1-3).

Çevresel problemlere karşı gelişen farkındalık sonucu artan sürdürülebilir menü talepleri, işletme yöneticilerinin motive olmalarını ve bu yönde taleplere cevap vererek rekabet ortamında var olma zorunluklarını gerektirmiştir. Bu kapsamda gerçekleştirilen araştırmada; yiyecek-içecek işletmelerindeki sürdürülebilir menü tasarımları incelenmiştir. Gerçekleştirilen çalışmalardaki örnekler incelenerek; kullanılan menü tasarım unsurları ve bu unsurların tüketiciler ile işletmelere olan etkileri hakkında bilgi verilmiştir. Literatür araştırmasında incelenen örnekler doğrultusunda; yiyecek-içecek işletmelerinde sürdürülebilir menü tasarımlarında kullanılan ürünlerin menşesine, kalori ve besin değerlerine, gdo içermediğine ait bilgilere yer verildiği görülmektedir. Menülerde kullanılan ürünlerin ekolojik ayak izine, karbon yoğunluklarına da bu amaç doğrultusunda yer verildiği sonucuna ulaşılmıştır. Yine menülerde yerel ürünlerin, vejetaryen ürünlerin, diyet ürünlerinin de sürdürülebilir menü tasarımlarında tercih edildiği anlaşılmıştır. Küçük porsiyonların yer aldığı dar menü tasarımlarının da kullanımlarının, sürdürülebilirliğe dikkat eden tüketiciler tarafından kabul gördüğü sonucuna varılmıştır. Bu şekilde dar menü tasarımlarının aşırı tüketimi ve israfı önleyerek kaynakların yeterince kullanımını sağlayacak olması, araştırmanın bir diğer sonucudur. Artan teknoloji ile e-menü, akıllı saatler vb. uygulamaların hem kağıt israfının önüne geçerek hem de ürünler hakkındaki bilgilere kolayca ulaşımı sağlayarak sürdürülebilir menü tasarımları arasında yerini hızla aldığı sonucuna da ulaşılmıştır. Bu teknolojilerin kullanımı ile tüketim davranışı eğlenceli hale getirilmekte ve tüketicilerin işletmeleri tekrar ziyaret etme isteğine olumlu katkı sağlayacağı da tespit edilmiştir. Bu kapsamda işletmelerin tüketici taleplerine yönelik geliştirecekleri sürdürülebilir menü tasarımlarının uzun süreli olarak planlamasının yapılması ve yöneticilerin planlamaları desteklemesi gerekmektedir.

Sürdürülebilir menü tasarım unsurlarının uygulanması sonucu maliyet, rekabet vb. konularda işletmelere avantaj sağlanmaktadır. Ancak kaynak eksikliği, teknolojik gelişmelere güncel olarak ayak uyduramama, müşteri tercihlerindeki tutarsızlıklar gibi etkenler sürdürülebilir menü tasarım unsurlarının işletmelerde uygulanmasını güçleştirmekte ve bu etkenler yöneticilerin karşısına dezavantaj olarak çıkmaktadır. Bu etkenlerin yanı sıra pek çok işletmenin sürdürülebilirlik uygulamalarına sadece tasarruf gözüyle bakmaları da menü tasarım unsurlarının bu anlamdaki etkisini azaltmaktadır.

Her geçen gün azalan doğal kaynaklarımızı gelecek nesillere aktarabilmek adına dikkat edilmesi gereken sürdürülebilirlik uygulamalarının yaygınlaşması için hükümet düzenlemeleri ile yaptırımlar veya teşvikler uygulanabilir. Yiyecek-içecek işletme yöneticilerine konu ile ilgili bilgilendirme eğitimleri düzenlenebilir. Uygulamaları gerçekleştirecek topluluklar, kurumlar oluşturulabilir (Sünnetçioğlu ve Yılmaz, 2015:111-112). Kaynak eksiklikleri gerçekleştirilecek analizler ile önlenir. Menü mühendisliği uygulamaları ile müşteri kararlarındaki tutarsızlığın önüne geçilebilir. Diğer ülkelerde kullanılan sürdürülebilirlik derecelendirme sistemleri örnek alınarak ülkemiz için işletmelerde kullanılabilir. Çevreye olan duyarlılığın artırılması için çevre bilincinin oluşturulmasına yönelik eğitimler, seminerler düzenlenebilir. Yürürlüğe geçirilecek sertifikalandırma sistemi içerisinde bu eğitim ve seminerler işletmelere zorunlu kılınabilir. Tüketiciler sertifikalandırılmış işletmeleri bilerek

ona göre tercihlerini yapabilir hale gelirler ve bu da işletmeler arasında rekabet ortamını oluşturarak konuya olan ilgiyi artırabilir (Yazıcıoğlu, Özata ve Yarış, 2018:362).

Restoran ve yiyecek-içecek işletmecilerinin müşterilerin karar mekanizmalarında etkili olmak için menü tasarım unsurlarını kullanabildikleri ve aslında bu sayede tüketici tercihlerini yönlendirebildikleri bir gerçektir. Ancak restoranlarda veya genel olarak yiyecek- içecek işletmelerinde sürdürülebilirliğin yeterince araştırılmadığı için anlaşılmadığı görülmektedir. Bu nedenle çevre dostu uygulamalara, sürdürülebilir menülere, sorumlu tüketim gibi konuları içeren sürdürülebilir ve yeşil uygulamaların gerçekleştirildiği çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır (Batat, 2020:3). Ne kadar çok çalışma sonucu ortaya konulursa o kadar farkındalık artacak, tüketiciler bilinçlenerek taleplerini bu yönde göstereceklerdir ve işletmeleri sürdürülebilir menü tasarımlarına zorunlu kılacaklardır. Sonuç olarak “Biz dünyayı dedelerimizden miras değil, torunlarımızdan ödünç aldık” Kızıldereli Atasözü unutulmamalı ve tüketim tercihlerimizi sürdürülebilirlik kavramına uygun şekillendirmenin önemini anlamaya ve aktarmaya devam etmeliyiz.

KAYNAKÇA

- Acar, M.F., Aktas, E., Agan, Y., Bourlakis, M. (2019). Does sustainability pay? Evidence from the food sector. *Journal of Foodservice Business Research*, 22(3), 239-260.
- Akay, A., Saruışık, M. (2015). Restoran Yöneticilerinin Menü Planlaması ve Analizi Konusuna Yaklaşımları Üzerine Bir Araştırma. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 6(12), 211-230.
- Akgül, U. (2010). Sürdürülebilir Kalkınma: Uygulamalı Antropolojinin Eylem Alanı. *Antropoloji Dergisi*, 24, 133-164.
- Aliyeva, N. (2020). *Slow Food Hareketinin Gastronomi Turizminin Sürdürülebilirliği ile İlişkisi: Foça Örneği* (Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir). Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Altınel, H. (2017). *Gastronomik ve Beslenme İlkelerinden Hareketle Menü Planlama ve Yönetimi* (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Amos, C., Brockhaus, S., Fawcett, A. M., Fawcett, S. E., Knemeyer, A. M. (2019). Blinded by the light? Analyzing sustainability authenticity, customer service perceptions, and halo effects. *International Journal of Logistics Management*, 30(1), 117-139.
- Bacon, L., Krpan, D. (2018). (Not) Eating for the environment: The impact of restaurant menu design on vegetarian food choice. *Appetite*, 125, 190-200. doi: 10.1016/j.appet.2018.02.006.
- Batat, W. (2020). Pillars of sustainable food experiences in the luxury gastronomy sector: A qualitative exploration of Michelin-starred chefs' motivations. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57, 102255, 1-13.
- Bayazıt Hayta, A. (2009). Sürdürülebilir Tüketim Davranışının Kazanılmasında Tüketici Eğitiminin Rolü. *Journal of Ahi Evran University Kırşehir Faculty of Education*, 10(3), 143-151.

- Bolat, T. (1995). *Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Menü Planlaması ve Fiyatlandırma* (Yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir). Erişim adresi: <https://hdl.handle.net/20.500.12462/10590>
- Bowen, J.T., Morris, A.J. (1995). Menu Design: Can Menus Sell?, *International Journal Contemporary Hospitality Management*, 7(4), 4-9.
- Ching-Chan, C., Ya-Yuan, C., Tsai, M. C., Cheng-Ta, C., Yu-Chun, T. (2019). An evaluation instrument and strategy implications of service attributes in LOHAS restaurants. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(1), 194-216.
- Choi, J. G., Lee, B., Mok, J. (2010). An experiment on psychological gaze motion: A re-examination of item selection behavior of restaurant customers. *Journal of Global Business and Technology*, 6(1), 68-79.
- Chou, S.F., Horng, J.S., Liu, C.H., Gan, B. (2018). Explicating restaurant performance: the nature and foundations of sustainable service and organizational environment. *International Journal of Hospitality Management*, 72, 56-66.
- Cömert. T. (2002). *Türkiye’de Sürdürülebilir Turizm İçin Makro Plan Önerisi* (Yüksek lisans tezi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya). Erişim adresi: <https://www.ulusaltezmerkezi.net/search-wpsolr/?search=T%C3%BCrkiye%E2%80%99de+S%C3%BCrd%C3%BCr%C3%BClebilir+Turizm+%C4%B0%C3%A7in+Makro+Plan+%C3%96nerisi>
- Cömert, M., Keleş, G. (2018). Yönetim Fonksiyonları Çerçevesinde Menü Yönetiminin Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6/Special issue3, 323-341.
- Dayan, E., Bar-Hillel, M. (2011). Nudge to nobesity II: Menu positions influence food orders. *Judgment and Decision Making*, 6(4), 333-342.
- DiPietro, R.B., Cao, Y., Partlow, C. (2013). Green practices in upscale foodservice operations: customer perceptions and purchase intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(5), 779-796.
- Doğdubay, M., Saatçı, G. (2014). *Menü Mühendisliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Fikri, M. K. R., Ramadhan, A. S. (2011). The Effect of Menu Design on Customer Purchase Intention: A Case Study of ‘Waroeng Mas Kemal’ Restaurant. *Journal of Business Strategy and Execution*, 3(2), 137-153.
- Filimonau, V., Krivcova, M. (2017). Restaurant menu design and more responsible consumer food choice: An exploratory study of managerial perceptions. *Journal of Cleaner Production*, 143, 516-527. doi: 10.1016/j.jclepro.2016.12.080.
- Filimonau, V., Lemmer, C., Marshall, D., Bejjani, G. (2017a). Restaurant menu re-design as a facilitator of more responsible consumer choice: An exploratory and preliminary study. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 33, 73-81.

- Filimonau, V., Lemmer, C., Marshall, D., Bejjani, G. (2017b). ‘Nudging’ as an architect of more responsible consumer choice in food service provision: The role of restaurant menu design. *Journal of Cleaner Production*, 144, 161-170.
- Guéguen, N., Jacob, C. (2012). The effect of menu labels associated with affect, tradition, and patriotism on sales. *Food Quality and Preference*, 23(1), 86–88. doi:10.1016/j.foodqual.2011.07.001
- Guéguen, N., Jacob, C., Ardiccioni, R. (2012). Effect of watermarks as visual cues for guiding consumer choice: An experiment with restaurant menus. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 617–619. doi:10.1016/j.ijhm.2011.04.008
- Güsar, B. (2019, 17 Mayıs). Dilara Koçak ile Sürdürülebilir Beslenme. Erişim adresi: <https://www.oggusto.com/surdurulebilir-yasam/dilara-kocak-ile-surdurulebilir-beslenme>
- Haider, S., Fatima, F., Bakhsh, K., Ahmed, M. (2019). Effect of intervention on employees’ intentions to use environmentally sustainable work practices: a field experiment. *Journal of Environmental Management*, 248, 109334.
- Higgins-Desbiolles, F., Wijesinghe, G. (2019). The critical capacities of restaurants as facilitators for transformations to sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 1080-1105.
- Hwang, J., Lorenzen, C. L. (2008). Effective nutrition labeling of restaurant menu and pricing of healthy menu. *Journal of Foodservice*, 19, 270-276. doi:10.1111/fri.2008.19.issue-5
- Hwang, K., Lee, B. (2019). Pride, mindfulness, public self-awareness, affective satisfaction, and customer citizenship behaviour among green restaurant customers. *International Journal of Hospitality Management*, 83, 169-179.
- Işık, C., Işık, M. F., Işık, Z. (2016). Yiyecek-İçecek İşletmeleri Müşterilerinin E-Tablet Menü Kullanımına Bakışı: Erzurum İli Örneği. *Atatürk İletişim Dergisi*, 11(Temmuz), 11-123.
- Jacobs, G., Klosse, P. (2016). Sustainable restaurants: A research agenda. *Research in Hospitality Management*, 6(1), 33-36.
- Jang, J. Y., Kim G. W., Bonn, M. A. (2011). Generation Y Consumers’ Selection Attributes and Behavioral Intentions Concerning Green Restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 30(4), 803-811.
- Karahan, G. (2019). *Gastronomi Turizminin Yerel Halk Üzerindeki Algısı ve Sürdürülebilirliği: Giresun İli Örneği* (Yüksek lisans tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul). Erişim adresi: <http://hdl.handle.net/11467/3385>
- Kivela, J. (2003). Results of a Qualitative Approach to Menu Planning Using Control and Experimental Groups. *Journal of Foodservice Business Research*, 6(4), 43-65.
- Krook, D. (t.y.) 51 Restaurant Menu Examples for Design Inspiration. Erişim adresi: <https://www.touchbistro.com/blog/51-examples-of-excellent-restaurant-menu-design/>

- Kurnaz, A. (2017). *Sürdürülebilir Gastronomi Kapsamında Yeşil Restoranların Hizmet Kalite Algısının Grserv ile Ölçümü: İstanbul Örneği* (Doktora tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın). Erişim adresi: <http://adudspace.adu.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11607/3374/10170243.pdf?sequence=1>
- Kwok, L., Huang, Y.K., Hu, L. (2016). Green attributes of restaurants: what really matters to consumers?. *International Journal of Hospitality Management*, 55, 107-117.
- Kwok, L., Huang, Y.K. (2019). Green attributes of restaurants: do consumers, owners, and managers think alike?. *International Journal of Hospitality Management*, 83, 28-32.
- Legrand, W., Sloan, P., Simons-Kaufmann, C., Fleisher, S. (2010). A Review of Restaurant Sustainable Indicators. *Advances in Hospitality and Leisure*, 6, 167-183.
- Lehtinen, U. (2012). Sustainability and local food procurement: a case study of Finnish public catering. *British Food Journal*, 114(8), 1053-1071.
- Liu, H., Gómez-Miñambres, J., Qi, D. (2020). Menu-Dependent Food Choices and Food Waste. *ESI Working Papers*, 9, 20-37.
- Lo, A., King, B., Mackenzie, M. (2017). Restaurant Customers' Attitude toward Sustainability and Nutritional Menu Labels. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 26:8, 846-867, DOI: 10.1080/19368623.2017.1326865
- Lu, L., Gursoy, D. (2017). Does offering an organic food menu help restaurants excel in competition? An examination of diners' decision-making. *International Journal of Hospitality Management*, 63, 72-81.
- McCall, M., Lynn, A. (2008). The Effects of Restaurant Menu Item Descriptions on Perceptions of Quality, Price and Purchase Intention. *Journal of Foodservice Business Research*, 11(4), 439-445.
- Ozdemir, B., Caliskan, O. (2015). Menu Design: A Review of Literature. *Journal of Foodservice Business Research*, 18(3), 189-206.
- Park, K., Jeong, M., Kim, K. (2020). Usability evaluation of menu interfaces for smartwatches. *Journal of Computer Information Systems*, 60(2), 156-165, DOI: 10.1080/08874417.2018.1425644
- Principato, L., Pratesi, C.A., Secondi, L. (2018). Towards zero waste: an exploratory study on restaurant managers. *International Journal of Hospitality Management*, 74, 130-137.
- Reynolds, D., Merritt, E. A., Pinckney, S. (2005). Understanding Menu Psychology: An Empirical Investigation of Menu Design and Consumer Response, *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 6(1), 1-9.
- Roberto, C. A., Larsen, P. D., Agnew, M. H., Baik, J., Brownell, K. D. (2010). Evaluating the impact of menu labeling on food choices and intake. *American Journal of Public Health*, 100, 312-318. doi:10.2105/AJPH.2009.160226

- Sakaguchi, L., Pak, N., Potts, M.D. (2018). Tackling the issue of food waste in restaurants: options for measurement method, reduction and behavioral change. *Journal of Cleaner Production*, 180, 430-436.
- Salzberg, A. C., Gough, M. Z., Suen, I. (2019). Sustainable innovation behavior in restaurants. *Journal of Foodservice Business Research*, 22(2), 167-190.
- Sarmiento C.V., El Hanandeh A. (2018). Customers' perceptions and expectations of environmentally sustainable restaurant and the development of green index: The case of the Gold Coast, Australia. *Sustainable Production and Consumption*. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2018.04.001>
- Sezgi, G., Cömert, M. (2015). Tüketiciler Açısından Menü Tasarımında Önemli Kriterlerin Belirlenmesi. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), 20-31.
- Stöckli, S., Dorn, M., Liechti, S. (2018). Normative prompts reduce consumer food waste in restaurants. *Waste Management*, 77, 532-536.
- Sunelcan, Ü. (2019). *Yiyecek ve İçecek İşletmecilerinin Ekolojik Ayak İzi Farkındalığı: Balıkesir İlinde Bir Araştırma* (Yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir). Erişim adresi: <https://hdl.handle.net/20.500.12462/10817>
- Sünnetçioğlu, S., Yılmaz, B. S. (2015). İzmir'deki Restoran Yöneticilerinin Sürdürülebilir Restoran İşletmeciliği Üzerine Yaklaşımlarının Değerlendirilmesi. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(1), 94-114.
- Sürücü, Ç., Ülker, M., Hassan, A. (2018). Restoranlarda Tablet Menü Kullanımının Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerindeki Etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(Special issue 3), 178-196.
- Şimşek, N., Akdağ, G. (2017). Sürdürülebilir Gastronomi Kapsamında Yeşil Nesil Restoranları İncelenmesi. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 2(60), 351-368
- The Principles of Healthy, Sustainable Menus. (t.y.). *University Of Connecticut Dining Services* içinde. Erişim adresi: <https://dining.uconn.edu/the-principles-of-healthy-sustainable-menus/#>
- Türkiye-Avrupa Eğitim ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı (TAVAK). (2018). Türkiye'de Yeme-İçme Sektörünün Boyutları Gastronomi Ekonomisi: 2018 yılı. Erişim adresi: <https://tavakvakfi.org/wp-content/uploads/2019/01/2018-Gastronomi-Ekonomisi-2018-converted.pdf>
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2020, Eylül). Hanehalkı Tüketim Harcaması-Bölgesel-2019 (Haber Bülteni, Sayı:33594). Erişim adresi: [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Tuketim-Harcamasi-\(Bolgesel\)-2019-33594](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Tuketim-Harcamasi-(Bolgesel)-2019-33594)
- Uğurdağ, S. (2019). Dünyanın dört bir yanından 10 sürdürülebilir restoran. Erişim adresi: <https://www.yesilist.com/dunyanin-dort-bir-yanindan-10-surdurulebilir-restoran/>
Erişim tarihi: 14 Aralık 2020.

- United Nations Development Programme (UNDP). (2020). *Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları*. Erişim adresi: <https://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/sustainable-development-goals.html>. Erişim tarihi: 14 Aralık 2020.
- Uydacı, M. (2011). *Yeşil Pazarlama*. Ankara: Türkmen Kitabevi.
- Wansink, B., Painter, J., Van Ittersum, K. (2001). Descriptive Menu Labels' Effect on Sales. *The Cornell Hotel and Restaurant Administrative Quarterly*, 42, 68-72.
- Yang, S. S. (2012). Eye movements on restaurant menus: A revisitation on gaze motion and consumer scanpaths. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 1021–1029. doi:10.1016/j.ijhm.2011.12.008
- Yang, Y., Bao, W., Xie, G. H. (2019). Estimate of restaurant food waste and its biogas production potential in China. *Journal of Cleaner Production*, 211, 309-320.
- Yazıcıoğlu, İ., Özata, E., Yarış, A. (2018). Sürdürülebilir Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği: Ankara İlinde Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 350-368.
- Yoldaş, Ö. (2019). *Geleneksel Mudurnu Mutfağının Toplumsal Cinsiyet ve Sürdürülebilir Gastronomi Bağlamında Analizi* (Yüksek lisans tezi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu). Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>