




Sürdürülebilir Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği: Ankara İlinde Bir Araştırma (Sustainable Food and Beverage Management: A Research in Ankara Province)

İrfan YAZICIOĞLU^a , *Esra ÖZATA^b , Ahmet YARIŞ^c 

^aGazi University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Ankara/Turkey

^bHitit University, Alaca Avni Çelik Vocational School, Department of Hotel, Restaurant and Catering Service, Çorum/Turkey

^cDicle University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Tourism Management, Diyarbakır/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi:01.04.2018

Kabul Tarihi:10.05.2018

Anahtar Kelimeler

Çevre dostu restoran

Yiyecek ve içecek

Çevre dostu uygulamalar

Keywords

Green restaurant

Food and beverage

Green practices

Öz

Yiyecek – içecek endüstrisinin çevresel etkileri ile ilgili yapılan araştırmalar artarken restoran yöneticilerinin sürdürülebilirlik ile ilgili algıları, tutumları ve hangi sürdürülebilir uygulamaları gerçekleştirdikleri konusunda bir eksiklik olduğu gözlenmektedir. Bu araştırmanın amacı restoran yöneticilerinin çevresel sürdürülebilirlik ile ilgili algılarını, tutumlarını ve hangi uygulamaları gerçekleştirdiklerini belirlemektir. Araştırmanın evrenini Ankara ilinde bulunan 4273 restoran oluşturmaktadır. Örneklem çapı 30 restoran olarak belirlenmiştir. Örneklem grubu kolayda örneklem yöntemi kullanılarak evrenden seçilmiştir. Veri toplama yöntemi olarak görüşme yöntemi seçilmiştir. Görüşmede yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme formu Boğaziçi Üniversitesi ve WWF-Türkiye işbirliğiyle hazırlanmış olan kriterler ile alan yazından elde edilen kriterler esas alınarak oluşturulmuştur. Elde edilen verilerin analizi ile yöneticilerin sürdürülebilirliğe karşı tutumlarının olumlu olduğu ancak sektörün çevresel etkileri ile ilgili bilgilerinin yetersiz olduğu anlaşılmaktadır. İşletmelerin bazı sürdürülebilir uygulamaları gerçekleştirdiği ancak bunları tasarruf çerçevesinde yaptıkları görülmektedir. En fazla sürdürülebilir gıda uygulamaları başta olmak üzere enerji tasarrufu, su tasarrufu, atık yönetimi ve kimyasal azaltımı uygulamaları yapılmaktadır.

Abstract

While research on the environmental effects of the food and beverage industry is on the rise, there is a gap in restaurant managers' perceptions and attitude of sustainability and in which sustainable practices implemented. The aim of this research is to determine the perceptions and attitudes of sustainability, and which sustainable practices implemented. The research universe constitutes 4273 restaurants in the province of Ankara. The sample size was set at 30 restaurants. The sampling group was chosen by the easy sampling method. Interview method was chosen as data collection method. A semi-structured interview form was used for the interview. The interview form was prepared from the literature and Bogazici University and WWF-Turkey produced with the criteria that have been established on the basis of criteria. Analysis of the obtained data reveals that management's attitude towards sustainability is positive but the information about the sector's environmental effects is inadequate. It is seen that businesses have implemented some sustainable practices but have made them on the savings side. . Particularly sustainable food practices the most, energy saving, water saving, waste management and chemical reduction practices are being implemented in the restaurants.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: esraozata1992@gmail.com (E. Özata)

GİRİŞ

Nüfus artışı, yenilenmeyen kaynakların hızlıca tüketilmesi ve her zamankinden çok karmaşık tüketici talepleri doğal çevreyi geçmiş dönemlerde hiç olmadığı kadar tahrip etmiştir. Doğal kaynaklara bağlı olan turizm endüstrisinin plansız ve kontrolsüz gelişim sürecine girmesi nedeni ile doğal kaynaklar hızla tüketilmekte ve ülke ekonomisine zarar verilmektedir. Çevreye verilen zarar en çok ticari faaliyetlerden kaynaklandığı için özel sektör üzerindeki “çevreci ol” baskısı artmaktadır. Günümüzde çevre sorunları için geliştirilen sürdürülebilir kalkınma kavramlarına ve sürdürülebilirlik ilkelerine bağlı kalınarak hareket edilmesiyle çevreye verilen zararın en alt düzeye indirilmesine yönelik uygulamalar ön plana çıkmaktadır. Sürdürülebilir çevrenin, dünyanın geleceği için taşıdığı önemin anlaşılması ile her sektör kendi önlemlerini almaya ve bu yönde uygulamalar yapmaya yönelmiştir. Ağırlama endüstrisinde de çevre ile içinde bulunduğu yoğun etkileşim nedeniyle, çevre dostu uygulamaların oluşmasına gerek duyulmaktadır. Öte yandan çevre sorunları ile ilgilenen ve endişe duyan tüketicilerin çoğalması ağırlama endüstrisi sektörlerini operasyonlarında çevre dostu uygulamalar yapmaya yöneltmekte ve pazarlama yaklaşımlarını gözden geçirmesine neden olmaktadır. Tan ve Yeap (2012: 215)’a göre hem kar odaklı hem de sosyal sorumluluk sahibi işletmeler bu durumu pazar fırsatlarından biri olarak görmüş ve çevreye duyarlı tüketicilerin talebini karşılamak üzere ürün veya hizmetler geliştirerek yeşil pazarlama kavramını benimsemeye başlamıştır. Ayrıca yapılan araştırmalar (Tan, Khan, Yong, Harlam, ve Nguyen, 2016) bu çevreci hareketin işletmelerin rekabet avantajı kazanmasına, operasyon giderlerinin azalmasına ve kurumsal imajlarının gelişmesine katkıda bulunduğunu ortaya koymuştur. Türkiye’de yiyecek ve içecek işletmelerinin sürdürülebilirlik ve çevre dostu uygulamalara yönelik algılarına ve faaliyetlerine ilişkin yeterli çalışma bulunmamaktadır. Bu kapsamda mevcut çalışma ile restoran yöneticilerinin sürdürülebilirlik konusundaki tutumlarının, çevresel etki algılarının ve çevre dostu uygulamalarının ortaya konulması amaçlanmıştır.

Yiyecek ve İçecek Hizmetlerinde Sürdürülebilirlik

Yiyecek – içecek hizmetleri hacim itibari ile hizmet endüstrisinin büyük bölümünü oluşturmaktadır ve giderek büyümektedir. Davies ve Konisky (2000: 1) ABD’nin 1950 yılında yüzde 50 olarak hesaplanan yiyecek – içecek hizmetlerinin, Gayri Safi Milli Hasıla ve istihdamdaki oranının; 1997 yılında yüzde 75 olarak hesaplandığını belirtmektedir. Ulusal Restoran Birliği (NRA, 2017) yine ABD’de 1955 yılında beslenme için harcanan paranın yüzde 25’inin yiyecek – içecek işletmelerine harcandığını günümüzde ise bu oranın yüzde 48’e ulaştığını belirtmektedir. Türkiye’de ise Ev Dışı Tüketim Derneğinin (ETUDER, 2017) yaptığı araştırmada ev dışı tüketimin 70 milyar dolar olarak hesaplandığı ve her yıl % 10 büyüdüğü belirtilmektedir. Giderek büyüyen bu sektörün çevreye verdiği zararlar da giderek büyümektedir. Yiyecek – içecek işletmelerinin enerji kullanımı, su kullanımı ve katı atık oluşturması gibi nedenlerden dolayı çevreye büyük zararlar verdiği, konu ile ilgili yapılan araştırmalarda sıklıkla bahsedilmektedir. Yapılan bazı araştırmalarda (DiPietro, Gregory, ve Jackson, 2013; FEES ve Miller, 1994; Ham ve Lee, 2011; H.-H. Hu, Parsa, ve Self, 2010; M.-L. Hu, Horng, Teng, ve Chou, 2013; Jeong, Jang, Day, ve Ha, 2014) yiyecek – içecek işletmelerinin perakende sektöründe en fazla enerji harcayan işletmeler olduğu ortaya çıkmıştır. Ağırlama endüstrisinde fazla ve gereksiz su tüketiminin büyük bir problem olduğu, su kaynaklarına zarar verdiği araştırmalarda sıklıkla bahsedilmektedir (Deng ve Burnett, 2002; Maviş, 2006; Tortella ve Tirado, 2011;

Vanschenkhof, 2011). Su tüketiminin en fazla restoran ve mutfaklarda yapıldığı bazı araştırmalarda vurgulanmıştır. Örneğin Dziegielewski (2000: 101) 'nin ABD'de 3 eyaletteki 87 restoranda yaptığı araştırma sonuçlarına göre işletmelerin günlük ortalama su tüketimleri yaklaşık 30 bin litre ve günlük her öğün için tüketilen su miktarının ise 60 litre olduğu ortaya çıkmıştır. Benzer olarak Freeman (2011: 22) Florida'daki yiyecek – içecek işletmelerinin günlük ortalama olarak yaklaşık 22 bin litre su harcadıklarını belirtmektedir. Çevre sorunlarına neden olan bir diğer durum atık oluşumudur. Mohan (2012)'a göre ABD'de yiyecek – içecek işletmeleri toplam atık gıdanın yüzde otuz üçünden sorumludur ve yiyecek – içecek işletmelerindeki gıda israfının evlerdeki gıda israfından sonra (%44) ikinci sırada olduğu belirtilmektedir.

Yiyecek – içecek sektörünün çevreye verdiği zarar araştırmalar ile ortaya kondukça gelişmiş ülkelerde bu konu ile ilgili farkındalık artmıştır ve bazı önlemler alınmaya başlanmıştır. Konu ile ilgili farkındalık artmış olsa da işletmelerin bu önlemleri benimsemesine Uydacı (2011) tarafından ifade edilen sosyal sorumluluk faaliyetleri, rekabet baskısı, tüketici baskısı, devlet baskısı ve çevre kuruluşlarının baskısı gibi faktörler neden olmuş olabilir. Örneğin 1990 yılında ABD'de kurulan Yeşil Restoran Birliği önemli sayıdaki restoran işletmesini çevre dostu uygulamalar yapmaya yöneltmiştir. Yeşil Restoran Birliği, ABD'de ve Kanada'da restoranlar, tedarikçiler ve üreticiler ile birlikte çalışarak yiyecek - içecek endüstrisinin çevreye olan zararını azaltmaya yardımcı olma görevini üstlenmiş bir organizasyondur (GRA, 2018). Ülkemizde de yiyecek-içecek hizmetlerinin çevreye olan zararını azaltmak adına bir restoran birliği kurulmuş ancak günümüze kadar sadece 6 restoran sertifika ile derecelendirilmiş ve hedeflenen başarı sağlanamamıştır (YNR, 2018). “Yeşil Nesil Restoran Hareketi” adı verilen programda; restoran sektöründe enerji verimliliği sağlama, atıkları azaltma ve değerlendirme, hava kirliliğini önleme, imaj iyileştirme ve çalışan sadakatini artırma amaçlanmıştır (Şimşek ve Akdağ, 2017).

YÖNTEM

Çalışmanın amacına uygun olarak nitel veri analizi yönteminden yararlanılmıştır. Araştırma verileri yapılandırılmış görüşme formu ile ses temelli yüz yüze görüşme tekniğiyle toplanmıştır. Araştırmanın evrenini Ankara ilinde bulunan 4273 restoran oluşturmaktadır. Örneklem çapı 30 restoran olarak belirlenmiştir. Örneklem grubu kolayda örneklem yöntemi kullanılarak evrenden seçilmiştir. Ankara'nın çalışma alanı olarak belirlenen 4 merkez ilçesinden, her bir ilçeden 10 restoran olmak üzere toplamda 40 restoran belirlenmiştir. Yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmeden, belirlenen restoranlar telefon ile aranmış ve araştırma için izin ve randevu talebinde bulunulmuştur. Araştırmaya gönüllü olarak toplamda 30 restoran katılmayı kabul etmiştir.

Veri Toplama Aracı ve Süreci

Yüz yüze görüşme formu Boğaziçi Üniversitesi ve WWF-Türkiye işbirliğiyle hazırlanmış olan kriterler ile alan yazından elde edilen kriterler esas alınarak oluşturulmuştur. Sorular araştırmanın amacına göre yöneticilerin sürdürülebilirlik ile ilgili tutumları, yiyecek – içecek hizmetlerinin çevresel etkilerine ilişkin algıları ve işletmelerinde benimsedikleri sürdürülebilirlik uygulamalarını ortaya çıkarma çerçevesinde hazırlanmıştır. Sürdürülebilirlik ile ilgili tutum ve çevresel etki algıları ile ilgili sorular Iaquinto (2014)'ün çalışmasından derlenmiş olup, sürdürülebilir uygulamalar ise Yeşil Nesil Restoran Hareketi programı (YNR, 2018) ve Green

Restaurant Association (GRA, 2018) programlarından elde edilen sürdürülebilirlik kriterlerinden derlenmiştir. Araştırmaya başlamadan önce sektördeki uzmanlar ile pilot görüşme yapılmış sorulardaki bazı ifadeler değiştirilmiştir. Veri toplama süreci Ocak - Şubat 2018 aylarında gerçekleştirilmiş olup, görüşmeler ortalama 25 – 30 dakika sürmüştür. Bazı restoran görüşmeleri ses kaydı ile yapılmış, kalanlar ses kaydına izin vermediklerinden veriler not alınmıştır. Görüşmeye başlamadan önce restoran yöneticilerine görüşmenin anonimliği (verilerin kimden alındığının saklanması) garanti edilmiştir. Ayrıca görüşme sırasında sorulara gerçekçi yanıtlar almak için söz ve beden dili ile yargılayıcı veya yönlendirici olunmamıştır. İşletme yöneticilerinin sorulara verdiği cevaplar doğru olarak kabul edilmiştir.

Verilerin Analizi

Görüşmeden elde edilen verilerin analizinde içerik analizinden faydalanılmıştır. Neuman (2013) nitel araştırma yöntemleri kodlama sürecinde ham veriler kavramsal kategoriler haline getirilerek tema veya kavramlar yaratıldığını belirtmektedir. Thomas (2006)'a göre nitel araştırmalarda yararlanılan içerik analizi tekniği araştırmacı tarafından ham veriler üzerinden yapılan yorumlar sayesinde kavram, tema ya da bir modelin elde edilmesi sürecini ifade eder. Ancak araştırma amaçları doğrultusunda Iaquito (2014)'ün araştırma bulguları ve Yeşil Nesil Restoran (YNR, 2018) restoran kriterleri ile oluşturulan kodlamalar yol gösterici olarak kullanılmıştır. Hsieh ve Shannon (2005)'in yönlendirilmiş içerik analizi yaklaşımına göre bir teori veya bir araştırma bulguları yol gösterici olarak kullanılabilir. Güvenirlik kontrolünde Bazeley ve Jackson (2015)'e göre araştırmacılar kodlamanın güvenilirliğini kontrol etmek için verilerinin bir kısmını ikinci bir kez kodlamaları istenmektedir. Bu tür kontroller bazen kodlama sürecinin güvenilirliğinin göstergesi olarak görülmekte ve kodlardan çıkarılan sonuçların geçerliliğine katkıda bulunmaktadır. Bu nedenle güvenilirlik kontrolü için analiz süreci bağımsız iki kodlayıcı tarafından gerçekleştirilmiş ve elde edilen verilerin kodlama süreci sonunda araştırma sorularına cevaplar aranmıştır. Verilerin ayrıştırılması için bir nitel veri analizi programından yararlanılmıştır.

BULGULAR

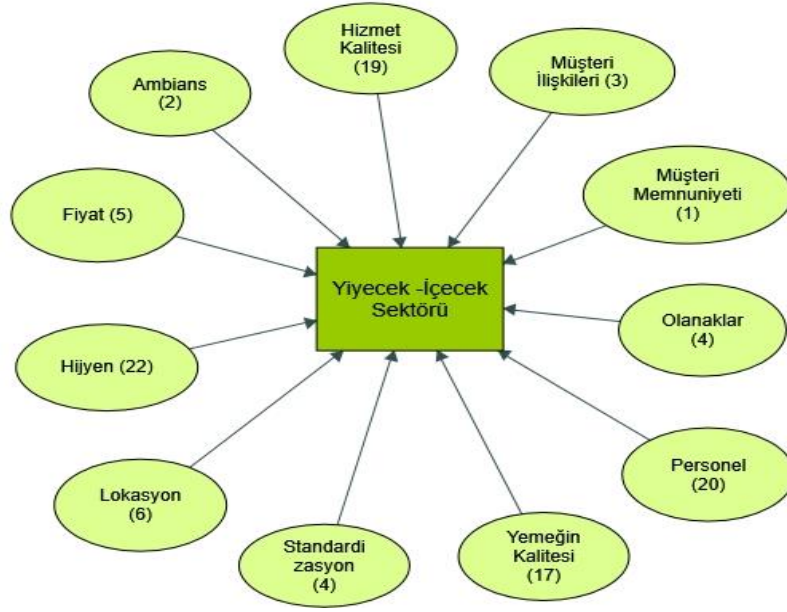
Bulgular başlığı altında araştırmanın tanımlayıcı bulguları ve sonra sırasıyla araştırma soruları dikkate alınarak araştırma amacına ait bulgulara yer verilmiştir. Araştırmaya katılan işletmelerin türleri, müşteri kapasitesi, görüşmecinin kim olduğu ve tahmini haftalık çöpe giden gıda miktarı Tablo 1'de verilmiştir. Bilgilere göre işletmelerin çoğu (19) isim hakkı satın alınarak işletilen restoran (franchise) işletmelerinden oluşmaktadır. Müşteri kapasiteleri 60 ile 400 arasında değişmekte, franchise işletmelerin kapasitelerinin bağımsız işletmelere göre daha fazla olduğu dikkat çekmektedir. Görüşmecilerden 4'ü işletme sahibi diğerleri ise işletme müdürüdür. İşletme yetkililerine haftalık ne kadarlık gıdanın çöpe gittiği ile ilgili sorulan soruya verilen cevap tahmini olup hiçbir işletme bununla ilgili kayıt tutmadığını belirtmektedir. Verilen cevaplar 100 ile 1500 TL arasında değişmekte, verilen cevaplardan ortalama yaklaşık 500 TL maliyetli gıdanın çöpe gittiği ifade edilmektedir.

Tablo 1: İşletmelere Ait Tanımlayıcı Bilgiler

İşletme Kodu	İşletme Türü	Kapasite (Kişi)	Görüşmeci	Çöpe Giden Gıda (TL/Hafta)
R1	Franchise	133	İşletme Müdürü	1000
R2	Franchise	200	İşletme Müdürü	1000
R3	Franchise	115	İşletme Sahibi	500
R4	Bağımsız	82	İşletme Sahibi	1500
R5	Bağımsız	60	İşletme Müdürü	1000
R6	Bağımsız	60	İşletme Müdürü	500
R7	Franchise	206	İşletme Müdürü	Veri Yok
R8	Franchise	66	İşletme Müdürü	Veri Yok
R9	Bağımsız	72	İşletme Müdürü	100
R10	Franchise	65	İşletme Müdürü	100
R11	Franchise	160	İşletme Müdürü	150
R12	Bağımsız	160	İşletme Müdürü	200
R13	Franchise	170	İşletme Sahibi	200
R14	Bağımsız	90	İşletme Müdürü	250
R15	Franchise	250	İşletme Müdürü	150
R16	Franchise	400	İşletme Sahibi	1500
R17	Franchise	300	İşletme Müdürü	500
R18	Franchise	270	İşletme Müdürü	700
R19	Bağımsız	168	İşletme Müdürü	100
R20	Franchise	80	İşletme Müdürü	200
R21	Franchise	140	İşletme Müdürü	200
R22	Franchise	160	İşletme Müdürü	100
R23	Franchise	130	İşletme Müdürü	150
R24	Franchise	110	İşletme Müdürü	500
R25	Franchise	95	İşletme Müdürü	200
R26	Bağımsız	140	İşletme Müdürü	600
R27	Bağımsız	100	İşletme Müdürü	1000
R28	Bağımsız	115	İşletme Müdürü	200
R29	Franchise	140	İşletme Müdürü	250
R30	Bağımsız	120	İşletme Müdürü	500

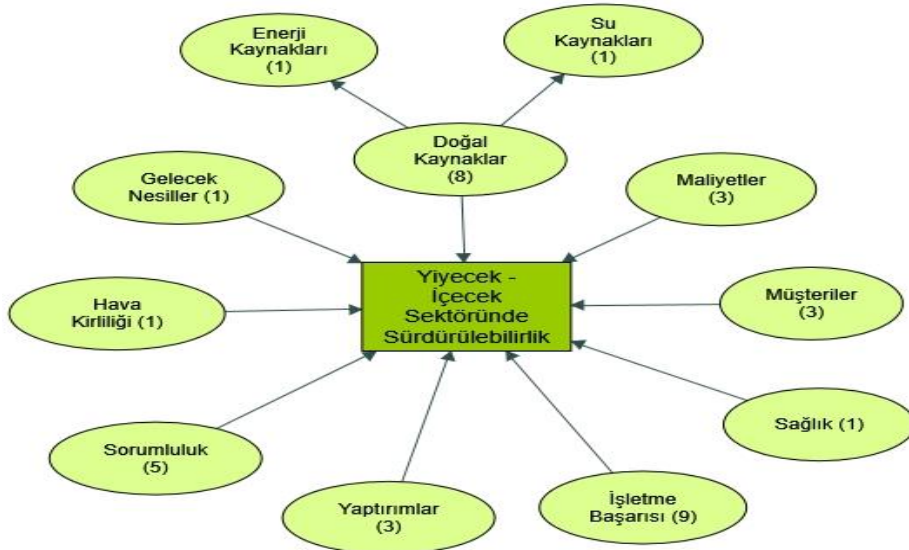
Sürdürülebilirlik İle İlgili Tutum

Sürdürülebilirlik ile ilgili tutum, birçok turizm ve çevre psikolojisi araştırmasında yaygın bir şekilde tartışılan popüler bir konudur (Bestard ve Nadal, 2007; Milfont, Duckitt, ve Wagner, 2010; Park, Jeong Kim, ve McCleary, 2014). Milfont ve diğ. (2010) sürdürülebilirlik ile ilgili tutumu doğal çevreyle ilgili algı veya inançları değerlendirerek ifade edilen eğilim olarak tanımlamaktadır. Park ve diğ. (2014)'e göre ise sürdürülebilirlik ile ilgili tutum “kişinin çevreyle ilgili faaliyet ve konularla ilgili benimsediği inanç, etki ve davranışsal niyetlerinin toplamı” olarak ifade edilmektedir. Bu çalışmada sürdürülebilirlik ile ilgili tutum iki temadan biri olarak incelenmiştir. Görüşmecilere yöneltilen ilk açık uçlu soru olan “*sizce yiyecek – içecek sektöründeki en önemli şeyler nelerdir?*” restoran yöneticilerinin önem verdiği bazı kategorileri ortaya çıkarmıştır. İlk sorunun cevaplarından elde edilen verilerinden ve yükleme (ilgili kategoriye yapılan atf) sayısı en fazla olan kategorilerden elde edilen model Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1: Yiyecek – İçecek Sektöründeki Önem Kod Şeması

Veri analizi sonucundan en fazla yüklemenin sırasıyla Hijyen (22 kez), Personel (20 kez), Hizmet Kalitesi (19 kez) ve Yemeğin Kalitesi (17 kez) kategorilerine yapıldığı tespit edilmiştir. Görüşülen 30 restoran yöneticisinden hiçbiri sürdürülebilirlik kategorisine kodlama verisi oluşturabilecek herhangi bir yorum yapmamıştır. Görüşmecilere yöneltilen ikinci soru şu şekildedir “ Sizce yiyecek – içecek sektöründe çevresel sürdürülebilirlik önemli midir? Neden?”. Bu sorunun cevabı ilk soru ile çarpıcı şekilde çelişkilidir. Hiçbir restoran yöneticisi ilk soruda sürdürülebilirlik ile ilgili bir ifadeye bulunmazken ikinci soruda tamamı önemlidir cevabını vermiştir. İkinci soruda “neden” sorusuna verilen cevaplar ile elde edilen verilerden ve yükleme sonucu ortaya çıkan şema Şekil 2’de gösterilmiştir.



Şekil 2: Yiyecek – İçecek Sektörü Sürdürülebilirlik Önem Kod Şeması

Veri analizi sonucundan en fazla yüklemenin işletme başarısı (9), doğal kaynaklar (8) ve sorumluluk (5) kategorilerine yapıldığı görülmektedir. Yiyecek – içecek sektöründe çevresel sürdürülebilirlik ile ilgili bazı araştırmalarda sürdürülebilirliğin önemi için en fazla doğal kaynaklar, hava kirliliği, sosyal sorumluluk ve maliyetler gerekçe gösterilmiştir (Davies ve Konisky, 2000; Foster ve diğ., 2007; Ma ve Ghiselli, 2016; McIvor, 2007; Sanchez, 2009; Sloan, Legrand, ve Chen, 2009; Tan ve diğ., 2016). Analiz sonucunda yukarıdaki gerekçeler ile birlikte şaşırtıcı bir şekilde en fazla işletme başarısından bahsedilmiştir. Görüşmecilere yöneltilen üçüncü soru şu şekildedir: “ Yiyecek-içecek hizmetlerinin çevresel etkilerinin olduğunu düşünüyor musunuz?”. Çevreye olumsuz etkisi olduğunu düşünen işletme yönetici sayısı çoğunluktadır. Ancak üç işletme sektörün çevreye herhangi bir etkisi olmadığını düşünmekte bir işletme ise bu konu ile ilgili bir fikrinin olmadığını belirtmektedir. Etkisi olduğunu düşünen işletme yöneticilerin bu etkilerin neler olduğu ile ilgili yeterince bilgi sahibi olmadığı görülmektedir. Çevresel etkilerin neler olduğu ile ilgili elde edilen verilerden ve yükleme sonucu ortaya çıkan şema Şekil 3’te gösterilmektedir.

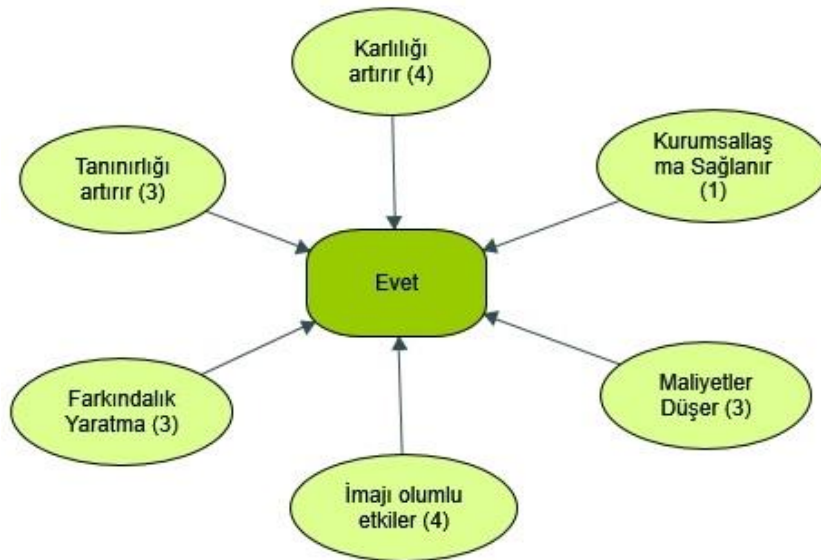


Şekil 3: Yiyecek – İçecek Sektörü Çevresel Etkiler Kod Şeması

İşletme yöneticileri en fazla atık gıda (10) ile ilgili çevresel etkiden bahsetmiştir. Üç yönetici hava kirliliği, iki yönetici kimyasal kirlenme ve bir yönetici ise katı atık oluşumu ile ilgili ifade bulunmuştur. İşletme yöneticilerinin yiyecek – içecek sektörünün çevresel etkileri ile ilgili yeterli bilgiye sahip olmadıkları oluşan az sayıda kategoriden anlaşılmaktadır. Yiyecek – içecek hizmetlerinin çevresel etkileri ile ilgili yapılan araştırmalar son 10 yılda hızla artmıştır. Bazı çalışmalar bu etkileri araştırmacıları yönlendirmek ve araştırmalarını sınırlandırmak adına kavramsallaştırmıştır. Örneğin Davies ve Konisky (2000) bu etkileri tedarikçi, işletme ve tüketici yönlü olarak üçe ayırmış, en fazla etkinin işletme yönlü olduğunu belirtmiştir. İşletme yönlü etki ise enerji tüketimi, su tüketimi, hava kirliliği ve atık oluşumu şeklindedir. Enerji tüketimi veya su tüketimi ile ilgili kodlama verisi oluşturabilecek herhangi bir ifade olmaması şaşırtıcıdır. Çünkü yiyecek – içecek sektörünün enerji tüketimi ve su tüketimi ile ilgili araştırmaların fazla olması dikkat çekmektedir. Örneğin enerji tüketimi ile ilgili yapılan araştırmalarda yiyecek – içecek işletmelerinin en fazla enerji (elektrik, gaz vb.) harcayan perakende yapıları olduğu ortaya çıkmıştır (DiPietro ve diğ., 2013; FEES ve Miller, 1994; Ham ve Lee, 2011; M.-L. Hu ve diğ., 2013; Jeong

ve diğ., 2014). Yiyecek –İçecek işletmelerinde su tüketimi ile ilgili yapılan çalışmalarda da bu tür işletmelerin muazzam derecede su kaynaklarına zarar verdiği ortaya çıkmıştır (Dziegielewski, 2000; Freeman, 2011; Gleick, Srinivasan, Henges-Jeck, ve Wolff, 2004). Örneğin Freeman (2011: 22) Florida'daki restoranların ortalama günlük 5800 galon (yaklaşık 22 bin litre) su harcadıklarını belirtmektedir.

Sürdürülebilirlik ile ilgili olan tutuma yönelik diğer soru şu şekildedir: “Sürdürülebilirliğe yönelik uygulamaların işletmenin daha başarılı olmasına yardımcı olduğunu / olacağını düşünüyor musunuz?”. İşletme yöneticilerinin neredeyse tamamı bu uygulamaların işletmenin daha başarılı olmasına yardımcı olacağını düşünmekte sadece iki işletme yöneticisi bir faydasının olacağına inanmadıklarını ifade etmektedir. Bir yönetici ise bu konuyla ilgili net bir ifade kullanmamıştır. Bunun aksine, Iaquinto (2014: 155)'nin benzer araştırmasında işletme sahiplerinin, sürdürülebilir uygulamaların işletmeyi başarıya götüreceğine şüpheli yaklaşımları ifade edilmektedir. Ancak konu ile ilgili yapılmış ampirik araştırmalarda sürdürülebilir uygulamalar yapmanın işletme performansına olumlu etki yaptığı ifade edilmektedir (Fraj, Martínez, ve Matute, 2011; Michalisin ve Stinchfield, 2010; Penny, 2007). İşletmeyi nasıl başarıya götüreceği ile ilgili yapılan yorumlardan elde edilen verilerden ve yükleme sonucu ortaya çıkan şema Şekil 4'te verilmiştir.



Şekil 4: Sürdürülebilir Uygulamaların İşletmelere Etkileri Kod Şeması

Veri analizi sonucundan en fazla karlılığı artıracığı (4), imajı olumlu etkileyeceği (4) kategorileri ve sonra maliyetleri düşüreceği (3), tanınırlığı artıracığı (3) ve farkındalık yaratacağı (3) kategorileri oluşmaktadır. Bu kategoriler, literatürde yer alan sürdürülebilir uygulamaların işletmelere etkileri ile benzerlik göstermektedir. Ek olarak sürdürülebilir uygulamalar yapan işletmelerin çalışanlarına daha sağlıklı iş ortamı sundukları ve bazı ülkelerde vergi indiriminden yararlandıkları ifade edilmektedir. Örneğin Çevreci İşletme Büro'suna göre çevre dostu ve sağlıklı iş ortamı sağlayan işletmeler personelin raporlu gün sayısında yüzde yirmi azalma olduğunu rapor etmektedir (Nolden, 2015).

Çevre Dostu Uygulamalar

Legrand, Sloan, Simons-Kaufmann, ve Fleischer (2010)'a göre sürdürülebilirlik bir iş stratejisi seçeneği değil, işletmelerin kıt kaynaklar içinde toplum ve gelecek kuşaklar için geliştirdiği bir sistem olmalıdır. İşletmelerden elde edilen veriler çoğunluğun sürdürülebilirlik ile ilgili tutumlarının olumlu olduğu yönündedir. Ancak sürdürülebilirlik ile ilgili tutumlarının ne kadarının faaliyete dönüştürdükleri bu bölümün konusunu oluşturmaktadır. Bu bölümde işletme yöneticilerine yöneltilen ilk soru “*İşletmenizde sürdürülebilir uygulamalar yapmakta mısınız?*” şeklindedir. Bu soruya işletme yöneticilerinin çoğunluğu (19) “*evet*” cevabı vermişse de neredeyse tümü sürdürülebilir uygulamaların sistemli bir şekilde veya belli kriterlere göre yapılmadığını ifade etmektedir. “*Hayır*” cevabı veren bazı işletme sahipleri ise franchising olduklarını bu nedenle belli bir sistem dışına çıkamadıklarını ifade etmektedir. Ancak hayır cevabı veren işletmeler franchising olsa da ilgili sorularda belli başlı sürdürülebilir uygulamaları yaptıkları tespit edilmiştir.

Sürdürülebilir uygulamalara yönelik sorular kapsamlı bir literatür araştırması, Yeşil Nesil Restoran Derneği ve Yeşil Restoran Derneği (Green Restaurant Association) kriterleri değerlendirmesi sonrası; enerji kullanımı, su kullanımı, atık yönetimi, kimyasal kullanımı, sürdürülebilir gıda uygulamaları ve sürdürülebilir mobilya-ekipman olmak üzere altı kriter üzerinden oluşturulmuştur. Sürdürülebilir mobilya-ekipman sorusuna hiçbir işletme olumlu cevap vermediğinden veri analizinden çıkarılmasına karar verilmiştir. Sürdürülebilir uygulamalara yönelik sorulara verilen cevaplardan elde edilen veriler, içerik analizine tabi tutularak her kritere ait çeşitli uygulamalar altında kodlanmıştır. Örneğin enerji kullanımına yönelik soruda işletme sahibinin “*tasarruflu led ampul kullanıyoruz*” gibi bir yorumunda yükleme Aydınlatma-Tasarruflu Ampul kategorisine yapılmıştır. Sürdürülebilir uygulamalara yönelik içerik analizi sonucu elde edilen kategoriler ve yükleme sayıları Tablo 2’de verilmiştir.

Enerji Kullanımı

Enerji kullanımı ile ilgili soru “İşletmenizde Enerji Kullanımına yönelik hangi sürdürülebilir uygulamalar gerçekleştirmeniz?” şeklindedir. Verilen cevaplar iki kategoriye ayrılmıştır; aydınlatma ve ısıtma-soğutma. Aydınlatma kategorisinde en fazla yükleme sırasıyla tasarruflu ampul (23), sensörlü aydınlatma (18) ve aydınlatma armatürü (5) alt kategorilerine yapılmıştır. Isıtma-soğutma kategorisinde ise en fazla yükleme sırasıyla tavanda fan kullanımı (23), çift cam kullanımı (16), termostat kullanımı (14), ısı yalıtımlı dış cephe (5) ve hava perdesi kullanımı (4) alt kategorilerine yapılmıştır. İşletme yöneticilerinden, sürdürülebilir mutfak uygulamaları (pişirme, soğutma vb.) ve enerji tasarruflu cihaz/ekipman (A++ televizyon/buzdolabı/klima gibi) kullanımı gibi uygulamalara ait kategorilere veri oluşturabilecek her hangi bir cevap gelmemiştir. Ancak yine de aydınlatma ve ısıtma-soğutma ile ilgili uygulamalarda işletmelerin çoğunun enerji tasarrufu yaptığı anlaşılmaktadır.

Tablo 2: İşletmelerin Gerçekleştirdiği Sürdürülebilir Uygulamalar

İşletmeler	Aydınlatma			Isıtma-Soğutma				Su Kullanımı Uygulamaları				Atık Yönetimi Uygulamaları				Kimyasal Azaltım			Sürdürülebilir Gıda						
	Tasarruflu Ampul	Sensörlü Aydınlatma	Aydınlatma Armatürü	Tavanda Fan	Hava Perdesi	Çift Cam	Termostat	Isı Yalıtımlı Dış Çatılar	Perlatör Kullanımı	Sensörlü Musluk	Tasarruflu Armatür	Gri Su Uygulaması	Yarım Porsiyon	Seçmeli Garnitür	Atık Yağ Uygulaması	Gerilim Dönüşümü	Palazlama Taktiği	Artan Yemeği	Deterjan Dozajlama	Biyoçözünür Ürün Kullanımı	Eko-Temizlik	Yerel Gıda Tercihleri	Mevsimsel Gıda Tercihleri	İTÜ* Sertifikalı Ürün	Mevsimsel Menü
R1	X	X		X	X	X			X	X				X				X			X		X		
R2	X	X		X	X	X		X				X	X					X	X		X		X		
R3		X							X	X			X	X				X			X		X		
R4	X					X						X	X								X				
R5	X		X	X		X						X	X					X	X	X	X				
R6	X		X	X		X			X		X	X									X				
R7	X		X	X	X	X	X		X			X	X	X	X			X	X	X	X			X	
R8	X	X		X			X				X					X	X	X	X	X	X	X	X		
R9	X	X		X			X									X	X				X	X	X		
R10	X	X		X			X		X	X		X	X						X	X	X	X	X		X
R11	X	X		X		X	X		X	X								X		X	X	X	X		
R12	X	X		X			X					X					X	X	X	X	X	X	X	X	
R13	X			X		X									X	X		X	X	X	X	X	X	X	X
R14				X		X	X		X			X	X				X	X		X	X	X	X	X	
R15		X	X	X		X	X	X	X	X		X	X	X			X	X	X	X	X	X	X	X	
R16	X	X		X		X	X		X	X		X	X				X	X		X	X	X	X	X	
R17	X	X		X		X	X		X			X	X	X			X	X		X	X	X	X		
R18	X	X							X			X	X				X	X		X	X	X	X		
R19	X	X		X		X	X		X				X				X	X		X	X	X	X		
R20	X			X			X		X	X	X	X	X	X				X	X	X	X	X	X		
R21	X	X	X						X	X		X	X	X						X				X	
R22				X		X			X			X	X	X				X			X	X	X	X	
R23	X	X							X	X	X	X	X	X				X	X	X	X	X	X		
R24				X			X		X	X		X	X	X				X		X	X	X	X		
R25				X		X	X	X	X			X		X				X			X	X	X	X	
R26	X	X		X					X	X		X	X							X		X			
R27	X							X	X	X		X	X	X						X	X	X	X		
R28		X		X	X				X		X	X	X	X				X		X		X			
R29	X			X				X	X			X	X	X				X		X		X			
R30	X	X				X			X			X	X	X				X		X		X			
Σ	23	18	5	23	4	16	14	5	11	19	9	1	25	22	14	2	10	23	10	22	25	29	12	2	

*İyi Tarım Uygulama Sertifikalı Ürün

Su Kullanımı

Su kullanımı ile ilgili soru “ işletmenizde su kullanımına yönelik hangi sürdürülebilir uygulamalar gerçekleştirmeniz?” şeklindedir. Su tasarrufuna yönelik uygulamalardan en çok sensörlü musluk kullanımı (19) göze çarpmaktadır. Bir diğer uygulama musluklara perlatör takılmasıdır (11). Perlatör suyun hava ile akmasını sağlayan bir alettir (Sert, 2017: 15). Bu sayede yüzde 40 oranında su tasarrufu önlenebilmektedir. Ayrıca bazı

işletmelerde tasarruflu su armatürü kullanımı (9) da tasarruf için uygulanmaktadır. Bir işletme ise gri su uygulaması yaptığını belirtmiştir. “Gri su sistemi” lavabolardan, duşlardan ve bulaşık makinelerinden çıkan ve daha az kirlilik içeren suyun arıtılıp pisuar ve sifon gibi su ihtiyacı olan yerlerde tekrar kullanılmasını amaçlayan sürdürülebilir bir uygulamadır (Öncül, 2018). Su kullanımına yönelik sürdürülebilir uygulamalar az sayıda uygulama ile sınırlı kalıp yağmur suyu kullanımı, mutfak su tasarruf uygulamaları, masa örtüsü kullanmama gibi uygulamalar ile ilgili herhangi bir yorum yapılmamıştır.

Atık Yönetimi

Atık yönetimi ile ilgili soru “*işletmenizde atık yönetimine yönelik hangi sürdürülebilir uygulamalar gerçekleştirmeniz?*” şeklindedir. Verilen cevaplardan en fazla yükleme menüde yarım porsiyon seçeneği (25) ve menüde seçmeli garnitür (22) kategorilerine yapılmıştır. İşletmelerden (14) bir kısmı atık yağları biriktirdiklerini ve toplayanlara verdiklerini ifade etmiştir. Ayrıca bazı işletmeler (10) müşterinin tabağında artan yemekler için müşterilere paketleme teklif ettiklerini ifade etmiştir. Geri dönüşüm uygulaması olan katı atık ayrıştırma ile ilgili sadece iki işletmenin uygulama yaptığını ifade etmesi göze çarpmaktadır. Yiyecek-içecek işletmeleri fazla atık üreten işletmelerin başında gelmektedir (Mohan, 2012). Görüşülen işletmelerin gıda israfını önlemeye yönelik atık yönetimi yaptığı görülmektedir. Oysa en fazla katı atıklar çevreye zarar vermekte bu konu ile ilgili uygulamalar yetersizdir. Örneğin su için pet şişe kullanılmaması, peçete ve havlu gibi kâğıt esaslı malzemeler kullanılmaması, iki işletme dışında atık ayrıştırma yapılmaması atık yönetiminin tam anlamıyla uygulanmadığını göstermektedir.

Kimyasal ve Kirlilik Azaltımı

Kimyasal kullanımı ile ilgili soru “*işletmenizde kimyasal ve kirlilik azaltımına yönelik hangi sürdürülebilir uygulamalar gerçekleştirmeniz?*” şeklindedir. Verilen cevaplardan en fazla yüklemenin deterjan dozajlama (23), doğa dostu veya eko-temizlik ürünleri kullanımı (22) ve biyoçözünür ürün kullanımı (10) kategorilerine yapılmıştır. İfadeler sadece kimyasal azaltımı ile sınırlı kalıp hava kirliliği önleyici herhangi bir uygulamadan bahsedilmemiştir.

Sürdürülebilir Gıda

Sürdürülebilir gıda ile ilgili soru “*işletmenizde sürdürülebilir gıdaya yönelik hangi sürdürülebilir uygulamalar gerçekleştirmeniz?*” şeklindedir. İşletme yöneticilerinden alınan cevaplar ile elde edilen verilerden en fazla yükleme mevsiminde gıda tercihi (29) ve Yerel üreticilerden gıda tercihi (25) kategorilerine yapılmıştır. Sürdürülebilir gıda uygulamaları ile ilgili diğer kategoriler ise “İyi Tarım Uygulaması” (İTU) sertifikalı ürün tercihi (12) ve mevsimsel menü uygulamasıdır (2). Diğer sürdürülebilir uygulamalara göre en çok sürdürülebilir gıda uygulamaları ile ilgili ifadelerin bulunduğu göze çarpmaktadır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Yiyecek – içecek sektöründen kaynaklı artan çevre sorunlarına çözüm olarak öne sürülen sürdürülebilir yiyecek – içecek hizmetleri, ekonomik ve operasyonel faaliyetlerin sürdürülebilirlik ölçütlerine bağlı kalınarak yürütülmesi ile sektör tarafından çevreye verilen zararın en alt düzeye indirilmesini amaçlamaktadır. ABD’de başlayan ve

geçtiğimiz son on yılda işletmelerce sosyal sorumluluk faaliyeti olarak benimsenen çevre dostu restoran uygulamaları Türkiye’de belli bir organizasyon nezdinde veya kamusal yönetimlerin yaptırımları ile uygulanmıyor olsa da restoranların bireysel olarak çevre dostu önlemler aldığı görülmektedir. Yöneticilerin sürdürülebilirlik ile ilgili tutumunu anlamak için sorulan ilk soru neticesinde cevaplar arasında sürdürülebilirlik ile ilgili herhangi bir ifade yer almazken, sürdürülebilirliğin önemi ile ilgili ikinci soruda, görüşmecilerin tamamı önemlidir cevabını vermiştir. Neden önemlidir sorusunda işletme başarısı ve doğal kaynaklar en fazla yükleme yapılan kategoriler olmuştur. Bu durum literatürde olduğu gibi işletmelerin, hem tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılayabilmek hem de işletmenin hedeflerine ulaşmasını sağlayabilecek çevre dostu ürün pazarlama faaliyetleri olan yeşil pazarlama tanımı ile benzerlik göstermektedir (Fraj ve diğ., 2011; Ham ve Lee, 2011; Ottman, 1993; Polonsky, 1994). Yani işletmeler için en önemli unsurlar çevrenin korunması ve işletme başarısıdır. İşletme yöneticilerinin yiyecek – içecek hizmetlerinin çevresel etkilerine ilişkin algıları yetersiz olduğu söylenebilir. Her ne kadar yöneticilerin büyük bir çoğunluğunun sektörün çevreye olumsuz etkisi olduğunu düşünse de az sayıda yöneticiden sadece atıklar, hava kirliliği ve kimyasal kirlenme etkileri yorumu gelmiştir. Oysaki araştırmalarda yiyecek-içecek hizmetlerinin çevreye olumsuz etkisi en fazla enerji kullanımı ve su kullanımı sebebi ile olduğu bildirilmektedir. Sürdürülebilirliğe yönelik uygulamaların işletmenin başarısına etkisi ile ilgili soruda yöneticiler ampirik araştırmalar ile doğrulanan sürdürülebilir uygulamaların işletme performansına olumlu etki yaptığı gerçeğini dile getirmiş hatta karlılığı arttıracığı ve imajı olumlu etkileyeceği gibi benzer yorumlarda bulunmuşlardır.

İşletmelerin sürdürülebilir uygulamaları enerji kullanımı, su kullanımı, atık yönetimi, kimyasal ve kirlilik azaltımı ve sürdürülebilir gıda olmak üzere 5 alt tema altında incelenmiştir. İşletmelerin büyük bir kısmının enerji kullanımı yönünden aydınlatma ve ısıtma-soğutma uygulamaları yaptığı bildirilmiştir. Mutfak uygulamaları, cihaz kullanımı ve diğer enerji kullanımına yönelik uygulamalar ile ilgili bir veri oluşmamıştır. Su kullanımı yönünden, en fazla sensörlü musluk uygulaması olmak üzere, müşterilere yönelik uygulamalar yapıldığı bildirilmiştir. Ancak araştırmalarda en fazla su kullanılan yerin mutfaklar olduğu belirtilmektedir (Freeman, 2011: 22). Yine mutfak uygulamaları ile ilgili her hangi bir veri oluşmamıştır. Atık yönetiminde işletmelerin sadece menü yarım porsiyon seçeneği veya atık yağ biriktirme gibi atık gıda ile ilgili uygulamalar yaptığı bildirilmiştir. İki işletme dışında katı atık ile ilgili bir uygulama ne yazık ki bildirilmemiştir. Kimyasal ve kirlilik azaltımına dair çoğu işletme deterjan dozajlama ve doğa dostu ürünler kullandığını belirtse de hava kirliliği ile ilgili uygulamaları bildirmemiştir. Son olarak sürdürülebilir gıda uygulamaları yönünden mevsiminde gıda ve yerel üreticiden satın alma gibi en fazla uygulamanın bu alt temada uygulandığı bildirilmiştir.

İşletme yöneticilerinde çevresel sürdürülebilirlik, çevre dostu uygulamalar ve çevresel etki gibi konularda bilgi eksikliği olduğu göze çarpmaktadır. İşletmelerin bazı sürdürülebilir uygulamaları gerçekleştirdiği görülse de ilk sorudaki sektördeki en önemli şeyler nelerdir cevapları arasında sürdürülebilirliğin olmaması gerçeğinden bu uygulamaları yeşil pazarlama için değil tasarruflar çerçevesinde gerçekleştirdikleri anlaşılmaktadır. İşletmelerin yeşil pazarlama faaliyetlerine yönelmeleri önerilmektedir. Çünkü işletmelerin yeşil pazarlama faaliyetlerine yönelmesinin; işletme, tüketici, sektör ve çevre için olumlu olacağı düşünülmektedir. Müşterilerden sürdürülebilir uygulamalara yönelik talep gelmemesi müşterilerin çevre dostu restoranları tercih sebebi yapmayacağı anlamına

gelmemelidir. Tüketiciler üzerine yapılan araştırmalarda, müşterilerin restoranların çevreye duyarlı olmasını önemstedikleri ve hatta büyük çoğunluğun çevre dostu restoranlara daha fazla para ödemeye hazır oldukları bildirilmektedir (Dewald, Bruin, ve Jang, 2014; Namkung ve Jang, 2017; Tan ve Yeap, 2012). Yurtdışında gelişmiş ülkelerde görünen yeşil derecelendirme sistemlerini Türkiye'ye uyarlamak ve Türkiye'deki yeme-içme sektöründe çevre bilincinin gelişmesine katkı sağlamak çevre, sektör ve tüketici için faydalı olacaktır. Bu sayede en fazla faydanın araştırmamızın konusu olan işletmeler için olacağı düşünülmektedir. Örneğin daha düşük enerji tüketimiyle işletme maliyetlerinde azalış, kamuoyunda bilinirlik ve itibar artışı, sektöre öncülük ve çalışanların işe bağlılığının artması sağlanabilir. Ayrıca çalışmanın sonuçları, küçük bir örneklem ve görüşmecilerden elde edilen bilgilerin güvenilirliği ve kalitesi dâhil olmak üzere belirli sınırlamalar ışığında düşünülmelidir. Yiyecek – içecek hizmetlerinde sürdürülebilirlik ile ilgili araştırmalar yetersiz olup bu araştırmanın sonuçları ön hazırlık olarak kabul edilip gelecekte yapılacak araştırmalar ile yiyecek – içecek hizmetlerinde sürdürülebilirlik araştırmalarının geliştirilmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Bazeley, P. ve Jackson, K. (2013). *Qualitative Data Analysis with NVivo*. Sage Publications Limited.
- Bestard, A. B., ve Nadal, J. R. (2007). Modelling environmental attitudes toward tourism. *Tourism Management*, 28(3), 688-695.
- Davies, T., ve Konisky, D. M. (2000). Environmental Implications of the Foodservice and Food Retail Industries. Washington DC.: Resources For the Future.
- Deng, S.-M., ve Burnett, J. (2002). Water use in hotels in Hong Kong. *International Journal of Hospitality Management*, 21(1), 57-66.
- Dewald, B., Bruin, B. J., ve Jang, Y. J. (2014). US consumer attitudes towards “green” restaurants. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 25(2), 171-180.
- DiPietro, R., Gregory, 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.
- Dziegielewski, B. (2000). *Commercial and institutional end uses of water*: American Water Works Association.
- ETUDER (2017). 70 Milyar Lirayı Dışarıda Yedik. Ev Dışı Tüketim Derneği. Erişim Tarihi: Kasım – 2017, <http://www.etuder.org.tr/haberler/mart2015/18032015bugun.html>
- FEES, ve Miller, K. (1994). Energy Efficiency and Environmental News. Gainesville: Institute of Food and Agricultural Science, University of Florida.
- Foster, C., Green, K., Bleda, M., Dewick, P., Flynn, A., ve Mylan, J. (2007). Environmental impacts of food production and consumption: final report to the Department for Environment Food and Rural Affairs. Manchester: Manchester Business School.

- Fraj, E., Martínez, E., ve Matute, J. (2011). Green marketing strategy and the firm's performance: The moderating role of environmental culture. *Journal of Strategic Marketing*, 19(4), 339-355.
- Freeman, E. M. (2011). *Restaurant Industry Sustainability: Barriers and Solutions to Sustainable Practice Indicators*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Arizona State University, Arizona.
- Gleick, P. H., Srinivasan, V., Henges-Jeck, C., ve Wolff, G. (2004). Urban water conservation: A case study of commercial and industrial water use in California. *The World's Water 2004-2005: The Biennial Report on Freshwater Resources*, 131.
- GRA. (2018). Mission: Green the Restaurant Industry. Erişim Tarihi: 09.02.2018, from <http://www.dinegreen.com/about>
- Ham, S., ve Lee, S. (2011). US restaurant companies' green marketing via company websites: impact on financial performance. *Tourism Economics*, 17(5), 1055-1069.
- Hsieh, H.-F., ve Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative health research*, 15(9), 1277-1288.
- Hu, H.-H., Parsa, H., ve Self, J. (2010). The dynamics of green restaurant patronage. *Cornell Hospitality Quarterly*, 51(3), 344-362.
- 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), 765-779.
- Iaquinto, A. (2014). Sustainable practices among independently owned restaurants in Japan. *Journal of Foodservice Business Research*, 17(2), 147-159.
- Jeong, E., Jang, S., Day, J., ve Ha, S. (2014). The impact of eco-friendly practices on green image and customer attitudes: An investigation in a café setting. *International Journal of Hospitality Management*, 41, 10-20. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.03.002>
- Legrand, W., Sloan, P., Simons-Kaufmann, C., ve Fleischer, S. (2010). A review of restaurant sustainable indicators *Advances in hospitality and leisure* (pp. 167-183): Emerald Group Publishing Limited.
- Ma, J., ve Ghiselli, R. (2016). Measuring, monitoring, and managing the green practices in mid-sized restaurants in China. *Journal of Foodservice Business Research*, 19(1), 64-76.
- Maviş, F. (2006). *Otel Mühendisliği - Enerji ve Su Kullanımına Yönelik Bir Araştırma*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- McIvor, J. (2007). Brave New World - Environmental Issues In Restaurants. Erişim Tarihi: 14.06.2017, from https://www.squaremeal.co.uk/news/brave-new-world-_environmental-issues-in-restaurants
- Michalisin, M. D., ve Stinchfield, B. T. (2010). Climate change strategies and firm performance: an empirical investigation of the natural resource-based view of the firm. *Journal of Business Strategies*, 27(2), 123.

- Milfont, T. L., Duckitt, J., ve Wagner, C. (2010). A cross-cultural test of the value–attitude–behavior hierarchy. *Journal of Applied Social Psychology*, 40(11), 2791-2813.
- Mohan, A. M. (2012). SPS 2012:Tackling food waste through packaging innovation. *Waste Reduction*. Erişim Tarihi: 09.06.2017, https://www.greenerpackage.com/waste_reduction/sps_2012_tackling_food_waste_through_packaging_innovation
- Namkung, Y., ve Jang, S. (2017). Are consumers willing to pay more for green practices at restaurants? *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 41(3), 329-356.
- Neuman, W. L. (2013). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*: Pearson education.
- Nolden, S. (2015). Going Green in the Workplace. The Employer Group: The Human Resource Resource. Erişim Tarihi 26.09.2017 <https://theemployergroup.com/going-green-in-the-workplace/>
- NRA, N. R. A. (2017). Restaurant Industry Outlook. Retrieved 19.05.2017
- Ottman, J. A. (1993). *Green Marketing: Challenges & Opportunities for the New Marketing Age*. Lincolnwood, IL: McGraw-Hill/Contemporary.
- Öncül, S. (2018). Leed Platin Sertifikalı Türkiye'nin İlk Binası. from http://www.emo.org.tr/ekler/76441652bb56f52_ek.pdf
- Park, J., Jeong Kim, H., ve McCleary, K. W. (2014). The impact of top management's environmental attitudes on hotel companies' environmental management. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 38(1), 95-115.
- Penny, Y. K. W. (2007). The use of environmental management as a facilities management tool in the Macao hotel sector. *Facilities*, 25(7/8), 286-295.
- Polonsky, M. J. (1994). An introduction to green marketing. *Electronic green journal*, 1(2).
- Sanchez, K. E. (2009). *Green Movement In Business*. New York: Nova Science Publishers, Inc.
- Sert, A. N. (2017). Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: Doğa Residence Otel Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 1-20.
- Sloan, P., Legrand, W., ve Chen, J. (2009). *Sustainability in the Hospitality Industry: Principles of Sustainable Operations*. Oxford: Butterworth - Heinemann.
- Şimşek, N., ve Akdağ, G. (2017). Sürdürülebilir Gastronomi Kapsamında Yeşil Nesil Restoranları İncelenmesi. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 2(60), 351-368.
- Tan, B.-C., Khan, N., Yong, G.-F., Harlam, W., ve Nguyen, L. (2016). What Drive the Intention of Restaurant Operators to Go Green? *World Applied Sciences Journal*, 34(12), 1627-1638.

- Tan, B.-C., ve Yeap, P.-F. (2012). What drives green restaurant patronage intention? *International Journal of Business and Management*, 7(2), 215.
- Thomas, D. R. (2006). A general inductive approach for analyzing qualitative evaluation data. *American journal of evaluation*, 27(2), 237-246.
- Tortella, B. D., ve Tirado, D. (2011). Hotel water consumption at a seasonal mass tourist destination. The case of the island of Mallorca. *Journal of environmental management*, 92(10), 2568-2579.
- Uydacı, M. (2011). *Yeşil Pazarlama*. Ankara: Türkmen Kitabevi.
- Vanschenkhof, M. (2011). *An Investigation of Water Usage In Casual Restaurants In Kansas*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Kansas State University, Manhattan, Kansas.

Sustainable Food and Beverage Management: A Research in Ankara Province

İrfan YAZICIOĞLU

Gazi University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Ankara/Turkey

Esra ÖZATA

Hitit University, Alaca Avni Çelik Vocational School, Department of Hotel, Restaurant and Catering Service, Çorum/Turkey

Ahmet YARIŞ

Dicle University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Tourism Management, Diyarbakır/Turkey

Extensive Summary

INTRODUCTION

Population growth, rapid depletion of non-renewable sources, and ever more sophisticated consumer demands have damaged the natural environment as never before. Natural resources are rapidly consumed and the country's economy is damaged by the reason fact that the tourism and service industry enters into an unplanned and uncontrolled development process. With the understanding of the sustainable environment importance for the future of the world, each sector has taken its own precautions. Proliferation of consumers who concern about environmental problems, has led the hospitality industry sectors to adopt green practices in their operations. According to Tan and Yeap (2012, p. 215), both profit-oriented and socially responsible businesses have seen this as a market opportunity and have begun to adopt the concept of green marketing by developing products or services to meet the demands of environmentally conscious consumers. In addition, research has shown that green movement has contributed to businesses' competitive advantage, the reduction of operational costs and the development of corporate image. There are not enough studies on the perceptions and practices of food and

beverage enterprises towards sustainability in Turkey. In this context, the present study aimed to reveal restaurant managers' attitudes towards sustainability, environmental impact perceptions, and green practices.

METHODOLOGY

For the purpose of the study we used qualitative data analysis method. To collect research data we employed a voice-based face-to-face interview technique through a structured interview form. Traditional restaurants which serve à la carte in Ankara province were chosen for the study. For this reason, a total of 40 restaurants were identified with random systematic sampling method. Prior to the face-to-face interviews, we called the restaurants and asked for permission and an appointment for research. A total of 30 restaurants voluntarily agreed to take part in the research.

Data Collection Tool and Process

The face-to-face interview form was created by the authors after a comprehensive literature search on the subject. The questions are designed to understand management's attitudes towards sustainability, perceptions of the environmental impacts of F&B services, and green practices implemented in their business. Questions about sustainability attitudes and perceptions of environmental impacts were compiled from research of Iaqinto (2014). Questions about green practices were compiled from sustainability criteria of Green Restaurant Association (GRA, 2018) and Yeşil Nesil Restoran Hareketi (YNR, 2018). Prior to the interviews with restaurant managers, pilot interviews were held with experts in the sector, and some expressions in the interview form were changed. The data collection process was carried out between January and February 2018 and interviews lasted 25-30 minutes on average.

Analysis of Data

Content analysis was used to analyze the data obtained from interviews. According to Thomas (2006), the content analysis technique used in qualitative research refers to the process by which the researcher obtains a concept, theme, or model through interpretations made on raw data. However, the codes created with the research findings of Iaqinto (2014) and green restaurant criteria have been used as a guideline for the study. According to Hsieh and Shannon (2005)'s directed content analysis approach, a theory or research findings can be used as a guideline. For reliability, the analysis was performed by two independent encoders and, at the end of coding process; answers to the study questions were searched.

FINDINGS

According to demographic information, most of the businesses (19) are franchise-operated. Capacities range from 60 seats to 400 seats and seat capacities of franchise-operated enterprises are higher than those of independent enterprises. For the answer to the question asked about how much food is thrown away weekly to the managers is an estimate because no company keeps track of it. According to answers the food waste range from 100 TL to 1500 TL for a week and the average cost of food waste is about 500 TL.

While there was no statement of sustainability among the answers to the first question asked to the managers to understand the attitude towards sustainability, the second question on the importance of sustainability, all of the interviewers gave the answer that sustainability is important. As a result of the coding made for the question *why it is important*; business success and natural resources are the most noticeable categories. This is analogous to the definition of green marketing in literature: eco-friendly marketing activities that will enable businesses to meet the needs of both consumers and objectives of the firm (Fraj et al., 2011; Ham & Lee, 2011; Ottman, 1993; Polonsky, 1994). The answers to the question of environmental impacts of food and beverage service show that managers have insufficient knowledge about environmental effects of F&B industry. Although a large majority of managers think that the industry has a negative impact on the environment, a few managers have commented on only the effects of waste, air pollution, and chemical pollution. Yet, the studies report that the negative effects of food and beverage services on the environment are most often caused by energy use and water use. When asked about the impact of green practices on business success, managers expressed that green practices had a positive impact on business performance and even commented that it would increase profitability and positive image.

Green practices of businesses are examined under five sub-themes: energy use, water use, waste management, chemical and pollution reduction, and sustainable food. A majority of restaurant managers expressed that they are using lighting and heating-cooling practices in terms of sustainable energy use. There are no statements on sustainable kitchen practices, energy smart appliance and other sustainable energy use practices. In terms of water usage, it is understood that managers adopt customer oriented green practices, with the most motion sensor faucet. However, studies indicate that water is mostly used in the kitchens (Freeman, 2011, p.22). Managers state that as waste management they have half-portion options on the menu and residual oil green practices. Unfortunately, with the exception of two restaurants, no manager reported any green practice on solid waste. Related to chemical and pollution reduction, most managers state that they use detergent dosing and eco-friendly products but none of them state any practice related to air pollution. Lastly, almost all managers state that they adopt green practices such as seasonal and local food purchases in terms of sustainable food practices.

CONCLUSION and RECOMMENDATIONS

It is conspicuous that restaurant managers are ignorant of environmental sustainability, green practices, and F&B environmental impact. Although restaurants seem to have implemented some green practices, it can be said that they implement these practices within the framework of the economy rather than green marketing considering the fact that there was no statement about sustainability among the answers for the first question. It is recommended that businesses should adopt green marketing activities. Because it is thought that the adoption of green marketing activities of restaurants will be positive for business, consumers, industry and environment. The lack of demand from customers for sustainable practices should not mean that customer will not make green restaurants the reason for preference. Research on eco-friendly attitude and behavioral intention of restaurant consumers reveal that consumers demand restaurants to be more eco-friendly, and even the vast majority are ready to pay more for eco-friendly restaurants (Dewald, Bruin, & Jang, 2014; Namkung & Jang, 2017; Tan & Yeap, 2012). Adapting green rating systems which appearing in developed economies to Turkey and contributing to the development of

environmental awareness in the F&B sector would be beneficial for the environment, industry, economy and consumers. By this means, it is thought that the most benefit will be on restaurants which are the subject of our research. For example, lower energy consumption and lower water use can reduce operating costs. Increase in recognition and reputation, sector leadership and increase of employees' commitment are also added values. The results of this research need to be taken in consideration in the light of certain limitations which include a small sample size and the reliability of the information provided by the restaurant managers. Research on sustainability in F&B services is insufficient. Thus sustainability research in F&B services needs to be developed with different groups and samples.