YEŞİL MUTFAK KALİTESİ ÖLÇÜM MODELİ: Y-MUTKAL

Yılmaz SEVER

(Yüksek Lisans Tezi)

Eskişehir, 2016

YEŞİL MUTFAK KALİTESİ ÖLÇÜM MODELİ: Y-MUTKAL

Yılmaz SEVER

T.C.
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
YÜKSEK LİSANS TEZİ

Eskişehir
2016

T.C. ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTİSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Yılmaz Sever tarafından hazırlanan "Yeşil Mutfak Kalitesi Ölçüm Modeli: Y-MUTKAL" başlıklı bu çalışma 29.04.2016 tarihinde Eskişehir Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliğinin ilgili maddesi uyarınca yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak, Jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan Doç. Dr. Rahman TEMİZKAN
Akademik Ünvanı ve Adı Soyadı
(Danışman)

Üye Başkan Prof. Dr. Ali ERBAŞ
Akademik Ünvanı ve Adı Soyadı

Üye Yrd. Doç. Dr. Hakan YILMAZ
Akademik Ünvanı ve Adı Soyadı

ONAY
…/ …/ 20..
Prof. Dr. Hasan Hüseyin ADALIOĞLU
Enstitü Müdürü

25/05/2016

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi hükümlerine göre hazırlandığını; bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmanın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Eskişehir Osmangazi Üniversitesi tarafından kullanılan bilimsel intihal tespit programıyla taranmasını kabul ettiğimi ve hiçbir şekilde intihal içermediğini beyan ederim. Yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması halinde ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

Yılmaz SEVER

ÖZET

YEŞİL MUTFAK KALİTESİ ÖLÇÜM MODELİ: Y-MUTKAL

SEVER, Yılmaz
Yüksek Lisans-2016
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Rahman TEMİZKAN

Son yıllarda etkilerini daha net görebildiğimiz ve geleceğe dair kaygılarımızın devam ettiği çevre sorunları konusunda tüketimi karşılamaya dönük üretim faaliyetlerini gerçekleştiren işletmelerin rolü büyüktür. Bir üretim işletmesi olarak restoranların ve üretimin gerçekleştiği mutfakların da sürdürülebilir üretim politikalarını benimseme ve faaliyetlerini bu doğrultuda yönlendirme sorumlulukları vardır. Günümüz müşterilerinin artan çevre hassasiyetleri ve bu hassasiyetleri satın alma davranışlarına her geçen gün arttırarak yansıtmaları restoran işletme yöneticilerini çevreye duyarlı uygulamalar konusunda teşvik edici olmaktadır.

Bu çalışmanın amacı mutfaklarda yeşil kaliteyi ölçmeye yönelik bir ölçüm modeli (Y-MUTKAL) geliştirmektir. Modelin uygulama ve test alanı olarak Bursa ilinde faaliyet gösteren "Turizm İşletme Belgesi" sahibi restoranlar ve bu restoranların müşterileri seçilmiştir. Bu seçimde Bursa ilinin coğrafi olarak ulaşılabilir oluşu, işletmelerin birbiri ile yakınlığı ve kontrol edilebilirlikleri etkili olmuştur. Bu model işletme ve müşterilerden elde edilen verileri değerlendirerek bir "yeşil mutfak kalitesi puanı" ortaya koymaktadır.

Modelde çevreye duyarlı mutfak uygulamaları 1. enerji verimliliği, 2. su tasarrufu, 3. atık yönetimi, 4. tek kullanımlıklar, 5. kimyasal kullanımının azaltımı, 6. sürdürülebilir gıda ve 7. sürdürülebilir yapı olmak üzere yedi boyutta ele alınmıştır. Y-MUTKAL (Yeşil Mutfak Kalitesi) ölçüm modeli bu başlıklarda müşteri beklentilerinin işletme uygulamalarınca karşılanma oranlarını hesaplamakta ve müşteri beklentileri ile işletme uygulamalarının farkını kalite puanı olarak kabul etmektedir.

Çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusunda müşteri beklentileri ve işletme uygulamaları puanlarının en yüksek ortalamaları “atık yönetimi”, en düşük ortalamaları “sürdürülebilir yapı” boyutunda görülmektedir. Bununla birlikte, en yüksek kalite puanı “kimyasal azatlımı”, en düşük kalite puanı da “tek kullanımlıklar” boyutunda gerçekleşmiştir. Tüm boyutlar bazında Bursa ilindeki restoranların Y-MUTKAL puanı “-0,7967” ve müşteri beklentilerinin işletme uygulamalarınca karşılanma oranı (BKO) da “%77,9” olarak ölçülmüştür.

ABSTRACT

GREEN KITCHEN QUALITY MODEL: G-KITCHQUAL

SEVER, Yılmaz

Master Degree-2016

Department of Tourism Management

Adviser: Associate Prof. Dr. Rahman TEMİZKAN

Companies in producing activities so as to face consumption have big roles about environment problems which we can see the effects clearly recently and our anxieties going higher about. As a manufacturing enterprise, restaurants and also their kitchens off course have responsibilities for adopting sustainable producing policies and direct their applications in that vein. Nowaday's consumers' increasing environment sensivitiy and projecting these sensitivity onto their buying behaviours prompt companies to environment-friendly implementations.

The aim of this study is to develop a model (G-KITCHQUAL) to measure the green quality in kitchens. As an application and examine area, in Bursa province, the restaurants have "Tourism Operation Licence" and their costumers have been chosen. For this selection, geographic accesibility of Bursa and closeness and controllability of the restaurants had been influential. This model reveals a "green quality score" by evaluating data getting from companies and costumers.

In model, environmet-friendly kitchen implementations are categorized under seven topics such as 1. energy efficiency, 2. water saving, 3. waste management, 4. disposables, 5. chemical reduction, 6. sustainable food and 7. sustainable furnishing and building.

G-KITCHQUAL (Green Kitchen Quality) Model which calculates the "Facing Level of Costumer Expectaions" by restaurants' implementations under these topics and accepts difference between managements' implementaions and costumers' expectaions level as a quality score.

Among the environment-friendly kitchen implementation topics, the highest means of expectations and practices were seen on “waste management” topic and the lowest ones on “sustainable furnishing and building” topic. On the other hand, the highest quality score was measured on “chemical reduction” topic and the lowest one on “disposables” topic. At large, it has been measured that G-KITCHQUAL score of the restaurants in Bursa is “-0,7967” and the “Facing Level of Costumer Expectaions” is “%77,9”.

İÇİNDEKİLER

ÖZET v

ABSTRACT vii

TABLOLAR LİSTESİ xv

ŞEKİLLER LİSTESİ xvi

EKLER LİSTESİ xvii

KISALTMALAR LİSTESİ xviii

ÖNSÖZ xix

GİRİŞ 1

BİRİNCİ BÖLÜM
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

1.1. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMI 3

1.1.1. Yeşil Ürün 4

1.1.2. Yeşil Üretim 5

1.1.3. Yeşil İşletme 6

1.1.4. Yeşil Göz Boyama (Greenwashing) 9

1.1.5. Yeşil Tüketim 10

İKİNCİ BÖLÜM
PAZARLAMA VE BEKLENTİ

2.1. PAZARLAMA KAVRAMI 13

2.2. BEKLENTİ 14

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİ

3.1. RESTORAN 16
3.1.1. Yeşil Restoran 17
3.1.2. Restoran İşletmelerinde Belgelendirme 18
3.1.2.1. ISO 9000 “Kalite Yönetimi” 19
3.1.2.2. Mavi Bayrak 19
3.1.2.3. ISO 14000 “Çevresel Yönetim Sistemi” 19
3.1.2.4. ISO 22000 “Gıda Güvenliği Yönetimi” 21
3.1.2.5. Beyaz Zambak 22
3.1.2.6. GMP (Good Manufactoring Practices) 22
3.1.2.7. Helal Gıda Sertifikası 22
3.1.2.8. HACCP (Hazard Analysis Of Critical Control Points) 22
3.1.2.9. ISO 50001 “Enerji Yönetimi Sistemi” 23
3.1.2.10. Green Restaurant Certification 4.0 Standards 23
3.1.2.11. LEAF Criteria Version 2.0 24
3.1.2.12. Yeşil Nesil Restoran 24
3.1.2.13. LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) 24
3.1.2.14. Sorumlu Restoran Sertifikası 25
3.2. MUTFAK 25
3.2.1. Mutfağın Bölümleri 26
3.2.1.1. Satın Alma 26
3.2.1.2. Teslim Alma 26
3.2.1.3. Depolama 27
3.2.1.4. Hazırlama Ve Pişirme 27
3.2.1.5. Bulaşık Yıkama Ve Çöp Toplama 28

3.2.2. Mutfak Planlama 28
3.2.3. Mutfaklarda Çevreye Duyarlılık Ve Yeşil Mutfak 30
3.2.4. Çevreye Duyarlı (Yeşil) Mutfak Uygulamaları 30
3.2.4.1. Enerji Verimliliği 31
3.2.4.2. Su Tasarrufu 32
3.2.4.3. Sürdürülebilir Gıda 33
3.2.4.4. Atık Yönetimi 33
3.2.4.5. Tek Kullanımlıklar 34
3.2.4.6. Kimyasal Ve Kirlilik Azaltılması 35
3.2.4.7. Sürdürülebilir Yapı 35

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

KALİTE VE Y-MUTKAL

4.1. TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ (TKY) 37
4.2. HİZMET KALİTESİ 38
4.2.1. Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelleri 39
4.2.1.1. Teknik ve Fonksiyonel Kalite Modeli - Christian Grönroos (1984) 39
4.2.1.2. Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyeti Modeli – Kano (1984) 40
4.2.1.3. Hizmet Kalitesi Modeli (SERVQUAL) – Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1985) 40
4.2.1.4. Nitelik Hizmet Kalitesi Modeli – Haywood, Farmer (1987) 42
4.2.1.5. Hizmet Kalitesi Sentez Modeli – Brogowicz, Delene, Lyth (1990) 42
4.2.1.6. Servperf Modeli – Cronin ve Taylor (1992) 43
4.2.1.7. İdeal Değer Standartlarına Dayalı Hizmet Kalitesi Modeli – Mattsson (1992) 43
4.2.1.8. İdeal Standartlara Dayalı Performans Kıyaslama Modeli – Teas (1994) 43

4.3. YEŞİL MUTFAK KALİTESİ (Y-MUTKAL) 44
4.3.1. Y-MUTKAL Ölçüm Modeli 46

BEŞİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

5.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ 51
5.2. ARAŞTIRMANIN AMACI 53
5.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ 53
5.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ 55
5.4.1. Araştırmanın Hipotezleri 55
5.4.2. Varsayımlar 56
5.4.3. Sınırlılıklar 57
5.4.4. Evren Ve Örneklem 57
5.4.5. Anket Formunun Oluşturulması 58
5.4.6. Veri Toplama 59
5.4.7. Veri Analizi 59
5.5. BULGULAR VE YORUMLAR 60
5.5.1. Ankete Katılanların Demografik Özellikleri 60
5.5.1.1. Müşteri 61
5.5.1.2. İşletme 62
5.5.2. Güvenilirlik Ve Geçerlilik Analizleri 64
5.5.3. Hipotezlerin Test Edilmesi İle İlgili Bulgular 65
5.5.3.1. Enerji verimliliği konusunda müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasındaki fark bilgileri 66
5.5.3.2. Su tasarrufu konusunda müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasındaki fark bilgileri 66

5.5.3.3. Atık yönetimi konusunda müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasındaki fark bilgileri 67
5.5.3.4. Tek kullanımlıklardan kaçınma konusunda müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasındaki fark bilgileri 67
5.5.3.5. Kimyasal kullanımının azaltılması konusunda müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasındaki fark bilgileri 68
5.5.3.6. Sürdürülebilir gıda uygulamaları konusunda müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasındaki fark bilgileri 69
5.5.3.7. Sürdürülebilir yapı uygulamaları konusunda müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasındaki fark bilgileri 69
5.5.3.8. Müşterilerin cinsiyeti ile çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusundaki beklenti düzeyleri arasındaki fark bilgileri 70
5.5.3.9. Müşterilerin yaşı ile çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusundaki beklenti düzeyleri arasındaki fark bilgileri 71
5.5.3.10. Müşterilerin eğitim seviyesi ile çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusundaki beklenti düzeyleri arasındaki fark bilgileri 72
5.5.3.11. İşletmelerin faaliyet süreleri ile çevreye duyarlı mutfak uygulamaları uygulamaları arasındaki fark bilgileri 73
5.5.3.12. İşletmelerin kapasiteleri ile çevreye duyarlı mutfak uygulamaları uygulamaları arasındaki fark bilgileri 74
5.5.3.13. Bir restoran işletmesinin "Çevreye Duyarlılık" sertifikasına sahip olması beklentisi düzeyi ile çevreye duyarlı mutfak uygulamaları beklenti düzeyi arasındaki ilişki bilgileri 74
5.5.4. Araştırmanın İstatistik Hipotezlerinin Kabul ve Red Durumları 75
5.5.5. Araştırma Hipotezinin Test Edilmesi İle İlgili Bulgular 76
5.5.6. Y-MUTKAL Ölçüm Sonuçları İle İlgili Bulgular 77
SONUÇ VE ÖNERİLER 82
KAYNAKÇA 87

EKLER 99

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Ankete Katılan Müşterilerin Demografik Özellikleri 61
Tablo 2: İşletmelerin Faaliyet Süreleri 62
Tablo 3: İşletmelerin Kuver Sayıları 62
Tablo 4: Yönetici Bilgileri 62
Tablo 5: İşletmelerin Sertifika Sahipliği 63
Tablo 6: Boyutlar Bazında Müşteri Ve İşletme Puan Ortalamaları 65
Tablo 7: Müşterilerin Demografik Özelliklerine Göre Beklenti Puanları 70
Tablo 8: İşletmelerin Faaliyet Süreleri Ve Kapasite Değişkenlerine Göre Puanları. 73
Tablo 9: Çevreye Duyarlılık ve Sertifika Sahipliği Beklentileri Arasındaki İlişki Analizi 74
Tablo 10: Araştırmanın İstatistik Hipotezlerinin Kabul/Red Durumları 75
Tablo 11: Müşteri Beklentileri ve İşletme uygulamaları Genel Puan Ortalamaları.. 76
Tablo 12: Fatörler Bazında Müşteri Ve İşletme Puan Ortalamaları 77
Tablo 13: Y-MUTKAL ve BKO Puanları 80

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Teknik ve Fonksiyonel Hizmet Kalitesi Modeli (Grönroos, 1984)..... 40
Şekil 2: Hizmet Kalitesi (SERVQUAL) Modeli (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985, s. 44)..... 41
Şekil 3: Y-MUTKAL Ölçüm Modeli 46

EKLER LİSTESİ

EK-1: Anket Müşteri …….. 99
EK-2: Anket İşletme ……... 100
EK-3: Green Restaurant Certification 4.0 Standards ……..…. 101
Ek-4: Leaf Criteria Version 2.0 ……. 134

KISALTMALAR LİSTESİ

BKO: Beklentinin Karşılanma Oranı

G-KITCHQUAL: Green Kitchen Quality

GRA: Green Restaurant Assosiation

HACCP: Hazard Analyses of Critical Conrol Points (Kritik Kontrol Noktalarında Tehlike Analizi)

ISO: International Standards Organisation

LEAF: Leaders in Environmentaly Accountable Foodservice

LED: Light Emitting Diode (Işık Yayan Diyot)

LEED: Leadership in Energy and Environmental Design

TDK: Türk Dil Kurumu

TKY: Toplam Kalite Yönetimi

TSE: Türk Standartları Enstitüsü

WWF: World Wildlife Fund

Y-MUTKAL: Yeşil Mutfak Kalitesi

ÖNSÖZ

"Yeşil Mutfak Kalitesi Ölçüm Modeli: Y-MUTKAL" adlı tez çalışmamın her aşamasında, büyük bir anlayış ve ilgi ile bana yol gösteren ve desteğini hiçbir zaman esirgemeyen danışmanım Doç. Dr. Rahman TEMİZKAN' a sonsuz minnet ve saygılarımı sunarım.

Ayrıca tez çalışmasının uygulama sürecinde, istatistiksel analizler konusunda görüşleri ve çabalarıyla katkıda bulunan çok kıymetli Yrd. Doç Dr. Ebru ZENCİR'e, Öğr. Gör. Osman GÜLDEMİR'e ve Arş. Gör. Barış DEMİRCİ'ye teşekkür ederim.

Değerli zamanlarını ayırarak tez jürime katılma nezaketini gösteren hocalarım Prof. Dr. Ali ERBAŞ ve Yrd. Doç. Dr. Hakan YILMAZ'a teşekkür ederim.

Yılmaz SEVER

GİRİŞ

Dünyada yaşanan sosyal, siyasal ve teknolojik gelişmeler ve artan tüketim eğilimlerinin bir sonucu olarak ortaya çıkan çevre sorunları, 1980'lerden bu yana başta batı toplumları olmak üzere dünyanın dikkatini yönelttiği ve çözüm üretmeye çalıştığı bir mesele olmuştur. Kalkınma yarışının da etkisi ile üzerinde yaşadığımız gezegendeki dengelerin korunması ve yarına bozulmadan taşınabilmesi adına "sürdürülebilirlik" göz ardı edilemez bir kavram halini almıştır (Kaypak, 2011: 19).

Sürdürülebilirlik bugünün ihtiyaçlarını gelecek neslin kendi ihtiyaçlarını karşılama kabiliyetlerini riske atmadan gidermek (Yusof ve Jamaludin, 2014: 502) olarak özetlenebilir. İşletmeler açısından sürdürülebilirlik irdelendiğinde, organik çevreyle ona zarar vermeden ve onun sürekliliğini sağlayarak kurulan ekonomik ilişki (Göğüş, Karakadılar ve Apak, 2013:752) şeklinde bir tanıma ulaşılabilir. Çevre sorunlarında en büyük paya sahip işletmelerin, bu sorunların giderilmesi ya da azaltılması konusunda da sorumluluk bilinci ile faaliyetlerini yürütmeleri beklenir (Özkaya, 2010: 247). Yiyecek içecek endüstrisinin üreten bir aktörü olarak, restoran işletmeleri ve onların mutfakları sürdürülebilir uygulamalarının dışında tutulamazlar.

İşletmeler sosyal, çevresel ve toplumsal faydalarla yeşil merkezli stratejiler geliştirmektedirler. İşletmelerin yeşil faaliyetleri pazarda olma ve rekabet üstünlüğü elde etmenin (Misso, v.d., 2013: 104) yanı sıra maliyetleri azaltma ve karlılığı arttırma (Atay ve Dilek, 2013: 217) gibi motivasyonlarla desteklenmektedir.

Sosyal ve politik konulara duyarlı tüketiciler çevreci uygulamalara da aynı hassasiyetle yaklaşmakta (Ay ve Ecevit, 2005: 259) ve daha fazla ödemeye eğilimindedirler (Wong, Wan ve Qi, 2015: 310). Çevreye duyarlı tüketiciler için fiyat satın alma kararları üzerinde tek başına etkili değildir (Azabagaoglu ve Oraman, 2011: 235). Bu noktada, diğer tüm işletmeler gibi, restoran işletmelerinin faaliyetlerini planlarken müşterilerinin çevre duyarlılıklarını göz önünde bulundurmaları varlıklarını ve karlılıklarını olumlu yönde etkileyecektir.

Son yıllarda artan değişime paralel olarak, tüketicilerin de istek ve beklentilerinin artması, müşteri kazanma ve onu tatmin etme mücadelesinde

işletmelerin müşterilerini anlamaya çalışmasını ve onların beklentilerini göz önünde bulundurmalarını zorunlu hale getirmiştir (AlinezhadSarokolaee, Taghizadeh ve Ebrati, 2012: 74). Özellikle yeşil uygulamalar konusunda, kendilerini işletmenin bir paydaşı olarak gören müşterilerin işletmelerce dikkate alınma istekleri (Walker ve Hanson, 1998: 627) çevreye duyarlı uygulamaların önemini arttırmaktadır.

Sürekli gelişen, değişen ve çetinleşen piyasa koşullarında, maliyetlerini azaltmak, pazar paylarını arttırmak ve rekabet üstünlüğü elde edebilmek adına restoran işletmeleri faaliyetlerini sürdürülebilirlik çerçevesinde ve yeşil merkezinde planlamalıdır. Bu faaliyetlerin planlanması sürecinde müşterilerin beklenti düzeylerini ölçebilmeleri daha doğru kararlar almada faydalı olacaktır.

Kalite, üretilen mal veya hizmetlerin değerlendirilmesidir (Işın, 2013: 43). Hizmet kalitesi ise, potansiyel müşterilerin belirli bir hizmetle ilgili gereksinim ve beklentilerinin karşılanabilmesi çabalarının tümüdür (Gülmez ve Dörtyol, 2009). Hizmet kalitesinde başarı müşteri beklenti düzeyi ve gereksinimlerinin tespiti, ölçümü ve karşılanması ile mümkün olabilir.

Y-MUTKAL yukarıda belirtilmiş tüm gereklilikler ve faydalar göz önünde bulundurularak, mutfaklarında üretim faaliyetlerini gerçekleştiren restoran işletmelerinin "yeşil kalite"lerinin hesaplanabilmesi için oluşturulmuş bir ölçüm modelidir. Model müşteri beklentilerini, yani müşteriyi, kalitenin belirleyicisi olarak kabul eder. Bu doğrultuda öncelikle müşterilerin çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusunda işletmelerden beklenti düzeyleri standart değer olarak ele alınır. Aynı çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusunda işletme uygulamaları de ortaya konur ve aradaki farkın hesaplanması ile bir kalite puanı elde edilir. Ayrıca, işletme uygulamaları ve müşteri beklentileri puanları BKO'nun (Beklentinin Karşılanma Oranı) hesaplanabilmesine de imkân verir.

Y-MUTKAL restoran işletmelerinin Ar-Ge çalışmalarını destekleyebilecek bir veri toplama ve değerlendirme modelidir.

BİRİNCİ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

1.1. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMI

Dünyada yaşanan sosyal, siyasal ve teknolojik gelişmeler ve artan tüketim eğilimlerinin bir sonucu olarak ortaya çıkan çevre sorunları 1980'lerden bu yana başta batı toplumları olmak üzere dünyanın dikkatini çektiği ve çözüm üretmeye çalıştığı bir mesele olmuştur (Kaypak, 2011: 19). İnsanlık, kendi sebep olduğu çevresel sorunlarla yine kendi geleceği için mücadele etmek zorunda olduğunu anlamıştır.

Bu mücadelenin sloganı haline gelecek ve 1987'de Birleşmiş Milletlerin "Gelişme ve Uluslararası Ekonomik İşbirliği: Çevre" konferansında Brundtland raporunda ortaya konan "sürdürülebilirlik" kavramı, bugünün ihtiyaçlarını gelecek neslin kendi ihtiyaçlarını karşılama kabiliyetlerini riske atmadan gidermek (Brundtland, 1987) şeklinde tanımlanmıştır. Bugünün hayatları idame edilirken, gelecek nesillerinin de aynı doğal kaynaklara ihtiyaç duyacağı gerçeğini göz ardı edilemez.

İklim değişiklilikleri gibi çevresel tehditler karşısında, sürdürülebilir üretim ve çevresel inovasyon gibi işletmeler ve siyasiler tarafından benimsenmesi gereken radikal ilgi ve önlemler daha bir önem kazanmıştır (OECD, 2009). Alınması gereken önlemler açısından, özellikle gelişmekte olan ülkeler için sürdürülebilirlik çalışmaları sancılı bir süreç olmaktadır. Turizm açısından değerlendirildiğinde sürdürülebilirlik uygulamaları sıkı politik ve ekonomik seçenekleri gerekli kılmakta ve karmaşık sosyo-ekonomik ve çevresel özverilere dayanmaktadır (Tosun, 2001: 289).

Sürdürülebilirliğe ulaşabilmenin verimlilik, iletişim, yeşile yönelme ve bilgi gibi dört önemli stratejisi bulunmaktadır (Misso, v.d, 2013: 105). İşletmeler mevcut bilgi birikimi çerçevesinde geliştirilmiş yeşil uygulamaları işletme faaliyetlerinde verimlilik esasında gerçekleştirebilirler. Yeşil üretime dönük iletişim kanalları işletme içinde faaliyetlere tam katılıma, işletme dışında ise pazarlama faaliyetlerine katkı sağlayacaktır.

Sürdürülebilir mal ve hizmet çabaları işletmeler için; hizmet bileşenlerini de içeren iş çeşitlendirebilme; ihtiyaçları karşılayabilecek teknolojik yenilik ve gelişmeler, üretim ve dağıtım verimliliği; bakım, onarım, geri dönüşüm ve tekrar kullanımı geliştirme; çevre dostu imajı oluşturma; müşterileri ile uzun süreli ilişkiler geliştirme; daha geniş müşteri kitlelerini cezbedebilme gibi fırsatlar sunmaktadır (Gönül, 2011). İşletme sahiplerinin evrensel normlardan çok müşteri eğilimlerine önem verdiği bir gerçeklikte (Tosun, 1998: 606) müşterilerin eğilimlerinin de çevreye duyarlı ürünler yönünde olması (Karaca, 2013: 99) işletmeleri de bu yönde teşvik etmektedir.

Araştırmalar kaynak kullanımını daha verimli hale getirmenin yanı sıra kendi çevresel performanslarını geliştiren işletmelerin pazar tarafından ödüllendirildiğini (Khanna ve Thurston, 2002) ortaya koymaktadır. Bu sonuç işletmelerin yeşil ürünler konusunda müşteri beklentilerini ölçme gereksinimlerini arttırmaktadır.

1.1.1. Yeşil Ürün

Yeşil ürün geleneksel eşdeğer ürünlerden farklı olarak, yaşam döngüsü boyunca doğaya zarar vermeyen, içeriğindeki maddelerle ve ambalajı ile doğayı tahrip etmeyen ürünleri tanımlar (Junior, vd., 2015: 100). Yeşil ürün fayda ve kaliteden ödün vermeksizin çevreye duyarlı yöntem ve içeriklerle üretilen çıktıdır.

Günümüzde daha bilinçli davranan tüketiciler, ellerindeki satın alma gücü ile işletmeleri çevreye duyarlı uygulamalara yönlendirmektedir. Bu şekilde artan tüketim anlayışının meydana getirdiği çevresel sorunları azaltmaya çalışmaktadırlar (Aracıoğlu ve Tatlıdil, 2009: 435). Yeşil ürün gibi bir ihtiyaç öncelikle bir taleple ortaya çıkmış ve bu talep baskısı işletmeleri çevreye duyarlı mal ve hizmet sunma konusunda yönlendirici olmuştur.

Restoran işletmelerinin üretim alanı olan mutfakların çıktıları olan yemeklerin yeşil ürünler haline getirilmesi çevresel sorumluluk anlamında önemlidir. Mutfakların yeşil ürünlerin müşterilere görünür kılınması hakettiği değeri alabilmesi açısından faydalı olacaktır.

Yeşil ürünler çevreye duyarlı üretim süreçlerinin çıktılarıdır. Yeşil olmayan üretimden yeşil bir ürün çıkması mümkün olamaz.

1.1.2. Yeşil Üretim

Yeşil üretim, çevrenin korunması üzerine çalışan birçok örgüt ve işletmenin faaliyetlerinde; daha az kaynak kullanımı gerektiren ürün, süreç ve hizmet geliştirme, atık ve emisyonların azaltılması ve küresel kaynakların sürdürülebilirlik çerçevesinde kullanımını amaçlaması (Özçoban, 2010: 45-46) kapsamında planlanmış uygulamalardır.

İşletmeler sadece ortak, çalışan ve tüketici ekseninde gelir elde etme, ücret ödeme, mal ve hizmet üretme amacı ile hareket edemezler. Yeşil üretim işletmelerin faaliyet gösterdikleri sosyal ve fiziki çevrenin değer ve sorunları ile ilgili de sorumluluk hissetme gerekliliği (Özçoban, 2010: 41) temeline dayanır.

Üretim faaliyetleri ile tüketilen ve değişen çevre insan varlığı ile doğrudan bağlantılıdır. Bu bağ üretim faaliyetlerinde çevresel olumsuzlukları azaltmanın veya ortadan kaldırmanın, üretim stratejilerinde yalın ve yeşil uygulamaları benimsemenin önemini arttırmıştır. Yeşil üretimin destekleyicisi olarak, rekabet avantajı ve başarıyı elde etme stratejilerinin temelini oluşturan ve nihai ürüne değer katmayan her türlü süreç ve kayıplardan kurtulmayı hedefleyen yalın üretim yaklaşımı bilinci günümüzde işletmelerce benimsenmeye başlamıştır (Yavuz, 2010: 81-82). Yukarıdaki faydalarına ek olarak yeşil uygulamaları hayata geçirmiş işletmemelerin elektrik ve su maliyetlerinde %30-40 oranında azalma görülebilmektedir (Özçoban, 2010: 212).

İşletmelerin yeşil üretime bakışı, verdiği önem ve işbirliği içinde olduğu şirketleri değerlendirirken çevresel şartları göz önünde bulundurması tedarikçiler üzerinde bir baskı unsurudur (Seyhan ve Yılmaz, 2010: 71). Burada işletmeler kendi müşterilerinin satın alma yaptırımlarının aynısını tedarikçileri için uygularsa, tedarikçileri de çevre duyarlılığı yönünde zorlamış olurlar.

İşletmelerin yeşil uygulamaları önünde tutumsal, finansal ve operasyonel engeller bulunmaktadır. Özellikle yeterli altyapı ve desteğin olmaması ve yerel yönetimler tarafından yeterli ilginin gösterilmediği algısı (Tzschentke, Kirk ve Lynch, 2008: 176), üretime dönük yurt içi-yurt dışı tedarik zinciri merkezli yetersizlikler (Larsen, Solli ve Pettersen, 2012: 354) yeşil uygulamaların önündeki önemli zorluklar arasındadır.

İşletmeleri çevreye duyarlı uygulamaları yerine getirme konusunda yalnız bırakmak yerine devlet nezdinde de katılımın teşvik edilmesi önemlidir. Devlet ve sektör içerisindeki liderlerin yeşil üretim uygulamalarını destekleme ve yaygınlaştırma adına yapması gerekenler aşağıda öneriler şeklinde sıralanmıştır (Mittal ve Sangwan, 2014: 559-564);

- Devlet bilgilendirme ve bilinçlendirme kampanyaları ile toplumu çevre dostu ürünler ve süreçler hakkında, bu ürünlere olan talebi arttıracak şekilde eğitmeli.
- Devlet yeşil teknolojileri ülkenin teknik kurumları ile uyumlaştırmayı destekleyecek teknoloji ve bilim çalışmalarına yatırım yapmalı.
- Devlet sektörün yeşil teknolojilere yatırım yapmaları yolunda gelişmiş ülkelerdekiler ile eşdeğer çevre düzenlemelerini ortaya koymalı.
- Devlet çevre düzenlemelerini denetleyecek mekanizmaları kurup güncellemeli.
- Devlet ülkenin her bölgesindeki çevresel düzenlemeleri işletmelerin, yasal boşluklar sebebiyle, kirli üretimler gerçekleştirmelerine engel olacak şekilde düzenlemelidir.

Yeşil üretimler fiziki yapı ve yönetim anlayışı bakımından çevreye duyarlılık gözetilerek kurulmuş yeşil işletmelerde gerçekleşebilir.

1.1.3. Yeşil İşletme

Sürdürülebilirlikten uzak bir şekilde faaliyet gösteren üretim işletmeleri enerji ve doğal kaynakları tüketmekte ve ekonomik, çevresel ve sosyal problemlere neden olan

büyük miktarlarda sera gazı artırımını gerçekleştirmektedirler. Günümüzde birçok işleteme, özellikle de gelişmekte olan ülkelerde, sınırlı kaynak dolayısı ile yeşil üretim uygulamalarına geçmeye başlamıştır (Mittal ve Sangwan, 2014: 559).

Endüstrileşmenin yoğun olarak yaşandığı günümüzde işletmeler ile çevrenin yoğun ilişkisinde doğal çevre zarar gören taraftır. Bu durum işletmeleri çevrenin korunması düşüncesine yönelik politika ve uygulamalar konusunda "kurumsal sosyal sorumluluk bilinci" ile hareket etmeye itmektedir (Köleoğlu, 2013). Yaşanan küresel çevre sorunlarında en büyük paya sahip işletmelerin, bu sorunların giderilmesi ya da azaltılması konusunda da aynı oranda sorumluluğa sahip olması beklenir (Özkaya, 2010: 247).

İşletmenin sosyal sorumluğu, çalışanlarının da dâhil olduğu yerel halkın ve toplumun yaşam standartlarını geliştirirken etik profesyonel davranışlarını ve ekonomiye katkılarını sürdürmesi olarak tanımlanabilir. Bu sorumluluklar üretim süreci, iş gören ilişkileri, sosyal aidiyet ve sürdürülebilirlikle ilgili doğru olanı yapmak (Aminudin, 2013: 765) şeklinde sınıflandırılabilir.

Yeşil uygulamalar çerçevesinde işletmeler faaliyetlerini şekillendirmekte ve genişletmektedirler. Yeşil işletmelerin dört temel alanı olan su ve enerji tasarrufu, atık yönetimi ve sosyal faydanın yanı sıra kirlilik azaltımı, biyo çeşitliliğin korunması, çevre eğitimi, çevre dostu dizaynlar, edilgen dizaynlar ve ürün yenileme gibi yeni alanlar da yeşil girişimin uygulama alanına girdiler (Jamaludina ve Yusof, 2013: 21).

Yeşil uygulamalar işletmelerin sosyal sorumluluğu olmanın yanında, organizasyonun kendi varlığı ve faaliyetlerinin verimliliği açısından olumlu sonuçlara sahiptir.

Rakiplerine oranla, hedef pazarla daha iyi iletişim kurabilen, çevre duyarlı mal ve hizmetlerini tüketicilere bir sosyal sorumluluk faaliyeti olarak sunabilen işletmeler daha üstün rekabet avantajı elde edebilecektir (Özkaya, 2010: 256).

Günümüzde tüketiciler çevresel konulara daha uyumlu tercihler geliştirmeye başladılar ve devletler çevreye zarar veren eylemler konusunda yasal düzenlemelere başvurdular. Bu doğrultuda faaliyet gösteren işletmeler hem tüketici taleplerini

karşılayarak rekabet avantajı elde etmiş hem de yasal düzenlemelere uyum sağlamış olmaktadırlar (Nakıboğlu, 2007: 423).

İşletmelerin yeşil uygulamaların savunucusu olma yönündeki eğilimlerinin sebepleri arasında devlet ve rekabet baskısının yanı sıra, yeşil uygulama ve yeşil pazarlama faaliyetlerinin maliyetleri azaltıcı ve karlılığı arttırıcı özelliği de sayılabilir (Atay ve Dilek, 2013: 217).

İşletmenin sosyal sorumluluk kapsamında yeşil uygulamaları aslında kendi geleceğine bir yatırım olarak algılanmalıdır. Bu çerçevede faaliyetler özel olarak planlanmalı, dikkatlice yürütülmeli ve düzenli olarak değerlendirilmelidirler (Aminudin, 2013: 764).

Yukarıda sayılı tüm zorunluluk, sorumluluk ve faydalara rağmen yeşil üretim bilinci yeterince gelişmemiştir. Bunun nedeni, halkın bu konudaki duyarlılığının henüz olgunlaşmamış olması ve bununla birlikte sivil toplum kuruluşlarının "yeşil" doğrultusundaki yaptırımını ihtiyaç duyulan ölçüde kullanamıyor olmasıdır (Yücel ve Ekmekçiler, 2008: 332). Öyle ki, tüketiciler arasındaki yüksek çevreci hassasiyet oranı %66,3 ve çevreci ürünlerin farkında olma düzeyi %58,4'tür (Çabuk ve Nakıboğlu, 2003: 52). Bu durum tüketicinin hassasiyetlerini tüketim tercihlerine tam anlamıyla yansıtamadığının bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

İşletmeler açısından yeşil uygulamalara geçme ve sürdürme konusunda birtakım sıkıntılar ve engeller mevcuttur. Bunlar (Yusof ve Jamaludin, 2014: 504);

- Uygulama ve sürdürme maliyetleri
- Yeşil konusundaki bilgi eksikliği
- Zaman, işgücü, donanım ve para gibi kaynak eksikliği
- İşverenlerin süreçteki katılımı ve hızı
- Ciddiyeti algılama eksikliği ve çevresel yönetmelikteki belirsizlikler
- Nitelikli denetleme ve danışmanlık eksikliği
- Çelişkili rehberlikler
- Yönetmelik ve yaptırımlardaki eksiklikler
- Yeşil işletme yönetiminin zorluğu şeklinde sıralanabilir.

Yeşil üretimlerin işletmelere sağladığı faydalar, yeşil işletmelerin tüketici gözündeki değeri ve bu işletmelere bağlılıkları çevreye duyarlı üretimleri benimsemese de kendini bu yönde pazarlayan birtakım işletme hilelerini ortaya çıkarmıştır.

1.1.4. Yeşil Göz Boyama (Greenwashing)

Gerçekten çevre dostu uygulamaları yerine getiremeyip etiğe aykırı bir şekilde kendini bu yönde lanse etmek "*yeşil göz boyama*" (greenwashing) olarak tanımlanmaktadır (Yavuz, 2009: 128). Bu davranışların gerçek yeşil uygulamalar ve uygulayıcıları açısından olumsuz sonuçları ortaya çıkmaktadır.

Müşterilerin %68 gibi yüksek bir oranını işletmelerin yeşil göz boyama yaptıklarını ve çevreye olan duyarlılıklarını abarttıklarını düşünüyor (Wahba, 2012: 904). Buna paralel olarak da, işletmelerin göz boyamaları ile ilişkilendirilmesi sebebiyle çevreye duayarlılığa karşı bir önyargı görülmektedir (Sauve, vd., 2016: 52). Ortaya çıkan bu olumsuzlukların giderilmesi de çevreye duyarlılık çabalarının bir parçası olarak değerlendirilmelidir.

Ölçülebilir standartlar ortaya konmadan da bu aldatmacaların önüne geçilemez (Smith ve Siciliano, 2015: 19). Gerek devlet gerekse sivil toplum kuruluşları ortaya koyacakları standartlar ve oluşturacakları etkin bir denetim mekanizması ile yeşil uygulamaları, müşterilerin de güvenini kazanmış sertifikasyonlarla, görünür ve güvenilir kılmalıdırlar.

Genel olarak, yeşil üretim uygulamaları tüketici davranışlarında olumlu karşılıklara sahiptir. Yani işletmelerce çevreye gösterilen duyarlılık tüketicilerce önemsenmekte ve satın alma davranışlarında değerlendirilmektedir.

1.1.5. Yeşil Tüketim

Hızlı teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak ortaya çıkan çevresel sorunlar, tüketicileri çevreye duyarlı ürünler konusunda daha hassas davranmaya yöneltmiştir. Çevreye daha az zarar veren, geri dönüştürülebilen, atıkları azaltan ürünler tüketiciler tarafından tercih edilir duruma gelmiştir (Karaca, 2013: 99).

Çevre bilinci düzeyleri ve çevre kirliliği konusundaki hassasiyetleri artan tüketiciler (Aracıoğlu ve Tatlıdil, 2009: 459) sahip oldukları satın alma gücü ile işletmeleri çevreye duyarlı uygulamalara yönlendirmektedirler (Aracıoğlu ve Tatlıdil, 2009: 435).

Müşterilerin işletmelerin yeşil uygulama kararlarında dikkate alınma istekleri kendilerini çevresel bir paydaş olarak görmelerinden kaynaklanıyor olabilir (Walker ve Hanson, 1998: 627). Onların beğeni, talep ve eğilimleri işletmelerin karar ve stratejileri üzerinde büyük öneme sahiptir (Litaa, vd., 2014: 262).

Çevreci ürünler henüz tüketici davranış kalıpları üzerinde yeterli eylemsel etkiye sahip değildirler (Çabuk ve Nakıboğlu, 2003: 52). Yeşil mal ve hizmet üretiminin desteklenmesi açısından tüketicilerin bilinçlendirilmesi gereklidir (Hayta, 2009: 150). Çevreye duyarlı faaliyet gösteren işletmeler müşterileri bu yönde bilgilendirerek hatta uygulamaların çevresel etkileri konusunda eğiterek pazar paylarını arttırabilirler.

Tüketicilerin eğitimi; tüketicinin maksimum fayda temelinde ihtiyaçlarını giderme yer ve şekil bilgilerinin sunumu, bilgilerin değerlendirilmesi, satın alma ve kullanma becerilerinin geliştirilmesi, üretim ve bölüşüm şartlarının sorgulanması, çevre bilincinin oluşturulması, tüketim tercihlerinin şekillendirilmesi gibi hedefler çerçevesinde, sürdürülebilir toplumsal tüketimin sağlanması çabalarını içerir (Hayta, 2009: 150).

Yeşil ürün ve işletmeler hakkında tüketici algı, beklenti, tercih ve davranışlarını ölçmeye dönük birçok araştırma yapılmıştır. Bu araştırmalardan bazılarının dikkat çeken bulguları aşağıda maddeler halinde sıralanmıştır;

- Yeşil işletmeleri tercih edenler, ailelerinin, akrabalarının, arkadaşlarının ve iş arkadaşlarının kendilerinden bu yönde bir tercihi beklediklerini düşünmektedirler (Kement, 2013: 90).
- Tüketicilerin çevre dostu ürünleri tercih etme nedenlerinin başında sağlıklı olmaları, çevreyi koruma fikri ve kaliteli oldukları düşüncesi gelmektedir (Karaca, 2013: 104).
- Sosyal ve politik konulara duyarlılık ile çevreci uygulamalara karşı duyarlılık arasında pozitif bir ilişki söz konusudur (Ay ve Ecevit, 2005: 259).
- Yeşile olan ilgi ile daha fazla ödemeye olan eğilim arasında pozitif bir ilişki vardır (Wong, Wan ve Qi, 2015: 310).
- Tüketiciler yeşil uygulamalara, özellikle de ödedikleri ücretin bir kısmının yeşil aktiviteler için bağışlandığını bildiklerinde, daha fazla ödeme konusunda isteklidirler (Chan, 2013: 1017).
- "Yeşil Yıldız" uygulamalarının varlığı otel işletmelerinin hizmetlerine yönelik satın alma kararlarını %96 oranında etkilemektedir (Özçoban, 2010: 217).
- Tercih yapma söz konusu olduğunda, tüketiciler çevreye duyarlı ürün ve işletmeleri seçerek çevreye karşı kişisel duyarlılıklarını davranışlarına yansıtmaya çalışmaktadırlar (Aracıoğlu ve Tatlıdil, 2009: 459)
- Evlerinde yeşil uygulamalara dikkat eden tüketiciler dışarıda da aynı duyarlılığı gösteren işletmeleri tercih etmektedirler (Millar, Mayer ve Baloglu, 2012: 407).
- Bayan müşteriler yeşil uygulamalar konusunda daha hassas ve duyarlı davranışlar sergilemektedirler (Chan, 2014: 932).
- Evli tüketicilerin çevreye duyarlı ürünleri tercih etme oranı bekârlara oranla 2,2 kat fazladır (Çabuk, Nakıboğlu ve Keleş, 2008: 96).
- Kadın, evli, genç, yüksek hane geliri ve eğitim seviyesine sahip tüketiciler yeşil ürün satın alma tercihleri sergilemektedir (Çabuk, Nakıboğlu ve Keleş, 2008: 97).

- Kadınlar erkekler kıyasla, orta yaş ve yetişkinler gençlere kıyasla çevreye duyarlı uygulamalar konusunda daha duyarlı bir duruş sergilemektedirler. Bunun yanında eğitim seviyesi ve çevresel duyarlılık arasında doğru orantılı bir ilişki söz konusudur (Altunöz, Arslan ve Hassan, 2014: 169).
- Geri dönüşüm ve atıkların gruplandırılmasının önemi konusunda tüketiciler arasında yüksek bir farkındalık olmasına karşın kişisel yaşamlarında bunun uygulanması oranı oldukça azdır (Aracıoğlu ve Tatlıdil, 2009: 459).
- Yeşil uygulamalar tek başına işletmelerin tercih edilmesini sağlayan bir özellik değildir (Seyhan ve Yılmaz, 2010).

İKİNCİ BÖLÜM

PAZARLAMA VE BEKLENTİ

Tüm üretim işletmeleri tedarik ve üretim faaliyetlerini doğru pazarlama ve tutundurma çabaları ile desteklemek zorundadırlar. Restoran işletmeleri de yemeklerini müşteri beklenti ve ihtiyaçları doğrultusunda ve kalitesinde üreterek en yüksek pazar payına sahip olmayı hedeflerler.

2.1. PAZARLAMA KAVRAMI

Pazarlama, kazançlı müşterileri bulma, sürekliliğini sağlama ve çoğaltmak olarak özetlenebilir. Eğer müşteri ihtiyaçları belirlenir, yüksek tüketici değeri ve ücret doğuracak ürünler geliştirilir, dağıtılır ve tutundurulursa, ürün pazarda aranan bir özelliğe sahip olacaktır (Kotler, Bowen ve Makens, 2010: 11).

Biraz daha derinlemesine bir tanım yapmak gerekirse, pazarlama sadece kavramsal bir olgu değil, bir anlayış, bir felsefedir. Pazarın sürekli izlenmesi, müşteri ihtiyaç ve beklentilerinin doğru analiz edilmesi hatta kendilerinin bile farkında olmadığı ihtiyaçlar ve yeniliklerin müşterilere sunulması çabalarının toplamıdır (Torlak ve Atunışık, 2012: 23).

Risk ve belirsizlikler içeren pazarlama kararlarında işletmelerin müşterileri odağa alan çaba ve uygulamalardan uzaklaşmaları varlıklarını ve yarına kalma çabalarını tehdit eden bir unsur olacaktır. Müşterileri dinlemek, onları pazarlama süreçlerine dâhil etmek stratejik pazarlama yaklaşımının temelini oluşturur (Torlak ve Atunışık, 2012: 19).

Pazarlama ve diğer uyarıcıların müşterinin kara kutusundan geçtikten sonra satın alma davranışına dönüştüğü düşünülürse müşterilerin kara kutularına ulaşmak satın alma karakteristikleri ve satın alma karar süreçlerini anlamak pazarlama uyarıcılarını doğru şekillendirebilmek adına önem arz etmektedir (Kotler, Bowen ve Makens, 2010: 151).

Kuruluş amaçlarının temelinde sürdürülebilir kar elde etmek olan işletmeler olarak restoran işletmeleri, işletme hedeflerine ulaşabilmek için, müşteri beklenti ve ihtiyaçlarını ve hatta gelecek ihtiyaçlarını tespit ederek pazar paylarını arttırıcı stratejik kararlar alabilirler.

Sosyal pazarlama ise toplum yararına hizmet eden pazarlama uygulamalarını ifade eder (Doğan, 2012: 79). Bir başka deyişle, sosyal pazarlama müşteri memnuniyetini ve toplum menfaatlerini önceleyen ve çevreci kaygılarla şekillenen bir pazarlama anlayışıdır (Bilgili, 2002: 5).

Sosyal pazarlama, toplum sağlığı ve güvenliği, çevre gibi sosyal meseleler üzerinde olumlu etkilere sahip ve bu meselelerle sıkı ilişkileri olan ve toplumsal değişimi hedef alan bir disiplindir (Kotler ve Lee, 2008: 3). Tüketicilerin davranışlarını sosyal sorumluluk açısından yönlendiren, şekillendiren bir çabadır da aynı zamanda.

Restoran işletmeleri açısından sosyal pazarlama, çevreye duyarlı uygulamaları tercih etmek ve bunu tüketicilerinin algılarında bir yere oturtmaktır. Sosyal pazarlama çabaları toplam bir kalite anlayışı ile desteklendiğinde sorumluluğun kalite ile taçlandırıldığı bir sonuç ortaya çıkacaktır.

Pazarlama ve üretim faaliyetleri planlanırken müşteri beklentileri hakkındaki eldeki veriler uygulamaların başarısı açısından önemlidir. çevreye duyarlılık beklentilerini bilen ve bu beklentileri karşılayabilen restoran işletmeleri müşteri tatmininin getirdiği avantajlardan faydalanacaklardır.

2.2. BEKLENTİ

Bir olgunun sonunda ortaya çıkması beklenen şey, kişinin belirli şart ve koşulların sonuçları konusundaki öngörüsü (Akyüzoğlu, 2008) olarak nitelenebilecek beklenti kavramı, bireyin bulunduğu ortam, içinde yetiştiği kültür yapısı, önem verdiği değerler gibi etmenlere göre farklılıklar gösterebilir (Şebin, 2009).

Beklentiler zamanla değişir ve bu değişiklik tüketicilerin kalite algısının da zamanla değişmesine yol açar (Calin, 2015: 531). Beklentinin bu değişiklik gösterme özelliği dolayısıyla kalite işletme türü, bölge ve ülke bazında ve zamana göre de farklılık gösterebilir.

Müşteri ihtiyaç ve beklentilerinin tatmini ürünün pazarda kalıcı olması yönünde önemlidir (Kotler, Bowen ve Makens, 2010: 11). Fayda temelli değerlendirmeyi yapacak olan tüketicilerin tatmin olmayacakları bir ürün için bedel ödeme mecburiyetleri yoktur.

Tüketiciler kaliteyi tercih eder ve ona sadık kalırlar (Azabagaoglu ve Oraman, 2011:235). Tüketiciler açısından kalite nedir sorusu doğru bir şekilde cevaplandırılabilmelidir. Kaliteyi hedef alan yönetim kararları müşteri beklentilerini rehber edinmelidirler.

Müşteri değer ve tatmin değişkenleri üzerinde kaynak ve pazar temelli yaklaşımların önemi büyüktür ve müşteri değeri ve tatmini ile yeşil gıdaya olan bağlılık arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur (Hasnelly, 2011: 47).

Bu tanım ve önemlerden yola çıkarak, tüm tüketiciler için standart bir beklenti ve kalite anlayışından söz etmek mümkün değildir. Bu yüzden restoran işletmeleri kendi hedef kitle ve potansiyel müşterilerinin beklentilerini, kalite anlayışlarını doğru tespit edebilmeli ve değişen beklentileri ve algıları zamanında okuyabilmelidir. Müşteri beklenti ve kalite anlayışlarını bilen işletmeler yapacağı yatırımları ve oluşturacağı doğru yönetim stratejileri ile dolaylı-dolaysız maliyetlerini azaltacak, müşteri memnuniyeti ve sadakatini sağlayarak pazardaki rekabet gücünü arttıracaktır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİ

Bu bölümde yiyecek içecek üretim işletmeleri olan restoranlara, bu işletmelerin üretim alanı olan mutfaklarına tanım, işleyiş ve yeşil uygulamalar çerçevesinde değinilecektir.

3.1. RESTORAN

Restoran 11.yy'da Selçuklular'da kervansaraylar içerisinde insanların yeme içme ihtiyaçlarını karşıladığı, Avrupa'da da 16.yy'da baharatlı et sularının şifa niyetine satıldığı yerler olarak ortaya çıkmış mekânlardır (Bingöl, 2009).

Restoran işletmeleri 2006/8948 numaralı karar sayısı ile resmi gazetede yayımlanan yönetmelikte "lokanta" ismi ile tanımlanmış yiyecek içecek işletmeleridir. Buradaki tanıma göre lokantalar tabldot, alakart veya özel yemeklere suygun hizmetler sunan yeme içme ihtiyaçlarını karşılayan tesislerdir (Resmi Gazete, 2005). Restoran işletmeleri çeşitli yeme içme hizmetlerini farklı şekillerde ve servis kuralları ile sunmaktadırlar.

Türk Dil Kurumu da restoranı lokanta ile eş anlamlı sayar ve yemek yapılıp, satılan yer olarak tanımlar (TDK, 24 Haziran 2015).

Restoranlar sundukları yiyecek içecek çeşidine, servis şekline ve sahipliğine göre farklılık gösteren, maliyet ve müşteri memnuniyeti kaygılarına sahip (Sarıışık, 1998: 15) emek yoğun özelliği ile önemli bir istihdam alanı olan işletmelerdir (Sarıışık, 2012: 261). Restoran işletmeleri kar amaçlı ve belli bir sermaye ile kurulmuş işletmelerdir. Tüm kar amaçlı işletmeler gibi restoranlar da müşteri memnuniyeti ve sadakati oluşturma konusunda bir çaba içerisindedirler. Restoran işletmelerinde müşteri beklentilerinin tatmini ve müşteri memnuniyeti kalitenin bir göstergesi olarak algılanmaktadır (Işın, 2013: 44).

Restoran işletmelerindeki müşteri tatminini olumsuz yönde etkileyen şikâyetler çeşitlilik göstermektedir. Bu şikâyetler irdelendiğinde duyusal kalite ve

güvenlik kalitesi sorunların başta geldiği görülmektedir. Duyusal kalite tat, tazelik, özellik, görünüm, sıcaklık ve iyi pişmişlik açısından görme, tatma, dokunma ve duyma gibi insan duyularında bulduğu karşılıktır. Güvenlik kalitesi ise işletmenin sunmuş olduğu yiyecek ve içeceğin fiziksel, biyolojik ve kimyasal kirlenmeleri ile ilgili bir kavramdır. Bunların yanı sıra seçeneklerin azlığı, yetersiz porsiyonlar, eksik içerik, kaldırılan menüler, standartsızlık ve menüden sapma gibi şikayetler de restoran işletmelerinde müşteri tatminsizliğine sebep olan unsurla arasında sayılabilir. Tüm bu şikayetler içinde duyusal kalite şikayetleri ilk sırada yer alır (Chan, Hassan ve Boo, 2014: 223-225).

Restoran işletmecisi ve sahipleri açısından bakıldığında, müşteri tatmini elde etme yönündeki stratejilerini olumsuz yönde etkileyen faktörlerin başında istikrarsız hammadde kalitesi, enerji fiyatları, yaratıcı olmayan insan kaynağı gibi faktörler öne çıkmaktadır. Tüm bu olumsuzluklara rağmen, müşterilerin yeşil ürüne olan sadakati ve yeşil işletmelere olan bağlılıkları restoran yönetici ve sahiplerinin stratejilerinde bir anahtar olabilir (Hasnelly, 2011: 57). Tabi ki yeşile yönelim duyusal kalite ve güvenlik kalitesi eksikliklerini telafi edemez, ancak bu kaliteleri oluşturmak bir restoran işletmesinin asli sorumluluğudur. İşletmelerin yeşile olan duyarlılıkları müşteri sadakatini oluşturmada önemli bir rol üstlenecek ve beklentileri karşılama oranlarını da arttıracaktır.

3.1.1. Yeşil Restoran

Yeşil restoran kavramı enerji verimliliği ve azatlımı, su tasarrufu, atık yönetimi ve geri dönüşüm, kimyasallar ve kirlenme, sürdürülebilir gıda, donanım ve yapı gibi başlıklarda çevreye duyarlı faaliyet gösteren restoran işletmelerini tanımlar (GRA, 2014). Ray Wang da yeşil uygulamaları geri dönüşüm ve yeniden kullanım, enerji verimliliği ve tasarrufu, aydınlatma, su verimliliği ve tasarrufu, işletme alanı, haşere yönetimi, tehlikeli ve zehirli maddeler, ulaşım, satın alma olarak sınıflandırmıştır (Wang, 2012: 140). Yeşil restoran yapı malzemelerinin seçimi ve tedarik malzemelerinin temininden başlayarak pazarlama, üretim ve sunum

süreçlerinin tüm aşamalarında faaliyetlerin çevreye duyarlılık çerçevesinde planlandığı ve yönetildiği yiyecek içecek işletmesidir.

Yeşil uygulamalar alışılagelmiş süreçlerde değişimi gereli kılar. Bu değişim işletmeler için ek maliyetler gibi görünse de, işletme imajı, ziyaret isteği, kulaktan kulağa reklam, daha faza ödemeye razı olma gibi konularda olumlu sonuçlar ortaya koymaktadır (Litaa, v.d., 2014: 268). Yeşil uygulamalar aslında maliyetleri arttırıcı değil, dolaylı olarak da olsa maliyetleri düşürücü, rekabet üstünlüğünü ve karlılığı arttırıcı faaliyetlerdir. Dolaylı etkilerin olumlu sonuçlarının temelinde müşteri tatminin ve sadakatinin sağlanması yatmaktadır.

Restoran işletmecilerinin müşteri tatminini sağlama konusundaki stratejileri önünde bazı dış faktörler engel teşkil etmektedirler. Bunları; ürün kalitesindeki dengesizlik ve değişim, enerji fiyatları ve yaratıcı insan kaynağı eksikliği (Hasnelly, 2011: 57) gibi başlıklarda toplamak mümkündür. Yiyecek içecek işletmelerinin kendi faaliyetlerini çevreye duyarlı bir vizyonla planlamaları diğer dış unsurların da aynı doğrultuda tutum ve faaliyetleri ile başarıya ulaşabilecektir.

3.1.2. Restoran İşletmelerinde Belgelendirme

Onaylama (TDK, 24 Haziran 2015) olarak tanımlanan sertifikasyon, alanında otorite kabul edilen kurum veya kuruluşlar tarafından verilen bir referanstır.

İşletmelerin sürdürülebilir sertifikasyonlara olan motivasyonlarının öncelik sırasına bakıldığında, sıralamanın; çevreye etkinin azaltılması, finansal karşılık, pazarlama kazanımları (rekabet avantajı elde etme, markalaşma ve işletme imajını kapsayan), sosyal çevre ile ilişkiler, kişisel sorumluluk ve politik değerler şeklinde olduğu görülür (Jarvis, Weeden ve Simcock, 2010: 91). İşletmeler tarafından sertifikasyon bir yatırım ve kendini anlatabilme yöntemi olarak da görülmektedir.

Restoran işletmelerinin kalite, gıda, enerji, atık vb. uygulamaları için aldıkları ulusal ve uluslararası sertifikalar aşağıda sıralanmıştır.

3.1.2.1. ISO 9000 “Kalite Yönetimi”

Temel bilgi ve açıklamaları içerir. Ürün, ürün analizi, gereklilikler, kaynak yönetimi, ölçüm analizleri ve gelişim, müşteri tatmini, yönetimin sorumluluğu ve sürekli gelişim gibi sekiz başlıktan oluşur. ISO 9000 ailesinin diğer sertifikasyon ve içerikleri aşağıdaki gibidir (ISO 9000, 27 Haziran 2015);

- ISO 9001: 2008 küçük büyük tüm organizasyonlara uygulanabilen kalite yönetim sistemi kriterlerini içerir. 170 ülkede bir milyonun üzerinde işletme tarafından uygulanmaktadır.
- ISO 9004: 2009 kalite yönetim yaklaşımı ile sürdürülebilir başarıyı sağlamak için organizasyonlara rehberlik eder.
- ISO 19011: 2011 prensiplerin, programın, uygulamanın, bireysel uyumun, yönetimin denetimlerini içeren denetim sistemidir.

3.1.2.2. Mavi Bayrak

Ülkemizde öncelikle plaj ve marinalarda uygulanmaya başlamış ve daha sonra yiyecek içecek sektöründe de uygulama alanı bulmuş, yabancı birçok devlet ve tur operatörü tarafından tanınan bir sertifikadır. Üretimin her aşamasında kalite anlayışını benimsemiş ve tüketici haklarına saygılı uygulamaları ödüllendirme projesinin uygulanmasıdır. İnsan sağlığına, tüketici haklarına saygılı nitelikli ve temiz işletmelere verilen sertifikada çevreye duyarlılık, üretim sürecinin müşteriler tarafından ekrandan izlenebilmesi ve sanitasyon kurallarının uygulanması gibi çeşitli kriterler esas alınmaktadır (Sökmen, 2011:67).

3.1.2.3. ISO 14000 “Çevresel Yönetim Sistemi”

Çevre sorumluluklarını yerine getirmeyi hedefleyen tüm işletme ve organizasyonlar için pratik çözümler üreten standartlar bütünüdür. Bunlar (ISO 14000, 26 Haziran 2015);

- ISO 14001:2004 Çevresel yönetim sistemini uygulamak, sürdürmek ve geliştirmek isteyen ve kendi geliştirdiği çevre politikalarının ISO 14001:2004 ile benzerliğinden emin olmak ya da göstermek isteyen her organizasyon için uygulanabilen bir sertifikasyondur. Beş binin üzerinde kullanıcıya uygulanan ankette işletmeler;
  - ✓ %75 oranında yasal zorunlulukları içerdiğini ve işletmenin çevresel performansını geliştirdiğini
  - ✓ %60'ında fazlası yönetimin ve çalışanların katılımını sağladıklarını,
  - ✓ Yarıdan fazlası paydaşların beklentilerini karşıladıkları ve işletme imajını arttırdığı için değerli bulduklarını,
  - ✓ %75' kendilerine rekabet avantajı sağladığını ve
  - ✓ %63'ü finansal fayda sağladıklarını belirtmişlerdir.
- ISO 14004:2004 Prensipler, sistem ve tekniklerle ilgili genel bir rehber niteliğindedir. Çevre yönetim sisteminin kurulumu, uygulaması, sürdürülmesi ve gelişimi ve diğer yönetim sistemleri ile koordinasyonu içindir.
- ISO 14006: 2011 Çevre yönetim sisteminin bir parçası olarak işletmelere kurulum, dokümantasyon, uygulama, sürdürme, süreklilik ve eko dizaynlarını geliştirme konusunda rehberlik eder. ISO 14001' eko dizayn konusunda destekleyicidir.
- ISO 14064-1: 2006 işletmelerin sera gazı emisyon oranlarının ölçülmesi ve bunların ortadan kaldırılması gereklilik ve prensiplerini belirler.
- ISO 14065: 2007 sera gazı gerekliliklerinin yerine getirildiğinin onaylanması ve akreditasyon prensipleridir.

Hammaddeden yıkımına kadarki tüm aşamalarda çevresel etkinin değerlendirilmesi olarak tanımlanabilecek "Yaşam Döngüsü Değeri" ISO 14040 standartları arasındadır. Bu standartlar; a) uygun enerji, materyal girdiler ve çevresel salınımların envanterinin derlenmesi; b) tanımlı girdi ve salınımlarla ilişkili potansiyel etkileri değerlendirme; c) daha çok bilgiye dayanan karar vermeye yardımcı olacak çıkarımlarla ilgilidir. Yaşam Döngüsü Değeri gerekli ve ürünün

varlığından kaynaklı ulaştırma adımlarını da içeren hammadde üretim, imalat, dağıtım, kullanım ve atıkların değerlemesini gerektiren bütüncül bir prosedürdür (ISO 14040, 1 Nisan 2015).

3.1.2.4. ISO 22000 "Gıda Güvenliği Yönetimi"

Güvensiz gıdaların sebep olabileceği sonuçlara karşı gıda güvenliği tehlikelerini tanımlayan ve kontrol atına alan standartlar bütünüdür. Günümüzün gıdaların sınırlar ötesi dolaşımı uluslararası sertifikasyonu gerekli ve önemli kılmaktadır. Gıda güvenliği yönetiminde gıdanın farklı alanlarına yoğunlaşmış çeşitli sertifikasyonlar bulunaktadır. Ana başlık ve kısa içerikleri ile bunlar (ISO 22000, 26 Haziran 2015);

- ISO 22000:2005 gıda güvenliği konusunda genel bir rehber
- ISO 22000:2014 ISO 22000'in uygulanmasına yönelik çeşitli genel tavsiyeler
- ISO 22000:2007 yetiştirmenin izlenebilmesi ve gıda zincirine odaklanır
- ISO/TS 13027 gıda üretim yerlerinde hijyen ve sanitasyon
- ISO/TS 22002-1: 2009 gıda üretimi ile ilgili belirli önkoşullar
- ISO/TS 22002-2: 2013 yiyecek içecek hizmeti ile ilgili belirli önkoşullar
- ISO/TS 22002-3: 2011 yetiştirme ile ilgili belirli önkoşullar
- ISO/TS 22002-4: 2013 gıdanın paketlenmesi ile ilgili belirli önkoşullar
- ISO/TS 22003: 2013 denetim ve sertifikasyon süreci ile ilgili rehberlik

3.1.2.5. Beyaz Zambak

Sealed Air şirketinin Diversey Care adlı iş birimi tarafından, gıda güvenliği konusunda HACCP kriterlerinin yerine getirilip getirilmediğinin onaylanması esasına dayanan bir sertifikadır (Beyaz Zambak, 27 Haziran 2015).

3.1.2.6. GMP (Good Manufactoring Practices)

Güvenilir ve etkili ürün üretimini belgeleyen bir kalite yaklaşımı sertifikasıdır. ISPE (the International Society for Pharmaceutical Engineering) tarafından verilmektedir. Gıda üretimi esnasında kirlenmeleri önlemek üzere hammadde, işleme, ürün geliştirme, üretim, paketleme, depolama, dağıtım gibi tüm aşamalarda uygulanması gereken önlem teknikleri dizisidir. Bu önlemler üretim yeri, çevre, alet, ekipman, üretim süreci, personel, hammadde gibi unsurların kalite ve güvenilirliğini sağlamaya yöneliktir (GMP, 27 Haziran 2015).

3.1.2.7. Helal Gıda Sertifikası

HACCP ve ISO standartlarının yanı sıra Müslümanların hassasiyetlerini de göz önünde bulundurarak üretim yapan işletmeler için hazırlanmış bir sertifikasyondur. Hammadde, üretim süreci, üretim yöntemi ve tüm katkı maddelerinin denetimi esasına dayanmaktadır (SistemPatent, 27 Haziran 2015).

3.1.2.8. HACCP (Hazard Analysis Of Critical Control Points)

Gıdanın biyolojik, kimyasal ve fiziksel tehlikelere karşı analiz ve kontrolünü içeren yönetim sistemi sertifikasıdır. Bu analiz ve kontroller ham maddeden, tedarik, teslim alma, üretim, dağıtım ve tüketime kadarki tüm aşamaları kapsar. TSE (Türk Standartları Enstitüsü) tarafından içecekte, perakende ve yiyecek servisinde ve deniz mahsullerinde olmak üzere üç kategoride verilmektedir (FDA, 27 Haziran 2015).

3.1.2.9. ISO 50001 “Enerji Yönetimi Sistemi”

Organizasyonlara iklim değişiklikleri ile mücadele etme ve kaynakları korumanın yanı sıra enerjiyi verimli kullanma ve maddi tasarruf sağlamada yardımcı olan standartlar bütünüdür farklı versiyonları aşağıdaki gibidir (ISO, 26 Haziran 2015);

- ISO 50001: 2011 çevre yönetimi ve kaliteyi geliştirme çabalarında işletmeleri enerji yönetim sistemine entegre edebilmek için hazırlanmış yönetim sistem modeli ve sürekli gelişime dayalı bir uyarlama sürecidir.
- ISO 50002: 2014 işletmenin enerji performansına dayalı enerji denetim uygulamaları için prensipleri belirler.
- ISO 50003: 2014 yeterlilik, süreklilik, denetimde tarafsızlık ve enerji yönetim sistemi sertifikasyon ilkelerini belirler.

3.1.2.10. Green Restaurant Certification 4.0 Standards

“Green Restaurant Assosiation” yirmi yılı aşkın bir süredir sertifikalandırma yapmaktadır. “Green Restaurant 4.0” mevcut restoran ve gıda hizmeti endüstrisini, yeni yapıları ve aktiviteleri GRA’nın yedi çevreci kategorisinde kapsamlı ve kullanıcı dostu yöntemle değerlendirme imkanı sağlamaktadır. Bunlar (GRA, 27 Haziran 2015);

1. Su verimliliği
2. Atık azatlımı ve geri dönüşüm
3. Sürdürülebilir donanım ve yapı malzemeleri
4. Sürdürülebilir yiyecek
5. Enerji
6. Kullan-at’lar
7. Kimyasal ve kirlilik azatlımı

3.1.2.11. LEAF Criteria Version 2.0

Leaders in Environmentaly Accountable Foodservice (Çevreye Duyarlı Yiyecek İçecek Hizmetleri Endüstrisi Liderleri), 2009 yılından bu yana Kanada'da yiyecek içecek hizmetleri endüstrisinin çevreye olan etkilerinin azaltılmasına ve tüketicilerin çevreye duyarlı işletmeleri bulabilmelerine yardımcı olmaktadır. Sürdürülebilir yiyecek içecek endüstri standartlarını ortaya koymak ve her büyüklükteki işletmeyi, başarılı işletme uygulamaları ile desteklemenin yanı sıra, çevresel etkileri konusunda bilgi, araç-gereç ve güven ile donatmayı hedeflemektedir. Enerji, su ve atık azatlımı, tarladan masaya ortaklıkları ve yeşil restoran endüstrisi bilinç ve desteğini arttırma diğer amaç ve yöntemleri arasında sayılabilir (Leafme, 28 Mart 2015).

3.1.2.12. Yeşil Nesil Restoran

Enerji, su kullanımı, atık yönetimi, kirlilik ve kimyasal kullanım gibi başlıklarda restoranların çevreye olan etkilerini azaltıcı önlemleri içeren bir sertifikasyondur. WWF-Türkiye, Boğaziçi Üniversitesi, TURYİD, Beşiktaş Belediyesi ve Unilever'in bir araya gelerek başlattıkları bir harekettir (Uplifers, 26 Haziran 2015).

3.1.2.13. LEED (Leadership in Energy and Environmental Design)

Binaları dizayn, kullanım ve yapı olarak değerlendiren ve binaların uyumlu, çevre sağlığı sağlayan ve kazançlı olduklarını gösteren yeşil bina sertifikasıdır. Kâr amacı gütmeyen "U.S. Green Building Council" tarafından standartları belirlenen programda binaların çevreye olan etkileri azaltılırken, karlılığının arttırılması ve sağlık ve konforun geliştirilmesi hedeflenmektedir (LEED, 30 Mart 2015).

3.1.2.14. Sorumlu Restoran Sertifikası

Balıkçılığı doğa ile uyumlu bir şekilde icra eden, doğayı ve su altı canlılarına karşı saygılı faaliyetler yürüten balıkçı ve balık restoranlarını teşvik etmek ve övmek için hazırlanmış bir sertifikadır. Nesli tehlikede ya da azalmakta olan deniz canlılarının avlanma şartlarını düzenleyen standartlara sahiptir. Bu sertifikasyon "Türkiye'de sorumlu balıkçılığın geliştirilmesi projesi" kapsamında Sualtı Araştırma Derneği tarafından verilmektedir (Kıraç ve Bizsel, 2013: 66).

3.2. MUTFAK

Mutfak kavramı hem bir fiziki mekân hem de bir kültür olarak ele alınır. Fiziksel olarak mutfak, yiyeceklerin depolandığı, belirli miktar ve kalitede hazırlandığı, pişirildiği, sunulduğu ve tüketildiği yerdir. Kültürel olarak ele alındığında ise mutfak, Türk mutfağı, Fransız mutfağı gibi ulusların beslenme ile davranış kalıplarını, yiyecek içecek türlerini, hazırlama, pişirme yöntemlerini ve yeme alışkanlıklarını, törenlerini vb. yansıtan soyut bir kavramdır (Aktaş ve Özdemir, 2012: 3-5).

Mutfak yemeğin hazırlandığı ve yiyeceğe dair eğitim ve iletişim aktivitelerinin gerçekleştiği yerdir (Siio, Hamada ve Mima, 2007: 946).

Mutfak yemek için gerekli araç gereçleri içerisinde barındıran, yiyeceklerin hazırlandığı, yıkandığı ve yendiği bir üretim yeridir (Sak, 2014: 3).

Yiyecek içecek işletmelerinde mutfak, üretilecek gıdaların ön hazırlıklarının yapıldığı, pişirme ve porsiyonlama işlemlerinin gerçekleştirildiği yerdir (Doğdubay ve Saatcı, 2014: 20).

Yukarıdaki tanımlar incelendiğinde mutfak kavramı soyut ve somut olarak iki şekilde ele alınmıştır. Soyut olarak mutfak yaşam biçiminin ve çevrenin beslenme üzerindeki etkisiyken, somut olarak bakıldığında tüketme amacı ile bir araya getirilecek maddelerin tedariki, saklanması, üretim sürecine tabi tutulması ve tüketim

miktarlarına bölünmesi işlemlerinin gerçekleştiği fiziki mekân vurgusu ön plana çıkmaktadır.

3.2.1. Mutfağın Bölümleri

Üretimin gerçekleştiği fiziksel alanlarda iş akışı ve işlem grupları göz önünde bulundurulduğunda mutfağın bölümler, satın alma, depolama, hazırlama, pişirme, bulaşıkların yıkanması ve çöplerin uzaklaştırılması gibi bölümler karşımıza çıkmaktadır.

3.2.1.1. Satın Alma

Yiyecek içecek işletmeleri için satın alma üretim için ihtiyaç duydukları malları, tedarikçilerden standart ürün listeleri çerçevesinde, maliyetler göz önünde bulundurularak, şeffaf bir süreçle temin etme çabalarıdır (Bingöl, 2009).

İşletme açısından kaliteyi oluşturacak etmenlerin ilk adımı olarak da nitelendirilebilecek olan satın alma, işletme ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik bir faaliyettir. Doğru ürünün, istenen kalitede, uygun fiyattan, doğru tedarikçiden ve doğru zamanda temin edilmesi temellerine dayanır (Koçak, 2012: 85). İşletmenin depolama imkânları da satın alma işlemlerine yön veren etmenlerdendir (Altınel, 2011: 25).

3.2.1.2. Teslim Alma

Satın alınan malzemelerin miktar, kalite ve fiyat kontrollerinin yapılarak işletmeye kabul edildiği, kantar, terazi, lavabo, taşıma arabaları gibi araçların kullanıldığı bölümdür (Aktaş ve Özdemir, 2012: 56).

İşinde uzman personel, yeterli teslim alma imkânı ve donanımları, bir teslim alma standart ve programı, periyodik kontrol gibi etmenler doğru bir teslim alma için önemlidir (Koçak, 2012: 94). Doğru bir tesellüm, satın alma esnasında harcanan çabanın boşa çıkmasını önleyecektir (Altınel, 2011: 36).

3.2.1.3. Depolama

Tesellüm işlemleri tamamlanan ürünler ya direkt üretim alanlarındaki depolara ya da endirekt dağıtım için ana depolara gönderilir (Altınel, 2011: 40).

Teslim alınan ürünlerin üretimde kullanılana kadarki süreç içersisinde ürünün özelliğine bağlı ısı derecelerinde muhafaza edildiği ve denetiminin sağlandığı bölümdür. Bu muhafaza satın alma bölümüne bağlı ana depolar ve kısa süreli saklamalar için kullanılan departmanın koltuk altı depolarında gerçekleşebilir (Aktaş ve Özdemir, 2012: 57).

Depolamada depolama alanının fiziksel gerekliliklerinin yerine getirilmesi ve depolanacak ürün için gerekli ısı koşulunun oluşturulması gibi ilkelerin yanı sıra, giren ve çıkan ürünlerin yazılı denetimi de etkin bir depolama için önemlidir (Koçak, 2012: 100). Çünkü depolanan ürünlerin işletmenin maddi kaynakları olduğu unutulmamalıdır (Altınel, 2011: 41).

3.2.1.4. Hazırlama Ve Pişirme

Hazırlama bölümü sebze ve meyvelerin yıkanarak pişirme alanına alındığı, diğer malzemelerin de pişirme için hazırlandığı, küçük kullanım ebatlarına bölündükleri bölümdür (Aktaş ve Özdemir, 2012: 57). Hazırlanan yiyeceğin pişirileceği zaman dilimi ile arasındaki süre, yiyeceğin yapısı ve özellikleri bozulmayı önleyecek şekilde göz önünde bulundurulmalıdır (Koçak, 2012: 106). Ürünlerin fiziksel ve biyolojik kayıplarının önüne geçebilmek için zamanlamayı doğru yapmak ve süreci doğru yönetmek önemlidir.

İşletme yapısı, büyüklüğü, mutfak çeşidi gibi birçok etkene bağlı olmakla birlikte (Koçak, 2012: 104), pişirme bölümü sıcak, soğuk, pastane, kahvaltı gibi alt bölümlerden oluşan, genellikle mutfağın orta kısmında konumlandırılmış, her türlü yiyeceğin pişirildiği ve porsiyonlandığı bölümdür (Aktaş ve Özdemir, 2012: 58).

3.2.1.5. Bulaşık Yıkama Ve Çöp Toplama

Bulaşık yıkama bölümü mutfakta üretim esnasında ve servis sonrasında oluşan bulaşıkların steward adı verilen çalışanlar tarafından yıkandığı, kurulandığı ve saklandığı bölümdür. Bu çalışanlar aynı zamanda üretim esnasında oluşan çöplerin toplanması ve saklanmasından da sorumludurlar (Aktaş ve Özdemir, 2012: 60).

3.2.2. Mutfak Planlama

Mutfağın planlanması, örgütlenmesi ve yazılı sistemler haline getirilmesi ilk kez 19.yy'da Fransa'da yaşamış "Kralların Şefi" olarak da bilinen, sunum ve lezzetleri ile fark yaratan Auguste Escoffier tarafından gerçekleştirilmiştir (Maviş, 2008: 12).

Mutfağın planlanmasında öncelikle mutfak içerisinde gerçekleştirilecek faaliyetlerin tanımlanması, sıraya konması ve iş akış sırasına göre fiziksel yapının konumlandırılması gerekmektedir (Sak, 2014: 28).

Bir çalışma alanı olan mutfağın tasarımı, kullanıcının rahatlığı, iş yapabilme yeteneğine katkısı ve çalışanların vücutsal boyut özelliklerine uygunluğu gibi detayların yanı sıra konfor, güvenlik, verimlilik ve etkililik prensipleri doğrulusunda yapılan düzenleme çalışmalarını içerir (Kalınkara, Arpacı ve Doğan, 2013: 275). Mutfağın planlanması çalışmalarını üretimin ve çalışma alanının ergonomik planlanması şeklinde iki başlık altında inceleyebiliriz.

Üretimin planlanması, mal veya hizmetin istenilen zamanda, miktarda ve kalitede üretilebilmesi amacı ile gerekli üretim faktörlerinin, tedarikçilerin, üretim sürecinin, sisteminin önceden tasarlanması ve bu konularda işletme prensiplerinin ortaya konması çalışmalarını içerir (Çetin, 2008: 73).

Çalışma alanında iş ve sosyal yaşamı etkileyen unsurlardan biri olan ergonomi, özellikle hizmet yoğun çalışan işletmelerde üretimin kalitesi açısından önemlidir. İşletmedeki ergonomi yönetiminden birinci derecede sorumlu olan yönetici ve idareciler aşağıdaki detayları göz önünde bulundurarak hem personel

memnuniyetini hem de iş verimliliğini sağlayabilirler (Babaç, Aydemir ve Şahin, 2013: 296).

- Sağlıklı ve huzurlu bir çalışma ortamı
- Yöneticilerin ergonomi bilincine sahip olması ve bunu ön planda tutması
- Uzun çalışma saatlerinin önüne geçilmesi

Çalışma alanının ergonomik tasarımı iş akışı ve insan vücudunun yapısının iş verimliliğini arttıracak şekilde planlanmasını gerektirir. Mutfaklarda iş akışı sağdan sola doğru planlanmalıdır; soğutucu, tezgah, evye, tezgah, pişirici, tezgah (Kalınkara, Arpacı ve Doğan, 2013: 280) sıralaması ile konumlandırma yapılmalıdır. Bu sıralı konumlandırma ile çalışan hareket verimliliği, zaman ve enerji tasarrufu sağlayacaktır.

Mutfaklarda hareket verimliliği, zaman ve enerji tasarrufu sağlayacak bir diğer husus da çalışma ekseni prensibidir. Soğutucu, evye ve pişirici elemanları arasındaki uygun mesafe mutfak çalıma eksenini oluşturur. Mutfakların büyüklüğü ve hitap edilen kişi sayısı gibi etmenlere göre farklılık gösterebilmekle birlikte, soğutucu-evye arasında 120-210 cm, evye-pişirici arasında 120-180 cm, pişirici-soğutucu arasında 120-270 cm mesafe ideal uzaklıklardır (Kalınkara, Arpacı ve Doğan, 2013: 283).

Mutfaklarda fiziksel planlama hataları ve ergonomik yetersizlikler zaman ve enerji kaybına sebep olacaktır. Bu nedenle kurulacak mutfaklarda (Kalınkara, Arpacı ve Doğan, 2013: 285);

- Kullanım ve depolama alanları doğru belirlenmeli
- İnsan boyutları göz önünde bulundurulmalı
- Planlama ekonomik gerçeklikler uygun olmalı
- İş akış yönü dikkate alınmalıdır (sağdan sola).

3.2.3. Mutfaklarda Çevreye Duyarlılık Ve Yeşil Mutfak

Yiyecek içecek işletmelerinde mutfak, gıdaların ön hazırlıklarının yapıldığı, pişirme ve porsiyonlama işlemlerinin gerçekleştirildiği (Doğdubay ve Saatcı, 2014: 20) bir üretim yeridir.

Üretim faaliyetlerinin gerçekleştiği yerler olarak yiyecek içecek işletmelerinde çevre duyarlılıkları aşağıdaki gibi sınıflandırılabilir (Hasnelly, 2011: 47-50);

- Plastik, alüminyum, karton, metal gibi geri dönüştürülebilir ürünlerle; tarımsal alanlar için gübreye dönüştürülebilecek gıda atıkları,
- Mutfak, salon ve tuvaletlerde uygulanabilecek su ve enerji kullanımının etkin hale getirilmesi,
- Çevre ve insan sağlığı için tehlikeli olmayan temizlik ürünlerinin seçimi
- Tarım ilaçlarından ve genetik mühendisliğinden uzak yetişen organik tarımsal ürünlerin menülerde planlanması

Yeşil mutfak, yiyecek içecek üretim faaliyetlerini tedarik aşamasından sunuma kadarki tüm süreçlerde çevreye duyarlılık kapsamında gerçekleştiren mutfaktır. Kaynak kullanımında verimliliği arttıran, kimyasal kullanımını ve atık oluşumunu azaltan yapı, donanım, tedarik, araç gereç ve üretim süreci planlamalarını esas alır.

3.2.4. Çevreye Duyarlı (Yeşil) Mutfak Uygulamaları

Gıda sektörünün son üretim noktası olan mutfakların uygulayabilecekleri çevreye duyarlı faaliyetleri;

- Enerji verimliliği
- Su verimliliği
- Sürdürülebilir gıda
- Atık azatlımı ve geri dönüşüm
- Tek kullanımlıklar
- Kimyasal ve kirlilik azatlımı
- Sürdürülebilir yapı

gibi başlıklarda incelenecektir.

3.2.4.1. Enerji Verimliliği

Enerji verimliliği her birim enerji girdisinden en fazla fayda ve hizmeti sağlamak şeklinde tanımlanabilir. Temel olarak ekipmanların verimlilik, konfor, maddi tasarruf ya da yakıt mücadelesi temelinde seçimini ve konumlandırılmasını içerir. Doğal kaynakların enerjiye dönüştürülmesi ve etkin kullanımı ile maliyetleri düşürme, maddi tasarruf sağlama (Vatalis, v.d., 2013: 750) gibi olumlu sonuçlar elde edilebilir.

Ülkemizdeki tabloya bakıldığında harcanan enerjiden yeterli verim alınamamaktadır. Bunu sebepleri arasında; enerji fiyatlarının yüksekliği, ısıtma, soğutma, aydınlatma sistem ve cihazlarının bilinçsiz kullanımı ve binalardaki mimari izolasyonun yeteri düzeyde bulunmaması (En-Ver, 4 Nisan 2015) gibi etmenler sıralanabilir.

Enerji ve Tabi Kaynaklar Bakanlığının, 27 Ekim 2011 Perşembe günü Resmi Gazetede yayımlanan "Enerji Kaynaklarının ve Enerjinin Kullanımında Verimliliğin Arttırılmasına Dair Yönetmelik" başlıklı yayımında; enerjinin etkin kullanılması, enerji israfının önlenmesi, enerji maliyetlerinin ekonomi üzerindeki yükünün hafifletilmesi ve çevrenin korunması için enerji kaynaklarının ve enerji kullanımında verimliliğin arttırılmasına ilişkin usul ve esaslar sıralanmaktadır (Resmi Gazete, 2011) ancak enerji tüketimi açısından sınıflama ve standartlar henüz oluşturulamamıştır, Bu konudaki çalışmalar Avrupa Birliği mevzuatına paralel olacak şekilde tamamlanma aşamasındadır (EİE, 4 Nisan 2015).

AB Enerji Verimliliği Etiketi sınıflandırması elektrikli aletlerin tüketimini yıllık bazda ve yedi sınıfta ele alır. A'dan G'ye olan harflendirmede %45 enerji tasarrufu ile A ez az tüketimi, ortalama tüketimden %25 fazla tüketim ile G en fazla tüketimi ifade eder. Bu sınıflama ile A, B ve C enerji tüketiminde tasarruf anlamına gelmektedir (EİE, 4 Nisan 2015).

Isıtma cihazlarının üzerindeki broşür ve etiketlerde "yanma verimi" ve "ısıl verim" ifadelerinin ayrı ayrı belirtilmiş olmasına dikkat etmek gerekir (En-Ver, 4 Nisan 2015). Isı verimi elde edilen toplam ısı miktarının kazana verilen toplam ısı miktarına oranlanması ile elde edilen yüzde miktarıdır (Yıldız ve Günerhan, 2005: 56). Yani yakıttan elde edilen ısı miktarının verimliliğidir. TS 4041 nolu standartla esasları belirlenmiştir (TSE, 4 Nisan 2015). Yanma verimi, fırın sistemlerinde hava ile yakıtın brülörde optimum karışımının sağlanması ile elde edilen enerji- ısı verimliliği dengesini ifade eder (Enerji Verimli Sanayi, 4 Nisan 2015).

Ülkemizde kullanılan lambalar tasarruf kabiliyeti açısından küçükten büyüğe sıralandığında sıralama; akkor lambalar, akkor halojen lambalar, fluoresan lambalar ve kompakt fluoresan lambalar şeklinde olur. Kompakt fluoresan lambalar akkor lambalara göre daha pahalı olmalarına karşın; kullanım ömrü ve enerji tasarrufu ile yapılacak maliyet hesaplamasında 3 yıl içerisinde akkor lambalara kıyasla yarı yarıya ucuz olduğu görülür. Kompakt fluoresan lambalar akkor lambalara oranla %80 enerji tasarrufuna sahiptirler. Aydınlatmada verimlilik lümen/walt oranı ile yani giren enerji birimi başına çıkan ışık birimi ile hesaplanır. En verimli lambalar lümen/walt değeri yüksek olan lambalardır. Akkor lamba lümen/walt değeri 15:1 iken, kompakt fluoresan lambanın lümen/walt oranı 60:1'dir (EİE, 4 Nisan 2015).

Yukarıda belirtilmiş detaylar doğrultusundaki yeşil uygulamalar ile birlikte işletmelerde elektrik ve su maliyetlerinde %30-40 oranında azalma görülebilmektedir (Özçoban, 2010: 212). Bu veri yeşil uygulamaların hem işletmelerin çevreye olan etkileri hem de maliyetleri açısından anlamlı olduğunu göstermektedir.

3.2.4.2. Su Tasarrufu

Su tasarrufu gelişmiş teknoloji ve uygulamaları kullanarak daha az su ile daha fazla fayda elde etmektir. Su verimliliğinde ilk adım içme suyunun tüketim alanlarının dışında da kullanımını engellemektir. Bu alanlarda toplanmış yağmur suyu yada kullanılmış suyun tekrar kullanımına imkan sağlamaktır. Oluşturulacak tanklarla çatı suları, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi, duş giderleri ve musluk suları toplanıp depolanabilir (Vatalis, v.d., 2013: 750).

Ortalama bir restoranın yılda 300 galon (1135 ton) su kullandığı (GRA, 2014) göz önünde bulundurulduğunda, gıda üretim sürecindeki su, atık ve enerjideki azaltmalar çevresel ve ekonomik olarak büyük avantajlar sağlayacaktır (Lee ve Okos, 2011: 1777).

3.2.4.3. Sürdürülebilir Gıda

Sürdürülebilir gıda "sürdürülebilir gıda tedariki" ve "sürdürülebilir kalkınma" ile ilişkili bir kavramdır. Sürdürülebilir gıda tedariki kalitenin korunması, güvenliğin sağlanması, adil ve şeffaf bir dağıtımı içerirken; sürdürülebilir kalkınma doğaya saygı, bitkilerin özel rollerinin farkındalığı, insanlığa saygı, yenilenebilir enerjinin kullanımı, sosyo-kültürel mirasa saygı, kaynak, üretim ve dağıtım yönetiminin kontrolü başlıklarına dayanır (Lazarides, 2011: 1920).

Gıda kayıp ve atıklarının azaltılmasına yönelik çalışmalar gelecekteki gıda güvenliği önlemlerinin başında yer alacaktır. Gıda kayıpları ile mücadele aynı zamanda doğal su kaynakları ve ekilebilir araziler gibi kaynaklarımız için ve gübre kullanım oranlarının kontrol altına alınabilmesi açısından önemlidir (Kummu, v.d., 2012: 477).

Restoran işletmeleri için sürdürülebilir gıda menüde yer alan gıdaların üretim şekli, menüde yer alış zamanı ve tedarik şekli gibi konularda canlıların doğal yaşam döngüsünün ve varlığının korunmasını içerir. Menüde yer alan bitkilerin mevsimlere göre yer alması, türü tehlikede olmayan hayvan türlerine ait yemek içeriklerinin belirlenmesi, tedarik sürecinde de zamanlama ve ambalajlama gibi konularda çevresel kaygıların taşınması sürdürülebilir gıda için önemlidir.

3.2.4.4. Atık Yönetimi

Ekonomik kalkınma ve gelişmeler atıkların artmasına sebep olmaktadır. Atıkların oluşturduğu kirlilik su ve hava kirliliğine ek olarak üçüncü bir başlık halini almıştır (Ichinose, Yamamoto ve Yoshida, 2013: 98). Çünkü üretilmiş her maddenin

bir raf ömrü, son kullanma tarihi vardır ve belli bir süre sonra atık haline dönüşür (Ramadhan ve Simatupang, 2012:992).

Ortalama bir restoran yılda 68 tondan fazla çöp üretebilir (GRA, 2014). Her ne kadar restoran hizmetleri soyut olarak algılansa da fiziksel bileşenlere bağlı üretim uygulamalarına sahiptirler. Bu fiziksel bileşenlerin doğadaki etkileri de göz önünde bulundurulduğunda restoran işletmelerinin azaltma, tekrar kullanma ve geri dönüşüm gibi konular üzerine odaklanmaları gerekmektedir (Lita, v.d., 2014: 263).

Mutfak atıklarının azaltılması ve farklı alanlarda dönüştürülebilmesi çevre acısından faydalı sonuçlar doğurabilir.

Mutfak atıklarından yüksek biyo-çözünürlük, ısıl değeri ve mikropları besleyiciliği özellikleri dolayısıyla biyogaz üretiminde faydalanılarak fosil yakıtlara bağımlılık azaltılabilir (Iqbal, v.d., 2014: 657).

Atık kavramı ile kullanım sonrası geride kalanlar algılansa da, yiyecek içecek işletmelerinde servis sonrası artan yemekler de atık durumunda olabilmektedir. Bu artan yiyeceklerin çeşitli hayır kuruluşlarına veya hayvan barınaklarına bağışı (GRA, 2014) atık yönetimi açısından anlamlı bir uygulama olacaktır.

Restoran işletmelerinde atıkların azaltılması ve doğru yönetimi doğal kaynakların tükenmesini ve ekim arazilerinin kirlenmesini önleyebilme (Kummu, v.d., 2012: 477) ve sosyal sorumluluk adına fayda sağlayacaktır. Üretim sürecinde ve tüketim sonrasında artan organik atıkların tekrar toprakla buluşması ile oluşacak gübreleme (GRA, 2014) de yukarıdaki faydalara eklenebilir.

3.2.4.5. Tek Kullanımlıklar

Avrupa Birliği İstatistik Ofisi verilerine göre 2008'de Avrupa'da 80 milyon ton paket atığı oluştu. Ülke bazında bir örnek vermek gerekirse, İtalya'da her yıl 8 bin ton atık gıdaların paketlenmesi kaynaklı olarak ortaya çıkmaktadır (Ceppa ve Marino, 2012: 616).

Restoranlarda oluşan tek kullanımlıklar plastik veya kâğıttan yapılmış peçete, yemek takımları, poşetler, kaseler, pipetler, kutular, kaplar, adisyonlar, doleler gibi

materyalleri içerir. Bu tek kullanımlıklardan mümkün oranda kaçınmak ve kullanılacaksa da daha önceden klorsuz işlenerek ya da doğal olarak klorsuz dönüştürülmüş ürünleri kullanmak ve kullanım sonrası tekrar dönüşüme gönderecek sistemi kurmak mücadelede önemlidir (GRA, 2014).

3.2.4.6. Kimyasal Ve Kirlilik Azaltılması

Bu alandaki uygulamalar hem boyama, temizleme ve haşereler ile mücadeledeki kimyasal kullanımının azaltılmasını hem de kirlenmelere yol açan ulaştırma ve petrol ürünlerinin kullanımının kısıtlanmasını içermektedir. Boyamada kullanılacak maddelerdeki uçucu bileşenlerin azaltılması, ilaçlamada eko etiketli kimyasalların kullanılması, temizlik için konsantre ve çevreye duyarlı temizleticilerin tercih edilmesi kimyasallar konusunda atılacak adımlardandır. İş yeri seçiminde eski endüstri bölgelerinin tercih edilmesi, personel ulaşımı için toplu taşımanın kullanımının ve bisikletle ulaşımın teşvik edilmesi ulaştırma ve petrol kaynaklı kirlenmelerin azaltılmasını sağlayabilir (GRA, 2014).

3.2.4.7. Sürdürülebilir Yapı

İnşaat süreci; hammaddelerin çıkartılması ve kullanılması, yapı malzeme ve bileşenlerinin üretilmesi, fizibilite çalışmalarından yıkıma kadarki proje döngüsü, yönetim ve çevre düzenlemeleri süreçlerini kapsamaktadır. Binaların yeşillenmesi ile ilgili bileşenler; kullanım ömrü değeri, enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji, su verimliliği, çevreye duyarlı inşaat malzeme ve bileşenleri, atık azatlımı, toksin azatlımı, iç mekân hava kalitesi, akıllı büyüme, sürdürülebilir gelişim ve yeşil yapı proje kararlarını etkileyen çevresel yenilikçi projeler olarak sıralanabilir (Vatalis, v.d., 2013: 747).

Sürdürülebilir yapı ve donanım, kullanılan malzemelerinin satın alımında çevreye duyarlı ürünlerin tercih edilmesinin içerir. Donanımda kullanılan sandalye, masa, duvar kaplama panelleri, pencere araçları, halılar, mutfak tezgahları, ahşap ürünler ve diğer dekor ürünleri önceden kullanılmış ve dönüştürülmüş ürünler

olmalıdır. Yine aynı şekilde çevreye duyarlı olması beklenen yapı malzemeleri zemin, çatı panelleri, tuvalet bölümleri, yalıtım, kartonpiyer, çelik iskelet, beton, kapılar vb. olarak sıralanabilir (GRA, 2014).

Tasarruf kaynaklı maddi kazancın yanı sıra, çevreye duyarlı ürün ve uygulamalar müşteri memnuniyetini sağlamada da önemli bir unsurdur. Bu uygulamaların artmasında, müşteri ve uygulayıcıların bilgi düzeylerinin arttırılması, yanlış algıların giderilmesi ve çevresel alternatifleri kabullerinin sağlanması etkin rol oynayacaktır. İşletmeler çevresel kalitenin arttırılmasına yönelik ticari yatırımlara daha istekli olacaktır (Tzschentke, Kirk ve Lynch, 2008: 176).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
KALİTE VE Y-MUTKAL

4.1. TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ (TKY)

Toplam kalite yönetimi, işletmelerin karlılık ve rekabet üstünlüğü elde etme gibi yarına kalma hedeflerine yardımcı olan, çalışanların ve tüm proseslerin sürekli gelişimini konu alan çağdaş yönetim felsefesidir. İşletmenin tüm unsurları ile topyekûn bir değişim ve gelişim katılımını gerekli kılar (Kal-Der, 18 Haziran 2015).

İşletmelerin toplam kalite yönetimleri için 14 temel ilke aşağıda sıralanmıştır (Deming, 23 Haziran 2015);

- Mal ve hizmet gelişimine yönelik rekabetçi, oyunda kalıcı ve iş üretici bir süreklilik oluştur
- Tehlikelere karşı uyanık, sorumluluklarının farkında ve liderliği ele alıcı yeni bir felsefe benimse
- İlk elden (kişiden) kaliteyi inşa ederek kalite denetimlerine olan bağımlılığı azalt
- Fiyat üzerinden işleri değerlendirmeyi bırak. Yerine, toplam maliyetleri düşür, her bir girdi için tedarikçisine ulaş, sadakat ve güven üzerine ilişkiler kur.
- Mal ve hizmet için sürekli gelişen bir sistem kur, kaliteyi arttır ve maliyetleri düşür
- İş başında eğitimi benimse
- İnsanlara, makinelere ve araçların daha iyi işler çıkarmasını hedefleyen liderlik anlayışını geliştir
- Korkuları bertaraf et ki herkes işyeri için etkin çalışabilsin
- Araştırma geliştirme, satış ve üretim departmanları arasında bariyerleri kaldır ki üretim problemleri ile birlikte baş etsinler
- Slogan, tembih ve hedefler gibi söylemlerden uzak dur. Bunlar ancak yanlış ilişkiler, düşük kalite ve üretim doğuracaktır
- Liderlerin sorumluluğu nicelik değil nitelik olmalı

- Eğitim ve kişisel gelişim için programlar oluştur
- Değişim için herkesi sürece dâhil et. Değişim herkesin işidir.

Restoran işletmeleri için TKY, yamağı, aşçısı, aşçıbaşısı, komisi, garsonu, servis şefi ve yöneticileri ile hep birlikte bir kalite inancı ile başlar. Mutfak kadrosunun en lezzetli yemekleri, en sağlığa uygun ve en görsel şekilde servis personeline hazır etmesi yiyeceğin üretim kalitesini ifade eder. Servis personelinin, hazırlanmış yiyecek içecekleri zaman kaybetmeden ve kalitesinde eksilmeye yer vermeyecek ve en güler yüzlü şekilde müşteriye ulaştırması da hizmetin kalitesi içindir. Yönetimin de bu yiyecek ve hizmet üreten birimlerin koordineli ve sürekli gelişecek şekilde çalışmaları için, gerek eğitim gerek imkân destekleri ile sürece katkıda bulunmaları toplam bir kalite için önemlidir.

4.2. HİZMET KALİTESİ

Kalite, üretilen mal veya hizmetlerin değerlendirilmesidir. Bu değerlendirme beş temel üzerinde gerçekleşir. Bunlar; en yüksek standartlara ulaşma olarak da tanımlanabilecek *üstünlük yaklaşımı*, nitelik ve niceliklerin belirlediği *ürün temelli yaklaşım*, kaliteye kullanıcının karar verdiği *kullanıcı temelli yaklaşım*, standartlara uygunluk kapsamında *üretim temelli yaklaşım* ve son olarak da fiyatın kabul edilebilirliği esasına dayanan yani kaliteyi fiyatın belirlediği *değer temelli yaklaşım*dır (Işın, 2013: 43). Bu yaklaşımların her birindeki uygulama başarısı "kalite" sonucunu doğuracaktır.

Hizmet kalitesi ise, potansiyel müşterilerin belirli bir hizmetle ilgili gereksinim ve beklentilerinin karşılanabilmesi çabalarının tümüdür (Gülmez ve Dörtyol, 2009). Hizmet kalitesinde başarı müşteri beklenti ve gereksinimlerinin tespiti, doğru ölçümü ve karşılanması ile mümkün olabilir.

Fiziksel mallarda olduğu şekli ile özellik ve niteliğin ölçülmesindeki zorluk dolayısı ile hizmet kalitesinin ölçümünde her ne kadar sübjektif özellik taşısa da müşteri beklenti ve algıları önemli bir veri olarak kabul edilmektedir. Beklentiler müşterilerin talep ve gereksinimlerini, algılar ise tüketim sonrası beklenti ve

gereksinimlerin karşılanma düzeyini ifade eder. Bu yönü ile hizmet kalitesi aslında algılanan hizmet kalitesidir (Işın, 2013: 44).

Hizmet kalitelerini iyileştirme ya da geliştirme yolunda mevcut durumunu doğru bilgilerle ortaya koyabilen işletmeler, yapılması gereken işlemler ve atılacak adımlar konusunda hedefe dönük daha doğru kararlar alabileceklerdir (Eleren ve Kılıç, 2007: 242). İşletmeler için hizmet kalitesini oluşturma çabaları, bugünü doğru okuma ve yarına daha emin adımlar atma şeklinde sonuçlanacaktır.

4.2.1. Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelleri

Hizmet kalitesinin ölçümüne dönük çeşitli fikirler ve ölçüm modelleri ortaya atılmıştır. Bunlardan bazılarına aşağıda ana hatları ile değinilmiştir.

4.2.1.1. Teknik ve Fonksiyonel Kalite Modeli - Christian Grönroos (1984)

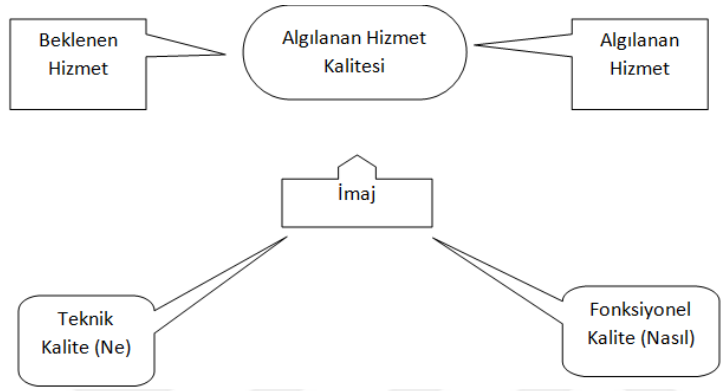
Grönross'a göre hizmet kalitesini ölçebilmek için öncelikle hizmet kalitesinden müşterilerin ne anladığı ve hizmet kalitesini etkileyen faktörler tanımlanmalı.

Hizmet kalitesini beklenen ve algılanan hizmetle açıklar. Beklenen hizmet seviyesinden yukarıda olan algılanan hizmet seviyesini kalitenin göstergesi olarak kabul etmektedir. İşletmenin hedef kitlesine tutundurma, alan satışları ve fiyatlama ile ilettiği taahhütler müşteri beklentilerini etkiler. Algılanan kalite ise tüketim yada satın alma sonrası ortaya çıkan değerlendirmedir.

Teknik ve fonksiyonel kalite ise hizmetin alınması sürecindeki değerlendirmedir. Yani müşteri sadece sonuçta elde ettiği ile değil, teknik açıdan hizmeti aldığı araçlar (bardakların temizliği, muslukların kullanışlılığı vb.) ve fonksiyonel açıdan da hizmeti alış biçimi (atmosfer, güler yüz vb.) ile birlikte bir değerlendirmede bulunur.

İşletmenin ismi, kaynakları ve işletmeye olan bakış da işletmeden beklentileri şekillendirmektedir. Bu da kalitenin belirleyici faktörlerinden olan müşteri beklentisini ve beklenti düzeyini etkileyen diğer bir değişkendir (Grönroos, 1984).

Şekil 1: Teknik ve Fonksiyonel Hizmet Kalitesi Modeli **(Grönroos, 1984)**



4.2.1.2. Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyeti Modeli – Kano (1984)

Kano kaliteyi çekicilik kalitesi, tek boyutlu kalite, farklılık kalitesi, zorunlu kalite ve ters kalite gibi öznel kalite değişkenlerine dayandırmıştır (Kametani, Nishina ve Suzuki, 2010).

Karşılanması gereken gereksinimler ve bunların memnuniyeti nasıl etkiledikleri belirlenmelidir. Çekici kaliteye sahip ürün özelliklerinin karşılanmaması memnuniyete etki etmezken, karşılanması tatmini beklenmedik derecede arttıracaktır (Kayral, 2015).

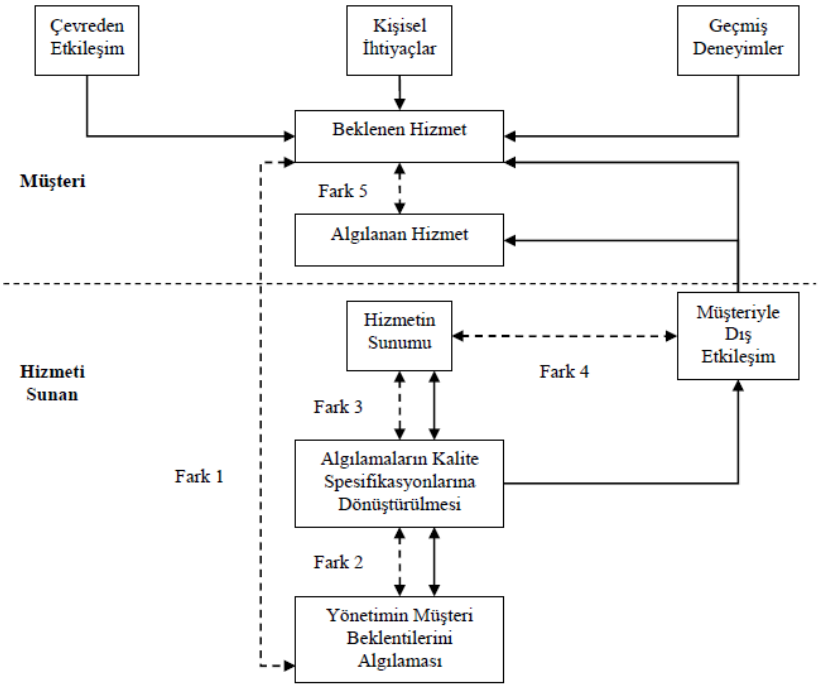
4.2.1.3. Hizmet Kalitesi Modeli (SERVQUAL) – Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1985)

Kalitenin iyilik, lüks, değer gibi anlaşılması zor ve belirsiz bir yapı olduğunu belirten Parasuraman, Zeithhaml ve Berry kaliteyi beklenti ve performans arasındaki karşılaştırma (1985: 41-42) olarak tanımlamıştır.

SERVQUAL modelinde hizmet kalitesinin ölçülmesinde temel nokta, hizmeti üreten ve tüketenlerin kalite algıları ve beklenti düzeyleri arasındaki yakınlıktır. Model beş boyutta müşteri beklentileri ve işletmelerin kalite algısı arasındaki farkın ölçümünü esas alır. Aynı zamanda, farklı hizmet iş kolları için farklı hizmet kalitesi ayrıntılarının olabileceği de anlaşılmaktadır.

Her ne kadar işletmeler ve müşteriler açısından farklı düzeyde öneme sahip olsa da, hizmet kalitesinin maliyetleri düşürme ve üretim verimliliğini arttırma gibi çıktılarının yanı sıra pazar payını arttırmada ve yatırımların geri dönüşümünde etkili olduğu ortaya konmuştur (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985: 41). Hizmet kalitesinin gerçekleştirilmesi faaliyetleri sadece müşterilerin memnun edilmesi anlamında atılan bir adım değil, aynı zamanda işletmeler açısından da olumlu çıktılara sahip çabalardır.

Şekil 2: Hizmet Kalitesi (SERVQUAL) Modeli (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985, s. 44)



Yukarıdaki şekilden de anlaşılacağı üzere hizmet kalitesinin anlaşılması ve ölçülebilmesi için hem işletme yöneticileri hem de müşterilere aşağıdaki soru içerikleri yöneltilmiştir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985: 43);

- İşletme yöneticileri hizmet kalitesinin anahtar unsuru olarak hangi sorun ya da sorumluluğu görmektedirler?
- Tüketiciler hizmet kalitesinden ne algılamaktadırlar?
- Hizmet pazarlayıcıları ile tüketicilerin algıları arasında bir fark var mı?
- Tüketici ve hizmeti sunanların hizmet kalitesi algıları, müşterinin baktığı nokta üzerinden, ortak bir paydaya çekilebilir mi?

Bu modelde kalite ölçümü algılanan kalite puanlarından beklenen hizmet puanlarının çıkarılması esasına dayanmaktadır. Sonucun artı değerlere yakınlığı hedeflenmekte ve bu sonuç kalite değeri olarak alınmaktadır (Kayral, 2015).

4.2.1.4. Nitelik Hizmet Kalitesi Modeli – Haywood, Farmer (1987)

Haywood ve Farmer nitelik kalite modelinde hizmet kalitesini fiziksel olanaklar, insanların tutumları ve profesyonel kararlar olmak üzere üç ana özellikte ele almışlardır. İşletmenin fiziksel olanak ve süreçleri, insanların tutumları ile karşılaştırılarak profesyonel kararların alınması temeline dayanmaktadır. Burada amaç doğru müşteri segmentleri için doğru kararların alınmasına yardımcı olmaktır (Kayral, 2015).

4.2.1.5. Hizmet Kalitesi Sentez Modeli – Brogowicz, Delene, Lyth (1990)

Hizmet kalitesi sentez modelinin amacı boyutları hizmet kalitesi ile ilgili olarak yönetimsel planlama, uygulama ve denetim ile tanımlayabilmektir. Dış etkiler ve geleneksel pazarlama faaliyetleri işletme imajını ve hepsi birlikte müşteri beklentilerini şekillendirir. İşletme imajını asılsız yükseltmek müşteri beklentilerini de yükseltmek anlamına gelecektir. Bu da satın alma sonrası tatmin olmamış müşteri

riskini arttırır. Bu yüzden öncelikle işletme vizyonuna karar vermek ve pazarlama faaliyetlerini de bu doğrultuda planlamak ve uygulamak gerekmektedir.

Bu modelin oluşumunda Grönroos'un "Teknik ve fonksiyonel hizmet kalitesi modeli", Haywood ve Farmer'ın "Nitelik hizmet kalitesi modeli" ve Swartz ve Brown'ın "Genişletilmiş hizmet kalitesi modeli"nden faydalanmıştır (Brogowicz, Delene ve Lyth, 1990).

4.2.1.6. Servperf Modeli – Cronin ve Taylor (1992)

Hizmet kalitesinin ölçümünde beklenti ve algı arasındaki farkı ölçmek yerine hizmet üreticisinin performansına dayalı bir ölçüm modeli önerilmiştir. Hizmet kalitesi işletme performansının müşterilerce algılanma düzeyi ile ilişkilendirilmiştir.

Cronin ve Taylor'a göre müşteri tatmini genel hizmet kalitesinden etkilenmekte, müşteri tatmini hem tek başına hem de hizmet kalitesi ile birlikte satın alma kararlarına etki etmektedir. Modelin nihai amacı hizmet kalitesi, müşteri tatmini ve satın alma niyeti arasındaki ilişkiyi incelemektir (Cronin ve Taylor, 1992).

4.2.1.7. İdeal Değer Standartlarına Dayalı Hizmet Kalitesi Modeli – Mattsson (1992)

Mattsson öncelikle müşterilerle yapılan görüşmeler sonucunda hizmete dair ideal standartları belirlemiştir. Daha sonra işletmeden hizmet satın almış müşterilerden belirlenmiş ideal standartlar çerçevesinde tatmin olma derecelerini öğrenmiştir. Bu model kısaca algılanan ideal standartlar ile satın alma sonrası deneyimin karşılaştırılmasıdır (Kayral, 2015).

4.2.1.8. İdeal Standartlara Dayalı Performans Kıyaslama Modeli – Teas (1994)

Parasuraman, Zeithaml ve Berry'nin beklenti ve algı arasındaki farkının ölçümünden farklı olarak, hizmet kalitesinin ölçümünde ideal standartlar ile işletme

performansı arasındaki farkı esas almıştır. Teas'a göre hizmet kalitesi ideal standartlar ile ölçülen performans arasındaki farkın minimize edilmesine bağlıdır (Teas, 1994).

Yukarıda sıralanmış tüm hizmet kalitesi ölçüm modellerinin merkezinde müşteri vardır. Yani müşteri kalitenin belirleyicisi konumundadır. Müşteri kaliteyi beklentileri ile belirler. Bu durumda müşterisinin beklentilerini karşılayan işletmeler kalite çıtasını yakalamış olurlar. İşletmelerin kaliteyi yakalama çabaları öncelikle müşterilerinin beklenti düzeylerini ölçme ile başlar ve bu beklentileri karşılamaya dönük planlama ve faaliyetleri ile devam eder.

4.3. YEŞİL MUTFAK KALİTESİ (Y-MUTKAL)

Mutfaklarda Yeşil Kalite (Y-MUTKAL) modelinin oluşturulmasında çevreye duyarlı mutfak uygulamaları, beklenti ve kalite kavramları ve hizmet kalitesi ölçüm metotlarından faydalanılmıştır.

Beklenti, olgunun sonunda ortaya çıkması beklenen şey, kişinin belirli şart ve koşulların sonuçları konusundaki öngörüsüdür (Akyüzoğlu, 2008) ve bireyin bulunduğu ortam, içinde yetiştiği kültür yapısı, önem verdiği değerler gibi etmenlere göre farklılıklar gösterebilir (Şebin, 2009). Restoran işletmelerinin ekonomik bir paydaşı olarak müşterilerin restoran mutfaklarının üretim süreç ve uygulamalarında çevreye olabilecek etkilerinin yönü konusunda beklentileri vardır.

Hizmet kalitesi, potansiyel müşterilerin belirli bir hizmetle ilgili gereksinim ve beklentilerinin karşılanabilmesi yolundaki çabalarının sonucudur (Gülmez ve Dörtyol, 2009). Müşteri ihtiyaç ve tatminini gözlemleyerek rekabet avantajı elde etmek için işletmeler öncelikle sundukları hizmetlerin müşterideki karşılığını ölçmelidirler (Stefano, vd., 2015: 437). İşletmelerin pozisyonlarını değerlendirme ve önceliklerine karar verebilmesi müşterilerinin beklentilerini ve beklenti düzeylerini bilebilmelerine bağlıdır.

Kalite müşterinin mal ve hizmet ile ilgili tatmininin bir göstergesidir (Stefano, v.d., 2015: 433). Parasuraman, Zeithhaml ve Berry'ye (1985: 42-44) göre ise kalite

beklenti ile işletme performansının karşılaştırılmasıdır. Ortaya attıkları SERVQUAL ölçüm modelinde beklenen ve alınan hizmet arasındaki farkın kaliteye etkisine değinmiştir. Cronin ve Taylor (1992) hizmet kalitesinin ölçümünde işletme performansının müşterilerdeki algısına dikkat çekmişlerdir. Mattson hizmet kalitesinin ölçümü için ideal değer standartlarının oluşturulası ve bu standartların deneyimlenmiş çıktıklarla uyumu üzerinde durmuştur (Kayral, 2015).

Müşteriler mutfak uygulamalarını ve üretim sürecini doğrudan kontrol edemez ve dolayısı ile tatmin düzeylerinin ölçümü zordur. Y-MUTKAL modelinde beklentinin karşılanma düzeyini belirleyebilmek için restoran işletme yöneticilerine çevreye duyarlı mutfak uygulamaları çerçevesinde ayrı bir anket uygulanmıştır. Model bir anlamda sektöre mevcut pozisyonu ve kendisine yüklenen roller hakkında veri ortaya koymayı da hedeflemektedir.

Çevreye duyarlı mutfak uygulamaları, yiyecek-içecek üretim alanı olarak faaliyet gösteren mutfaklarda üretim ve yönetim sürecinde doğal çevreye ve sisteme en az müdahaleyi ifade eder (GRA, 2014).

Y-MUTKAL (Mutfaklarda Yeşil Kalite) modeli mutfak donanım ve uygulamalarını yedi boyutta ele alarak çevreye duyarlılıkların müşteri beklentileri ve işletme uygulamaları çerçevesinde ölçülmesini hedeflemektedir.

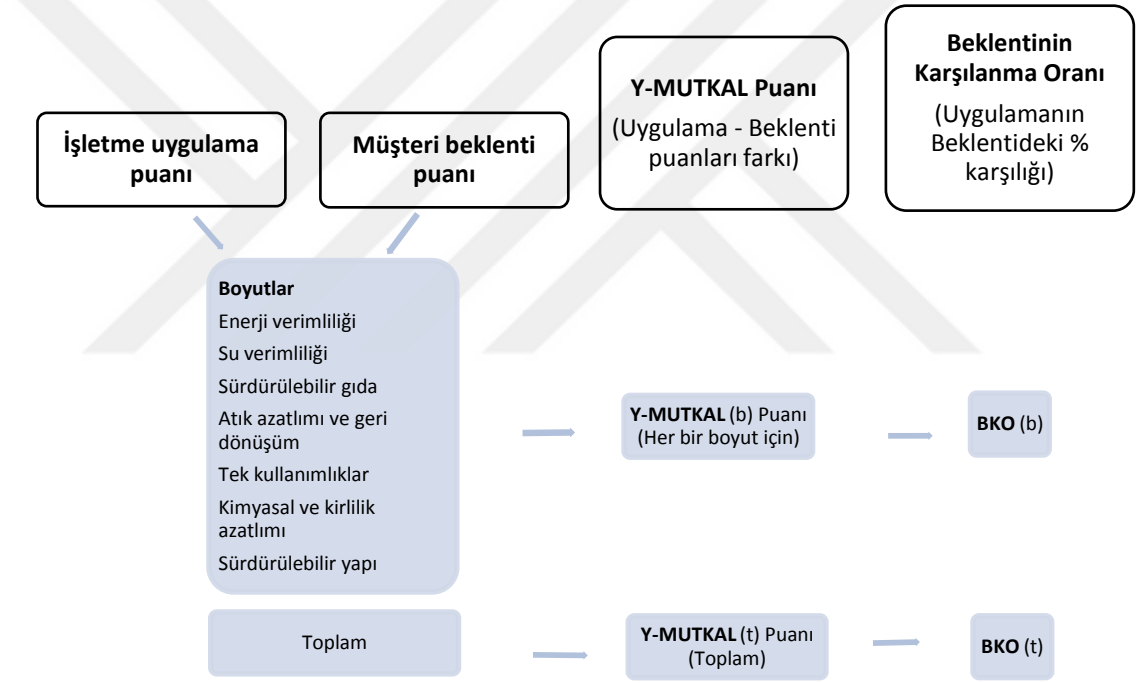
Bu boyutlar enerji verimliliği, su tasarrufu, atık yöneetimi, tek kullanımlıklar, kimyasal ve kirlilik azatlımı, sürdürülebilir gıda, sürdürülebilir yapı (GRA, 2014) gibi başlıklar altında sıralanmıştır.

Y-MUTKAL sahip olduğu çevreye duyarlılık hassasiyetlerini satın alma davranışlarına yansıtan restoran müşterilerinin beklenti düzeyi ile işletmelerin bu beklentileri karşılama oranını ortaya koyan bir ölçüm modelidir. Müşteri beklentileri ile işletme performansı arasındaki farkın pozitif değerlere yakınlığı ile kalite arasında doğru orantılı bir ilişki bulunmaktadır. İşletme uygulamaları puanından müşteri beklenti puanı çıkarıldığında sonucun artı değerlere yakın olması beklenir. Model aynı zamanda müşteri beklentilerinin işletme uygulamalarınca karşılanma oranını (Beklentinin Karşılanma Oranı) da hesaplar.

4.3.1. Y-MUTKAL Ölçüm Modeli

"Mutfaklarda Yeşil Kalite" enerji verimliliği, su tasarrufu, sürdürülebilir gıda, atık yönetimi, tek kullanımlıklar, kimyasal ve kirlilik azatlımı, sürdürülebilir yapı gibi yedi boyutta ele alınarak elde edilen müşteri beklentileri ve işletme uygulamaları puanları ile ölçülür.

Şekil 3: Y-MUTKAL Ölçüm Modeli



1. **Aşama:** Müşteri puanlarını hesaplama

Müşterileri puanları ifadeler ve boyutlar bazında ve genel beklenti ortalaması olmak üzere üç başlıkta hesaplanır.

İfade bazında müşteri puanı hesaplanırken her bir ifade için verilmiş puanlar toplanıp müşteri sayısına bölünerek ifade puanlarının aritmetik ortalaması alınır.

Boyut bazında müşteri puanının hesaplanmasında, boyutu oluşturan ifadelerin ortalamaları toplanıp boyutu oluşturan ifade sayısına bölünerek aritmetik bir ortalama alınmış olur. Bu işlem her bir boyut için uygulanarak müşterilerin boyut puan ortalamaları hesaplanır.

Müşterilerin çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusundaki beklenti ortalaması hesaplanırken yedi boyut ortalamasının aritmetik ortalaması alınır.

MBPO: Müşteri Boyut Puan Ortalaması

MBPT: Müşteri Boyut Puan Toplamı

MİPO: Müşteri İfade Puan Ortalaması

MFPT: Müşteri İfade Puan Toplamı

N : Müşteri sayısı

İ : Boyutu oluşturan ifade sayısı

MİPO: (MİPT ÷ N)

MBPO: (MBPT ÷ N) ÷ İ

2. Aşama: İşletme puanlarını hesaplama

İşletme puanları ifade ve boyut ve genel uygulama ortalamaları olmak üzere üç başlıkta hesaplanır.

İfade bazında işletme puanı hesaplanırken her bir ifade için verilmiş puanlar toplanıp işletme sayısına bölünerek ifade puanlarının aritmetik ortalaması alınır.

Boyut bazında işletme puanının hesaplanmasında, boyutu oluşturan ifadelerin ortalamaları toplanıp boyutu oluşturan ifade sayısına bölünerek aritmetik bir ortalama alınmış olur. Bu işlem her bir boyut için uygulanarak işletmelerin boyut puan ortalamaları hesaplanır.

İşletmelerin çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusundaki uygulamalarının genel ortalaması hesaplanırken yedi boyut ortalamasının aritmetik ortalaması alınır.

İBPO : İşletme Boyut Puan Ortalaması

İBPT : İşletme Boyut Puan Toplamı

İİPO : İşletme İfade Puan Ortalaması

İİPT : İşletme İfade Puan Toplamı

N : İşletme sayısı

İ : Boyutu oluşturan ifade sayısı

İİPO: (İİPT ÷ N)

İBPO: (İBPT ÷ N) ÷ İ

3. Aşama: Y-MUTKAL kalite puanları hesaplama

Y-MUTKAL puanları boyut ve toplam olmak üzere iki başlıkta hesaplanır.

Y-MUTKAL boyut puanı hesaplamada her bir boyut için hesaplanan işletme puanından müşteri puanı çıkartılır. Sonucun "0"a yakın olması ve artı değerlere ulaşabilmesi beklenir.

Y-MUTKAL (b) : Y-MUTKAL kalite puanı (boyut)

İBPO : İşletme Boyut Puan Ortalaması

MBPO : Müşteri Boyut Puan Ortalaması

Y-MUTKAL (b) : İBPO – MBPO

Toplam Y-MUTKAL puanı hesaplamasında ise işletmelerin uygulama genel puanından müşterilerin beklenti genel puanı çıkartılarak toplam bir kalite puanı elde edilir. Sonucun "0"a yakın olması ve artı değerlere ulaşabilmesi beklenir.

Y-MUTKAL (t) : Y-MUTKAL kalite puanı (toplam)

TİP : Toplam İşletme Puanı

TMP : Toplam Müşteri Puanı

Y-MUTKAL (t) : TİP – TMP

4. Aşama: BKO (Beklentinin Karşılanma Oranı) hesaplama

BKO boyut ve toplam olmak üzere iki başlıkta hesaplanır.

BKO boyut bazında hesaplamada her bir boyut için hesaplanan işletme uygulama puanının müşteri beklenti puanı karşısındaki yüzdesel (%) oranı bulunur.

BKO(b) :Beklentinin Karşılanma Oranı (boyut)

İBPO : İşletme Boyut Puan Ortalaması

MBPO: Müşteri Boyut Puan Ortalaması

BKO(b) : (İBPO x 100) ÷ MBPO (Sonuç "% …" olarak ifade edilir)

*** Bu hesaplama her bir ifade bazında da gerçekleştirilebilir.

Toplam BKO hesaplamada, çevreye duyarlı mutfak uygulamalarını oluşturan tüm ifade ve boyutlar için hesaplanan işletme uygulama puanı genel ortalamasının müşteri beklenti puanı genel ortalaması karşısındaki yüzdesel (%) oranı bulunur.

BKO(t) :Beklentinin Karşılanma Oranı (toplam)

TİP : Toplam İşletme Puanı

TMP : Toplam Müşteri Puanı

BKO(t) : (TİP x 100) ÷ TMP (Sonuç "% …" olarak ifade edilir)

BEŞİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

5.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Dünyada yaşanan sosyal, siyasal ve teknolojik gelişmeler ve artan tüketim eğilimlerinin bir sonucu olarak ortaya çıkan çevre sorunları 1980'lerden bu yana başta batı toplumları olmak üzere dünyanın dikkatini yönelttiği ve çözüm üretmeye çalıştığı bir mesele olmuştur (Kaypak, 2011: 19).

Üretim işletmelerinin sürdürülebilirlikten uzak bir şekilde enerji ve doğal kaynakları tüketmeleri ve ekonomik, çevresel ve sosyal problemlere neden olan büyük miktarlarda sera gazı artırımını gerçekleştirmeleri (Mittal ve Sangwan, 2014: 559) dikkatleri işletmelere yöneltmiştir. Son yıllarda yaşanan küresel çevre sorunlarında en büyük paya sahip işletmelerin, bu sorunların giderilmesi ya da azaltılması konusunda en büyük sorumluluğa sahip olması beklentisi (Özkaya, 2010: 247) daha da belirginleşmiştir.

Günümüzde birçok işletmenin, özellikle de gelişmekte olan ülkelerde, sınırlı kaynak dolayısı ile yeşil üretim uygulamalarına geçmeye başlaması (Mittal ve Sangwan, 2014) duydukları ya da kendilerinden beklenen sosyal sorumlulukların bir sonucu olabilir.

İşletmenin sosyal sorumluğu işgücünün, onların ailelerinin, dahası yerel halkın ve toplumun yaşam standartlarını geliştirirken etik profesyonel davranışlarını ve ekonomiye katkılarını sürdürmesi olarak tanımlanabilir. Bu sorumluluklar üretim süreci, iş gören ilişkileri, sosyal aidiyet ve sürdürülebilirlik konularında doğru olanı yapmayı içerir (Aminudin, 2013: 765). İşletmelerin bu sorumlulukları yerine getirme eğilimlerinin varlıkları ve karlılıkları açısından belirli motivasyonlarla güdülendiği ve desteklendiği bir gerçektir. Bu motivasyonlar günümüz tüketicilerinin giderek artan çevre hassasiyetleri ve bu hassasiyetleri satın alma davranışlarına yansıtma oranının giderek artmasının sonuçlarıdır.

İşletme sayısının ve rekabetin arttığı günümüzde, işletmeler ürün ve hizmet kalitelerini arttırma, çağın gerektirdiği yenilikleri yakalamaya çalışma ve farklılıklarını ön plana çıkarma çabası içerisindedirler. Bu doğrultuda hem rekabet üstünlüğü elde etmeye hem de yarına kalma mücadelesinde başarılı olmaya çalışmaktadırlar (Tekin ve Durna, 2012: 93).

"Yeşil uygulamalar" restoranlar için işletme imajı, ziyaret etme isteği, kulaktan kulağa reklam, daha fazla ödemeye razı müşteriler gibi konularda olumlu sonuçlar ortaya koymaktadır (Litaa, v.d., 2014: 268). Kendilerini işletmelerin bir paydaşı olarak algılayan müşteriler kendi hassasiyet ve beklentilerinin işletme kararlarında ve uygulamalarında dikkate alınmasına değer vermektedirler (Walker ve Hanson, 1998: 627).

Rekabet avantajı elde etmek için işletmeler, müşteri beklentileri ile kendi uygulamaları arasındaki farkı tespit etmek durumundadır. Yiyecek içecek işletmelerinin üretimlerini gerçekleştirdikleri mutfak bölümlerinin çevreye duyarlı uygulamalar konusunda müşteri beklentilerini ne ölçüde karşıladıklarını görebilecekleri bir ölçüm modeline ihtiyaç vardır.

Türkiye'deki restoran işletmeleri yeşil uygulamaların sağladığı faydalardan yararlanabilmek için "Çevreye Duyarlı Mutfak Uygulamaları"nı gündemlerine almalıdır. Müşterilerinin bu yöndeki beklentilerini tespit edebilmeleri, rekabet avantajı elde etme, kendi varlıklarını yarına taşıma, maliyetleri düşürme, karlılıklarını arttırma ve sosyal sorumluluklarını yerine getirme açısından önemlidir. İşletme, bölge ya da sektör bazında uygulanabilecek bir "yeşil kalite" ölçüm modeli, müşterilerin beklenti düzeyini ve bu beklentinin uygulamadaki karşılığını ortaya koyabilir ve işletme kararları için değerli bir veri kaynağı olabilir.

Mutfaklarda çevreye duyarlı yeşil uygulamaları ölçecek bir modele ihtiyaç vardır.

5.2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Günümüzün bilinçli tüketicileri, sanayileşme ile artan tüketim anlayışının meydana getirdiği çevresel sorunlara çözüm yollarından biri olarak, işletmeleri çevreye duyarlı uygulamalara yönlendirmeye çalışmaktadırlar (Aracıoğlu ve Tatlıdil, 2009: 435). Tüketiciler artan çevre duyarlılıkları ve ellerindeki satın alma gücü ile işletmeleri doğaya daha saygılı olmaları konusunda yönlendirmektedirler. Müşteri yönelim ve hassasiyetlerini doğru anlayan ve bu doğrultudaki faaliyetlerini görünür kılan işletmeler amaçlarına ulaşma maliyetlerini düşürebileceklerdir.

Bu çalışma, restoran müşterilerinin çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusundaki beklenti düzeylerini ve restoran mutfaklarındaki uygulamaların bu beklentileri karşılama oranını ortaya koymaya yarayacak bir ölçüm modeli geliştirmeyi amaçlamaktadır.

Bu çalışmanın diğer amaçları aşağıdaki gibi sıralanabilir;

1. Restoran yöneticilerinin, mutfak şeflerinin ve müşterilerin çevreye duyarlı mutfak uygulamaları hakkında farkındalık kazanmaları,
2. Restoran işletmecilerinin müşterilerinin çevreye duyarlılık düzeyleri hakkında bilgi edinebilmesi,
3. Restoran işletmecilerinin faaliyetlerinde ve yatırım kararlarında çevreye duyarlı mutfak uygulamalarını göz önünde bulundurmalarının sağlanması.

Bu çalışma yeşil mutfak uygulamalarında kaliteyi ölçecek bir model geliştirmeyi amaçlamıştır.

5.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Günümüz tüketicilerinin çevre bilinci düzeyleri ve çevre kirliliği konusundaki hassasiyetleri artmıştır. Artan eğitim ve gelir düzeyi ile tüketiciler duyarlılıkları ile tutarlı satın alma davranışları sergilemeye başlamışlardır. Ürünler veya hizmetler arasından tercih yapma söz konusu olduğunda, tüketiciler çevreye duyarlı ürün ve

işletmeleri seçerek çevreye karşı kişisel duyarlılıklarını davranışlarına yansıtmaya çalışmaktadırlar (Aracıoğlu ve Tatlıdil, 2009: 459).

Bir kelime olarak bile kullanıldığında "yeşil alan" bir kimlik, bir anı ve aidiyet içerir (Huseynova, 2011: 534). İşletmeler tarafından benimsenen yeşile saygı, uyum ve hassasiyet tüketici gözünde bir sempati, yakınlık hissi uyandırır. Kar amacı gütsün gütmesin, çevrenin korunmasına katkı sunan ve çevre dostu ürünler ortaya koyan işletmeler, hızla gelişen teknoloji ve değişen dünyada yarına kalma mücadelesinde rekabet avantajı elde edeceklerdir (Yücel ve Ekmekçiler, 2008: 332).

Globalleşen rekabetçi dünyada işletmeler, rekabete ayak uydurabilmek adına müşteri talep ve ihtiyaçları doğrultusunda ürün ve süreç geliştirmek ve örgüt yapılarını şekillendirmek zorundadırlar (Özçifçi ve Sarıçay, 2014: 387). Müşterilerin çevre bilinç ve hassasiyet düzeyinin bilinmesi restoran işletmelerinin çevreye duyarlı mutfak uygulamalarına yönelim önceliklerini şekillendirecektir.

Bu çalışma sonucunda yiyecek içecek işletmelerinin kullanabilecekleri bir yeşil kalite ölçüm modeli ortaya konmuş ve uygulanabilirliği test edilmiştir. Yiyecek içecek işletmeleri bu modelle belgelendirilerek yeşil mutfak uygulamaları konusunda müşteri beklentilerini karşıladıklarını görünür kılabileceklerdir. Bu belgelendirme ile işletmeler rekabet avantajı ve olumlu imaj oluşturma gibi kazanımlar sağlayacaktır. Ayrıca yeşil mutfak uygulamaları ile yapacakları tasarruf ve azalan pazarlama giderleri ile de maliyetlerini azaltarak karlılıklarını arttıracaktır.

Bu çalışma sonucunda ortaya konan ve uygulanabilirliği test edilen modelle, işletmeler müşterilerinin çevreye duyarlı mutfak uygulamaları hakkındaki beklenti düzeylerini öğrenebilir, ileriki yatırım ve satın alma kararlarında bu bilgiyi veri olarak kullanabilirler.

Aynı zamanda işletmeler uluslararası çevreye duyarlı mutfak uygulamaları içerisinde kendi mevcut uygulamalarını görebilecek, atılması gereken adımlar ve yapılması gereken iyileştirmeler konusunda müşteri beklentilerinin şiddeti doğrultusunda önceliklerini şekillendirebileceklerdir.

Bu çalışmayla, çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusunda müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasındaki ilişkinin yönünü kalite puanı olarak

hesaplayan ve beklentilerin karşılanma oranını ortaya koyan Y-MUTKAL (Yeşil Mutfak Kalitesi) ölçüm modeli geliştirilmiştir.

Bu çalışma ile mutfaklarda yeşil kalitenin ölçümü konusundaki boşluğa bir model önerisi sunulmuştur.

5.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu bölümde araştırmanın hipotezleri, evreni ve örneklem seçimi, seçilen örneklem üzerine uygulanan veri toplama araçları ve araştırmadan derlenen verilerin analizine dönük bilgilere yer verilmektedir.

5.4.1. Araştırmanın Hipotezleri

Genel ve alt amaçları yukarıda sıralanmış olan araştırmanın hipotezi aşağıdaki gibi geliştirilmiştir;

"Çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusunda müşteri beklentileri ile işletmelerin uygulamaları arasında fark vardır."

Aynı zamanda istatistik hipotezleri olarak da kullanılacak olan araştırmanın alt hipotezleri aşağıda sıralanmıştır;

H_1: "Enerji verimliliği konusunda müşterilerin beklenti düzeyleri" ile "işletme uygulamaları" arasında anlamlı bir fark vardır.

H_2: "Su tasarrufu konusunda müşterilerin beklenti düzeyleri" ile "işletme uygulamaları" arasında anlamlı bir fark vardır.

H_3: "Atık yönetimi konusunda müşterilerin beklenti düzeyleri" ile "işletme uygulamaları" arasında anlamlı bir fark vardır.

H_4: "Tek kullanımlıklardan kaçınma konusunda müşterilerin beklenti düzeyleri" ile "işletme uygulamaları" arasında anlamlı bir fark vardır.

H_5: "Kimyasal kullanımının azaltılması konusunda müşterilerin beklenti düzeyleri" ile "işletme uygulamaları" arasında anlamlı bir fark vardır.

H_6: "Sürdürülebilir gıda uygulamaları konusunda müşterilerin beklenti düzeyleri" ile "işletme uygulamaları" arasında anlamlı bir fark vardır.

H_7: "Sürdürülebilir yapı uygulamaları konusunda müşterilerin beklenti düzeyleri" ile "işletme uygulamaları" arasında anlamlı bir fark vardır.

H_8: "Müşterilerin cinsiyeti" ile "çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusundaki beklenti düzeyleri" arasında anlamlı bir fark vardır.

H_9: "Müşterilerin yaşı" ile "çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusundaki beklenti düzeyleri" arasında anlamlı bir fark vardır.

H_{10}: "Müşterilerin eğitim düzeyi" ile "çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusundaki beklenti düzeyleri" arasında anlamlı bir fark vardır.

H_{11}: "İşletmelerin faaliyet süreleri" ile "çevreye duyarlı mutfak uygulama uygulamaları" arasında anlamlı bir fark vardır.

H_{12}: "İşletmelerin kapasiteleri" ile "çevreye duyarlı mutfak uygulama uygulamaları" arasında anlamlı bir fark vardır.

H_{13}: "Bir restoran işletmesinin 'Çevreye Duyarlılık' sertifikasına sahip olması beklentisi düzeyi" ile "işletmenin çevreye duyarlı mutfak uygulamalarına dair müşteri beklenti düzeyi" arasında anlamlı bir ilişki vardır.

5.4.2. Varsayımlar

1. Restoran işletmecileri ve mutfak şefleri işletmelerinin mutfak yapı ve faaliyetleri ile ilgili soruları doğru yanıtlamışlardır.
2. Ankete katılan müşteriler gerçek düşünce ve beklentilerini beyan etmişlerdir.

5.4.3. Sınırlılıklar

Bu araştırma Bursa ili içerisinde faaliyet gösteren Turizm İşletme Belgeli restoran işletmelerinin işyeri (ya da mutfak) yöneticileri ve müşterilerine uygulanan anket sonuçları ile sınırlandırılmıştır.

Araştırma uluslararası yeşil restoran sertifikasyonunun mutfak standartlarının ve müşteri beklentilerinin Bursa ilinde yer alan restoran işletmelerindeki karşılığını ortaya koymayı hedeflemektedir. Standart ve beklentilerin uygulanabilirliği hakkındaki tartışma bu araştırmanın konusu dışındadır.

5.4.4. Evren Ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Bursa ilindeki Turizm İşletme Belgesi sahibi restoran işletmeleri ve müşterileri oluşturmaktadır. Örneklemi ise Aralık 2015'te Bursa ilinde faaliyet gösteren Turizm İşletme Belgeli restoran işletmeleri yöneticileri ve müşterileri oluşturmaktadır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı, Bursa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü sayfasında 27 adet "Turizm İşletme Belgesi"ne sahip yiyecek içecek işletmesi kayıtlıdır. Ancak yapılan adres ve iletişim bilgileri araştırmasında (müdürlüğün kendisinin de ulaşamadığını beyan ettiği) dört işletmenin faal olmadığı belirlenmiştir. Bursa'da bulunun 23 adet Turizm İşletme Belgesi sahibi restoran işletmesinden 21 tanesi görüşme talebine olumlu yanıt vermiş ve araştırmaya katılmayı kabul etmiştir.

Müşteri örneklemi için %95 güvenilirlik düzeyinde 384 anket sayısı belirlenmiş ve bu sayı 21 olan restoran sayısına bölünerek "tabakalı örneklem" belirlenmiştir. Tabakalı örneklemde alt evreni oluşturan birimler çalışma evreni içerisinde eşit seçilme hakkına sahiptirler (Ural ve Kılıç, 2013: 38). Her bir restoranda araştırmaya katılmayı kabul eden 19 müşteriye "kolayda örnekleme yöntemi" ile 399 anket çalışması yapılmış ancak anketlerden 386'sı değerlendirmeye alınabilmiştir. Kolayda örnekleme yönteminde isteyen herkes belirlenen örneklem hacmine ulaşıncaya kadar örnekleme dahil edilir (Ural ve Kılıç, 2013: 42).

5.4.5. Anket Formunun Oluşturulması

Anket formunun oluşturulmasında "Green Restaurant Certification 4.0" ve "Leaf Criteria Version 2.0" standartlarından faydalanılmıştır. Standartlar Türkçeye çevrildikten sonra iki akademisyen, iki aktivist, iki restoran işletmecisi ve iki müşterinin görüşü alınarak anket formunu oluşturan değerlendirme ifadeleri belirlenmiştir. Anketin "içerik geçerliliği" alınan bu görüşlerle sağlanmıştır. Daha sonra "anlaşılırlık testi" için anket on kişiye uygulanmış ve gerekli düzeltmeler gerçekleştirilmiştir.

İçerik geçerliliği için alınan görüş, seçim ve öneriler neticesinde boyutları temsil eden ifadeler işaretlenme sıklıkları doğrultusunda anket formunda yer almıştır. Geri dönüşüm (plastik, cam, kağıt, yağ,…), tehlikeli atıklar (florasan, pil, boya, elektronik eşya, …), kağıt atıklarının azaltılması, tek kullanımlıklardan kaçınma (tekrar kullanımın teşviki) başlıkları altındaki detaylar tek bir ifadede genellenmiştir. Ayrıca, model alınan standartların gerekli kıldığı sertifikaların ülkemizdeki karşılıkları kullanılmaya çalışılmıştır. Detaylı teknik karşılıkların sertifikasyon çalışmalarının konusu olduğu kabul edilmiştir.

İlk olarak 50 müşteriye uygulanan anket Croanbach alpha co-efficiency güvenilirlik testine sokulmuş ve sonuç olarak alpha katsayısı 0,94 (yüksek güvenilirlik) elde edilmiştir. Bu sonuç ile anketin bu kısmının güvenilir olduğuna karar verilmiştir.

İşletmeler için hazırlanan "yapılandırılmış görüşme formu" ve müşteriler için hazırlanan anket formu aynı içeriklerde oluşturulmuştur. Formlar değerlendirme ve demografik olmak üzere iki bölümdür. Değerlendirme ifadeleri işletme ve müşteriler için aynı içeriklerde ancak farklı üsluplarda düzenlenmiştir.

Müşteri formunda birinci bölümde 24 değerlendirme ifadesi, ikinci bölümde de demografik sorular yer almaktadır. İşletme formunda ise birinci bölümde 23 değerlendirme ifadesi, ikinci bölümünde işletme ile ilgili detayların istendiği sorular yer almaktadır.

Hazırlanan formlarda değerlendirme ifadeleri 5'li Likert ile ölçülmüştür. Çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusunda müşterilerin beklentilerini ve işletmelerin uygulamalarını "1: Hiç", "2: Az", "3: Orta", "4: Fazla" ve "5: Çok fazla" olarak değerlendirmeleri istenmiştir.

5.4.6. Veri Toplama

Anket soruları, Aralık 2015 tarihinde, Bursa ili içerisinde faaliyet gösteren Turizm İşletme Belgesi'ne sahip ve faal 21 restoran işletmesi ve 386 müşteri üzerinde uygulanmıştır.

İşletme yöneticileri ile yüz yüze görüşme tekniği ile öncelikle kendilerine uluslararası çevreye duyarlı mutfak uygulamaları hakkında bilgi verilmiş, konuya ilgileri sağlanmaya çalışılmıştır. Yorum ve değerlendirmeleri görüşme formuna görüşmeci tarafından not edilmiştir.

21 srestoranda 19'ar müşteriye "kolayda örnekleme yöntemi" ile 399 anket çalışması yapılmış ancak anketlerden 386'sı değerlendirmeye alınabilmiştir.

5.4.7. Veri Analizi

Anketlerden elde edilen puanların ifade, boyut ve genel toplamları için Windows Excel programı kullanılmıştır.

Anketten elde edilen verilerin çözümlenmesinde SPSS 16 (Statistical Package For Social Sciences) istatistik programı kullanılmıştır.

Örneklemden elde edilen verilerin yeterliliğinin saptanması için Kaiser - Meyer - Olkin (KMO) testi yapılmıştır. Elde edilen "0,904" değeri verilerin faktör analizi için çok uygun olduğunu göstermiştir.

İçsel tutarlılık (güvenilirlik) testi için "Crohanbach Alpha" değeri (α) "0,939" hesaplanmıştır (,60-,80 = iyi, ,80-1,00 = yüksek güvenilirlik). Güvenilirlik ölçme

aracını oluşturan ifadelerin kendi aralarındaki tutarlılığın ölçülmesidir (Ural ve Kılıç, 2013: 280).

Skewness ve Kurtosis değerlerine bakılmış ve elde edilen "-2, +2" arasındaki değereler neticesinde verilerin normal dağıldığı görülmüştür (George ve Mallery, 2014: 116). Bu yüzden parametrik testler uygulanmıştır.

Müşterilerin (yaş, eğitim, cinsiyet) ve işletmelerin (faaliyet süresi, kapasite) profilini ortaya koymak için frekans dağılımı yapılmıştır. Çapraz tablo yardımı ile demografik özelliklerin cevaplar üzerindeki "%" dağılımı değerlendirilmiştir.

Müşteriler ve işletmeler tarafından boyutlara verilen önemin demografik özelliklere göre farlılılaşıp farklılaşmadığını ortaya koymak için "Bağımsız Örneklem T" testi ve "One WayAnova" testleri uygulanmıştır. Bulunan farklar "Post Hoc" testi ile açıklanmıştır.

Çevreye duyarlı mutfak uygulamaları beklentileri ile işletmelerin bu yönde bir sertifikaya sahip olması beklentisi arasındaki ilişkiyi ölçmek için "Korelasyon Analizi"nden faydalanılmıştır.

5.5. BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde katılımcılara uygulanan anket formundan elde edilen bulgulara yer verilmektedir.

5.5.1. Ankete Katılanların Demografik Özellikleri

Bu bölümde katılımcılar müşteri ve işletme olarak iki başlık altında değerlendirilecektir.

5.5.1.1. Müşteri

Araştırmaya katılan müşterilerin demografik özellikleri tablolar yardımı ile gösterilmektedir.

Tablo 1: Ankete Katılan Müşterilerin Demografik Özellikleri

		n	%
Cinsiyet	Kadın	218	56,5
	Erkek	168	43,5
Eğitim	İlk/Ortaokul	6	1,6
	Lise	84	21,8
	Önlisans	47	12,2
	Lisans	164	42,5
	Yüksek Lisans	64	16,6
	Doktora	21	5,4
Yaş	20 ve altı	21	5,4
	21-30 arası	170	44
	31-40 arası	92	23,8
	41-50 arası	52	13,5
	51 ve üzeri	51	13,2

Araştırmaya katılanların %56,5'ini (218) kadınlar, %43,5'ini ise (168) erkekler oluşturmaktadır.

Katılımcıların %42,5'i lisans, %21,8'i lise, %16,6'sı yüksek lisans, %5,4'ü doktora ve %1,6'sı ilk/0rtaokul mezunudur.

Katılımcıların yaşları dağılımı ise; %44'ü 21-30 yaş, %23,8'i 31-40 yaş, 13,5' 41-50 yaş, %13,2'si 51 ve üzeri yaş ve %5,4'ü 20 ve altı yaş şeklindedir.

5.5.1.2. İşletme

Tablo 2: İşletmelerin Faaliyet Süreleri

	İşletme Sayısı	%
1 yıl ve altı	2	9,5
2-5 yıl	3	14,3
6-10 yıl	5	23,8
11-15 yıl	4	19,0
16 yıl ve üstü	7	33,3

İşletmelerin faaliyet süreleri incelendiğinde "1 yıl ve altı" olan 2, "2-5 yıl" aralığında 3, "6-10 yıl" aralığında 5, "11-15 yıl" aralığında 4, "16 ve üzeri" 7 işletme olduğu görülmektedir.

Tablo 3: İşletmelerin Kuver Sayıları

	İşletme Sayısı	%
100 ve altı	2	9,5
101-200 arası	6	28,5
201 ve üzeri	13	62

İşletmelerin kuver sayılarının (kapasitelerinin) sorulduğu bir soruda, "100 ve altı" 2, "101-200 arası" 6, "201 ve üzeri" 13 restoran olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 4: Yönetici Bilgileri

Yönetici İşletmenin Sahibidir.	12
Yönetici İşletme Sahibinin Birinci Dereceden Akrabasıdır.	0
Yönetici İşletme Sahibinin İkinci Dereceden Akrabasıdır.	1
Yönetici Sektör Deneyimi Olan Bir Çalışandır.	7+"3"
Yönetici Yiyecek - İçecek Alanında Diplomalı Bir Çalışandır.	2+"3"

Yönetimlerine bakıldığında işletmelerin 12 sahip, 1 ikinci dereceden akraba, 7 sektör deneyimli, 2 diplomalı, 3 de sektör deneyimine sahip ve diplomalı yöneticiler tarafından yönetildiği görülmektedir.

Tablo 5: İşletmelerin Sertifika Sahipliği

	HACCP	ISO 9000 "Kalite Yönetimi"	ISO 14000 "Çevresel Yönetim Sistemi"	ISO 22000 "Gıda Güvenliği Yönetimi"	ISO 50001 "Enerji Yönetimi Sistemi"
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11		Var			
12					
13	Var	Var			
14	Var	Var	Var	Var	Var
15					
16			Var		
17			Var		
18			Var		
19					
20					
21					

HACCP	2
ISO 9000 "Kalite Yönetimi"	3
ISO 14000 "Çevresel Yönetim Sistemi"	4
ISO 22000 "Gıda Güvenliği Yönetimi"	1
ISO 50001 "Enerji Yönetimi Sistemi"	1

Bir sertifikaya sahip olma açısından işletmeler değerlendirildiğinde 15 işletmenin hiçbir sertifikaya sahip olmadığı, 4 işletmenin bir, bir işletmenin iki, bir işletmenin de beş sertifikaya sahip olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

5.5.2. Güvenilirlik Ve Geçerlilik Analizleri

Güvenilirlik analizi, örnekleme yöneltilen soruların tamamının aynı konuyu ölçüp ölçmediğini ve anketi oluşturan ifadelerin kendi aralarındaki tutarlılığı test etmek amacıyla kullanılır. 0 ile 1 arasında ortaya çıkan değerler 1'e yaklaştıkça güvenilirliği artar (Ural ve Kılıç, 2013: 280). Cronbach Alpha değeri 0,70'in üzerindeki değerlerin içsel tutarlılığa sahip ve güvenilir oldukları kabul edilir (Bayram, 2009: 194).

Anket formlarında yer alan beşli Likert tipi ifadelerin güvenilirliği Cronbach Alpha testi ile ortaya konmuştur. Elde edilen "0,939" değeri ifadelerin güvenilirliğinin çok yüksek olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte hiçbir değişkenin toplam korelasyon ile negatif ilişkisi bulunmaması veya değişkenler arasındaki toplam korelasyonun çok düşük çıkmaması dolayısıyla verilerin iç tutarlılığının da çok iyi olduğu söylenebilir.

Faktör analizi, değişkenleri aralarındaki anlam ya da ilişki birliktelikleri açısından gruplayarak anlamlı bir özet haline getirmek için kullanılır. İfadelerin boyutlar altında toplanabilmesine olanak sağlar (Bayram, 2009: 199).

Analizde eigen değeri birden büyük dört faktörün türetilmiştir. Elde edilen bu dört faktör varyansın %70,785'ini açıklamaktadır. KMO değeri "1"e çok yakın (0,904) olduğu için veri grubuna faktör analizi yapılması uygundur. "$p<0,05$" oluşu korelasyon matrisinin birim matris olmadığını göstermektedir.

Literatürde değerlendirme yedi boyutta ele alınmışken, müşterilerin algılarında tüm maddelerin dört boyutta toplandığı görülmektedir. Müşteriler bu uygulamaları "enerji tasarrufu", "su ve atık yönetimi", "kimyasal kullanımı", "tek kullanımlıklar ve sürdürülebilir gıda" gibi dört başlık altında değerlendirmişlerdir.

Bu fark, müşterilerin mesleki ya da teknik bilgileri farklı anlamlandırmalarından kaynaklanmış olabilir.

Bu çalışmada çevreye duyarlı mutfak uygulamaları 1. enerji verimliliği, 2. su tasarrufu, 3. tek kullanımlıklar, 4. atık yönetimi, 5. kimyasal kullanımı, 6. sürdürülebilir gıda ve 7. sürdürülebilir yapı (GRA, 2014) olmak üzere yedi boyutta ele alınmıştır.

5.5.3. Hipotezlerin Test Edilmesi İle İlgili Bulgular

İlk yedi hipotezin test edildiği aşağıdaki iki tabloda, iki bağımsız örneklem (işletme, müşteri) ortalamaları arasındaki farkın anlamlılığının ölçümü için "Bağımsız İki Örneklem T" testi (Bayram, 2009: 113) kullanılmıştır.

Tablo: 6'da boyutlar bazında müşteri ve işletme puan ortalamaları, standart sapmaları ve arasındaki farkın anlamlılığını gösteren "p" değerleri sıralanmıştır.

Tablo 6: Boyutlar Bazında Müşteri Ve İşletme Puan Ortalamaları

	İşletme			Müşteri			
	n	$\bar{x}$	s.s	n	$\bar{x}$	s.s	p
Enerji Verimliliği	21	3,16	0,8732	386	3,56	1,13833	0,109
Su Tasarrufu	21	2,25	0,67546	386	3,90	0,91977	**0,000**
Atık Yönetimi	21	3,81	0,69779	386	4,18	0,89783	0,061
Tek Kullanımlıklar	21	2,21	1,45406	386	3,65	1,13032	**0,000**
Kimyasal Azaltımı	21	3,58	0,93653	386	3,31	1,16702	0,304
Sürdürülebilir Gıda	21	2,88	0,93414	386	3,83	1,10054	**0,000**
Sürdürülebilir Yapı	21	1,71	1,1244	386	2,73	1,36658	**0,001**

5.5.3.1. Enerji verimliliği konusunda müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasındaki fark bilgileri

Çevreye duyarlı mutfak uygulamaları kapsamında enerji verimliliği boyutunu oluşturan "fırınların enerji tasarruflu olması", "merkezi klima sisteminin kullanılması", "LED aydınlatmalar ile enerji tasarrufu sağlanması", "soğutma ekipmanlarının enerji tasarruflu olması" ve "işyerinde yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı" maddeleri için müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları düzeyleri arasındaki fark ile ilgili test sonuçları Tablo: 6'da gösterilmiştir.

Enerji verimliliği boyutunda müşteri beklenti ortalaması "3,56", işletme uygulamaları ortalaması "3,16" ve müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasındaki farkın anlamlılık düzeyi "p>0,05" olarak ölçülmüştür. Bu sonuç enerji verimliliği boyutunda müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasında istatistksel olarak anlamlı bir fark olmadığını ortaya koymaktadır.

Dolayısıyla "**H1:** Enerji verimliliği konusunda müşterilerin beklenti düzeyleri ile işletme uygulamaları arasında anlamlı bir fark vardır" hipotezi **red**dedilmiştir**.**

5.5.3.2. Su tasarrufu konusunda müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasındaki fark bilgileri

Çevreye duyarlı mutfak uygulamaları kapsamında su tasarrufu boyutunu oluşturan "atık suların arıtılarak sulamada ya da tuvaletlerde kullanılması", "tuvaletlerde iki sifonlu rezervuarların kullanılması", "çatı sularının toplanarak sulamada kullanılması" ve "tuvaletlerde sensörlü muslukların kullanılması" maddeleri için müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları düzeyleri arasındaki fark ile ilgili test sonuçları Tablo: 6'da gösterilmiştir.

Su tasarrufu boyutunda müşteri beklenti ortalaması "3,90", işletme uygulamaları ortalaması "2,25" ve müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasındaki farkın anlamlılık düzeyi "p<0,05" olarak ölçülmüştür. Bu sonuç su tasarrufu boyutunda müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasında istatistksel olarak anlamlı bir fark olduğunu ortaya koymaktadır.

Buna göre "**H2:** Su tasarrufu konusunda müşterilerin beklenti düzeyleri ile işletme uygulamaları arasında anlamlı bir fark vardır" hipotezi **kabul** edilmiştir.

5.5.3.3. Atık yönetimi konusunda müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasındaki fark bilgileri

Çevreye duyarlı mutfak uygulamaları kapsamında atık yönetimi boyutunu oluşturan "plastik, cam, alüminyum ve yağ gibi atıkların ayrıştırılarak dönüşüme gönderilmesi", "pil ve kimyasallar gibi tehlikeli atıkların ayrıştırılarak dönüşüme gönderilmesi", "kağıtsızlaşma çabalarının benimsenmesi" ve "artan yiyeceklerin hayvan barınaklarına veya hayır kurumlarına bağışlanması" maddeleri için müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları düzeyleri arasındaki fark ile ilgili test sonuçları Tablo: 6'da gösterilmiştir.

Atık yönetimi boyutunda müşteri beklenti ortalaması "4,18", işletme uygulamaları ortalaması "3,81" ve müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasındaki farkın anlamlılık düzeyi "p>0,05" olarak ölçülmüştür. Bu sonuç Atık yönetimi boyutunda müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasında istatistksel olarak anlamlı bir fark olmadığını ortaya koymaktadır.

Buna göre, "**H3**: Atık yönetimi konusunda müşterilerin beklenti düzeyleri ile işletme uygulamaları arasında anlamlı bir fark vardır." hipotezi **red**dedilmiştir.

5.5.3.4. Tek kullanımlıklardan kaçınma konusunda müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasındaki fark bilgileri

Çevreye duyarlı mutfak uygulamaları kapsamında tek kullanımlıklar boyutunu oluşturan "tek kullanımlık kurulama gereçlerinden kaçınılması" ve "tek kullanımlık paketleme kutularından kaçınılması" maddeleri için müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları düzeyleri arasındaki fark ile ilgili test sonuçları Tablo: 6'da gösterilmiştir.

Tek kullanımlıklardan kaçınma boyutunda müşteri beklenti ortalaması “3,65”, işletme uygulamaları ortalaması “2,21” ve müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasındaki farkın anlamlılık düzeyi “p<0,05” olarak ölçülmüştür. Bu sonuç tek kullanımlıklardan kaçınma boyutunda müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasında istatistksel olarak anlamlı bir fark olduğunu ortaya koymaktadır.

Bu nedenle, “**H4**: Tek kullanımlıklardan kaçınma konusunda müşterilerin beklenti düzeyleri ile işletme uygulamaları arasında anlamlı bir fark vardır.” hipotezi **kabul** edilmiştir.

5.5.3.5. Kimyasal kullanımının azaltılması konusunda müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasındaki fark bilgileri

Çevreye duyarlı mutfak uygulamaları kapsamında kimyasal kullanımının azaltılması boyutunu oluşturan “Personelin toplu taşımayı kullanımının teşvik edilmesi”, Personel üniforma ve önlüklerinde sürdürülebilir tekstil ürünlerinin tercih edilmesi”,” ISO 14001 "Çevre Yönetim Sistemi" sertifikalı ilaçlama şirketlerinin tercih edilmesi” ve ”Eko Etiket’li genel temizlik ürünlerinin tercih edilmesi” maddeleri için müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları düzeyleri arasındaki fark ile ilgili test sonuçları Tablo: 6‘da gösterilmiştir.

Kimyasal kullanımının azaltılması kaçınma boyutunda müşteri beklenti ortalaması “3,31”, işletme uygulamaları ortalaması “3,58” ve müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasındaki farkın anlamlılık düzeyi “p>0,05” olarak ölçülmüştür. Bu sonuç kimyasal kullanımının azaltılması boyutunda müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasında istatistksel olarak anlamlı bir fark olmadığını ortaya koymaktadır.

Dolayısıyla, “**H5**: Kimyasal kullanımının azaltılması konusunda müşterilerin beklenti düzeyleri ile işletme uygulamaları arasında anlamlı bir fark vardır” hipotezi **red**dedilmiştir.

5.5.3.6. Sürdürülebilir gıda uygulamaları konusunda müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasındaki fark bilgileri

Çevreye duyarlı mutfak uygulamaları kapsamında sürdürülebilir gıda boyutunda yer alan "menüdeki yiyecekler bölgede yetişen ürünlerden tedarik edilmelidir" ve "menüde "Organik" sertifikalı yiyeceklere de yer verilmesi" maddeleri için müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları düzeyleri arasındaki fark ile ilgili test sonuçları Tablo: 6'da gösterilmiştir.

Sürdürülebilir gıda boyutunda müşteri beklenti ortalaması "3,83", işletme uygulamaları ortalaması "2,88" ve müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasındaki farkın anlamlılık düzeyi "$p<0,05$" olarak ölçülmüştür. Bu sonuç sürdürülebilir gıda boyutunda müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasında istatistksel olarak anlamlı bir fark olduğunu ortaya koymaktadır.

Bu sebeple, "**H6**: Sürdürülebilir gıda uygulamaları konusunda müşterilerin beklenti düzeyleri ile işletme uygulamaları arasında anlamlı bir fark vardır." hipotezi **kabul** dedilmiştir.

5.5.3.7. Sürdürülebilir yapı uygulamaları konusunda müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasındaki fark bilgileri

Çevreye duyarlı mutfak uygulamaları kapsamında sürdürülebilir yapı boyutunu oluşturan "yapıda kullanılan malzemelerin dönüştürülmüş olanlardan tercih edilmesi" ve "donanımda kullanılan malzemelerin dönüştürülmüşlerden tercih edilmesi" maddeleri için müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları düzeyleri arasındaki fark ile ilgili test sonuçları Tablo: 6'da gösterilmiştir.

Sürdürülebilir yapı boyutunda müşteri beklenti ortalaması "2,73", işletme uygulamaları ortalaması "1,71" ve müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasındaki farkın anlamlılık düzeyi "$p<0,05$" olarak ölçülmüştür. Bu sonuç sürdürülebilir yapı boyutunda müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasında istatistksel olarak anlamlı bir fark olduğunu ortaya koymaktadır.

Dolayısıyla, "**H7**: Sürdürülebilir yapı uygulamaları konusunda müşterilerin beklenti düzeyleri ile işletme uygulamaları arasında anlamlı bir fark vardır" hipotezi **kabul** edilmiştir.

5.5.3.8. Müşterilerin cinsiyeti ile çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusundaki beklenti düzeyleri arasındaki fark bilgileri

Müşterilerin cinsiyet, yaş ve eğitim seviyesi gibi demografik özelliklerine göre çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusundaki beklenti düzeyleri arasındaki dağılım Tablo: 7'de gösterilmiştir.

Tablo 7: Müşterilerin Demografik Özelliklerine Göre Beklenti Puanları

Bağımsız değişkenler		**n**	**$\bar{x}$**	**s.s.**	**t/F**	**p**	**Post Hoc (Tukey)**
Cinsiyet	Kadın	218	3,65	0,74	11,709	0,894	
	Erkek	168	3,64	0,93			
Yaş (yıl)	20 yaş ve altı (1)	52	3,76	0,54	18,122	**0,000**	(1-4),(1-5)
	21-30 yaş (2)	92	3,65	0,67			(2-4),(2-5)
	31-40 yaş (3)	170	3,51	0,99			(3-4),(3-5)
	41-50 yaş (4)	21	3,09	0,99			Hepsi
	51 yaş ve üzeri(5)	51	4,37	0,48			Hepsi
Eğitim Seviyesi	İlk/Ortaokul (1)	6	2,67	0,40	5,653	**0,000**	(1-3),(1-5) (1-6)
	Lise (2)	84	3,53	0,69			-
	Önlisans (3)	47	3,84	0,74			(3-1)
	Lisans (4)	164	3,53	1,00			(4-5),(4-6)
	Yüksek Lisans (5)	64	3,91	0,62			(5-1),(5-4)
	Doktora (6)	21	4,09	0,51			(6-1),(6-4)

Yapılan testlerde çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusunda erkeklerin beklenti ortalaması "3,64", bayanların beklenti ortalaması "3,65" ve her iki ortalama

arasındaki farkın anlamlılık değeri "p>0,05" olarak ölçülmüştür. Bu sonuç, çevreye duyarlu mutfak uygulamaları konusunda erkekler ve bayanlar arasında cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığını göstermektedir.

Dolayısıyla, "**H8**: Müşterilerin cinsiyeti ile çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusundaki beklenti düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır" hipotezi **red**dedilmiştir.

5.5.3.9. Müşterilerin yaşı ile çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusundaki beklenti düzeyleri arasındaki fark bilgileri

Müşterilerin yaşları ile çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusundaki beklenti düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark (p<0,05) bulunmaktadır. Bu farkın hangi gruplar arasından kaynaklandığını belirlemek amacıyla "Post Hoc" testlerinden "Tukey" testi yapılmıştır.

Buna göre, "20 ve altı" yaş grubundaki müşteriler ile "41-50" ve "51 ve üzeri" yaş grubundaki müşteri grupları arasında fark bulunmaktadır. "20 ve altı" yaş grubunun beklenti ortalaması (3,76) "41-50" yaş grubunun ortamasından (3,09) yüksek, "51 ve üzeri" yaş grubunun ortalamasından (4,37) düşüktür.

"21-30" yaş grubundaki müşteriler ile "41-50" ve "51 ve üzeri" yaş grubundaki müşteri grupları arasında fark bulunmaktadır. "21-30" yaş grubunun beklenti ortalaması (3,65) "41-50" yaş grubunun ortamasından (3,09) yüksek, "51 ve üzeri" yaş grubunun ortalamasından (4,37) düşüktür.

"31-40" yaş grubundaki müşteriler ile "41-50" ve "51 ve üzeri" yaş grubundaki müşteri grupları arasında fark bulunmaktadır. "31-40" yaş grubunun beklenti ortalaması (3,51) "41-50" yaş grubunun ortamasından (3,09) yüksek, "51 ve üzeri" yaş grubunun ortalamasından (4,37) düşüktür.

"41-50" yaş grubundaki müşteriler ile "51 ve üzeri" yaş grubundaki müşteri grupları arasında fark bulunmaktadır. "41-50" yaş grubunun beklenti ortalaması (3,09), "51 ve üzeri" yaş grubunun ortalamasından (4,37) düşüktür.

"51 ve üzeri" yaş grubu diğer tüm yaş gruplarından daha yüksek bir ortalamaya (4,37) sahiptir.

Dolayısıyla, "**H9**: Müşterilerin yaşı ile çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusundaki beklenti düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır" hipotezi **kabul** edilmiştir.

5.5.3.10. Müşterilerin eğitim seviyesi ile çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusundaki beklenti düzeyleri arasındaki fark bilgileri

Müşterilerin seviyesi ile çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusundaki beklenti düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark ($p<0,05$) bulunmaktadır. Bu farkın hangi gruplar arasından kaynaklandığını belirlemek amacıyla "Post Hock" testlerinden "Tukey" testi yapılmıştır.

Buna göre, "İlk/Ortaokul" eğitim seviyesi grubundaki müşteriler ile "Önlisans", "Yüksek Lisans" ve "Doktora" eğitim seviyesi grubundaki müşteri ortalamaları arasında istatitksel olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır. "İlk/Ortaokul" yaş grubunun beklenti ortalaması (2,67); "Önlisans" (3,84), "Yüksek Lisans" (3,91) ve "Doktora" (4,09) eğitim seviyesi grubundaki müşteri ortalamalarından düşüktür.

"Lisans" eğitim seviyesi grubundaki müşteriler ile "Yüksek Lisans" ve "Doktora" eğitim seviyesi grubundaki müşteri ortalamaları arasında istatitksel olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır. "Lisans" yaş grubunun beklenti ortalaması (3,53); "Yüksek Lisans" (3,91) ve "Doktora" (4,09) eğitim seviyesi grubundaki müşteri ortalamalarından düşüktür.

"Yüksek Lisans" eğitim seviyesi grubundaki müşteriler ile "Lisans" ve "İlk/ortaokul" eğitim seviyesi grubundaki müşteri ortalamaları arasında istatitksel olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır. "Yüksek Lisans" yaş grubunun beklenti ortalaması (3,91); "Lisans" (3,53) ve "İlk/ortaokul" (2,67) eğitim seviyesi grubundaki müşteri ortalamalarından yüksektir.

"Doktora" eğitim seviyesi grubundaki müşteriler ile "Lisans" ve "İlk/ortaokul" eğitim seviyesi grubundaki müşteri ortalamaları arasında istatitksel

olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır. “Doktora” yaş grubunun beklenti ortalaması (4,09); “Lisans” (3,53) ve “İlk/ortaokul” (2,67) eğitim seviyesi grubu ve diğer tüm eğitim seviyesi müşteri gruplarının ortalamalarından yüksektir.

Bu nedenle, “**H10**: Müşterilerin eğitim düzeyi ile çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusundaki beklenti düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır” hipotezi **kabul** edilmiştir.

5.5.3.11. İşletmelerin faaliyet süreleri ile çevreye duyarlı mutfak uygulamaları uygulamaları arasındaki fark bilgileri

İşletmelerin faaliyet süresi ve kapasite gibi değişkenlerine göre çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusundaki uygulamaları arasındaki dağılım Tablo: 8‘de gösterilmiştir.

Tablo 8: İşletmelerin Faaliyet Süreleri Ve Kapasite Değişkenlerine Göre Puanları

Bağımsız değişkenler		n	$\bar{x}$	s.s.	t/F	p
Faaliyet Süresi (yıl)	1 yıl ve altı	2	2,52	0,00	0,716	0,593
	2-5 yıl	3	3,33	0,05		
	6-10 yıl	5	2,93	0,26		
	11-15 yıl	4	2,82	0,33		
	16 yıl ve üstü	7	3,01	0,85		
Kapasite (Kuver)	1-100	2	2,74	1,35	0,233	0,795
	101-200	6	3,05	0,75		
	201 ve üzeri	13	2,94	0,30		

İşletmelerin faaliyet süreleri ile çevreye duyarlı mutfak uygulamalarındaki uygulamaları arasındaki anlamlılık değeri “p>0,05” olarak ölçülmüş ve istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Bu nedenle, "**H11**: İşletmelerin faaliyet süreleri ile çevreye duyarlı mutfak uygulamaları uygulamaları arasında anlamlı bir fark vardır" hipotezi **red**dedilmiştir.

5.5.3.12. İşletmelerin kapasiteleri ile çevreye duyarlı mutfak uygulamaları uygulamaları arasındaki fark bilgileri

İşletmelerin kapasiteleri ile çevreye duyarlı mutfak uygulamalarındaki uygulamaları arasındaki anlamlılık değeri "p>0,05" olarak ölçülmüş ve istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Dolayısıyla, "**H12**: İşletmelerin kapasiteleri ile çevreye duyarlı mutfak uygulamaları uygulamaları arasında anlamlı bir fark vardır" hipotezi **red**dedilmiştir**.**

5.5.3.13. Bir restoran işletmesinin "Çevreye Duyarlılık" sertifikasına sahip olması beklentisi düzeyi ile çevreye duyarlı mutfak uygulamaları beklenti düzeyi arasındaki ilişki bilgileri

Müşterilerin çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusunda beklenti düzeyleri ile müşterisi olduğu restoran işletmesinin bir çevreye duyarlılık sertifikasına sahip olması beklentisi düzeyi arasındaki ilişkinin yönü korelasyon analizi ile test edilmiştir. Testin sonuçları Tablo: 9'da gösterilmiştir.

Tablo 9: Çevreye Duyarlılık ve Sertifika Sahipliği Beklentileri Arasındaki İlişki Analizi

	$\bar{x}$	s.s.	Sertifika sahipliği beklentisi	Çevreye duyarlılık beklentisi
Sertifika sahipliği beklentisi	4,27	0,986	1	,682**
Çevreye duyarlılık beklentisi	3,64	0,85003	,682**	1

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

Bir restoran işletmesinin "Çevreye Duyarlılık" sertifikasına sahip olması beklentisi düzeyi ile "çevreye duyarlı mutfak uygulamaları beklenti düzeyi" arasında pozitif yönlü (r=0,682) bir ilişki olduğu, birindeki artışın diğerinde de artış gösterdiği ve bulunan bu pozitif yönlü ilişkinin "0,01" düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucu elde edilmiştir.

Buna göre, "**H13**: Bir restoran işletmesinin "Çevreye Duyarlılık" sertifikasına sahip olması beklentisi düzeyi ile "çevreye duyarlı mutfak uygulamaları beklenti düzeyi" arasında anlamlı bir ilişki vardır." hipotezi **kabul** dedilir.

5.5.4. Araştırmanın İstatistik Hipotezlerinin Kabul ve Red Durumları

Tablo 10: Araştırmanın İstatistik Hipotezlerinin Kabul/Red Durumları

H1: Enerji verimliliği konusunda müşterilerin beklenti düzeyleri ile işletme uygulamaları arasında anlamlı bir fark vardır.	**Red**
H2: Su tasarrufu konusunda müşterilerin beklenti düzeyleri ile işletme uygulamaları arasında anlamlı bir fark vardır.	**Kabul**
H3: Atık yönetimi konusunda müşterilerin beklenti düzeyleri ile işletme uygulamaları arasında anlamlı bir fark vardır.	**Red**
H4: Tek kullanımlıklardan kaçınma konusunda müşterilerin beklenti düzeyleri ile işletme uygulamaları arasında anlamlı bir fark vardır.	**Kabul**
H5: Kimyasal kullanımının azaltılması konusunda müşterilerin beklenti düzeyleri ile işletme uygulamaları arasında anlamlı bir fark vardır.	**Red**
H6: Sürdürülebilir gıda uygulamaları konusunda müşterilerin beklenti düzeyleri ile işletme uygulamaları arasında anlamlı bir fark vardır.	**Kabul**
H7: Sürdürülebilir yapı uygulamaları konusunda müşterilerin beklenti düzeyleri ile işletme uygulamaları arasında anlamlı bir fark vardır.	**Kabul**
H8: Müşterilerin cinsiyeti ile çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusundaki beklenti düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.	**Red**

H9: Müşterilerin yaşı ile çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusundaki beklenti düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.	**Kabul**
H10: Müşterilerin eğitim düzeyi ile çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusundaki beklenti düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.	**Kabul**
H11: İşletmelerin faaliyet süreleri ile çevreye duyarlı mutfak uygulama v arasında anlamlı bir fark vardır.	**Red**
H12: İşletmelerin kapasiteleri ile çevreye duyarlı mutfak uygulama uygulamaları arasında anlamlı bir fark vardır.	**Red**
H13: "Bir restoran işletmesinin 'Çevreye Duyarlılık' sertifikasına sahip olması beklentisi düzeyi" ile "çevreye duyarlı mutfak uygulamaları beklenti düzeyi" arasında anlamlı bir ilişki vardır.	**Kabul**

5.5.5. Araştırma Hipotezinin Test Edilmesi İle İlgili Bulgular

Tablo 11: Müşteri Beklentileri ve İşletme uygulamaları Genel Puan Ortalamaları

	n	$\bar{x}$	s.s	p	Y-MUTKAL (t)	BKO (t)
İşletme	21	2,80	,56198	**0,000**	-0,7967	%77,9
Müşteri	386	3,59	,85255			

*** BKO(t): Beklentinin Karşılanma Oranı (Toplam)
*** Y-MUTKAL (t): Toplam Y-MUTKAL puanı

Çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusunda müşteri beklenti düzeyi genel ortalaması "3,59", işletme uygulamaları genel ortalaması da "2,80" olarak ölçülmüştür. Beklenti ve uygulamalar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlıdır ($p<0,05$). Çalışmaya konu olan Bursa ili içerisinde faaliyet gösteren "Turizm İşletme Belgesi" sahibi restoran işletmelerinin G-KITHQUAL puanı "-0,7967" ve müşteri beklentilerini karşılama oranları "%77,9" olarak ölçülmüştür.

Dolayısıyla, **araştırma hipotezi** olan "Çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusunda müşteri beklentileri ile işletmelerin uygulamaları arasında fark vardır." hipotezi **kabul** edilmiştir.

5.5.6. Y-MUTKAL Ölçüm Sonuçları İle İlgili Bulgular

Tablo 12: Fatörler Bazında Müşteri Ve İşletme Puan Ortalamaları

	İşletme			Müşteri			
	n	$\bar{x}$	s.s	n	$\bar{x}$	s.s	p
Fırınların enerji tasarruflu olması	21	3,57	1,805	386	3,62	1,31	0,901
Merkezi klima sistemi	21	3,48	1,914	386	3,43	1,36	0,919
LED aydınlatmalar	21	3,81	1,25	386	3,59	1,37	0,475
Soğutma ekipmanlarının enerji tasarrufu	21	3,43	1,69	386	3,7	1,27	0,353
İşyerinde yenilenebilir enerji kaynakları	21	1,52	0,981	386	3,49	1,23	**0,000**
Atık suların arıtılarak sulamada-tuvaletlerde kullanımı	21	1,19	0,68	386	4,07	1,11	0,000
Tuvaletlerde iki sifonlu rezervuar bulunması	21	3,81	1,834	386	3,74	1,28	0,867
Çatı sularının toplanarak sulamada kullanımı	21	1,05	0,218	386	3,73	1,33	**0,000**
Tuvaletlerde sensörlü muslukların bulunması	21	2,95	1,857	386	4,08	1,09	**0,012**
Plastik, kağıt, alüminyum ve yağların ayrıştırılarak dönüşüme gönderilmesi	21	4,48	1,03	386	4,23	1,04	0,296
Tehlikeli atıkların (pil, kimyasal...) ayrıştırılarak dönüşüme gönderilmesi	21	3,19	1,965	386	4,1	1,12	**0,048**
Kağıtsızlaşma çabalarının benimsenmesi (e-fatura, e-bordro, e-raporlama...)	21	3,67	1,932	386	4,05	1,05	0,378
Artan yiyeceklerin hayvan barınaklarına yada hayır kurumlarına bağışlanması	21	3,9	1,513	386	4,35	1,03	0,193
Tek kullanımlı kurulama gereçlerinden (havlu, peçete) kaçınılması	21	1,81	1,47	386	3,61	1,28	**0,000**
Tek kullanımlı paketleme kutularından (kağıt, plastik, alüminyum) kaçınılması	21	2,62	1,857	386	3,69	1,22	**0,016**
Personelin toplu taşımayı kullanımının teşvik edilmesi (%50'sini karşılama)	21	3,81	1,721	386	3,39	1,34	0,282
Personel üniforma ve önlüklerinde sürdürülebilir tekstil ürünlerinin tercih edilmesi	21	3,29	1,419	386	3,26	1,33	0,929
ISO 14001 "Çevre Yönetim Sistemi" sertifikalı ilaçlama şirketlerinin tercih edilmesi	21	3	2	386	3,38	1,39	0,405
"Eko Etiket"li genel temizlik ürünlerinin tercih edilmesi	21	4,24	1,338	386	3,24	1,34	**0,001**
Menüde "Organik" sertifikalı yiyeceklere de yer verilmesi	21	2,48	1,401	386	4,02	1,14	**0,000**
Menüdeki yiyeceklerin bölgede yetişen ürünlerden tedarik edilmesi	21	3,29	1,271	386	3,66	1,27	0,197
Yapıda kullanılan malzemelerin dönüştürülmüş olanlardan tercih edilmesi (iskelet, zemin, çatı)	21	1,52	1,123	386	2,72	1,44	**0,000**
Donanımda kullanılan malzemelerin dönüştürülmüşlerden tercih edilmesi	21	1,90	1,546	386	2,75	1,45	**0,010**

1. Aşama: Müşteri puanlarını hesaplama

Tablo: 12'e göre en yüksek beklenti düzeyi (4,35) "Artan yiyeceklerin hayvan barınaklarına ya da hayır kurumlarına bağışlanması" maddesinde görülmektedir. İşletme uygulamalarının bu ifadedeki ortalaması "3,90" olarak ölçülmüş ve işletme uygulamaları ile müşteri beklentileri düzeyleri arasında istatisksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır (p>0,05).

Beklenti ortalamaları yüksek olan (4 ve üzeri) diğer ifadeler sırasıyla; "Plastik, kağıt, alüminyum ve yağların ayrıştırılarak dönüşüme gönderilmesi" (4,23), "Tehlikeli atıkların (pil, kimyasal...) ayrıştırılarak dönüşüme gönderilmesi" (4,10), "Tuvaletlerde sensörlü muslukların bulunması" (4,08), "Atık suların arıtılarak sulamada-tuvaletlerde kullanımı" (4,07), "Kağıtsızlaşma çabalarının benimsenmesi (e-fatura, e-bordro, e-raporlama...)" (4,05) ve "Menüde "Organik" sertifikalı yiyeceklere de yer verilmesi" (4,02) maddeleri olmuştur.

İşletmelerin uygulama ve müşterin beklenti puanlarının boyutlar bazında sıralandığı Tablo:6'dan da anlaşılacağı üzere müşteriler en yüksek beklenti ortalamalarını (4,18) "Atık yönetimi" boyutunda göstermişlerdir. Bunun yanında, en düşük beklenti ortalaması ise (2,73) "Sürdürülebilir yapı" boyutunda gerçekleşmiştir. Diğer boyutlar ise; "Su tasarrufu" (3,90), "Sürdürülebilir gıda" (3,83), "Tek kullanımlıklar" (3,65), "Enerji verimliliği" (3,56) ve "Kimyasal azatlımı" (3,31) şeklinde sıralanmıştır.

Müşterilerin çevreye duyarlı mutfak uygulamalaru konusundaki genel beklenti ortalaması "3,59" olarak ölçülmüştür.

2. Aşama: İşletme puanlarını hesaplama

Tablo: 12'e göre işletmelerin en yüksek uygulama ortalamasını (4,48) "Plastik, kağıt, alüminyum ve yağların ayrıştırılarak dönüşüme gönderilmesi"nde göstermişlerdir. Müşterilerin bu ifade için beklenti ortalaması (4,23) ile işletme uygulamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir (p>0,05).

Bir diğer yüksek uygulama ortalaması (4,24) "Eko Etiket"li genel temizlik ürünlerinin tercih edilmesi maddesinde olmuştur. Müşterilerin bu ifadedeki beklenti ortalaması (3,24) daha düşük olmuş ve beklenti ve uygulama arasında istatiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$).

En düşük uygulama ortalaması (1,05) "Çatı sularının toplanarak sulamada kullanımı" maddesinde olmuştur. Ortalamaları düşük olan (2 ve altı) diğer ifadeler; "Atık suların arıtılarak sulamada-tuvaletlerde kullanımı" (1,19), "İşyerinde yenilenebilir enerji kaynakları" (1,52), "Yapıda kullanılan malzemelerin dönüştürülmüş olanlardan tercih edilmesi (iskelet, zemin, çatı)" (1,52), "Tek kullanımlı kurulama gereçlerinden (havlu, peçete) kaçınılması" (1,81) ve "Donanımda kullanılan malzemelerin dönüştürülmüşlerden tercih edilmesi" (1,90) olarak sıralanmaktadır.

İşletmelerin uygulama ve müşterin beklenti puanlarının boyutlar bazında sıralandığı Tablo:6 incelendiğinde, işletme uygulamalarının ortalamasının en yüksek olduğu (3,81) boyut, müşteri ortalamalarında da olduğu gibi, "Atık yönetimi" boyutu olmuştur. Buna karşın ortalamanın en düşük (1,71) olduğu boyut, yine müşterilerce de en az puanı almış olan "Sürdürülebilir yapı" boyutudur.

İşletme uygulamalarının diğer puanları; "Kimyasal Azaltımı" (3,58), "Enerji Verimliliği" (3,16), "Sürdürülebilir Gıda" (2,88), "Su Tasarrufu" (2,25), "Tek Kullanımlıklar" (2,21) şeklinde sıralanmıştır.

İşletmelerin çevreye duyarlı mutfak uygulamalaru konusundaki genel uygulama ortalaması "2,80" olarak ölçülmüştür.

3. Aşama: Y-MUTKAL kalite puanları hesaplamaları

Tablo 13: Y-MUTKAL ve BKO Puanları

	$\bar{x}$		Y-MUTKAL (b)	BKO (b)	Y-MUTKAL (t)	BKO (t)
	İşletme	Müşteri				
Enerji Verimliliği	3,16	3,56	-0,41	88,6%	-0,7967	77,9%
Su Tasarrufu	2,25	3,90	-1,65	57,6%		
Atık Yönetimi	3,81	4,18	-0,37	91,1%		
Tek Kullanımlıklar	2,21	3,65	-1,44	60,6%		
Kimyasal Azaltımı	3,58	3,31	0,27	108,0%		
Sürdürülebilir Gıda	2,88	3,83	-0,95	75,1%		
Sürdürülebilir Yapı	1,71	2,73	-1,02	62,8%		

******* BKO(t): Beklentinin Karşılanma Oranı(Toplam)

******* BKO(b): Beklentinin Karşılanma Oranı(Boyut Bazında)

*** Y-MUTKAL (b): Boyut bazında Y-MUTKAL puanı

*** Y-MUTKAL (t): Toplam Y-MUTKAL puanı

Tablo: 13'te Y-MUTKAL kalite puanları boyut ve toplam olmak üzere hesaplanmıştır.

Y-MUTKAL (b) sonuçları incelendiğinde, "+0,27" değerini alan "Kimyasal azatlımı" boyutunda işletme uygulamalarının müşteri beklentilerinin ötesinde gerçekleşmiş olduğu görülür. En düşük Y-MUTKAL (b) kalite puanı "-1,65" ile "Su tasarrufu" boyutunda hesaplanmıştır. Bu sonuç, su tasarrufu konusunda işletme uygulamalarının müşteri beklentierinin çok gerisinde olduğunu göstermektedir. Diğer Y-MUTKAL (b) puanları; "Atık yönetimi" (-0,37), "Enerji verimliliği" (-0,41), "Sürdürülebilir gıda" (-0,95), "Sürdürülebilir yapı" (-1,02) ve "Tek kullanımlıklar" (-1,44) şeklinde sıralanmıştır.

Y-MUTKAL (t) puanı ise "-0,7967" olarak hesaplanmıştır.

4. Aşama: BKO (Beklentinin Karşılanma Oranı) hesaplamaları

Çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusunda müşteri beklentilerinin işletmelerce karşılanma oranını ortaya koyan "BKO", boyut ve toplam Tablo: 13'te hesaplanmıştır.

BKO(b) puanları incelendiğinde, müşteri beklentilerinin en yüksek düzeyde hatta beklentinin ötesinde karşılandığı boyut "%108" ile "Kimyasal azatlımı" boyutu olmuştur. Buna karşın, "%57,6" ile "Su tasarrufu" boyutu en düşük karşılanma oranına sahiptir. Diğer BKO(b) değerleri; "Atık yönetimi" (%91,1), "Enerji verimliliği" (%88,6), "Sürdürülebilir gıda" (%75,1), "Sürdürülebilir yapı" (%62,8) ve "Tek kullanımlıklar" (%60,6) şeklinde sıralanmıştır.

BKO(t) puanı ise "%77,9" olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçla, çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusunda işletmeler müşteri beklentilerini "%77,9" oranında karşılamaktadırlar.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmanın literatür kısmında, bugünün sınırlı kaynaklarının gelecek nesillerin de kullanım haklarının korunarak kullanımı anlamına gelen sürdürülebilirlik kavramı ve bu kavramının daha çok üretimle ilgili boyutu üzerinde durulmuştur. Üretim sürecindeki ham olsun olmasın tüm maddelerin tek tedarikçisi doğadır. Ve doğa kendi varlığını sürdürmenin bir yolunu hep bulmuştur. Burada yarınını düşünmesi gereken insandır. 1987'de Birleşmiş Milletlerin "Gelişme ve Uluslararası Ekonomik İşbirliği: Çevre" konferansında Brundtland'ın ortaya attığı "sürdürülebilirlik" kavramı ile batı toplumları başta olmak üzere dünya bu gerçeği tartışmaya başlamıştır.

Sürdürülebilirliğe ulaşabilmenin bilgi, verimlilik, yeşillenme ve iletişim gibi dört önemli stratejisi bulunmaktadır (Misso, v.d., 2013: 105). Verimlilik kelime anlamı olarak en az girdi ile en fazla çıktının elde edilmesini ifade eder. Üretimde kullanılan tüm maddelerin doğadan temin edildiği ve verimsiz üretimin doğal kaynakların israfı anlamına da geldiği göz önüne alındığında üretimde verimliliğin inisiyatiflere bırakılamayacağı ortadadır. Yaşam döngüsü boyunca doğaya zarar vermeyen, içeriğindeki maddelerle ve ambalajı ile doğayı tahrip etmeyen ürünler (Junior, v.d., 2015: 100) olarak da tanımlanabilecek yeşil ürünler ve yeşil süreçler sürdürülebilir üretim adına önemli stratejilerdendir.

Üretimin yeşillenmesi, işletmelerin "yeşil" ve "sürdürülebilirlik" konusunda bilinç düzeylerinin artması ve bu doğrultudaki politikaları benimsemeleri ile mümkün olabilir. İşletmelerin çevreye duyarlı uygulamaları geliştirme ve benimsemelerinin hem fiziki hem de sosyal çevreye karşı sorumlulukları olduğu bir gerçektir.

Günümüz tüketicilerinin çevreye duyarlılık konusundaki hassasiyetleri ile bu hassasiyetleri satın alma davranış ve eğilimlerine yansıtma oranı artmıştır. Bu durum işletmeler için teşvik edici bazen de zorlayıcıdır. Araştırmalar sürdürülebilir faaliyetlere sahip işletmelerin maliyetlerini (girdi, pazarlama, reklam…)

düşürdüklerini, müşteri sadakatini arttırdıklarını ve pazarda rekabet avantajı elde ettiklerini ortaya koymaktadır.

Sosyal ve yeşil pazarlama fiziki ve sosyal çevre menfaatlerini esas alan bir disiplindir (Kotler ve Lee, 2008: 3). Üretimin şekillenmesinde önemli bir role sahip pazarlama faaliyetlerinin çevreye duyarlılık üzerine yoğunlaşması tüketicilerin konuya olan ilgileri ve bu konudaki beklentileri ile de açıklanabilir. Çevreye duyarlı uygulamalar konusunda müşteri beklentilerinin tespiti ve beklenti düzeylerinin ölçümü işletmelerin faaliyetlerini planlama ve yönlendirme kararları açısından değerlidir.

Hizmetin somut olmayan özelliği dolayısı ile hizmet kalitesi, müşteri beklentileri ve algıladıkları deneyim arasındaki fark ile açıklanmaktadır. Yani kalitenin belirleyicisi müşteridir. Kalitenin iyilik, lüks, değer gibi anlaşılması zor ve belirsiz bir yapı olduğunu belirten Parasuraman, Zeithhaml ve Berry'nin (1985) SERVQUAL modelinden bu yana birçok hizmet kalitesi modeli gerek destekleyici gerekse genişletici diğer çalışmalarla geliştirilmiştir. Bu çalışma da mutfaklarda yeşil kaliteyi ölçmeyi hedefleyen Y-MUTKAL modelini ortaya koymaktadır.

Çevreye duyarlılık anlamında Türkiye'de ve dünyada çeşitli sertifikalandırma programları mevcuttur. Turizm sektörüne bakıldığında ülkemizde özellikle otel işletmeleri için "Çam" ve "Yeşil Yıldız" sertifikalarının uygulandığı görülmektedir. Ancak yiyecek içecek işletmeleri için çevreye duyarlı uygulamalarını standartlaştıran ve sertifikalandıran uygulamalar henüz gelişmemiştir. İşletmeleri çevreye duyarlılık konusunda teşvik edici ancak standartları oluşturulamamış bazı küçük sertifikalandırmalar yapılmaktadır. Yurtdışında özellikle ABD ve Kanada'da yiyecek içecek işletmelerinin çevreye duyarlılıklarını belli ve detaylı standartlara bağlayan iki sertifikalandırma programı mevcuttur. Bunlar; ABD merkezli Green Restaurant Assosiation (GRA) tarafından verilen "Green Restaurant 4.0" ve Kanada merkezli Leaders in Environmentaly Accountable Foodservice (LEAF) sertifikasyon programlarıdır. Ülkemizde bu yönde henüz ortaya konmuş net ve açık çalışmalar mevcut değildir.

Bu çalışmada, uluslararası "yeşil" sertifikasyonunda kullanılan standartlar uzman ve ilgili kişilerin görüşleri alınarak değerlendirme ifadeleri belirlenmiş, müşteri ve işletmelerin bu ifadelere verdikleri puanlar üzerinden de bir ölçüm modeli geliştirilmiştir. Geliştirilen ve Bursa ilinde uygulanabilirliği test edilen Y-MUTKAL (Mutfaklarda Yeşil Kalite) ölçüm modelinin sonuçları aşağıdaki gibidir.

Atık yönetimi boyutu müşteri beklentileri ve işletme uygulamaları açısından en yoğun ilgiyi gören boyut olmuştur. "Y-MUTKAL: -0,37" ve "BKO: %91,1" değerleri bu boyutta müşteri beklentileri ve işletme uygulamaları arasındaki farkın az, beklentilerin işletmelerce karşılanma oranının yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Kimyasal azatlımı boyutunun "Y-MUTKAL: +0,27" ve "BKO: %108" değerleri işletme uygulamalarının müşteri beklentilerinin üzerinde gerçekleştiğini göstermektedir.

İşletme uygulamalarının müşteri beklentilerini en az karşıladığı boyut su tasarrufu boyutu olmuştur. Boyutun "Y-MUTKAL: -1,65" ve "BKO: %57,6" değerleri hem diğer boyutlar içerisinde en düşük kalite seviyesini hem de işletmelerin su tasarrufu konusunda ne kadar yetersiz olduklarını ortaya koymaktadır.

Sürdürülebilir yapı boyutu en az ilgi gören boyut olmuştur. Müşteriler ve işletmeler özellikle binanın işletme kurulmadan çok önce yapılmış olabileceği düşüncesi ile beklenti ve uygulamalardan bu boyutu muaf tutmaya çalışmışlardır. Yine de müşteri beklentileri bu konuda işletme uygulamalarının önünde yer almıştır. Bu boyutun Y-MUTKAL değeri "-1,02", BKO değeri ise "%62,8"dir. Beklenti ve uygulama puan ortalamaları düşük olan (müşteri:2,73 - işletme:1,71) bu boyut, tek kullanımlıklar boyutundan daha yüksek yeşil kalite ve beklentinin karşılanma oranı değerlerine (Y-MUTKAL: -1,44 ve BKO: %60,6) sahiptir.

Yeşil kalite ve beklentinin karşılanma oranı değerlerine göre diğer boyutlar; enerji verimliliği (Y-MUTKAL: -0,42 ve BKO: %88,6) ve sürdürülebilir gıda (Y-MUTKAL: -0,95 ve BKO: %75,1) şeklinde sıralanmıştır.

Çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusunda müşterilerin beklenti düzeyleri ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık bulunmazken, yaş ve eğitim

seviyesi gibi değişkenlerde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Ancak buradaki farklar "eğitim seviyesi arttıkça çevreye duyarlılık beklenti düzey de artar" ya da "daha yüksek yaş grubu daha yüksek beklenti düzeylerine sahiptir" şeklinde yorumlanamamaktadır.

Müşterisi olduğu restoran işletmesinin bir "Çevreye Duyarlılık Sertifikası" sahibi olmasını bekleyen müşterilerin aynı zamanda çevreye duyarlı mutfak uygulamaları için yüksek beklenti düzeyine sahip oldukları görülmüştür. Bu "müşterilerin çevreye duyarlılıklarını görünür ve güvenilir kılmak adına işletmelerden sertifika sahibi olmalarını bekledikleri" şeklinde yorumlanabilir.

İşletmelerin çevreye duyarlı mutfak uygulamalarının düzeyi ile işletmenin faaliyet süreleri ve kapasiteleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Bursa iline uygulanan Y-MUTKAL ölçüm modelinin kalite puanı "-0,7967" Beklentinin Karşılama Oranı da "%77,9" olarak bulunmuştur (Tablo: 13). Müşteri beklentilerinin hizmet kalitesinin belirleyici unsuru olduğu düşünüldüğünde, araştırmaya konu olan işletmeler genel ortalamada "-0,7967" kalite oranına sahiptirler. Bu oran, bugünün müşterilerinin bugünkü çevre bilinci, duyarlılığı ve beklentilerinin ortaya koyduğu kalite çıtasıdır. Her geçen gün çevre bilici ve hassasiyeti artan müşterilerin işletmelerden çevreye duyarlılık konusunda beklenti düzeyleri de artış gösterecektir.

Bu çalışma ile ortaya konan ve uygulanabilirliği test edilen Y-MUTKAL (Mutfaklarda Yeşil Kalite) Ölçüm Modeli bir işletme, bir bölge ya da daha büyük alandaki işletme grupları için uygulanabilir bir ölçektir.

Araştırmanın bir başka tespiti de "Turizm İşletme Belgesi" sahibi olma yeterlilik, denetim ve geçerliliği ile ilgili soru işaretleridir. Görüşme randevularının alınması esnasında ismi Bursa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü web sayfasında bulunan ancak bir süredir faal olmayan işletmeler olduğu görülmüştür. Görüşülen müdürlük görevlisi kendilerinin de bu işletmelere ulaşamadıklarını, bu belgeyi kendileri iptal etmediği sürece belgenin geçerli olduğunu ifade etmiştir. Bunun yanı sıra görüşme talebine olumlu yanıt veren işletmeler ziyaret edildiğinde işletmelerin

gerek fiziksel gerekse yönetimsel olarak belirli standartlarda olmadıkları gözlemlenmiştir.

Bu çalışma çevreye duyarlı mutfak uygulamaları konusunda müşteri beklentileri ile işletme uygulamaları arasındaki farkı ölçen bir ölçüm modeli (Y-MUTKAL) ortaya koymuştur.

Restoran ve mutfak uygulamaları çevreye duyarlılık çerçevesinde çalışılması gereken bir alandır. Gelecek çalışmaların yiyecek içecek işletmelerinin ve işletmeciliğinin tedarik, üretim ve sunum süreçlerini çevreye duyarlılık yönünde araştırması ve geliştirmesiyle Türkçe literatüre "yeşil mutfak" kavramı kazandırılabilir. Bu yönde ortaya konacak bilgi çeşitliliği sektöre yol gösterecek veriler sağlayacak ve yeşil uygulama sertifikalarına standartlar koyacaktır. Bu çalışmalar gerek devlet gerekse sivil toplum kuruluşlar tarafından verilebilecek ve denetlenebilecek sertifika programlarına temel oluşturacaktır.

Devlet denetim ve teşviklerle üretim işletmeleri olan restoranları çevreye duyarlı uygulamalar konusunda yönlendirmelidir. Boşluklara ve yeşil göz boyama gibi suistimallere fırsat vermeyecek düzenlemer geliştirmelidir. Çevresel duyarlılıkla hareket eden sivil toplum kuruluşlarının da denetim fonksiyonuna katkı sunabilmesi için gerekli düzenlemeleri yapmalıdır. Kamu spotu ve eğitim müfredatları gibi araçlarla halkı bilgilendirmeli ve yeşil uygulamalara sahip işletmelerin ürünlerini tercih etmeleri yönünde özendirmelidir.

İşletmeler çevreye duyarlı üretim uygulamalarını kurumsal bir sosyal sorumluluk olarak değerlendirmeli ve bu yöndeki uygulamalarını da görünür kılarak yeşil uygulamaların avantajlarından faydalanmalıdır. Tedarik sürecinde çevresel duyarlılıkları ve satın alma güçleri ile tedarikçi işletmeleri de bu yönde teşvik etmelidir.

Tüketiciler doğal çevrenin korunması ve üretimin çevreye olan etkileri konusunda daha duyarlı olmalı ve bu duyarlılıklarını satın alma davranışlarına yansıtmalıdır. Talebin yönü ve şiddeti arzı şekillendirecek ve yönlendirecektir.

KAYNAKÇA

Aksungur, Nilgün ve Firidin, Şirin (2008), "Su Kaynaklarının Kullanımı ve Sürdürülebilirlik", Trabzon: Yunus Araştırma Bülteni, Cilt: 8, No:1

Aktaş, Ahmet ve Özdemir, Bahattin (2012), *Otel İşletmelerinde Mutfak Yönetimi.* Detay Yayıncılık, Ankara,

Akyüzoğlu, Davut (2008), "Anadolu öğretmen liselerini tercih eden öğrencilerin beklentileri ve bu beklentilerin gerçekleşme düzeyi", Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul.

Altınel, Hüseyin (2011), *Menü Yönetimi ve Menü Planlama,* Detay Yayıncılık, Ankara.

Altunöz, Özlem; Arslan, Ömer Emre ve Hassan, Azize (2014), "Turistlerin yeşil pazarlamaya yönelik görüşlerinin demografik değişkenler kapsamında incelenmesi", *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi,* C: 43, N:1, s. 157-172.

Aminudin, Noraini (2013), "Corporate Social Responsibility and Employee Retention of 'Green' Hotels", *Procedia - Social and Behavioral Sciences,* C: 105, s. 763 – 771.

Aracıoğlu, Burcu ve Tatlıdil, Rezan (2009), "Tüketicilerin Satın Alma Davranışında Çevre Bilincinin Etkileri", *Ege Akademik Bakış,* C: 9, N: 2, s. 435-461.

Atay, Lütfü ve Dilek, S. Emre (2013), "Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: Ibis Örneği", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* C: 18, N: 1, s. 203-219.

Ay, Canan ve Ecevit, Zümrüt (2005), "Çevre Bilinçli Tüketiciler", *Akdeniz U.B.F. Dergisi, C:* 5, N: 10, s. 238-26.

Azabagaoglu, M. Ömer ve Oraman, Yasemin (2011), "Analysis of Customer Expectations after the Recession: Case of Food Sector", *Procedia Social and Behavioral Sciences,* C: 24, s. 229–236.

Babaç, Erhan; Aydemir, Burhan ve Şahin, Bayram (2013), "Turizm İşletmelerinde Yönetsel Ergonomi: Balıkesir İli Örneği", *Balıkesir Üniversitesi 19. Ulusal Ergonomi Kongresi* s. 287-297.

Beyaz Zambak, *Beyaz Zambak Nedir?*, (Çevrimiçi), http://www.beyazzambak.com/template/template.asp?templateID=1&navID=1, 27 Haziran 2015.

Bilgili, Bilsen (2002), "Sosyal Pazarlama ve Çevreci Pazarlama Açısından Ambalaj-Çevre İlişkileri (ambalaj materyallerinin çevre kirliliğine etkisi üzerine Erzurum`da bir alan araştırması)", *Ege Akademik Bakış,* C: 13, N: 1, s. 99-111.

Bingöl, Ramazan (2009), *Restoran İşletmeciliği,* Timaş Yayınları, İstanbul.

Brogowicz, Andrew A.; M. Delene, Linde ve M. Lyth, David (1990), "A Syntesized Service Quality Model with Managerial Implications", *International Journal Of Service Industry Management,* C: 1, N: 1, s. 27-44.

Brundtland, Gro Harlem (1987), "*Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future",* United Nations, Oslo.

Calin, Floricica Mariana (2015), "Consumer Response to Product and Service Quality", *Procedia - Social and Behavioral Sciences,* C: 187, s. 526 – 531.

Ceppa, Clara ve Marino, Gian Paolo (2012), "Food-pack Waste Systemic Management. Alternative Ways to Reuse Materials and to Develop New Business, Products and Local Markets", *Procedia Environmental Sciences,* C: 16, s. 616 – 623.

Cevat Tosun, "Challenges of sustainable tourism development in the developing world: the case of Turkey", *Tourism Management,* (2001), C: 22, s. 289-303.

Chan, Eric S.W. (2013), "Gap analysis of green hotel marketing", *International Journal of Contemporary Hospitality Management,* C: 25, N: 7,s. 1017 - 1048.

Chan, Eric Siu-wa "Green Marketing: Hotel Customers' Perspective", *Journal of Travel & Tourism Marketing,* (2014), C: 31, N: 8, s. 915-936.

Chan, Wei Leong; Hassan, Wan Melissa ve Boo, Huey Chern (2014), "The product-related failures in restaurants", *Procedia - Social and Behavioral Sciences,* C: 144, s. 223 – 228.

Cronin, J. Joseph ve Taylor, Steve (1992), "Measuring Service Quality - A Reexamination And Extention", *Journal of Marketting,* C: 56, s. 55-68.

Çabuk, Serap ve Nakıboğlu, M. A. Burak (2003), "Çevreci Pazarlama ve Tüketicilerin Çevreci Tutumlarının Satın Alma Davranışlarına Etkileri ile İlgili Bir Uygulama", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* C: 12, N: 12, s. 39-54.

Çabuk, Serap; Nakıboğlu, Burak ve Keleş, Ceyda (2008), "Tüketicilerin Yeşil (Ürün) Satın Alma Davranışlarının Sosyo-Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi", *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* C:17, N: 1, s. 85-102.

Çetin, Bahattin (2008), *Gıda Sanayi İşletme Ekonomisi,* Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

DineGreen, (Çevrimiçi), https://dinegreen.com/restaurants/standards.asp adresinden alındı, 27 Haziran 2015.

Doğan, Başak (2012), "Sosyal Pazarlama Projelerin Başarısını Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi: Mersin'de Bir Alan Araştırması", Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Mersin.

Doğdubay, Murat ve Saatcı, Gencay (2014), *Menü Mühendisliği,* Detay Yayıncılık, Ankara.

EIE, *Energy Is Elementary,* (Çevrimiçi), http://www.eie.gov.tr/eie-web/turkce/en_tasarrufu/konut_ulas/en_tasarruf_bina_ay.html, 4 Nisan 2015.

Eleren, Ali ve Kılıç, Burhan (2007), "Turizm Sektöründe Servqual Ananlizi ile Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Bir Termal Otelde Uygulama", *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi,* C: 9, N: 1, s. 235-264.

Enerji Verimli Sanayi, (Çevrimiçi), enerjiverimlisanayi.com/Content/pdf/enversanayiKitaptr.pdf, 4 Nisan 2015.

En-Ver, *Enerji Verimliliği*, (Çevrimiçi), http://www.enver.org.tr/tr/icerik/konut/16, 4 Nisan 2015.

EPA, *Environmental Protection Agency*, Madhu Khanna, Deborah Thurston, (2002), (Çevrimiçi), http://cfpub.epa.gov/ncer_abstracts/index.cfm/fuseaction/display.highlight/abstract/210/report/F, 30 Ağustos 2015.

Ersöz, Süleyman; v.d. (2009), "Hizmet Kalitesi Servqual Yöntemi ile Ölçümü ve Sonuçlarının Yapısal Eşitlik Modeli ile Analizi: Öğretmenevi Uygulaması", *Int.J.Eng.Research & Development*, C: 1, N: 1, s. 19-27.

Faulkner, Sarah (1979), *Planning a Home: A Practical Guide to Interior Design*, Holt, Rinehart & Winston. New York.

FDA, *Food and Drug Administration*, (Çevrimiçi), http://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/HACCP/, 27 Haziran 2015.

George, Darren ve Mallery, Paul (2014), *IBM SPSS Statistics 21 Step by Step: A Simple Guide and Reference (13th Edition)*, Pearson, Boston.

Göğüş, Gizem; Karakadılar, İbrahim ve Apak, Sinan (2013), "Innovation and sustainable growth measurement in hotel industry: A hierarchical decision making model", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, C: 99, s. 752-761.

Gönül, M. Sinan (2011), "A Classification of Research on `Green Design`: The Journey to Sustainable Product-Service Systems", *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C: 29, N: 1, s. 43-67.

GRA, *Green Restaurant Certification 4.0 Standards*, (Çevrimiçi), http://dinegreen.com/standards/GRACompleteStandards.pdf, 15 Ocak 2015.

Grönroos, Christian (1984), "A Service Quality Model and its Marketing Implications", *European Journal of Marketing*, C: 18, N: 4, s. 36-44.

Gülmez, Mustafa ve Dörtyol, İbrahim Taylan (2009), *Açıklamalı Pazarlama Sözlüğü*, Detay Yayıncılık, Ankara.

Hasnelly (2011), "Winning Strategies Value Creation of Customer Loyalty Green Food Product", *Journal of Asia Pacific Business Innovation & Technology Management,* C: 1, s. 47-59.

Hayta, Ateş Bayazıt (2009), "Sürdürülebilir Tüketim Davranısının Kazanılmasında Tüketici Eğitiminin Rolü", *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi,* C: 10, N: 3, s. 143-151.

Huseynova, Emir Fikretoglu (2011), "Planning of sustainable cities in view of green architecture", *Procedia Engineering,* C: 21, s. 534-542.

Ichinose, Daisuke: Yamamoto, Daisuke ve Yoshida, Yuichiro (2013), "Productive Efficiency of Public and Private Solid Waste Logistics and Its Implications for Waste Management Policy", *IATSS Research,* C: 36, N: 2, s. 98-105.

Iqbal, Salma A, v.d. (2014), "Anaerobic Digestion of Kitchen Waste to Produce Biogas", *Procedia Engineering,* C: 90, s. 657 – 662.

ISO 14040, *Çevre Yönetim Sistemi,* (Çevrimiçi), http://www.iso.org/iso/home/news_index/news_archive/news.htm?refid=Ref 1019, 1 Nisan 2015.

ISO, *International Standards Organisation,* (Çevrimiçi), http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso50001.htm, 26 Haziran 2015.

ISO, *International Standards Organisation,* (Çevrimiçi), http://www.iso.org/iso/iso_9000_selection_and_use-2009.pdf, 27 Haziran 2015.

ISO, *International Standards Organisation,* (Çevrimiçi), http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso14000.htm, 26 Haziran 2015.

ISO, *International Standards Organisation,* (Çevrimiçi), http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso22000.htm, 26 Haziran 2015.

Işın, Selahattin Murat (2013), "Hizmet Kalitesinin Servqual Yöntemi İle Ölçülmesi ve Perakende Sektöründe Bir Uygulama", Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara.

Jamaludina, Mariam ve Yusof, Zeenat Begam (2013), "Best Practice of Green Island Resorts", *Procedia - Social and Behavioral Sciences,* C: 105, s. 20 – 29.

Jarvis, Nigel; Weeden, Clare ve Simcock, Natasha (2010), "The Benefits and Challenges of Sustainable Tourism Certification: A Case Study of the Green Tourism Business Scheme in the West of England", *Journal of Hospitality and Tourism Management,* C: 17, N: 1, s. 83–93.

Junior, Sergio Silva Braga, v.d. (2015), "The Effects of Environmental Concern on Purchase of Green Products in Retail", *Procedia - Social and Behavioral Sciences,* C: 170, s. 99-108.

Kal-Der , (Çevrimiçi), http://www.kalder.org/kalderhakkinda.aspx?id=504, 18 Haziran, 2015.

Kalınkara, Velittin; Arpacı, Fatma ve Doğan, Mutlu Dönmez (2013), "Mutfak Ergonomisi: Farklı Yaş Grubundaki Kadınların Mutfaklarına İlişkin Değerlendirmeleri", *Balıkesir Üniversitesi 19. Ulusal Ergonomi Kongresi*, Balıkesir, s. 275-286.

Kametani, Tsuyoshi; Nishina, Ken ve Suzuki, Kuniaki (2010), "Attractive Quality and Must-be Quality from the Viewpoint of Environmental Lifestyle in Japan", *Frontiers in Statistical Quality Control,* C: 9, s. 315-327.

Karaca, Şükran (2013), "Tüketicilerin Yeşil Ürünlere ilişkin Tutumlarının İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma", *Ege Akademik Bakış,* C: 13, N: 1, s. 99-111.

Kaypak, Şafak (2011), "Küreselleşme Sürecinde Sürdürülebilir Bir Kalkınma İçin Sürdürülebilir Bir Çevre", *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* , C: 13, N: 20, s. 19-33.

Kayral, İbrahim H. (2015), *Beklenen - Gerçekleşen - Algılanan Hizmet Kalitesi ve Sağlık Hizmetlerinde Çok Boyutlu Kalite,* Detay Yayıncılık, Ankara.

Kement, Üzeyir (2013), "Genişletilmiş Planlanmış Davranış Teorisi Modeli Kapsamında Yeşil Yıldızlı Otel Müşterilerinin Tekrar Ziyaret Niyetlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Uygulama", Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara.

Kıraç, Cem Orkun ve Bizsel, Kemal Can (2013), "*Sorumlu Balıkçılığa Geçiş. Türkiye'de Sorumlu Balıkçılığın Geliştirilmesi Datça Pilot Projesi",* Sualtı Araştırmaları Derneği, Ankara.

Koçak, Nilüfer (2012), *Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi,* Detay Yayıncılık, Ankara.

Kotler, Philip ve Lee, Nancy (2008), *Social Marketing: Influencing Behaviors for Good*, Sage Publications, Los Angles.

Kotler, Philip; Bowen, John T. ve Makens, James C. (2010), *Marketing For Hospitality and Tourism*, Pearson Education, USA.

Köleoğlu, Duygu (Demirsat) (2013), "Yeşil Ekonomi ve Yeşil İşletme Bağlamında İşletmelerin Çevreye Yönelik Kurumsal Sosyal Sorumlulukları", *Balıkesir Üniversitesi 19. Ulusal Ergonomi Kongresi*, Balıkesir, s. 848-859.

Kummu, M. v.d. (2012), "Lost Food, Wasted Resources: Global Food Supply Chain Losses and Their Impacts on Freshwater, Cropland, and Fertiliser Use", *Science of the Total Environment*, C: 438, s. 477-489.

Larsen, Hogne Nersund; Solli, Christian ve Pettersen, Johan (2012), "Supply chain management how can we reduce our energy/climate footprint?", *Energy Procedia*, C: 20, N: 20, s. 354-363.

Leafme, *Leaders in Environmentally Accountable Foodservice*, (Çevrimiçi), http://leafme.ca/mission-and-objectives/, 28 Mart 2015.

Leafme, *Leaders in Environmentally Accountable Foodservice*, (Çevrimiçi), http://leafme.ca/benefits-criteria-and-standards-how-it-works/, 28 Mart 2015.

Lee, WangHee ve Okos, Martin R. (2011), "Sustainable Food Processing Systems - Path to a Zero Discharge: Reduction of Water, Waste and Energy", *Procedia Food Science*, C: 1, s. 1768-1777.

LEED, *Leadership in Energy and Environmental Design*, (Çevrimiçi), http://www.leed.net/, 30 Mart 2015.

Lita, Ratni Prima, v.d. (2014), "Green Attitude and Behavior of Local Tourists towards Hotels and Restaurants in West Sumatra, Indonesia", *Procedia Environmental Sciences,* C: 20, s. 261-270.

Maviş, Fermani (2008). *Endüstriyel Yiyecek Üretim*, Detay Yayıncılık, Ankara,

Millar, Michelle; Mayer, Karl J. ve Baloglu, Seyhmus (2012), "Importance of Green Hotel Attributes to Business and Leisure Travelers", *Journal of Hospitality Marketing & Management*, C: 21, N: 4, s. 395-413.

Misso, R. v.d. (2013), "Corporate System" and Green Economy in Campania Region: A Collaborative Platform for the Excellences", *Procedia Technology,* C: 8, s. 104-111.

Mittal, Varinder Kumar ve Sangwan, Kuldip Singh (2014), "Prioritizing Barriers to Green Manufacturing: Environmental, Social and Economic Perspectives", *Procedia CIRP,* C: 17, s. 559-564.

N. Lazarides, Harris (2011), "Food Processing Technology in a Sustainable Food Supply Chain", *Procedia Food Science,* C: 1, s. 1918-1923.

Nakıboğlu Burak (2007), "Tüketimin Çevreci Boyutu: Çevreci Tutum Ve Davranışlara Göre Pazar Bölümlemesi", *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*,Çanakkale, C: 16, N: 2, s. 423-438.

NRDC, *Natural Resources Defense Council* , (Çevrimiçi), http://www.nrdc.org/buildinggreen/leed.asp , 30 Mart 2015.

Nuran Bayram, *Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi*, Ezgi Kitabevi, Bursa, 2009.

OECD, *Sustainable Manufacturing and Eco-Innovation*, (Çevrimiçi), (2009), http://www.oecd.org/innovation/inno/43423689.pdf, 30 Ağustos 2015

Özçifçi, Vesile ve Sarıçay, Hatice (2014), "İşletmelerde Yenilikçilik Faaliyetlerinin İncelenmesi", *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* Erzurum, C: 18, N: 1, s. 387-404.

Özçoban, Ertan (2010). "Türkiye'de Turizm Endüstrisinde Sosyal Sorumluluk Kampanyaları: T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Yeşil Yıldız Uygulaması ve Calista Otel Üzerine Ampirik Bir Çalışma", (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi, Ankara,

Özkaya, Betül (2010), "İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Anlayışının Uzantısı Olarak Yeşil Pazarlama Bağlamında Yeşil Reklamlar" *Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dregisi,* İstanbul, C: 9, N: 34, s. 247-258.

Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml ve Leonard L. Berry (1985), "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", *The Journal of Marketing*, C: 49, s. 41-50.

Ramadhan, Andrian Nur ve M. Simatupang, Togar (2012), "Determining Inventory Management Policy for Perishable Materials in Roemah Keboen Restaurant", *Procedia - Social and Behavioral Sciences,* C: 65, s. 992-999.

Resmi Gazete, (27 Ekim 2011), (Çevrimiçi), http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/10/20111027-5.htm, 4 Nisan 2015.

ResmiGazete, (5 Nisan 2005), *Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik*, (Çevrimiçi), http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/10/20111027-5.htm, 4 Nisan 2015.

Sak, Güliz (2014), "Mutfak Tasarımında Modüler Sistemlerin Kullanıcı Ergonomisi Açısından Değerlendirilmesi", İstanbul Kültür Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul.

Sarıışık, Mehmet (1998), "Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Maliyet Kontrol Sistemleri ve Beş Yıldızlı Otellerde Standart Yiyecek Maliyet Kontrol Sisteminin Uygulanabilirliği Üzerine Bir Araştırma", Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Aydın.

Sarıışık, Mehmet (2012). *Otel İşletmelerinde Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi*. M. A. Kozak içinde, *Otel İşletmeciliği,* Detay Yayıncılık, Ankara, s. 261-286.

Sarokolaee, Mehdi Alinezhad; Taghizadeh, Vahid ve Ebrati, Mohammadreza (2012), "The Relationship between target costing and value-based pricing and presenting an aggregate model based on customers' expectations", *Procedia - Social and Behavioral Sciences 41*, s. 74-83.

Sauve, Sebastian; Bernard, Sophie; Sloan, Pamela (2016), "Environmental sciences, sustainable development and circular economy: Alternative concepts for trans-disciplinary research", *Environmental Development*, C: 17, s. 48-56.

Seyhan, Günes ve Yılmaz, Burcu Selin (2010), "Algılanan Hizmet Verme Yatkınlığının Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma", *Dokuz Eylül Üniversitesi İsletme Fakültesi Dregisi*, C: 11, N: 1, s. 51-74.

Siio, Itiro; Hamada, Reiko ve Mima, Noyuri (2007), "Kitchen of the Future and Applications", *12th International Conference, HCI International 2007*, Springer Berlin Heidelberg, Pekin, s. 946–955.

Sistem Patent, *Good Manufacturing Practice* , (Çevrimiçi)", http://www.sistempatent.com/Belgelendirme/Gida-Belgelendirme/GMP-Belgesi-GMP-(iyi-Uretim-Uygulamalari).aspx, 27 Haziran 2015.

Sistem Patent, *Helal Gıda Sertifikası*, (Çevrimiçi), http://www.sistempatent.com/Belgelendirme/Gida-Belgelendirme/Helal-Belgesi-Helal-Gida-Belgesi-Helal-Food-Halal-.aspx, 27 Haziran 2015.

Smith, L.E.D.; Siciliano, G. (2015), "A comprehensive review of constraints to improved management of fertilizers in China and mitigation of diffuse water pollution from agriculture", *Agriculture, Ecosystems and Environment*, C: 209, s. 15-25.

Sökmen, Alptekin (2011), *Yiyecek ve İçecek Servisi*, Detay Yayıncılık, Ankara.

Stefano, N. v.d. (2015), "A fuzzy SERVQUAL Based Method for Evaluated of Service Quality in The Hotel Industry", *Procedia CIRP*, C: 30, s. 433-438.

Şebin, Kenan (2009), "Erzurum kış sporları turizmi ile ilgili yöre halkının tutum ve beklentileri" Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi) İstanbul.

TDK, *Türk Dil Kurumu*, (Çevrimiçi), http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.558b19d53c8219.55741097, 24 Haziran 2015.

Teas, R. Kenneth (1994), "Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: An Assessment of a Reassessment", *Journal of Marketing*, C: 58, N: 1, s. 132-139.

Tekin, Yasemin ve Durna, Ufuk (2012), "Otel İşletmelerinde Yenilik Yönetimi Uygulamaları Alanya'da Beş ve Dört Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma", *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi,* C: 4, N: 3, s. 93-110.

The W. Edwards Deming Institute, "*Fourteen Points For Management"*, (Çevrimiçi), https://deming.org/theman/theories/fourteenpoints, 23 Haziran 2015.

Torlak, Ömer ve Atunışık, Remzi (2012), *Pazarlama Stratejileri*, Beta, İstanbul.

Tosun, Cevat (1998), "Roots of unsustainable tourism development at the local level: the case of Urgup in Turkey", *Tourism Management*, C: 19, N: 6, s. 595-610.

TSE, *Türk Standartları Enstitüsü*, (Çevrimiçi), https://intweb.tse.org.tr/Standard/Standard/Standard.aspx?, 4 Nisan 2015.

Tzschentke, Nadia; Kirk, David ve Lynch, Paul (2008), "Ahead of their time? Barriers to action in green tourism firms", *The Service Industries Journal*, C: 28, N: 2, s. 167-178.

Uplifers, Yeşil Nesil Restoran Hareketi, (Çevrimiçi), http://www./daha-yesil-bir-gelecek-icin-yesil-nesil-restoran-hareketi/, 27 Haziran 2015.

Ural, Ayhan ve Kılıç, İbrahim (2013), *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*, Detay Yayıncılık, Ankara.

Vatalis, K.; v.d. (2013), "Sustainability components affecting decisions for green building projects", *Procedia Economics and Finance*, C: 5, s. 747-756.

Wahba, Gihan Hussein (2012), "Latest trends in environmental advertising design

"application study of Egyptian society", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*,C: 51, s. 901-907.

Walker, Rhett H; Hanson, Dallsis J. (1998), "Green Marketing and Green Places: A Taxonomy for the Destination Marketer", *Joumal of Marketing Management,* C: 14, N: 6, s. 623-639.

Wang, Ray (2012), "The investigation of Green Best Practices for Hotels in Taiwan", *Procedia - Social and Behavioral Sciences,* C: 57, s. 140-145.

Wong, IpKin Anthony; Wan, Yim King Penny ve Qi, Shanshan (2015), "Green events,value perceptions, and the role of consumer involvement in festival design and performance", *Journal of Sustainable Tourism,* C: 23, N: 2, s. 294-315.

Yavuz, Şenay (2009), "Yeşil Halkla İlişkiler ve İkna", *143İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi,* C: 37, s. 128-143.

Yavuz, V. Alpagut (2010), "Sürdürülebilirlik Kavramı ve İsletmeler Açısından Sürdürülebilir Üretim Stratejileri", *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* s. 63 - 86.

Yıldız, Abdullah ve Hüseyin Günerhan (2005), "Katı Yakıtlı Kazan Tasarımı ve Kazan Isıl Kapasite Verimlilik Değerinin Deneysel Olarak Belirlenmesi", *Tesista Mühendisliği Dergisi,* C: 89, s. 50-57.

Yusof, Zeenat Begam ve Jamaludin, Mariam (2014), "Barriers of Malaysian Green Hotels and Resorts", *Procedia - Social and Behavioral Sciences,* C: 153, s. 501-509.

Yücel, Mustafa ve Ekmekçiler, Ümit Serkan (2008), "Çevre Dostu Ürün Kavramına Bütünsel Yaklaşım; Temiz Üretim Sistemi, Eko-etiket, Yeşil Pazarlama", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi,* C: 7, N: 26, s. 320-333.

EKLER

EK-1: Anket Müşteri

Bu anket "Turizm İşletme Belgeli" restoranlardan, "Çevreye Duyarlı **Mutfak** Uygulamaları" konusundaki beklentilerinizi öğrenmeye yöneliktir.

Burada vereceğiniz cevaplar yukarıda belirtilen amaç dışında kullanılmayacaktır.

Zaman ayırdığınız ve sorulara verdiğiniz samimi cevaplar için şimdiden teşekkürler.

Öğr. Gör. Yılmaz Sever

Beklenti düzeyinizi;

"1" ; Hiç ile

"5" ; Çok

arasında değerlendiriniz.

		1	2	3	4	5
1	Fırınlar enerji tasarruflu olmalıdır	1	2	3	4	5
2	Merkezi klima sistemi kullanılmalıdır	1	2	3	4	5
3	LED aydınlatma ile enerji tasarrufu sağlanmalıdır	1	2	3	4	5
4	Soğutma ekipmanları enerji tasarruflu olmalıdır	1	2	3	4	5
5	İşyerinde yenilenebilir enerji kaynakları kullanılmalıdır (Güneş, rüzgar…)	1	2	3	4	5
6	Atık sular arıtılarak sulamada veya tuvaletlerde kullanılmalıdır	1	2	3	4	5
7	Tuvaletlerde iki sifonlu klozetler bulunmalıdır	1	2	3	4	5
8	Çatı suları (yağmur-kar) tank veya varillere toplanıp sulamada kullanılmalıdır	1	2	3	4	5
9	Tuvaletlerde sensörlü musluklar kullanılmalıdır	1	2	3	4	5
10	Plastik, kağıt, cam, alüminyum ve yağ gibi atıklar ayrıştırılarak geri dönüşüme gönderilmelidir	1	2	3	4	5
11	Pil ve kimyasallar gibi tehlikeli atıklar ayrıştırılarak geri dönüşüme gönderilmelidir	1	2	3	4	5
12	Kağıtsızlaşma çabaları benimsenmelidir (e-fatura, e-bordro, e-raporlama…)	1	2	3	4	5
13	Artan yiyecekler hayır kurumlarına veya hayvan barınaklarına bağışlanmalıdır	1	2	3	4	5
14	Tek kullanımlık kurulama gereçlerinden (peçete, havlu…) kaçınılmalıdır	1	2	3	4	5
15	Tek kullanımlık paketleme kutularından (kağıt, plastik ve alüminyum) kaçınılmalıdır	1	2	3	4	5
16	Personel toplu taşıma kullanımı yönünde teşvik edilmelidir (%50'sini karşılama)	1	2	3	4	5
17	Personel üniforma ve önlüklerinde sürdürülebilir tekstil ürünleri tercih edilmelidir	1	2	3	4	5
18	ISO 14001 "Çevre Yönetim Sistemi" sertifikalı ilaçlama şirketleri tercih edilmelidir	1	2	3	4	5
19	"Eko-Etiket"li (Eco-Label) genel temizlik ürün ve kimyasalları tercih edilmelidir	1	2	3	4	5
20	Menüde "Organik" sertifikalı yiyeceklere de yer verilmelidir	1	2	3	4	5
21	Menüdeki yiyecekler bölgede (160 km yarıçapta) yetişen ürünlerden tedarik edilmelidir	1	2	3	4	5
22	Yapıda (inşa) kullanılan malzemeler (çelik iskelet, zemin, çatı panelleri,…) dönüştürülmüş ürünlerden tercih edilmelidir	1	2	3	4	5
23	Donanımda kullanılan malzemeler (mutfak tezgahı, marangoz ürünleri, pencere araçları, …) dönüştürülmüş ürünlerden elde edilmelidir	1	2	3	4	5
24	Müşterisi olduğum restoran bir "Çevreye Duyarlılık" sertifikasına sahip olmalıdır	1	2	3	4	5

25- Cinsiyetiniz?

….. Bayan ….. Bay

26- Yaşınız?

….. 20 ve altı
….. 21-30
….. 31-40
….. 41-50
….. 50 ve üzeri

27- Eğitim / mezuniyet durumunuz?

….. İlk/Ortaokul
….. Lise
….. Ön Lisans
….. Lisans
….. Yüksek Lisans
….. Doktora

EK-2: Anket İşletme

Bu anketle "Turizm İşletme Belgesi"ne sahip restoran **mutfak**larının "Çevreye Duyarlı Uygulamalar" konusunda mevcut durumu ortaya konmaya çalışılmaktadır.

Burada vereceğiniz cevaplar yukarıda belirtilen amaç dışında kullanılmayacaktır.

Zaman ayırdığınız ve sorulara verdiğiniz samimi cevaplar için şimdiden teşekkürler.

Öğr. Gör. Yılmaz Sever

"0" - Hiç yok / Hayır

"1" – Kısmen - %25

"2" – Kısmen - %50

"3" – Kısmen - %75

"4" – Var – Evet – %100

arasında değerlendiriniz.

		0	1	2	3	4
1	Isıtma, soğutma ve havalandırma ekipmanlarının "Eko-Etiket"e sahip olması	□	□	□	□	□
2	Tüm aydınlatma ünitelerinin "Enerji Verimli" olması	□	□	□	□	□
3	Tuvaletteki aydınlatmaların fotoselli olması	□	□	□	□	□
4	Yenilenebilir enerji kaynakları kullanımı	□	□	□	□	□
5	Hava karışımlı ve sensörlü musluklarla su kullanımının azaltılması	□	□	□	□	□
6	İki sifonlu tuvaletlerle su tasarrufu sağlanması	□	□	□	□	□
7	Susuz pisuarların kullanılması	□	□	□	□	□
8	İşletme içi atık su arıtma sistemleri ile atık suyun yeniden kullanımın sağlanması	□	□	□	□	□
9	Plastik, kağıt, cam, alüminyum ve tehlikeli atıkların ayrıştırılarak geri dönüşüme gönderilmesi	□	□	□	□	□
10	Satın alınan içeceklerin depozitolu ürünlerden seçilmesi	□	□	□	□	□
11	Çevreye duyarlı paketleme yapan tedarikçilerin tercih edilmesi	□	□	□	□	□
12	Artan yiyeceklerin hayır kurumlarına ve hayvan barınaklarına bağışlanması	□	□	□	□	□
13	Porsiyonların küçültülerek yiyecek artıklarının önüne geçilmesi	□	□	□	□	□
14	Yiyeceklerin paketlenmesinde kullanılan kutuların daha önce dönüştürülmüş ürünlerden tercih edilmesi	□	□	□	□	□
15	Çöp poşetlerinin daha önce dönüştürülmüş ürünlerden tercih edilmesi	□	□	□	□	□
16	Tek kullanımlık kağıt, plastik ve alüminyum gibi servis, saklama ve yeme gereçlerinden kaçınılması	□	□	□	□	□
17	Personelin toplu taşıma kullanımı yönünde teşvik edilmesi	□	□	□	□	□
18	Personel üniformalarının dönüştürülebilir tekstil ürünlerinden imal edilmiş olması	□	□	□	□	□
19	Haşere yönetiminde "Eko-Etiket"li ürünlerin tercih edilmesi	□	□	□	□	□
20	Zemin ve bulaşık temizleyicilerinin "Eko-Etiket"li ürünlerden tercih edilmesi	□	□	□	□	□
21	Türü tehlikede olan bitki ve hayvan ürünlerinin menüde yer almaması	□	□	□	□	□
22	Tedarikçilerin çevreye duyarlı sertifikalara sahip olanlardan tercih edilmesi	□	□	□	□	□
23	Menüde tamamen bitkisel içeriğe sahip ürünlere de yer verilmesi (Vegan'lar için)	□	□	□	□	□
24	Menüdeki yemeklerin bölgede yetişen ürünlerden elde edilebilir olması	□	□	□	□	□
25	Zemin, kereste, yalıtım, kapı gibi yapı ürünlerinin dönüştürülmüş ürünlerden tercih edilmesi	□	□	□	□	□
26	Mutfak tezgâhları, dekor ve evyeler gibi donanım malzemelerinin dönüştürülmüş ürünlerden tercih edilmesi	□	□	□	□	□

27- İşletmeniz kaç yıldır faaliyet göstermektedir?

…. 1 yıl ve altı …. 2 - 3 yıl …. 4 - 5 yıl …. 6 - 7 yıl …. 8 yıl ve üstü

28- İşletmenizin sahip olduğu bir kalite belgesi var mıdır?

…. Evet …. Hayır

29- Cevabınız "Evet" ise belgenizi belirtiniz.

….. HACCP
….. ISO 9000 "Kalite Yönetimi"
….. ISO 14000 "Çevresel Yönetim Sistemi"
….. ISO 22000 "Gıda Güvenliği Yönetimi"
….. ISO 50001 "Enerji Yönetimi Sistemi"
Diğer ……..

30- İşletmenizin kuver kapasitesi kaçtır?

….. 50 ve altı ….. 101-150 ….. 201 ve üzeri
….. 51-100 ….. 151-200

31- İşletmenizdeki "yönetici-sahiplik" ilişkisi nedir?
(Cevap 1'den fazla olabilir.)

….. Yönetici işletmenin sahibidir.
….. Yönetici işletme sahibinin birinci dereceden akrabasıdır.
….. Yönetici işletme sahibinin ikinci dereceden akrabasıdır.
….. Yönetici sektör deneyimi olan bir çalışandır.
….. Yönetici yiyecek - içecek alanında diplomalı bir çalışandır.

EK-3: GREEN RESTAURANT CERTIFICATION 4.0 STANDARDS

"Green Restaurant Assosiation" yirmi yılı aşkın bir süredir sertifikalandırma yapmaktadır. "Green Restaurant 4.0" mevcut restoran ve gıda hizmeti endüstrisini, yeni yapıları ve aktiviteleri GRA'nın yedi çevreci kategorisinde kapsamlı ve kullanıcı dostu yöntemle değerlendirme imkanı sağlamaktadır. Bunlar;

8. Su verimliliği
9. Atık azatlımı ve geri dönüşüm
10. Sürdürülebilir donanım ve yapı malzemeleri
11. Sürdürülebilir yiyecek
12. Enerji
13. Kullan-at'lar
14. Kimyasal ve kirlilik azatlımı

Sertifikasyon;

- Restoranlar
- Sürdürülebilir yapı
- Aktiviteler

olmak üzere üç türde verilmektedir.

RESTORAN

Sertifikalı Yeşil Restoran olmanın -2 yıldız, 3 yıldız ve 4 yıldız olmak üzere- üç seviyesi bulunmaktadır.

	2 Yıldız	**3 Yıldız**	**4 Yıldız**
Su verimliliği	10	10	10
Atık azatlımı & geri dönüşüm	10	10	10
Sürdürülebilir donanım ve yapı malzemeleri	0	0	0
Sürdürülebilir gıda	10	10	10
Enerji	10	10	10

Kullan-at'lar	10	10	10
Kimyasal & kirlilik azaltılması	10	10	10
Herhangi bir kategoriden alınabilen puanlar	40	115	240
Gerekli olan minimum puan	**100 Puan**	**175 Puan**	**300 Puan**

Yukarıdaki seviyelerden herhangi birine ulaşabilmek için restoranlar;

Toplamda 100 puanı biriktirmek

Her bir kategoride minimum yeterlilikleri karşılamak

Tam kapasite geri dönüşüm programına sahip olmak

Polisitren'den (Strafor) arınmış olmak

Yıllık eğitim

İletişim

Sürekli yenilik:

1. yılın sonunda, 100 puanı sürdürmek
2. yılın sonunda, 110 puana yükselmek
3. yılın sonunda, 120 puana yükselmek
4. yılın sonunda, 130 puana yükselmek
5. yılın sonunda, 140 puana yükselmek
6. yılın sonunda, 150 puana yükselmek
7. yılın sonunda, 160 puana yükselmek
8. yılın sonunda, 170 puana yükselmek
9. yılın sonunda, 175 puana yükselmek
10. yılın sonunda, 180 puana yükselmek
11. yılın sonunda, 185 puana yükselmek

ve her bir sonraki yılda 5'er puan kazanmak.

zorundadırlar.

SÜRDÜRÜLEBİLİR YAPI

Bu opsiyon yeni yapılara ve tadilatlara uygulanmaktadır. "Sertifikalı Yeşil Restoran Sürdürülebilir Yapısı" unvanını alabilmek için restoranlar;

- Toplamda 205 puanı biriktirmek
- Her bir ölçekte minimum puanları almak
- Yapısal geri dönüşümü içeren tam ölçekli geri dönüşüm programına sahip olmak
- Polisitren'den (Strafor) arınmış olmak
- Yıllık eğitim
- İletişim

	Sürdürülebilir Yapı
Su verimliliği	30
Atık azatlımı & geri dönüşüm	12,5
Sürdürülebilir donanım ve yapı malzemeleri	20
Sürdürülebilir gıda	10
Enerji	90
Kullan-at'lar	10
Kimyasal & kirlilik azaltılması	30
Herhangi bir kategoriden alınabilen puanlar	2,5
Gerekli olan minimum puan	**205**

AKTİVİTE

Bu opsiyon gıda hizmeti endüstrisinin aktivite kısmına yönelir. Bu unvanı alabilmek için aktivite (operasyon);

- Toplamda 80 puan biriktirmeli
- Her bir kategoride, her ölçekte minimum puanları almalı
- Tam kapasite geri dönüşüm programına sahip olmak

- Polisitren’den (Strafor) arınmış olmak

	Event Level 1	**Event Level 2**
Su verimliliği	0	0
Atık azatlımı & geri dönüşüm	15	20
Sürdürülebilir donanım ve yapı malzemeleri	0	0
Sürdürülebilir gıda	25	55
Enerji	0	15
Kullan-at’lar	15	50
Kimyasal & kirlilik azaltılması	5	20
Herhangi bir kategoriden alınabilen puanlar	20	0
Gerekli olan minimum puan	**80**	**160**

SERTİFİKA ÖNCESİ İKİNCİ SINAMA

Bu aşamada daha önce sertifika almış restoranlar tarafından sınanma aşamasıdır. Bu değerlendirmedeki kriterler;

- Polisitren’den (Strafor) arınmış olmak
- Geri dönüşüm
- 65 Yeşil Puan
- 7 kategorinin 3’ünden Yeşil Puan

SÜREÇ

1. Sözleşmenin imzalanması
2. Çevresel değerleme
3. Sertifikasyona yönelik atılması gereken adımların kararlaştırılması
4. Çevresel danışmanlık

5. Adımların tamamlandığının doğrulanması
6. Sertifikasyon
7. Pazarlama

KRİTERLER

ENERJİ VERİMLİLİĞİ

Restoranlar ticari amaçlı işletmeler içerisinde elektriğin en büyük tüketicileridir. Bu başlığın amacı yiyecek hizmetlerinin karbonsuz hale gelmeleri ve enerjinin sadece sürdürülebilir kaynaklarını kullanmaları yönünde teşvik etmektir. Bu enerji verimliliği daha yüksek ekipmanların kullanımı, enerji kullanımının dengelenmesi ve işyerinde yenilenebilir temiz enerji kaynaklarının oluşturulması ile başarılır.

Puanlama her bir kriterin yerine getirilmesindeki yüzde esas alınarak yapılır.

Puanlar sadece en yüksek standartların yerine getirilmesi için yapılır.

ADIMLAR	PUANLAR
EE1. ISITMA, SOĞUTMA, HAVALANDIRMA	
Programlanabilir ısı denetleyicisi	3
Enerji yıldızlı fırın	3,75
Enerji yıldızlı HVAC – ısıtma elemanı	4,25
CEE Tier 1 HVAC – ısıtma elemanı	4,75
CEE Tier 2 HVAC – ısıtma elemanı	5,25

Klimanın olmaması	10,5
Enerji yıldızlı klima – oda	3,25
Enerji yıldızlı klima – merkezi	4,75
Enerji yıldızlı HVAC – soğutma elemanı	3,25
CEE Tier 1 HVAC – soğutma elemanı	4,50
CEE Tier 2 HVAC – soğutma elemanı	5,25
Enerji yıldızlı tavan vantilatörü	3,75
Enerji yıldızlı nitelikli pencereler	3,75
Etkin planlanmış otopark (yer altı ya da çok katlı)	3,75
Park alanlarında açık sistem kaldırım	3,75
Enerji yıldızı uyumlu, yüksek performanslı çatı yüzeyindeki yansıtıcı çatı materyalleri (min. 0,9 emiciliğe sahip)	3,75
Güneş sıcaklığını engelleyen cam filmleri	3,75
Geçirgen olmayan çatısız yüzeylerin gölgelendirilmesi	3,75
Geçirgen olmayan çatısız yüzeylerin üzerine renkli ışıklı/yansıtıcı materyaller	3,75
Isıyı geri kazanım sistemleri – HVAC	3,75
Enerji yönetim sistemleri – HVAC	3

Temiz hava eşanjörü (değiştirici)	3,75
Ana giriş ile dışarıdaki hava arasında perdeleme (Hava perdesi, çift kapı, çıkış yapıları, iç perde)	1

Aşağıdaki beş başlık sadece başlangıç ya da tadilat aşamasındaki uygulayıcılar için geçerlidir:

Yalıtım – Restoranın bulunduğu bölge için tavsiye edilen R-Value(değeri)	3,75
Yalıtım – Restoranın bulunduğu bölge için tavsiye edilenden fazlası R-Value(değeri)	5,25
Boruların sızdırmazlığı	3,75
Yansıma esaslı yalıtım	3,75
Tecrit keçesi	3,75

EE 2. SUYUN ISITILMASI

Yalıtımlı tank ve borular	7,5
Enerji yönetim sistemi	3
Isı geri kazanım sistemi	9
Tanksız üniteler	8,25
Yüksek verimli su ısıtıcısı - %90+ ısı verimliliği	9,75

Düşük akımlı duşlama vanası – akış oranı ≤ 1.28 gpm	6
Ultra düşük duşlama vanası – akış oranı ≤ 1gpm	6,75
El yıkama lavabolarının akış hızı (Mutfak&Tuvalet) ≤1,5 gpm	1
El yıkama lavabolarının akış hızı (Mutfak&Tuvalet) ≤1,0 gpm	2
El yıkama lavabolarının akış hızı (Mutfak&Tuvalet) ≤0,5 gpm	3
Doldurulmayan hazırlık lavabolarının akış hızı ≤ 1,5 gpm	1
Doldurulmayan hazırlık lavabolarının akış hızı ≤ 1,0 gpm	2
Doldurulmayan hazırlık lavabolarının akış hızı ≤ 0,5 gpm	3
Enerji yıldızlı nitelikli tabak yıkama makinesi	7,5
Enerji yıldızlı nitelikli bulaşık makinesi	2,5
CEE Tier 1 nitelikli bulaşık makinesi	2,75
CEE Tier 2 nitelikli bulaşık makinesi	3

EE 3. DİĞER

1500 W'tan az harcayan ve 15 seferden az kurulamaya sahip yüksek verimli el kurulayıcı	7,5
Enerji yıldızlı nitelikli televizyon	3
Ekipman zamanlayıcıları	3
TRSA Clean Green Sertifikalı çamaşır hizmeti	2

EE 4. AYDINLATMA

Geleneksel T8 lamba	2,5
CEE High Performance T8 özellikli lamba	3,75
T5 ve CEE Reduced Wattage Spec'i karşılayan yüksek verimli T8 lamba	4,25
Yüksek verimli halojenler > 20 vat	5,25
CFL (Geleneksel yoğunlaştırılmış florasan lamba)	7,5
Enerji yıldızlı yoğunlaştırılmış florasan	8,5
LED ışıklar	18
Meşgul sensörü – tuvaletler	2,25
Meşgul sensörü – depo odaları	2,25
Meşgul sensörü – giriş, satış yeri, otomatik satış noktası	2,25
Meşgul sensörü – ofis	2,25
Fotosel / gün ışığı sensörü – yemek odası	2,25
Fotosel / gün ışığı sensörü – mutfak ve ofis alanları	2,25
Aydınlatma zamanlayıcıları	2,25

EE 5. MUTFAK EKİPMANLARI – PİŞİRME

Tamamen yalıtılmış yiyecek ısıtıcıları	2,25
Enerji yıldızlı nitelikli muhafaza kabinleri	7,5
CEE Tier 1 muhafaza kabinleri	11,25

Kaynatmayan / bağlantısız buharlayıcı	8
Enerji yıldızlı nitelikli buharlayıcı	11,25
Enerji yıldızlı nitelikli tava	11,25
Enerji yıldızlı nitelikli konveksiyonel fırın	11,25
İnfra-red ızgara	2,25
Enerji yıldızlı nitelikli demir döküm tava	7,5
Güç ayarlı davlumbaz	3,5
Duvara monteli emici aspiratör	2,5
Tasarlanış temassız davlumbaz	3,5

Aşağıdaki üç ekipman FSTC (Yiyecek Hizmetleri Teknoloji Merkezi) tarafından belirlenmiş tasarruf standartlarında olmalı.

Tasarruflu birleşik fırın	11,25
Tasarruflu bantlı fırın	11,25
Tasarruflu raflı fırın	11,25

NOT: Burada listelenmiş her bir ekipman, işyeri ziyaretlerinde, dernek temsilcileri tarafından yerlerinde incelenecektir.

EE 6. MUTFAK EKİPMANLARI – SOĞUTMA

Enerji yıldızlı nitelikli dolap tipi buzdolabı	6

Enerji yıldızlı nitelikli tezgâh tipi buzdolabı	2,25
Enerji yıldızlı nitelikli dolap tipi dondurucu	6
Enerji yıldızlı nitelikli tezgâh tipi dondurucu	2,25
Enerji yıldızlı / CEE Tier 1 nitelikli buz makinesi	7,5
CEE Tier 2 nitelikli buz makinesi	11,25
ECM (Electronically Commutated Motor)'li oda tipi soğutucu	4,5
Hava perdeli oda tipi soğutucu	2,25
Isı ve nem kontrol sistemli oda tipi soğutucu	2,25
T8 aydınlatmalı ve gece (kalın) perdeli teşhir dolabı	2,25

NOT: Burada listelenmiş her bir ekipman, işyeri ziyaretlerinde, dernek temsilcileri tarafından yerlerinde incelenecektir.

EE 7. YILLIK BAKIM

Soğutma (contalar dahil), HVAC, pişirme ekipmanları	4,5

EE 8. OFİS EKİPMANLARI

Enerji yıldızlı nitelikli kablosuz telefon	0,75
Enerji yıldızlı nitelikli bilgisayar	0,75
Enerji yıldızlı nitelikli ekran (monitör)	0,75
Enerji yıldızlı nitelikli yazıcı	0,75

Akıllı çoklu piriz	0,75
Enerji yıldızlı nitelikli fotokopi, tarayıcı, fax	0,75

EE 9. YENİLENEBİLİR ENERJİ

EE9 bölümü için puanlamada, restoranın dengelenen enerji yüzdesi temel alınarak yapılır.

İşyerindeki yenilenebilir enerji (güneş panelleri, rüzgar tribünleri, jeotermal, güneş su ısıtıcısı, güneş enerjili havalandırma)	333,5
Gren-e sertifikalı REC's (Renewable Energy Credits)	20

SU VERİMLİLİĞİ

Ortalama bir restoran yılda 300 bin galon su kullanır. Bu bölümün amacı yiyecek hizmetleri endüstrisinde su verimliliğini ve korunmasını desteklemektir. Aksi belirtilmedikçe gerekliliklerin %100'ünün tamamlanması ile puanlama yapılır.

ADIMLAR	PUAN
WE 1. PEYZAJ (ÇEVRE DÜZENLEME)	
İşyeri alanının %50'si oranında düşük su temelli peyzaj	3
Su toplama ve tekrar kullanım (su varilleri vb.)	4,25
WE 2. MUTFAK	
Doldurulmayan hazırlık lavabolarının akış hızı ≤ 1,5 gpm	1,5

Doldurulmayan hazırlık lavabolarının akış hızı ≤ 1,0 gpm	2,25
Doldurulmayan hazırlık lavabolarının akış hızı ≤ 0,5 gpm	3
Düşük akımlı duşlama vanası – akış oranı ≤ 1.28 gpm	5,75
Ultra düşük duşlama vanası – akış oranı ≤ 1gpm	6,5
Enerji yıldızlı nitelikli tabak yıkama makinesi	3
Kaynatmayan / ilişiksiz buharlı pişirici	3
Enerji yıldızlı nitelikli buharlı pişirici	4,25
Tasarruflu birleşik fırın (FSTC)	2,5
Enerji yıldızlı / CEE Tier 1 buz makinesi	3
CEE Tier 2 buz makinesi	4,25
Ayarlanabilir lavabo gideri	1
WE 3. TUVALETLER	
İki sifonlu klozet = 1,6 gpf / 1,0 gpf	1
Yüksek Verimli Klozetler (HET’s) = 1,28 gpf	2
Ultra Yüksek Verimli Klozetler = 1,0 gpf	3
Gübre yapan tuvalet (Composting Toilets)	4,25
Yüksek verimli pisuar = 1/8 gpf	3

Susuz pisuar	4,25
Otomatik musluk (elsiz, su önceden belirlenmiş süre için akar)	0,75
Dokunmasız sensörlü musluk	1,5
Güneş ya da su enerjili dokunmasız sensörlü musluk	3
Düşük akışa sahip duş başlığı	1
WE 4. DİĞER	
Tüm el yıkama musluklarının akış oranı (Mutfak & Tuvalet) ≤ 1,5 gpm	1,5
Tüm el yıkama musluklarının akış oranı (Mutfak & Tuvalet) ≤ 1,0 gpm	2,25
Tüm el yıkama musluklarının akış oranı (Mutfak & Tuvalet) ≤ 0,5 gpm	3
TRSA Clean Green sertifikalı çamaşırhane hizmeti	2
Enerji yıldızlı nitelikli çamaşır makinesi (kurum içi)	3,25
CEE Tier 1 nitelikli çamaşır makinesi	3,75
CEE Tier 2 nitelikli çamaşır makinesi	4,5
Talep üzerine su servisi yapılması ve müşterilere eğitim amaçlı açıklamalar sağlanması (menüde not ya da işaretler şeklinde)	3
Atık suların sulamada kullanılması	4,25
Atık suların tuvaletlerde kullanılması	7
İşletme içi su arıtma ve içecek suyu olarak kullanma	25

ATIK

Ortalama bir restoran yılda 68 tondan fazla çöp üretebilir. Bu bölümün amacı yiyecek hizmetleri sektörünü sıfır atık, atıkların azaltılması, tekrar kullanılabilir atıkların stoklanması, geri dönüşüm ve geri kalanlarında gübreye dönüştürülmesi konusunda teşvik etmektir.

ADIMLAR	PUAN
W 1. GERİ DÖNÜŞÜM & GÜBREYE DÖNÜŞTÜRME	

(*)'lı başlıklar sertifikasyon için gereklidir. Eğer restoran bölgesinde bir başlık için geri dönüşüm ya da gübreye dönüştürme ulaşılabilir değilse, restoran o başlığı dönüştürmekle yükümlü değildir.

* Plastik, cam ve alüminyum	10
* Karton	8
* Kağıt	2
* Yağların biyodizel yada enerjiye çevrimi	2,5
* Gübreye dönüştürme	17,5
Müşteri atıklarının gübreye dönüştürülmesi	7,5
W 2. YAPISAL GERİ DÖNÜŞÜM	
Yeni yapı	2,5
Tadilat	1,25
W 3. TEHLİKELİ ATIK	
Florasan Lambaları	0,5
Piller	0,5

Boya ve kimyasallar	0,5
Elektronik eşyalar	0,5

W 4. ATIK AZALTIMI – OFİS

Mürekkep kartuşlarının tekrar kullanımı ya da geri dönüşümü	0,25
Zımba telsiz zımbalayıcı	0,25
Önemsiz postaların azaltımı	0,25
Çift taraflı yazıcı	1
Kağıtsız online fax	1
Tüm tedarikçiler için kağıtsız faturalama	3
Tüm çalışanlar için kağıtsız ücret bordrosu	3
Kağıtsız GR 4.0 değerlendirme bildirimleri –elektronik mail yada online dosya paylaşımı-	3
Kağıtsız GR 4.0 değerlendirme bildirimleri -CD yada flaş bellek-	2

W 5. ATIK AZALTIMI – TASARRUFLU ÜRÜNLER

Toplu paketleme (bireysel paketleme yapılmaması)

İşletme içi kullanılan baharatlar	1
Kafe malzemeleri	1
En az iki tedarikçinin, en az ayda iki kez depozitolu paketleme ile mal telsi etmesi	1
İkiden fazla tedarikçinin, en az ayda iki kez	2,25

depozitolu paketleme ile mal teslim etmesi

Tekrar kullanılabilen kahve filtreleri	1
Tekrar kullanılabilen bardakaltlığı	1
İşletme içinde şişesiz su servisi	3,5
Tuvaletlerde kağıt havlu kullanılmaması	2
Personel yemeklerinde %100 tekrar kullanılabilen yemek takımları	3,5

Fincanların tekrar kullanımı	2,25

(sembollerle ve maddi özendirmelerle müşterileri aynı bardaklarını tekrar kullanmaya teşvik etme – ikinci kullanımda fiyat indirimi gibi)

Poşetlerin tekrar kullanımı	2,25

(sembollerle ve maddi özendirmelerle müşterileri aynı poşetleri tekrar kullanmaya teşvik etme – ikinci kullanımda fiyat indirimi gibi)

Kutuların tekrar kullanımı	2,25

(sembollerle ve maddi özendirmelerle müşterileri aynı kutularını tekrar kullanmaya teşvik etme – ikinci kullanımda fiyat indirimi gibi)

Sadece Kafeterya Tarzı Restoranlar İçin

Tekrar kullanılabilen tepsiler	1
Tepsisiz	3

Sadece Kaliteli Restoranlar İçin

Masa örtüsüz	4,5
Tekrar kullanılabilen sürdürülebilir tekstil (organik pamuk, haşhaş vb.)	3,5
Tekrar kullanılabilen geleneksel tekstil	2,25
Geri dönüştürülebilir ambalaj kağıdı masa örtüsü	1

W 6. ATIK AZALTIMI – YİYECEK

Haftalık (en az) olarak yemek bankalarına yada madde dönüşümlerine bağış	5

NOT: atık gıdaları düzenli olarak bağışlayan, tüketiciden gelen atıkları gübreleştiren restoranlar için puan 7,5'tur.

%25-50 oranlarında düşük porsiyonlu başlangıç yemekleri, azaltılmış fiyatlarla	2,25

GERİ DÖNÜŞÜMLÜ VE BİYO-TEMELLİ KULLAN-AT'LAR

Bu bölümün amacı gıda sektörü hizmetlerinin özellikle petrol bazlı ürünler gibi eksraksiyon gerektirmeyen bakir kaynakları kullanmaları yönünde teşvik etmektir. Bunun yerine restoranlar, biyo temelli ya da önceden geri dönüşüme tabi tutulmuş ve yeni bir ürüne dönüştürülmüş materyaller kullanmalıdırlar.

Polistiren (strafor) kullanılmaması gereklidir.

D 1. TEK KULLANIMLIĞA HAYIR

Tekrar kullanılabilir peçete	6,5
Tuvaletlerde tekrar kullanılabilir havlu	6,5

Sadece “Fast Casual” ve “Fast Food” restoranlar için

İçeride yiyen müşteriler için tekrar kullanılabilen yiyecek takımları	6,5
İçeride yiyen müşteriler için tekrar kullanılabilen tabaklar	6,5
İçeride yiyen müşteriler için tekrar kullanılabilen bardak /fincan	6,5

Kullan-at yiyecek öğeleri sunmayan kafeteryalar için

İçeride yiyen müşteriler için tekrar kullanılabilen yiyecek takımları	3
İçeride yiyen müşteriler için tekrar kullanılabilen tabaklar	3
İçeride yiyen müşteriler için tekrar kullanılabilen bardak /fincan	3

Sadece paket (al-git) satışlar için kullan-at sunan kafeteryalar için

İçeride yiyen müşteriler için tekrar kullanılabilen yiyecek takımları	2
İçeride yiyen müşteriler için tekrar kullanılabilen tabaklar	2
İçeride yiyen müşteriler için tekrar kullanılabilen bardak /fincan	2

D 2. YİYECEK SERVİSİ KULLAN-AT’LARI

GRA aşağıdaki başlıkları değerlendirecektir:

- Götürülebilir kaplar
- Sıcak fincanlar
- Soğuk fincanlar
- Tabaklar
- Kaseler
- Çatal-bıçak takımları & Pipetler
- Plastik poşetler
- Fincan altlıları
- Çöp poşetleri

- Pizza halkaları
- Yiyecek tepsileri
- Pizza kutuları
- Fincan kutuları
- Kağıt kutular
- Ovalama keçeleri
- Diğer

Puanlama (pizza kutuları ve kağıt kutular hariç) aşağıdaki üç bağlamda temellendirilecektir.

1. Biyo temelli = 0,75 puan
2. Daha önceki tüketimden geri dönüştürülen kağıt:

   %10-49 = 0,5 p

   %50-100 = 1 p
3. Dönüşüme gönderilen plastik:

   %10-49 = 1,5 p

   %50-100 = 2 p
4. Dönüşüme gönderilen kağıt = 3,5 p

* Aşağıdaki altı başlık sadece pizza kutuları, fincan kutuları ve kağıt kutular için uygulanır:

Bleaching (ağartma) gerekliliklerine uygun =	0,5
Toplam Geri dönüşüm İçerik niteliklerine(TRCR) uygun =	0,25
Bir sonraki kullanım için %10-39 atık içermesi	0,5
Bir sonraki kullanım için %40-69 atık içermesi	1

Bir sonraki kullanım için %70-89 atık içermesi	2
Bir sonraki kullanım için %90-100 atık içermesi	2,75

Puanlama her bir kriteri karşılayan başlığın % miktarı esas alınarak yapılır.

Örneğin: bir restoran iki tarz götürülebilir kaba (paket servis için) sahip – kapaklı kap ve çorba kasesi- . Eğer kapaklı kaplar sonraki tüketim için dönüşüme sahipse (3,5 puan) ve çorba kaseleri biyo temelli ise (0,75 puan), puanlama;

(%50 * 3,5) + (%50 * 0,75) = 2,125 puan şeklinde olacaktır.

Puanlar en üst standartların tutturulması durumunda verilecektir.

D 3. DİĞER GERİ DÖNÜŞÜMLÜ KÂĞIT BAŞLIKLARI

GRA aşağıdaki başlıkları değerlendirecektir:

- Peçeteler
- Kağıt havlular
- Duş mendilleri
- Yüz mendilleri
- Oturak kılıfları
- Tepsi doleleri
- Servis altlıkları
- Ofis kağıtları
- Menü kağıdı
- Pazarlama ve eğitim amaçlı kağıtlar (kartvizit, antetli kağıt, zarf, broşür, post kart)
- Misafir adisyon & faturaları
- Diğer

Puanlama aşağıdaki gibi yapılacaktır:

Bleaching (ağartma) gerekliliklerine uygun =	0,5
Toplam Geri dönüşüm İçerik niteliklerine(TRCR) uygun =	0,25

Bir sonraki kullanım için %10-39 atık içermesi	0,5
Bir sonraki kullanım için %40-69 atık içermesi	1
Bir sonraki kullanım için %70-89 atık içermesi	2
Bir sonraki kullanım için %90-100 atık içermesi	2,75

Puanlama her bir kriteri karşılayan başlığın % miktarı esas alınarak yapılır.

Örneğin; bir restoranın klorsuzsa (0,5 puan), %100 geri dönüşümlü (0,25 p) ve %90 sonraki kullanım için dönüştürülebilir ise (2,75 p), puanlama;

0,5 + 0,25 + 2,75 = 3,5 puan şeklinde olacaktır.

Ancak, eğer restoran peçeteleri klorsuz (0,5 p), %100 dönüşümlü (0,25 p), %90 sonraki kullanım için dönüştürülebilir (2,75 p) ve diğerleri klorsuz (0,5 p), %100 dönüşümlü (0,25 p), %30 sonraki kullanım için dönüştürülebilir (0,5 p) ise puanlama;

(%50 * (0,5 + 0,25 + 2,75)) + (%50 * (0,5 + 0,25 + 0,5)) = 2,375 şeklinde olur.

Aşağıdaki tablo bleaching (ağartma) ve total recycled content requirements üzerine bilgi sağlamaktadır.

Temizlik Kağıtları		
Peçeteler Kağıt havlular Banyo mendilleri	PCF	%100

Yüz mendilleri Oturak kılıfları		
Diğer Kağıtlar		
Ofis kağıtları Menü kağıdı Pazarlama ve eğitim amaçlı kağıtlar	PCF	%100
Fatura kağıdı	ECF	%60
Misafir adisyonları	N/A	%50
Tepsi doleleri	N/A	%100
Pizza kutuları Fincan kutuları Kağıt kutu / çanta	Unblached	%100

PCF: Processed Chlorine Free (Klorsuz işlenmiş)

ECF: Elemental Chlorine Free (Doğal olarak klorsuz)

N/A: Not Applicable (Uygulanabilir değil)

KİMYASAL & KİRLİLİK AZALTIMI

Hava ve su kirliliği toplumumuzun yüz yüze olduğu önemli sorunlardan biri. GRA restoranlara iklim değişikliklerine, mekân içi hava kirlenmelerine, su yollarının kirlenmesine ve toprak aşınmalarına olan etkilerini azaltmaları için çözümler sunuyor. Ayrıca, bu değişiklikler insan sağlığı için de bir fayda sunuyor.

Puanlama her bir kriterin yerine getirilmesindeki yüzde esas alınarak yapılır.

Puanlar sadece en yüksek standartların yerine getirilmesi için yapılır.

CPR 1. ULAŞIM

Kuruluş yerinin alt geçit ve hafif raylı sistemden 800 mt uzakta kurulması	0,5
Kuruluş yerinin otobüs hattından 400 mt uzakta kurulması	0,5
Duş imkanları ile güvenli bisiklet garajı sağlamak	0,5
Alternatif yakıtlı ya da hibrit araçlara sahip personel yada müşteriler için öncelikli park alanları sağlama	0,5
Personelin ortaklaşa kullandıkları araçlar için öncelikli park	0,5
Sistemli park – tedarikçi kamyonetlerinin ve al-götür müşterilerin park edecekleri yerler levhalarla gösterilmeli	0,5
Toplu ulaşımı kullanan personel için %50 ya da fazlası teşvik	0,5
Alternatif yakıt ikmal istasyonu	4
%3 park alanına sahip alternatif yakıt ikmal istasyonu (elektrikli araçlar şarjı)	5

CPR 2. SITE SELECTION

Terk edilmiş endüstri yerlerini tekrar düzenlenmesi	25

CPR 3. SEL SUYU YÖNETİMİ	
İşletme alanına düşen yağış suları kaybını	
bioretention cell (biyo çatılama)	
permeable pavement (geçirgen zemin)	
rain barrel (yağmur varilleri) vb. yöntemlerle % azaltmak	7,75
CPR 4. ULAŞTIRMA, PETROL ÜRÜNLERİ AZALTIMI	
Alternatif yakıtlı araçlar (hibrit, biyodizel, elektrikli)	7
Atık sebze yakıtlı araçlar	10,5
Yayan yada bisikletli teslimatlar	13
Elektrikli çim biçme makinesi	2
Manuel çim biçme makinesi	2,5
CPR 5. KİMYASAL AZALTIMI	
HCFC temelli olmayan soğutucular	3
Ağartılmamış parşömen kağıtlar	1,25
Ağartılmamış meze kağıtları	1,25
Ağartılmamış pasta kutuları	1,25
Ağartılmamış kahve filtreleri	1,25
VOC oranı düşük yer kaplaması	2,5
VOC oranı düşük duvar kaplaması	2,5

GS-11 veya GS-43 standartlarını karşılayan VOC oranı düşük	
boya ve kaplamalar	2
VOC içermeyen boyalar	2,5
Doğal boyalar	3
SCAQMD Rule 1168'dan düşük VOC emilimli yapıştırıcı ve dolgular	2,5
VOC içermeyen yapıştırıcı ve dolgular	3
CRI Green Label standartlarında halı ve minderler	2,5
Üre formaldehit reçine içermeyen kompozit paneller, agrifiber ürünler	2,5
Doğrusal florason lambalar	
cıva içeriği < 80 picogram per lumen hour	1,25
florason lambalar	
cıva içeriği < 80 picogram per lumen hour	1,25
Sürdürülebilir tekstil ürünleri – organik, kenevir, dönüştürülebilir maddeler	
Şef önlükleri	3
Personel üniforması	3
Satış	3
Sürdürülebilir dekor	
Yerel çiçek ve bitkiler (160 km uzaklık içerisinde)	1,5

Organik çiçek ve bitkiler	2,5
Muma alternatif, zehirsizler (şarj edilebilir LED, bal mumu, soya)	2,5
Sürdürülebilir peçete (organik, kenevir, dönüştürülebilir materyaller)	3
Sürdürülebilir masa tekstili (organik, kenevir, dönüştürülebilir materyaller)	3
Etilalkol temelli, metil alkol içermeyen ısıtıcı jel	2,5
Soya ya da diğer sebzeler temelli mürekkepler – yazıcı	1,25
Soya ya da diğer sebzeler temelli mürekkepler – tekstil	1,25

CPR 6. HAŞERE YÖNETİMİ

“Green Shield” sertifikalı ilaçlama şirketi	8,25
“Green Pro” ya da “Eco Wise” sertifikalı ilaçlama şirketi	7,75

CPR 7. IŞIK KİRLİLİĞİ

50W’dan yüksek tüm dış mekan aydınlatmaları, ışığın gökyüzünce emilmemesi için üstü örtülü	0,75
Park ışıklandırmalarında direkt aydınlatma	0,75

CPR 8. KİMYASALLAR

Konsantre zemin temizleme ürünleri (282 metrekare için 18,5 litereden az seyreltilen)	3

EPA'nın DfE standartlarında genel temizlik ürünleri	2,75
GS-37 standartlarında genel temizlik ürünleri	5,25
GRA Endorsement Standartları'nda genel temizlik ürünleri	7,75
EPA'nın DfE standartlarında el sabunları	0,5
GS-41 standartlarında el sabunları	1
GRA Standartları'nda el sabunları	1,5
EPA'nın DfE standartlarında elde yıkama bulaşık deterjanları	1
GRA Standartları'nda elde yıkama bulaşık deterjanları	1,5

SÜRDÜRÜLEBİLİR GIDA

Gıda hizmetleri endüstrisi tedarik zincirini etkileyen önemli bir noktadadır. Bir restoranın satın alma kararı neticesinde endüstri, kitlesel üretim yapan çiftlik, et çiftliği, haşere ilaçlamaları, balık yatağı tükenmeleri ve gıdanın taşınması gibi faktörlerin zararlı etkilerini azaltabilir ve sürdürülebilir, organik ve yerel aile çiftliklerini desteklemede yol alabilir.

Puanlama her bir kriterin karşılanma yüzdesine göre yapılacaktır.

Mesela; bir restoran gıdaya ayda 200 bin $ harcıyor. Bunun 20 bin $'ını 480 km uzaktan, 10 bin $'ını organik gıdalara ve 100 bin$'ını vejetaryen gıdalara harcıyorsa, restoran;

(%10*20) + (%5*40) + (%50*30) = 19 puan alacaktır.

SF 1. ORGANİK YİYECEK & İÇECEK VE SÜRDÜRÜLEBİLİR DENİZ ÜRÜNLERİ

Yiyecek içecekler; 40

- Organik sertifikalı
- “Blue Ocean Institute” yada “Monterey Bay Aquarium”un “Green” listesinde olan deniz ürünleri
- MSC sertifikalı balık çiftliklerinin ürünleri

SF 2. ET & SÜT ÜRÜNLERİ

Vejetaryen beslenen yada sadece bitkisel tüketen 5

- American Grass-fed Tier 1
- USDA Process Verified ve USDA Grass-fed

Hormon ve antibiyotik içermeyen 5

- Certified Humane
- American Humane Certified
- Animal Welfare Approved
- USDA Labeling Requirements

Kafes dışı yumurtalar / Açık alanda yemlenen (Büyükbaş, domuz…) 5

- Certified Humane
- American Humane Certified
- Animal Welfare Approved
- USDA Labeling Requirements

NOT: Herbir ürün ya SF 1 ya da SF 2’de puanlanabilir.

SF 3. ETSİZ

Vejetaryen 30

(tavuk, domuz, sığır, av hayvanı, balık olmayan)(Süt ürünleri, yumurta ve bal serbest)

Vegan:

(Süt ve süt ürünleri, bal, yumurta ve hiçbir hayvansal gıda olmayan) 5

Ana yemeklerin %30'unun vejetaryen olması 5

NOT: İçecekler bu bölümde değerlendirilmeyecektir.

SF 4. YEREL GIDA

Bölgesel: Restoranın 480 km yarıçapındaki alandan 20

Yerel: Restoranın 160 km yarıçapındaki alandan 40

İşletme sahasındaki üretim 1

NOT: Bu bölüm işlenmemiş bütün haldeki ürünler içindir.

SÜRDÜRÜLEBİLİR DONANIM & YAPI MALZEMELERİ

Bu bölümün amacı gıda hizmetleri endüstrisini özellikle de yeni yapıları, donanım ve yapı malzemeleri konusunda çevreye sorumlu satın alma kararları almada teşvik etmektir.

Puanlama aşağıdaki en yüksek özellikler baz alınarak yapılacaktır.

Tekrar kullanılan ya da bir enkazdan kurtarılan 10

Bir sonraki kullanım için geri dönüşümlü içerik

% 0-24
3

% 25-49
3,5

% 50-74
4

% 75-100
4,5

Önceki kullanımdan dönüşümlü içerik

% 0-24	2
% 25-49	2,5
% 50-74	3
% 75-100	3,5

Hızlı bir şekilde yenilenen (10 yıl ve daha az) ve FSC sertifikalı	3,5
Hızlı bir şekilde yenilenen	3
FSC sertifikalı	2

Puanlama her bir kriterin karşılanma yüzdesi temel alınarak yapılır. Puanlama sadece en yüksek standartların karşılanması halinde gerçekleşir.

Mesela;

Eğer bir restoranın 100 sandalyesi varsa ve 10'u kurtarılmış ahşap ürün ise, restoran 10 puanın %10'unu alacaktır.

Eğer bir restoranın halıları %10 sonraki kullanım için geri dönüşüm içeriyorsa ve ofis toplam alanın %25'ini oluşturuyorsa, restoran 3 puanın %25'ini alacaktır.

Eğer bir restoranın oturma bölümleri FSC ahşaplarından oluşuyor ve geleneksel tekstil ile giydirilmiş ise, restoran 2 puanın %50'sini alır.

Eğer restoranın mutfak tezgahları bir önceki kiracıdan devralınmış ve hızlı dönüştürülebilir materyallerden yapılmış ise, restoran 10 puan alır.

SFBM 1. DONANIM

Aşağıdaki başlıklar değerlendirilecektir.

- Sandalyeler
- Masalar
- Oturma bölümleri
- Duvar kaplama ve panelleri
- Pencere araçları
- Halılar
- Mutfak tezgahları
- Marangoz ürünleri
- Dekor
- Diğerleri (kapı keçeleri, ofis mobilyaları)

SFBM 2. YAPI MALZEMELERİ

Aşağıdaki başlıklar değerlendirilecektir.

- Zemin
- Çatı panelleri
- Tuvalet bölmeleri
- Kereste ve kontrplak (zemine uygulanmayan, marangoz ürünleri…)
- Yalıtım

- Çatı kaplama
- Kartonpiyer
- Çelik iskelet
- Beton
- Vitrin (korkuluk, yönlendirme …)
- Kapılar ve çerçeveler
- Diğer…

EK-4: LEAF CRITERIA VERSION 2.0

Leaders in Environmentaly Accountable Foodservice (Çevreye Duyarlı Yiyecek İçecek Hizmetleri Endüstrisi Liderleri), 2009 yılından bu yana Kanada'da yiyecek içecek hizmetleri endüstrisinin çevreye olan etkilerinin azaltılmasına ve tüketicilerin çevreye duyarlı işletmeleri bulabilmelerine yardımcı olmaktadır. Sürdürülebilir yiyecek içecek endüstri standartlarını ortaya koymak ve her büyüklükteki işletmeyi, başarılı işletme uygulamaları ile desteklemenin yanı sıra, çevresel etkileri konusunda bilgi, araç-gereç ve güven ile donatmayı hedeflemektedir. Enerji, su ve atık azatlımı, tarladan masaya ortaklıkları ve yeşil restoran endüstrisi bilinç ve desteğini arttırma diğer amaç ve yöntemleri arasında sayılabilir (Leafme).

Bu sertifikasyonun kriterleri ve puanlamaları aşağıda sıralanmıştır (Leafme).

LEAF CRITERIA VERSION 2.0

Zorunlu başlıklar hariç tüm kriterler puanlama sistemi ile değerlendirilmektedir. Puanlar her bir kriter için ve çevreye olan etkileri, maliyetleri ve dönüşüm analizleri esas alınarak oluşturulmuştur. Çoğu puanlama yüzde temelinde değerlendirilmektedir.

Not: Tüm standartlar her işletmeye uygulanabilir nitelikte değildir. Uygun dokümantasyon sağlanmalıdır.

Derecelendirme ve gereklilikleri aşağıdaki gibidir;

Seviye 1

Minimum 200 puan

Yıllık işletme denetimi

Tüm straforların elimine edilmesi

Enerji ve suyun korunması izlemeleri

Seviye 2

Tüm seviye 1 gerekliliklerine ek olarak

Minimum 250 puan

Bölüm 1'den (Gıda satın alması & menü kalemleri) minimum 30 puan almak

Seviye 3

Tüm seviye 2 gerekliliklerine ek olarak

Minimum 300 puan

Bölüm 1'den (Gıda satın alması & menü kalemleri) minimum 55 puan almak

Vejetaryen ve vegan menü kalemlerinin minimum %30'u

Bölüm 3.3'ten (Mutfak ekipmanları verimliliği) minimum 50 puan almak

İşletmede depozitosuz şişe su olmaması

Ampullerin minimum yarısının cıva içeriğinin < 80 picogram per lümen hour olması

Bölüm 8.0'ten (Atık & Geri dönüşüm) minimum 30 puan almak (Bölüm 8.5'in (Geri dönüşüm) %100'ünü içerecek şekilde)

1.0 GIDA SATIN ALMASI & MENÜ KALEMLERİ		
Standart Numarası	**Standart Başlığı**	**Puan**
1.1	Yerel / Bölgesel satın alma (<200/500 km)	45
1.2	İşletme alanı içerisinde üretime destek & yeşil alan; gıda muhafazası	23
1.3	Etsiz, süt ve süt ürünleri olmayan yiyecek kalemleri, organik veya sürdürülebilir sertifikalı	30
1.4	Et ve et ürünleri, organik veya sürdürülebilir	40

	sertifikalı	
1.5	Deniz ürünleri, sürdürülebilir	25
1.6	Süt ve süt ürünleri, organik veya sürdürülebilir sertifikalı	15
1.7	Vejetaryen ana yemekler	30
1.8	Vegan kalemler	40
1.9	Fair / Direct Trade ve Rainforest Alliance ürünleri >%80	10
1.10	Porsiyon azatlımı	10
1.11	Şarap – yerel/bölgesel, organik	10
1.12	Bira - yerel/bölgesel, organik	10
		288

2.0 MALZEME		
Standart Numarası	**Standart Başlığı**	**Puan**
2.1	El sabun ve losyonları	6
2.2	Kağıt malzemeler (tekrar kullanılabilen havlular/peçeteler, PCF (Süreç klorsuz kağıt), dönüşümlü ofis kağıtları, menüler, diğer…)	60.5
2.3	Diğer malzemeler (dönüşümlü, toprakta çözülebilir, tek kullanımlık olmayan, vb….)	
2.4	Paket servis malzemeleri	12
2.5	Tekrar kullanım programı	7
2.6	Reşo yakıtları	2
2.7	Satıcılar&sipariş – depozitolu paketleme, kağıtsız.	7
		94.5

3.0 ENERJİ KULLANIMI & PERFORMANSI		
Standart Numarası	**Standart Başlığı**	**Puan**
3.1	Enerji kullanımı & tasarrufu	N/A
3.2	Alternatif enerji kaynaklarının kullanımı	20
3.3	Mutfak ekipman verimliliği ve bakımı (araç-gereç, soğutma, endüstriyel mutfak havalandırma sistemleri & dizaynları)	N/A
3.4	Alan iklimlendirmeleri (ısıtma, soğutma, pencereler, yüzey, bitkisel yeşil tavan)	49
3.5	Aydınlatma (müştemilat, buz dolapları & dondurucular, meşgul sensörleri, gün ışığı sensörleri)	31
3.6	Kurum içi alternatif enerji	30
3.7	Diğer ekipmanlar (su ısıtıcıları, el kurulayıcıları, ofis ekipmanları, vb…)	49
3.8	Yeni bina yada tadilatlar	12
3.9	Enerji politikası	15
		206

4.0 SU KULLANIMI		
Standart Numarası	**Standart Başlığı**	**Puan**
4.1	Su kullanımı & muhafazası takibi	N/A
4.2	Su politikası	7
4.3	Tasarruf: mutfak	14
4.4	Servis – talep üzerine su servisi	5
4.5	Mesken & peyzaj	7
4.6	Tasarruf: tuvalet	15

4.7	Çamaşır hizmeti	6
		54

5.0 YAPI & LOKASYON		
Standart Numarası	**Standart Başlığı**	**Puan**
5.1	Yeni yapı (LEED sertifikalı, toplu taşımaya yakın, dönüştürülebilir bina, vb)	49

6.0 DONANIM & DEKOR KALEMLERİ		
Standart Numarası	**Standart Başlığı**	**Puan**
6.1	Masa üstü tekstil kullanılmaması	10
6.2	Materyaller	30
6.3	Halılar	3
		43

7.0 KİMYASALLAR		
Standart Numarası	**Standart Başlığı**	**Puan**
7.1	Peyzaj	5
7.2	İç mekan	15
7.3	Temizlik şirketleri	13
		33

8.0 ATIK & GERİ DÖNÜŞÜM		
Standart Numarası	**Standart Başlığı**	**Puan**
8.1	Atık gıda işleme	18

8.2	Atık gıda denetimi	4
8.3	Tehlikeli atık	4
8.4	Bağış programı	10
8.5	Geri dönüşüm	14
8.6	Makine yağı, yağ & yakıt	6
8.7	Ofis (geri dönüşüm, atık azaltma metotları, vb)	8
8.8	Atık azaltma (toplu paketleme, envanter kontrolü…)	12
		76

9.0 PERSONEL		
Standart Numarası	**Standart Başlığı**	**Puan**
9.1	Üniforma	11
9.2	Eğitim (ödenmiş, sürdürülebilirlikle ilgili)	25
		36

10.0 POLİTİKA, İŞGÖREN SAĞLIĞI & İNOVASYON		
Standart Numarası	**Standart Başlığı**	**Puan**
10.1	Politika (hayır bağışları, sosyal sorumluluk, vb)	12
10.2	İşgören sağlık & sıhhati	12
10.3	İnovasyon	N/A
		24