



## KONAKLAMA İŞLETMELERİNDEKİ ÇEVRE YÖNETİMİ UYGULAMALARININ VE ETKİLERİNİN İRDELENMESİ: ALANYA DA FAALİYET GÖSTEREN 5 VE 4 YILDIZLI KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Çiğdem MUTLU\* M. Selami YILDIZ\*\*

### Öz

Turizm doğal unsurların birleştiği coğrafyalarda gerçekleştirilen hareketler bütünü olarak açıklanmıştır. Ayrıca küreselleşme ile birlikte turizm sektörünün giderek büyüdüğü belirlenmiştir. Böylece, turizmin gelişmesi için doğal unsurlara ve çevreye olan duyarlılığın arttığı da tespit edilmiştir. Bunun sonucunda, turizm sektöründe yer alan işletmelerin çevreyi yönetmek amacıyla belirli uygulamalar yaptığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda, çalışmanın amacı, çevre yönetimi uygulamalarının işletmelere olan etkilerinin belirlenmesidir. Ayrıca, bu uygulamaların, turizm işletmelerine olumlu veya olumsuz yansımalarının neler olduğunun ortaya çıkarılması da bir diğer önemli amaçtır. Bu kapsamda, araştırmanın evrenini, Alanya'da faaliyet gösteren beş (5) ve dört (4) yıldızlı toplam 121 konaklama işletmeleri oluşturmaktadır. Araştırmanın evreninin ulaşılabilir olduğu belirlenmiştir ve bu çalışmada gönüllü bireylerin denek yada yanıtlayıcı olarak katıldığı gönüllü örneklem yöntemi kullanılarak konaklama işletmelerinin tümüne anket ulaşılmaya çalışılmıştır; ancak 110 işletmeden yanıt alınmıştır. Araştırmanın sonucunda, beş (5) yıldızlı konaklama işletmelerinin dört (4) yıldızlı konaklama işletmelerine göre çevreye daha duyarlı olduğu ve konaklama işletmelerinin, çevre yönetimi ve uygulamaları konusunda, sorumluluk almaları gerektiğinin farkında olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Çevre, Konaklama İşletmeleri, Çevre Yönetimi, Doğal Unsurlar.

## EXAMINATION OF THE EFFECTS OF ENVIRONMENTAL MANAGEMENT PRACTICES AT TOURISM UNDERTAKINGS: A RESEARCH CONDUCTED AT 5 AND 4 STAR ACCOMMODATIONS WHICH OPERATE IN ALANYA

### Abstract

Tourism is defined as activities carried out in geographical places where natural factors merge. It is seen that tourism sector has been growing thanks to globalization. Therefore, people have become more sensitive to natural factors and environment in an effort to improve tourism. Accordingly, undertakings that operate in tourism sector have started to benefit from certain practices to manage environment. In this framework, the purpose of this study is to identify the effects of environmental management on tourism undertakings and to reveal positive and negative reflections of such practices on tourism undertakings. To this aim, in total 121 tourism undertakings, which consist of five (5) and four (4) star accommodations, were chosen as the target population of the study. Target population of the study was deemed accessible and voluntary sampling method was used with the participation of voluntary individuals as subjects or respondents to a questionnaire sent to all of the undertakings concerned. However, only 110 undertakings responded. As a result, it was seen that five (5) star accommodations are more sensitive to environment and more aware of the fact that they need to assume more responsibilities regarding environmental management and practices in comparison to four (4) star accommodations.

**Key Words:** Tourism, Environment, Accommodation Enterprises, Environmental Management, Natural Factors.

\* Öğr. Gör., Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Gazipaşa MRB MYO, [cigdemmutlu@akdeniz.edu.tr](mailto:cigdemmutlu@akdeniz.edu.tr)

\*\* Doç. Dr., Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, [selamiyildiz@duzce.edu.tr](mailto:selamiyildiz@duzce.edu.tr)



## 1. GİRİŞ

Turizm, genellikle doğal unsurların birleştiği noktalarda gerçekleşmesi nedeniyle çevreye olan etkilerinin iyi bir şekilde analiz edilmesi gerektiği bilinmektedir. Çünkü, doğal unsurların olmadığı veya yok edildiği bir destinasyonda turizm hareketlerinin varlığından söz edilemeyeceği belirtilmiştir. Bu nedenle turizm işletmelerinin çevre ile olan etkileşimi oldukça yüksek ve önemli olduğu bilinmektedir.

Turizm sektöründe yer alan en önemli bileşenlerden birinin de konaklama işletmeleri olduğu bilinmektedir. Turizmin hızla gelişmesi ile birlikte konaklama işletmelerinin sayılarının arttığı tespit edilmiştir. Bu duruma istinaden otel işletmelerinin, rekabetin arttığı bu pazarda yer almak, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamak ve onları memnun edebilmek için birçok hizmeti aynı mekânda sunduğu saptanmıştır.

Konaklama işletmelerinde, aynı anda birçok farklı hizmetin sunulması iş yoğunluğunun artmasına sebep olduğu görülmektedir. Çünkü temel işlevleri olan konaklama dışında, yiyecek-içecek, eğlence (çeşitli barlar, disco, tiyatro, animasyon vb.) gibi birçok farklı faaliyetleri de müşterinin hizmetine sunmaktadır. Böylece, işletmeler çevre ile daha fazla etkileşime geçmiş olmaktadır.

Konaklama işletmelerinin kuruluş yeri faktörlerinin incelemesi, çevre yönetiminin en önemli unsurlarından birisi olarak bilinmektedir. Çünkü seçilecek olan yer, çevresel ortama zarar vermemesi gerektiği belirtilmiştir. Bununla birlikte işletmelerden birçok atık çıkacağı ve bunların katı ve sıvı olarak ayrıştırılması gerektiği saptanmıştır. Ayrıca, işletmelerin, geri dönüşüm için ürünlerini biriktirmeleri veya ayırmaları çevreyi etkileyecek diğer bir önemli faktör olarak vurgulanmıştır.

Çevreyi korumak, dengesinin bozmamak, tüketicileri bilinçlendirmek, çevreye duyarlı üretim, zararlı olan ürünleri elemek gibi amaçlar çerçevesinde ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi Standartları oluşturulduğu tespit edilmiştir. Böylece, hem rekabet avantajı sağlamak hem de çevreyi korumak adına bu belgeyi almak isteyen işletmeler, bu amaçlar doğrultusunda bir yönetim şekli oluşturulduğu tespit edilmiştir. Ancak, bu belgeyi, sadece yasalar ve mevzuatlara uygunluk açısından alan veya almayı düşünen işletmelerin çevreye olan zararı devam edeceği elde edilen bilgiler arasında yer almaktadır. Bu bağlamda, çevrenin dengesinin de bozulacağı belirtilmiştir.

Bu çalışmanın amacı, rekabetin yoğun olarak devam ettiği konaklama işletmelerinde gerçekleştirilen çevre yönetimi uygulamalarını ve bu uygulamaların işletmelere olan etkilerini incelemektir. Ayrıca, çevre yönetimi uygulamalarının işletmelere olumlu veya olumsuz yansımalarının neler olduğunun ortaya çıkarılması da bir diğer önemli amaçtır.

## 2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Gupta (1995) yaptığı çalışmada, çevre veya yeşilin anlamının birçok farklı şekilde yapılabileceğini ve farklı alanlarda farklı noktalara değinilebileceğini söylemiştir. Ayrıca aynı çalışmada, ormanlık alanların hızlı bir şekilde yok edilmesi, biyolojik çeşitliliğin azaltılması, zehirli ve tehlikeli suların açığa akıtılması, sıvı atıklar, nitelikte olduğu kadar niceliksel olarak da çevreye zarar veren etmenlerden bazı örnekler olduğunu belirtmiştir. Bu çalışmada değinilen diğer bir nokta ise firmaların çevresel program ve politikalarının gelişmenin çeşitli aşamaları olarak öngörüldüğüdür. Kirk (1998), konaklama sektöründe çevrede, açık bir şekilde, büyük ölçüde zarara neden olan faktörlerin tek olmaması, çevresel



yönetim ihtiyacına yanıt vermekte yavaş kaldığına değinmiştir.

Rennings (2000), örgütsel, teknolojik, sosyal veya kurumsal niteliğe sahip olan, sektör içerisinde yer alarak veya almayarak ticaret yapan, işletmeler veya kar amacı gütmeyen kuruluşlar tarafından çevresel yeniliklerin geliştirilebileceğini yaptığı çalışmada ortaya koymuştur. Ayrıca, Yazgan, Yıldız ve Yücel (2014) yaptıkları çalışma da temiz üretim faktörünün firmaları nasıl etkilediğini araştırmış ve temiz üretimin 3 boyuttan oluştuğu sonucunu elde etmişlerdir. Bu boyutlar ise, üretim süreci, geri dönüşüm ve bütünsel yaklaşım olarak açıklanmıştır.

Molina-Azorín, Claver-Cortés, Pereira-Moliner ve Tarí (2009) yaptıkları çalışmada, otel işletmelerinin kurdukları destinasyonun sahip olduğu doğal kaynakları koruyarak uzun dönemli bir strateji oluşturduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca, böylece sektörde rekabet avantajı yakaladıklarını da açıklamışlardır. Bununla birlikte, çevre yönetimi uygulamaları otel işletmeleri tarafından benimsenerek performanslarını arttırdıkları da çalışma sonucunda ortaya çıkan bir diğer bilgidir.

Bohdanowicz (2005), yaptığı çalışmada, turizm destinasyonlarındaki konaklama işletmelerinin gelişme ve iyileşmelerinin doğal kaynakların sürekli ulaşılabilir yani sürdürülebilir olmasına bağlı olduğunu belirtmiş ve destinasyonun doğal çekiciliğinin en temel turizm ürünlerinden biri olduğunu da eklemiştir. Bohdanowicz aynı çalışmasında, doğal çevrenin doğrudan aşırı kullanıma maruz kaldığına ve bu durumun konaklama işletmelerinin gelişimini tehdit ettiğine dikkat çekmiştir.

Russo ve Fouts (1997), gelişmiş endüstrilerde ekonomik güç ve çevresel güç arasında bağlantı olduğunu yaptığı araştırma ortaya çıkarmıştır. Kirk (1995), konaklama sektörü de dahil olmak üzere bütün sektörlerin üzerinde, olumsuz çevresel etkilerin azaltılması için gereken cevabı almak için baskı olduğuna dikkat çekmiştir. Kirk bu çalışmada, değişim için bu etkene bağlı olarak beş ana motivasyon aracı olarak; yasalar, mali politikalar, tüketici baskısı ve korunan kaynaklardan elde edilecek finansal avantajlar olduğunu açıklamıştır.

Chan ve Wong (2006), işletmelerin, üretim sürecinden kaynaklanan çevresel bozulmaların çoğundan sorumlu olmaları nedeniyle çevresel zararları önlemede esas rolü oynadıklarını yaptıkları çalışma ile ortaya koydukları belirlenmiştir. Carmona-Moreno, Céspedes-Lorente ve Burgos-Jiménez (2004) yaptıkları bir başka çalışma sonucunda, birçok otel işletmesinde müşterilerin hem enerji hem de su tüketiminin tasarrufu konusuna dikkat ettiklerini belirlemiş oldukları görülmektedir. Bu bağlamda, müşterilerin, her durumda doğrudan doğal kaynakların tüketimi ve çevrede kirliliğe neden olan otel uygulamalarının içerisinde yer aldıkları tespit edilmiştir. Ayrıca otel işletmeleri, aktivitelerinin çoğunda doğal kaynakları koruyarak veya bu kaynaklara zarar verebilecek kirliliği engellenmesine odaklandıkları bu çalışma sonucunda elde edilen bir diğer bilgidir. Ancak, çalışma sonucunda, çevre yönetiminin yasa oluşturulmadan zorunluluk olarak görülmediği de açıklanmaktadır.

Kızılırmak (2011) ise yaptığı çalışmada, turizm sektöründe mevcut durumunu korumak ve aynı zamanda uluslararası piyasadan da pay almak veya payını büyütme isteyen ülkeler ve turizm işletmelerinin çevreye dair planlamalar ve uygulamalar yaptıklarını belirtmiştir. Kızılırmak; bu çalışmalar arasında; çevreye duyarlı konaklama belgesi, turistik ürünün üretiminde su, elektrik, enerji, kimyasal ve katı atıklara dikkat edilmesi, işletmede kullanılan teçhizatın çevreye uyumlu ürünlerden tercih edilmesi olarak açıklamıştır. Chan ve Lam (2003) ise yaptıkları araştırmada, farklı enerji koruma teknolojileri veya yöntemleri ile korunan



enerjinin, birçok gelişmiş ülkede sürdürülebilir kalkınmanın temel unsuru olduğunu söylemişlerdir.

Zengin ve Vatan (2014), çevresel inovasyonu, diğer bir deyişle çevresel yeni süreçlerin veya ürün/hizmetleri, ortaya çıkarma amaçlarını ve işletmelerin bunu nasıl yaptıklarını ölçmek için bir çalışma yaptıkları tespit edilmiştir. Bu çalışma sonucunda, konaklama işletmelerinin maliyetleri ile atıkların azaltılması veya yeniden kullanılması amacıyla çevrenin yenilenmesini sağlamaya çalıştıkları belirlenmiştir.

### 3. KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE ÇEVRE YÖNETİMİ, YAKLAŞIMLARI VE UYGULAMALARI

#### 3.1. Konaklama İşletmelerinde Çevre Yönetimi

Konaklama işletmeleri farklı şekillerde doğal çevreyle etkileşimde bulunduğu bilinmektedir. Bu durum sonucunda ise doğal çevreye zarar verdiği saptanmıştır (Kirk, 1998: 33). Çevre yönetimi, doğal kaynaklara, alanlara zarar vermemek ve çevrenin sürdürülebilirliğini sağlamak için alınan kararların uygulanması olarak açıklanmıştır. İşletmelerin gerçekleştirdiği faaliyetlerin, buldukları alanlara olumlu veya olumsuz olan etkilerinin tespit edilmesi ve ortaya çıkan sonuçlara göre çevreye duyarlı uygulamalar gerçekleştirmeleri gerektiği vurgulanmıştır.

İşletmelerin faaliyetlerinde çevresel konuların bütünlüğünün, işletme risklerini azalttığı ve yeni fırsatlar bulmalarında etkili olduğu açıklanmıştır. Ayrıca, çevresel konuların, işletmenin stratejik yönetim sürecinde önemli bir rol oynadığı belirtilmiştir (Bresciani, 2013: 50). Böylece, çevre yönetimi, işletme içerisinde stratejik yönetimle bütünleşmiş bir süreç olduğu saptanmıştır. İşletmeler tarafından tanımlanan ve sorun olacak çevresel problemler ise ürün ve hizmetlerin gelişmesi, üretimi, dağıtımı ve tüketiminden kaynaklandığı elde edilen bilgiler arasında yer almaktadır (Banerjee, 2002:181).

İşletmeler, çevre yönetimi süreci içerisinde, verdikleri hizmetlerin analizlerini yaparak, çevreye verecekleri olumlu ve olumsuz etkileri belirlemeleri gerektiği vurgulanmıştır. Böylece, işletmelerin uygulayacakları yönetim modellerini ortaya çıkarmış olacakları elde edilen bilgiler arasındadır. Aynı zamanda, olası zararları sıfırlama veya en alt kademeye indirme ihtimallerinin de yüksek olacağı tespit edilmiştir.

#### 3.2. Konaklama İşletmelerinde Çevre Yönetimi Uygulamaları

Çevre yönetimi uygulamalarında işletmeler, aynı zamanda, yasal zorunluluklara uymak zorunda oldukları bilinmektedir. Çevresel problemleri ortaya çıkaran faaliyetlerin yasal çerçeveler dâhilinde değerlendirilmeleri ve uygulamalarını bu yönde gerçekleştirmeleri gerektiği açıklanmıştır.

Çevre yönetimini benimseyen otel işletmelerin, masraflarının azalırken gelir kaynaklarının arttırdığı tespit edilmiştir. Böylece, çevre yönetimi uygulamalarının işletmelerin performanslarına direkt olarak etki ettiği belirlenmiştir (Molina-Azorín ve diğerleri, 2009: 522). Konaklama işletmelerinin çoğunluğunun, çevre korumaya yönelik enerji, su ve atık konularında çeşitli uygulamalar yaptıkları görülmektedir. Zincir ve bağımsız otel yöneticilerinin büyük bir çoğunluğu da konaklama faaliyetlerinin doğal çevreye olan olumsuz etkisinin farkında olduğu saptanmıştır (Bohdanowicz, 2005:189).

Çevre yönetimi ile ilgili hususlarda, politik baskılar, farklı çevresel politikalar, arz ve



talep faktörleri, örgütsel ve politik unsurlar, teknolojik yetenekler sosyal farkındalık vb. kısıtlarla karşılaştığı açıklanmıştır (Horbach, 2008: 164-167). Böylece, işletmelerin, çevresel yönetime önem vermelerine ve geliştirmek istemelerine rağmen, yeni çevre faaliyetlerinde sınırlamalarla karşılaştıkları tespit edilmiştir.

İşletmelerin çevresel faaliyetlerinde; işletme büyüklüğü, yeşil/beyaz yıldız gibi sembollerinin olması, işletmenin kurumsallığı ve politikası, işletmenin stratejik bakış açısı, çevre yönetim programının yazılı hale getirilmesi gibi faktörlerin etkisi olduğu saptanmıştır (Aykan ve diğerleri, 2013: 98). Bununla birlikte, çoğu durumda, otel sahiplerinin görüş ayrılıkları, iş süreçleri ve pay sahibi farklı kişiler arasındaki yönetim de çevresel konulardaki sorumlulukları etkilediği belirlenmiştir (Bohdanowicz, 2005: 198).

Enerji, çevre yönetiminde, yenilenemeyen kaynakların tüketilmesi olduğu ve enerji tasarrufunu sağlayan farklı teknolojilerle enerjiyi korumak, birçok gelişmiş ülkede sürdürülebilir gelişmenin ana unsurunu oluşturduğu bilinmektedir. Örnek olarak, otel işletmelerinde havuz ısıtmada kullanılan yeni bir teknoloji ile elektrik tüketiminin %50 oranında düştüğü yapılan araştırmalarda ortaya çıkmıştır (Chan ve diğerleri, 2003: 80-81). Ayrıca, elektrik tüketimi bölgenin sıcaklığına göre değişim göstereceği ve böylece, sıcak iklimlerde serinlemek için kullanılan araçlar (klima vb) elektrik tüketimini arttıracığı tespit edilmiştir.

Konaklama işletmelerinde, suyun oldukça fazla önemli olduğu ve sudan yoksun bir ortamda hizmet vermenin neredeyse imkansız olduğu tespit edilmiştir. Bu işletmelerde, günlük olarak, suyun çeşitli temel kullanım alanları (çamaşırhane, mutfak ve müşteri odaları ) vardır ve su bu alanlarda, belirgin bir ölçüde sıcak olarak da kullanımıyla karşılaşılmaktadır. Bu bağlamda, konaklama işletmelerinde yapılacak su tasarrufu, hem enerji hem de çevre koruma bakımından oldukça yararlı olduğu belirlenmiştir (Deng ve diğerleri, 2002: 57-58). Bu bağlamda, çevre yönetimi faaliyetlerinde enerji kadar suyun kullanımının da oldukça önemli bir unsur olduğu saptanmıştır. Otel işletmelerinde ki su tasarrufunun işletmeye olumlu etki edeceği belirlenmiştir.

Konaklama işletmelerinde bir diğer uygulama olan geri dönüşüm yönetimi ile, kâğıt, metal cam, katı ve sıvı atıkların ayırarak çevreye bu maddelerin vereceği zararı önlemeye çalıştıkları tespit edilmiştir. Ancak, bu tarz uygulamaların, çalışan tüm personellere aktarılması, uygulama için uygun bir program geliştirilmesi ve takibinin yapılması gerektiği belirlenmiştir (Enz ve diğerleri, 1999: 2). Böylece, çevrenin katı ve sıvı atıklardan korunmasının ve gelecek nesillere aktarılmasının mümkün olduğu açıklanmıştır.

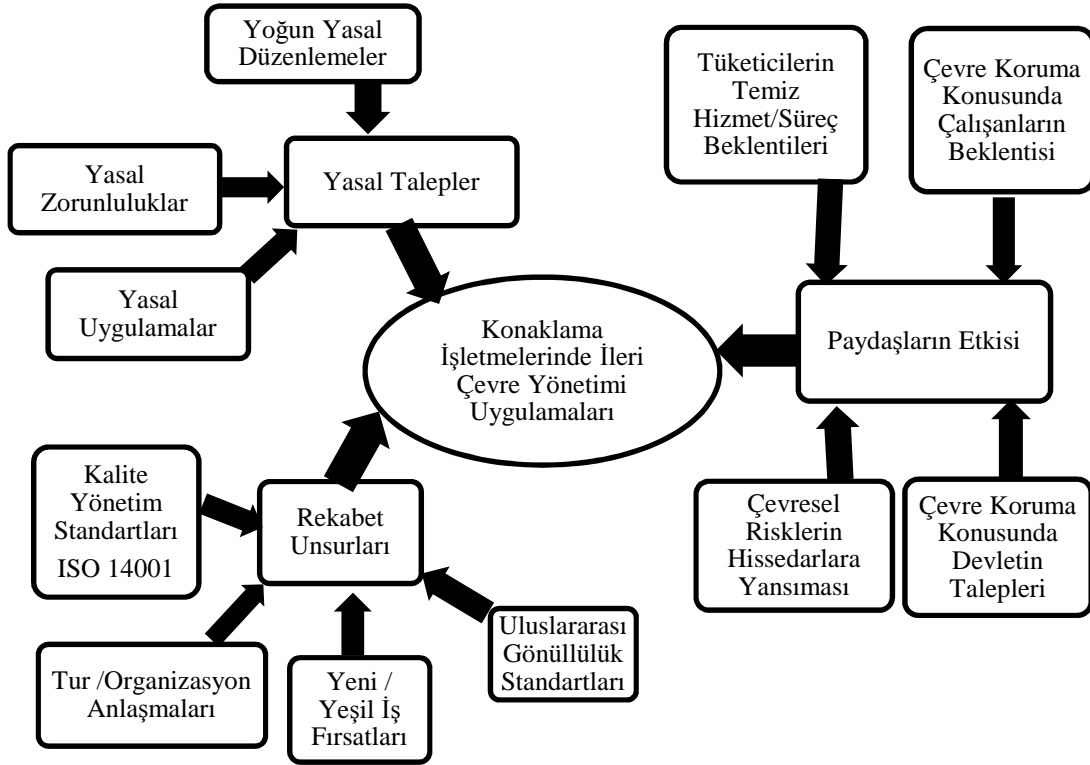
Otel işletmelerinin, doğal çevrenin kirlenmesi, rekabet ortamı, maliyetlerin artması, yasalar, çevre duyarlılığına sahip müşteriler ve beklentileri vb. konuları çözmeye çalışmakta oldukları belirlenmiştir (Aykan ve diğerleri, 2013: 96). Bu bağlamda, birçok işletmenin, ileri (veya ileriye yönelik etkin) çevre yönetimini uygulamalarına geçiş yapmak için devlet, müşteri, personel ve rakipler tarafından baskı gördüğü belirlenmiştir. Bununla birlikte, hem müşteri hem de yatırımcılar, hizmet kalitesi ve çevre kalitesi arasında çok belirgin bir ilişki olduğunu görmeye başladığı da elde edilen bilgiler arasında yer almaktadır. Ancak; bu uygulamaların hangisinin daha güçlü veya etkili olacağına sıralanmasının belirlenmesinde, etkin çevre yönetimi stratejilerinin benimsenmesi için, işletmeler ileriye yönelik çalışmalarını sürdürmeleri gerektiği saptanmıştır (Berry and diğerleri, 1998: 38).

Aşağıda Şekil 1'de konaklama işletmelerinde ileri çevre yönetim uygulamaları



görülmemektedir.

Şekil 1:Konaklama İşletmelerinde İleri Çevre Yönetim Uygulamaları



**Kaynak:** Berry,M.A. ve diğerleri (1998). Proactive Corporate Environmental Management: A New Industrial Revolution, Academy of Management Executive, 12(2), s. 40'dan örnek alınarak hazırlanmıştır.

Yeni endüstriyel dönüşümün hızla ilerlemesi, iş adamları, mevzuat oluşturanlar ve çevreye duyarlı grupların hem kendileri hem de birlikte çevreyi korumak için gerekli girişimlere katkı sağladıkları görülmektedir. Bununla birlikte, etkin çevresel yönetimin yayılması, devlet, işletmeler, çevre grupları ve birlikte çalıştıkları endüstri işletmelerinin birlikte çevresel problemlere çözüm aramak ve doğal kaynakların yok olmasını önlemek için teknoloji, metot, hizmet geliştirilmesini sağladığı elde edilen bilgiler arasındadır (Beryy ve diğerleri, 1998: 49). Sonuç olarak, çevre yönetimi uygulamalarında, işletmelerin Pazar politikalarının sürece uygun olması gerektiği saptanmıştır.

### 3.3. Çevre Yönetimi Yaklaşımları

İşletmelerin karşılaştıkları çevre sorunlarını azaltmak veya yok etmek amacıyla, sınırlı olduğu bilinen doğal kaynakların en iyi ve uygun bir şekilde kullanılması zorunluluğunun ortaya çıktığı tespit edilmiştir. Böylece; ülkelerde çevre bilincinin anlaşılması ve önem verilmesine aracı olmuş ve çevre sorunlarını önlemede global bir ilgi doğurduğu belirtilmiştir (Akatay ve diğerleri, 2008: 316). İşletmelerin çevre yönetimi yaklaşımlarında pasif, aktif ve proaktif olarak 3 tür yaklaşım tespit edilmiştir. Buna göre;

**Pasif yaklaşım;** çevrenin bir maliyet unsuru görüldüğü ve değişimlere kapalı bir yaklaşım olarak nitelendirildiği açıklanmıştır (Yüksel, 2003: 2).



**Aktif yaklaşım;** işletmelerin sadece yasal zorunluluklar sebebiyle benimseyip, çevre konularına uyum sağladıkları yaklaşım şekli olduğu tespit edilmiştir (Steger, 2000: 24).

**Proaktif yaklaşımda;** işletmelerin çevre konularını bir anahtar olarak gördükleri bilinmektedir. Bununla birlikte, çevre konularının en alt kademededen en üst kademeye kadar bütün çalışanlara benimsetilmesini sağlayan bir yaklaşım olduğu bilinmektedir. Böylece, işletmelerin, rekabet etme güçleri ile sorumluluklarını arttıracakları ve değişimi gerçekleştirecekleri saptanmıştır (Borri and diğerleri, 1995:39).

#### 4. ISO 14001 ÇEVRE YÖNETİM SİSTEMİ (ÇYS)

Uluslararası platformda oluşturulan çevre yönetimi standartları arasında karşılaşılan ve dünya çapında en çok kabul edilen ISO 14001 Standardı olarak açıklanmıştır. Bu standardın, Uluslararası Standartlar Örgütü (ISO) tarafından geliştirildiği bilinmektedir. Ayrıca, ISO 14000 Serisinin denetlenen ve sertifika verilen tek standardının ISO 14001 olduğu da elde edilen bir diğer bilgidir (Nemli, 2000-2001: 215). Ayrıca, ISO 14001'nin performansa dayalı bir standart olmadığı ve süreç temelli bir standart olduğu tespit edilmiştir (Thornton, 1999: 105).

ISO 14001 standardı, çevre yönetim sistemine genel bir yaklaşım kazandırmak amacıyla oluşturulduğu açıklanmıştır. Bununla birlikte, bu standarda sahip olan işletmelerin, çevresel performansını ölçebilmesine, çevresel kirliliği önlenmesine, çevresel hususların veya etkilerin yönetilmesine yardımcı olacağı vurgulanmıştır (Thornton, 1999: 105). Ayrıca, dünya üzerinde, uluslararası işletmeler tarafından hızlı olarak tanınan ve uygulamaya geçilen bu standardın diğer amaçları arasında, ulusal/uluslararası mevzuatlara uyum sağlanarak devamlılığın korunması, pazar stratejileri ve ulusal/uluslararası rekabet avantajı elde edilmesi, enerji tasarrufu ve çevresel performansın artırılması gibi nedenler yer aldığı tespit edilmiştir (İstanbul Sanayi Odası, 2008:7).

ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi'nin çevre politikası; işletmelerin kirliliğinin engellenmesi, sürekli gelişim sağlamak, çevre ile ilişkili yürürlükte bulunan düzenlenmelere ve işletmenin kendiliğinden sahip olduğu diğer şartlara uyum sağlamak olduğu saptanmıştır (Yüksel, 2003: 24). Çevre Yönetim Sisteminin benimsenmesi sürecinde, ISO 14001 sertifikasının otel işletmeleri tarafından uyum sağlanmasında, işletme yönetimlerinin diğer çalışanların (üst-ast) düşüncelerini etkileme noktasında önemli rol oynadığı görülmektedir. Bununla birlikte, birçok müşterinin yeşil ürün satın alımına yönelmeleriyle oluşturdukları baskı gibi bu standartların kabul edilmesinde de otel işletmelerine aynı sistemi uygulamış oldukları belirlenmiştir (Chan ve diğerleri, 2006: 484-490).

ISO 14001'in uygulanması ile birlikte, işletmeler daha etkin bir yönetim organizasyonu modeli ortaya çıkaracaklarını anladıkları vurgulanmıştır (Quazi vd., 2001: 526). ISO 14001 standartlarının dünya üzerindeki sürdürülebilir gelişmeye yönelik çalışan hükümetler, ulusal/uluslararası iş kolları ve genel iş toplulukları tarafından destek aldıkları bilinmektedir (Strachan, 1997: 10). Ayrıca, ISO 14001 gibi çevre standartları, hem işletmelerin hem de müşterilerin fikirlerini, büyük ölçüde, çevre yönetiminin uygulanması konusunda olumlu açıdan etkileyeceği tespit edilmiştir (Gonzalez-Benito ve diğerleri, 2005: 3-4).



## 5. ARAŞTIRMA

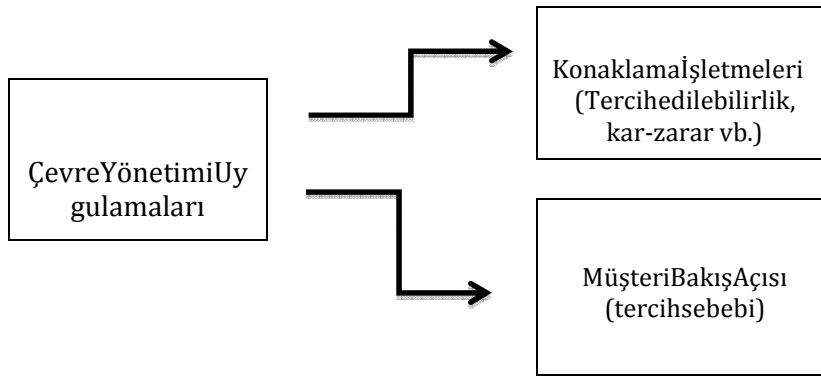
### 5.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, hızla gelişen turizm sektörünün önemli bir yer teşkil eden konaklama işletmelerinin benimsedikleri çevre yönetimi uygulamalarını inceleyerek; bu uygulamaların işletmelere olan etkilerini incelemektir. Ayrıca, çevre yönetimi uygulamalarının işletmelere, olumlu veya olumsuz yansımalarının neler olduğunun ortaya çıkarılması da bir diğer önemli amaçtır.

### 5.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırma modeli ve hipotezleri belirlenirken konaklama işletmelerinin benimsedikleri çevre yönetimi uygulamalarının konaklama işletmelerine olan etkilerinin ve müşterilerin konaklama işletmelerini tercih ederken oluşturdukları bakış açısının konaklama işletmelerine olan yansımalarının tespit edilmesi istenmiştir. Araştırmanın modeli aşağıdaki Şekil 2' de gösterildiği gibidir:

Şekil. 2: Araştırma Modeli



Araştırma modeli kapsamında test edilecek temel hipotezler aşağıdaki gibi belirlenmiştir;

**H<sub>1</sub>:**Müşterilerin bakış açısı konaklama işletmelerindeki çevre yönetimi uygulamalarını etkilemektedir.

**H<sub>2</sub>:**Çevre yönetimi uygulamaları işletmelerin tercih edilebilirliğini etkilemektedir.

### 5.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Bu çalışmanın evrenini, Alanya'da faaliyet gösteren beş (5) ve dört (4) yıldızlı otel işletmeleri oluşturmaktadır. Alanya'da yer alan beş (5) ve dört (4) yıldızlı otel işletmelerinin sayısını belirlemek için Alanya Ticaret ve Sanayi Odası tarafından yayınlanan Alanya Ekonomik Raporundan yararlanılmıştır. Bu bağlamda, araştırmanın evreni 12 işletme olarak tespit edilmiştir. Araştırmanın evreninin ulaşılabilir olduğu belirlenmiştir ve bu çalışmada gönüllü bireylerin denek yada yanıtlayıcı olarak katıldığı gönüllü örneklem yöntemi kullanılmıştır (Doğanay ve diğerleri, 2012: 122-123). Araştırmanın yapıldığı otel işletmelerinin tümüne ulaşmaya çalışılmış ancak 110 işletmeden yanıt alınmıştır. Geri dönüşüm oranı % 91 olarak saptanmıştır.





#### 5.4. Araştırmanın Veri Toplama Metodu

Bu çalışmada, veri toplama aracı olarak yüzyüze anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu dört bölümden oluşmaktadır. Anket formunun ilk bölümünde çevre yönetimi ile ilgili sorulara( yargılara) katılım düzeyleri sorulmuştur ve bu sorular 5'li likert ölçeği ile hazırlanmıştır. İkinci bölüm, katılımcıların çevre yönetimi uygulamalarını ve üçüncü bölüm ise işletmenin özelliklerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşturulmuştur. Son bölüm ise katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşturulmuştur. Anket formunu hazırlamak için çalışmanın amacı dikkate alınarak literatür taraması yapılmıştır.

Bu araştırmada veri toplamak için oluşturulan anket ifadelerinin güvenilirliğini ölçmek amacıyla yapılan genel güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach Alfa ( $0.70 < \alpha < 1$ ) değeri 0,74 olarak belirlenmiştir. Nunnally'e göre (1994) bu değer 0,70'in üstünde olması gerekmektedir. Elde edilen verileri analiz etmek için Faktör Analizi, T testi, Anovave Scheffe Testianalizlerinden yararlanılmıştır.

#### 6. BULGULAR VE YORUM

Alanya'da beş (5) ve dört (4) yıldızlı bir otel işletmelerinin kullandıkları çevre yönetimi uygulamaları, bu uygulamalara müşterilerin bakış açısı, işletmelere olan etkilerine katılım seviyelerini belirlemek amacıyla 18 Likert tipi anket sorusu sorulmuştur. Faktör analizi ile katılımcıların verdikleri cevaplara göre konunun kaç boyuttan(faktör) oluştuğu saptanıp; hangi soruların hangi boyutu oluşturduğu incelenmektedir.

Çevre yönetimi uygulamalarının konaklama işletmelerine olan etkileri ölçeğine faktör analizinin yapıp yapılamayacağını kontrol etmek amacıyla Kaise-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett's Test of Sphericity testi uygulanmıştır. KMO değeri 0,695 olarak ( $KMO > 0,50$ ) tespit edilmiştir. Ayrıca, Bartlett testi  $\alpha = 0,000$  düzeyinde bulunduğundan korelasyon matrisinin birim matris olmadığı ve değişkenler arasında ilişkilerin olduğu saptanmıştır.

Her bir faktörün güvenilirliğini ölçmek amacıyla Cronbach alpha'sına bakılmış buna göre Tablo 1'de belirtilen değerleri almıştır. Çevre dostu ürün faktörü değerlendirildiğinde Cronbach Alfa ( $0.70 < \alpha < 1$ ) değeri'nin 0.86 olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda, çevre dostu ürün güvenirliliğinin üst seviyede olduğu görülmektedir. Marka olmak faktörüne bakıldığında ise Cronbach Alfa ( $0.70 < \alpha < 1$ ) değeri'nin 0.74 olduğu saptanmıştır. Buna istinaden, marka olmak faktör güvenirliliğinin olduğu belirlenmiştir. Son olarak çevre yönetimi uygulamaları faktörünün güvenirlilik (Cronbach Alfa,  $0.70 < \alpha < 1$ ) değerinin 0.71 olduğu; diğer bir deyişle güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 1:Döndürülmüş Yüklemeler Matrisi (Çıkartma Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi. Döndürme Yöntemi: Varimax)**

Çevre Dostu Ürün	İFADELER		
	Faktör Yükü	Faktör Açıklayıcılığı (%)	Güvenirlilik
Ürünlerimiz kullanım sonrasında çevreye zarar vermeden doğada kolayca çözülebilecek şekilde dizayn edilmektedir.	,912		
Çevre yönetimi uygulamaları işletmemizin kalitesini arttırmaktadır.	,862	31,077	,864
Müşterilerimiz çevre dostu ürünler için daha fazla ödeme yapabilirler.	,811		



Çevreci uygulamalar firmamızın öncelikleri arasındadır.	,742		
<b>Marka Olmak</b>	<b>Faktör Yüğü</b>	<b>Faktör Açıklayıcılığı (%)</b>	<b>Güvenilirlik</b>
İşletmemizin faaliyetleri çevreye zararsızdır.	,877		
Çevreci bir firma olmak marka imajımızı güçlendirir.	,816		
İşletmemiz çevresel standartlara önem gösteren tedarikçilerle çalışmaktadır.	,804	55,274	,742
<b>Çevre Yönetimi Uygulamaları</b>	<b>Faktör Yüğü</b>	<b>Faktör Açıklayıcılığı (%)</b>	<b>Güvenilirlik</b>
Çevre yönetimi uygulamaları müşterilerin işletmeye olan ilgisini arttırmaktadır.	,818		
İşletmemizin çevreci olmak için mevcut çalışmaları vardır.	,805	74,975	,707
Çevreci uygulamaların işletmemize ekonomik bir katkısı yoktur.	,642		

Faktör analizi ile katılımcıların verdikleri cevaplara göre konunun kaç boyuttan (faktör) oluştuğu saptanıp; hangi soruların hangi boyutu oluşturduğu incelenmektedir. Tablo 1’de görüldüğü üzere, sorular 3 faktör altında toplanmıştır. Bu faktörlerden ilki “çevre dostu ürün” olarak adlandırılmıştır. Bu faktöre göre, çevreci olmanın işletmelerin öncelikleri olması ile çevre dostu ürün kullanmanın işletmeyi güçlendirdiğini gösteren bir ilişki olduğu saptanmıştır. Bununla birlikte, ikinci faktörün adı “marka olmak” olarak belirlenmiştir. Bu faktöre göre, işletme faaliyetlerinin çevreye zarar vermemesi, çevresel standartlara önem gösteren tedarikçilerle çalışmasının marka imajını güçlendirdiğini gösteren bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Son olarak üçüncü faktör “çevre yönetimi uygulamaları” olarak isimlendirilmiştir. Buna göre, işletme faaliyetlerinin çevreye zarar vermemesi, çevre yönetimi uygulamalarının işletmenin kalitesini artırıyor olması, müşterilerimiz çevre dostu ürünler için daha fazla ödeme yapabiliyor olması ile çevre yönetimi uygulamaları müşterinin işletmeye olan ilgisini arttırdığını gösteren bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Otel türü ile çevre dostu ürün, marka olmak ve çevre yönetimi uygulamaları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit edebilmek amacıyla T-Testi uygulanmıştır. Otel türü ile çevre dostu ürün faktörü arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ancak marka olmak ve çevre yönetimi uygulamaları arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

**Tablo2: Marka Olmak ve Çevre Yönetimi Uygulamaları’nın Otel Türüne Göre Karşılaştırılması (T-Testi Sonuçları)**

	Türü	N	Ort. $\bar{X}$	s.s.	s.d.	t	p
<b>Marka olmak</b>	<b>4 Yıldız</b>	49	4.40	.879	97	-2.282	.025
	<b>5 Yıldız</b>	50	4.73	.485			
<b>Çevre Yönetimi Uygulamaları</b>	<b>4 Yıldız</b>	49	3.28	1.115	97	-2.798	.006
	<b>5 Yıldız</b>	50	3.98	1.361			

Tablo 2’teki test sonuçlarına göre, karar verebilmek için p değerine bakılmıştır. Bu duruma göre  $H_0$  hipotezi reddedilir. Buna göre, marka olmanın otel türüne göre 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir fark göstermektedir ( $t=-2.282$ ;  $p<0,05$ ). Ayrıca, test sonuçlarıyla ilişkili olarak 5 yıldızlı otellerin marka olmaya ilişkin görüşleri ( $\bar{X}=4.73$ ), 4 yıldızlı otellerin görüşlerine göre ( $\bar{X}=4.40$ ), daha olumludur şeklinde yorumlanabilir. Bununla birlikte, Çevre yönetimi uygulamaları otel türüne göre 0,01 anlamlılık düzeyinde önemli bir fark göstermektedir ( $t=-2.798$ ;  $p=0,06$ ). Ayrıca, test sonuçlarıyla ilgili olarak Çevre yönetimi uygulamalarına ilişkin görüşleri değerlendirildiğinde 5 yıldızlı otellerin ( $\bar{X}=3.98$ ), 4 yıldızlı otellere ( $\bar{X}=3.28$ ), oranla daha olumlu olduğu tespit edilmiştir.



Sorumluluk algısı ile çevre dostu ürün, marka olmak ve çevre yönetimi uygulamaları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit edebilmek amacıyla T-Testi uygulanmıştır. Sorumluluk algısı ile çevre dostu ürün, marka olmak ve çevre yönetimi uygulamaları arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

**Tablo3:Çevre Dostu Ürün, Marka Olmak ve Çevre Yönetimi Uygulamalarının Sorumluluk Algısına Göre Karşılaştırılması (T-Testi Sonuçları)**

	Sorumluluk	N	$\bar{X}_{rt}$	s.s.	s.d.	t	p
<b>Çevre Dostu Ürün</b>	Evet	99	3.96	1.19	108	6.890	.000
	Hayır	11	1.45	.522			
<b>Marka Olmak</b>	Evet	99	4.72	.415	108	5.524	.000
	hayır	11	3.63	1.56			
<b>Çevre Yönetimi Uygulamaları</b>	Evet	99	4.00	1.12	108	6.531	.000
	Hayır	11	1.72	.696			

Tablo 3'teki test sonuçlarına göre, karar verebilmek için p değerine bakılmıştır. Bu bağlamda, çevre dostu ürün oluşturmanın işletmelerin sorumluluk algısına göre 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir fark göstermektedir ( $t= 6.890$ ;  $p<0,05$ ).Bu bağlamda, test sonuçlarına istinaden, işletmelerin çevre dostu ürün kullanma sorumluluklarının farkında olduğu belirlenmiştir ( $\bar{X}=3.96$ ). Bununla beraber, ilk faktörde olduğu gibi, ikinci faktör olan işletmelerin marka olmaları yönündeki sorumluluk algılarına göre 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir fark gösterdiği saptanmıştır ( $t= 5.524$ ;  $p<0,05$ ). Böylece, işletmeler marka olmanın bir sorumluluğunun bilince olduklarını kabul ettikleri tespit edilmiştir ( $\bar{X}=4.72$ ). Üçüncü faktör olan çevre yönetimi uygulamalarının sorumluluk algısına göre değerlendirildiğinde, aynı şekilde, 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir fark gösterdiği tespit edilmiştir ( $t= 6.531$ ;  $p<0,05$ ). Buna göre, işletmelerin çevre yönetimi uygulamalarının sorumlulukları kapsamında olduklarını kabul ettikleri saptanmıştır ( $\bar{X}=4.00$ ).Cinsiyet ile çevre dostu ürün, marka olmak ve çevre yönetimi uygulamaları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit edebilmek amacıyla T-Testi uygulanmıştır. Cinsiyet ile çevre dostu ürün faktörü arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ancak, marka olmak ve çevre yönetimi uygulamaları arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

**Tablo4: Marka Olmak ve Çevre Yönetimi Uygulamalarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması (T-Testi Sonuçları)**

	Cinsiyet	N	$\bar{X}_{rt}$	s.s.	s.d.	t	p
<b>Marka Olmak</b>	Kadın	15	4.00	1.46	108	-3.904	.000
	Erkek	95	4.71	.419			
<b>Çevre Yönetimi Uygulamaları</b>	Kadın	15	2.11	1.62	108	-6.251	.000
	Erkek	95	4.03	1.01			

Tablo 4'teki test sonuçlarına göre, karar verebilmek için p değerine bakılmıştır. Bu bağlamda, marka olmak cinsiyete göre 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir fark göstermektedir ( $t=-3.904$ ;  $p<0,05$ ). Bu bağlamda, test sonuçlarına istinaden, erkeklerin ( $\bar{X}=4.71$ ), marka olmaya ilişkin görüşleri kadınların görüşlerine göre ( $\bar{X}=4.00$ ), daha olumludur şeklinde yorumlanabilir. Bununla birlikte, çevre yönetimi uygulamalarının da cinsiyete göre 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir fark gösterdiği tespit edilmiştir ( $t=-6.251$ ;  $p<0,05$ ). Buna istinaden, test sonuçları doğrultusunda, erkeklerin ( $\bar{X}=4.03$ ), çevre yönetimi



uygulamalarına ilişkin görüşleri kadınların görüşlerine göre ( $\bar{X}=2.11$ ) daha olumlu olduğu yönünde açıklanabilir.

Eğitim seviyesi ile çevre dostu ürün, marka olmak ve çevre yönetimi uygulamaları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (One-Way ANOVA) analizi uygulanmıştır. Eğitim seviyesi ile çevre dostu ürün, marka olmak ve çevre yönetimi uygulamaları arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 5: Eğitim Seviyesi İle Çevre Dostu Ürün, Marka Olmak ve Çevre Yönetimi Uygulamalarına İlişkin Tek Faktörlü Varyans Analizi**

	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ortalaması	F	Sig.(p)
Çevre Dostu Ürün	Gruplar arası	51.184	3	17.061	11.782	.000
	Gruplar içi	153.500	106	1.448		
	Genel	204.685	109			
Marka Olmak	Gruplar arası	8.435	3	2.812	6.665	.000
	Gruplar içi	44.717	106	.422		
	Genel	53.153	109			
Çevre Yönetimi Uygulamaları	Gruplar arası	28.618	3	9.539	6.630	.000
	Gruplar içi	152.518	106	1.439		
	Genel	181.135	109			

Tablo 5' teki bulgulara göre, eğitim seviyesi ile çevre dostu ürün, marka olmak ve çevre yönetimi uygulamaları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bir başka ifade ile eğitim seviyesi ile çevre dostu ürün, marka olmak ve çevre yönetimi uygulamaları arasındaki 0,01 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık gösterir (F=11.782 p<0,01; F=6.665 p<0,01; F=6,630 p<0,01 ).

**Tablo 5.1: Eğitim Seviyesi ile Çevre Dostu Ürün, Marka Olmak ve Çevre Yönetimi Uygulamalarına İlişkin Grup İstatistikleri ve Scheffe Testi Sonuçları**

Faktör	Eğitim Seviyesi	N	$\bar{X}_{it}$	s.s.	Lise	Önlisans	Lisans	Yüksek Lisans
Çevre Dostu Ürün	Lise	22	4.67	.432	-	*	-	*
	Önlisans	50	3.56	1.46	*	-	-	-
	Lisans	22	4.05	.702	-	-	-	-
	Yüksek Lisans	16	2.40	1.51	*	-	-	-
	Toplam	110	3.71	1.37				
Marka Olmak	Lise	22	4.98	.071	-	-	-	*
	Önlisans	50	4.66	.501	-	-	-	*
	Lisans	22	4.56	.297	-	-	-	-
	Yüksek Lisans	16	4.04	1.42	*	*	-	-
	Toplam	110	4.61	.698				
Çevre Yönetimi Uygulamaları	Lise	22	4.54	.857	-	-	*	-
	Önlisans	50	3.86	1.30	-	-	*	-
	Lisans	22	2.96	.481	*	*	-	-
	Yüksek Lisans	16	3.54	1.79	-	-	-	-



Faktör	Eğitim Seviyesi	N	$\bar{X}_{tt}$	s.s.	Lise	Önlisans	Lisans	Yüksek Lisans
Çevre Dostu Ürün	Lise	22	4.67	.432	-	*	-	*
	Önlisans	50	3.56	1.46	*	-	-	-
	Lisans	22	4.05	.702	-	-	-	-
	Yüksek Lisans	16	2.40	1.51	*	-	-	-
	Toplam	110	3.77	1.28				

Tablo 5.1’de farklılıkların hangi ikili gruptan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma testi (Scheffe Testi) sonuçlarına ilişkin Tablo 5.1 eğitim seviyesi ile çevre dostu ürüne yani faktör 1’e göre incelendiğinde Lisans ( $\bar{X} = 4,05$ ) ile Lise ( $\bar{X} = 4,67$ ), Önlisans ( $\bar{X} = 3,56$ ), yüksek lisans ( $\bar{X} = 2,40$ ) mezunları arasında önemli bir fark olmadığı buna karşılık Lise – Önlisans ve Lise – Yüksek lisans ikili grubu arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Buna göre lise düzeyinde eğitim alan kişiler, yüksek lisans düzeyinde eğitim alan kişilere göre daha fazla çevre dostu ürün kullanımına önem vermektedir ( $\bar{X}_{Lise} = 4,67$ ;  $\bar{X}_{Y.lisans} = 2,40$ ).

Tablo 5.1’e göre eğitim seviyesi ile marka olmak yani faktör 2 incelendiğinde Lisans ( $\bar{X} = 4,56$ ) ile Lise ( $\bar{X} = 4,98$ ), Önlisans ( $\bar{X} = 4,46$ ), yüksek lisans ( $\bar{X} = 4,04$ ) ve Lise - Önlisans arasında önemli bir fark olmadığı buna karşılık Lise – Yüksek lisans ve Önlisans - Yüksek lisans ikili grubu arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Buna göre lise düzeyinde eğitim alan kişiler, yüksek lisans düzeyinde eğitim alan kişilere göre daha fazla marka olmak faktöründen etkilenir ( $\bar{X}_{Lise} = 4,98$ ;  $\bar{X}_{Y.lisans} = 4,04$ ).

Tablo 5.1’e göre eğitim seviyesi ile Çevre Yönetimi Uygulamaları yani faktör 3 incelendiğinde Yüksek lisans ( $\bar{X} = 3,54$ ) ile Lise ( $\bar{X} = 4,54$ ), Önlisans ( $\bar{X} = 3,86$ ), Lisans ( $\bar{X} = 2,96$ ) ve Lise - Önlisans arasında önemli bir fark olmadığı buna karşılık Lise – Lisans ve Önlisans - Lisans ikili grubu arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Buna göre lise düzeyinde eğitim alan kişiler, lisans düzeyinde eğitim alan kişilere göre daha fazla çevre yönetimi uygulamaları puanı yüksektir ( $\bar{X}_{Lise} = 4,54$ ;  $\bar{X}_{Lisans} = 2,96$ ). Tecrübe ile çevre dostu ürün, marka olmak ve çevre yönetimi uygulamaları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (One-Way ANOVA) analizi uygulanmıştır. Eğitim seviyesi ile çevre dostu ürün, marka olmak ve çevre yönetimi uygulamaları arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 6: Tecrübe ile Çevre Dostu Ürün, Marka Olmak ve Çevre Yönetimi Uygulamalarına İlişkin Tek Faktörlü Varyans Analizi**

	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ortalaması	F	Sig.(p)
Çevre Dostu Ürün	Gruplar arası	50.361	4	12.590		
	Gruplar içi	154.323	105	1.470	8.566	.000
	Genel	204.685	109			
Marka Olmak	Gruplar arası	24.820	4	6.205		
	Gruplar içi	28.333	105	.270	22.995	.000
	Genel	53.153	109			
	Gruplar arası	53.955	4	13.489		.000



	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ortalaması	F	Sig.(p)
<b>Çevre Dostu Ürün</b>	Gruplar arası	50.361	4	12.590	8.566	.000
	Gruplar içi	154.323	105	1.470		
<b>Çevre Yönetimi Uygulamaları</b>	Gruplar içi	127.181	105	1.211	11.136	
	Genel	181.135	109			

Tablo 6' daki bulgulara göre, tecrübe ile çevre dostu ürün, marka olmak ve çevre yönetimi uygulamaları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bir başka ifade ile tecrübe ile çevre dostu ürün, marka olmak ve çevre yönetimi uygulamaları arasındaki 0,01 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık gösterir (F=8.566 p<0,01; F=22.995 p<0,01; F=11.136 p<0,01 ).

**Tablo 6.1:Tecrübe ile Çevre Dostu Ürün, Marka Olmak ve Çevre Yönetimi Uygulamalarına İlişkin Grup İstatistikleri ve Scheffe Testi Sonuçları**

	Tecrübe	N	$\bar{X}$	s.s.	0-4 yıl	5-10 yıl	11-15 yıl	16-20 yıl	26 yıl ve üstü
<b>Çevre Dostu Ürün</b>	0-4 yıl	11	3.36	1.30	-	-	-	-	*
	5-10 yıl	6	4.25	.000	-	-	-	-	-
	11-15 yıl	42	3.27	1.43	-	-	-	-	*
	16-20 yıl	29	3.40	1.37	-	-	-	-	*
	26 yıl ve üstü	22	5.00	.000	*	-	*	*	-
	Toplam	110	3.71	1.37					
<b>Marka Olmak</b>	0-4 yıl	11	3.24	1.19	-	*	*	*	*
	5-10 yıl	6	4.61	.136	*	-	-	-	-
	11-15 yıl	42	4.75	.460	*	-	-	-	-
	16-20 yıl	29	4.64	.435	*	-	-	-	-
	26 yıl ve üstü	22	5.00	.000	*	-	-	-	-
	Toplam	110	4.61	.698					
<b>Çevre Yönetimi Uygulamaları</b>	0-4 yıl	11	2.63	1.56	-	-	-	-	*
	5-10 yıl	6	3.00	.000	-	-	-	-	*
	11-15 yıl	42	3.50	1.29	-	-	-	-	*
	16-20 yıl	29	3.82	1.09	-	-	-	-	*
	26 yıl ve üstü	22	5.00	.000	*	*	*	*	-
	Toplam	110	3.77	1.28					

Tablo 6.1'de farklılıkların hangi ikili gruptan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma testi (Scheffe Testi) sonuçlarına ilişkin Tablo 6.1 tecrübe ile çevre dostu ürüne yani faktör 1'e göre incelendiğinde 5-10 yıl ( $\bar{X} = 4,25$ ) ile 0-4 yıl ( $\bar{X} = 3,36$ ), 11-15 yıl ( $\bar{X} = 3,27$ ), 16-20 yıl ( $\bar{X} = 3,40$ ) tecrübeli olanlar arasında önemli bir fark olmadığı buna karşılık 0-4 yıl ile 26 yıl ve üstü; 11-15 yıl ile 26 yıl ve üstü; 16-20 yıl ile 26 yıl ve üstü ikili grupları arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Buna göre, 26 yıl ve üstü deneyime sahip olan



kişiler, 11-15 yıl deneyimli olan kişilere göre daha fazla çevre dostu ürün kullanımına önem vermektedir ( $\bar{X}_{26 \text{ yıl ve üstü}} = 5,00$ ;  $\bar{X}_{11-15 \text{ yıl}} = 3,27$ ).

Tablo 6.1'e göre tecrübe ile marka olmak yani faktör 2 incelendiğinde 0-4 yıl ( $\bar{X} = 3,24$ ) ile 5-10 yıl ( $\bar{X} = 4,61$ ), 11-15 yıl ( $\bar{X} = 4,75$ ), 16-20 yıl ( $\bar{X} = 4,64$ ) ve 26 yıl ve üstü ( $\bar{X} = 5,00$ ) arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Farklılıklar 0-4 yıl- 5-10 yıl, 0-4 yıl - 11-15 yıl, 0-4 yıl - 16-20 yıl 0-4 yıl- 26 yıl ve üstü tecrübeye sahip kişilerin oluşturduğu ikili gruplardan kaynaklanmaktadır. Buna göre 26 yıl ve üstü tecrübeli olan kişiler, 0-4 yıl deneyimli olan kişilere göre daha fazla marka olmak faktöründen etkilenir ( $\bar{X}_{26 \text{ yıl ve üstü}} = 5,00$ ;  $\bar{X}_{0-4 \text{ yıl}} = 3,24$ ).

Tablo 6.1'e göre tecrübe ile çevre yönetimi uygulamaları yani faktör 3 incelendiğinde 26 yıl ve üstü ( $\bar{X} = 5,00$ ) ile 0-4 yıl ( $\bar{X} = 2,63$ ), 5-10 yıl ( $\bar{X} = 3,00$ ), 11-15 yıl ( $\bar{X} = 3,50$ ) ve 16-20 yıl ( $\bar{X} = 3,82$ ) arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Farklılıklar 26 yıl ve üstü -0-4 yıl, 26 yıl ve üstü- 5-10 yıl, 26 yıl ve üstü - 11-15 yıl, 26 yıl ve üstü- 16-20 yıl tecrübeye sahip kişilerin oluşturduğu ikili gruplardan kaynaklanmaktadır. Buna göre 26 yıl ve üstü tecrübeli olan kişiler, 0-4 yıl deneyimli olan kişilere göre daha fazla çevre yönetimi uygulamaları puanı yüksektir ( $\bar{X}_{26 \text{ yıl ve üstü}} = 5,00$ ;  $\bar{X}_{0-4 \text{ yıl}} = 2,63$ ).

Ünvan ile çevre dostu ürün, marka olmak ve çevre yönetimi uygulamaları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (One-Way ANOVA) analizi uygulanmıştır. Ünvan ile çevre dostu ürün, marka olmak ve çevre yönetimi uygulamaları arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 7: Ünvan ile Çevre Dostu Ürün, Marka Olmak ve Çevre Yönetimi Uygulamalarına İlişkin Tek Faktörlü Varyans Analizi**

	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ortalaması	F	Sig.(p)
<b>Çevre Dostu Ürün</b>	Gruplar arası	49.690	3	16.563	11.328	.000
	Gruplar içi	154.995	106	1.462		
	Genel	204.685	109			
<b>Marka Olmak</b>	Gruplar arası	8.949	3	2.983	7.153	.000
	Gruplar içi	44.203	106	.417		
	Genel	53.153	109			
<b>Çevre Yönetimi Uygulamaları</b>	Gruplar arası	48.529	3	16.176	12.931	.000
	Gruplar içi	132.606	106	1.251		
	Genel	181.135	109			

Tablo 7' teki bulgulara göre ünvanile çevre dostu ürün, marka olmak ve çevre yönetimi uygulamaları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bir başka ifade ile eğitim seviyesi ile çevre dostu ürün, marka olmak ve çevre yönetimi uygulamaları arasındaki 0,01 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık gösterir ( $F=11.328$   $p<0,01$ ;  $F=7.153$   $p<0,01$ ;  $F=12.931$   $p<0,01$  ).



**Tablo 7.1: Ünvan ile Çevre Dostu Ürün, Marka Olmak ve Çevre Yönetimi Uygulamalarına İlişkin Grup İstatistikleri ve Scheffe Testi Sonuçları**

Faktör	İşletmedeki ünvan	N	$\bar{C}_{tt}\bar{X}$	s.s.	Genel Müdür	Genel Müdür Yardımcısı	Kalite Yönetimi Sorumlusu	Departman Müdürü
<b>Çevre Dostu Ürün</b>	Genel Müdür	11	5.0000	.00000	-	*	*	*
	Genel Müdür Yardımcısı	17	3.5882	1.97037	*	-	-	-
	Kalite Yönetimi Sorumlusu	11	2.0455	.10113	*	-	-	-
	Departman Müdürü	71	3.8063	1.15124	*	-	-	-
	Toplam	110	3.7159	1.37034				
<b>Marka Olmak</b>	Genel Müdür	11	5.0000	.00000	-	-	-	*
	Genel Müdür Yardımcısı	17	5.0000	.00000	-	-	-	*
	Kalite Yönetimi Sorumlusu	11	5.0000	.00000	-	-	-	*
	Departman Müdürü	71	4.4038	.79466	*	*	*	-
	Toplam	110	4.6152	.69831				
<b>Çevre Yönetimi Uygulamaları</b>	Genel Müdür	11	5.0000	.00000	-	-	-	*
	Genel Müdür Yardımcısı	17	4.0588	1.31358	-	-	-	-
	Kalite Yönetimi Sorumlusu	11	5.0000	.00000	-	-	-	*
	Departman Müdürü	71	3.3286	1.22474	*	-	*	-
	Toplam	110	3.7758	1.28911				

Tablo 7.1’de farklılıkların hangi ikili gruptan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma testi (Scheffe Testi) sonuçlarına ilişkin Tablo 7.1 ünvan ile çevre dostu ürüne yani faktör 1’e göre incelendiğinde genel müdür ( $\bar{X} = 5,00$ ) ile genel müdür yardımcısı ( $\bar{X} = 3,58$ ), kalite yönetimi sorumlusu ( $\bar{X} = 2,04$ ) ve departman müdürü ( $\bar{X} = 3,80$ ) ünvanına sahip olan ikili gruplar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Buna göre, genel müdür ünvanına sahip olan kişiler, kalite yönetimi sorumlusu olan kişilere göre daha fazla çevre yönetimi uygulamaları puanı yüksektir ( $\bar{X}_{\text{Genel Müdür}}=5,00$ ;  $\bar{X}_{\text{Kalite Yönetimi Sorumlusu}}=2,04$ ).

Tablo 7.1’e göre ünvan ile marka olmak yani faktör 2 incelendiğinde departman müdürü ( $\bar{X} = 4,40$ ) ile genel müdür yardımcısı ( $\bar{X} = 5,00$ ), kalite yönetimi sorumlusu ( $\bar{X} = 5,00$ ) ve genel müdür ( $\bar{X} = 5,00$ ) ünvanına sahip olan ikili gruplar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Buna göre, genel müdür, genel müdür yardımcısı ve kalite yönetimi sorumlusu ünvanına sahip olan kişiler, departman müdürü olan kişilere göre daha fazla marka olmak faktöründen etkilenir ( $\bar{X}_{\text{Genel Müdür}}=5,00$ ;  $\bar{X}_{\text{Genel Müdür Yrd.}}= 5,00$ ;  $\bar{X}_{\text{Kalite Yönetimi Sorumlusu}} =5,00$ ;  $\bar{X}_{\text{Departman Müdürü}}= 5,00$ ).

Tablo 7.1’e göre tecrübe ile çevre yönetimi uygulamaları yani faktör 3 incelendiğinde genel müdür yardımcısı ( $\bar{X} = 4,05$ ) ile genel müdür ( $\bar{X} = 5,00$ ), kalite yönetimi sorumlusu ( $\bar{X} = 5,00$ ) ve departman müdürü ( $\bar{X} = 3,32$ ) ünvanına sahip kişilerin görüşleri arasında önemli bir





fark olmadığı buna karşılık genel müdür-departman müdürü ve kalite yönetimi sorumlusu-departman müdürü ikili grubu arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Buna göre genel müdür ve kalite yönetimi sorumlusu ünvanına sahip kişiler, departman müdürü ünvanına sahip olan kişilere göre daha fazla çevre yönetimi uygulamaları puanı yüksektir ( $\bar{X}$  Genel Müdür= 5,00;  $\bar{X}$  Kalite Yönetimi Sorumlusu =5,00;  $\bar{X}$  Departman Müdürü= 3,32).

## 7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm, günümüzde küreselleşme ile birlikte giderek büyümekte olan bir sektör olarak bilinmektedir. Bu büyümenin devam etmesi, turizme kaynak oluşturan unsurların korunması ve gelecek nesillere aktarılabilmesi ile mümkün olacağı saptanmıştır. Bu bağlamda, turizm sektörünün bilinen ve korunması gereken en temel unsurlarından birinin de çevre olduğu açıklanmıştır.

Turizm sektörünün doğal kaynaklar etrafında şekillenmesi, çevrenin önemine daha fazla dikkat çektiği görülmektedir. Bununla birlikte, turizm sektörü mevcut durumunu korumak ve gelecekte sektördeki payını arttırmak için çevre konusuna yönelmek zorunda olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda, değişen günümüz şartlarına paralel olarak, turizm sektöründe yer alan en önemli işletmelerden biri olan konaklama işletmelerinin giderek büyüdüğü ve sayılarının da arttığı açıklanmıştır. Konaklama işletmelerinin hem büyümeleri hem de sayılarının artması buldukları çevreye olan etkileri bakımından değerlendirilmesini zorunlu kıldığı saptanmıştır.

Çevrenin korunması, doğal alanların korunması, atık sorununun engellenmesi, geri dönüşüm sağlanması, enerji ve su tasarrufunun sağlanması gibi olumlu sonuçları doğurduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda, konaklama işletmelerinin büyüklüğü ve sunduğu hizmetler dikkate alındığı takdirde, bu etkenlerin tümünün değerlendirilmesi gerektiği ortaya çıkmıştır. Çünkü, ağırlanan misafir sayısı, sunulacak mutfak hizmeti vb. sonucunda çıkacak atıklarla, misafirin kullanacağı elektrik ve su gibi birçok faktörle bu işletmelerin karşı karşıya kaldığı tespit edilmiştir.

Alanya'da faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmelerine yapılan ve bu işletmelere çevre yönetimi uygulamalarının etkilerini ölçmek amacıyla gerçekleştirilen bu araştırma sonucunda bazı sonuçlar elde edilmiştir. Bu sonuçlardan ilki; araştırmaya katılan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinin 4 yıldızlı konaklama işletmelerine göre daha çok çevre yönetimi uygulamalarını dikkate aldıkları ve bu uygulamaları faaliyete geçirdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, 5 yıldızlı konaklama işletmelerinin marka olma konusuna da 4 yıldızlı işletmelere oranla daha çok önem verdikleri elde edilen bir diğer bulgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışma sonucunda, araştırmaya katılan konaklama işletmelerinin, çevre dostu ürün, marka olma ve çevre yönetimi uygulamaları hususunda sorumluluk almasının ve duymasının; bir diğer deyişle sorumluluk algısının bilincinde oldukları tespit edilmiştir. Bu çalışmayla elde edilen bir diğer sonuç, cinsiyete göre çevre dostu ürün, marka olmak ve çevre yönetimi faktörlerine ilişkin görüşlerin değiştiği ve erkeklerin söz konusu faktörlere daha olumlu bakması olarak belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan işletmelerdeki eğitim seviyeleri ile çevre dostu ürün, marka olmak ve çevre yönetimi faktörleri arasındaki ilişkiyi ölçmeye ilişkin yapılan analiz sonucunda; lise düzeyinde eğitim alanların bu üç faktöre daha dikkat ettiği sonucu ortaya çıkmıştır. Ayrıca; bu



işletmelerde 26 yıl ve üstü deneyime sahip olanların da bu üç faktöre önem verdikleri ve bu hususlara dikkat ettikleri elde edilen bir diğer sonuçtur. Bununla birlikte, araştırma kapsamındaki konaklama işletmelerindeki genel müdür ve kalite yönetimi sorumluların diğer ünvan sahiplerine oranla daha çok çevre yönetimi uygulamaları ve marka olmak konusuna eğildikleri, önem verdikleri tespit edilmiştir.

Konaklama işletmeleri, çevreyi olumlu veya olumsuz olarak etkileyecek faktörlerin neler olduğunu belirleyip bir program oluşturmaları gerektiği ortaya çıkmıştır. Çevre konusunda oluşturulan bu programların yönetilmesi de işletmelerin önem göstermesi gereken bir konu olduğu elde edilen bir başka sonuçtur. Çevre konusunda yapılacak uygulamaların yönetilebilmesi için hazırlanmış veya hazırlanacak bir plan olmadan çevre yönetiminin gerçekleştirilemeyeceği saptanmıştır..

Turizm sektörü için en temel kaynağın doğal faktörlerdir ve konaklama işletmeleri bu doğal unsurları dikkate almalıdırlar. Konaklama işletmeleri, belirli bir amaçla kurdukları işletmelerini devam ettirebilmek için çevreyi sürdürülebilir faaliyetlerden mutlaka faydalanmalıdırlar. Çevre korumak amacıyla, konaklama işletmeleri, çevre yönetimi için gerekli düzenlemeleri yaparak, çevreye ilişkin faaliyetler düzenleyerek bu konuya eğilimlerini arttırmak için gerekli çabayı göstermeleri gerekmektedir.

Konaklama işletmelerinin bazıları, çevre adına yapacakları düzenlemeleri sadece yasal zorunluluk olarak görmektedir. Bu bağlamda işletmeler bu konunun sadece yasal zorunluluklara tabi olmadığını, gelecekte rekabet avantajı yaratması, müşteri memnuniyeti sağlama gibi etkenleri gözönünde bulundurarak değerlendirmeleri gerekmektedir. Konaklama işletmeleri, çevresel düzenlemelerini yasa olarak değil, çevreye katkı olarak düşünmelidirler.

Konaklama işletmelerinin sayılarının artması çevreye olan zararın artmasına neden olacaktır. Bu nedenle, işletmeler, atık, geri dönüşüm gibi çevre yönetimi konularını dikkate almalıdırlar. Ayrıca, işletmeler, çevre yönetimi uygulamalarını bir bütün olarak değerlendirerek, sorumluluk duygusuyla gerçekleştirmelidir.

Konaklama işletmeleri, çevre yönetimi uygulamaları için, mutlaka bir düzen içerisinde hareket etmeli ve bu uygulamalar bir süreç olarak düşünülmelidir. Konaklama işletmelerine, çevre ile ilgili uygulamalar için gerekli plan ve programlar yapmaları olumlu katkı sağlayacaktır. Bununla birlikte, işletmelerin, bütün personelle etkileşim ve iletişim içerisinde uygulamaya geçilmelidir. Böylece, bu süreç hızlı ve etkili çıktılar sunarak, konaklama işletmelerine hem bugün hem de gelecekte fayda sağlayacaktır.

### **KAYNAKÇA**

Aykan, E., Sevim, B. (2013). Konaklama İşletmelerinde Çevre Yönetimi Uygulamaları ve Algılanan Kurumsal İtibar Üzerindeki Etkisi: Kayseri ve Nevşehir Otelleri Üzerinde Bir Araştırma. İşletme Araştırmaları Dergisi. 5(3). 93-113.

Akatay, A., Aslan, Ş. (2008). Yeşil Yönetim ve İşletmeleri Iso 14001 Sertifikası Almaya Yönelten Faktörler. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 10 (1). 313-339.

Banerjee, S. B. (2002). Corporate Environmentalism The Construct and its Measurement. Journal of Business Research. 55 (3). 177-191.



- Berry, M.A., Rondinelli, D.A.. (1998). Proactive Corporate Environmental Management: A New Industrial Revolution. *Academy of Management Executive*. 12(2), 38-50.
- Bohdanowicz, P. (2005). European Hoteliers' Environmental Attitudes: Greening the Business. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 46 (2). 188-204.
- Borri, F., Boccaletti, G. (1995). From Total Quality Management to Total Quality Environmental Management. *the TQM Magazine*, 7 (5). 38-42.
- Bresciani, S. (2013). Managing Environmental Management and Corporate Strategy: Framework and Instruments. *International Journal of Advances in Management Science (IJAMS)*. 2 (2). 50-59.
- Carmona-Moreno, E., Céspedes-Lorente, J. & Burgos-Jiménez J. (2004). Environmental Strategies in Spanish Hotels: Contextual Factors and Performance. *The Service Industries Journal*. 24 (3). 101-130.
- Chan, E.S.W., Wong, S.C.K. (2006). Motivations for ISO 14001 in the Hotel Industry. *Tourism Management*. 27 (3). 481-492.
- Chan, W.W., Lam, J.C. (2003). Energy-saving Supporting Tourism Sustainability: A Case Study of Hotel Swimming Pool Heat Pump. *Journal of Sustainable Tourism*. 11 (1). 74-83.
- Deng, S., Burnett, J. (2002). Water Use in Hotels in Hong Kong. *International Journal of Hospitality Management*. 21 (1). 57-66.
- Gonzalez-Benito, J., Gonzalez-Benito, O. (2005). Environmental Proactivity and Business Performance: An Empirical Analysis. *The International Journal of Management Science - Omega* 33. 33 (1). 1-15.
- Gupta, M.C. (1995). Environmental Management and its Impact on the Operations Function. *International Journal of Operations & Production Management*. 15 (8). 34-51.
- Horbach, J. (2008). Determinants of Environmental Innovation—New Evidence From German Panel Data Sources. *Research Policy*. 37 (1). 163-173.
- İstanbul Sanayi Odası (2008). Çevre Yönetim Sistemi Rehberi. İstanbul: İstanbul Sanayi Odası Yayınları.
- Kızılırmak, İ. (2011). Dünyada ve Türkiye'deki Turizm İşletmelerinde Çevre Korumaya Yönelik Uygulamalar: Amacı ve Önemi. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 2. 1-12.
- Kirk, D. (1998). Attitudes to Environmental Management Held by a Group of Hotel Managers in Edinburgh. *International Journal of Hospitality Management*. 17 (1). 33-47.
- Molina-Azorín, J.F., Claver-Cortés, E., Pereira-Moliner, J. & Tarí, J.J. (2009). Environmental Practices and Firm Performance: An Empirical Analysis in the Spanish Hotel Industry. *Journal of Cleaner Production*. 17 (5). 516-524.
- Nemli, E. (2001). Çevreye Duyarlı Yönetim Anlayışı. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*. Sayı: 23-24, 211-224.
- Quazi, H.A., Khoo, Y., Tan, C. & Wong, P. (2001). Motivation for 14000 Certification: Development of a Predictive Model. *The International Journal of Management Science - Omega* 29. 29(6). 525-542.



## AKADEMİK BAKIŞ DERGİSİ

Sayı: 49 Mayıs - Haziran 2015

Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi

ISSN:1694-528X İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi, Türk Dünyası  
Kırgız - Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü, Celalabat - KIRGIZİSTAN

<http://www.akademikbakis.org>



Russo, M.V., Fouts, P.A. (1997). A Resource-based Perspective on Corporate Environmental Performance and Profitability. *Academy of Management Journal*. 40 (3). 534-559.

Rennings, K. (2000), Redefining Innovation-Eco-innovation Research and The Contribution From Ecological Economics. *Ecological Economics*. 32 (2). 319-332.

Strachan, P. (1997). Should Environmental Management Standarts be a Mechanistic Control System or a Framework for Learning?. *The Learning Organization*. 4 (1). 10-17.

Steger, U. (2000). Environmental Management Systems: Empirical Evidence and Further Perspectives. *European Management Journal*. 18 (1). 23-37.

Thornton, R. V. (1999). ISO 14001: What's All the Fuss About? *Environmental Quality Management*. 8(4). 105-109.

Vatan, A., Zengin, B. (2014). Çevresel Inovasyon ve Konaklama İşletmelerindeki Uygulamalar Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 2 (8). 511-530.

Yazgan, H.İ., Yıldız, M.S. & Yücel, S. (2014), Temiz Üretim Firması Performansına Etkisi: Sanayi İşletmelerinde Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 7 (3). 722-733.

Yüksel, H. (2003). Çevreye Duyarlı Üretim Faaliyetlerinin Ampirik Bir Çalışma İle Değerlendirilmesi. *Endüstri Mühendisliği Dergisi*. 14 (2). 21-32.