

OTEL YÖNETİCİLERİNİN YEŞİL İNOVASYON ALGILARI: İSTANBUL İLİ ÖRNEĞİ¹

Doç. Dr. Cem IŞIK
Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Türkiye
E-mail: isikc@atanu.edu.tr
Tel: +90 442 231 5043

Sinem BARLAK²
Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Türkiye
E-mail: sinembarlak_87@hotmail.com

<p>Makale Bilgisi:</p> <p>Geliş: 25-07-2018 Düzeltilme: 31-07-2018 Kabul: 31-07-2018</p> <p>Anahtar Kelimeler: İnovasyon Turizm Yeşil İnovasyon Algı</p>	<p>Özet</p> <p>Günümüzde küreselleşme olgusunun ortaya çıkması ile birlikte turizmin temelini oluşturan doğal çevre kavramı en önemli unsur haline gelmiştir. Hızlı bir şekilde değişimin gerçekleşmesi sonucunda doğal çevre zarar görmeye başlamıştır. Doğal çevreye verilen zararların azaltılması için işletmeler ve hükümet tarafından belirli politikaların geliştirilmesi zorunlu hale gelmiştir. Aynı zamanda işletmeler rekabet edebilmek ve sürdürülebilirliğini sağlamak için sürekli olarak değişmek ve yenilenmek zorunda kalmıştır. İnsanların çevre konusunda belirli bir bilinç seviyesine ulaşması da işletmeleri çevre duyarlılığı konusunda çeşitli uygulamalar geliştirmesinin gerektiğinin farkına varmasına neden olmuştur. Ayrıca işletmeler ürün ve hizmet üretirken yeşil inovasyon kavramını göz önünde bulundurarak hareket etmeleri gerektiğinin farkına varmışlardır. İstanbul bölgesinde bulunan 3, 4 ve 5 yıldızlı 76 konaklama işletmelerindeki bölüm yöneticilerine anket uygulanarak yeşil inovasyona bakış açıları, yeşil inovasyon beklentileri, çevre duyarlılığı ve işletmenin uyguladığı yeşil inovasyon uygulamaları araştırılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda işletmelerin yeşil inovasyon kavramlarını kısmen benimsedikleri görülmüştür.</p>
--	---

¹ Bu çalışma Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Doç. Dr. Cem Işık'ın danışmanlığında yürütülen, Sinem Barlak'ın 2018 yılında kabul edilmiş olan "Turizm Amaçlı Konaklama İşletme Yöneticilerinin Yeşil İnovasyon Algıları: İstanbul İli Örneği" isimli yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

² Sorumlu Yazar

HOTEL MANAGERS' PERCEPTION OF GREEN INNOVATION: THE CASE OF İSTANBUL

Assoc. Prof. Cem İŞİK
Atatürk University, Tourism Faculty, Turkey
E-mail: isikc@atanu.edu.tr
Tel: +90 442 231 5043

Sinem BARLAK
Atatürk University, Tourism Faculty, Turkey
E-mail: sinembarlak_87@hotmail.com

<p>Article Info:</p> <p>Received: 25-07-2018 Revised: 31-07-2018 Accepted: 31-07-2018</p> <p>Keywords: Innovation Tourism Green Innovation Perception</p>	<p>Abstract</p> <p>With the emergence of the phenomenon of globalization today, the concept of natural environment, which forms the basis of tourism, has become the most important factor. As a result of the rapid change, the natural environment has begun to suffer. To reduce damage to the natural environment developing specific policies has become compulsory for companies and governments. At the same time, companies have had to constantly change and renew to ensure their competitiveness and sustainability. The fact that people reach a certain level of consciousness about the environment has also led companies to realize that it is necessary to develop various practices on environmental sensitivity. In addition, companies have realized that they need to move around with the concept of green innovation while generating products and services. A questionnaire was applied to the managers of the departments of the 3, 4 and 5 star hotels in the Istanbul region to investigate green innovation views, green innovation expectations, environmental awareness and green innovation practices applied by the company. As a result of the research, it was seen that the enterprises partially adopted the concepts of green innovation.</p>
---	---

1. GİRİŞ

Turizm ve çevre birbiri ile yakın ilişkilidir (Rennings, 2000; Işık ve Radulescu, 2017; Işık, Kasimati ve Ongan, 2017). Tüketiciler gelir ile boş zamanlarını birleştirerek turistik talepte bulunurken, işletmeler ise bu talebe cevap vermek adına rekabet stratejilerini yenedünya düzenine göre şekillendirmektedir (Porter ve Linde, 1996, Işık, 2013). Sürdürülebilirlik noktasında yeşil inovasyon (green innovation) yaklaşımı ile müşteri

memnuniyetinin artırılması ve doğal kaynakların sağlıklı bir şekilde gelecek nesillerin kullanımına sunulması amaçlanmaktadır (Saatçi, GÜdü ve Avcıkurt, 2013; Işık, Doğru ve Sırakaya-Türk, 2018). Bu doğrultuda işletmeler çevre konusunda yürüttüğü çalışmalar ile rekabet avantajı kazanabilmektedir. Çevresel yatırım yapan birçok işletme teknoloji, ürün, süreç ve yönetim yaklaşımları ile müşteri ihtiyaçlarını sabit olarak görmek yerine yenilikçi çözümler üretmesi önem taşımaktadır (Porter ve Linde, 1996).

Turizm sektöründe yeşil inovasyon kavramı konaklama işletmeleri tarafından yoğun benimsenen bir kavramdır. İşletmelerin yeşil otel unvanı kazanması için yeşil sertifikalara sahip olması gerekmektedir. Bunlar Mavi Bayrak, Beyaz Yıldız, Yeşil Otelcilik, Yeşil Yıldız gibi sertifikalardır. Bu belgelere sahip olan işletmeler yeşil otel olarak sınıflandırılmaktadır (Saatçi vd., 2013).. İşletmelere bu belgelerin verilmesinin temel sebebi çevreye verilen zararın en aza indirilmesi, çevre konusunda bilinçli olan tüketicilerin ihtiyaçlarının karşılanması, çevre duyarlılığı kavramının oluşturulması ve işletme maliyetlerinin azaltılması gibi unsurların yerine getirilmesini kapsamaktadır. Özellikle su, hava, toprak, gürültü kirliliği, atıkların azaltılması, verimli enerji kullanımı, doğal alanların kontrol altına alınması gibi konularda konaklama işletmelerinde belirli politikaların belirlenmesi hedeflenmiştir (Rennings, 2000).

2. TEORİK ÇERÇEVE

İlgili alan yazın incelendiğinde sürdürülebilir turizmin gelişmesinde 3, 4 ve 5 yıldızlı otellerdeki yöneticilerin yeşil inovasyona bakış açıları, yeşil inovasyondan beklentileri, işletmede uyguladıkları yeşil inovasyon yöntemleri ve çevreye olan duyarlılıkları değerlendirilmiştir. Yapılan çalışmalar sonucunda işletmelerin yeşil inovasyona yönelik çalışmaları belirli ölçüde destekledikleri görülmüştür. Araştırmalar sonucunda işletmelerin uygulanan yeşil inovasyon faaliyetlerini genel olarak verimlilik sağlamak için kullandıkları ve sektörde gerçekleşen birçok yeşil uygulama hakkında yeterince bilgi sahibi olmadıkları görülmüştür. Aynı zamanda işletmeler yeşil inovasyon uygulamalarını maliyetlerini azaltmak ve imaj kazanmak için benimsedikleri görülmüştür (Büyükkelik, Toksarı ve Bülbül, 2010).

İnovasyon, bir fikrin pazarlanabilir bir ürün veya hizmete dönüştürülmesi maksadıyla farklılaştırma ve değişim sürecini kapsamaktadır (Işık ve Keskin, 2013; Işık ve Meriç, 2015). İnovasyon, “yeni olan değil, sosyal ve ekonomik açıdan değere dönüştürülebilen yeniliklerdir” (Yalçınkaya, 2010). Böylece inovasyon, var olan veya yeni bir ürün, hizmet veya süreci geliştirmenin yolu yeni fikirler üretmektir. Bu sebeple ortaya çıkan ürün ve

hizmetlerin geliştirilerek kullanılabilir hale getirilmesi firmaya rekabet gücü kazandırmaktadır (Yılmaz, 2003).

Yeşil inovasyon; ürün süreçlerine odaklanan yeni teknolojilerin geliştirilmesini (enerji tasarrufu, kirliliğin önlenmesi, atıkların geri dönüşümü vb.) amaçlayan tasarım, donanım ve yazılım içeren sürdürülebilir inovasyondur (Leenders ve Chandra, 2013). Yeşil inovasyon; herhangi bir ürünün üretim aşamasından atık haline gelinceye kadar ki süreçte çevreye olan zararlarının azaltılması için yapılan yenilikçi faaliyetlerin tümüdür (Büyükkelik vd., 2010). Yeşil inovasyon “enerji tasarrufu, kirlilik önleme, atık geri dönüşümü, yeşil ürün tasarımı kapsayan yeşil ürün veya süreçlerle ilgili donanımsal veya yazılımsal inovasyonlar veya kurumsal çevre yönetimidir” (Chen, Lai ve Wen, 2006). Ayrıca yeşil inovasyon, sınırlı ve değerli kaynakların etkin bir şekilde kullanılmasına olanak sağlayan, ekonominin çevre üzerindeki olumsuz etkilerini azaltan ve sürdürülebilir olması için yenilikçi çözümler sunan inovasyon türüdür (Saatçi, Demirbulat ve Avcıkurt, 2014). Yeşil inovasyon uygulamaları arasında atık geri dönüşümü, gıda üretimi, su kullanımı gibi sorunların yanı sıra geri dönüşüm malzemelerinin tekrar üretimi, eko-ürünler, yenilenebilir enerji ve yeşil yönetim yaklaşımları en önemli olanlarıdır. Yeşil inovasyon, doğal kaynak yönetimini içerir ve yönetim ile ilgili yenilikleri de kapsamaktadır. Yeşil inovasyon, temel olarak çevreye verilen zararların azaltılması için yeni fikir, tutum, ürün ve süreçlerin geliştirilmesini ve uygulanmasını hedeflenmektedir (Rennings, 2000).

Yeşil inovasyonda çevresel yenilikler kapsamında; sera gazı salımının azaltılması, yenilenebilir enerji teknolojilerine yönelerek fosil kaynakların kullanımının azaltılması veya daha verimli kullanımının sağlanması, üretim aşamalarında çevreye verilen zararların azaltılması, geri dönüşüm ile ilgili çalışmaların artırılarak atık malzemelerin azaltılması hususları örnek olarak verilebilir. Daha kaliteli, ucuz, hızlı ürün ve hizmetler müşteriler tarafından daima daha fazla tercih edilecektir. Fakat tercih edilen bu ürün ve hizmetler çevresel açıdan da sürdürülebilir olmalıdır. Ayrıca bu sürdürülebilir ürünler ve hizmetlerin maliyetinin diğerlerine göre daha fazla olması çevresel inovasyon açısından doğal bir durumdur. Sürdürülebilirliğin sağlanması aşamasında, ürünlerin değeri artabilir. Bu durumda üretim ve taşıma maliyetleri azaltılabilir ve piyasaların giderek artan sayıda, "yeşil" ile uyumu zorunlu olarak sağlanabilir. Günümüzde bazı işletmeler tarafından yeşil inovasyona karşı artan ilgi, çevre sorunlarının azaltılması için gerekli tedbirlerin alınması konusunda güçlü bir odak noktası olmuştur. Ancak şunu unutmamak gerekir ki yeşil inovasyonda temel amaç, ekonomik ve rekabetçi fırsatların ötesinde çevresel ilerlemelerin elde edilmesidir (Yıldız, 2012).

Turizm sektöründe yeşil inovasyon ise, gelişen teknoloji ve sürdürülebilir kalkınma hedefleri ile paralel olarak artan çevreye verilen zararların azaltılması, doğayı koruma, doğal kaynakların daha verimli kullanılması ve atıkların azaltılmasını ifade etmektedir. Yeşil inovasyonun sağlanmasında öncelikli olarak dikkat edilmesi gerekli hususlar çevre kirliliğinin azaltılması, maliyetlerin azaltılması, rekabet gücünün artırılması ve sürdürülebilirlik gibi etkenler söz konusudur. Bu açıdan, yeşil inovasyon çevrenin korumasına yönelik yenilik faaliyetlerinde ekonomik gelişme sağlanmanın yanı sıra, işletme ve çevre politikalarının ortak bir noktada kesiştirilmesidir (Carrillo-Hermosilla ve Könnölä, 2010).

Turizm, varlığının temel kaynağı olan doğal çevreyi bir yandan kullanırken, aynı zamanda korumak zorunda olan bir endüstridir. Bu yüzden turizm ve çevre sürekli olarak etkileşim halindedir (Vatan, 2010). Otel işletmelerinde yeşil inovasyon uygulamalarının önemi ise her geçen gün artmaktadır. Bir bölgede turizm gelişmesi için çevre değerlerine önem verilmelidir. Turizm o bölgenin taşıma kapasitesini aşmayacak nitelikte ve miktarda gerçekleşirse ancak varlığını koruyarak gelecek nesillerin kullanımına sunabilir. Turistik bir bölgede, konaklama, yiyecek-içecek, eğlence, hediyelik eşya, ulaşım gibi alanlar göz önünde bulundurulmalıdır. Bu alanlardaki kontrolsüz büyüme veya gelişmeler çevreye zarar vererek söz konusu bölgenin doğal kaynaklarına zarar verip cazibesini kaybetmesine sebep olacaktır. Yani turizm çevreye bağlıdır ve turizm için olmazsa olmaz bir faktördür (Aslan ve Aktaş, 1994).

Günümüzde insanlar çevresel sorunlar hakkında daha duyarlı hale gelmekte ve kaygılarını daha çok dile getirmektedirler. Bu duyarlılık insanları doğal kaynakları koruma ve topluluk geliştirme faaliyetlerine yönlendirmiştir. Dolayısı ile çevre bilincinin artması ile turistler “yeşil tüketici” yaklaşımını benimseyerek aşırı tüketim etkinliklerindense tüketimin daha az olduğu etkinliklere yönelmektedirler (Eagles, McCool ve Haynes, 2002). Bu nedenle ziyaret edilen yerlerin çevre dostu olması önem kazanırken, sürdürülebilir turizm ve eko turizme duyulan ilgi de artmaktadır (Güneş, 2011).

Turizm işletmeleri çevre üzerinde çeşitli etkilere sahiptir. Aydınlatma, temizlik, banyo, ısınma, soğutma, yemek pişirme, yüzme, golf alanları, yeşil alanların sulanması gibi işlemler göz önünde bulundurulduğunda tüm dünyadaki otellerin toplam enerji tüketimleri oldukça fazladır. Bir turistin otelde geçirdiği süre boyunca enerji tüketiminin % 90’ı destinasyon kaynaklarından sağlanırken iki hafta tatil yapan bir turist, 100 kg’dan fazla fosil yakıt tüketmektedir. (Mastny, 2001).

Yeşil inovasyon ve çevre duyarlılığı kavramlarının gelişmesi ile birlikte turizmde “çevre dostu otel” kavramı da giderek önem kazanmıştır. Çevre dostu oteller, su ve enerji

tasarrufu sağlayan, katı ve sıvı atık yönetimini yapan, biyo çeşitliliğin korunmasına önem veren, geri dönüşüm ve yeniden kullanım gibi kavramları önemseyen işletmelerdir (Güneş, 2011).

3. YÖNTEM VE ARAŞTIRMA BULGULARI

3.1. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ VE AMACI

Yeşil inovasyon uygulamalarının doğal kaynakların korunmasında büyük bir katkı sağlayabileceği ön görülebilir bir durumdur. Bu durum tüketicilerin yeşil inovasyon uygulamaları hakkında bilinç seviyelerinin her geçen gün daha da yükselmesine ve satın alırken bu uygulamaları göz önünde bulundurarak tercihlerini gerçekleştirmelerine neden olmaktadır. Aynı zamanda konaklama işletmeleri turistik pazarda yer alabilmek ve büyüebilmek için çevre duyarlılığı ile ilgili çalışmalar yapmak zorunda olduklarını farkına varmışlardır (Saatçi, GÜDÜ ve Avcıkurt, 2013).

İşletmeler, uygun yeşil inovasyon yönetimleri ile çevre yönetimini başarılı bir şekilde ele alarak rekabet avantajı elde edebilir. Bu nedenle; işletmelerde çevreci uygulamalara yönelik birçok çalışmada; müşteri deneyimleri (Yıldız, 2012), kurumsal itibar üzerine etkisi (Aykan ve Sevim, 2013), işletmelerde çevre yönetimi (Kaymaz, 2012), yeşil inovasyon uygulamaları (Saatçi, GÜDÜ ve Avcıkurt, 2013) ve yeşil pazarlama (Turhan, 2010) gibi konular ölçülmeye çalışılmıştır.

Bu araştırmada; işletmelerdeki yöneticilerin yeşil inovasyon uygulamalarını nasıl algıladıkları, beklentileri ve bu konuda geliştirebilecekleri stratejilerinin hangi iç ve dış faktörlerden etkilenebileceği ölçülmeye çalışılmıştır. İstanbul'da faaliyet gösteren 3, 4 ve 5 yıldızlı konaklama tesislerinde yürütülen araştırmada aynı zamanda yöneticilerin hem inovasyon özelliklerini hem de davranışsal niyetlerini araştıran bir model kullanılmıştır.

3.2. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Konaklama işletmelerinde yeşil inovasyon uygulamalarına yönelik yönetici algılarının ve beklentilerinin ölçülmesi ile ilgili olarak gerçekleştirilen araştırmada verilerin toplanması ve analizi için bir uygulama çalışması yürütülmüştür. Çalışmanın; modeli, evren ve örnekleme, veri toplama süreci ve kullanılan araçlar ile yürütülen analizler bu bölümde ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

3.2.1. Evren ve Örneklem

Araştırma evreni; İstanbul ilinde faaliyet gösteren 3, 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde çalışan yöneticilerden oluşturmaktadır. Araştırma amacına yönelik ulaşılabilen

76 konaklama işletmesi ile görüşülmüştür. İstanbul; yerli ve yabancı turist ağırlama kapasitesinin yüksekliği ve dolayısıyla konaklama işletmelerinin fazlalığı, uluslararası düzeyde kalite ve müşteri memnuniyetine hassasiyetin yüksek olması, ülke turizminde önemli yeri olan ve sektörde öncü konaklama işletmelerin yoğunluğu sebebiyle tercih edilmiştir.

Beşinci ve son bölümde; ankete katılanların "yeşil inovasyon uygulamalarına geçişte kurumlarının davranışsal niyetleri"ni ölçmeye çalışan yine 7'li likert ölçeğine göre (kesinlikle olası değil, çoğunlukla olası değil, kısmen olası değil, karasızım, kısmen olası, çoğunlukla olası, kesinlikle olası) düzenlenmiş iki ifade bulunmaktadır.

Bölümde, zaman ve kabul etme niyeti değişken olarak yer almaktadır.

3.2.2. Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik geçerlilik için gereklidir. Cronbach, bir ölçek veya bileşik puandan elde edilebilecek puanlarla ilişkili iç tutarlılığın bir tahminidir. Bu çalışmada her birisi birçok ifadeden oluşan dört ana faktör ölçülmüş ve güvenilirlikleri açısından kontrol edilmiştir. Bunlar; yeşil inovasyon algıları, sosyal etki beklentileri, davranışsal sonuç beklentiler, davranışsal niyettir. Tablo 1'de her bir faktör için güven derecelerini (α) göstermektedir.

Tablo 1. Güvenirlik Analizi Sonuçları

Ölçülen Ana Başlıklar	Cronbach's Alpha, α
Yeşil İnovasyon Algıları	0,877
Sosyal Etki Beklentiler	0,886
Davranışsal Kontrol Beklentileri	0,900
Davranışsal Niyet	0,716

Güvenilirlik analizi, dört ana başlık için çok yüksek bir Cronbach's Alpha değeri göstermektedir. Tablo 1'deki sonuçlara göre, iç ölçek güvenilirliğini gösteren α , 0,716 ile 0,900 arasındadır. α , 0,70'nin üzerinde kabul edilebilir ve bu çalışmanın tüm ana başlıkları için Cronbach's Alpha sayısının 0,70'nin üzerinde olduğu görülmektedir.

Cronbach's Alpha değeri hesaplanırken herhangi bir ifadenin iptal edilmesine gerek kalmamıştır. Sosyal bilimlerde α değerine bağlı olarak ölçeğin;

$0,00 < \alpha < 0,40$ güvenilir olmadığı,

$0,41 < \alpha < 0,60$ güvenilirliğinin düşük olduğu,

$0,61 < \alpha < 0,80$ güvenilirliğinin kabul edilebilir seviyede olduğunu,

$0,81 < \alpha < 1,00$ güvenilirliğinin yüksek olduğu düşünülür (Kalaycı, 2017: 403-405).

3.2.3. Demografik Özellikler

Demografik sonuçlar Tablo 2’de sunulmuştur. Ankete cevap veren 315 yöneticinin cinsiyetlerine göre dağılımına bakıldığında yöneticilerin % 29,2’sinin kadın ve % 70,8’inin erkek olduğu görülmektedir.

Ankete cevap veren 315 yöneticinin % 33,1’i 30 yaş altında, % 43,5’i 31-40 yaş, % 18,4’i 41-50 yaş arasındayken, % 5,1’nin ise 50 yaş üzerinde olduğu tespit edilmiştir.

315 yöneticinin öğrenim derecelerine göre yüzdeleri yöneticilerin % 0,6’sı ilköğretim % 6,0’sı lise, % 32,4’ü meslek lisesi,%33,3’ü meslek yüksekokul ve % 27,6’sı lisans derecesine sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Demografik Özellikler

Cinsiyet	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kız	92	29,2	29,2
Erkek	223	70,8	100,0
Toplam	315	100,0	
Yaş	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
25 altı	15	4,8	4,8
25-30	89	28,3	33,0
31-40	137	43,5	76,5
41-50	58	18,4	94,9
50 üstü	16	5,1	100,0
Toplam	315	100,0	
Öğrenim derecesi	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
İlköğretim Mezunu	2	0,6	0,6
Lise Mezunu	19	6,0	6,6
Meslek Lisesi Mezunu	102	32,4	39,0
MYO Mezunu	105	33,3	72,4
Lisans Mezunu	87	27,6	100,0
Toplam	315	100,0	
Görev	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Ön büro	36	11,4	11,4
Housekeeping	50	15,9	27,3
Yiyecek-içecek	120	38,1	65,4
Teknik servis	27	8,6	74,0
İnsan kaynakları	19	6,0	80,0
Muhasebe	26	8,3	88,3
Satın alma	3	1,0	89,2
Satış ve pazarlama	7	2,2	91,4
Bilgi işlem	1	0,3	91,7
Güvenlik	21	6,7	98,4
Müdür	5	1,6	100,0
Toplam	315	100,0	

Ankete katılan 315 yöneticiden yiyecek içecek departmanında görev yapanlar % 38,1 ile en yüksek orana sahiptir. Bunu % 15,9 ile housekeeping, % 11,4 ile önbüro, % 8,6 ile teknik servis ve % 8,3 ile muhasebe departmanı takip etmektedir.

3.2.4. Yöneticilerin İnovatif Özellikleri

Ankete katılan 315 yöneticinin % 27'si kendini çok yenilikçi ve % 37,5'i yenilikçi olarak tanımlamaktadır. Yöneticilerin % 9,2'si yenilikçi olmadığını ve % 3,5'i çok yenilikçi olmadığını ifade etmiştir.

Yenilikçi olup olmadığı konusunda tarafsız olanların oranı ise % 22,9'dur. Elde edilen sonuçlara göre, yöneticilerin % 64,5'inin yenilikçiliği benimsedikleri görülmüştür. Yöneticilerin inovatif özellikleri Tablo 3'de sunulmuştur.

Tablo 3. Yöneticilerin İnovatif Özellikleri

Yönetici	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Çok yenilikçi	85	26,9	26,9
Yenilikçi	118	37,5	64,4
Tarafsız	72	22,9	87,4
Yenilikçi değil	29	9,2	96,5
Çok yenilikçi değil	11	3,5	100,0
Toplam	315	100,0	

3.2.5. Yeşil İnovasyonun Yöneticiler İçin Önem Derecesi

Araştırmaya katılan 315 yönetici tarafından en çok benimsenen yeşil uygulama % 28,9 ile tasarruftur. Bunu % 22,2 ile atık azaltma, % 13,3 ile konuk ihtiyaçlarının karşılanması, % 10,2 ile yeşil eğilimlere adapte olmak takip etmektedir. Eko-etiketleme uygulaması % 0,3 ile yöneticiler tarafından en az benimsenen uygulamadır. Yeşil inovasyonun yöneticiler için önem derecesi Tablo 4'de sunulmuştur.

Tablo 4. Yeşil İnovasyonun Yöneticiler İçin Önem Derecesi

Uygulama	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Tasarruf	91	28,9	28,9
Atık azaltma	70	22,2	51,1
Konuk ihtiyaçları	42	13,3	64,4
Yeşil eğilimler	32	10,2	74,6
Kaynak kullanımı	21	6,7	81,3
CO ₂ azaltma	19	6,0	87,3
Kamu teşvikleri	17	5,4	92,7
Enerji kullanımı	12	3,8	96,5
Çevre dostu üretici	10	3,2	99,7
Eko-etiketleme	1	0,3	100,0
Toplam	315	100,0	

3.2.6. Yöneticilerin Yeşil İnovasyon Uygulamalarındaki Farkındalık Düzeyleri

Ankete katılan yöneticilerin % 14,3'ü işletmede uygulanan yeşil inovasyon uygulamalarına oldukça hakim olduğunu ve % 28,3'ü uygulamaların çoğuna aşına olduğunu ifade etmiştir. Yöneticilerin % 33,7'si ilgili uygulamalara kısmen aşına olduğunu belirtirken, hiç aşına olmadığını belirtenlerin oranı % 23,8'dir. Yeşil İnovasyon Uygulamalarındaki Farkındalık Düzeyleri Tablo 5'de sunulmuştur.

Tablo 5. Yeşil İnovasyon Uygulamalarındaki Farkındalık Düzeyleri

Durum	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Çok aşına	45	14,3	14,3
Çoğuna aşına	89	28,2	42,5
Kısmen aşına	106	33,7	76,2
Aşına değil	75	23,8	100,0
Toplam	315	100,0	

3.2.7. Kurumsal Bilgiler

3.2.7.1. İşletme Sınıfı

Araştırmaya katılan 315 yöneticinin görev yaptığı konaklama işletmelerinin % 64,1'i beş yıldızlı, % 27'si dört yıldızlı ve % 8,9'u ise üç yıldızlı otellerden oluşmaktadır.

3.2.7.2. Yeşil İnovasyondan Hoşnutluk Derecesi

Araştırmaya katılan 315 yöneticinin % 64,2'si çalıştığı işletmede uygulanan yeşil inovasyon konusundan hoşnut olduğunu, % 31,4'ü kısmen hoşnut olduğunu ve % 4,4'ü ise hoşnut olmadığını belirtmiştir.

3.2.7.3. Sahiplik Durumu

Araştırmaya katılan 315 yöneticinin görev yaptığı işletmelerin sahiplik durumları incelendiğinde, işletmelerin % 59,4'ünün zincir otel ve % 40,6'sının ise bağımsız otel olduğu görülmektedir.

3.2.7.4. İşletmede Uygulanan Yeşil İnovasyondan Haberdar Olma Durumu

Uygulama yapılan konaklama işletmelerindeki yöneticilerin % 44,7'si işletmede uygulanan yeşil inovasyondan haberdar olduğunu, % 35,6'sı kısmen haberdar olduğunu, % 16,2'si ise haberdar olmadığını belirtmiştir. Sonuçlara göre yöneticilerin % 3,5'i bu tür uygulamaların gerçekleştirilemediği görüşündedir.

3.2.7.5. İşletme Bünyesindeki Otel Sayısı

Uygulama yapılan konaklama işletmelerinin % 67'sinin bünyesinde 5'ten daha az otel bulunmaktadır. Bünyesinde 50'den daha fazla otel bulunan işletmelerin oranı ise % 1,6'dır.

4. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu araştırma ile konaklama işletmelerindeki yöneticilerin yeşil inovasyon uygulamalarını nasıl algıladıkları, beklentileri ve bu konuda geliştirebilecekleri stratejilerinin hangi iç ve dış faktörlerden etkilenebileceği ölçülmüştür. İstanbul'da faaliyet gösteren 3, 4 ve 5 yıldızlı konaklama tesislerinde yürütülen araştırmada aynı zamanda yöneticilerin hem inovasyon özelliklerini hem de davranışsal niyetlerini araştıran bir model kullanılmıştır.

Araştırma verilerine uygulanan güvenilirlik analizi sonuçlarına göre; yöneticilerin algı ve beklentilerini ölçmek üzere uygulanan ilk üç bölümde güvenilirlik katsayıları 0,9'dan büyük olup oldukça yüksek çıkmıştır. İşletmelerin davranışsal eğilimlerini ölçmek için oluşturulan son bölümün güvenilirlik katsayısı da 0,716 olup güvenilir seviyede kabul edilebilir bir değerdir.

Çevreci herhangi bir inovatif uygulamanın oluşturacağı beklenen olumlu bir etkinin; kurumsal dinamiklerin ve paralelinde dış aktörlerin davranışlarına da yansması ve olumlu dönüşüm ve değişimlere neden olması beklenebilir. İnovatif herhangi bir çevreci yaklaşımın kamuoyu ve müşteriler gibi sosyal gruplar üzerinde oluşturması beklenen olumlu etkilerin, söz konusu çevreci yaklaşımın hayata geçirilmesi ve uygulanması konusunda işletmenin kurumsal kapasitesini harekete geçirmesi veya güncellemesi sonucunu doğurabilir. Örneğin; yöneticilerin; işletmenin sıcak su ihtiyacının güneş panelleri gibi bir yenilenebilir enerji kaynağından karşılanmasının yatırımcılar, müşteriler veya kamuoyu üzerinde olumlu etkiler oluşturabileceğini beklemesi, yöneticilerde bu tür bir panelin kurulmasının şirket tarafından kabul edilmesi ve yeterli bütçenin sağlanması beklentisini de güçlendirebilir.

Yöneticilerin hammadde, enerji ve kaynak kullanımında azalma ve verimlilik artışı sağlayabilecek yeni yaklaşımların nispeten kolay uygulanabilir yaklaşımlar olmasını bekledikleri düşünülebilir.

Sosyal etki oluşturabilecek inovatif uygulamaların çarpıcı olması gereken ve kolay olmayan uygulamalara bağlı olduğu yönündeki kaygıların çok da isabetli olmadığı şeklinde de ele alınabilir.

KAYNAKLAR

- Aslan, Z., ve Aktaş, G. (1994). Turizm Açısından Çevre Sorunlarına Genel Bir Yaklaşım. *Çevre Dergisi*, 11, 43-45.
- Aykan, E., ve 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.
- Büyükkeklik, A., Toksarı, M. ve Bülbül, H. (2010). Çevresel Duyarlılık ve Yenilikçilik Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15 (3), 373-393.
- Carrillo-Hermosilla, J., Del Río, P., ve Könnölä, T. (2010). Diversity of Eco-innovations: Reflections From Selected Case Studies. *Journal of Cleaner Production*, 18 (10-11), 1073-1083.
- Chen, Y. S., Lai, S. B. ve Wen, C. T. (2006). The Influence of Green Innovation Performance on Corporate Advantage in Taiwan. *Journal of Business Ethics*, 67 (4), 331-339.
- Eagles, P. J., McCool, S. F., ve Haynes, C. D. (2002). *Sustainable Tourism in Protected Areas: Guidelines for Planning and Management*. Cambridge: IUCN.
- Güneş, G. (2011). Konaklama Sektöründe Çevre Dostu Yönetimin Önemi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13 (20), 45-51.
- Işık, C., (2010). Türkiye'de Yabancı Ziyaretçi Harcaması ve Turizm Gelirleri İlişkisi: Bir Eş-bütünleşme Analizi (1970-2008). *Sosyoekonomi*, 13(13).
- Işık, C., ve Meriç, S. (2015). Otel yöneticilerinin bireysel yenilikçi kapsamında değerlendirilmesi: van ili örneği. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 4(1), 1-16.
- Işık, C., ve Keskin, G. (2013). Bilgi Ekonmilerinde Rekabet Üstünlüğü Oluşturulması Açısından İnovasyonun Önemi. *Turizm Fakültesi Dergisi*, 41 - 57.
- Işık, C., ve Türkmendağ, T. (2016). Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik Algılarının Belirlenmesi. *Turizm Fakültesi Dergisi*, 70 - 99.
- Işık, C., & Radulescu, M. (2017). Investigation of the relationship between renewable energy, tourism receipts and economic growth in Europe. *Statistika: Statistics and Economy Journal*, 97(2), 85-94.

- Işık, C., Kasımatı, E. ve Ongan, S. (2017). Analyzing the causalities between economic growth, financial development, international trade, tourism expenditure and/on the CO2 emissions in Greece. *Energy Sources, Part B: Economics, Planning, and Policy*, 12(7), 665-673.
- Isik, C., Dogru, T. ve Turk, E. S. (2018). A nexus of linear and non-linear relationships between tourism demand, renewable energy consumption, and economic growth: Theory and evidence. *International Journal of Tourism Research*, 20 (1), 38-49.
- Kalaycı, Ş. (2017, 8. baskı). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. *Ankara/İskitler: Kalkan Matbaacılık San. Tic ve Ltd. Şti.*
- Kaymaz, M. (2012). *Turizm Sektöründe Çevre Yönetimi: Marmaris'teki Konaklama İşletmeleri Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Muğla: Muğla Üniversitesi.
- Leenders, M., ve Chandra, Y. (2013). Antecedents and Consequences of Green Innovation in the Wine Industry: The Role of Channel Structure. *Technology Analysis ve Strategic Management*, 25 (2), 205-218.
- Mastny, L. (2002). *Dünyanın Durumu*. Tema Vakfı Yayınlar.
- Porter, M., E. and Van Der Linde, C. (1996). *Green And Competitive: Ending The Stalemate, In Business and The Environment*. Edited By Richard Welford and Richard Starkey, Taylor ve Francis.
- Rennings, K. (2000). Redefining Innovation Eco-innovation Research and The Contribution from Ecological Economics. *Ecological Economics*, 32, 319 – 332.
- Saatci, G., GÜDÜ Demirbulat, Ö., ve Avcıkurt, C. (2013). Konaklama İşletmelerinde Yeşil İnovasyon Uygulamaları: Bursa Örneği. K. Karamustafa (Ed.), *14. Ulusal Turizm Kongresi* (20-38). Kayseri: Detay Yayıncılık.
- Turhan, S. (2010). *Turizm İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Marmaris Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Muğla: Muğla Üniversitesi.
- Vatan, A. (2010). *Turizm işletmelerinde inovasyon: İstanbul'daki 5 Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi.
- Yalçınkaya, Y. (2010). Bilginin Farkındalık ve Farklılığında Organizasyonların Gelecek Alanı: İnovasyon. *Türk Kütüphaneciliği*, 24 (3), 373-403.
- Yıldız, A. (2012). *Çevre Yönetimi Uygulayan Yeşil Otel İşletmelerinde Yeşil Müşteri Deneyimi Üzerine Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Yılmaz, H. (2003). *Yenilik (İnovasyon) Yeni Ekonomi ve Rekabet*. Ankara: Rekabet Kurumu.