

Kış Turizm Merkezlerinde Çevre Duyarlılığı, Yaklaşım ve Çözümler: Palandöken Otelleri Örneği

Arş. Gör. Dr. Nihan AKDEMİR
Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi
nihan.kinali@atauni.edu.tr

Özet

Küresel ısınmanın kış turizmi merkezlerinde karlı gün sayısının azalmasına ve kış turizminin güç kaybetmesine neden olacağı beklenmektedir. Bu durum kış turizmi merkezlerinde yerleşik otelleri daha fazla oranda tedbir almaya itmektedir. Bu çalışmanın amacı, kış turizmine odaklı hizmet sunan otellerin yöneticilerinin çevresel değişimlere bakış açılarını, çevreci yaklaşımlarını, çevre sertifikasını pazarlama stratejisi olarak görüp görmediklerini tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda Palandöken’de yerleşik otel yöneticileri ile yarı yapılandırılmış mülakat yapılarak nitel veri elde edilmiştir. Konu kapsamında Palandöken destinasyonunun çevresel değişimlerden etkilenip etkilenmediği ve otel yöneticilerinin çalıştıkları otelde çevre koruma ile ilgili yapılan faaliyetlerin düzeyi de anlaşılmaya çalışılmıştır. Çalışmanın sonuçları, yöneticilerin, otellerin çevresel değişimlere neden olduğunu düşündüklerini, çevresel bozulmadan kış otellerine göre kıyı ve şehir otellerinin daha fazla etkileneceğini tahmin ettiklerini, Palandöken’in de çevresel kötüye gidişi hissedeceği konusunda hem fikir olduklarını bu hususta değişik tedbirler aldıklarını göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Kış Turizmi, Çevresel Değişim, Çevreci Yaklaşım, Otel Yöneticileri, Palandöken.

Environmental Sensitivity, Approaches and Solutions in Winter Tourism Destinations: Sample of Palandöken Hotels

Abstract

It is estimated that global warming will cause the number of snowy days in winter tourism centers to decrease and the winter tourism to lose power. This case leads the hotels located in winter tourism centers to take more precautions. Therefore, the purpose of this study is to explore the views of the managers of the hotels which serve for winter tourism about environmental changes, their environmentalist approaches and whether they regard the certificate of environment as a marketing strategy. For this purpose, qualitative data were collected from the managers of the hotels on Palandöken through semi-structured interviews. It was tried to understand whether the Palandöken destination is affected by the environmental changes and the levels of the environmental protection measures taken by the managers in the hotels they work for. The results of the study showed that the hotels managers think hotels cause environmental changes; they guess that beach hotels and hotels in city centers will be much more affected than winter tourism hotels; they agree that Palandöken will also be influenced by this environmentally negative changes; and they take different measures about this problem.

Keywords: Winter Tourism, Environmentalist Approach, Hotel Managers, Palandöken.

Giriş

Turizm, ekonomik gelişmenin bir aracı olarak yaygın bir şekilde teşvik edilirken, aynı zamanda, ev sahibi topluluklar üzerinde olumsuz sosyal ve çevresel etkilere yol açabilmektedir (Morrison ve Selman, 1991). Bu nedenle, turist aktivitesinin iyi bir şekilde yönetilmesi gerekmektedir. Oteller de önemli turizm aktörlerinden biri olarak güçlü çevresel etkilere neden olmaktadır. Otel işletmeleri, yüksek miktarda doğal kaynak tüketimi gerçekleştirdiğinden destinasyonun sürdürülebilirliğini etkiler (Molina-Azarın, vd. 2009). Otellerin binalarının inşası, çevre düzenlemesi, atıkların imha edilmesi, su ve enerji kullanımı gibi faaliyetler düzgün yönetilmediği takdirde çevreyi olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Mensah, 2004).

Turizmin çevresel etkilerini aza indirmek amacıyla, konaklama işletmelerinde çevre duyarlılığına yönelik çalışmalar yapılmaktadır. 1980'lerden itibaren ekolojik etkinlik giderek önem kazanmış, bu sebeple ziyaretçi yönetimi ile çevre kirliliğine yönelik çözümler aranmıştır. 1990'larda bu uygulamalar ödül ve sertifika programları ile başta otel işletmeleri olmak üzere, turizm birliklerine yönelik olarak yaygınlaşmıştır. Başta uluslararası zincir oteller olmak üzere, birçok işletme çevre ile ilgili politikalar izlemektedir (Kahraman ve Türkay, 2014). Bu nedenle, çevre sorumluluğu sadece otellerin gönüllü birer faaliyeti olarak kalmayıp aynı zamanda yasal zorlamalardan yalıtılma, maliyetleri düşürme, müşteri sadakatini artırma ve işletme saygınlığını artırma adına zorunlu görülen uygulamaları da kapsamaktadır (Mensah, 2004).

Turizm, hava durumuna en duyarlı sektörlerden biridir. Bu nedenle, hava değişkenliğinin bu sektöre yarattığı etki ve risklerin derinlemesine bir şekilde anlaşılması, çağdaş ekonomik politikaların ve risk yönetimi stratejilerinin etkili bir şekilde tasarlanması ve gelecekteki iklim değişikliğinin potansiyel ekonomik etkilerinin değerlendirilmesi için önemlidir (Damm, Greuell, Landgren ve Pretenthaler, 2017) İklim değişikliğinin kar örtüsünün güvenilirliğini düşürmesi çok muhtemeldir. Kış turizminin kar yağışlı sezonlara yönelik yüksek duyarlılığı göz önüne alındığında, iklim değişikliği turizm endüstrisini ciddi şekilde etkileyecektir (Elsasser ve Bürki, 2002).

Hükümetler, çevreyi korumak için daha etkili önlemlerin gerekliliğinin ve turizm endüstrisinin de bu konuyla ilgisinin zaman içinde daha fazla farkına varmıştır. Önemli bir gelişme elde etmek için otel yöneticileri ve işletmecilerinin çevreye karşı sorumlu davranmaya istekli olması gerekmektedir. Ayrıca, çevreye duyarlı uygulamaların hayata geçirilmesi için yeterli bilgiye, teknolojiye ve yeterli kaynağa sahip olmaları gerekmektedir (Bohdanowicz, 2006). Turizmde çalışanlar, işletmelerinin bulunduğu çevrenin korunmasına gönüllü olarak katılabilirler (Huybers ve Bennett, 2003). Türkiye'de, otel yöneticilerinin ilgisi, çevre bilinci ve çevre korumanın sonuçlarına ilişkin bilgi eksikliği bulunmaktadır (Erdogan ve Baris, 2007). Bu sebeple çalışmada otel yöneticilerinin çalıştıkları kurumdaki çevresel faaliyetler ile çevreyi korumaya yönelik bireysel düşünceleri araştırılmıştır.

Bu çalışmanın amacı, otel yöneticilerinin çevresel değişimlere bakış açılarını, çevreci yaklaşımlarını, çevre sertifikasını pazarlama stratejisi olarak görüp görmediklerini ve Palandöken kış turizmi destinasyonunun çevresel değişimlerden etkilenip etkilenmediği üzerine düşüncelerini tespit etmektir. Ayrıca, otel yöneticilerinin çalıştıkları otelde çevre koruma ile ilgili yapılan faaliyetleri değerlendirmelerine ve çevresel bilinçlerinin de ne yönde olduğuna odaklanılmaktadır. Bu bağlamda, Palandöken'de yerleşik otel yöneticilerinden elde edilen nitel veri incelenmekte, erişilen bulgular doğrultusunda destinasyonla ilgili politika yapıcılara öneriler sunulmaktadır.

Literatür Taraması

Kış turizmi, kış sporu faaliyetlerinin gerçekleştirilebilmesi için elverişli kar şartlarının ve eğimli bölgelerinde uygun pist, teçhizat, konaklama, yeme- içme işletmeleri ve boş zaman değerlendirilmesine yönelik de aktivitelerin yer aldığı, yılın belli zamanlarında gerçekleştirilebilen faaliyetler bütünüdür (İlban ve Kaşlı, 2008). Kış turizmi merkezlerinde kayak turizminin önemli bileşenleri karın yerde kalma süresi, kayak bölgesinin topografik durumu, güneşli gün sayısı ve ulaşılabilirlik faktörleridir (Koşan, 2013).

Kış turizmi, turizm ürününü çeşitlendirmek ve turizmi tüm yıla yayabilmek için önem teşkil eder. Ayrıca kış turizmi merkezleri insanlara şehrin gürültüsü ve stresinden uzaklaştırıp, temiz ve doğal bir havadan yararlanmasını sağlarken aynı zamanda spor aktivitelerine katılma imkânı da sunar. Vanat (2017) çalışma raporunda, dünya genelinde kayak sporuna katılanların sayısı 2016 yılında 130 milyon olduğunu, bu rakamın 2020 yılında 420 milyonun üzerine çıkması beklendiğini ifade etmektedir. Bu durum kış turizmine katılım oranının yüksek olduğunu göstermektedir.

Turizmde doğal ve kültürel özelliklerin önde olması dolayısıyla kış sporları faaliyetlerine uygun, engebeli ve yağış alan kış turizmi destinasyonları gittikçe önem kazanmaktadır (Muhacir ve Yaman, 2016). Özellikle kayak turizmi için kar şartlarının elverişli olmasında doğal çevre çok önemlidir. Doğal çevrenin bozulması sonucunda iklim değişikliklerinin etkisi kar yağış oranının azalmasında etkili olacak ve destinasyonlar için yapay kar uygulamasının zorunluluğu söz konusu olacaktır. Bu doğrultuda yapay kar uygulaması çevresel sürdürülebilirlik açısından da olumsuz olarak nitelendirilebilir. Çünkü yapay kar sağlayabilmek için su en önemli faktördür. Çakmak ve Gökalp (2011) iklim değişikliğinin özellikle su kaynaklarının zayıflamasına neden olacağı ön görüldüğünü belirtmektedirler. Bu durumda tüm sektörlerde talep edilen su miktarı arttıkça yeraltı suyu tükenmesi, su ekosistemlerinin kirlenmesi ve yeni su kaynaklarının geliştirilmesi günden güne daha pahalı hale gelmektedir.

Çevre yönetimine ilişkin turizm literatüründeki makaleler, daha çok çevresel varlıkların korunması ve yenilenebilir kaynakların kullanımı üzerinde yoğunlaşmaktadır (Arslan ve Emeksiz, 2016). Konaklama hizmeti ile ilgili en önemli çevresel hedefler olarak atık azaltma, enerji tasarrufu ve başta su olmak üzere doğal kaynakların korunması öne çıkmaktadır (APAT, 2002). Konaklama endüstrisinin yarattığı tüm çevresel etkilerin %75'inin dayanıklı olmayan mallar, enerji ve su tüketimi, ardından da havaya, suya ve toprağa salınan emisyonlarla ilişkilendirilebilir olduğu tahmin edilmektedir (APAT 2002, Bohdanowicz 2006, Robinot ve Giannelloni, 2010).

Bohdanowicz (2006) çalışmasında çevreye duyarlı, “yeşil” bir otel pazarının yaratılması bugünün zorluklarından biri olduğunu fakat çevre dostu otel tesislerini yönetme ile ilgili faydaların tanınmasının dünya çapında yaygınlaşacağını ve bunun yaygın bir uygulama haline geleceğini belirtmektedir. Buna ilaveten “yeşil” otel operasyonlarına olan talebin müşteriler arasında artacağına, ilgili çevresel çalışmalara ve çabalara öncülük edenlerin büyük olasılıkla erken faydaların çoğunu alması beklediğini ifade etmektedir. Chen ve Chen (2012) çevre yönetimin avantajlarını araştırmak için iki otel üzerinde yaptıkları çalışmada, bu otellerin çevre yönetimi uyguladıktan sonra işletme maliyetlerini ve tüm toplum maliyetlerini başarılı bir şekilde azaltmış olduklarını tespit etmişlerdir. Oteller aynı zamanda çevre yönetimi ile itibar ve marka etkileri gibi maddi olmayan varlıklar ve marka etkisi kazanmıştır.

Turizm gelişiminin çevre üzerindeki olumsuz etkileri konusundaki endişeleri gidermek ve çevre performansını yükseltmek için 1993'te 11 uluslararası otel zinciri arasında bir ittifak olan

Uluslararası Oteller Çevre Girişimi (International Hotels Environment Initiative) oluşturulmuştur (Mensah, 2005). Çevre koruma ile ilgili EU label, LEED, BREEAM, EMAS ve ISO 14001 sertifikaları diğer sektörlerdeki işletmeler gibi otel işletmeleri tarafından da alınabilmektedir (Korkmaz ve Atay, 2017: 116). Türkiye’de yeşil sertifika programları T.C. Sağlık Bakanlığı ve T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın öncülüğünde, Türkiye Çevre Eğitim Vakfı (TÜRÇEV)’nin eşgüdümünde yürütülen Mavi Bayrak Ödülü; TÜROFED (Türkiye Otelciler Federasyonu) tarafından geliştirilen Beyaz Yıldız Çevre Projesi; TÜROB (Türkiye Otelciler Birliği)’un Greening Hotels Programı ve Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yürütülen Yeşil Yıldız Projesidir (Kutluay-Tutar, 2015). Türkiye’nin 34 ilinde çevreye duyarlı yeşil yıldız belgesi alan otel ve tesis sayısı 2016 yılında 307 iken, 2017 yılında 404’tür. Bu durum otel işletmelerin çevresel duyarlılıklarının günden güne arttığını göstermektedir. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı “Turizm İşletme Belgeli Tesis” sayısı 02.07.2018 tarihli verilerinde toplamda 4895’tür ve içlerinden 457 tesisin “Yeşil Yıldız” Belgesi mevcuttur (yigm.kulturturizm.gov.tr).

Müşterilerin çoğu için; seçtikleri otelin çevre koruma çalışmalarına aktif olarak katkıda bulunduğunu bilmek önemlidir (Robinot ve Giannelloni, 2010). Ayrıca deneyimsiz otel müşterileri yeşil pazarlama ve dağıtım kanallarının güvenilirliğine, ürün ve hizmetlerin gerçekliğine, fiyatlandırılmasına daha duyarlıdır. Bu nedenle, otelin çevre duyarlılığı imajını yükseltmek, müşterilerin yeşil ürünlere ve hizmetlere olan güvenini artırmak için uluslararası kabul görmüş bir eko etikete sahip olması oteller için önemli bir strateji olabilir (Chan, 2014).

Otellerin çevre koruma uygulamaları konusunda çok sayıda çalışma yapılmış olmasına rağmen, çoğunluğu büyük oteller üzerinde, deniz turizmi ve popüler tatil bölgelerinde kitle turizmi taleplerine cevap veren alan ve tesisleri konu almaktadır. Şehir otelleri genellikle göz ardı edilmiştir. Sadece kıyı otellerinin çevre sorunları yarattığı ve bunları çözmek ya da önlemeye yönelik tedbirler aldığı yönündeki algılamının tersine, şehir otelleri de, kıyı ve tatil otellerine benzer çevre sorunları ile karşı karşıyadır (Erdogan ve Baris, 2007).

Çevresel etkilerin yarattığı iklim değişikliğinin, kış turizmi destinasyonlarında etkili olacağı düşünülmektedir. Kayak turizminin gelecekte yüksek rakımlı bölgelerde yoğunlaşacağı ve düşük irtifalardaki kayak merkezlerinin kar kalitesinin yeterli olmaması nedeniyle olumsuz etkileneceği ön görülmektedir. 2000 metreden daha yüksek irtifalara erişim sağlayan, ulaşım olanaklarına sahip kış turizmi destinasyonlarının daha fazla talep göreceği söz konusudur (Elsasser ve Bürki, 2002).

Kış turizmi destinasyonu olarak Türkiye’nin en önemli kayak merkezlerinden biri olan Palandöken sıradağlarının yüksekliği 2200-3176 m’dir (Koşan, 2013). Palandöken’deki oteller kış sezonunda yoğun olmakta, ayrıca buldukları rakım dolayısıyla özellikle yüksek irtifa için gelen sporculara yaz sezonunda da hizmet vermektedir.

Koşan (2013) kayak turistlerinin kış turizm merkezlerini algı ve değerlendirmeleri üzerine yaptığı çalışmada iklim değişikliklerinin Palandöken’deki kış sporlarını zaman içerisinde etkileyebileceğini tespit etmiştir. Gelişmelerin tüm yıl faaliyet gösteren ve aynı zamanda kardan bağımsız arzın geliştirilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Kara bağımlı arzın bölgenin en iyi yerlerinde yoğunlaştırılması ve yapay kar sistemlerinin güçlendirilip ve geliştirilmesi gerekmektedir.

Çalık, Pekerşen, Şen ve Kılıç (2018) çalışmalarında Erzurum Palandöken Kayak Merkezi’nde yer alan otel işletmelerinin yöneticileri ile yaptıkları görüşmeler sonucunda çevreye duyarlı uygulamaların dar bir çerçevede ele alındığını tespit etmişlerdir. Özellikle bazı otellerin bu durumu

ekonomik fırsatçılığa dönüştürdüğü ve çevresel bilinç hususunda personelin ve ziyaretçilerin önemli eksikliklerin olduğunu ifade edilmiştir.

Akkuş ve Akkuş (2018) çalışmalarında kış turizmi destinasyonu paydaşlarının çevre yönetimine ilişkin algılarının olumlu olduğu sonucuna varmışlardır. Bununla birlikte, Erzurum'da genellikle kayak merkezi olarak Palandöken ön planda olsa da, Palandöken dağları çevresini içine alan bölgede Gez Yaylası ve Konaklıda kayak merkezlerinin de yer aldığını belirtmişlerdir. Palandöken Kayak Merkezi'nde birçok yıldızlı otel olduğu bu sebeple bölgenin fiziksel taşıma kapasitesini aşmaması ve çevresel etkileri en aza indirmek için Konaklı Kayak Merkezine yatırım yapılması gerektiğini belirtmişlerdir.

Yöntem

Bu çalışmada, otel yöneticilerinin çevresel değişimlere bakış açıları ve çevreci yaklaşımları değerlendirilmiştir. Otel yöneticilerinin çalıştığı otel ve genel kapsamda çevre koruma faaliyetleri ile ilgili değerlendirmelerine yönelik ifadeler ne yönde katıldıkları araştırmanın özel amacını oluşturmuştur. Çalışanlarda çevreci yaklaşım sağlamanın ve çevre koruma faaliyetlerini arttırmanın, işletmenin çevreye kattığı olumsuz etkileri (iklim değişikliği vb.) azaltmanın etkili olacağı varsayımıyla bu hususta otel yöneticilerinin bakış açısını belirlemek çalışmanın önemini vurgulamaktadır.

Araştırmada nitel yöntemlerden biri olan derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Betimsel bir yaklaşımda, toplanan verilerin özgün formuna sadık kalınması ve bazen katılımcıların söylediklerinden doğrudan alıntılar ile verilerin okuyucuya sunulması gerekmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Literatür taraması doğrultusunda, Palandöken destinasyonunu çevresel değişimlerle ilgili değerlendirmeye yönelik çevresel değişime bakış açısı, çevresel yaklaşım ve çevre sertifikası kapsamında 8 açık uçlu soru ile yarı yapılandırılmış mülakat formu oluşturulmuştur. Ayrıca mülakat formunda otelin çevre korumaya yönelik faaliyetleri ile ilgili Erdogan ve Baris (2007)'in çalışmalarında kullandıkları ölçek ve literatür taramasından yararlanılarak oluşturulan 21 ifade ve demografik değişkenler yer almaktadır.

Erzurum Palandöken'de toplamda 4 ve 5 yıldızlı turizm işletme belgeli 5 adet otel yer almaktadır. Araştırmanın örneklemini Erzurum Palandöken kış turizmi destinasyonunda konumlanan otel işletmelerinin yöneticileri oluşturmaktadır. Örneklemdaki otellerin farklı kademelerdeki tüm yöneticilerine ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda araştırmadaki 4 ve 5 yıldızlı otellerdeki farklı departmanlarda görev yapan toplam 14 yönetici ile görüşülmüştür. Katılımcılarla 10-13 Ekim 2018 tarihleri aralığında yarı yapılandırılmış mülakat yapılmıştır. Katılımcıların çoğunluğu ile yüz yüze görüşme sağlanmış, bazılarına telefon aracılığıyla ulaşılmıştır. Görüşmeler ortalama 20-30 dakika sürmüş ve verilen cevaplar mülakat formuna araştırmacı tarafından yazılmış, daha sonrasında bu veriler kodlanarak analiz yapılmıştır.

Araştırmanın maliyet ve zaman kısıtı açısından sadece Erzurum Palandöken kış turizm merkezinde gerçekleştirmiş olması ve otel yöneticilerinden bazıları ile görüşülememiş olması araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır.

Bulgular ve Tartışma

Araştırmaya katılan katılımcıların iş yerindeki pozisyonları, cinsiyetleri, medeni durumları, yaşları, eğitim durumları, buldukları kurumdaki çalışma süresi ve çalıştığı otel işletmesinin türü Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların İş Yerindeki Pozisyonları, Demografik Özellikleri ve Kurumdaki Çalışma Süresi

Verilen Kodlar	İş Yerindeki Pozisyon	Cinsiyet	Medeni Durum	Yaş	Eğitim Durumu	Kurumdaki Çalışma Süresi
K-1	Genel Müdür	Erkek	Evli	45	Lise	26 yıl 2 ay
K-2	Satış Pazarlama Müdürü	Erkek	Evli	35	Lisans	6 yıl 6 ay
K-3	İnsan Kaynakları Müdürü	Kadın	Evli	29	Lisans	4 yıl 2 ay
K-4	Ön büro Müdürü	Erkek	Evli	34	Lisans	4 ay
K-5	Teknik Müdür	Erkek	Evli	43	Lisans	7 yıl 11 ay
K-6	Mali İşler Müdürü	Erkek	Bekâr	52	Lisans	20 yıl 2 ay
K-7	Satış+Yiyecek İçecek Şefi	Erkek	Evli	35	Ön lisans	22 yıl
K-8	Gelir ve Rezervasyon Şefi	Kadın	Bekâr	27	Lisans	3 yıl 10 ay
K-9	Kat Hizmetleri Müdürü	Erkek	Bekâr	33	Lisans	13 yıl
K-10	Ön büro Şefi	Erkek	Bekâr	30	Lisans	7 yıl
K-11	Satış Pazarlama Şefi	Kadın	Evli	38	Lisans	10 yıl 10 ay
K-12	Ön büro Müdürü	Erkek	Evli	39	Lisans	18 yıl 3 ay
K-13	Kat Hizmetleri Müdürü	Kadın	Bekâr	43	Lisans	8 yıl 9 ay
K-14	Ön büro	Erkek	Evli	33	Lisans	2 ay

Tablo 1’de katılımcıların çoğunluğunun erkek (%71.4), evli (%64.3), lisans mezunu (%85.7), olduğu görülmektedir. Ayrıca araştırmaya katılanların yaş aralığının 27-52 arasında olduğu ve kurumdaki çalışma sürelerinin en az 2 ay en fazla 26 yıl 2 ay olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların çevresel değişimlere bakış açısını belirleyebilmek adına yöneltilen sorular ve verilen cevapların değerlendirilmesi Tablo 2’de yer almaktadır. Katılımcıların çoğu (%64) otellerin çevre ile ilgili değişimlere (küresel ısınma gibi) olumsuz katkı sağladığını düşündüğünü belirtmişlerdir. Atıklar, personelin ve misafirlerin çevreye verdiği zarar, çevre dostu malzemenin kullanılmaması, ulaşımın yoğun olması, kullanılan kimyasal ve ekipmanların doğayı kirletmesi konularına vurgu yapılmıştır. Bu görüşün aksine katılımcıların bir kısmı ise son teknoloji kullanan otellerin hem su hem elektrik hem de doğalgaz tasarrufu yapacak şekilde tasarlandığını, geri dönüşüm yapıldığını ve çevre bilincine uygun faaliyetler yürütüldüğüne değinerek otellerin çevresel baskı üretmediğini ifade etmişlerdir.

Katılımcıların çoğu, turizmde çevresel kirlilikten şehir veya kıyı destinasyonlarının daha çok etkileneceğini düşünmektedirler. Şehir ve kıyı destinasyonlarında tüketimin fazla olduğuna, buna bağlı olarak çöp kirliliği, deniz ve kıyı kirliliğinin fazla olduğuna, düzensizliğin söz konusu olduğuna ve görsel açıdan daha çok etkileneceğine değinmişlerdir. Ayrıca şehir ve kıyı destinasyonlarında misafir ve ziyaretçi sayısının diğerlerine oranla çok fazla olduğuna, bu sebeple çevreyi daha çok kirleteceklerine vurgu yapmışlardır. Buna karşın bazı katılımcılar, bir yandan kıyı turizminin süresinin az olması ve denizde kirlilik olduğunda temizlenmesinin daha kolay olması, bir yandan da kış turizm merkezlerinde doğal karın önemli olması, küresel ısınmada kar yağış oranının azalması ve orantısız olması gibi sebeplerle kış destinasyonlarının çevresel kirlilikten daha çok etkileneceğini belirtmişlerdir. Bazı katılımcılar ise hem kış hem de şehir veya kıyı destinasyonlarının çevresel kirlilikten etkileneceğini düşünmektedirler.

Tablo 2. Çevresel Değişimlere Bakış Açısına Yönelik Katılımcı Görüşleri

Soru	Kod	Frekans	Katılımcı Görüşleri
1) Otellerin çevre ile ilgili değişimlere (küresel ısınma gibi) neden olduğunu düşünüyor musunuz?	Evet Olumsuz katkı	9	Kullanılan atıklar, personelin ve misafirlerin çevreye verdiği bilinçsiz zarar. (K-1)Doğanın dengesi için mimari önemlidir. Çevre dostu malzeme yok. (K-2) Oteller çevresel değişimlere neden olmaktadır. (K-3) Çevre dostu malzeme yok. (K-4) Turizmin canlanması adına ulaşım fazladır. (K-8) Kullanılan kimyasallar, ekipmanlar doğayı kirletiyor. (K-9) Suni karlama var şu anda. (K-11) Fakat bu bölge için etkili olduğunu düşünmüyorum genel anlamda olumsuz etkisi var. (K-13) Malzeme kullanımı açısından çok fazla deterjan, kimyasal madde vb. (K-14)
	Hayır	5	Son teknoloji kullanan oteller, hem su hem elektrik, doğalgaz tasarrufu yapacak şekilde, ısıtma kazanı gibi. Halojen yasak led ampul kullanılıyor. (K-5) Katı ve sıvı atık üretir. (K-6) Geri dönüşüm yapıyor. (K-7) Otellerin çevresel değişimlere neden olduğunu düşünmüyorum. (K-10) Çevre bilincine uygun yapılar, oteller. Çevre dostu ağaçlandırma yapıyor, temizlik söz konusu. (K-12)
2) Sizce turizmde çevresel kirlilikten kış destinasyonu mu yoksa şehir veya kıyı destinasyonları mı daha çok etkilenir?	Kış Destinasyonu	2	Hem süresi az hem de denizde kirlilik olsa temizlenir. Doğal kar yağmadığı sürece hava soğumuyor. (K-1) Küresel ısınmada kar yağış oranı azalıyor, orantısız olması en büyük sıkıntı. Bir günde 50 cm kar yağması gibi. (K-5)
	Şehir veya Kıyı Destinasyonu	9	Bu destinasyonlarda tüketim fazla oluyor ve çöp kirliliği, deniz ve kıyı kirliliği fazla. (K-3) Misafir ve ziyaretçi sayısı fazla. (K-4) Kış destinasyonu sadece iklim değişikliğinden etkilenir ama tesisin ürettiği kirlilik bakımından kıyı destinasyonları denize bastıkları için denizde kirlilik yaratır. (K-6) İnsan yoğunluğu açısından. Ayrıca kayak yaparken insan doğayı ne kadar kirletebilir. (K-7) İnsan yoğunluğu bazında. (K-9). Kıyı destinasyonları misafir portföyü ile ilgili olarak daha çok etkilenir. (K-10) Düzensizlik söz konusu bu destinasyonlarda, deniz kirliliği gibi. (K-12) Bu destinasyonlar görsel açıdan daha çok etkilenir. Otellerin kullandığı atıklar fazla. (K-13) Ulaşım daha fazla olduğu için katılan sayısı fazla ayrıca iklim açısından daha çok etkilenir. (K-14)
	Her ikisi de	3	İklimsel değişiklik, hava kirliliği, denize atılan pislikler (K-2) Kış destinasyonunda hava kirliliği var, yakıtların tüketilmesi açısından. Şehir ve kıyı destinasyonlarında çevre kirliliği fazla çünkü insan sayısı fazla, ultra her şey dahil olduğundan tüketim fazla. (K-8). Kış destinasyonu kar, şehir veya kıyı destinasyonları çevre açısından etkilenir. (K-11)

Katılımcıların çevresel yaklaşımın önemi ve bir pazarlama stratejisi olarak çevre sertifikalarının kullanılmasıyla ilgili görüşlerini belirleyebilmek adına yöneltilen sorular ve verilen cevapların değerlendirilmesi Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3. Çevresel Yaklaşım ve Çevre Sertifikalarının İşlevine Yönelik Katılımcı Görüşleri

Soru	Kod	Frekans	Katılımcı Görüşleri
3) Otel markanız için çevreci bir yaklaşım benimsemek önemli midir? Hangi açılardan kurumunuza yarar sağlayacağımı düşünüyorsunuz?	Çok önemli	5	Çevreci bir otel olmak marka değeri için önemli çünkü tüketici bilinçli. (K-1) Satış stratejisi olarak misafirler için önemli (K-2) Atık dönüşümü önemli, geri dönüşüm ve çevre kontrolü otelimizde mevcut. Misafir çekmek ve maddi yönden destek. (K-3) Su tüketimi ve tekstil ürünlerinde çevreci olmak maliyet açısından olumlu etkiler. (K-13) Tüketici açısından çevresel bilinç artmakta, bu hususta yarar sağlar. (K-14)
	Önemli	9	Gelecek açısından sürdürülebilirlik için önemli ve müşteri açısından yararlı. (K-4) İlk amaç çevreci olmak. Kardan para kazanmak için önemli. (K-5) Aritma ve müşteri açısından otele yarar sağlar. (K-6) Çevre temizliği sağlama ve doğaya zarar vermeyen ürünleri kullanma. (K-7) Özellikle çevre faktörünü ön planda tutan misafir için otel adına fark yaratma söz konusu. Marka olarak artı sağlıyor. (K-8) Müşteri portföyünü etkiliyor yeşil yıldız. (K-9) Misafir portföyünü değiştirebilen bir durum. (K-10) Çevre bilinci var. Tabii ki insanlar açısından faydalı. (K-11) Marka tercihi açısından yarar sağlar. İstanbul'daki otellerde standart var. (K-12)
4) Çalıştığımız otelin Çevre Sertifikası var mıdır?	Evet	7	Yeşil Yıldız (K-1,2,3,4,5,14) Çevre sertifikası 2 otelde mevcuttur.
	Hayır	7	Fakat bu yönde çalışmalarımız var. (K-6)
5) T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın vermiş olduğu Çevreye Duyarlılık Kampanyası "Yeşil Yıldız" belgesi için düşünceleriniz nelerdir? Sizce bu belge ile ilgili çevre için olumlu bir husus söz konusu mudur?	Olumlu	14	Denetlenme yapılması gerekiyor. (K-1) Bu belge olmasa kimse uğraşmazdı, teşvik edici, rekabet açısından bir zorunluluk, bu konuda bilinç oluşturmak gerek, sürekliliği olmalı. (K-2) Yeşil yıldız belgesini ilk defa bu otelde duydum. Tüm personele aylık bu belge ile ilgili bilgilendirme eğitimi veriliyor. (K-3) Mantıklı bir uygulama, yöreye hizmet verirken ve bundan fayda sağlarken, zarar vermemek önemli. (K-4) Teşvik edici, daha yeşil bir dünya için. Konaklama tesisleri almalı, çünkü maliyet açısından da önemli kriterleri tasarruf sağlıyor. (K-5) Gerçek anlamda uygulanırsa iyi bir proje. (K-6) Son yıllarda verilmeye başlandı, otel için önemli, keşke bizim otelde de olsa. (K-7) Tüketim ve üretimin en fazla olduğu sektör turizm, geri dönüşüme dikkat edilmeli. (K-8) Bilinçli müşteri olumlu etkileniyor bu belgeden, ayrıca israf önleme ve katı atıkları ayırmayı sağlıyor. (K-9) Bazı misafirler için bu belge oteli seçme tercihi. Çevreci

			<p>yaklaşım açısından olumlu, turizme de etkisi var. (K-10)</p> <p>Aslında tam olarak uygulandığında olumlu, gelecek için faydalı. Belge verildikten sonra sık sık denetleme yapılmalı. (K-11)</p> <p>Gelecek için önemli bir kampanya. (K-12)</p> <p>Kullanılan kimyasal açısından personelin ve misafirin sağlığı için önemli. Alerjik ve kansorejen malzemeler kullanılmaması önemli. (K-13)</p> <p>Doğru bir uygulama. Çevre anlamında teşvik edici, tüketicide bilinci arttırmak açısından önemli. (K-14)</p>
6) Genel olarak otellerin almış olduğu yeşil yıldız belgesini pazarlama aracı olarak görüyor musunuz, yönetici olarak konu ile ilgili düşünceleriniz nelerdir?	Evet	13	<p>Müşteri çekmek için kullanıyoruz. Ayrıca süreklilik arz etmesi için de önemli. (K-1)</p> <p>Satış elemanı olarak bu belgeyi kullanıyorum, anlatıyorum. (K-2)</p> <p>Çok çevreci misafirlerimiz oluyor. Burası yeşil yıldız belgesi, burada konaklayalım diyen misafirleri çektiğimiz de oluyor. (K-3)</p> <p>Bilinçle ilgili ilerleyen dönemde etkili olur. (K-4)</p> <p>Müşteri bu belgeyi istemeli Avrupalı istiyor, Türk istemiyor. (K-5)</p> <p>Gelen misafir açısından önemli, bu belgeye istinaden seçme durumu söz konusu. (K-7)</p> <p>Kesinlikle kullanılır. (K-6)</p> <p>Pazarlama olarak farklı misafir kitlesine ifade edebiliyor. Otelin sunumunu kolaylaştırıyor, çünkü yorumlara bakılıyor. (K-8)</p> <p>Bu konuya meraklı olan insanların otelin yeşil yıldız olması tercihini etkiliyor. (K-9)</p> <p>Evet, görüyorum. (K-10)</p> <p>Bilinç olması önemlidir (K-12)</p> <p>Müşteri açısından doğala dönüş eğilimini tercih edecek kitle olabileceğini düşünüyorum. (K-13)</p> <p>Çevresel bilinç birçok insanda artıyor. Tüklenen kaynaklardan dolayı satın alma davranışı çevresel olarak doğru değişiyor. (K-14)</p>
	Otelin konumuna göre değişir	1	<p>Müşterilerden belge ile ilgili hiç soru gelmedi, var mı diye. Pazarlama stratejisi olarak İstanbul gibi şehirlerde daha etkili olabilir. Konum olarak Erzurum'da kirlilik yok. (K-11)</p>

Katılımcıların tamamı otel markaları için çevreci bir yaklaşım benimsenin önemli olduğunu ve sürdürülebilirlik açısından katkı sağladığını belirtmişlerdir. Kurumlarına özellikle çevreci müşteri portföyü açısından yarar sağlayacağını yanı sıra, çevre temizliği sağlama ve doğaya zarar vermeyen ürünleri kullanma bakımından da önemli olduğunu iletmişlerdir. Buna ilaveten, bazı katılımcılar tüketicinin bilinçli olduğunu, çevreci bir otel olmanın marka değeri yarattığını, satış stratejisi olarak kullanıldığını, atık ve geri dönüşüm sağlamanın, su tüketimi ve tekstil ürünlerinde çevreci olmanın maliyet açısından olumlu etkiler sağladığını belirterek otel markaları için çevreci bir yaklaşım benimsemenin kesinlikle önemli olduğuna vurgu yapmışlardır. Bu doğrultuda önceki araştırmalarda da enerji tasarrufu ile ilgili faaliyetlerin ve katı atıkların çevresel zarar oluşturmadan işletmeden çıkarılmasının, sadece maliyetleri azalttığı sürece benimsendiğini göstermiştir (Akış, 2001).

Katılımcılardan yarısı (%50) çalıştıkları otelin çevre sertifikası olarak “Yeşil Yıldız” belgesine sahip olduğunu ifade etmiştir. Palandöken’de toplamda 4 ve 5 yıldızlı turizm işletme belgesi 5 adet

otelden 2 tanesi Yeşil Yıldız belgesine sahiptir. Katılımcıların diğer yarısı ise çalıştıkları otelin çevre sertifikasının olmadığını fakat çevreye duyarlı uygulamalar konusunda duyarlılık sahibi olduklarını ve bir katılımcı da çevre sertifikası almaya yönelik çalışmalarını olduğunu ifade etmişlerdir.

Katılımcılar T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın vermiş olduğu Çevreye Duyarlılık Kampanyası "Yeşil Yıldız" belgesinin çevre koruma adına olumlu katkılar üreteceği konusunda hemfikirlerdir. Bu belgenin çevre koruma ile ilgili teşvik edici olduğu, rekabet edilebilirlikte önemli olduğu ve gelecek için faydalı olduğu belirtilmiştir. Ayrıca bu belge ile personele aylık bilgilendirme eğitimi verildiğine, yöreye hizmet verirken zarar vermemenin önemli olduğuna, konaklama tesislerinde maliyet açısından da önemli olduğuna, tüketim ve üretimin en fazla olduğu sektör olarak turizmde geri dönüşüme dikkat edilmesi gerektiğine değinmişlerdir.

Katılımcıların büyük bir çoğunluğu (%93) genel olarak otellerin pazarlama çalışmalarında yeşil yıldız belgesini etkili bir araç olarak gördüklerini ifade etmişlerdir. Müşteri çekmede ve süreklilik sağlamada kullandıklarını, bilinçli müşterilerin özellikle yeşil yıldız belgesini sorduklarını ve satış geliştirme aracı olarak kullandıklarını belirtmişlerdir. Yalnızca bir katılımcı müşterilerden belge ile ilgili hiç soru gelmediğini, İstanbul gibi şehirlerde yerleşik otellerin satışında daha etkili olabileceğinden hareketle yeşil yıldız belgesinin pazarlama aracı olarak kullanımının otelin konumuna göre değişeceğini ifade etmiştir.

Katılımcıların çevresel değişim ile ilgili Palandöken destinasyonuna yönelik görüşlerini belirleyebilmek adına yöneltilen sorular ve verilen cevapların değerlendirilmesi Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4. Çevresel Değişimlerle İlgili Palandöken Destinasyonuna Yönelik Katılımcı Görüşleri

Soru	Kod	Frekans	Katılımcı Görüşleri
7) Bir kış Palandöken'in çevresel değişimlerden (küresel ısınma gibi) etkileneceğini düşünüyor musunuz? Eğer cevabınız evet ise; bununla ilgili ne gibi tedbirler alıyorsunuz?	Evet	11	Otel olarak çevreci bilince sahip olduğumuz için tedbir alıyoruz. (K-2) Küresel ısınma olduğu zaman kış oteli olduğumuz için hem kayak bölümümüzü hem de misafir potansiyelimizi etkiler. Yeşil yıldız belgesi almış olmamız bir tedbir ve çevreye zarar verecek şeyleri azaltmak için çaba gösteriyoruz. (K-3) Araç kullanımı az yapıyorum. (K-4) Sanayi kuruluşu ve turizmciler çok dikkat etmeli. Tehlikeli atıklar biriktiriliyor, florasan gibi ve her yıl Adana'ya gönderiliyor, 12-13 bin para gider. (K-5) Kar miktarının etkileneceğini düşünüyorum. Tedbir olarak çöpler çöp odalarında tutuluyor. (K-6) Uzun vadede küresel ısınma kış turizmini yok edecek, yapılan çalışma yok. Kat hizmetleri malzemeleri, büyük milimli buklet malzemeleri, 3-4 günlük tüketim tedbir olarak sağlanıyor. (K-8) Katı atığa dikkat ediliyor. (K-9) Gaz tercih edilmesi yakıt olarak daha iyi. (K-10) Bu destinasyona baraj yapılması etkiledi, kar yağışı sezonu etkiliyor. Tedbir olarak yağ atıklarına dikkat ediyoruz, doğal gaz kullanıyoruz, pist yapımında ağaçlara zarar vermiyoruz ve ağaçlandırma yapıyoruz. (K-11) Haşerelere karşı yok edişe yönelik değil, otelden uzaklaştırmaya yönelik sınırlama yapıyoruz. Canlı

			yapıyı yok etmeye yönelik değil. (K-13) Sanayi sektörü açısından Erzurum şanslı. Yeşil yıldız belgesi almamız, personeli bilinçlendirmemiz. (K-14)
	Hayır	3	En son etkilenecek destinasyon. (K-1) Palandöken'in çevresel değişimlerden etkileneceğini düşünmüyorum. (K-7) 10 sene sonra Alplerde kayak yapılmayacak. Palandöken'i çok fazla etkilemez. Tedbir olarak suni karlama alanlarını, göleti büyütüyoruz. (K-12)
8) Aynı zamanda yüksek irtifa kamp merkezi olarak faaliyet gösteren Palandöken merkezi için çevre ile ilgili değişimler (küresel ısınma gibi) destinasyona gelecek potansiyel müşterinizi nasıl etkiler, düşünceleriniz nelerdir?	Etkilenir	9	Rakım etkilenmez fakat hava serinliği gelen müşteriyi etkiliyor bu da tercih sebebi. (K-2) Misafir sayımız azalacak, potansiyel gelir kaynaklarımız azalacak. (K-3) Sıcaklık farkından dolayı bölgenin daha ısınması. (K-4) Serin hava olduğu için tercih ediliyor, antrenman yeri olarak. Bu sebeple müşteriyi kaybederiz. (K-5) İklim değişikliği olur. (K-6) Kötü etkiler. Son 3 yıldır kötü bir görüntü yok. (K-7) Hava değişiminden dolayı futbolcuların gelişini olumsuz etkiler. (K-10) Yüksek irtifa kamp merkezi için havanın serin olması önemli. 10-20 sene için değil de, hava ısındığı takdirde etkileşim olacaktır. (K-11) Mevsimlerde oluşabilecek değişiklik, serin havadan dolayı gelenleri etkileyebilir. (K-13)
	Etkilenmez	5	Yazın etkilemez (K-1) Rakım etkilenmeyeceği için yazın çok etkilemez, çünkü yüksek irtifa kamp merkezi için misafirler yaz ayında geliyor. (K-8) Misafirlerin geliş sebepleri farklı çünkü. (K-9) Sis yok. (K-12) Çok fazla kısa dönemde etkilenmez, belki uzun dönemde etkileyebilir. Yüksek irtifayı çok fazla etkilemez. (K-14)

Katılımcıların çoğunluğu (%76) kış destinasyonu olarak Palandöken'in çevresel değişimlerden (küresel ısınma gibi) etkileneceğini düşündüklerini ifade etmişlerdir. Küresel ısınmanın hem kayak bölümünü hem de misafir potansiyelini etkileyeceği ve kar miktarının etkileneceği katılımcılar tarafından belirtilmiştir. Bu bağlamda katılımcılar çevre ile ilgili olarak otellerinde tehlikeli atıkların biriktirilmesi, çöplerin çöp odalarında tutulması, kat hizmetlerinde büyük hacimli buklet malzemelerinin yerine 3-4 gün yetecek malzemelerin kullanılması, katı atığa dikkat edilmesi, yakıt olarak doğalgaz tercih edilmesi, yağ atıklarına dikkat edilmesi, doğal gaz kullanılması, pist yapımında ağaçlara zarar verilmemesi ve ağaçlandırma yapılması, haşerelere karşı yok edici değil de otelden uzaklaştırma gibi tedbirlerin alınmasına vurgu yapmışlardır. Çalışmanın bulguları ile aynı doğrultuda olarak iklim araştırması bulguları, iklim değişikliği nedeniyle az kar yağışlı kış sayısında bir artış olacağını göstermektedir. Bu sebeple kayak turizmi destinasyonunda olan konaklama işletmeleri kötüleşen kar koşullarına ve talepteki değişikliklere karşı yapay kar yapımı olmak üzere teknik önlemler almak durumunda kalacaklardır (Elsasser ve Bürki, 2002). Bu durumun işletmeye dezavantajı artı maliyet getirmesi ve yapay kar için gerekli olan -5 derecenin altındaki sıcaklığın beklenmesi zorunluluğu olacaktır.

Katılımcıların çoğu (%64) yüksek irtifa kamp merkezi olarak da faaliyet gösteren Palandöken merkezi için çevre ile ilgili değişimlerin (küresel ısınma gibi) destinasyona gelecek potansiyel

müşterileri olumsuz yönde etkileyeceğini düşündüklerini ifade etmişlerdir. Mevsimlerde oluşabilecek değişikliğin serin havadan dolayı gelenleri etkileyebileceğini, misafir sayılarının azalacağını iletmışlerdir.

Tablo 5. Katılımcıların Çalıştığı Otelde Hayata Geçirilen Çevre Duyarlılığına Yönelik Görüşleri (%)

İfadeler	Kesinlikle Evet	Çoğunlukla	Kısmen	Nadiren	Kesinlikle Hayır	Fikrim yok
Çalıştığım otel çevreye duyarlıdır.	64.3	14.3	14.3	0.0	0.0	7.1
İfadeler	Hiçbir zaman	Nadiren	Zaman zaman	Çoğu zaman	Her zaman	Fikrim yok
Çalıştığım otelde çevre konusu ile ilgili seminerler verilir.	0.0	14.3	21.4	35.7	14.3	14.3
Çalıştığım otelde çevresel duyarlılık ile ilgili bilgilendirme yapılır.	0.0	14.3	14.3	14.3	50.0	7.1
Çevre konusu ile ilgili farklı kurumlardaki faaliyetlere de katılırım.	0.0	14.3	50.0	21.4	7.1	7.1

Katılımcı görüşlerinden hareketle, çalıştıkları otelde çevreye duyarlılık düzeyinin yüksek olduğu (%78.6), otelde çevre konusu ile ilgili seminerlerin çoğunlukla verildiği (%50), çevresel duyarlılık ile ilgili bilgilendirmenin çoğu zaman yapıldığı (%64.3) görülmektedir (Tablo 5). Ayrıca katılımcılar çevre konusu ile ilgili farklı kurumlardaki faaliyetlere de zaman zaman katıldıklarını ifade etmektedirler. Çalışmanın bulguları ile aynı doğrultuda olarak Atay, Dilek ve Yıldırım (2013), yeşil otel anlayışının yaygınlaşmasını ve uygulanmasını sağlamak için, öncelikle otel sahipleri ve yöneticilerin, çevre duyarlılığına daha fazla önem vermek, uzun vadeli politikaları belirlemek ve bunu tüm paydaşları ile planlamak için istekli olmak zorunda olduklarını belirtmişlerdir.

Tablo 6'da katılımcıların çalıştıkları otelde su tasarrufu, enerji tasarrufu, yenilenebilir enerjinin desteklenmesi, atıkların ayrıştırılması, geri dönüşüm, çalışanların çevre bilincini artırmak amacıyla eğitim ve bilgi akışı ile ilgili faaliyetlerin yoğun olarak yapıldığı görülmektedir. Buna ilaveten katılımcılar otele gelen konukların çevre bilincini artırmak amacıyla bilgi akışının eğitimden ziyade odalara bırakılan çevre bilgilendirme kartları ile yapıldığını ifade etmektedirler. Önceki araştırmalar, çevre koruma ile ilgili otel çalışanlarının eğitimi ve misafir katılımı sağlanmasının verimli kaynak yönetimini büyük ölçüde geliştireceğini ifade etmektedir. Bu kapsamda Trung ve Kumar (2005), devlet kurumları tarafından otel yöneticilerine yönelik çevresel farkındalık düzeyinin artması için yeşil etiket konusunda eğitim kursları ve toplantıların yaygınlaştırılması gerektiğini belirtmişlerdir.

Tablo 7'de çevre koruma ile ilgili faaliyetlerin kapsamına odaklanılmıştır. Çalışma bulguları daha önceki sorular için elde edilen sonuçlarla uyumludur. Personele çevre eğitimi verilmesi ve iş tanımlarında çevre koruma ve kaynak koruma ifadelerinin varlığı oranları yüksektir. Otellerin %57.2'isi çalışanlarına çevre eğitimi vermektedir. Buna ilaveten yöneticiler, otel çevresinde çevre kirliliğinin az olduğunu ve bu kirliliği önlemek için çok yüksek düzeyde müdahale yaptıklarını belirtmektedirler. Yöneticiler sigara kullanımına ilişkin düzenlemeler ile ilgili faaliyetlere çok yüksek (%78.6) düzeyde katılmaktadırlar. Çevre koruma standardı (ISO 14001) bilgisi ortalamanın üstündedir. Sadece 7 (%35.7) otel yöneticisinin konu ile ilgili fikri olmadığını ifade ettiği

görülmektedir. Çevreye duyarlılık kampanyası yeşil yıldız ile ilgili yöneticilerin bilgisinin yüksek olduğu (%64.3) ve çevresel toplantılara katılımın ortalama olduğu söz konusu tablodan anlaşılmaktadır.

Tablo 6. Katılımcıların Çalıştığı Oteldeki Çevresel Faaliyetlerle İlgili Görüşleri (%)

	Evet	Hayır	Fikrim Yok
Su tasarrufu yapılması	85.7	7.1	7.1
Enerji tasarrufu ve yenilenebilir enerjinin desteklenmesi sağlanması	92.9	7.1	
Atıkların ayrıştırılması ve geri dönüştürülmesini sağlanması	92.9	7.1	
Çalışanlara çevre bilincini artırmak amacıyla eğitim ve bilgi akışı sağlanması	85.7	7.1	7.1
Otele gelen konuklara çevre bilincini artırmak amacıyla bilgi akışı sağlanması	64.3	28.6	7.1

Tablo 7. Katılımcıların Çevresel Koruma Bilgisi ve İlişkili Faaliyetlerin Kapsamı (%)

İfadeler	Yok	Az	Ortalama	Yüksek	Çok Yüksek	Fikrim yok
Personelin çevre eğitimi	7.1	14.3	21.4	42.9	14.3	
Çevresel ifadelerin iş tanımında varlığı	7.1	7.1	14.3	7.1	50.0	14.3
Otel çevresinde çevre kirliliği	28.6	42.9	14.3	14.3	0.0	
Bu kirliliği önlemek için müdahale	0.0	7.1	14.3	21.4	50.0	7.1
Sigara kullanımına ilişkin düzenlemeler	0.0	0.0	14.3	7.1	78.6	
ISO 14001 bilgisi	0.0	7.1	7.1	14.3	35.7	35.7
Çevreye Duyarlılık Kampanyası “Yeşil Yıldız”	35.7	0.0	0.0	21.4	42.9	
Çevresel toplantılara katılım	14.3	7.1	35.7	42.9	0.0	

Tablo 8. Katılımcıların Çalıştığı Oteldeki Atık Türüne Göre Üretilen Katı Atık Miktarı (%)

İfadeler	Çok Az	Az	Bazen	Fazla	Çok Fazla	Boş
Plastik	7.1	14.3	7.1	50.0	21.4	
Metal	35.7	28.6	7.1	14.3	7.1	7.1
Cam	14.3	28.6	7.1	21.4	21.4	7.1
Kağıt	0.0	7.1	7.1	50.0	35.7	
Yiyecek-İçecek	0.0	0.0	14.3	42.9	35.7	7.1

Tablo 8’de otellerin attığı çöp türleri beş kategoriye ayrıldığında, ürettikleri en büyük atık miktarının plastik, kağıt ve yiyecek-ışeceklerle ait atıklar olduğu görülmektedir. Bazı katılımcılar yiyecek-ışecek atıklarını bölgedeki hayvan barınaklarına verdiklerini ve tüm atıkları için devlet kurumlarının desteklerini beklediklerini belirtmişlerdir. Araştırmanın bulguları ile aynı doğrultuda olarak, atıkların toplanması ve bertaraf edilmesi belediye yönetimi ve geri dönüşüm firmaları ile ilişkilerin kurulmasını gerektirir (Erdogan ve Baris, 2007).

Sonuç ve Öneriler

Çevreye verilen zararlar ve hava kirliliğine neden olan etmenler, iklim değişikliğine sebep olmaktadır. İklim değişikliği nedeniyle kar miktarının ve yağış zamanının değişmesi hususu ileride kayak turizmine katılacak olan turistleri önemli ölçüde etkileyecektir. Çünkü turist, kayak sezonu için daha önceden satın aldığı tatilde kar olup olmayacağını düşünecek ve kararsızlık yaşayacak ya da gideceği kış turizmi destinasyonunda sürekli olarak yetersiz kar koşullarıyla karşılaşılarsa geri dönecektir. Bu durumun kış turizmi merkezleri açısından turist memnuniyetini ve sadakatini olumsuz etkileyeceği düşünülmektedir. Kar güvenilirliği, Palandöken bölgesinde yapılan kayak turizmi için kilit unsurlardan biridir ve yeterli kar miktarına bağlı olan kayak turizmi, Palandöken'in turizm endüstrisinde kilit bir unsurdur.

Araştırma sonucunda Palandöken'deki otel işletmelerinin çevreye duyarlı uygulamaları destekledikleri söylenebilir. Araştırma soruları dışında görüşmeler sırasında bir katılımcı, özellikle katı atıklarla ilgili olarak tek kullanımlık sabunların geri dönüştürülmesine yönelik Gaziantep'te bir firmanın ücretsiz hizmet sunduğunu fakat Erzurum'dan o firmaya katı akarı göndermenin zorluğuna, işletmeye artı ulaşım maliyeti getirdiği için dikkat çekmiştir. Bu bağlamda yerel yönetimlerin ulaşım maliyeti hususunda otel işletmelerine destek sağlaması ve çevre korumaya yönelik faaliyetlerde işbirliği içerisinde olması gerektiği düşünülmektedir.

Palandöken'deki otel işletmeleri, çalışanlarında ortaya çıkan farkındalık düzeyinin iyi olması doğrultusunda çalışanların desteğiyle çevreyi koruma, çevresel duyarlılık hususunda daha da duyarlı olması gerekliliği ön plana çıkmaktadır. Otel işletmeleri su, elektrik ve katı atık maliyetlerini aza indirmek için de çevre politikalarına dikkat etmek durumundadır.

Araştırmanın sonuçları doğrultusunda merkezi ve yerel yönetimler, çevresel farkındalık düzeyinin artırılması ve çevreye duyarlılık sertifikaları ile ilgili otel işletmelerine yönelik eğitim kursları desteği sağlaması, politika yapıcıların çevre koruma hususunda yeni hukuki düzenlemeler yapması öneri olarak getirilebilir.

Bu araştırmada örnek olarak seçilen Palandöken otelleri ve görüşme yapılan kişi sayısı çalışmanın kısıtlarını oluşturmaktadır. Gelecek araştırmalarda, çalışmanın kapsamı müşteri görüşleri ile genişletilebilir ya da farklı kış turizmi merkezlerinde de uygulanabilir.

Kaynakça

- Akış, S. (2001). Sürdürülebilir Turizm: Bir Alan Araştırmasının Sonuçları. *Anatolia; Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12, 17-25.
- Akkuş, G. & Akkuş, Ç. (2018). Kış Turizmi Destinasyonu Paydaşlarının Çevre Yönetimine İlişkin Algılarının Nitel Bir Yöntemle Çözümlemesi, *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 20 (1), 117-135.
- APAT (2002). Italian National Agency for the Protection of the Environment and for Technical Services (APAT). Tourist accommodation EU eco-label award scheme—Final Report, Roma.
- Arslan, E. & Emeksiz, M. (2016). Konaklama İşletmelerinde Çevre Yönetimi Konusunun Bibliyometrik Profili ve Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 1 (1), 1-12.
- Atay, L., Dilek, E. & Yıldırım, M. (2013). Green Hotel Management and Green Star Practice: A Case Study Of Best Western President Istanbul Hotel, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10 (1), 2013, 71-85.

- Bohdanowicz, P. (2006). Environmental awareness and initiatives in the Swedish and Polish hotel industries—survey results, *Hospitality Management*, 25, 662–682.
- Chan, E. S. (2014). Green Marketing: Hotel Customers' Perspective. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31 (8), 915-936.
- Chen, Y.C. & Chen, Y.T. (2012). The Advantages of Green Management for Hotel Competitiveness in Taiwan: In the Viewpoint of Senior Hotel Managers. *Journal of Management and Sustainability*, 2 (2), 211-218.
- Çakmak, B. & Gökalp, Z. (2011). İklim Değişikliği ve Etkin Su, *Tarım Bilimleri Araştırma Dergisi*, 4 (1), 87-95.
- Çalık, İ., Pekerşen, Y., Şen, B.G. & Kılıç, M. (2018). Kayak Tesislerinde Çevreye Duyarlı Uygulamalar: Palandöken Kayak Merkezi Örneği. *Uluslararası Sivas Turizmi Kongresi "Kış Turizmi ve Yıldız Dağı"*.198-205, Sivas.
- Damm, A., Greuell, W., Landgren, O.& Pretenthaler, F. (2017). Impacts of +2 _C Global Warming on Winter Tourism Demand in Europe, *Climate Services* 7, 31–46.
- Elsasser, H. & Bürki, R. (2002). Climate Change as a Threat to Tourism in the Alps. *Climate Research*, 20, 253-257.
- Erdogan, N., & Baris, E. (2007). Environmental Protection Programs and Conservation Practices of Hotels in Ankara, Turkey. *Tourism Management*, 28, 604-614.
- Huybers, T., & Bennett, J. (2003). Environmental Management and the Competitiveness of Nature-Based Tourism Destinations. *Environmental and Resource Economics*, 24 (3), 213-233.
- İlban, M. O. ve Kaşlı, M. (2008). *Kış Turizmi*. İçinde: N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Ed.), Turistik Ürün Çeşitlendirmesi, Ankara: Nobel Yayıncılık, 319-342.
- Kahraman, N & Türkay, O. (2014). *Turizm ve Çevre*. (6.Baskı) Ankara: Detay Yayıncılık.
- Korkmaz, H & Atay, L. (2017). Otel İşletmelerinde Yeşil Pazarlama ve Çevre Sertifikalarının Değerlendirilmesi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9 (4) 113-126.
- Koşan, A. (2013). Kış Sporları Turizmi – Kayak Turistlerinin Kış Turizm Merkezlerini Algı ve Değerlendirmelerine Ait Bir Araştırma (Palandöken’de Bir Uygulama). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17 (2): 293-324.
- Kutluay-Tutar, F. (2015). Yeşil Ekonomi, Yeşil Turizm: Türkiyede Turizm Sektöründe Yeni Trend Yeşillenen Oteller Projesi, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3 (13), 328-352.
- Mensah, I. (2004). Environmental Management Practices in US Hotels. <http://www.hotel-online.com/News/1-14>.
- Mensah, I. (2005). Environmental Management Practices among Hotels in the Greater Accra Region. *International Journal of Hospitality Management*, 25, 414-431.
- Molina-Azorin, J.F., Claver-Cortes, E., Pereira-Moliner, J. & Tarı, J.J. (2009). Environmental Practices and Firm Performance: an Empirical Analysis in the Spanish Hotel Industry, *Journal of Cleaner Production*, 17, 516–524.
- Morrison, P & Selman, P. (1991). Tourism and the Environmet: a Case Study from Turkey, *The Environmentalist*, 11 (2), 113-129.

- Muhacir, E. S. A. ve Yaman, Y. K. (2016). Turizmin Çeşitlendirilmesi Stratejisi Bağlamında Artvin’de Kış Turizmi Odaklı Rekreasyon Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi. *Uluslararası Kış Kentleri Sempozyumu*, 381-388, Erzurum.
- Robinot, E. & Giannelloni, J.L. (2010). Do Hotels' “Green” Attributes Contribute to Customer Satisfaction?“, *Journal of Services Marketing*, 24 (2), 157-169.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. 10.07.2018 Tarihinde, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-9579/turizm-tesisleri.html>
- Trung, D.N. & Kumar, S. (2005). Resource use and waste management in Vietnam hotel industry, *Journal of Cleaner Production* 13, 109–116.
- Vanat, L. (2017). *2017 International Report on Snow & Mountain Tourism - Overview of the Key Industry Figures for Ski Resorts*, (9th Edition), Switzerland.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (10.bs) Ankara: Seçkin Yayıncılık.