

SÜRDÜRÜLBİLİR TURİZM KAPSAMINDA TURİZMDE EKO ETİKETLER*

ECO LABELS IN TOURISM WITHIN THE SCOPE OF SUSTAINABLE TOURISM

Öğr. Gör. Yasemin CEYLAN**

ÖZET: Günümüzde işletmelerin çevresel hassasiyet ve uygulamalarının en somut göstergelerinden birisi, sahip oldukları eko etiketlerdir. Eko etiketler bağımsız kuruluşlar tarafından, belirli şartları yerine getirmeleri karşılığında işletmelere verilmektedir. İşletmeler almış oldukları eko etiketler sayesinde çevreye duyarlılıklarını ispatlamaktadır. Bu çalışmada; geniş kapsamlı bir alanyazın taraması gerçekleştirilerek sürdürülebilir turizm ve eko etiket kavramları açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırma kapsamında eko etiketlerin amaçları, çevreye ve işletmelere faydaları değerlendirilerek turizm sektörü özelinde ulusal ve uluslararası alandaki eko etiketlerin mevcut durumları ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Anahtar sözcükler: Eko etiketler, sürdürülebilir turizm, turizmde eko etiketler

ABSTRACT: Nowadays, one of the most concrete indicator of the environmental sensitivity and practises of the enterprises is their eco-labels. Eco labels are given to the enterprises by independent organizations on condition that fulfill certain requirements. Enterprises prove their sensitivity to the environment thanks to the eco labels they have received in this study; A comprehensive literature review was conducted to explain the concepts of sustainable tourism and eco-label. Within the scope of the research, the aim of the eco labels, environment and enterprises benefits have been evaluated and the current status of the eco labels in the national and international area was tried to be revealed.

Keywords: Eco labels, sustainable tourism, eco labels in tourism

GİRİŞ

Sanayi devriminden sonra teknolojinin gelişmesi ve insanoğlunun sınırsız ihtiyaçlarının karşılanabilmesi için üretim ve tüketim faaliyetlerinde büyük artış yaşanmıştır. Üretim ve tüketim faaliyetlerinin hızlı artışı, doğal kaynakların hızla azalmasına yol açmıştır. Kaynakların azalıp zamanla tükenmesinin önüne geçilmesi amacıyla “Savurgan Dünya Görüşü” yerini, “Sürdürülebilir Dünya Görüşü” ne bırakmıştır. Turizm sektörü, sürdürülebilirlik yaklaşımlarından etkilenen başlıca sektörler arasında yer almaktadır. Kültürel çevre ve doğa ile ilişkisi en yoğun sektörlerden biri olan turizm, sürdürülebilirliğin en çok gerekli olduğu alanlardandır.

Günümüzde turistik tüketicilerin çevre bilinçlerinin gün geçtikçe artmasıyla çevreye zarar vermeyen ya da daha az zarar veren ürün ve hizmetleri tercih etme eğilimi de artmaktadır. Turizm sektöründe işletmeler çevreye karşı duyarlılıklarını belgelemek, yeşil imajı oluşturmak ve sektörde rekabet üstünlüğü sağlamak amacıyla uluslararası ve ulusal eko etiketler almaktadırlar (Alagöz, 2007: 1). İşletmelerin tanıtıma katkıda bulunan çevresel kimlikler olarak değerlendirilen eko etiketler, pazarlama ya da satış aracı olarak da

* *Bu çalışma, 2017 yılında Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı’nda sunulan yüksek lisans tezinden oluşturulmuştur.

** Öğr. Gör. Yasemin Ceylan, Siirt Üniversitesi, Siirt-Türkiye, e-posta: yasemin.ceylan@siirt.edu.tr, ORCID ID:0000-0002-7526-7426

kullanılmaktadır. Bu çalışmada sürdürülebilir turizm kavramı ve eko-etiketleme sistemi tanımlanmış, eko-etiketler olarak adlandırılan yeşil sertifikaların çevreye yararları ve bu eko-etiketlere sahip olmanın işletmelere olan faydalarından söz edilmiştir. Sonrasında turizm endüstrisinde yer alan uluslararası ve ulusal eko-etiketler kapsamlı bir şekilde incelenmiştir.

Sürdürülebilir Turizm ve Eko Etiket Kavramı

Dünyada hızlı nüfus artışı, sanayileşme, teknolojiye hızlı ilerleme ve küreselleşme sonucu doğal kaynaklara ve enerjiye olan talebin gittikçe artması ile yenilenemeyen enerji kaynaklarında meydana gelen azalma toplumu yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımına yönlendirmiş, bu kapsamda gelecek kuşaklara sağlıklı bir dünya bırakabilmek amacı ile insanoğlunun yaşamına sürdürülebilirlik kavramı girmiştir (Saka, 2011). Kaynakların yavaş yavaş tükenmesi, ekolojik dengenin tehlikeye girmesi, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de çevre ve sürdürülebilirlik bilincinin gelişmesine neden olmuştur (Yıldız, 2012: 29). Sürdürülebilirlik kavramı turizme uygulandığında, turizm kaynaklarının tüketilmeden, kirletilmeden ve tahrip edilmeden gelecek nesillere aktarılmasını sağlayacak şekilde kullanılmasının düzenlenmesi olarak ifade edilebilir (Birkan, 2001: 17-18). Kültürel çevre ve doğa ile ilişkisi en yoğun sektörlerden biri olan turizmin, sürdürülebilirliğin kaçınılmaz olarak değerlendirilmesi gereken alanlardan biri olduğu söylenebilir. Çünkü turizm faaliyetleri temel olarak doğal ve temiz bir çevreyi gerektirmektedir (Sevim ve Aykan, 2013: 94). Bu sebeple turizm sektörü sürdürülebilirlik yaklaşımlarından etkilenen başlıca sektörler arasında yer almaktadır. Çünkü turistik tesisler, genellikle doğal tarihsel ve kültürel güzellikler içinde ya da çevresinde inşa edilmekte ve bir takım tahribatlara yol açmaktadır. Dünyanın hızla büyüyen sektörlerinden birisi olan turizm sektöründe turistik işletmelerin faaliyetlerini devam ettirebilmesi, içinde buldukları doğal, kültürel ve tarihi kaynaklarla uyum içinde olmasına bağlıdır. Bu kaynakların tahrip edilmesi ya da devamlılığının tehlikede olması turizm faaliyetlerini kısıtlamaktadır (Akdağ vd., 2014: 260). Bu sebeple doğal, tarihi ve kültürel kaynakların korunması diğer bir deyişle tahribatlarının önlenmesi, turizm sektöründe sürdürülebilirliğin sağlanması için büyük önem taşımaktadır.

Günümüzde teknolojinin gelişmesi ve dünya nüfusunun artması, üretim ve tüketimin de artmasına neden olmuştur. Gelişmiş birçok ülkede aşırı ve kontrolsüz tüketim fazlalığı, dünyanın enerji ve hammadde kaynaklarının hızla tükenmesine yol açmaktadır. Bu aşırı ve kontrolsüz tüketimin sebep olduğu çevresel zararlar, çevre bilincinin de artmasıyla önlem alma ihtiyacını beraberinde getirmektedir. Tüketicinin bilgilendirilmesi ve bilinçlenmesi amacıyla alınan önlemlerden biri eko etiketlerdir (Salur, 2014: 52). Eko-etiketleme programlarının tüketiciyi çevre hakkında bilinçlendirme konusunda çok önemli etkiye sahip olduğu bilinmektedir. Üreticinin ürünün reklamlarında eko etiketleri açıkça kullanması ve öne çıkartması çevre duyarlılığının tüketicie aşılması açısından çok önemli ve etkili katkılar sağlamaktadır (Üçüncü, 2009: 28).

Turistik işletmeler, yaşadığı ve bağımlı olduğu doğal ve kültürel çevresiyle bütünleşebilen, dünyayı ve insanları daha iyi gözlemleyip anlayabilen ve sorumlu bir şekilde hareket eden bir anlayışla faaliyette bulunmalıdırlar bunun tam tersine bir davranış, uzun vadede işletmelerin en önemli amacı olan sürekliliği engellemektedir (Özgener, 2004: 161). Bu sebeple işletme yöneticileri, çevre dostu ürünlere olan talebi tahmin etmek, ürünlerinin çevreye duyarlılığını belirlemek, daha güvenli, sağlıklı ve daha az kirleten ürünler ve paketleme yöntemleri geliştirmek, daha az kaynak kullanan üretim süreçleri tasarlamak, atıkları minimize etmek, teknolojik riskleri yönetmek ve çalışanlarının toplumun sağlığını

korumak zorundadırlar (Üstünay, 2008: 84). Eko etiketler sayesinde işletmeler, tüketicilere çevreye karşı duyarlı olduklarını ispatlamaktadırlar. Eko etiketleme, turistik ürün ve hizmetlerin üretilmesi ve sunulması sürecindeki olumsuz etkileri azaltma yeteneğine sahip olmakla birlikte destinasyonların çevre kalitesinin iyileştirilmesine yönelik etkin piyasa tabanlı bir araçtır (Bahar, Samırkaş ve Çelik, 2015: 151). Eko etiket, ekolojik dengeyi bozmayan firmalara verilen bir nevi temiz kağıdı niteliğindedir (Üstünay, 2008: 150).

Eko etiketlerin amacı ve faydaları

Eko etiketler sayesinde tüketiciler, kendilerine sunulan ürünün çevresel faktörler gözetilerek üretildiği konusunda bilgilendirilen, satın aldığı eko etiket sahibi ürünlerin çevreye duyarlı olup olmadığı hakkında fikir sahibi olarak benzer ürünler arasında da karşılaştırma yapma olanağı bulabilmektedir (Salur, 2014: 52). Karşılaştırıldığı diğer ürünlere göre çevreye daha az zarar verdiği kabul edilen ürünlere verilen eko etiketler ile tüketicilerin sağlık ve çevreye olan duyarlılığını arttırmak ve bu yönde zararlı olmayan ürünleri tercih etmelerini sağlamak amaçlanmaktadır (Alagöz, 2007: 6).

Eko etiketleme ile tüketicilerin çevreye zarar vermeyen ürünleri tercih etmesi sağlanırken üreticilerin de çevreye duyarlı üretim gerçekleştirmesi amaçlanmaktadır. Ürünlerinin çevre dostu özelliklerini topluma belgelemeyi amaçlayan işletmeler, bu amacı “eko etiket” aracılığıyla gerçekleştirmekte ve bunu bir pazarlama aracı olarak kullanmaktadır. Eko etiketlemenin temel amacı, tüketicileri piyasadaki hangi ürünlerin çevreye daha az zarar verdiği konusunda bilgilendirmektir (Yücel ve Emekçiler, 2008: 329). Özetle eko etiketleme ile tüketicilerin çevreye zarar vermeyen ürünleri tercih etmesi sağlanırken üreticilerin de çevreye duyarlı üretim gerçekleştirmesi amaçlanmaktadır.

Turizmin olumsuz etkilerini ve çevreye verdiği zararları en aza indirmeyi hedefleyen eko etiketlerin turizm endüstrisine birçok faydaları vardır. Yücel ve Emekçiler (2008: 331) Eko-Etiketlemenin faydalarını aşağıdaki gibi sıralamıştır;

- Eko-Etiketler, çevresel konularda turizm sektörüne yardım etmekte, çevresel performansının izlenmesi ve raporlanması sürecini yönlendirmektedir.

- Eko-Etiketler, turistik ürünlerin satılmasına yardım ederken, su ve enerji gibi kaynak kullanımının azalmasına neden olmaktadır.

- Eko-Etiketler, sosyo-ekonomik sorunları ile çevre koruması arasındaki bağlantıda doğrudan bir rol oynamaktadır.

- Eko-Etiketler, genelde turizmin çevre için önemli olduğunu vurgulamakta ve yerel nüfusun çevrenin korunması konusunda bilinçlenmesini sağlamaktadır.

Eko etiketlerin en önemli faydası, tüketiciyi bilgilendirmesidir. Eko etiketler tüketicinin satın aldığı ürün hakkında detaylı bilgiye sahip olmasını ve çevreye gösterilen saygının önemini daha kolaylıkla ve hızla kavramasını sağlamaktadır (Üçüncü, 2009: 31).

Turizm Sektöründe Eko Etiketler

Turizm endüstrisinde eko etiketler, işletmelerin çevresel konularda yaptıkları çalışmaların görsel bir ifadesi olduğundan, turistik işletmeler eko etiketler aracılığıyla müşterileri veya potansiyel müşterileri yaptıkları çevresel çalışmalarını konusunda bilgilendirmeyi amaçlarlar. Bu durum turistik işletmeleri pazarlayan tur operatörleri ve

seyahat acenteleri için de geçerlidir. Tur operatörleri ve seyahat acenteleri de eko etiketler sayesinde sundukları ürün ve hizmetlerin çevreye duyarlı olduklarını ve kendilerinin de bu anlamda çevreye saygılı olduklarını, böylece diğerlerinden farklı olduklarını müşteri ve potansiyel müşterilerine ifade etmektedirler (Üçüncü, 2009: 35-36).

Turizmde eko etiketler; devlet kurumları, gönüllü kuruluşlar ve bireysel şirketler tarafından verilmektedir. Eko etiketlerin ciddi anlamda, bilinçli turist seçimini yönlendirip etkileyebilmesi çevre için çok değerli bir yönetim aracı olabilmektedir (Şişik, 2012: 58). Turizm endüstrisi açısından duruma bakıldığında, işletmelerin çevre duyarlılığının altında maliyet tasarrufları ana neden olabilmektedir. Çünkü konaklama işletmeleri enerji, su kullanımı, temizlik maddeleri kullanımları gibi maliyetlere ilişkin giderlerle yüksek oranda ilgilenmektedir (Tepelus ve Cordoba, 2005: 139).

Genel olarak bakıldığında, eko-etiket sahibi bir tesiste; enerji ve su tasarrufu, azaltılmış atık üretimi, yenilenebilir kaynakların kullanımı ve çevreye en az zararlı maddelerin kullanımının tercih edilmesi ve bunların yanında çevre eğitiminin teşviki gibi uygulamalar vardır. Bu uygulamalarla işletme masraflarının azaltılmasının yanı sıra, doğal kaynakların tüketiminin de azaltılması sağlanmaktadır (Atalar, 2009: 70). Çevre dostu üretimin maliyeti genellikle daha yüksek olmaktadır. Ürünün maliyetinin yüksek olması ürünün satış fiyatının da yüksek olmasını gerektirmektedir. Fiyatların yüksek olması satış için dezavantajdır. Ürünün fiyatlarının düşmesi ancak uzun vadede, ürünün başarılı olduğu takdirde, ürüne olan talebin artmasıyla sağlanabilir. Eko etiketli ürünlerin başarısı çevreye duyarlı, yüksek fiyat ödemek arzusunda olan, yeterli sayıda tüketicilerin olup olmadığına bağlıdır (Alagöz, 2007: 7).

Uluslararası Eko Etiketler

Uluslararası bilinen gönüllü inisiyatifler ve çevre yönetim belgelerinden bazıları; plajlar ve marinalar için Mavi Bayrak (Blue Flag), seyahat işletmeleri için yeşil küre (Green Globe), Çevre Yönetim Sistemi ISO 14000, Çevre Yönetim ve Denetim Programı EMAS'tır (Yıldız, 2012: 26). Yeşil konaklama endüstri için Yeşil Anahtar (Green Seal), turist konaklama servisi için Avrupa Birliği Eko-Etiketi (EU Ecolabel), Yeşil Anahtar Eko- Sınıflama Sistemi (Green Key), ve pek çok başka sistem yer almaktadır (Teng vd., 2012: 200). Bunlara ek olarak Travelife (Sürdürülebilir Turizm Sertifikası) da turizmde hem seyahat acentaları hem de konaklama işletmeleri için oldukça yaygın bir eko etiket ve sertifikasyon programıdır.

Mavi Bayrak (Blue Flag)

Kıyı turizmde plajlar için eko-etiketlemenin ilk örneği olan Mavi Bayrak (Blue Flag) 1985 yılında Fransa'da geliştirilmiştir. Türkiye'de plajlar için kullanılan tek eko-etiket Mavi Bayrak'tır (Üçüncü, 2009: 36). Mavi Bayrak Programı ülkemizde 1993 yılında Turizm Bakanlığı'nın öncülüğünde başlatılmıştır. Programın Uluslararası koordinasyon merkezi Kopenhag'dadır. Program, Uluslararası Çevre Eğitim Vakfı tarafından koordine edilmekte ve yönetilmektedir (<http://www.mavibayrak.org.tr>).

Plaj ve marinalara verilen uluslararası bir çevre ödülü olan Mavi Bayrak ile deniz suyunun temizliği ve çevre bilincinin oluşturulmasına yönelik etkinlikler yapılmaktadır. Bu nedenle Mavi Bayrak, bir marka veya eko-etiket özelliğini taşımaktadır (Yıldız, 2012: 27). Mavi Bayrak eko etiketi çevreyi koruma ve pazarlama amacıyla kullanılabilir güçlü bir

araçtır. Programın uluslararası niteliğinin olması turizm açısından ayrı bir önem taşımaktadır (Kızılırmak, 2011: 6).

Şekil 1. Mavi Bayrak Logosu



Dünya genelinde Mavi Bayrak istatistikleri incelendiğinde, 30'u Avrupa'da olmak üzere 53 ülkede toplamda 3800 plajın ve 677 marinanın mavi bayrak sahibi olduğu görülmektedir (Mavibayrak, 2019). 20 yılı aşkın süredir ülkemizde plajlar ve marinalar gerekli kriterlere uygun görüldükleri takdirde mavi bayrak ödülü almaya hak kazanmaktadırlar. 2019 yılı uluslararası alanda mavi bayraklı plajların ve marinaların sayıları ve sıralamaları Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. 2019 Yılı Uluslararası Mavi Bayraklı Plajların ve Marinaların Sayıları

Ülke	Plaj	Ülke	Marina
1.İspanya	566	1.Hollanda	123
2.Türkiye	463	2. Fransa	107
3.Fransa	385	3.ispanya	101
4. Danimarka	197	8.Türkiye	22

Kaynak: (Mavibayrak, 2019).

Tablo incelendiğinde 2019 yılında mavi bayraklı plaj sayısının en çok olduğu ülkenin 566 plaj ile İspanya, en çok mavi bayraklı marina sayının olduğu ülkenin ise 123 marinayla Hollanda olduğu görülmektedir. Ülkemizin mavi bayraklı plaj sayısına göre 463 plajla 2. sırada yer aldığı mavi bayraklı marina sayısına göre ise 22 marinayla 8. sırada yer aldığı görülmektedir.

Green Globe (Yeşil Küre)

Dünyada çok yaygın olarak kullanılmakta olan “Green Globe” (Yeşil Küre) eko etiket programı, yüksek çevresel standartlar sağlayan turizm ve seyahat işletmeleri ve onların tedarik zincirlerinin sürdürülebilirlik performanslarını ölçmek üzere yapılandırılmaktadır. Amerika merkezli olan bu kuruluş, sürdürülebilir turizm ve seyahatler için şirketlere, toplumlara ve tüketicilere yol gösterir. “Green Globe”, eko etiket programının temel amacı, bölgenin korunmasına katkıda bulunulurken aynı zamanda geliştirilmiş standartların benimsenmesiyle bölgedeki sorunların da giderilmesine yardımcı olmaktır (Şişik, 2012: 65).

Şekil 2. Yeşil Küre logosu



“Green Globe” standardı sürdürülebilirlikle ilgili birbirinden farklı 44 ilke üzerinde uygulanan 380 maddelik göstergelerin toplamından oluşmaktadır. Bu sertifika dünyadaki sürdürülebilirlik konusundaki diğer programlarla da uyum içindedir (Greenglobe, 2019).

Green Globe, kendisinden sertifika alan oteller, tur operatörleri, havayolları vb. turizm işletmeleri için halkla ilişkiler ve pazarlama faaliyetleri de yürütmektedir. Dolayısıyla turizm ve seyahat pazarında bu sertifikaya sahip olan işletmeler, rekabet üstünlüğü sağlayabilirler (Kulakoğlu ve Dilek, 2011: 463). Dünyada Green Globe sertifikasyon programının kullanıldığı ülke sayıları ve sertifika sahibi olunan işletme sayıları tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Dünyada Green Globe Sertifikasına Sahip Bölgelere Göre Ülke Sayıları

Bölge	Ülke sayısı
Afrika	10
Amerika	10
Asya	10
Avrupa	19
Ortadoğu	8
Karayipler	18
Toplam	75

Kaynak: (Greenglobe, 2019).

Tablo incelendiğinde dünyada 6 bölgede toplam 75 ülkede turizm işletmelerinin Green Globe eko etiketini almış oldukları görülmektedir. Buna göre Green Globe eko etiketinin tüm dünyada bilinen, geçerliliği olan önemli bir eko etiket olduğunu söylemek mümkündür. Ülkemiz Ortadoğu bölgesinde yer almakta olup toplamda 8 turizm işletmesi Green Globe eko etiketine sahiptir (greenglobe.com).

Green Key (Yeşil Anahtar)

Green Key (Yeşil Anahtar), bağımsız bir kuruluş olan FEE tarafından hazırlanmış, kar amacı gütmeyen, hükümet dışı, bağımsız bir eko etiketleme programıdır. 1994 yılında Danimarka’da başlamış ve 1988 yılında Fransa Yeşil Anahtar Programı ile birleşerek, 20 ülkeye yayılmış ve günümüzde de gelişimini sürdürmektedir. Ülkemizde program 2011 yılından bu yana Türkiye Çevre Eğitim Vakfı tarafından yürütülmektedir (Greenkey, 2019).

Şekil 3. Yeşil Anahtar Logosu



Green Key (Yeşil Anahtar) uygulamasıyla, oteller tesislerinin doğayla uyumlu olduklarını simgelerler. Green Key uygulaması; çevresel zararların en aza indirilmesi, çevre koruma tedbirlerine farkındalık kazandırmak için hem otel personelini hem de müşterilerin eğitimini esas alır. Bunun yanı sıra işletmeler tarafından kazanılan bu belgenin pazarlama amaçlı da kullanılması için gerekli çalışmalar esas alınır (Şişik, 2012: 66). 2019 yılı verilerine

göre uluslararası alanda toplamda 57 ülkede 3100 işletme Yeşil Anahtar eko etiketine sahiptir (Greenkey, 2019). 2019 yılı itibari ile Türkiye 57 ülke arasında 10. sırada yer almaktadır. Ülkemizde 97 tesiste Yeşil Anahtar eko etiketi bulunmaktadır (TÜRÇEV,2009).

Avrupa Birliği Eko-Etiketi (EU Ecolabel)

Avrupa Birliği (AB) Bakanlar Konseyinin 23 Mart 1992 tarihli 880 sayılı Tüzüğü ile çevre etiket sistemi kurulmuştur. Tüketicilerin güvenebileceği Avrupa çapında gönüllü çevre etiketleme planı geliştirme ışığında 1992 yılında başlatılan AB Eko-etiketi, 2010 yılında mevzuat gözden geçirilerek düzenlenmiş ve 66/2010/EC sayılı Eko-Etiket Tüzüğü olarak yürürlüğe konulmuştur. AB Eko-Etiketi üretimin tüm aşamaları göz önünde bulundurularak ekolojik ilkelere göre verilmektedir. İlkelerin belirlenmesinde ürün için hammadde seçiminden, imalata, dağıtımına, tüketimine ve geri dönüşümünün sağlanmasına kadar olan bütün evreler dikkate alınmaktadır (Ecolabel, 2019). Avrupa Birliği Eko-etiketi, tüm Avrupa Birliğinde geçerli, performans ve çevre odaklı, yüksek standartlı ürün ve hizmetlere verilen gönüllülük esasına dayalı bir etikettir. Konaklama tesislerinden binalara, temizlik ürünlerinden ofis aydınlatma sistemlerine kadar oldukça geniş bir ürün yelpazesi vardır. AB eko-etiket alan ürün-hizmet sayısı her geçen yıl artmaktadır. Tüketicilerin artan yeşil tatil taleplerini karşılamak için işletmelerin AB eko-etiketine sahip olması diğer eko etiketlerde olduğu gibi rekabet açısından işletmeye önemli bir avantaj sağlamaktadır (Çelik, 2014: 52).

Şekil 4. AB Eko-Etiketi “Çiçek” Logosu



AB Eko-Etiketi, özellikle son yıllarda, tüketicilere basit ve doğru bir rehberlik sağlayan, satın alınan ürünler hakkında bilinçli seçim yapma imkânı veren, Avrupa çapında bir sembol haline gelmiştir (Atalar, 2009: 34). 2019 verilerine göre dünya genelinde 1.575 lisansla toplam 72.797 farklı ürün ve hizmete AB eko etiketi verildiği görülmektedir. AB Eko-etiketine en fazla sayıda sahip olan ülkelerin başında Fransa, İtalya ve Almanya gelmektedir. Fransa 307 lisansla, Almanya 287 lisansla ve İspanya 187 AB Eko-etiketi lisansına sahip ilk üç ülke olmuştur. Ürün grupları açısından bakıldığında toplam 1.575 eko-etiketin 308'si turist konaklama tesisleri tarafından kazanılmıştır (Ecolabel, 2019).

Uluslararası Çevre Yönetim Standardı- ISO 14001

ISO (International Standardization Organization); aralarında Türkiye'nin de bulunduğu yaklaşık 100 ülke tarafından oluşturulan Uluslararası Standart Örgütü'dür. ISO14000 ise aşağıda sıralanan başlıkları kapsayan rehber-referans belgelerini içeren standartlar serisidir (Atalar, 2009: 30). ISO Uluslararası Standartlar Enstitüsü, gönüllü kuruluşlar tarafından yapılan çevre etiketleme çalışmalarının standartlaştırılması çalışmalarını yürütmektedir. ISO'nun Türkiye ayağı olan TSE (Türk Standartları Enstitüsü) bu çalışmalarda ülkemizi temsil etmektedir (Üçüncü, 2009: 23). Türkiye'de ISO 14001 belgesi özellikle büyük ölçekli kuruluşlar tarafından alındığı görülmektedir (Erginel, 2001). Ülkemizde TSE tarafından temsil edilen ISO 14001 standardı, hava kirliliği, su ve kanalizasyon sorunları, kaynakların verimli kullanılması, atık yönetimi, toprak kirliliği, iklim değişikliği ve uyum ile ilgili bütün çevresel konuları dikkate almaktadır (ISO 1401,2019).

Şekil 5. ISO 14001 logosu



Bir kuruluşun faaliyetlerinin çevreye etkisini yönetebilmesine yardımcı olan ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi, çevre koruma tedbirlerinin planlanması ve uygulanmasına yönelik yapısal bir yaklaşım sağlamaktadır. Çevre Yönetim Sistemi, genellikle çevresel performansın izlenmesi, çevre yönetiminin firmanın günlük operasyonları ile bütünleşmesini ve uzun vadede planlama ve diğer kalite yönetim sistemlerini içerir (Atalar, 2009: 30). ISO 14001 Çevresel Yönetim Sistemi; çevresel etkileri kontrol altına alan, sonuçlarını ölçen, çevresel amaçları planlayarak çevresel politikaları, hedefleri ve bu faaliyetleri uygulayan yönetsel faaliyetler setidir (Üstünay, 2008: 26).

EMAS: Avrupa Birliği Eko-Yönetim ve Denetim Programı

Avrupa Birliği Eko-Yönetim ve Denetim Programı olan EMAS (EU Eco Management and Audit Scheme) gönüllülük esasına dayalı bir AB programıdır. EMAS, şirketler ve diğer kuruluşlar için çevresel performanslarını değerlendirme, raporlama ve iyileştirme amaçlı bir yönetim aracı olarak da özetlenebilir (Atalar, 2009: 32). 1995 yılında faaliyete geçen sistem zaman içinde değişikliklere uğramış ve 2001'de Emas-2 ortaya çıkmıştır. 2001 yılında yapılan bu revizyonlar ile EMAS, hem kamu hem de özel hizmetleri içinde barındıran tüm ekonomik sektörlerle hitap etmeye başlamıştır (Yılmaz, 2003: 51).

Şekil 6. EMAS logosu



EMAS'a katılım gönüllü olup, EMAS belgeli kuruluşlar, kendi çevresel performanslarını değerlendirerek iyileştirmekte ve kamuya konuyla ilgili bilgi sağlamakta kendilerini sorumlu kılarlar. Bu program AB ile tamamıyla uyumlu yol ve yöntemlere dayanmaktadır. Ayrıca EMAS, ISO 14001 koşullarını içermekte olup, ISO 14001 sertifikası alındığında EMAS için başvuru yapılmasına gerek bulunmamaktadır (Atalar, 2009: 32). EMAS, bir standart değil, bir düzenlemedir ve diğer standartlara göre daha katıdır EMAS düzenlemeleri sadece AB üye ülkelere özel olmasına karşın ISO 14001, tüm ülkelerdeki gönüllü uygulamalara açıktır (Yılmaz, 2003: 54).

Travelife (Sürdürülebilir Turizm Sertifikası)

Travelife 2007 yılında İngiltere Seyahat Örgütü ABTA ve Hollanda Seyahat Örgütü ANVR tarafından; Leeds Metropolitan Üniversitesi, Lund Üniversitesi ve turizmde sürdürülebilirliği teşvik eden kar amacı gütmeyen Hollandalı bir kurum olan ECEAT-Projects desteğiyle kurulmuştur. Turizm endüstrisinde sürdürülebilir uygulamaları teşvik etmeye yönelik bir girişim olan Travelife Sürdürülebilirlik Sistemi, tur operatörleri ve seyahat acentelerinin turizm tedarik zincirindeki merkezi rolüne dayanmakta olup tedarikçiler ve alıcılar arasındaki konumları onlara tüketici taleplerini, satın alma politikalarını ve destinasyonların gelişimini etkileme şansı vermektedir. Bu da, destinasyonların sürdürülebilir kalkınması ile çevresel ve kültürel anlamda korunmasına katkıda bulunmalarını sağlamaktadır (Travelife, 2019).

Şekil 7. Travelife logosu



Travelife işletmelerde ve tedarik zincirlerinde olumlu bir değişim yaratmaları için gereken bilgiyi, çözümleri ve araçları sunmayı hedeflemekte ve seyahat şirketleri ve konaklama tesislerini hedef alan iki farklı ancak birbiriyle bağlantılı sürdürülebilirlik sistemi sunmaktadır. Bu sistemler Tur Operatörleri ve Seyahat Acenteleri için Travelife Sürdürülebilirlik Sistemi ve Oteller ve Konaklama Tesisleri için Travelife Sürdürülebilirlik Sistemi'dir (Travelife, 2019). Travelife Sürdürülebilirlik Sistemi ilkeleri hem konaklama tesislerindeki çevreye duyarlı düzenlemeleri hem de çalışanların sosyal güvenlik hakları, çalışma saatleri, ücret skalaları, çevre hakkında aldıkları eğitim, hizmette kullanılan ürünlerin yerel üreticilerden alıp alınmadığı dolayısıyla yerel ekonomiye ne kadar fayda sağladığını ölçmektedir (Çelik, 2014: 53).

2019 yılı itibarı ile dünya genelinde yaklaşık 17.000 konaklama tesisi Travelife Sürdürülebilirlik Sistemi'ne kayıt olmuş, 1.500'ü bağımsız bir denetimden geçmiş, 500'den fazlası ise Travelife ödülü almıştır. Dünya genelinde 200'den fazla tur operatörü sözleşmeli otel ve konaklama tesislerini izlemek için Travelife'ı kullanmaktadır. Tüketiciler, katılan tur operatörlerinin web siteleri ve broşürleri vasıtasıyla Travelife ödüllü bir tesisi görüntüleyip rezerve edebilmektedir (<http://www.travelife.info>).

Ulusal Etiketler

Ülkemizde konaklama işletmelerinin çevre üzerindeki olumsuz etkilerinin en aza indirilmesi için, ilgili kurumlarca geliştirilen farklı projeler bulunmaktadır. Çevrenin korunmasına yönelik önlemlerin ülkemizde giderek daha fazla önem kazanmasıyla 2008 yılından itibaren çevreye duyarlı konaklama işletmeleri için uygulanmakta olan sınıflandırma formu, güncellenmiş ve geliştirilmiş olup "Turizm İşletmesi Belgeli Konaklama Tesislerine Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisleri Belgesi (Yeşil Yıldız) verilmeye başlanmıştır (Yatırım İşletmeleri Genel Müdürlüğü, 2019). Ayrıca 2008 yılından itibaren Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) tarafından sürdürülebilir bir çevreye katkı sağlamak amacıyla Beyaz Yıldız Belgesi verilmeye başlanmıştır. 2009 yılında da Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği (TUROB) tarafından "Yeşil Oteller Projesi" başlatılmış ve çevreye duyarlı otellere Greening Hotels (Yeşillenen Oteller) Sertifikası verilmeye başlanmıştır. Proje ile "Sürdürülebilir Turizm" için turizm tesislerini daha yeşil olmaya teşvik etmek amaçlanmaktadır.

Beyaz Yıldız Çevre Programı

TÜROFED, çevrenin ve doğal kaynakların korunmasına daha fazla katkı sağlayabilmek amacıyla, Beyaz Yıldız Yaşanabilir Çevre Projesi'ni başlatmıştır. Dünyanın karşı karşıya kaldığı çevre kirliliği ve küresel ısınmadan kaynaklanan çevresel felaketlerin önlenmesi amacıyla başlatılan bu proje "Beyaz Yıldız" ile sembolize edilmekte olup proje kapsamında resmi ve özel tüm kişi, kurum, kuruluş ve sektörler sorumluluk düşmektedir (Kızılırmak, 2011: 10).

2008 yılında uygulanmaya başlanan proje ile daha temiz, sürdürülebilir bir çevreye katkı sağlamak amaçlanmaktadır. Proje kapsamında, turistik işletmelerde kullanılan su, elektrik, enerji, kimyasal ve katı atık miktarının kontrol altına alınması, çevreye ve doğal kaynaklara yönelik oluşabilecek zararın minimize edilmesi ve misafirlerin konforundan taviz vermeden, onların da bu çevresel duyarlılığa katılımcı olmalarının sağlanması amaçlanmaktadır (Yıldız, 2012: 30).

Şekil 8. Beyaz Yıldız logosu



Beyaz Yıldız projesi, TÜROFED şemsiyesi altındaki tüm turistik işletmeleri isteğe bağlı olarak kapsamaktadır. Proje birer yıllık iki aşamadan ve enerji, su, tehlikeli kimyasallar, deterjan ve dezenfektanlar, atık, yönetim ile diğer servisleri kapsayan 55 ilkeden meydana gelmektedir (Kızıllırmak, 2011: 10). Proje katılımcısı tesislerden, ilk yıl çevreyi korumaya yönelik ilkelerden 25 tanesinin, ikinci yıl ise 30 tanesinin yerine getirilmesi beklenmektedir. İki yılın sonunda 55 ilkeyi tamamlayan işletmeler “Beyaz Yıldız” ödülünü almaya hak kazanmaktadırlar. Bu projede yer alan turistik tesisler aynı zamanda, Avrupa Birliği ekolojik etiketleme ilkelerini de yerine getirmiş olacaklardır (Kızıllırmak, 2011: 10). Son yıllarda artan turist sayısı, misafir profili ve beklentilerdeki değişimler, otel, destinasyon ve tur operatörü seçiminde çevreye duyarlı olan işletmelere doğru eğilim göstermektedir. Bu gerçeklerden yola çıkan TUROFED Türkiye genelinde “Beyaz Yıldız” sertifikası ile çok önemli bir adım atmıştır (Çelik, 2014: 56).

Yeşillenen Oteller (Greening Hotels) Projesi

Yeşillenen Oteller (Greening Hotels) Projesi, 2009 yılında 5. Dünya Su Forumu katılımcılarına yönelik TUROB ve Bureau Veritas işbirliği ile başlatılan “Yeşil Oteller Projesi”, yine TUROB önderliğinde “Yeşillenen Oteller Projesi” olarak günümüzde devam etmektedir. Bu proje tıpkı “Beyaz Yıldız” projesi gibi tamamen bir sosyal sorumluluk kampanyasıdır. Proje kapsamında otellerin enerji yönetimi, su tasarrufu, iç hava kalitesinin artırılması ve atık azalımı/geri dönüşümü yer almaktadır (Yıldız, 2012: 33). Sürdürülebilir turizm ve sürdürülebilir çevre hedefiyle, çevreyi korumak adına genel amaç; tesislerin hizmet kalitesinden ödün vermeden çevreye vereceği zararı en aza indirmektir. Yeşillenen oteller projesinin denetimleri tarafsız bir şekilde dünyanın en büyük akreditasyon firmalarından biri olan “Bureau Veritas” tarafından yapılmaktadır (Şişik, 2012: 76). Ülkemizde yeşillenen oteller eko etiketine sahip toplam 63 tesis bulunmaktadır (Yeşillenen Oteller, 2019).

Şekil 9. Yeşillenen Oteller Logosu



Yeşillenen Oteller projesi; turizm sektörünün sürdürülebilirlik konusunda farkındalığını ve konaklama tesislerinin çevreye duyarlı olma motivasyonlarını artırmayı hedeflemektedir. Turizm sektöründe, işletmelerin rekabet gücünü arttırmalarının en önemli yolunun turizm sektörünün sürdürülebilir turizm ilkeleriyle hareket etmesinden geçtiği bilinciyle; sürdürülebilir turizmin gelişmesine önemli katkılar sağlayan Yeşillenen Oteller Projesi ile tesisler daha yeşil olmaya teşvik edilmektedir. Türkiye genelinde yeşillenen oteller projesine dahil olan 64 otel bulunmaktadır (Yeşillenen Oteller, 2019).

Yeşil Yıldız Uygulaması

Küresel ısınmanın dünyayı ciddi anlamda tehdit etmesi, kaynakların yavaş yavaş tükenmesi, ekolojik dengenin tehlikeye girmesi ve sürdürülebilir turizm kavramının gündeme gelmesi ile çevrenin korunmasına yönelik önlemler tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de giderek daha fazla önem kazanmıştır. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2008 yılında ‘Turizm İşletmesi Belgeli Konaklama Tesislerine Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Belgesi Verilmesine Dair Tebliğ’i geliştirmiş, düzenlemiş ve gönüllülük esasına dayanan “Yeşil Yıldız” projesini hayata geçirmiştir (Yatırım İşletmeleri Genel Müdürlüğü, 2019). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın başlattığı proje, "Sürdürülebilir Turizm" kapsamında çevreye duyarlı konaklama tesislerine verilen bir tür “Çevre Etiketi” uygulamasıdır. 2008 yılından itibaren bakanlık tarafından çevre bilincinin geliştirilmesi, turistik tesislerin çevreye olan olumlu katkılarının teşvik edilmesi amacıyla, çevreye duyarlı konaklama tesislerine "Yeşil Yıldız" belgesi verilmesi uygulaması başlatılmıştır (Yıldız, 2012: 29).

Şekil 10. Yeşil Yıldız Logosu



Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen ve yalnızca “Turizm İşletmesi Belgeli” tesislerin başvurabileceği, işletmeleri için bir prestij belgesi haline gelen “Yeşil Yıldız” belgesiyle, turizm sektöründe kurumsal sosyal sorumluluk alanında bugüne kadar yapılan uygulamalar içinde bir dönüm noktası olmuştur (Özçoban, 2010: 1).

Yeşil Yıldız Uygulamasının Kapsamı Amacı, Önemi ve İşletmelere Faydaları

Yeşil Yıldız uygulaması; çevreye zararlı madde tüketiminin ve atık miktarının azaltılmasını, enerji verimliliğinin artırılmasını, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımının teşvik edilmesini, konaklama işletmelerinin yatırım aşamasından itibaren çevreye duyarlı olarak planlanmalarını, tesisin çevreye uyumunu, çevreyi güzelleştirici düzenlemeler yapılmasını hedeflemektedir. Bu hedefler doğrultusunda ekolojik mimari, çevreye duyarlılık konusunda bilinçlendirme, eğitim sağlanması ve ilgili kurum ve kuruluşlarla işbirliği yapılması gibi konuları kapsamaktadır (Yatırım İşletmeleri Genel Müdürlüğü, 2019).

Yeşil Yıldız uygulaması ile; çevrenin korunması, çevre bilincinin geliştirilmesi, turistik konaklama işletmelerinde çevreye duyarlı yapılaşmanın ve işletmecilik özelliklerinin teşvik edilmesi amaçlanmaktadır. Yeşil Yıldız Belgesi alacak tesislerin, çevrenin korunmasına katkıda bulunurken, aynı zamanda tanıtım ve pazarlamalarında bir ayrıcalık yaratabilecekleri, hizmet kalitelerinden ödün vermeden, işletmelerine ve ülke ekonomisine tasarruf yolu ile katkıda bulunabilecekleri, çevrenin korunmasında üstlenecekleri roller ile yörelerinde örnek tesisler olabilecekleri düşünülmektedir (Yatırım İşletmeleri Genel Müdürlüğü, 2019).

Turizm sektöründe çevreye karşı olan duyarlılığın “Yeşil Yıldız” belgesi ile ödüllendirilmesi ile birlikte, duyarsızlığın da deşifre edilmesi ve her iki durumun da medya aracılığı ile kamuoyuna duyurularak lehte ve aleyhte baskı oluşturulması için kamu ve özel sektörün etkin bir işbirliği içinde olması amaçlanmaktadır. Bununla birlikte hem turistik tesislerin işletmecilerinin hem de bu işletmelerin kuruluş ve sonrası süreçte denetlenmelerini üstlenen kurum ve kuruluşların duyarlılığının artırılmasının, bilinçlendirilmesinin, yerel yönetimlerin çevre projelerini daha fazla önemsemelerinin sağlanması açısından Yeşil Yıldız eko etiketinin, bir motivasyon unsuru olması da amaçlanmaktadır (Üçüncü, 2009: 40).

Yeşil Yıldız uygulaması ile, yatırım ve inşaat aşamasından itibaren aranılan nitelikler, konaklama işletmelerinin inşaat aşamasından itibaren çevreye duyarlı olarak tasarlanmasını,

planlanmasını ve işletmeye açılmasını sağlamayı amaçlamaktadır (Kızılırmak, 2011: 9). İşletmenin inşaat aşamasından itibaren yeşil bina olarak planlanması ve inşa edilmesi maliyet açısından daha yüksek olsa da uzun vadede maliyetlerin azalmasına ve işletmenin yüksek oranda kara geçmesini sağlayacaktır. Bu uygulama ile oteller; özellikle bilinçli Avrupalı turistler tarafından tercih edilebilirliklerini arttıracak, yapacakları Çevre Eylem Planlaması ile mevcut enerji tüketimini minimize edebilecek, böylelikle enerji maliyetlerinde % 20 ile % 80 arasında düşüş sağlayabilecek, personel eğitim uygulamaları ile çalışanlarının bilinçlenmelerini sağlayabilecektir (Yıldız, 2012: 30). Yeşil Yıldız uygulamasının otel işletmelerine ve çevreye sağladığı birçok fayda vardır. Yılmaz ve Yumuk (2013) Yeşil Yıldız uygulaması ile otellere sağlanan faydaları aşağıdaki gibi sıralamıştır;

- Maliyetler azalır, su ve enerji tasarrufu sağlanır.
- İşgücünün optimal kullanımı sağlanır.
- Çevreye zarar veren maddelerin tüketimi azalır.
- Yatırımlarda çevreye duyarlı bir yaklaşım izlenir.
- Pazarlama aşamasında avantaj elde edilir.

Uygulamada Yeşil Yıldız belgesi almak isteyen tesisler tatil tesisi ve şehir tesisi olmak üzere ikiye ayrılmakta ve sınıfına göre alması gereken asgari puanlar belirlenmektedir. Tatil ve şehir tesislerinin almaları gereken asgari puanlar Tablo 3’de belirtilmiştir.

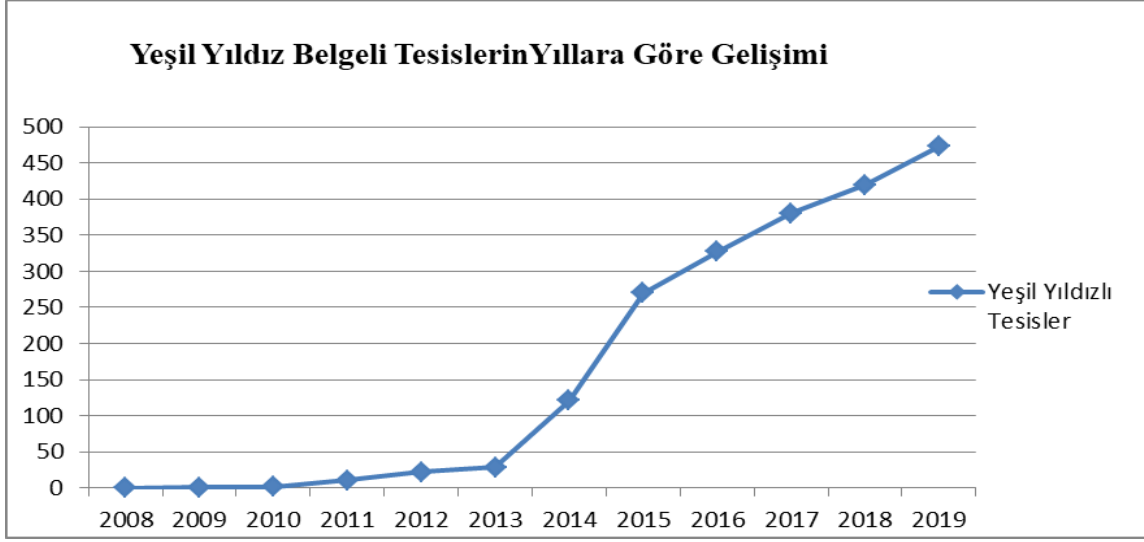
Tablo 3. Yeşil Yıldız Asgari Puan Tablosu

Tatil Tesisleri		Şehir Tesisleri	
Sınıfı	Asgari Puan	Sınıfı	Asgari Puan
5 Yıldızlı Tatil Köyü	330	5 Yıldızlı Otel	250
5 Yıldızlı Otel	300	4 Yıldızlı Otel	200
4 Yıldızlı Tatil Köyü	280	3 Yıldızlı Otel	170
4 Yıldızlı Otel	230	1-2Yıldızlı Oteli-Diğer Konaklama Tesisleri	140
3 Yıldızlı Otel	170		
1-2Yıldızlı Oteli-Diğer Konaklama Tesisleri	140		

Kaynak: (Tuyup, 2019).

Kültür ve Turizm Bakanlığının web sitesindeki 2019 yılına ait veriler incelendiğinde Yeşil Yıldız sahibi tesislerin sayısı 17.12.2019 itibariyle 473 ’tür. Yeşil Yıldız belgesi tesislere, tanıtım ve pazarlamada işletmelere ayrıcalık yaratmaya başlamıştır. Bununla birlikte Yeşil Yıldızlı tesisler yapılan tasarruf uygulamaları ile işletmelere ve ülke ekonomisine fayda sağlayarak diğer tesislere de örnek olmaya başlamıştır. Son on yıllık projeksiyon incelendiğinde Türkiye’deki Yeşil Yıldız sahibi otellerin sayısında büyük bir artış olduğu görülmektedir. Yeşil Yıldızlı Tesislerin yıllara göre gelişimi Tablo 4.de gösterilmektedir.

Tablo 4. Türkiye’deki Yeşil Yıldız Belgeli Tesislerin Yıllara Göre Gelişimi



Kaynak: Yasemin Ceylan, 2015

Tabloda görüldüğü üzere 2008 yılından bu yana yeşil yıldızlı oteller sayısı artarak çoğalmaktadır. Türkiye’deki yeşil yıldız Belgeli Tesislerin sayıları 2013 yılında artmaya başlamış ve 2019 yılına kadar oldukça iyi bir ivme kazanmıştır. Tablodan da anlaşıldığı gibi son yıllarda ülkemizde çevresel hassasiyetin artmasıyla yeşil yıldız belgesine talep de oldukça artmış durumdadır. Bu konaklama işletmelerinin çevreye olan duyarlılıklarının arttığını çevreye daha az zarar veren uygulamaları tercih ettiklerini göstermektedir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Dünya genelinde doğal kaynaklar ve enerji tüketiminin artması, yenilenemeyen enerji kaynaklarının tükenmeye başlaması, küresel ısınmanın da etkisiyle ekolojik dengenin tehlikeye girmesi, sanayileşme, hızlı nüfus artışına bağlı olarak üretim ve tüketim faaliyetlerinin artması gibi sebeplerle ortaya çıkan çevre sorunları, her geçen gün insanlığın geleceğini tehdit etmektedir. Gelecek kuşaklara yaşanabilir, sağlıklı bir dünya bırakabilmek ancak çevreyi ve doğal kaynakları korumak ve tahrip etmeden kullanarak gelecek nesillere aktarmak ile mümkün olabilir. Bunun bilincine varılmasıyla ülkelerin, hükümetlerin, toplumun ve endüstri kollarının farkındalığı gün geçtikçe artmaktadır. Ülkemiz de bu gelişmeleri yakından takip etmekte, toplumda ve tüm endüstri kollarında çevre bilinci her geçen gün daha da önem kazanmaktadır. Toplumunu oluşturan bireylerin çevreye karşı duyarlı olması, çevreye daha az zarar veren ürün ve hizmetleri tüketmeyi tercih etmeye başlaması, tüm endüstri kollarındaki üreticileri bu doğrultuda faaliyette bulunmaya yöneltmiştir. Turizm, doğal ve temiz bir çevre gerektiren, dolayısıyla çevre ile doğrudan ilişkide olan bir sektördür. Bu sebeple turizm sektörü, çevreci yaklaşımlardan etkilenen başlıca sektörler arasında yer almaktadır. Günümüzde hemen hemen tüm endüstri kollarında faaliyet gösteren işletmeler varlıklarını sürdürebilmek, rekabet üstünlüğü sağlamak, maliyet avantajı sağlamak amacıyla

çevre dostu ürün ve hizmet sunumu gerçekleştirmektedirler ve bunu belgelemek için eko etiketler almaktadırlar.

Eko etiketleme sürdürülebilir turizm yönetiminde oldukça etkili bir araçtır. Bu sebeple eko etiketler sürdürülebilir turizm yönetiminde daha etkin hale getirilmelidir. Eko etiketler hakkında daha çok tanıtım faaliyetleri yapılarak hem işletmelerin hem de tüketicilerin farkındalıklarının artırılması sağlanmalıdır. Bu sebeple paydaşlar ve ilgili kurumlar eko etiketlere daha fazla önem vermeli, turizm işletmeleri çevreye duyarlı hizmet sunumu gerçekleştirme ve eko etiket almaları konusunda teşvik etmelidirler. Örneğin uluslararası nitelikte olan, deniz suyunun temizliği ve çevre bilincinin oluşturulmasına yönelik etkinliklerde bulunan Mavi Bayrak eko etiketine sahip marinaların sayısı ülkemizde oldukça azdır. Mavi bayraklı marina sayılarının artırılması için ilgili kurumlar girişimlerde bulunmalı, Mavi bayraklı plajlarda olduğu gibi mavi bayraklı marinaların sayılarının da artması sağlanmalıdır.

İlgili alanyazın incelendiğinde yapılan çalışmaların genellikle eko etiket sahibi olan ve çevresel uygulamalar gerçekleştiren konaklama işletmeleri ile ilgili çalışmalar yapıldığı görülmektedir. İşletmeler varlıklarını sürdürebilmek, sektörde rekabet avantajı sağlayabilmek için çevreye duyarlı olmaları ve çevre dostu faaliyetler gerçekleştirmek durumundadırlar çünkü turizm işletmelerinden turistik ürün ve hizmet satın alan kişilerin çevreye olan duyarlılığı ve sürdürülebilir turizm bilinci giderek artmaktadır. Bu sebeple tatil planı yapılırken işletmenin bir eko etikete sahip olması işletme tercihinde avantaj sağlayacağı düşünülmektedir. Manaktola ve Jauhari (2007), yapmış oldukları çalışmada çevre dostu uygulamaların tüketici tercih ve seçimlerin belirleyicisi olduğunu, tüketicilerin konakladıkları yeşil otelin; çevre sertifikasyon programına katılmış olmasının, geri dönüşüm uygulamaları yapmasının ve çevre dostu ürün ve hizmetler sunmasının müşterilerin yeşil otel seçiminde etkili olduğunu saptamışlardır. Özçoban (2010), tarafından yapılan araştırmada; yeşil yıldız uygulamasının ve konaklama tesisinin çevreye duyarlı olmasının, araştırmaya katılanların satın alma kararını, toplam %96 oranında etkilediği tespit edilmiştir. Bununla birlikte araştırmaya katılan turistlerin % 64'ünün rezervasyon yaptırmadan ve satın alma kararını vermeden önce, tesisin çevreye duyarlı olduğu ve yeşil yıldız belgeli bir konaklama tesisine gideceğinden haberdar olduğu tespit edilmiştir. Sonuçlar birleştirildiğinde, sosyal sorumluluk kampanyalarına duyarlı tesislerin, turizm potansiyelini artmasına neden olduğu ve yeşil yıldız uygulamasının satın alma kararını olumlu yönde etkilediği sonucu ortaya konulmuştur. Noor, Shaari ve Kumar (2014), yapmış oldukları çalışmada turistlerin yeşil otelleri tercih etme niyetlerindeki çevresel tutumların ve otel niteliklerinin etkisini incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre; tutumların çevresel ve çevre dostu davranışlarla ilişkili olduğunu, yüksek çevresel tutuma sahip olan turistlerin yeşil otellerde kalmaya daha istekli olduklarını saptamışlardır. Ayrıca turistlerin yeşil otel tutumu ve yeşil otelde kalma niyeti arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Akdağ vd., (2014), tarafından yapılan çalışmada yeşil yıldız alan işletmelerin avantajlarını imaj iyileştirme, tur operatörleri ve seyahat acenteleri tarafından tercih edilme, maliyetlerin azalması, sosyal sorumluluk, müşteri memnuniyeti ve doğal çevreyi koruma, kaynakların verimli kullanılması, bağlamında değerlendirildiği görülmektedir. Bununla birlikte işletmelerin ve yöneticilerin yeşil yıldız doğrudan gelir sağlayan bir sertifika olarak görmekten ziyade sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde etmenin bir aracı olarak gördükleri anlaşılmaktadır.

Ülkemiz açısından turizm alanındaki diğer uluslararası eko etiketler değerlendirildiğinde Green Globe, Green Key Travelife, EU Ecolabel, ISO 14001 gibi eko

etiketlere sahip işletme sayılarının az olduğu görülmektedir. Uluslararası eko etiketlere olan ilginin artması için paydaşlar ve ilgili kuruluşlar işletme yöneticilerini ve sahiplerini teşvik edilmelidir. Ulusal alandaki konaklama işletmelerinin sahip olduğu eko etiketler incelendiğinde Yeşil Yıldız eko etiketinin diğer eko etiketlere göre daha çok tercih edildiği bunun sebebinin ise bu eko etiketin Kültür ve Turizm bakanlığı tarafından verildiği için işletmeler için diğer eko etiketlere göre daha önemli görüldüğü düşünülmektedir. Bu bağlamda eko etiketli işletmeler web sitelerinde sahip oldukları eko etiketleri ve çevreye olan duyarlılıklarını çevresel faaliyetlerini ön plana çıkararak ve daha fazla bilgi vererek çevre duyarlılığı olan turistlerin ilgisini çekebilir ve tercih edilebilirliklerini arttırabilirler. Eko etikete sahip olmayan işletmelerin ise hem turizmin sürdürülebilirliği ve çevreyi koruma konusunda sorumluluklarını yerine getirmeleri çevreye daha az zarar veren bir hizmet sunumu sağlayabilmeleri tercih edilebilirliklerini arttırmaları ve sektörde rekabet üstünlüğü sağlamayabilmeleri için eko etiket almalıdırlar.

KAYNAKÇA

- Alagoz, S., B. (2007). Yeşil pazarlama ve eko etiketleme. *Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi ISSN:1694 – 528X Sayı: 11*, 1-13.
- Akdağ, G., Güler, O., Demirtaş, O., Dalgıç, A. ve Yeşilyurt, C. (2014). Turizm ve çevre ilişkisi: Türkiye’deki yeşil otellerin gözünden yeşil otelcilik uygulamalarının getirileri. *Türkiye Coğrafyacılar Derneği Uluslararası Kongresi*, 4-6 Haziran 2014, Muğla, 258-267.
- Atalar, E. (2009). Eko-etiketlemenin sürdürülebilir turizmdeki yeri. Uzmanlık Tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Bahar, O., Samırkaş K., M., ve Çelik, N. (2015). *Farklı boyutları ile sürdürülebilir turizm*. Süre Yayınevi 1. Baskı, Muğla.
- Birkan, İ. (2001). Sürdürülebilirlik kavramı, Turizm sektörü açısından sürdürülebilir gelişmenin önemi ve koşulları. I. Ulusal Turizm İşletmeciliği Kongresi Kızılcahamam, Ankara, 17- 18.
- Erginel, N. (2001). ISO 14001 Çevre yönetim sistemleri standardı ve Türkiye’deki durumu. *II.Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu*, İTÜ Sosyal Tesisleri İstanbul.
- Eser, S. (2011). Sürdürülebilir turizm ve Efes örneği. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Geitz, M. (2001). The Tourism Ecolabel Market and its Implications for a Tour Operator Certification Program in the Arctic, Thesis for International Tourism Studies, Hochschule Harz University of Applied Studies and Research Faculty of Business Studies, Germany.
- Çelik, N. (2014). Sürdürülebilir turizm uygulamalarının turizm talebi üzerine etkileri. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Muğla.
- Kızılırmak, İ. (2011). Dünyada ve Türkiye’deki turizm işletmelerinde çevre korumaya yönelik uygulamalar: amacı ve önemi. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 1-12.
- Kozak, M., & Nield, K. (2004). The Role of quality and eco-labelling systems in destination benchmarking. *Journal of Sustainable Tourism*, 12, 138-148.
- Kulakoğlu, N. ve Dilek, S. E. (2011). Sürdürülebilir turizm sürecinde birlikler, belgeler ve kriterleri: İber Otel Sarıgerme park örneği, *Düzce*, 12. *Ulusal Turizm Kongresi*, Düzce 458-471.
- Manaktola, K. and Jauhari, V. (2007). Exploring consumer attitude and behavior towards green practices in the lodging industry in India. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(5), 364–377.
- Noor, N., A., M., Shaari, H., and Kumar D. (2014). Exploring tourists intention to stay at green hotel: The influences of Environmental Attitudes and Hotel Attributes. *The Macrotheme Review* 3(7), SI 2014.
- Özçoban, E. (2010). Türkiye’de turizm endüstrisinde sosyal sorumluluk kampanyası: T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın yeşil yıldız uygulaması ve Calista Otel örneği üzerinde ampirik bir çalışma. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ankara.
- Özgener, Ş. (2004). *İş ahlakının temelleri: Yönetimsel bir yaklaşım*. Nobel Yayın Dağıtım, No:642, Ankara, 2004.
- Saka, İ. (2011). Sürdürülebilirlik açısından İstanbul’da bir ofis binasının Leed sertifikalandırma sistemi kapsamında değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

- Salur, N. (2014). Sürdürülebilirlik ve Geri Dönüşüm Açısından Grafik Tasarım. Tez ve Sanatta Yeterlik Çalışması, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Sevim, B., ve Aykan, E. (2013). Konaklama İşletmelerinde Çevre Yönetimi Uygulamaları ve Algılanan Kurumsal İtibar Üzerindeki Etkisi: Kayseri ve Nevşehir Otelleri Üzerinde Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3, 93-113.
- Şişik, L. (2012). Turizm Sektöründeki Eko Etiket Uygulamaları: İstanbul'daki Otellere Yönelik Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Teng, C., C., Horng, J., S., Hu, M., L., M., Chien, L., H., ve Shen, Y., C. (2012). Developing Energy Conservation and Carbon Reduction Indicators for the Hotel Industry in Taiwan. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 199-208.
- Tepelus, C., M. ve Cordoba, R., C. (2005). Recognition Schemes in Tourism From 'eco'to 'Sustainability'?. *Journal of Cleaner Production*, 13(2), 135-140.
- Üçüncü, O. (2009). Turizmde Çevre Etiketleri Olarak Mavi Bayrak, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Üstünay, M. (2008). İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Çerçevesinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları ve Kimya Sektörüne Yönelik Bir İnceleme, Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Yıldız, A. (2012). Çevre yönetimi uygulayan yeşil otel işletmelerinde yeşil müşteri deneyimi üzerine bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Yılmaz, Ö., E. (2003). Sanayi işletmeleri açısından çevre ve yeşil pazarlama (Green Marketing). Yüksek Lisans Tezi, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- Yılmaz, B., S. ve Yumuk, Y. (2013). Türk Turizm Pazarında Çevreye Duyarlı Bir Eğilim: “Yeşil Yıldız” Uygulamaları ve “Yeşil Yıldız” Sahibi Otel İşletmeleri Üzerine Bir Değerlendirme, *14. Ulusal Turizm Kongresi. Kayseri*. 1288-1300.i Bayrak, 2019,
- Yücel, M. ve Emekçiler, Ü., S. (2008). Çevre dostu ürün kavramına bütünsel yaklaşım; temiz üretim sistemi, eko-etiket, yeşil pazarlama. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(26), 320-333.

İnternet Kaynakları

- Green Globe, 2019, <http://greenglobe.com/green-globe-certification/> (Ziyaret Tarihi: 10.11.2019).
- Green Globe, 2019, <https://greenglobe.com/members/middle-east/#-8>(Ziyaret Tarihi: 10.11.2019).
- Green Key, 2019, <http://www.greenkey.global/> (Ziyaret Tarihi: 12.11.2019).
- Travelife, 2019, https://www.travelife.info/index_new.php?menu=home&lang=tr (Ziyaret Tarihi: 12.11.2019).
- ISO 1401, 2019, http://www.iso.org/iso/introduction_to_iso_14001.pdf (Ziyaret Tarihi: 11.11.2019).
- Yeşillenen Oteller, 2019, http://www.yesillenenoteller.com/?page_id=70650 (Ziyaret Tarihi: 10.11.2019).
- TÜRÇEV, 2009, http://www.turcev.org.tr/V2/icerikDetay.aspx?icerik_id=124
- EU Ecolabel, 2019, <http://www.eko-etiket.org/#!eu-ecolabel/cpsh> (Ziyaret Tarihi: 10.11.2019).
- Mavi Bayrak, 2019, http://www.mavibayrak.org.tr/tr/icerikDetay.aspx?icerik_refno=1 (Ziyaret Tarihi: 12.11.2019).
- Tuyup, 2019, <http://tuyup.turizm.gov.tr/Pages/GreenStar.aspx#2> (Ziyaret Tarihi 10.11.2019).
- Travelife, 2019, https://www.travelife.info/index_new.php?menu=about_travelife&lang=tr (Ziyaret Tarihi: 12.11.2019).
- Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2019, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9579/turizm-tesisleri.html> (Ziyaret Tarihi 12.11.2019).