

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA KÜÇÜK ÖLÇEKLİ KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE YEŞİL PAZARLAMA UYGULAMALARI

Şule ARDIÇ YETİŞ¹
orcid.org/0000-0002-8792-9079

ÖZ

Son günlerde işletmeler doğal çevreye duyarlı olmadan varlıklarını sürdüremeyeceklerinin farkındadırlar. Turizm sektöründe en önemli kaynaklardan biri doğal çevrenin, gelecek nesillere bırakılması sürdürülebilirlik açısından önem taşımaktadır. Sürdürülebilirlik turizm işletmeleri açısından birçok kavramı gündeme getirmektedir. Turistlerin isteklerinde daha bilinçli davranmaları, işletmelerin rekabet üstünlüğü sağlama amacı ve yasal zorunluluklar konaklama işletmelerinin yeşil pazarlama uygulamalarını benimsemelerini sağlamaktadır. Konaklama işletmelerinde; su ve enerji tasarrufu, atık yönetimi, personel ve yerel halkın bilinçlendirilmesi, işletme alanının sürdürülebilirlik kapsamında kullanımı çevre dostu uygulamaları olarak yürütülmektedir. Çalışmada Nevşehir ilinde bulunan çevreye duyarlı konaklama işletme belgesine sahip iki küçük ölçekli konaklama işletmelerinden biri olan Fresco Konakları'nın yeşil pazarlama faaliyetlerinin örnek olay kapsamında incelenmesi amaçlanmaktadır. Çalışma sonucunda konaklama işletmelerinin çevre dostu uygulamaları benimsemelerinin zannedildiği kadar zor olmadığı, turizmin sürdürülebilirliğinin yeşil pazarlama ile mümkün olduğu ve işletme maliyetleri açısından da mantıklı olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Yeşil Pazarlama, Örnek Olay Çalışması, Küçük Ölçekli Konaklama İşletmeleri, Nevşehir.

CONTEXT OF SUSTAINABLE TOURISM GREEN MARKETING PRACTICES IN SMALL SCALE ACCOMMODATION ENTERPRISES

ABSTRACT

Nowadays companies realize that they cannot sustain their life without having environment sensitivity. One of the most important resources in the tourism sector is the natural environment and it is important from the point of sustainability to leave these resources to future generations. Sustainability has revived many concepts in terms of tourism establishments. Accommodation companies have provided that companies adopt the practices of green marketing to behave in more informed tourists' demands the aim of the companies to provide the competitive advantage and legal obligations. Water and energy conservation, waste management, awareness of staff and local people and using of companies fields in sustainability are carried out as environment friendly practices in the accommodation companies. In this study, it is aimed to examine as a case study green marketing practices of small-scale accommodation companies Fresco Mansions which one of two hotels, have a certificate of environment friendly in Nevşehir. According to the findings of the research, the environment friendly practices are not difficult to adopt, destination of tourism sustainability provide with green marketing practices and have been found to be reasonable in terms of operating costs for accommodation companies.

Keywords: Sustainable Tourism, Green Marketing, Case Study, Small Scale Accommodation Enterprises, Nevşehir.

Jel Code: M300, M310, Z320.

¹ Arş. Gör. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, ardicsule@nevsehir.edu.tr

Giriş

Yaşamın koşturmacası içerisinde turistik tüketicilerin stresli iş ortamında ve buldukları ortamda hava ve çevre kirliliğinin her geçen gün artması, gelir düzeyinin ve boş zamanın fazlalığı turizmin bir ihtiyaç olarak kabul edilmesini gündeme getirmiştir. Bu noktada turizm faaliyetleri çeşitlilik kazanmış ve günümüzde turizm dünyada en çok gelişme gösteren sektörlerden biri olmuştur. Turizm yarattığı olumlu ve olumsuz etkiler ile ülkeler açısından önemli bir ekonomik etkinlik olarak gösterilmektedir. Dolayısıyla turizmden en fazla payı alabilmek adına birçok ülke kıyasıya bir rekabet içine girmiştir. Ancak ülkelerin rekabet üstünlüğü sağlama yolunda uyguladıkları plansız faaliyetler her ne kadar turist sayısının arttırılmasında bir çözüm olsa da, bu faaliyetler turizmin hammaddesi olan çevre üzerinde olumsuz etkilere yol açarak kontrolsüz bir gelişmeye neden olmuştur. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde turizmin istihdam artışı, döviz kazandırıcı etkisi, ek gelir sağlama gibi ekonomik etkilerden faydalanmak için kısa vadeli politikalar izlenmiş ve ülkenin doğal ve çevresel güzellikleri göz ardı edilmiştir. Kısa vadeli ekonomik getiriler için görmezden gelinen doğal ve çevresel güzelliklerin tahrip edilmesi ise ülke turizminin yok edilmesi sürecini başlatmıştır.

Turizm faaliyetlerini oluşturan doğal çevre, tarihi doku, kültürel kaynakların korunarak kullanılması ve gelecek nesillere güvenli bir şekilde bırakılması konusunda sürdürülebilir turizm kavramı ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilir turizm, turizm kaynaklarının tüketilmeden, kirletilmeden ve tahrip edilmeden gelecek nesillerin de kullanabilmesini sağlayacak şekilde kullanılmasının düzenlenmesi olarak ifade edilebilir (Birkan, 2001: 17). Turizmin temel amacı ile örtüşen sürdürülebilir turizm, kaynakların doğru kullanımını, gelişmenin sürdürülebilirliğini ve sürekli olarak yaşam kalitesini iyileştirmeyi amaçlamaktadır. Turizmde sürdürülebilirlik anlayışı turizm işletmeleri açısından birçok kavramı da beraberinde gündeme getirmektedir. Bu kavramlardan biri olan yeşil pazarlama da özellikle konaklama işletmelerinin rekabet edebilirliğinde önemli bir amaç durumuna gelmiştir. Diğer bir ifadeyle günümüzde turistik tüketicilerin istek ve tercihlerinde daha bilinçli davranmaları konaklama işletmelerinin yeşil pazarlama uygulamalarını benimsemelerinde itici bir güç olmuştur.

Kapadokya bölgesi doğal güzellikleri ve kültür dokusu ile Türkiye'nin eşsiz turizm destinasyonları arasında yer almaktadır. Bölgenin en önemli ekonomik kazancı turizm faaliyetleridir ve bu noktada sürdürülebilirlik dikkat edilmesi gereken bir konu olarak gündeme gelmektedir. Kapadokya Bölgesi Nevşehir, Kırşehir, Kayseri, Aksaray ve Niğde illerini içerisine alan bir bölgeyi temsil etmektedir ancak Nevşehir bu iller arasında bölge

olarak daha hakim konumdadır. Bu çalışmada, Nevşehir ilinde bulunan çevreye duyarlı işletme belgesine sahip küçük ölçekli konaklama işletmelerinin yeşil pazarlama faaliyetlerinin incelenmesi ve diğer işletmelere örnek olarak sunulması amaçlanmaktadır.

Sürdürülebilir Turizm Kavramı

Sürdürülebilirlik kavramı, ekonomik gelişmenin çevresel kaynak ve değerlerin korunması ve gelecek nesillere aktarılması prensibine dayanmaktadır (Can, 2013: 26). Coccossis (1996) ise sürdürülebilirliği “insan faaliyetlerinin çevresel kaynaklar üzerindeki etkilerinden doğan ve uzun dönemde ortaya çıkan ekonomik, sosyal ve çevresel olumsuzlukların önüne geçmeyi amaçlayan yaklaşımlar bütünü” olarak ifade etmektedir (Aktaran: Eser vd., 2010: 29). Tanımlardan da anlaşılacağı gibi sürdürülebilirlik sadece çevre ile ilgili değil, aynı zamanda ekonomik, sosyal ve kültürel değerleri de ifade etmektedir. Sürdürülebilirlik kavramı turizmde talepte ve arzda yaşanan değişimler olarak iki açıdan önem taşımaktadır. İlk olarak, turistlerde çevresel duyarlılık ve çevre bilinci oluşturmakta; bu niteliklere sahip turist kimliği oluşturmaktadır. İkinci olarak, arzda yaşanan değişimler ile turizmin doğal çevre, tarihi doku ve sosyal yapıya zarar vermeden devamlılığı vurgulanmaktadır (Kınacı vd., 2011: 86). Çevresel sürdürülebilirlik gerekli olan hizmetleri yeniden oluşturmaya devam etmek için kendi destek ekosistemlerinin kapasitesini aşmadan ve biyolojik çeşitliliği azaltan faaliyetler olmaksızın insanların ihtiyaçlarına cevap vermeyi sağlayan denge, esneklik ve karşılıklı bağlılık durumu olarak tanımlanabilmektedir (Morelli, 2011).

Özellikle kitlesel hareketlerin doğal çevre ve yerel halk üzerindeki olumsuz etkilerinin farkına varılması sürdürülebilir nitelik taşıyan turizm faaliyetlerini teşvik etmektedir (Eser vd., 2010: 29; Erdoğan ve Tosun, 2009: 407). Sürdürülebilir kalkınmanın temelinde kaynakların korunması ve yenilenmesi yatmaktadır (Küçük ve Güneş, 2013: 38). Bölgesel kalkınmada önemli bir dinamik olan turizm sektörü, doğal güzellikler ve kaynaklarla ilişkilidir ve bu ilişki kalkınma ile çevre arasında bir uyum gerekliliğini ortaya koymaktadır. Buradan hareketle, doğal güzelliklerin gelecek nesillere aktarılmasını, kalitenin devamlılığı konularını içeren sürdürülebilir turizm ortaya çıkmaktadır. Dünya Turizm Örgütü sürdürülebilir turizmi “ziyaretçilerin, sektörün, çevrenin ve yerel halkın ihtiyaçlarına yönelik bugünkü ve gelecekteki sosyal, ekonomik ve çevresel etkileri hesaba katan bir yaklaşım” olarak tanımlamaktadır (UNWTO, 2016). Başka bir tanımda ise sürdürülebilir turizm sektörü besleyen doğal çevre ve insan kaynaklarını olumsuz etkilemeden turizm kapasitesini ve turizm ürünlerinin kapasitesini artırma faaliyetleri olarak ifade edilmektedir (Kahraman ve Türkay, 2012: 111).

Sürdürülebilir turizm yaklaşımında çevreyi koruma ve yaşam koşullarının iyileştirilmesi amaçlanmaktadır ve destinasyona özgü turizm kaynaklarının çekiciliklerinin korunmasında talep yönetimine önem verilmektedir. Bu anlamda geleneksel anlayışlardan ayrılan sürdürülebilir turizmin gelişmesi yalnızca turistik arz koşulları ve üretim kapasitesini değil aynı zamanda talebi de dikkate almaktadır (Ayaş, 2007: 63). Sürdürülebilir turizmde önemli olan destinasyonun sahip olduğu doğal çevrenin, tarihin, kültürün ve toplumsal değerlerin uzun dönemde de pazarlanabilir olmasıdır ve ayrıca turizm arz ve talebinin iyi bir şekilde dengelenmesidir. Sürdürülebilir turizm anlayışında amaç, en kısa sürede en fazla turistin ağırlanması demek değil, yerel halkın kimliğini kaybetmeksizin hayat standardının yükseltilmesi ve mutluluk düzeyinin artırılmasıdır (Soykan, 2003: 8). Sürdürülebilir turizm, turizmin gelecekte de bölge için değer yaratan bir sektör olması hedefiyle, gelişmenin hem ekonomik hem de sosyal ve ekolojik dengeleri dikkate alması gerektiğinin kabul edilmesidir (Türkay, 2014: 228).

Sürdürülebilir turizm çevresel ve ekolojik anlamda sürdürülebilir, ekonomik anlamda uygulanabilir ve sosyal anlamda da kabul edilebilir özelliklere sahip çevreci yönetim ve planlar ile gerçekleştirilebilecek bir turizm anlayışıdır (Dolmacı ve Bulgan, 2013: 4857). Türkiye’de bulunan konaklama işletmelerinin konumuna bakıldığında, bu işletmelerin %80’i kıyı kesimde bulunmaktadır ve bu bölgeler yoğun betonlaşma tehdidi altındadır. Ayrıca, bu bölgelerde konaklama işletmelerinin plansız yapılmasından kaynaklı kanalizasyon, atık ve arıtma sorunları yaşanmaktadır. Bu sorunlar sürdürülebilir turizm için engel teşkil etmektedirler (Emeksiz, 2007: 143). Bu bağlamda, turizm endüstrisi çevre değerlerinden en çok yararlanan dünyanın en büyük endüstrilerinden biridir. Bu nedenle çevrenin, yerel halkın ve turizm endüstrisinin birbiriyle kaynaşmadığı bir turizm gelişmesi düşünülemez (Demir, 2002: 92). Ayrıca, rekabetin yoğun yaşandığı turizm sektöründe kazançlı çıkmak için çevreye duyarlı, devamlılık gösteren çeşitli çalışmaların uygulanması sürdürülebilir turizmin önemini ortaya çıkarmaktadır.

Sonuç olarak, turistik destinasyonlara ait çekicilikler sonsuz değildir. Bu nedenle sahip olunan çekicilikler sınırlı ve muhtemelen yenilenmesi olanaksız kaynaklar olarak görülmeli ve değerlendirilmelidir. Çevreyi korumayı ve yaşam koşullarını iyileştirmeyi amaçlayan sürdürülebilir turizm ile destinasyonların turistik kaynaklarının korunmasına ve çekiciliklerinin devamlılığına önem verilmelidir.

Yeşil Pazarlama Kavramı

Postmodern dünyada çevre konusunda daha duyarlı hale gelmiş tüketicilerin varlığı, işletmeleri rakiplerinden farklı kılacak bir anlayış arayışına sürüklemiştir. Bu noktada yeşil dostu, çevreci işletmecilik ortaya çıkmıştır. Çevreye duyarlı veya yeşil pazarlama kavramları işletmeleri, çevreyi üretim faaliyetlerinde dikkate alan, çevreye en az zarar vermeyi amaçlayan, çevre dostu kurum kültürünü oluşturan ve sosyal sorumluluk kapsamında topluma karşı görevlerinin bilincinde olan kurumlar haline getirmiştir (Korkmaz ve Atay, 2017: 153; Şahin vd., 2016: 61).

Yeşil pazarlama kavramı literatürde ekolojik pazarlama, çevresel pazarlama, sürdürülebilir pazarlama ve yeşilci pazarlama gibi değişik isimlerle kullanılmaktadır (Karaca, 2013: 100). Daha az paket kullanma ve ambalajların yeniden kullanılması, ürünlerin çevreye zarar vermeyecek şekilde üretimi, ürünlerde doğal maddelerin kullanımı gibi gelişmeler yeşil pazarlama kapsamındadır (Uygur, 2007: 28). Yeşil pazarlama ilk kez 1975 yılında Amerikan Pazarlama Birliğinin düzenlemiş olduğu “ekolojik pazarlama” konulu seminerde tartışılmış ve ekolojik pazarlama; pazarlama faaliyetlerinin çevre kirliliği, enerji tüketimi ve diğer kaynakların tüketimi üzerine olumlu veya olumsuz etkileri ile ilgili çalışmalar olarak ifade edilmiştir (Atay ve Dilek, 2013: 206). Başka bir tanımda ise yeşil pazarlama kavramı, insanların ihtiyaç ve isteklerini tatmin etmek için geliştirilen birtakım değiş tokuş faaliyetlerinin bu ihtiyaçları giderirken çevreye en az zarar verecek şekilde yapılmasını sağlayan pazarlama faaliyetleri olarak tanımlanmaktadır (Polonsky, 1995: 30). Yeşil pazarlama; insanların, doğal çevre üzerinde en az zararlı etkiye sahip istek ya da ihtiyaçlarını tatmin etmek için tasarlanan herhangi bir değişikliği kolaylaştırmak ve düzenlemek için icra edilen faaliyetler bütünüdür. Sonuç olarak yeşil pazarlama, çevresel zararı kesinlikle ortadan kaldırmaktan ziyade o zararı en aza indirmeyi amaçlamaktadır (Ayyıldız ve Genç, 2008: 506). Yeşil pazarlama anlayışı ile işletmeler geleneksel pazarlama anlayışından vazgeçmişlerdir. Yeşil pazarlama ile geleneksel pazarlama anlayışı arasında birtakım farklılıklar mevcuttur. Bunlar Tablo 1’de verilmektedir:

Tablo 1. Geleneksel Pazarlama ile Yeşil Pazarlama Arasındaki Farklar

Geleneksel Pazarlama	Farklılıklar	Yeşil Pazarlama
Tüketici ve işletme	Anlayış	İşletme, tüketici ve çevre
İşletme ve tüketici memnuniyeti	Amaç	İşletme ve tüketici memnuniyeti ve verilen ekolojik etkiyi azaltma
Ekonomik sorumluluk	Sorumluluk	Sosyal sorumluluk
Yasal gereklilik	Ekolojik talepler	Yasal gerekliliklerin yanı sıra çevresel talepler

Üreticiden ürün kullanımına doğru	Alınan pazarlama kararları	Hammaddelerin elde edilmesinden tüketim sonrasına kadar zincirleme ürün değeri
-----------------------------------	----------------------------	--

Kaynak:(Yıldız ve Barut, 2016: 160).

Geleneksel pazarlama anlayışında öncelikli amaç işletmenin ve tüketicinin memnuniyeti iken; yeşil pazarlama da bunun yanı sıra çevreye en az etkide bulunmak da amaçlanmaktadır. Ayrıca geleneksel pazarlama anlayışında işletme ve tüketici yer alırken yeşil pazarlama anlayışında gelenekselden farklı olarak çevre de dahil edilmektedir. Geleneksel pazarlama kararlarında üreticiden tüketime doğru bir zincir varken; yeşil pazarlamada sadece üretimde değil hammadde elde edilmesi aşamasında bile doğa dostu bir zincir hakimdir. İşletmeler, çevresini görebilen, yaşadığı ve bağımlı olduğu doğal ve kültürel çevresiyle bütünleşebilen, dünyayı ve insanları daha iyi anlayabilen ve gözlemleyebilen, daha yapıcı ilişkiye açık olan ve sorumlu bir şekilde hareket eden bir anlayışla faaliyette bulunmalıdırlar. Tam tersine bir davranış, uzun vadede işletmelerin en önemli amacı olan sürekliliği engelleyebilmektedir (Özgener, 2004).

Konaklama İşletmeleri ve Yeşil Pazarlama Uygulamaları

Turizm her geçen gün büyüyen sektörler arasında yer almaktadır. Her ne kadar turizm endüstrisinin hammaddesi deniz, güneş, kum, içmeler, kaplıcalar, dağlar, mağaralar gibi doğal güzellikler olsa bile, buralardaki çeşitli turizm etkinlikleri çevre kirliliği yaratmaktadır. Turizmin gelişmesiyle birlikte; destinasyonlarda yaşanan çarpık turistik yapılaşma, antik yapıların kirlenmesi, ulusal park, orman gibi yerlerde tahribat, görüntü, gürültü kirliliği, artan çöpler gibi sorunlar ortaya çıkmaktadır (Güney, 2004: 265-268). Turizmin geliştiği destinasyonlarda kurulan işletmelerin önemi bu noktada ortaya çıkmaktadır.

Turizm işletmelerinden biri olan konaklama işletmeleri çeşitli şekillerde çevre ile ilişki içindedir (Emeksiz, 2007: 144). Isınma, soğutma, aydınlatma, yemek pişirme, temizlik, banyo, yüzme, yeşil alanların sulanması gibi gereksinimler düşünüldüğünde konaklama işletmelerini kullanan misafirlerin günlük kaynak tüketimleri oldukça fazladır (Güneş, 2011:47). Bazı destinasyonlarda konaklama işletmeleri çevresel etkilerin daha hassas yaşandığı ekosistemler ve tarihi alanlarda yapılanmaktadır. Araştırmalar, bir turistin enerji tüketiminin % 90'ının destinasyon kaynaklarından sağlandığını göstermektedir. Yine aynı araştırmalarda, bir otelde iki hafta tatil yapan bir turist, 100 kg'dan fazla fosil yakıt tüketmektedir (Mastny, 2001: 28-30). Bilinçli tüketiciler artık aldıkları tüm hizmetlerde doğaya en az zarar verecek uygulamaları tercih etmek istemektedirler. Konaklama işletmelerinde de misafirlerin çevreye karşı duyarlılığı işletmeleri bu anlayışa yönelik

pazarlama araştırmalarına yönelmektedir. Yeşil pazarlama uygulamaları ile konaklama işletmeleri; maliyet azaltmayı, rekabet avantajı sağlamayı, yasal zorunlulukları gerçekleştirmeyi ve misafir beklentilerini karşılayabilmeyi amaçlamaktadır (Seyhan ve Yılmaz, 2010: 57).

Her konaklama işletmesi kendisine göre yeşil pazarlama uygulamaları yürütse de bu uygulamaların içeriği değişiklik göstermektedir. İşletmeler çevreye yönelik uygulamaları basit ve ileriye yönelik olarak iki kısımda ele alabilmektedir. Basit çevre uygulamalarında enerji ve su tasarrufu sağlama, katı atık yönetimi ve turistik tüketicilerle ortak çalışmalar gibi uygulamalar yer alırken ileriye yönelik olarak çalışanlara çevre eğitimi, yeşil faaliyetlerin organizasyonu ve sponsorluğu gibi kurumsal faaliyetlerden yararlanmaktadırlar (Molina-Azorin vd., 2009). Sürdürülebilirliği ve çevreyi korumayı amaçlayan çevreye duyarlı oteller sektörde önem kazanmaktadır. Çevre dostu otellerde, su ve enerji tasarrufu sağlanması, atıkların azaltılması ve korunması, yeşil politikaların oluşturulması amaçlanmaktadır (Green Hotels, 2016). Çevre dostu otellerde temizlik kimyasallarının, sunum, yeme-içme ve konaklama hizmetleri için kullanılan ürünlerin çevre dostu olmasına dikkat edilmektedir. Bu anlamda, yeşil pazarlama uygulamalarının konaklama işletmelerinin yönetimden diğer departmanlara kadar her noktasında önem verilmesi gereken bir konu olduğu ortaya çıkmaktadır.

Turizm ekonomiye sağladığı katkı, sosyolojik ve kültürel gelişim imkânı gibi pek çok olumlu yönüyle bilinen aynı zamanda doğa ve çevre üzerinde geri dönüşü mümkün olmayan tahribatlar bırakmasından korkulan bir sektördür (Altunöz vd., 2014: 160). Yeşil pazarlama uygulamaları konaklama işletmelerinde çeşitli şekillerde yer almaktadır. Bu noktada Kapadokya Bölgesi'nde yer alan butik otellerde yeşil pazarlama uygulamalarına yönelik bir örnek olay çalışması yapılmıştır. Böylece, diğer küçük ölçekli otellere yeşil pazarlama uygulamalarını kullanabilmelerinde yol gösterilmesi planlanmaktadır.

Yöntem

Bu çalışma, butik konaklama işletmelerinin yeşil pazarlama uygulamalarının ayrıntılı incelenmesi olarak düşünölmüştür. Kapadokya Bölgesi'nde birçok küçük ölçekli konaklama işletmesi yer almaktadır. Ancak bunların çok azı çevre dostu işletme kimliğine sahiptir. Bu nedenle çalışmada, Kapadokya Bölgesi'nde yer alan küçük ölçekli bir konaklama işletmesinin yeşil pazarlama uygulamaları incelenerek bir örnek ortaya koymak amaçlanmaktadır.

Kapadokya Bölgesi'nde Kültür ve Turizm İl Müdürlüđu'nden alınan istatistikler sonucunda iki konaklama işletmesinin çevre dostu işletme belgesine sahip olduğu tespit edilmiştir.

Bunlardan biri Gamirasu Otel; diğeri ise Fresco Konakları'dır. Daha önceki verilerde zincir işletmelerden biri olan Dedeman Oteli' de yer almaktadır ancak otelin kapanması ile çalışma kapsamına alınmamıştır. Zincir konaklama işletmelerinde yeşil pazarlama uygulamalarının bilinçli bir şekilde yürütüldüğü daha önceki yapılan çalışmalarda görülmüştür (Atay ve Dilek, 2013; Aykan ve Sevim, 2013: 98; Seyhan ve Yılmaz, 2010). Küçük ölçekli konaklama işletmelerinin yeşil pazarlama uygulamalarında bulunduğu öğrenilmesi Kapadokya Bölgesi'nde yer alan diğer konaklama işletmeleri için sürdürülebilirlik açısından hayati öneme sahiptir. Çalışmaya Gamirasu Oteli'nin Ürgüp'ün bir köyünde yer alması ulaşım ve zaman anlamında kısıt yaratmıştır. Bu sebeple Ürgüp merkezde yer alan Fresco Konakları çalışma konusu olmuştur.

Çalışmada nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Nitel araştırma, insan ve grup davranışlarının nedenini ve nasılını anlamaya yönelik araştırmalardır. Nitel araştırma yöntemini, araştırmanın doğal olarak oluşan olguları tüm karmaşıklığı içinde incelenmesi ve öznel olması, araştırmacıya esneklik sağlaması gibi nedenlerle tercih edilmiştir (Gürbüz ve Şahin, 2015: 374). Nitel araştırma desenlerinden biri de bütüncül tek durum (örnek olay) desendir. Durum çalışması, güncel bir konuyu içinde bulunduğu içerik arasındaki sınırların kesin hatlarıyla belirgin olmadığı ve birden fazla kanıt veya veri kaynağının mevcut olduğu durumlarda kullanılan, görgül bir yöntemdir (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 277). Veri toplam yönteminde ise yarı yapılandırılmış görüşme, gözlem, fotoğraflama ve doküman incelemeleri kullanılarak bir çeşitleme (triangulation) kullanılmıştır. Çeşitleme, nitel araştırmalarda geçerlilik ve güvenilirliğin sağlanmasında kullanılan önemli bir yoldur (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 277). Çalışmada yönetim kademesinde bulunanların yeşil pazarlama konusundaki görüşleri ve işletmede yapılan uygulamalar derinlemesine öğrenilmiştir. Görüşme sırasında sorulan sorular literatürde bulunan ana konulardan tasarlanmıştır. Bunlar; su kullanımı ve alınan önlemler, enerji kullanımı ve enerji tasarrufu için alınan önlemler, atıkların azaltılması ve geri dönüştürülmesinde yönetim, işletme alanının kullanımı, yerel halk ve turizm ilişkisinin yönetimi, yerel yönetim ve sektör ilişkisinin yönetimi, sürdürülebilirliğe işletme olarak bakış açısı ve çalışanlara çevre dostu eğitimler şeklindedir.

Küçük Ölçekli Konaklama İşletmesi Olarak Fresco Konakları'nın Yeşil Pazarlama Uygulamaları

Ürgüp ilçesinde yer alan Fresco Konakları, 2897 m² alan üzerinde inşa edilmiş üç farklı tarihi konakta toplam 17 odası (11 mağara, 6 konak oda) ile hizmet veren küçük ölçekli bir konaklama işletmesidir. 18. yy Osmanlı mimarisi özelliklerini taşıyan ve kısa bir restorasyon

döneminden sonra açılan işletme, Kapadokya Bölgesi'ndeki eşsiz mekânlardan biridir. 2011 yılında hizmet vermeye başlayan Fresco Konakları ismini konak duvarlarını süsleyen fresklerden almaktadır (Fresco Konaklar Tarihçesi, 2017). Fresco Konakları, herhangi bir hibe almadan kurulmuş aile işletmesi olarak faaliyetlerine devam etmektedir. Fresco Konakları Kültür ve Turizm Bakanlığı konaklama işletmesine sahip Kapadokya'da bulunan seçkin işletmelerden biridir. Bakanlıktan işletme belgesini aldıktan sonra danışman yardımı almadan gerekli düzenlemeleri yaparak çevreye duyarlı konaklama işletmesi belgesini ikinci denetimde almıştır. Konaklama işletmesinin tasarımına uygun olmadığı için uygun olan geri dönüşüm kutuları yapılanaya kadar alınan belge misafirlerle paylaşılmamıştır. Gerekli son düzenlemelerin ardından çevreye duyarlı konaklama işletmesi Bakanlıktan alınan işletme belgesi ile birlikte otelin girişinde ve önbüro deskinin bulunduğu yerde görünür bir şekilde sergilenmektedir. İşletme, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden alınan verilere göre Nevşehir ilinde çevreye duyarlı konaklama işletme belgesine sahip 2017 yılı itibariyle iki butik otel işletmeden biridir. Bu nedenle de çalışma kapsamında araştırma konusu olarak uygun görülmüştür. Otel işletme müdürü ve aynı zamanda otelin sahibi ile yapılan görüşme sonucunda elde edilen bilgiler su kullanımı, enerji kullanımı, atık yönetimi, alan kullanımı, yerel halk, yerel yönetim, misafir ve çalışan ilişkileri şeklinde gruplandırılmıştır.

Fresco Konaklarının Su Kullanımı Uygulamaları

Konaklama işletmeleri için susuz hizmet verebilmek mümkün değildir. Konaklama işletmeleri hem sınırlı su kaynakları üzerinde baskı ortaya koymakta hem de su kaynaklarının çeşitli amaçlarla tüketimini arttırmaktadırlar (Güneş, 2011: 47). Konaklama işletmeleri, sürdürülebilirlik için su kullanımında dikkatli davranmaları ve buna ilişkin birtakım önlemler alınması gerektiğini bilmelidirler.

Fresco Konakları'nın çevre dostu su kullanımı kapsamında 2016 yılında kişi başı ortalama aylık su tüketimi 92 lt/kişi iken; 2015 yılında 162 lt/kişi olarak hesaplanmıştır. Aylık olarak tutulan tüketim çizelgesi sayesinde ne kadar su kullanıldığı takip edilmektedir ve yoğunluk/kullanım farklılığı olması durumunda gerekli incelemelerle kaçak, sızıntı takibi yapılmaktadır. Sıcak ve soğuk su kullanımı ayrı olarak takip edilmektedir. Sıcak suyun sürekli olarak 65°C olmasına dikkat edilmektedir. Bunun içinde üç farklı su sistemi kurulmuştur. İlki soğuk su sistemi, diğeri sıcak su sistemi ve sonuncusu da kışın odaların ısınmasında kullanılan kalorifer sistemidir. Farklı sistemlerin kurulmasındaki temel neden; sıcak su temininin kalorifer sistemi ile sağlandığında oda sıcaklığının fazla olmasına yol açarak sıcaklığa bağlı misafirlere şikâyetlerin olmasıdır. Ayrıca kalorifer ve sıcak su aynı

sistemken kömür tüketiminin artması ve buna bağlı olarak karbondioksit salınımının çevre kirliliğine neden olması işletmenin sistemleri ayırmasında etkili bir konu olmuştur. İşletmenin diğer su sayaçlarından farklı su sayacı kullanması ve su kaçağı detektörü kullanması su tasarrufu sağlayan uygulamalar arasındadır. Ayrıca odalarda su kullanımına ve kirli çamaşırlara ilişkin not bulunmaktadır. Misafirlerin kirli çamaşırları değiştirilmesi için küvete bırakmasına ve odada görülen su kaçaklarına bildirmesine ilişkin yönergeler yer almaktadır. Atık suların arıtılmasında Ürgüp Belediyesi'nin kurmuş olduğu arıtma tesisi kullanılmaktadır. Mutfak bölümünde yağ-su arıtma sistemi kurulmuştur ancak yapılan çalışmalarda hijyen sorunu nedeniyle vazgeçilmiştir. Otelin çatı kısmında 1,5 ton kapasiteli 130 m² yağmur su deposu bulunmaktadır. Burada yağmur suyu biriktirilerek bahçe sulaması yapılmaktadır ancak hijyen sorunu nedeniyle üzerinde çalışılan bir uygulamadır.

Fresco Konakları Enerji Tasarrufu Uygulamaları

Enerji yenilenemeyen kaynaklar arasında yer almaktadır. Sürdürülebilirlik açısından enerji kaynaklarının kullanımı konaklama işletmelerinde güncel bir konudur. İşletmelerin enerji tasarrufu yapmaları maliyetlerin düşmesine ve çevrenin korunmasına fırsat tanımaktadır. Enerji tasarrufu sağlamak için teknolojik birçok gelişme bulunmaktadır.

Fresco Konaklarının yıllık tüketim çizelgelerine göre 2016 yılında aylık ortalama elektrik tüketimi 3218 Kw iken 2015 yılında aylık ortalama 5805 Kw olarak belirlenmiştir. 2013 yılından itibaren sıcak su sisteminde değişiklik nedeniyle kişi başı elektrik tüketimi %7 oranında düşmüştür. Enerji tasarrufu sağlamak için yapılan bir başka uygulama ise enerji tasarrufu sağlayan aydınlatmalardır. Otelin tüm mekânlarında özel olarak yaptırılmış olan uzun ömürlü ekonomik ledler kullanılmaktadır. Buna göre standart bir odada 8 wattlık olan ancak 80 wattlık ışık sağlayan power ledler kullanılırken, restoran ve lobide 12 wattlık 120 watt ışık sağlayan ledler tercih edilmiştir. Fresco Konaklarında sensörler sayesinde kullanılmayan genel alanlarda enerji tasarrufu sistemi sağlanmaktadır.

Odalarda enerji tasarrufu sağlama amacıyla ısınma konusunda bazı değişiklikler yapılmıştır. Odaların dışında bulunan sensörler sayesinde oda sıcaklığı belirli derecenin altına düştüğünde ısınma sistemi devreye girmektedir. Odaları ısıtmak için kömür kaloriferi kullanılmaktadır ve enerji tasarrufu sağlanması için yakıt kazanının günlük temizlik ve bakımına dikkat edilmektedir. Bu sayede karbondioksit salımı azaltılması amaçlanmaktadır. Hem misafirin konforunun arttırması için hem de güneş enerjisinden daha fazla yararlanmak amacıyla oda camlarına film çekilmiştir. Birçok çevre dostu konaklama işletmesinde uygulanan yeşil çatı uygulaması Kapadokya Bölgesi'nin iklimine uygun olmadığı için Fresco Konakları tarafından

tercih edilmemiştir. Elektrik kesintilerine karşı otelde 72 Kw gücünde dizel yakıtlı jeneratör kullanılmaktadır. Jeneratör otelde konaklayan misafir olmadığı ve otelde elektrik ihtiyacının olmadığı durumlarda kapatılmaktadır. Genel olarak sürdürülebilirlik kapsamında yakıt tasarrufu yapılabilmesi için çalışan personel otelin konumuna yakın çevreden tercih edilmektedir. Araç gerekli olduğunda ise toplu taşıma yapılmaktadır. Ayrıca gelen misafirlere ulaşım için motorlu araçlara alternatif olarak bisiklet imkânı sunulmaktadır.

Fresco Konakları Atık Yönetimi Uygulamaları

Konaklama işletmelerinde geçici süre kalan misafirler ihtiyaçlarını karşılayacak çözüm sunucu ürünleri tüketmektedirler ve bunların çoğu plastik, kâğıt, cam gibi geri dönüştürülmeye uygun ürünlerde sunulmaktadır. Bu anlamda, konaklama işletmelerinin plastik, metal, cam, kâğıt ve yiyecek katı atıklarını geri dönüşüm amacıyla ayıklaması ve sınıflandırması doğal çevrenin korunması açısından büyük önem taşımaktadır (Emeksiz, 2007: 14).



Şekil 2. Atık Ayrıştırma Hazneleri

Fresco Konakları eskiyen çarşaf ve havluları kat hizmetleri departmanında ve mutfak bölümünde temizlik işlerinde kullanılmak üzere ayırmaktadır. Otel içerisindeki yazışmalarda çıktı ve faks yerine e-posta kullanılmaktadır. Gelen misafirlerin kimlik veya pasaport kopyaları ise müsvedde kâğıtlara alınarak muhafaza edilmektedir. Otelde kişisel kullanım amacı taşıyan buklet ürünler dışında hiçbir malzeme tek kullanımlık değildir. Mutfaktaki tüm malzemeler tekrar kullanıma uygun malzemelerden (cam, porselen, çelik vb.) tercih edilmektedir.

Fresco Konakları'nın atıklarını haftalık olarak anlaşmalı oldukları geri dönüşüm işletmesi almaktadır. Bu konuda otelin tüm katlarında, mutfakta ve genel alanlarında atıkların ayrıştırılmasını kolaylaştıran hazneler bulunmaktadır ve bu hazneler işletme tasarımına uygun olarak ahşap malzemeden özel olarak yaptırılmıştır (Şekil 2).

Ayrıca işletme içerisinde kullanılan pillerin toplanabilmesi için Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü'nden alınan atık pil kutuları kullanılmaktadır. Otel içerisinde öğretici kullanılmaktadır. Ayrıca, mutfakta kullanılmış yağlar geri dönüştürülmek üzere biriktirilmektedir. Otelde atık miktarı çeşitlerine göre aylık olarak tablo haline getirilmektedir. Buna göre 2015 ve 2016 yılına ait atık miktarları Tablo 2'de gösterilmektedir. 2016 yılında atık miktarında 2015 yılına göre büyük bir artış yaşanmıştır. Bu artış, otel yönetimi tarafından

kaya bir otel olmaları nedeniyle daha önce otelde açılmayan odalarda bu yıl yapılan tadilat/temizlik işlemleri ve daha önce ayrıştırılmayan atıkların işlenmesi olarak belirtilmiştir.

Tablo 2. Fresco Konakları Atık Miktarı

Atık (kg)	2015	2016
Kâğıt	18,5	175
Yağ	12	10
Plastik	11	52
Metal	23	31

Kaynak: Fresco Konakları 2015 ve 2016 Yılı Genel Enerji, Su Tüketimi ve Atık Raporu

Odalarda bulunan sabun, şampuan vb. malzemeler doldurulabilir olarak kullanılmaktadır. Odalarda misafirleri bilgilendirmek için notlar bulunmaktadır ve bu notlar şeffaf kaplı kaplarda saklanarak uzun süre kullanılabilir. Otelde tüm alanların temizliğinde suda çözünürlüğü olan kolay temizlenebilen çevre dostu bir markanın ürünleri tercih edilmektedir.

Fresco Konakları Alan Kullanımı Uygulamaları

Konaklama işletmelerinde alan kullanımı otel içi kullanımı kadar önemli ve dikkat edilmesi gereken bir konudur. Otel içerisinde sürdürülebilirlik anlayışı benimsenirken alan kullanımının göz ardı edilmesi işletmeyi hedeften uzaklaştırmaktadır.

Fresco Konakları sahip oldukları yeşil alana rağmen otel dışı çevre düzenlemelerine de dikkat etmektedir. Bunun için otelin yan tarafında bulunan 14. yy'e ait Karamanoğlu Cami bahçesinde peyzaj çalışmaları yapılmıştır ve bölge iklimine uygun bodur ağaçlandırma çalışmaları yapılmaktadır. Her sene buraya bölgeye has asmalar dikilmektedir. Zaman zaman cami bahçesinde bölge tanıtımı ile ilgili sergiler yapılmaktadır. Otelin konumu eski Ürgüp çarşı meydanıdır ve bu meydana otopark ve park düzenlemesi yapılmıştır. Otelin tümünde görüntü kirliliğini azaltmak için oda dışında duran klima dış üniteleri ahşap kutularla kaplanmıştır. Önbüro kullanımı için alınan plastik bilgilendirme panoları görüntü kirliliği yüzünden otel dokusuna uygun olan kara tahtaya çevrilmiştir. Otelin üst kısmında büyük bir alan bulunmaktadır ve burada bölge iklimi kurak olması nedeniyle gerçek çimle birebir örtüşen suni çim kullanılarak görsellik sağlanmıştır. Ayrıca aynı alana bölge iklimine uygun çiçekler ve ağaçlar seçilerek Japon bahçesi kurulmuştur. Yaz aylarında şemsiyelerin yaptığı görüntü kirliliğini azaltmak için ahşap güneşlikler kullanılmıştır. Ayrıca misafirlerin doğa ile iç içe daha fazla zaman geçirmeleri için çatı kısmında bölge taşlarından yapılan doğal gölgelendirme projeleri gündemdedir.

Fresco Konakları Yerel Halk, Misafir ve Çalışan İlişkileri ve Eğitim Uygulamaları

Turizm sektörünün günümüzde toplum için taşıdığı önemin tartışılmasına gerek yoktur. Bu sektör uluslararası pazardaki niteliksel değişimlerden yani demografik, sosyo-kültürel,

ekonomik, siyasi gelişmelerden ve teknolojik değişikliklerden etkilenmektedir (Yavuz ve Zığındere, 2000: 330). Bu noktada turizm işletmelerinin çalışanlar, yerel halk ve misafirler arasında bir köprü görevi üstlendiği söylenebilir.

Fresco Konakları yeşil dostu uygulamalara ilişkin en önemli görevin çalışanlara düştüğüne inanmaktadır. Bu doğrultuda işletme tarafından çalışanlara işe uyum sürecinde çevre duyarlı verilmektedir. Verilen eğitimler sayesinde kat görevlilerinin dikkati ile oda havlularının 2 yılda değiştirilmesi gerekirken 3 yıl kullanılabilirliği sağlanmıştır. Odalardaki çevre dostu notlar ile misafirlerin yeşil dostu bireyler olarak bilinçlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bununla birlikte otelde yerel halkın çevre duyarlılığının artırılmasına yönelik proje çalışmaları ve sürdürülebilir turizm çalıştay planı gündemdedir. Ayrıca örnek olması amacıyla bulunan bölgeye katkı amaçlı 500 petunya, 500 sardunya ve 25 asma dikilmiştir. Daha sonraki dönemlerde “Fresco Fidanlığı” yapılması planlanmaktadır. İşletmede kahvaltıda kullanılan ürünlerin birçoğu yerel halktan satın alınmaktadır ve otel içerisinde kurulan el sanatları dükkânı ile halkın ürettiği ürünleri misafirlere satabileceği alan sağlanmaktadır. Otelin web sayfasında yeşil otel simgesi ve tanıtıcı resimler, yazılar ziyaretçilere sunulmaktadır. Otel içerisinde tüm çalışanların katıldığı aylık bütçe toplantıları yapılmaktadır ve bu toplantıda aylık tüketimlerden, aylık atık miktarlarından bahsedilmektedir. Otelin misafirlere ilişkin memnuniyet anketi bulunurken yeşil bilince ilişkin anket analiz edilmesindeki zorluk nedeniyle tercih edilmemektedir.

Sonuç ve Tartışma

Günümüzde turizm işletmelerinin devamlılığında doğal çevrenin önemi büyüktür. Ancak doğaya çeşitli şekillerde zarar yine turizm işletmelerinden gelmektedir. Devlet baskısı, bilinçli turistlerin artışı, rekabet, karlılık gibi unsurlardan dolayı yeşil pazarlama anlayışı konaklama işletmelerinde de gündemdedir. Birçok zincir konaklama işletmesinde yeşil pazarlamaya ilişkin faaliyetler görülmektedir. Ancak küçük ölçekli konaklama işletmelerinin de yeşil dostu faaliyetlerde bulunması sürdürülebilirlik açısından önem taşımaktadır. Bu faaliyetlerin yaygınlaşabilmesi için konaklama işletmelerinde köklü değişikliklere ihtiyaç duyulmaktadır. Konaklama işletmelerinin faaliyetlerinin sürdürülebilirliği konusunda sadece üretim boyutlu geleneksel pazarlama anlayışından uzaklaşıp modern ve yeşil dostu yaklaşımları benimsemeleri yerinde olacaktır. Yerel halk ve turist ihtiyaçları karşılanırken var olan kaynakların gelecekte de korunması dikkat edilmesi gereken bir konudur.

Kapadokya Bölgesi doğal güzellikleri ile her yıl milyonlarca turistini ziyaret ettiği bir destinasyondur. Burada turizmin sürdürülebilir bir şekilde yürütülmesi çevreye katkı

sağlamaktadır. Bu amaçla çalışmada çevre dostu konaklama işletmelerinin yeşil pazarlama uygulamalarının ayrıntılı incelenmesi hedeflenmiştir. İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden alınan istatistiklerde Nevşehir ilinde çevreye duyarlı konaklama işletmesi belgesine sahip otellerden biri Fresco Konaklarıdır. Bu otelin çalışma kapsamına alınmasında Kapadokya Bölgesi'nde küçük ölçekli konaklama işletme sayısının fazla olması ve bu otellerin bölge turizmi için hayati önem taşımasıdır.

Görüşme sonucunda otelin misafirler tarafından tercih edilmesinde yeşil dostu uygulamalar ilk neden değildir. Otel rakiplerden farklı olarak yeşil pazarlamayı kullanarak konumlandırılmayı tercih etmektedir. Otelin sahip olduğu sertifikalar ve belgeler web sayfasında tanıtım için etkin şekilde kullanılmaktadır. Tüketici memnuniyetini ölçen anket genişletilerek misafirlerin çevreye duyarlılığının da ölçülmesi faydalı olacaktır. Otelin Kapadokya Bölgesi'nde çevreye duyarlı konaklama işletme belgesine sahip olan tek butik işletme olması diğer otellere örnek olabileceğini göstermektedir. Bu noktada diğer küçük ölçekli konaklama işletmelerine yeşil pazarlama uygulamaları hakkında bazı önerilerde bulunmak yararlı olacaktır. Öncelikle bölge turizm işletmeleri sürdürülebilir bir anlayışı benimsemeleri gerektiği konusunda bilinçlendirilmelidir. Otellerin genel su tesisatına ve elektrik sistemine detektör takılarak kaçak ve kullanım sürekli olarak kontrol edilmelidir. Su kullanımında çevre dostu uygulamalardan biri olan atık suları arıtma sistemi taktırmaları ve bu arıtılmış suyu işletmelerinin yeşil alanlarını sulamada kullanmaları faydalı olacaktır. Ayrıca otellerin genel alanlarına ve odalara ısı yalıtımı yapılması ve ısı detektörleri takılması dışarının ısısına uygun olarak enerji tasarrufu sağlanmasına yardımcı olacaktır. Geri dönüşüm kutularının işletmelerde belirli noktalarda da bulunması yine çevre dostu bir uygulama olarak bilinmektedir. Bu noktada küçük ölçekli konaklama işletmelerinin otel tasarımlarına uygun geri dönüşüm kutuları kullanmaları önemlidir. İşletme alanlarının çevre dostu uygulamalara yönelik düzenlenmesi misafirlerin memnun ayrılmalarında kullanılabilecek bir uygulamadır. Personellerin çevre dostu uygulamalara ilişkin eğitilmesi ve her departmanda uygulanabilir çalışmalar yapılması bölgede turizmin sürdürülebilirliği açısından önem taşımaktadır. Otelerde yeşil pazarlama uygulamalarının takibinde ve kıyaslanmasında işletme yöneticilerine büyük iş düşmektedir. Her ay düzenli olarak tüketim kalemleri kontrol edilmesi ve beklenilenden yüksek çıkan noktaların incelenmesi işletmenin sağlıklı bir yeşil politika takip etmesinde önemli bir konudur.

Literatürde birçok çalışmada belirtildiği gibi, yeşil otelcilik anlayışı sadece kıyı veya turistik destinasyonlarda değil, aynı zamanda şehir otellerinde de uygulanması ve yaygınlaştırılması

gereken bir sürdürülebilirlik politikasıdır (Kahraman ve Türkay, 2012; Atay ve Dilek, 2013; Korkmaz ve Atay, 2017). Çalışma sonuçlarından en önemlisi, yeşil dostu uygulamaların yürütülebilmesi için yerel yönetimlerin ve diğer paydaşların bilinçlenmesi, uzun vadeli uygulanabilir politikalar belirlenmesi ve paydaşların her biri bu politikaları benimsemeye istekli olması yönündedir. Bu sonuç literatürde yapılan diğer çalışmalarla benzerlik göstermektedir (Altunöz vd., 2014; Sert, 2017). Erdoğan ve Barış'ın (2007) dikkat çektiği konu, genel çevre sorumluluğun benimsenmesi, çevresel plan ve politikaların kağıt üzerinde kalmaması ve işlerlik kazanarak yasal boşluklardan oluşturulmamasıdır. Enerji ve su tüketimine dikkat edilmesi, katı atıkların en az hale getirilmesi, işletme personellerinin ve yerel halkın bu konuda bilinçlendirilmesi gibi konuların turizm işletmelerinde ve onların nezdinde otel işletmelerinde benimsenmesi gerekmektedir. Görüşme esnasında da bunların altı çizilerek çalışmada bu konular kapsamında yeşil pazarlama uygulamalarının üzerinde durulmuştur.

Sonuç olarak, çevre dostu uygulamaları kullanarak konaklama işletmelerinin şu anda kullanılan cazibe unsurlarını koruyacağı ve bu uygulamaları kullanan işletmelerin de ekonomik kazanç sağlayacağı kesindir. Ayrıca söz konusu cazibe unsurlarının gelecek nesillere en az zararlı aktarılması mümkün olabilecektir. Burada konaklama işletmelerinin hangi turizm faaliyetinde bulunursa bulunsun sürdürülebilir bir turizm anlayışını ve yeşil dostu işletme kavramını benimsemesi gerektiği unutulmamalıdır.

Kaynakça

- Altunöz, Ö., Arslan, Ömer E. ve Hassan, A. (2014),“Turistlerin Yeşil Pazarlamaya Yönelik Görüşlerinin Demografik Değişkenler Kapsamında İncelenmesi”, *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 43(1), s. 157-172.
- Atay, L. ve Dilek, E. (2013), “Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: İbis Otel Örneği”, *Süleyman Demirel İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), s.203-219.
- Ayaş, N. (2007), “Çevresel Sürdürülebilir Turizm Gelişmesi”, *Gazi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), s. 59-69.
- Aykan, E. ve Sevim, B. (2013), “Konaklama İşletmelerinde Çevre Yönetimi Uygulamaları ve Algılanan Kurumsal İtibar Üzerindeki Etkisi: Kayseri ve Nevşehir Otelleri Üzerine Bir Araştırma”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(3), s. 93-113.
- Ayyıldız, Hasan-Kurtuluş ve Genç, Y. (2008), “Çevreye Duyarlı Pazarlama: Üniversite Öğrencilerinin Çevreye Duyarlı Pazarlama Uygulamaları ile İlgili Tutum ve Davranışları Üzerine Bir Araştırma”, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi / Journal of Graduate School of Social Science*, 12(2), s. 505-527.
- Birkan, İ. (2001), “Sürdürülebilirlik Kavramı, Turizm Sektörü Açısından Sürdürülebilir Gelişmenin Önemi ve Koşulları”, *I. Ulusal Turizm İşletmeciliği Kongresi Bildiriler Kitabı*, 17- 18 Kasım 2001, Kızılcahamam, Ankara, s. 212-226.
- Can, E. (2013), “Turizm Destinasyonlarında Sürdürülebilir Turizmin Sürdürülebilir Rekabet Açısından Değerlendirilmesi”, *Istanbul Journal of Social Sciences*, 4, s. 23-40.
- Demir, C. (2002), “Milli Parklarda Sürdürülebilirlik Kavramının Turizm ve Rekreasyon Faaliyetleri Açısından Analizi: Türkiye’de ki Milli Parklara Yönelik Bir Uygulama”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(8),s. 87-105.
- Dolmacı, N. ve Bulgan, G. (2013), “Turizm Etiği Kapsamında Çevresel Duyarlılık”, *Journal of Yasar University*, 29(9),s. 4853-4871.
- Emeksiz, M. (2007), “Küçük Otel İşletmeleri ve Çevre Yönetimi”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(18), s. 141-156.
- Erdoğan, N. and Tosun, C. (2009), “Environmental Performance of Tourism Accommodations in the Protected Areas: Case of Goreme Historical National Park”, *International Journal of Hospitality Management*, 28, s. 406-414.
- Eser, S., Dalgın, T. ve Çeken, H. (2010),“Sürdürülebilir Kültür Turizmi: Efes Örneği”, *Ege Coğrafya Dergisi*, 19(2),s. 27-34.
- Fresco Konakları (2017), *Fresco Konakları Tarihçesi*, <http://www.frescomansions.com/history.aspx?ID=3&LID=2> (16.02.2017).
- Green Hotels (2016), *Environment Friendly Hotels*, <http://greenhotels.com/index.php#a> (11.11.2016).
- Güneş, G. (2011),“Konaklama İşletmelerinde Çevre Dostu Yönetiminin Önemi”, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13(20),s. 45-51.
- Güney, E. (2004), *Çevre Sorunları*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2015), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayınları, Ankara.

-
- Kahraman, N. ve Türkay, O. (2012), *Turizm ve Çevre*, Detay Yayınları, Ankara.
- Karaca, Ş. (2013), “Tüketicilerin Yeşil Ürünlere İlişkin Tutumlarının İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma”, *Ege Akademik Bakış*, 13(1),s. 99-111.
- Kınacı, B., Albuz Pehlivan, N. ve Seyhan, G. (2011), *Turizm ve Çevre (Çevre Koruma)*, Pegem Yayınları, Ankara.
- Korkmaz, H. ve Atay L. (2017), “Otel İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamalarının Rekabet Avantajına ve İşletme Performansına Etkisi”, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 17(38), s.151-175.
- Küçük, M. ve Güneş, G. (2013), “Sivil Toplum Kuruluşları ve Çevresel Sürdürülebilirlik”, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(2),s. 298-311.
- Mastny, L. (2001), *Traveling Light: New Paths for International Tourism*, Worldwatchpaper 159, <http://www.worldwatch.org/system/files/WP159.pdf> (11.11.2017).
- Molina-Azorin, J. F., Claver-Cortes E., Pereira-Moliner, J. and Tari, J. J. (2009), “Environmental Practices and Firm Performance: An Empirical Anaysis in The Spanish Hotel Industry”,*Journal of Cleaner Production*, 17, p. 516-524.
- Morelli, J. (2011), “Environmental Sustainability: A Defination for Environmental Professionals”, *Journal of Environmental Sustainability*, 1, p. 19-27.
- Özgener, Ş. (2004), *İş Ahlakının Temelleri: Yönelimsel Bir Yaklaşım*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Polonsky, M. J. (1995), “A Stakeholder Theory Approach to Designing Environmental Marketing Strategy”, *Journal of Business & Industrial Marketing*, 10(3), p. 29-50.
- Sert, A. N. (2017), “Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: Doğa Residence Otel Örneği”, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), s. 1-20.
- Seyhan, G. ve Yılmaz, B. S. (2010), “Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama: Calista Luxury Resort Hotel”, *İşletme Fakültesi Dergisi*, 11(1), s. 51-74.
- Soykan, F. (2003), “Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi için Önemi”, *Ege Coğrafya Dergisi*, 12, s. 1-11.
- Şahin, A., Meral, H. ve Aytıp, Y. (2016), “Yeşil Pazarlamada Tüketici Algısı: Kahramanmaraş Kent Merkezi Örneği”, *Anadolu Tarım Bilimleri Dergisi*, 31, s. 60-71.
- Türkay, O. (2014), *Destinasyon Yönetimi: Yönetimbilim Bakış Açısıyla İşlevler, Yaklaşımlar Ve Araçlar*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- UNWTO (World Tourism Organization), (2016), *Sustainable Development of Tourism*, <http://sdt.unwto.org/en/content/about-us-5> (28.11.2016).
- Uygur, S. M. (2007), *Turizm Pazarlaması*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Yavuz, E. ve Zığındere, Y. Ö. (2000), “Sürdürülebilir Kalkınmanın Turizme Etkisi”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(4), s. 322-336.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016), *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Yıldız, E. ve Barut, A. (2016), “Yeşil Pazarlama Karması, Çevresel Kaygı ve Çevresel Bilginin Yeşil Ürün Satın Alma Davranışı Üzerine Etkisi”, *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(16), s. 158-170.