



# KIRGIZİSTAN'DAKİ OTELLERİN EKO ETİKET BELGELENDİRİLMESİ MODELİ

EDİTÖR

DOÇ. DR. MUSTAFA MURAT KIZANLIKLI







**KIRGIZISTAN-TÜRKIYE MANAS ÜNİVERSİTESİ**  
**КЫРГЫЗ-ТУРК «МАНАС» УНИВЕРСИТЕТИ**

# **KIRGIZISTAN'DAKİ OTELLERİN** **EKO ETİKET BELGELENDİRİLMESİ MODELİ**

## **Editör**

Doç. Dr. Mustafa Murat KIZANLIKLI

## **Yazarlar**

Doç. Dr. Mustafa Murat KIZANLIKLI  
Yrd. Doç. Dr. Naringül MARGAZİYEVA  
Öğr. Gör. Kimbat ASANOVA  
Arş. Gör. İbrahim GÜNDOĞDU

Bu araştırma; Kırğızıstan-Türkiye Manas Üniversitesi tarafından desteklenen  
KTMU-BAP-2021.SB.01 kodlu Bilimsel Araştırma Projesi kapsamında  
yapılmıştır.

**BIŞKEK-2023**

УДК 640  
ББК 65.432  
К 43

К 43 Кыргызстан'даки Отеллерин Еко Етикет Белгелендирилmesi Modeli. – Б.:  
2023. 62 б.

ISBN 978-9967-9428-6-8

Bu araştırmanın amacı, Кыргызстан'daki otel işletmelerinde uygulanan yeşil otelcilik uygulamalarını ve otel yöneticilerinin yeşil pazarlamaya yönelik algısını belirlemek ve yeşil pazarlama algısı ile yeşil otelcilik uygulamaları arasındaki ilişkiyi tespit etmektir.

Кыргызстан-Түрkiye Üniversitesi Yayınları: 364

Кыргызстан-Түрkiye Manas Üniversitesi Yönetim Kurulu'nun 16/02/2023 tarih ve 2023-02.14 Nolu kararı ile basılmıştır.

Кapak Tasarımı: Sezer ERDOĞAN

КТМУ Yayıп Ofisi, Cengiz AYTMATOV Kampüsü, Cal, Bişkek.

Кыргыз-Түрк «Манас» университетинин Башкаруу кеңешинин № 2023-02.14- чечими боюнча басылды. Басууга 16/02/2023 кол коюлду.

Көркөмдөгөн: Сезер Эрдоган

КТМУнун Басмакана бөлүмү. Бишкек ш., Жал к.р., КТМУнун Ч. Айтматов атындагы кампусу.

ISBN 978-9967-9428-6-8

УДК 640  
ББК 65.432  
© КТМУ, 2023

## TAKDİM

Proje, bir amacı belirli bir süre içinde gerçekleştirmek için, bireysel ve ekip olarak yapılan çalışmalardır. Bilimsel Araştırma Projeleri (BAP) ise yükseköğretim kurumlarındaki bilimsel araştırmaların desteklenmesi amacıyla geliştirilmiş, bilime, ekonomiye, sanata toplumsal ya da evrensel düzeyde katkı sağlayabilecek kuramsal ya da uygulamalı projelerdir. BAP projelerinin araştırmacı açısından olduğu kadar ülke, toplum ve insanlık açısından önemli yararları vardır. Topluma fayda sağlamak ve literatürdeki olası bir boşluğu doldurmak, üniversitenin ülke içindeki saygınlığının artması, isminin ülke sınırlarının ötesinde de duyulması, tanınırlığının artması açısından avantaj sağlamaktadır. Böylece uluslararası ya da özel sektördeki firmaların desteklediği farklı projelerde çalışma imkân ve fırsatına da sahip olabilmektedir. Bu tür projelerde ortaya çıkarılan yeni ürün, teknoloji, buluş veya özgün sonuçlar, ülke ekonomisine, topluma, bilime ve bütün olarak insanlığa önemli katkı sağlayacaktır.

Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi olarak öğretim elemanlarımızın bilimsel araştırma projelerini desteklemeye özel bir önem vermekteyiz. Elinizdeki “Kırgızistan’daki Otellerin Eko Etiket Belgelendirilmesi Modeli” adlı eser Üniversitemizde tamamlanan bir BAP projesinin ürünüdür. Bilindiği üzere doğal kaynakların, çevrenin ve kültürün korunmasında eko etiketler önemli birer araçtır. Eko etiket belgeleri doğal olanı ve kaliteyi koruyucu kurallar sağlaması nedeniyle gıda ve turizm başta olmak üzere birçok sektörde yaygın olarak kullanılmaktadır. Dünya’nın pek çok ülkesinde uygulanan uluslararası kalite ve çevre koruma belgeleri turizm sektöründe nitelikli hizmetin sunulmasında etkisi olan eko etiket belgeleridir. Adı geçen çalışmada da Kırgızistan’da turizmin sürdürülebilir gelişimine ve doğal çevrenin korunmasına katkı sağlamak amacıyla, çevre dostu otel işletmelerinin eko etiket ile belgelendirilmesine yönelik bir uygulama modeli oluşturmak amaçlanmıştır. Bu model önerisi ile Kırgızistan’daki otellerin faaliyetlerini eko turizme duyarlı olarak planlamaları ve buna göre gerçekleştirmeleri beklenmektedir. Eko turizm ise sadece çevrenin ve doğal kaynakların korunmasını değil, yerel halkın ve yerel kültürün korunmasını da kapsayan duyarlı ve sorumlu bir anlayıştır.

Çalışma, Kırgızistan’daki otellerin faaliyetlerini sorumlu ve sürdürülebilir turizm ilkelerine uygun gerçekleştirmelerine ve bu standartların oluşturulmasına katkı sağlayacaktır. Araştırmadan elde edilen bulgular sonucunda model önerisine ilişkin uygulama yönergesi oluşturulmuş, bu kapsamda değerlendirme kriterleri belirlenmiş, değerlendirici eğitimi ve eğitim programları planlanmış ve Kırgızistan’a özgü “çevreye duyarlı eko otel” logosu tasarlanmıştır. Çalışmada geliştirilen model önerisinin uygulanması, her şeyden önce Kırgız Devleti’nin

ilgili kurumlarının önderliğinde yasal alt yapısının oluşturularak denetim mekanizmasının etkili bir şekilde çalıştırılması ile mümkün olacaktır. Uygulamanın eğitim ve izleme sürecinde ise Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi bilimsel ve akademik birikimi ile her zaman üstüne düşeni yapmaya hazırdır.

“Kırgızistan'daki Otellerin Eko Etiket Belgelendirilmesi Modeli” eserinin editörüne, yazarlarına ve yayınlanması aşamasında katkıda bulunan herkese şükranlarımı sunuyorum.

Prof. Dr. Alpaslan CEYLAN  
Rektör

## ÖZET

Bu araştırmanın amacı, Kırgızistan'daki otel işletmelerinde uygulanan yeşil otelcilik uygulamalarını ve otel yöneticilerinin yeşil pazarlamaya yönelik algısını belirlemek ve yeşil pazarlama algısı ile yeşil otelcilik uygulamaları arasındaki ilişkiyi tespit etmektir. Araştırmanın evrenini Kırgızistan'daki otel işletmeleri oluşturmaktadır. Kırgızistan Ulusal İstatistik verilerine göre Kırgızistan'da aktif olarak faaliyette bulunan otel sayısı 216'dır. Evrenin tamamına ulaşılabilecek olmasından dolayı tam sayım yapılmış ve eksiksiz doldurulan 178 anket formu üzerinden veri analizleri yapılmıştır. Anket formu araştırmaya gönüllü olarak katılmak isteyenlere Ekim 2021- Şubat 2022 tarihleri arasında uygulanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları kapsamında, doğrulayıcı faktör analizi yapılmış ve güvenilirlik katsayısı hesaplanmıştır. Araştırma hipotezlerini test etmek için ise Anova testi ve korelasyon analizinden yararlanılmıştır.

Analiz bulgularına göre, araştırmaya katılanların yeşil pazarlama algısının eğitim düzeyi ve işletmedeki göreve göre farklılık gösterdiği; yöneticilik deneyimi ve turizm sektöründeki çalışma süresine göre ise anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Yapılan korelasyon analizi sonucunda ise, yeşil pazarlama algısının memnuniyet dışındaki diğer alt boyutları ile yeşil otelcilik uygulamaları arasında pozitif yönde ve farklı düzeylerde anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre literatüre ve turizm sektörüne bazı öneriler sunulmuştur.

Geliştirilen model önerisinde ise, otel işletmelerinin çevre dostu eko etiket belgesi alabilmeleri için sahip olmaları gereken kriterler ve asgari puanlar ile uygulama esasları, denetçi eğitim kılavuzu, belge başvuru, izleme ve değerlendirme süreçleri açıklanmış ve proje logosu tasarlanmıştır. Söz konusu model önerisinin Kırgızistan'ın sürdürülebilir turizm gelişimine ve hizmet kalitesinin artırılmasına katkı sağlaması amaçlanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Eko etiket, turizm sektörü, oteller, Kırgızistan, Bişkek

## Кыргызстандагы мейманканалардын эко сертификация модели

### КЫСКАЧА МАЗМУНУ

Бул изилдөөнүн максаты - Кыргызстандагы мейманканаларда колдонулган жашыл мейманкана практикаларын жана мейманкана жетекчилеринин жашыл маркетингге көз карашын, ошондой эле, жашыл маркетинг кабылдоосу менен жашыл мейманкана практикасынын ортосундагы байланышты аныктоо болуп саналат. Изилдөөнүн жалпы тобун Кыргызстандагы мейманканалар түзөт. Кыргыз Республикасынын Улуттук статистика комитетинин маалыматына карата Кыргызстанда активдүү иштеген мейманканалардын саны 216. Изилдөөгө жалпы топту толугу менен камтуу мүмкүн болгондуктан мейманканалардын бардыгына анкета таркатылып, алардын ичинен 178 толук толтурулган анкетадагы маалыматтардын негизинде анализ ишке ашырылды. Анкета 2021-жылдын октябрынан 2022-жылдын февралына чейинки мөөнөттө, өз ыктыяры менен изилдөөгө катышууну каалагандарга, жүргүзүлдү. Бул эмгекте колдонулган изилдөө куралынын жарамдуулугун жана ишенимдүүлүгүн изилдөө максатында тастыктоочу фактордук анализ жүргүзүлүп, ишенимдүүлүк коэффициенттери эсептелди. Изилдөө гипотезаларын текшерүү үчүн Anova тести жана корреляциялык анализ колдонулган. Анализдин жыйынтыктарына ылайык, респонденттердин жашыл маркетинг түшүнүгү билим деңгээлине жана ишканадагы жумуш ордуна жараша айырмалангандыгы белгилүү болду. Туризм тармагында жетекчилик тажрыйбасы жана иштөө мөөнөтү боюнча олуттуу айырма жок экени аныкталган. Корреляциялык анализдин натыйжасында, канааттануу жана жашыл мейманкана практикасынан башка жашыл маркетингди кабыл алуунун суб-өлчөмдөрү ортосунда оң жана башка деңгээлдеги олуттуу байланыш бар экени аныкталган. Изилдөөлөрдөн алынган жыйынтыктарга ылайык туризм сектору үчүн айрым сунуштар иштелип чыкты. Ал эми иштелип чыккан моделдик сунуш боюнча «Экологиялык жана таза эко-энбелги» сертификатын алуу үчүн мейманканаларга атайын критерийлер жана минималдуу упайлар, колдонуу принциптери, аудитордук окуу куралы, мониторинг жана баалоо процесстери жоболору менен катар, долбоордун логотиби иштелип чыккан. Аталган моделдик сунуш Кыргызстандын туризмдин туруктуу өнүктүрүүгө жана тейлөө сапатын жогорулатууга көмөк көрсөтүү максатында ишке ашырылган.

**Ачкыч сөздөр:** Эко-энбелги, туризм сектору, мейманкана, Кыргызстан, Бишкек



## **Eco Label Certification for Hotels in Kyrgyzstan**

### **ABSTRACT**

The purpose of this study is to determine the green hotel management practices applied in hotel businesses in Kyrgyzstan and the perception of hotel managers towards green marketing. The study also aims to examine the relationship between green marketing perception and green hotel practices. The research was carried out at hotel establishments in Kyrgyzstan. According to the Kyrgyzstan National Statistics, there are 216 hotels in the country. The data were analyzed through 178 questionnaires filled in completely. The questionnaire was applied to the volunteers between October 2021 and February 2022. For the validity and reliability studies of the scales used in the research, confirmatory factor analysis was performed and the reliability coefficient was calculated. Anova test and correlation analysis were used to test the research hypotheses. According to the findings, perception of green marketing of the participants, differed according to education level and job in the business. On the other hand, there is no significant difference according to managerial experience and working time in the tourism sector. As a result of the correlation analysis, it has been determined that there is a positive and significant relationship between some sub-dimensions of green marketing perception and green hotel management practices at different levels. According to the findings, some suggestions have been developed for the literature and the tourism sector.

Within the eco-label model proposal, the criteria and minimum scores that hotel businesses must have in order to obtain an environmentally friendly eco-label certificate, the application principles, the auditor training guide, document application, monitoring and evaluation processes are explained and the project logo is designed. It's aimed that the model proposal will contribute to the sustainable tourism development and to increase the service quality of Kyrgyzstan.

**Key words:** Eco label, tourism industry, hotels, Kyrgyzstan, Bishkek.

## İÇİNDEKİLER

TAKDİM .....	3
ÖZET .....	5
КЫСКАЧА МАЗМУНУ .....	6
ABSTRACT .....	7
İÇİNDEKİLER.....	8
GİRİŞ.....	10

### I. BÖLÜM

#### EKO TURİZM, EKO OTEL VE EKO ETİKET

1.1. Kavramsal İnceleme .....	12
1.2. Eko Etiketin Otelere Sağladığı Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Faydalar .....	13
1.3. Konaklama Sektöründe Kullanılan Eko Etiket Belgeleri.....	15
1.3.1. Travelife .....	16
1.3.2. Mavi Bayrak.....	17
1.3.3. Avrupa Birliği Eko-Etiketi .....	17
1.3.4. Yeşil Yıldız .....	18
1.3.5. Yeşil Anahtar Programı.....	18
1.3.6. Yeşil Küre .....	19
1.3.7. Uluslararası Çevre Yönetim Sistemi (ISO 14001) .....	19
1.3.8. Yeşillenen Oteller ( <i>Greening Hotels</i> ).....	20

### II. BÖLÜM

#### ALAN ARAŞTIRMASI

2.1. Araştırmanın Yöntemi .....	21
2.1.1. Araştırmanın Amacı ve Hipotezleri .....	21
2.1.2. Evren ve Örneklem .....	22
2.1.3. Verilerin Toplanması .....	22
2.1.4. Verilerin Analizi.....	22
2.2. Bulgular .....	23
2.2.1. Tanımlayıcı Analiz Bulguları.....	23
2.2.2. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesine İlişkin Bulgular .....	31

### III. BÖLÜM

#### OTEL İŞLETMELERİNİN EKO ETİKET BELGELENDİRMESİNE İLİŞKİN MODEL ÖNERİSİ

3.1. Çevre Dostu Otel İşletmesi Belgesi Uygulama Esasları .....	36
3.1.1. Tanımlar .....	36
3.1.2. Başvuruların Yapılması.....	36

3.1.3. Başvuruların Değerlendirilmesi .....	37
3.1.4. Değerlendirme Formu ve Değerlendirme Çalışmaları .....	37
3.1.5. Çevre Dostu Otel İşletmesi Belgesinin Hazırlanması .....	38

#### **IV. BÖLÜM SONUÇ VE ÖNERİLER**

4.1. Sonuç .....	39
4.2. Öneriler .....	40
Ek 1: Başvuru Dilekçesi .....	42
Ek 2 Çevre Dostu Otel İşletmesi Değerlendirme Formu .....	43
Ek 3 Bağımsız Denetçi Eğitimi Kılavuzu .....	50
Ek 4 Proje Özet Bilgileri .....	52
Ek 5 Anket Formu .....	54
Ek 6 Çevre Dostu Otel Logosu .....	58
Kaynakça .....	59

#### **TABLolar VE ŞEKİLLER LİSTESİ**

Şekil 1. Araştırma Modeli .....	21
Tablo 1. Araştırmaya katılanların bireysel özelliklerine ilişkin bulgular .....	23
Tablo 2. Ölçeklere ilişkin tanımlayıcı istatistikler, güvenilirlik ve geçerlik sonuçları ....	24
Tablo 3. Araştırmaya katılanların yeşil otelcilik uygulamaları algısına ilişkin tanımlayıcı analiz bulguları .....	25
Tablo 4. Araştırmaya katılanların yeşil pazarlama algısına ilişkin tanımlayıcı analiz bulguları .....	28
Tablo 5. Araştırmaya katılanların eğitim düzeyi ile yeşil pazarlama algısı arasındaki farklılığa ilişkin Anova testi bulguları .....	31
Tablo 6. Araştırmaya katılanların işletmedeki görevi ile yeşil pazarlama algısı arasındaki farklılığa ilişkin Anova testi bulguları .....	32
Tablo 7. Araştırmaya katılanların yöneticilik deneyimi ile yeşil pazarlama algısı arasındaki farklılığa ilişkin Anova testi bulguları .....	33
Tablo 8. Araştırmaya katılanların turizm sektöründeki çalışma süresi ile yeşil pazarlama algısı arasındaki farklılığa ilişkin Anova testi bulguları .....	33
Tablo 9. Değişkenler arasındaki korelasyon matrisi .....	34

## GİRİŞ

Bir işletmenin ekonomik işlevlerini yerine getirerek tüketicilerin taleplerini karşılaması, o işletmeye itibar kazandırmakla birlikte, toplumun ahlak kurallarına uyması, sosyo-kültürel çevre için yardım ve destek sağlaması da işletmenin toplumda kabul edilebilirliğini arttırmaktadır (Mucuk, 2004: 9). 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).

21. yüzyıl ile birlikte ekonominin her alanında olduğu gibi turizm sektöründe de yeni eğilimlerin ortaya çıktığı görülmektedir. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişin hızlanması, teknoloji, iletişim ve ulaşım alanlarında yaşanan hızlı değişimler, turist profilinde ve taleplerinde çeşitli değişiklikleri gündeme getirmektedir. Dünya turizmindeki bu yeni eğilimlerden birisi de çevreye duyarlı yaklaşımlara artan ilgidir (Gökdeniz vd., 2014). Tüketicilerin çevrenin korunması konusunda giderek daha çok bilinçlenmesi ile birlikte çevre konusunda duyarlı, sosyal sorumluluklarını yerine getiren işletmelerin sahip oldukları imaj, özellikle uzun vadede göz ardı edilemez bir rekabet avantajı sağlamaktadır. Bu durum ise işletmeleri, eko turizm, yeşil pazarlama ve eko etiketleme konusunda daha duyarlı bir hale getirmektedir (Alagöz, 2007, s.1).

Yeryüzündeki kaynakların sınırlı olduğu halde gereğinden fazla bilinçsizce kullanılması sürdürülebilirlik kavramının önemini daha da arttırmıştır. Özellikle son yıllarda farklı alanlardaki birçok işletme, birlik, dernek ve örgüt çeşitli projeler ile kaynakların verimli kullanımına ve çevreyi korumanın önemine dikkat çekmektedir. Bu çalışmaların oluşturduğu farkındalık ile birlikte sınırlı kaynakların tekrar kullanılması ve geleceğe aktarılması daha da önem kazanmıştır. Turizm sektöründe kaynakların geri dönüşümünü ve tasarrufunu sağlayan farklı uygulamalar olmakla birlikte, eko oteller de bu amaçla ortaya çıkmıştır. Bu oteller aldıkları eko-etiket belgeleri ile tesisin çevreye duyarlı olduğunu göstermekte, çevre bilincine sahip misafirlere hitap etmektedir (Kızanıklı ve Çıvgın, 2021).

Bu araştırma Kırgızistan'daki otel işletmelerinde eko etiket sisteminin kullanımına yönelik gerçekleştirilen Bilimsel Araştırma Projesine veri toplamak

amacıyla hazırlanmıştır. Yapılan araştırma ile otel işletmelerinin eko etiketlendirme uygulamasına bakış açıları ile yeşil otelcilik ve yeşil pazarlama uygulamalarına yönelik algıları tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen bulgular Kırgızistan'daki otel işletmelerinin yeşil otelcilik uygulamalarına ilişkin görüşlerinin tespiti ve işletmelerin çevre dostu otel eko etiket belgesi hakkındaki farkındalıklarının araştırılması açısından oldukça önemli sonuçlar içermektedir. Araştırmadan elde edilen bulgular ve literatür taramasından hareketle otel işletmelerinin çevre dostu eko etiket belgesi alabilmelerine yönelik bir uygulama önerisi geliştirilmiş ve çevreci oteller için bir logo tasarlanmıştır. Türkiye ve Dünya'daki örnek uygulamalar incelenerek işletmelerin sahip olması gereken asgari niteliklerin yer aldığı çevreci kriterler hazırlanmıştır. Çalışmanın son bölümünde ise alan araştırmasından elde edilen bulgulara ve model önerisinin uygulanabilmesine yönelik önerilerde bulunulmuştur.

# I. BÖLÜM

## EKO TURİZM, EKO OTEL VE EKO ETİKET

### 1.1. Kavramsal İnceleme

1991 yılında Uluslararası Eko-turizm Topluluğu (*International Ecotourism Society*) eko-turizm için en çok kullanılan tanımlardan birini literatüre kazandırmıştır: “*Eko turizm, çevreyi koruyan ve yerel halkın refahını sürdüren doğal alanlara sorumluluğu olan seyahattir.*” IUCN (şimdiki adıyla Dünya Koruma Birliği (World Conservation Union)) ise 1996 yılında eko turizmi şöyle ifade etmiştir: “*Doğanın tadını çıkartmak ve doğayı takdir etmek için, nispeten bozulmamış doğal alanlara çevresel olarak sorumlu seyahat ve ziyaret şeklidir. Bu, doğayı korumayı teşvik eder, düşük seviyede olumsuz ziyaretçi etkisine sahiptir ve yerel halka faydası olacak bir şekilde sosyo-ekonomik katkıda bulunur.*” Genel olarak eko-turizm sürdürülebilir turizminin bir alt başlığıdır. Kırsal ve kültürel turizm unsurlarını içererek de öncelikle doğa turizminin sürdürülebilir bir versiyonu olduğunun göstergesidir. Eko turizm, her durumda sürdürülebilir kalkınma sonuçlarına ulaşmayı amaçlamaktadır. Ayrıca eko turizmin sağladığı katkılar şu şekilde ifade açıklanmaktadır (Wood, 2002):

- Biyolojik çeşitliliğin korunmasına katkıda bulunur.
- Yerel halkın refahını sağlar.
- Bir yorumlama/öğrenme deneyimi içerir.
- Turistlerin ve turizm endüstrisinin sorumluluk eylemini içerir.
- Küçük ölçekli işletmeler tarafından öncelikle küçük gruplara sunulur.
- Yenilenemeyen kaynakların mümkün olan en düşük tüketimini gerektirir.
- Özellikle kırsal kesimdeki insanlar için yerel katılım, sahiplenme ve iş fırsatlarını vurgular.

Bir başka deyişle eko turizmin temel amacı, turistlerin seyahat ettiği doğal alanlardaki ve turistik yerlerdeki yerel toplulukların kültür ve geleneklerine saygı konusundaki farkındalıklarını artırmak ve aynı zamanda turizm faaliyetlerinden kaynaklanan olumsuz çevresel sonuçları en aza indirmektir. Modern toplumlarda eko-turizm giderek daha popüler ve güncel hale gelmektedir (Dukhovnaya, 2020). Eko-turizmde öne çıkan uygulamalardan birisi ise eko-otellerdir.

Turizmde sürdürülebilirlik anlayışının gelişmesiyle birlikte “eko otel”

kavramı giderek daha fazla önem kazanmaya başlamıştır (Cooper, 1998). Eko oteller, su ve enerji tasarrufu sağlayan, katı atıkları azaltan, geri dönüşüm ve yeniden kullanım programları uygulayan, sürdürülebilir çevre düzenlemeleri ve ekonomik çözümler geliştiren otellerdir (Güneş, 2011). Günümüzde birçok otel, turizm ve çevre ilişkisinin ortaya çıkardığı sorunlara bağlı olarak çevreye verdikleri zararı en aza indirebilmek ve turizmden daha fazla pay alabilmek için çevre dostu uygulamalara geçmek zorunda kalmıştır (Dief ve Font, 2010). Çünkü günümüzde seyahat etmek, bir yerde konaklamak veya tatil yapmak isteyenler, otellerin sadece yıldız sayısına bakmamakta; tesisin çevreye duyarlılığını gösteren sembol ve belgelere de önem vermektedirler (Öneş, 2008).

Eko otellerin iki ana katkısının olduğu söylenebilir. Birincisi çevreye duyarlı ve bilinçli bir turist grubunun beklentilerini karşılamaktır. İkincisi ise doğal kaynakları daha verimli kullanarak sürdürülebilir turizme hizmet etmektir. Böylece eko oteller, buldukları ülkelerin uzun vadede daha rekabetçi hale gelmelerinde giderek önemli bir güç haline gelmektedirler (Gökdeniz, Erdem ve Çeken, 2014). Eko-otel kavramı farklı şekillerde yorumlanmaktadır. Bazı insanlar bunu doğayla iç içe, çevre dostu bir tatil olarak anlamaktayken; diğerleri bu otelin inşasının ve varlığının doğaya en az zararı verecek şekilde tasarlandığına ve işletildiğine (çevre dostu) inanmaktadırlar. Eko-oteller (aynı zamanda yeşil oteller olarak da adlandırılır) sürdürülebilirlik ilkelerini takip eden ve Dünya'nın korunmasına yardımcı olmak için operasyonlarına ekolojik uygulamaları yerleştiren çevre dostu konaklama tesisleridir (Jaana Romppanen, 2010).

Eko-oteller çevre dostu olma yolunda ise eko-etiketlerden yararlanmaktadırlar. Eko-etiketler genel olarak işletmelerin çevreye verdiği zararı en aza indirgeyen ve sürdürülebilirliği sağlamaya yönelik standartları olan çevreci girişimler olarak tanımlanabilir. Bu etiketler işletmelerin çevreci göstergeleri olarak gösterilebilir (Midali, Goode ve Smith, 2015). Eko-etiketler, ürün ve hizmetlerin çevresel sicilleri hakkında güvenilir bilgi sağlayan gönüllülük esasına dayalı, katılımcı, piyasa temelli ekonomik araçlar olarak değerlendirilmektedir. Otelcilikte çevresel uygulama örnekleri ve doğa turizmi anlayışı, başta konaklama ve destinasyon alanları olmak üzere sektörün tümüne yayılmıştır. 1990'lardan itibaren ise, ekolojik etkinliğe dayalı ve farklı adlar altında, otel, seyahat acentası veya turizm birliklerine değişik ödül/etiket verme şeklinde yürütülen sertifikasyon programları yaygınlık kazanmıştır. Mavi Bayrak, Ecotel, GreenGlobe, GreenKey, GreeningHotels, AB EcoLabel uluslararası bilinirliği en yaygın olanlarıdır (Gökdeniz, 2017).

## **1.2. Eko Etiketinin Otellere Sağladığı Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Faydalar**

Çevre üzerindeki olumsuz etkileri en aza indirmek için farklı

yöntemlerle daha çevreci olmayı hedefleyen eko etiket belgeli oteller, su, enerji ve malzemelerin verimli kullanımı, geri dönüşüm ve katı atıkların azaltılması gibi yöntemler kullanmaktadırlar. Yeşil oteller, çevreye duyarlı bir şekilde faaliyet gösterirken aynı zamanda kaliteli hizmet sunmayı da hedeflemektedir (Romppanen, 2010). Türkiye’de eko otellerin kullanmış olduğu uygulamalardan biri yeşil yıldız uygulamasıdır. Yeşil yıldız uygulaması otel işletmelerinin imajını olumlu yönde etkilerken topluma faydalı faaliyetlerde bulunmakta ve çevresel verimliliğe katkı sağlamaktadır. Yeşil yıldız uygulaması otellere şu tür faydalar sağlamaktadır (Şimşek, 2019):

- İşletmelerdeki giderlerin azalmasına yardımcı olur.
- İşletmenin ve çevresinin maddi değerini artırır.
- İşletmedeki elektrik ve su tüketimini büyük oranda düşürür.
- İşletmedeki üretkenliğin artmasında rol oynar.
- Riskleri her alanda azalmasına yardımcı ve gelirin artmasını sağlar.

Genel olarak ise eko etiketli oteller, çevre üzerindeki olumsuz etkilerini en aza indirmek için yapısında önemli çevresel gelişmeler yapan oteller olarak tanımlanabilir. Belli başlı kriterleri ise:

- Doğal çevreye bağımlılık,
- Ekolojik sürdürülebilirlik,
- Koruma ve muhafazaya katkı,
- Çevre eğitim programlarının sağlanması,
- Kültürel değerlerin bir araya getirilmesi,
- Yerel topluma ekonomik getiri sağlanması şeklindedir (Bahtiyar ve Kasalak 2017).

Sürdürülebilir turizmin sağlanabilmesi amacıyla geliştirilen eko-etiket belgelendirme sistemi işletmelere rekabet avantajı sağlamanın yanı sıra halkın, yerel yönetimlerin ve diğer ilgi gruplarının bilinçlendirilmesi ve bilgilendirilmesi yoluyla önemli bir çevre politikası uygulama aracıdır ve çevresel sosyal sorumluluk noktasında da önemli bir yere sahiptir (Kindan, 2006). Yapılan çalışmalar eko etiket belgesinin turistlerin satın alma kararında etkili olduğunu (Baker vd. 2014; Chen ve Peng, 2012; Han, vd. 2010; Kim ve Han, 2010), yeşil pazarlamanın ve eko yönetimin müşteri memnuniyetini artırdığını, işletmelerin pazar payını ve kurumsal imajını geliştirdiğini (Mensah, 2004; Minoli vd., 2015; Penny, 2007) ve otellerde kaynak verimliliğini artırdığını (Zhang vd., 2014) ortaya koymuştur. Mensah’ın (2004) ABD’de yaptığı araştırmasına göre, ABD’deki otel müşterilerinin % 90’ı yeşil uygulamaları olan otelleri tercih etmektedirler. Bu nedenle otelcilik sektöründe eko yönetim ve uygulamalarının pazarlamada ve operasyonel planlamada önemli bir role sahip olduğu ifade edilebilir (Kızanlıklılı ve Çıvgın, 2021).



Yeşil otelcilik olarak adlandırılan otel yönetimi uygulamaları, hem konaklama işletmelerinin enerji ve su tasarrufu sağlamasına hem de doğaya bırakılan atıkların azaltılmasına yardımcı olmaktadır (Graci, 2012). Yapılan bir araştırmada enerji, su ve atık imhası için çok büyük yatırımlar yapmak durumunda olan konaklama işletmeleri, uygulayacakları sürdürülebilir faaliyetlerle mevcut performanslarını düşürmeden, kaynak kullanımlarını % 20 ile % 40 arasında azaltabildiklerini kanıtlamıştır (Punitha ve Rasdi, 2013).

Avrupa Birliği Eko Etiket Komisyonu raporlarına göre Fransa'da eko etiket belgesine sahip 6 hektarlık bir kamp alanında 7 yıllık ölçümleme ile yaklaşık 32.000 Euro elektrik (280.000 kw), 64.000 Euro su (18.400 m<sup>3</sup>) ve 14.800 kg'lık bir geri dönüştürülebilir atık artışı gerçekleşmiştir (ec.europa.eu, 2018). Çevreci uygulamalar artık Dünya'nın birçok otel zincirinde uygulanmakta ve sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında paydaşlara aktarılmaktadır. Örneğin, Hilton otelleri çevreci otel uygulamasının iyi bir örneğidir. Hilton grubu, "çevresel etki" başlığı altında otellerindeki çevreci uygulamaları enerji ve karbon, su, atık ve sorumlu kaynak başlıkları altında hedef ve uygulamalarına yer vermektedir. Bu uygulamalar ile çevreye olan etkilerini ne kadar azalttıklarını ve bu sayede elde ettikleri ekonomik kazançlarını rakamlarla ortaya koymaktadırlar (www.cr.hilton.com).

### 1.3. Konaklama Sektöründe Kullanılan Eko Etiket Belgeleri

Eko-sertifikasyon, belirli bir ürün, hizmet veya sürecin belirli çevresel standartları veya gereklilikleri karşılayıp karşılamadığını kontrol eden ve değerlendiren bir prosedür olarak tanımlanabilir. Ürünler, hizmetler, süreçler veya bunları sağlayan tüzel kişiler belirli standartları karşılayıp sertifikasyon sürecini tamamlayabildikten sonra eko-sertifikayı alabilirler. Sertifikalar genellikle, sertifika başvurusunda bulunan kuruluşlardan tamamen bağımsız olarak, genel güvene sahip akredite kuruluşlar veya devlet kurumları tarafından verilmektedir (Środowska, 2020). Turizmde kullanılan eko etiket sertifikalarının genel başlıkları şu şekildedir (European Commission, 2009):

- Enerji tasarrufu ve yenilenebilir enerji yönetimi,
- Su tasarrufu ve geri dönüşümü,
- Genel yönetim uygulamaları (çevre politikası ve eylem planı, eğitim, veri depolama vb.),
- Atık azaltma uygulamaları ve atık yönetimi,
- Misafirlerin bilgilendirilmesi (Örn; *"Bu turistik konaklama tesisi, yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanmak, enerji ve su tasarrufu sağlamak, atıkları azaltmak, yerel çevreyi iyileştirmek için aktif olarak önlemler almaktadır"*)

Günümüzde çevreye duyarlı ürünleri tüketmek giderek daha popüler hale

gelmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan bir araştırmaya göre, tüketicilerin üçte birinden fazlasının çevre dostu bir ürüne daha fazla ödemeye hazır olduğu görülmüştür. Oteller de bu avantajdan yararlanmak için “yeşil” olma konusunda çeşitli pazarlama faaliyetlerine ihtiyaç duymaktadırlar. Bu pazarlama faaliyetlerinden birisi ise eko etiketlerin otellerde kullanılmasıdır (Kis-Orloczki, 2012). 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).

Çevre dostu bir otel işletmesinin genellikle aşağıdaki kriterleri karşılaması beklenmektedir (Gökdeniz vd., 2014):

- Doğal çevreye bağımlılık
- Ekolojik sürdürülebilirlik
- Korumaya kanıtlanmış katkı
- Çevre eğitim programlarının sağlanması
- Kültürel hususların dâhil edilmesi
- Yerel topluluğa ekonomik geri dönüşün sağlanması

Genel olarak eko etiketler çok çeşitli alanlarda kullanılmaktadır. Ecolabel Index 2021'e göre, 1990'larda dünya çapında sadece bir düzine olan eko-etiket programlarının sayısı bugün 199 ülke ve 25 endüstri sektöründe 455'in üzerindedir. Kanada'da bina, enerji, organik yiyecek, gıda çeşitliliği, ormancılık, perakende, sürdürülebilir iş, tekstil ve turizm üzerine toplam 171 çevre etiketi bulunmaktadır. ABD'de bu alanlarda toplam 161 çevre etiketi bulunmaktayken, Meksika'da ise aynı alanlarda toplam 64 çevre etiketi bulunmaktadır. Avrupa Birliği eko etiket sisteminin ise konaklama tesislerinden binalara, temizlik ürünlerinden ofis aydınlatma sistemlerine kadar 24 farklı ürün grubunda 83.000'in üzerinde ürünü içeren oldukça geniş bir yelpazesi bulunmaktadır

Bu bölümde uluslararası düzeyde tanınan bazı eko etiket uygulamaları açıklanmıştır (Kızanıklı ve Çıvgın, 2021; Cembruch-Nowakowski, 2020):

### 1.3.1. Travelife

Travelife, sürdürülebilir turizme destek verme konusunda istekli ve kararlı olan turizm şirketleri için bir eğitim, yönetim ve sertifikasyon programıdır. Travelife, seyahat şirketleri ve konaklama tesislerini hedef alan iki farklı ancak birbirleriyle bağlantılı sürdürülebilirlik sistemi sunmaktadır. Travelife 2007 yılında İngiltere Seyahat Örgütü (ABTA) ve Hollanda Seyahat Örgütü (ANVR) tarafından kurulmuş olup, Avrupa Birliği tarafından desteklenen bir Life projesi

ürünüdür. Travelife tur operatörleri, seyahat işletmeleri ve oteller tarafından edinilebilecek bir sertifikadır. İşletmelerin bu sürdürülebilirlik sistemine sahip olabilmesi için yönetim, çevresel ve sosyal konulara dayalı kriterleri sağlaması gerekmektedir. Travelife yönetim gereklilikleri ISO 14001 ve EMAS III standartlarına uygundur. Performans gereklilikleri ise, çalışma koşulları, insan hakları, çevre, biyolojik çeşitlilik ve adil işletme uygulamalarını içeren ISO 26000 ve OECD Kurumsal Sosyal Sorumluluk rehberleri ile uyumludur. Tur operatörleri ve seyahat acenteleri Travelife standartlarına uyması halinde, “Travelife Ortağı” veya “Travelife Sertifikalı” statüsü kazanabilmektedir. Konaklama işletmeleri ise, standarda uygunluk derecesine göre bronz, gümüş veya altın olmak üzere üç düzeyde ödüllendirilmektedir. Şu ana kadar, yaklaşık 17.000 konaklama tesisi Travelife Sürdürülebilirlik Sistemi'ne kayıt olmuş, 1500'ü bağımsız denetimden geçmiş, 500'den fazlası ise Travelife ödülü almıştır.

### 1.3.2. Mavi Bayrak

Mavi Bayrak, plaj ve marinalara verilen uluslararası bir çevre ödülüdür. Ödül; deniz suyunun temizliğini, çevre yönetimine önem verildiğini, çevre bilincinin oluşturulmasına yönelik etkinliklerin yapıldığını göstermekte, plaj ve marinayı kullananların ihtiyaçlarına cevap verecek donanım ve güvenliği garanti altına almaktadır (Türkiye Çevre Eğitim Vakfı, 2015). Mavi Bayrak uluslararası alanda ilk kez Fransa'da 1985 yılında, Avrupa Birliği'nde 1987 yılında, Türkiye'de 1993 yılında ve Avrupa kıtası dışındaki ülkelerde ise 2000 yılından itibaren uygulanmaya başlanmıştır. Bugün 30'u Avrupa'da olmak üzere dünyada 50 ülkede uygulanmaktadır. Mavi Bayrak Ödül Programı, bağımsız bir sivil toplum örgütü olan Uluslararası Çevre Eğitim Vakfı (*Foundation for Environmental Education/FEE*) tarafından yürütülmektedir ve her üye ülkede benzer kuruluşlarca temsil edilmektedir. Mavi Bayrak, uluslararası niteliği ile turizm açısından ayrı bir önem taşımaktadır. Türkiye'de 2021 yılı verilerine göre; mavi bayrak sahibi plaj sayısı 519, mavi bayraklı marina sayısı 22, mavi bayraklı yat sayısı 6, mavi bayraklı turizm teknesi ise 10'dur ([www.mavibayrak.org.tr](http://www.mavibayrak.org.tr)). Türkiye mavi bayraklı plaj sıralamasında İspanya ve Yunanistan'ın ardından üçüncü sırada yer almaktadır.

### 1.3.3. Avrupa Birliği Eko-Etiketi

Avrupa Birliği eko-etiketi (*EU Flower/EU EcoLabel*), Avrupa Birliği tarafından 1992 yılında geliştirilmiş olan ve tüm Avrupa Birliğinde geçerli, performans ve çevre odaklı, yüksek standartlı ürün ve hizmetlere verilen gönüllülük esasına dayalı bir etikettir (Ecolabel, 2019). Avrupalı gezginlerin çoğunluğu tarafından bilinen bu eko etiketi kullanabilmek için sağlanması gereken kriterler arasında; sınırlı enerji ve su tüketimi, azaltılmış atık üretimi, çevreye daha az zararlı madde kullanımı, yenilenebilir kaynakların ve maddelerin kullanımı, çevre eğitimi verilmesi, iletişimin teşvik edilmesi, yiyecek ve içecek üretiminde ve işlenmesinde çevresel etkilerin azaltılması gibi başlıklar

bulunmaktadır ([www.greentourism.eu/en](http://www.greentourism.eu/en)). AB Eko-Etiketi, üretimin tüm aşamaları göz önünde bulundurularak ekolojik ilkelere göre verilmektedir. İlkelerin belirlenmesinde ürün için hammadde seçiminden, imalatına, dağıtımına, tüketimine ve geri dönüşümünün sağlanmasına kadar olan bütün evreler dikkate alınmaktadır (Ecolabel, 2019). Etiket, çevresel performans göstergelerinin belgelendirme kuruluşuna yıllık olarak iletilmesiyle iki ila beş yıl süreyle geçerli olmaktadır ([www.greentourism.eu/en](http://www.greentourism.eu/en)). Bu eko etiket Avrupa Birliği ülkelerinin yanı sıra, ABD, Birleşik Krallık, Rusya, Ukrayna, Türkiye ve Avustralya'da kullanılmaktadır.

#### **1.3.4. Yeşil Yıldız**

Yeşil Yıldız, sürdürülebilir turizm kapsamında, çevrenin korunması, çevre bilincinin geliştirilmesi, turistik tesislerin çevreye olan olumlu katkılarının teşvik edilmesi ve özendirilmesi amacıyla talep eden ve gerekli şartları yerine getiren konaklama işletmelerine Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 1993 yılından itibaren verilmekte olan çevre etiketi ödülüdür (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015). 2021 yılı verilerine göre Türkiye'de 81 ilde turizm işletmesi belgeli konaklama tesisi sayısı 5466 iken 36 şehirde çevreye duyarlı tesis sayısı (% 8,3) 456'dır. Yeşil yıldız uygulaması; enerji, su ve çevreye zararlı maddelerin tüketiminin ve atık miktarının azaltılmasını, enerji verimliliğinin artırılmasını, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımının teşvik edilmesini, konaklama işletmelerinin yatırım aşamasından itibaren çevreye duyarlı olarak planlanması, işletmenin çevreye uyumunu, çevreyi güzelleştirici düzenleme ve etkinlikleri, ekolojik mimariyi, çevreye duyarlılık konusunda bilinçlendirmeyi, eğitimi ve ilgili kurum ve kuruluşlarla işbirliği yapılmasını kapsamaktadır ([yigm.ktb.gov.tr](http://yigm.ktb.gov.tr)).

#### **1.3.5. Yeşil Anahtar Programı**

Yeşil Anahtar Programı (Green Key), dünya çapında 65 ülkede yaklaşık 3200 otele ve diğer turistik yerlere verilen gönüllü bir eko-etiket programıdır. Program, çevrenin korunması yönündeki girişimleri ödüllendirerek destekleyen, iklim değişikliğinin önlenmesi ve sürdürülebilir turizme katkıda bulunmayı amaçlayan uluslararası bir eko etikettir. Yeşil Anahtar kâr amacı gütmeyen, hükümetlere bağlı olmayan ve bağımsız bir program olup Dünya Turizm Örgütü ve Birleşmiş Milletler Çevre Programı tarafından desteklenmektedir (GreenKey, 2015). Program, sürdürülebilir turizmi teşvik edip otellere olumlu çevresel inisiyatifler vererek iklim değişikliğinin önlenmesine katkıda bulunmayı hedeflemekte, sürdürülebilir işletme ve teknoloji yöntemlerini kullanarak, kaynakların ve enerjinin azaltılmış kullanımını teşvik etmektedir. Şu anda 40'tan fazla ülkede faaliyet göstermekte olan yeşil anahtar programı, 1994 yılında Danimarka'da bir sivil toplum kuruluşu tarafından başlatılmıştır. Programda bulunan 13 ana kategorinin 130 alt kriteri, çevre yönetimi (su, atık, enerji, kimyasalların kullanımı), konukların, personelin ve tedarikçilerin farkındalığı

için girişimleri, kurumsal sosyal sorumlulukları ve yeşil faaliyetler gibi konuları içerir. İşletmede konaklayan misafirlere böyle bir kuruluşa kalmayı tercih ederek çevresel ve sürdürülebilirlik düzeyinde fark yaratmaya yardımcı olduklarını anlatmaktadır ([www.greentourism.eu/en](http://www.greentourism.eu/en)). Kanada, Meksika, Birleşik Krallık, Birleşik Arap Emirlikleri, Katar ve bazı Avrupa ülkelerinde uygulanmaktadır ([www.turcev.org.tr](http://www.turcev.org.tr)).

### **1.3.6. Yeşil Küre**

Yeşil Küre (Green Globe) eko etiket programı, 1992 yılındaki Rio'da Gündem 21 toplantısında alınan kararlarla kurulmuştur. ABD'de bulunan bu sertifikasyon programı dünya çapında marka olan Green Globe Ltd UK'nin lisansı altında faaliyet göstermektedir. Sürdürülebilir turizm için uluslararası standartları olan ve 80'den fazla ülkeden 500 üyesi bulunan bir programdır. Aralarında otel, restoran, kongre merkezi, spa ve sağlık merkezi, seyahat endüstrisi bulunan 11 farklı sektör için sertifika standartları bulunmaktadır. Değerlendirmede 44 ana kriter ve bunların altında yer alan 382 kriter vardır. Green Globe eko etiket programının temel amacı, bölgenin korunmasına katkıda bulunurken aynı zamanda geliştirilmiş standartların benimsenmesiyle bölgedeki sorunların da giderilmesine yardımcı olmaktır (Şişik, 2012). Yeşil Küre programı ile kaynakların korunması, kirliliğin azaltılması, biyo-çeşitliliğin ve ekosistemin korunması gibi çevresel konuların yanı sıra, sürdürülebilirlik yönetim sistemlerinin uygulanması ve yasal uyumun sağlanmasıyla desteklenen etkin bir sürdürülebilirlik amaçlanmaktadır. Bununla birlikte, yerel topluluklara saygı gösterilmesi, yerel kültür ve kültürel mirasın teşvik edilmesi gibi konular öne çıkmaktadır. Yeşil Küre etiketi; ABD, Birleşik Krallık, Birleşik Arap Emirlikleri, Çin, Güney Afrika, Meksika, Kanada, İsviçre, Tayland, Hindistan gibi ülkelerde uygulanmaktadır.

### **1.3.7. Uluslararası Çevre Yönetim Sistemi (ISO 14001)**

ISO 14001, ürünün hammaddeden başlayarak müşteriye sunulmasına kadar olan süreçte çevresel faktörlerin belirlenmesi ve bu faktörlerin gerekli önlemler ile kontrol altına alınarak çevreye verilen zararın en aza indirilmesi için kılavuzluk yapan bir standarttır. ISO 14001, işletmelerin çevreye verdikleri veya verebilecekleri zararların sistematik bir şekilde azaltılması, mümkün olduğu durumlarda ortadan kaldırılması için geliştirilen bir yönetim sistemidir (CTR, 2022). Bir kuruluşun faaliyetlerinin çevreye etkisini yönetebilmesine yardımcı olan ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi, çevre koruma tedbirlerinin planlanması ve uygulanmasına yönelik yapısal bir yaklaşım sağlamaktadır. Çevresel performansın izlenmesi, çevre yönetiminin firmanın günlük operasyonları ile bütünleşmesini ve uzun vadede planlama ve diğer kalite yönetim sistemlerini içermektedir (Atalar, 2009).

### **1.3.8. Yeşillenen Oteller (*Greening Hotels*)**

2009 yılında Türkiye Otelciler Birliği (TUROB) tarafından başlatılan ve Bureau Veritas ve Sürdürülebilirlik Akademisi iş birliği ile devam eden Greening Hotels (Yeşillenen Oteller) Sertifikasyon Projesi; “Sürdürülebilir Turizm” için turizm tesislerini daha yeşil olmaya teşvik etmektedir. Turizm sektörünün sürdürülebilirlik konusunda farkındalığını ve konaklama tesislerinin çevreye duyarlı olma motivasyonlarını artırmayı hedefleyen bu proje, sürdürülebilir turizmin gelişmesine önemli katkılar sağlamaktadır. Bununla birlikte, çevreye duyarlı tüketici sayısını artırarak, işletmeleri daha yeşil olmaya özendirme amaçlayan bir programdır. Greening Hotels Sertifikası, sektör firmalarına rekabet avantajı, sektörde lider olma, sürdürülebilir iş modellerini uygulama, müşteri memnuniyeti sağlama, işletme maliyetlerinin azaltılması ve sürdürülebilir gelecek için değişimi yönetmede başarılı olma gibi avantajlar sağlamaktadır. Diğer taraftan, doğal kaynakların korunması, su tasarrufu, katı atık azaltımı, yenilenebilir enerji kullanımı, geri dönüşüm, çevre korumayla uyumlu politika ve düzenlemelerin varlığı, enerji verimliliği sayesinde çevresel sürdürülebilirliğe katkıda bulunmaktadır ([www. surdurulebilirlik.com.tr](http://www.surdurulebilirlik.com.tr)).

## II. BÖLÜM

### ALAN ARAŞTIRMASI

#### 2.1. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmada otel işletmelerindeki yöneticilerin eko etiket belgelendirmesi ve çevreci otel işletmeciliği uygulamalarına ilişkin bilgi ve farkındalıklarını belirlemek, işletme yöneticilerinin söz konusu uygulamalara bakış açıları, projeden beklentileri ve eko etiket belgelendirme sistemi ile ilgili görüşlerinin tespit edilmesi amacıyla alan araştırması yapılmıştır. Ayrıca, alan araştırması ile otel işletmelerinin projenin amaç ve hedeflerinden haberdar olmaları sağlanarak projeye yönelik görüş ve önerileri değerlendirilmiştir. Bu bölümde yapılan araştırmaya ilişkin hipotezlere ve yöntem ile ilgili bilgilere yer verilmiştir:

#### 2.1.1. Araştırmanın Amacı ve Hipotezleri

Kırgızistan'daki otel işletmelerinde uygulanan yeşil otelcilik uygulamalarını ve otel yöneticilerinin yeşil pazarlamaya yönelik algısını belirlemek bu araştırmanın temel amacıdır. Bunun yanı sıra araştırmaya katılanların yeşil pazarlama algısı ile yeşil otelcilik uygulamaları arasındaki ilişkiyi tespit etmek çalışmanın bir diğer amacıdır.

Araştırmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H<sub>1</sub>: Araştırmaya katılanların yeşil pazarlama algısı, bireysel özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H<sub>2</sub>: Araştırmaya katılanların yeşil pazarlama algısı ile yeşil otelcilik uygulamaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

### 2.1.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Kırgızistan'daki otel işletmeleri oluşturmaktadır. Kırgızistan Ulusal İstatistik verilerine göre Kırgızistan'da aktif olarak faaliyette bulunan otel sayısı 216'dır. Evrenin tamamına ulaşılabilecek olmasından dolayı örneklem alınmamış ve tam sayım yapılmıştır. Veriler her otel işletmesinden bir tane üst veya ara kademedeki yöneticiden elde edilmiştir. Veriler, e-posta veya dijital yöntemlerle toplanmıştır. Elde edilen anket formlarından eksik ve hatalı doldurulduğu düşünülen bazı formlar değerlendirme dışında tutularak 178 anket formu (evrenin %82'si) üzerinden değerlendirme yapılmıştır.

### 2.1.3. Verilerin Toplanması

Verilerin toplanmasında anket formu kullanılmıştır. Anket formu araştırmaya gönüllü olarak katılmak isteyen katılımcılara Ekim 2021- Şubat 2022 tarihleri arasında uygulanmıştır. Anket formu uygulanmadan önce, ölçekleri geliştiren ilgili araştırmacılardan gerekli izinler alınarak, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'na başvurulmuş ve Kurul'un 29 Eylül 2021 tarihli ve 2021-3/3 sayılı toplantısındaki kararıyla veri toplama aracının "bilim etiğine uygunluk izni" alınmıştır.

Veri toplama aracı üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırmaya katılanların bireysel özelliklerini (görev, eğitim düzeyi, yöneticilik ve sektör deneyimi) ve işletmeye ilişkin bilgileri belirlemeye yönelik açık ve kapalı uçlu önermeler yer almaktadır. İkinci bölümde yeşil otelcilik uygulamalarını belirlemeye yönelik, Dilek ve Atay (2012) tarafından geliştirilen ve 32 ifadeden oluşan ölçek kullanılmıştır. İlgili ölçek söz konusu uygulamaların işletmelerdeki kullanım durumlarını belirlemeye yönelik olarak evet, kısmen ve hayır olmak üzere değerlendirilmektedir. Üçüncü bölümde ise, araştırmaya katılanların yeşil pazarlama algısını belirlemek amacıyla 18 ifadeden oluşan ve Kirk (1998), Mensah (2005), Erdoğan ve Barış (2009)'ın çalışmalarından hareketle Dilek ve Atay (2012) tarafından geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları yapılarak hazırlanan ve diğer araştırmalarda da kullanılan (Şimşek, 2019) yeşil pazarlama algısı ölçeği kullanılmıştır. İlgili ölçek 5'li likert olarak derecelendirilmiştir.

### 2.1.4. Verilerin Analizi

Elde edilen veriler kontrol edildikten sonra istatistik paket programına aktarılmıştır. Araştırmaya katılanların bireysel ve işletme özellikleriyle ilgili sorulara ve ölçeklerde yer alan ifadelere verdikleri yanıtlardan elde edilen verilerin yüzde ve frekans dağılımı ile standart sapma ve aritmetik ortalama değerleri hesaplanarak tablo haline getirilmiş ve yorumlanmıştır.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları kapsamında, doğrulayıcı faktör analizi yapılmış ve Cronbach Alpha güvenilirlik



katsayısı hesaplanmıştır. Araştırma hipotezlerini test etmek için “Tek Faktörlü Varyans Analizi (Anova)” testi uygulanmış, değişkenler arasındaki ilişkiyi test etmek için ise korelasyon analizi yapılmıştır.

Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk testleri uygulanmış ve normal dağılıma ilişkin Q-Q grafiği incelenmiştir. Özellikle 100 ve daha geniş örneklerdeki büyük gruplarda, grafik yöntemi örneklemden görece bağımsız olduğu için daha sık kullanılmaktadır (Çokluk vd., 2010: 15). Bu çalışmadaki verilerin ve değişkenlerin normal dağılıma sahip olması, verilerin nicel özellikte olması, örnekleme oluşturan deneklerin birbirinden bağımsız olması, örneklem büyüklüğünün 30'dan büyük ve varyansların homojen olmasından dolayı parametrik testler kullanılmıştır (Altunışık vd., 2010; Ural ve Kılıç, 2013).

## 2.2. Bulgular

Bu bölümde araştırmaya katılanların bireysel ve işletme özellikleri ile ölçeklere ilişkin tanımlayıcı analiz bulguları, doğrulayıcı faktör analizi ve hipotezlerin test edilmesine ilişkin analiz bulguları yer almaktadır:

### 2.2.1. Tanımlayıcı Analiz Bulguları

**Tablo 1. Araştırmaya katılanların bireysel özelliklerine ilişkin bulgular**

Görev	f	%	Eğitim düzeyi	f	%
Genel Müdür	49	27,5	Lise ve Önlisans	15	8,4
Gen. Md. Yrd.	30	16,9	Lisans	<b>121</b>	<b>68,0</b>
Departman Müdürü	<b>39</b>	<b>21,9</b>	Yükseklisans	35	19,7
Sahibi	14	8,0	Doktora	19,7	1,7
Diğer	45	25			
Kaç yıldır yönetici pozisyonunda çalışıyorsunuz?	f	%	Kaç yıldır turizm sektöründe çalışıyorsunuz?	f	%
1-3 yıl	57	32,0	1-3 yıl	48	27
4-7 yıl	57	32,0	4-7 yıl	60	33,7
8-11 yıl	26	14,6	8-11 yıl	30	16,9
12 yıl ve üzeri	16	9,0	12 yıl ve üzeri	29	16,3
Otelin statüsü			f	%	
Ulusal zincir			12	6,7	
Uluslararası zincir			5	2,8	
Şahıs/Kişî oteli			140	78,7	
Diğer			19	10,7	

Tablo 1.'deki bulgulara göre, katılımcıların büyük çoğunluğu (%27,5) genel müdürlerden oluşmaktadır. Bunu diğer seçeneğini işaretleyen (%25) kişiler takip etmektedir. Diğer seçeneğini işaretleyenlerin daha çok otel sahiplerinden

oluştugu ifade edilebilir. Eğitim düzeyine bakıldığında ise, katılımcıların eğitim seviyelerinin genel olarak yüksek olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyleri sırasıyla lisans (%68,0), yüksek lisans (%19,7), lise ve önlisans (%8,4) ve doktora (%1,7) şeklindedir. Yaklaşık her üç katılımcıdan biri (%32,0) 1-3 yıl yönetici pozisyonunda çalıştığını belirtirken diğer üçte birlik kısım (%32) 4-7 yıl yönetici pozisyonunda çalıştığını belirtmiştir. Yine katılımcıların çoğunluğunun (%33,7) turizm sektöründe 4-7 yıl çalıştığı görülmektedir. Bu seçeneği 1-3 yıl (%27), 8-11 yıl (%16,9) ve 12 yıl ve üzeri (%16,9) seçeneklerini işaretleyen katılımcılar izlemektedir. Çalışmaya katılanlara otellerinin statüsü incelendiğinde ise büyük bir bölümünün şahıs/kişi otelleri (%78,7) olduğu görülmektedir.

**Tablo 2. Ölçeklere ilişkin tanımlayıcı istatistikler, güvenilirlik ve geçerlik sonuçları**

Değişkenler	Madde Sayısı	$\alpha$	x
Yeşil Pazarlama Algısı Ölçeği	17	0,74	3,70
<i>Çevre ile etkileşim</i>	5	0,80	3,88
<i>Memnuniyet</i>	4	0,62	2,05
<i>Çevresel farkındalık</i>	3	0,74	3,82
<i>Sürdürülebilirlik</i>	5	0,65	4,12
Yeşil Otelcilik Uygulamaları	29	0,85	1,11
<i>Enerji ve Su Tasarrufu</i>	8	0,51	1,24
<i>Atık Yönetimi ve Çevre Eğitimi</i>	11	0,74	0,85
<i>Satın Alma ve Sorumluluğu Paylaşma</i>	10	0,78	1,28

Faktör analizi ile verilerin birbirine uygunluğunu test etmek amacıyla, faktör analizi uygulamadan önce araştırmada kullanılan ölçeklere *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) örneklem yeterlilik testi ve Bartlett küresellik testi (*Bartlett's Test*) uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda KMO katsayısı yeşil otelcilik uygulamaları ölçeği için 0.776, yeşil pazarlama algısı ölçeği için ise 0.789 olarak tespit edilmiştir. Bu veriler her iki ölçeğin de faktör analizi yapabilmek için iyi seviyede olduğunu göstermektedir (Aksu, vd., 2017: 9). Bu aynı zamanda araştırmanın örneklem büyüklüğünün faktör analizi yapmaya uygun olduğu anlamına gelmektedir. Bartlett testi sonucu ise  $p=0.001$  seviyesinde anlamlı olarak elde edilmiştir (Katrancı ve Temel, 2018: 1548).

Yeşil otelcilik uygulamaları ölçeğinin faktör analizi için orijinal halindeki 32 ifade eklenerek faktör yükleri belirlenmiştir. Elde edilen bulgulara göre,

orijinalinde olduğu gibi üç faktörlü yapı ortaya çıkmıştır. Maddelerin döndürülmüş bileşenler matrisi tablosuna göre binişiklik ve faktör yük değerleri kontrol edilmiştir. Elde edilen veriler sonucunda faktör yükleri düşük veya diğer faktörlerle bir arada yer aldığı görülen üç ifade analizden çıkartılarak faktör analizi tekrar yapılmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda, yeşil otelcilik uygulamaları için üç faktörlü bir yapı ortaya çıkmış ve söz konusu faktörlerin varyans açıklama oranı %60'tır. Yeşil pazarlama algısı ölçeğinin faktör analizi için orijinal halindeki 18 ifade eklenerek faktör analizi yapılmıştır. Maddelerin döndürülmüş bileşenler matrisi tablosuna göre binişiklik ve faktör yük değerleri kontrol edilmiştir. Elde edilen veriler sonucunda faktör yükü düşük olan bir ifade (*çevreci uygulamalar yalnızca bir modadır*) analizden çıkartılmıştır. Tekrar yapılan faktör analizi sonucunda, orijinalinden farklı olarak dört faktörlü bir yapı ortaya çıkmış ve boyutlar yeniden adlandırılmıştır. Söz konusu faktörlerin varyans açıklama oranı %58'dir.

Alfa katsayısı ise yöntemi içsel tutarlılığın ölçümünde yaygın olarak kullanılan yöntemdir ve kabul edilebilir değerinin en az 0,70 olması arzu edilir. Ancak inceleme türü çalışmalarda bu değer 0,50'ye kadar makul kabul edilebileceği ifade edilmektedir (Altunışık vd., 2010:124). Bunun yanı sıra, Alfa katsayısının değerinden hareketle ölçeğin güvenilirlik durumu için 0,60-0,80 arası oldukça güvenilir, 0,80-1,00 arası ise yüksek derecede güvenilir olarak değerlendirilebilir (Akgül ve Çevik, 2003:436).

**Tablo 3. Araştırmaya katılanların yeşil otelcilik uygulamaları algısına ilişkin tanımlayıcı analiz bulguları**

İfadeler	Hayır		Kısmen		Evet		ss.	x
	f	%	f	%	f	%		
1. Otelimizin, <b>yazılı</b> bir çevre politikası vardır.	57	32,0	56	31,5	<b>65</b>	<b>36,5</b>	0,82	1,04
2. Otelimizde personele çevre eğitimi verilmektedir.	41	23,0	64	36,0	<b>73</b>	<b>41,0</b>	0,78	1,17
3. Çevresel uygulamaların neden olduğu maliyetler otel bütçemizde belirtilmektedir.	<b>77</b>	<b>43,3</b>	45	25,3	56	31,5	0,85	0,88
4. Otelimiz, geri dönüşüm firmaları ile iş birliği içinde çalışmaktadır.	48	27,0	61	34,3	69	38,8	0,80	1,11
5. Otelimiz, çevre koruma ile ilgili toplantılara (yerel yönetimler, otelciler birliği vb.) katılmaktadır	38	21,3	57	32,0	82	46,1	0,78	1,24
6. Çevresel uygulamaların sağladığı tasarruf otel bütçesinde belirtilmektedir.	86	48,3	45	25,3	47	26,4	0,83	0,78

7. Çevreci (yeşil) uygulamalarımız hakkında medyada kamuoyu bilgilendirilmektedir.	85	47,8	44	24,7	49	27,5	0,84	0,79
8. Otelimizde, çevresel uygulamalardan sorumlu personel çalıştırılmaktadır.	76	42,7	23	12,9	79	44,4	0,93	1,01
9. Otelimizde çevre dostu ürünler kullanırız (organik tarım ürünleri, geri dönüşümlü ürünler vb.)	27	15,2	84	47,2	66	37,1	0,69	1,22
10. Otelimizde atıklar (karton, plastik, kâğıt vb.) ayrıştırılmaktadır.	22	12,4	50	28,1	<b>106</b>	<b>59,6</b>	0,70	1,47
11. Otelimizle ilgili bilgilendirmeler odalardaki televizyonlardan yapılmaktadır.	<b>111</b>	<b>62,5</b>	26	14,6	41	23,0	0,83	0,60
12. Otelimizdeki atık yağlar geri dönüşüm firmalarınca değerlendirilmektedir.	<b>119</b>	<b>66,9</b>	23	12,9	36	20,2	0,81	0,53
13. Otelimiz, çevresel konular ile ilgili araştırmaları desteklemektedir.	34	19,1	52	29,2	<b>92</b>	<b>51,7</b>	0,77	1,32
14. Otelimizde artan yiyecekler ihtiyaç sahipleriyle değerlendirilmektedir.	66	37,1	35	19,7	74	41,6	0,89	1,04
15. Müşterilerimize, yerel kültürün korunması adına uyarılarda bulunmaktadır.	14	7,9	37	20,8	<b>126</b>	<b>70,8</b>	0,62	1,63
16. Otelimiz, yerel yönetimlerle iş birliği içinde çalışmaktadır.	25	14,0	38	21,3	<b>115</b>	<b>64,6</b>	0,73	1,50
17. Satın almada malzemelerin geri dönüşebilir (yeniden değerlendirilebilir) olma özelliğine dikkat edilmektedir.	9	5,1	49	27,5	<b>120</b>	<b>67,4</b>	0,58	1,62
18. Otelimizde uzun ömürlü malzemeler satın alınmaktadır.	19	10,7	51	28,7	<b>107</b>	<b>60,1</b>	0,68	1,49
19. Otelimizde enerji tüketimi düşük ekipmanlar kullanılmaktadır (duş başlığı, ampuller vb.)	9	5,1	37	20,8	<b>130</b>	<b>73,0</b>	0,56	1,68
20. Çevreye daha az zarar veren temizlik maddeleri satın alınmaktadır.	14	7,9	63	35,4	<b>101</b>	<b>56,7</b>	0,63	1,48
21. Otelimizde güneş enerjisi kullanılmaktadır.	<b>135</b>	<b>75,8</b>	10	5,6	33	18,5	0,78	0,41
22. Otelimizde atık sular arıtılıp bahçe sulamasında	<b>130</b>	<b>73,0</b>	19	10,7	29	16,3	0,75	0,43

kullanılmaktadır. (Otelimizde atık sular arıtılarak yeniden (bahçe sulamasında vb.) kullanılmaktadır.)									
23. Odalarımızda elektrik tasarrufu için enerji tasarrufu sistemi kullanılmaktadır.	70	39,3	22	12,4	86	48,3	0,93	1,08	
24. Çamaşırhanede çamaşırklar kirlilik derecelerine göre ayrılmaktadır.	44	24,7	43	24,2	91	51,1	0,83	1,26	
25. Tuvaletlerde 6 lt'den az su harcayan sifonlar kullanılmaktadır.	60	33,7	41	23,0	74	41,6	0,87	1,08	
26. Otelimizde, sürekli kullanılmayan alanların aydınlatılmasında tasarruf için sensör/zamanlayıcı kullanılmaktadır.	73	41,0	21	11,8	84	47,2	0,93	1,06	
27. Otelimizde yağış (yağmur ve kar) suları biriktirilerek yeniden kullanılmaktadır.	135	75,8	23	12,9	20	11,2	0,67	0,35	
28. Günlük malzeme (havlu, çarşaf ve benzeri) değişiminin çevreye verdiği olumsuz etki konusunda müşterilerimiz bilgilendirilmektedir.	78	43,8	21	11,8	78	43,8	0,94	1,00	
29. Banyolarda az su harcayan duş başlıkları kullanılmaktadır.	77	43,3	28	15,7	73	41,0	0,92	0,97	
30. Çamaşırhanede tasarruf sağlayan makineler kullanılmaktadır.	71	39,9	41	23,0	66	37,1	0,87	0,97	
31. Odalarda enerji tasarrufu sağlayan ampuller kullanılmaktadır.	9	5,1	13	7,3	156	87,6	0,49	1,82	
32. Personele temizlik malzemelerinin kullanımı ile ilgili bilgi verilmektedir.	7	3,9	30	16,9	141	79,2	0,51	1,75	

Tablo 3'te araştırmaya katılanların yeşil otelcilik uygulamaları algısına ilişkin tanımlayıcı analiz bulguları yer almaktadır. Elde edilen bulgulara göre;

- Katılımcıların bir kısmı otellerinde yazılı bir çevre politikasının olduğunu (%36,5) ve otellerinde personele çevre eğitimi verildiğini (%41,0) belirtmiştir. Ancak çevresel uygulamaların neden olduğu maliyetlerin otel bütçesinde belirtilmediğini ifade edenlerin oranı da yarıya yakındır (%43,3).
- Katılımcıların yarısından çoğu (%59,6) otellerinde atıkların (karton, plastik, kağıt vb.) ayrıştırıldığını ancak atık yağların geri dönüşüm firmalarınca değerlendirilmediğini ifade etmişlerdir (%66,9).
- Araştırmaya katılanların büyük bir bölümü otellerinde ilgili bilgilendirmelerin

odalarındaki televizyonlardan yapılmadığını (%62,5) buna rağmen otellerinin çevresel konular ile ilgili araştırmaları desteklediğini belirtmiştir (%51,7).

- Katılımcıların çoğunluğu otellerinin yerel yönetimler ile iş birliği içinde olduğunu (%64,6) ve müşterilerine yerel kültürün korunması adına uyarılarda bulunduğunu (%70,8), satın almada malzemelerin geri dönüşebilir (yeniden değerlendirilebilir) olma özelliğine dikkat ettiklerini (%67,4) ve uzun ömürlü malzemeler satın aldıklarını (%60,1) ifade etmişlerdir.
- Enerji tüketimi konusunda katılımcıların büyük bölümü otellerinde enerji tüketimi düşük ekipmanlar kullanıldığını (duş başlığı, ampuller vb.) belirtirken (%73,0), güneş enerjisini kullanmayanların oranının yüksek olması (%75,8) dikkat çekmektedir.
- Katılımcıların büyük çoğunluğu (%56,7) otellerine çevreye daha az zarar veren temizlik maddeleri aldıklarını belirtirken, otellerinde atık suları arıtıp bahçe sulamasında kullanmadıklarını söylemektedir (%73,0).
- Yine enerji tüketimi konusunda katılımcıların yaklaşık yarısı (%48,3) otel odalarında elektrik tasarrufu için enerji tasarrufu sistemi kullandıklarını ve otellerdeki sürekli kullanılmayan alanların aydınlatılmasında tasarruf için sensör/zamanlayıcı kullandıklarını belirtmişlerdir (%47,2).
- Su tüketimi konusunda ise katılımcıların %75'i otellerinde yağış (yağmur ve kar) suları biriktirilerek yeniden kullanılmadığı, %43,8'si günlük malzeme (havlu, çarşaf ve benzeri) değişiminin çevreye verdiği olumsuz etki konusunda müşterilerini bilgilendirmediği ve %43,3'ü banyolarda az su harcayan duş başlıkları kullanmadığını belirtmişlerdir.
- Son olarak ise çalışmaya katılan katılımcıların büyük bir bölümünün (%87,6) odalarında enerji tasarrufu sağlayan ampuller kullandıkları ve personele temizlik malzemelerinin kullanımı ile ilgili bilgi verildiğini (%79,2) ifade etmişlerdir.

**Tablo 4. Araştırmaya katılanların yeşil pazarlama algısına ilişkin tanımlayıcı analiz bulguları**

İfadeler	1		2		3		4		5		ss.	x
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
1. Otellerdeki çevreci uygulamalar uzun vadede maliyetleri azaltır.	1	0,6	13	7,3	33	18,5	55	<b>30,9</b>	76	<b>42,7</b>	0,97	4,07
2. Çevreci uygulamalar misafirlerin satın alma davranışlarında olumlu etki yaratır.	8	4,5	19	10,7	58	32,6	54	<b>30,3</b>	39	<b>21,9</b>	1,08	3,54
3. Çevreci uygulamalar her departman için geçerlidir.	1	0,6	0	0,0	27	15,2	52	<b>29,2</b>	97	<b>54,5</b>	0,78	4,37

4. Otellerdeki çevreci uygulamalar müşteri memnuniyetini artırır.	13	7,3	15	8,4	49	27,5	56	<b>31,5</b>	45	<b>25,3</b>	1,16	3,58
5. Otellerdeki çevreci uygulamalar yerel kültürün korunmasında önemli bir araçtır.	3	1,7	1	0,6	37	20,8	54	30,3	82	46,1	0,90	4,19
6. Otellerdeki çevreci uygulamalar uzun vadede karlılığı artırır.	4	2,2	6	3,4	54	30,3	58	<b>32,6</b>	56	<b>31,5</b>	0,97	3,87
7. Otellerdeki çevreci uygulamalar otel çalışanlarının memnuniyetini artırır.	3	1,7	13	7,3	50	28,1	64	36,0	47	26,4	0,97	2,21
8. Otellerdeki çevreci uygulamaların temelini 'sürdürülebilirlik ilkesi' oluşturmaktadır.	2	1,1	9	5,1	65	36,5	44	24,7	58	32,6	0,98	3,82
9. Otellerdeki çevreci uygulamalar bölge halkının işletmeye olan desteğini artırır.	10	5,6	12	6,7	59	33,1	33	18,5	62	34,8	1,18	3,71
10. Otellerdeki çevreci uygulamalar halkla ilişkiler faaliyetlerinde yardımcı olur.	4	2,2	5	2,8	33	18,5	64	36,0	72	40,4	0,94	4,09
11. Otel yöneticileri, otelcilik sektöründeki çevreci uygulamalardan haberdardır.	4	2,2	5	2,8	35	19,7	61	34,3	73	41,0	0,95	4,08
12. Otellerdeki çevreci uygulamalar tüm paydaşların (tedarikçiler, çalışanlar, müşteriler, yerel yönetimler vb.) memnuniyetini artırır.	9	5,1	51	28,7	54	30,3	63	35,4	177	99,4	0,92	3,96
13. Otellerdeki çevreci uygulamalar "yeşil pazarlama" odaklı bir yaklaşımdır.	7	3,9	8	4,5	32	18,0	42	23,6	89	50,0	1,09	4,11
14. Turizm sektöründeki çevreci organizasyonlardan (GreenGlobe, SKAL,	6	3,4	16	9,0	42	23,6	59	33,1	54	30,3	1,08	3,78

Travellife vb.)  
haberdarım.

15. Çevreci uygulama ve standartlardan (OHSAS и ISO 14001, 9001, 19011) haberdarım.	13	7,3	16	9,0	45	25,3	56	31,5	47	26,4	1,18	3,61
16. Çevreci uygulamalar yalnızca bir modadır (trenddir).	73	41,0	66	37,1	23	12,9	6	3,4	10	5,6	1,08	1,95
17. Otel sahipleri çevreci uygulamalarla ilgili yatırımları desteklemektedir.	7	3,9	8	4,5	51	28,7	55	30,9	57	32,0	1,05	3,82
18. Otellerdeki çevreci uygulamalar, Kırgızistan'da önemli bir rekabet avantajı sağlar.	7	3,9	10	5,6	55	30,9	47	26,4	58	32,6	1,08	3,78
19. Eko etiket belgelendirme sistemi, hizmet kalitesi standartlarını sağlamak için önemlidir.	4	2,2	6	3,4	24	13,5	60	33,7	<b>83</b>	<b>46,6</b>	0,95	4,19
20. Eko etiket belgelendirme sistemi otellerde çevreci standartları oluşturmak için gereklidir.	2	1,1	4	2,2	17	9,6	53	29,8	<b>102</b>	<b>57,3</b>	0,83	4,39

Tablo 4'te araştırmaya katılanların yeşil pazarlama algısına ilişkin tanımlayıcı analiz bulguları yer almaktadır. Elde edilen bulgulara göre:

- Katılımcıların büyük çoğunluğu (%73,6) çevreci uygulamaların uzun vadede maliyetleri azalttığını ve aynı zamanda kârlılığını artırdığını (%64,1) düşünmektedir.
- Katılımcıların yarısından fazlası (%56,8) çevreci uygulamaların müşteri memnuniyetini artırdığını ve misafirlerin satın alma davranışlarında olumlu etki yarattığını (%52,2) düşünmektedir.
- Katılımcıların büyük çoğunluğu (%77,7) çevreci uygulamaların her departman için geçerli olduğunu ve otel çalışanlarının memnuniyetini arttırdığını (%62,4) konusunda hemfikirdir.
- Yine katılımcıların büyük bir bölümü (%76,3) otellerdeki çevreci uygulamaların yerel kültürün korunmasında önemli bir araç olduğunu ve bölge halkının işletmeye olan desteğini arttırdığını (%53,5) ifade etmiştir.



- Araştırmaya katılanların çoğunluğu (%57,3) otellerdeki çevreci uygulamaları temelinde “sürdürülebilirlik ilkesi” olan ve “yeşil pazarlama” odaklı bir yaklaşım (%73,6) olarak görmektedir.
- Yaklaşık her üç katılımcıdan biri (%63,4) turizm sektöründeki çevreci organizasyonlardan ve çevreci uygulama ve standartlardan haberdar olduklarını (%63,4) belirtmiştir.
- Katılımcıların büyük çoğunluğu (%78,1) çevreci uygulamaların yalnızca bir moda olduğunu düşünmemekte, otel sahiplerinin çevreci uygulamalarla ilgili yatırımları desteklediğini (%78,1) söylemektedir.
- Yeşil pazarlama algısı ölçeğinin devamına araştırmacılar tarafından iki önerme daha eklenmiştir (19 ve 20). Buna göre, katılımcıların büyük çoğunluğu (%80) eko etiket belgelendirme sisteminin, **hizmet kalitesi standartlarını sağlamak için önemli olduğunu** ve eko etiket belgelendirme sisteminin **otellerde çevreci standartları oluşturmak için gerekli olduğunu** (%87) belirtmişlerdir.

### 2.2.2. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesine İlişkin Bulgular

Bu bölümde araştırma hipotezlerinin test edilmesine ilişkin farklılık analizleri ile korelasyon analizi bulguları yer almaktadır:

**Tablo 5. Araştırmaya katılanların eğitim düzeyi ile yeşil pazarlama algısı arasındaki farklılığa ilişkin Anova testi bulguları**

Boyut	Eğitim Düzeyi	N	$\bar{X}$	s.s.	F	P (Tukey testi)
Çevre ile etkileşim	Lise/Önlisans	15	3,82	0,60	3,104	0,028* (a-b)
	Lisans <sup>a</sup>	121	3,79	0,76		
	Yüksek lisans <sup>b</sup>	35	4,17	0,80		
	Doktora	3	4,60	0,69		
Memnuniyet	Lise/Önlisans	15	3,33	0,51	1,529	0,209
	Lisans	121	3,25	0,54		
	Yüksek lisans	35	3,45	0,49		
	Doktora	3	3,50	0,00		
Farkındalık	Lise/Önlisans	15	3,84	0,65	2,955	0,034* (a-b)
	Lisans <sup>a</sup>	121	3,73	0,88		
	Yüksek lisans <sup>b</sup>	35	4,17	0,78		
	Doktora	3	4,44	0,50		
Sürdürülebilirlik	Lise/Önlisans	15	4,04	0,62	1,810	0,147
	Lisans	121	4,08	0,54		
	Yüksek lisans	35	4,28	0,11		
	Doktora	3	4,66	0,61		

\*p<0,05

Tablo 5'teki Anova testi sonuçlarına göre araştırmaya katılanların yeşil pazarlama boyutlarını algılamaları ile eğitim düzeyleri arasında bazı farklılıklar tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ). Elde edilen bulgulara göre, yeşil pazarlama algısının “çevre ile etkileşim” ( $p=0,028$ ) ve “farkındalık” boyutları ( $p=0,034$ ), eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Söz konusu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla ise “Çoklu Karşılaştırma (Tukey)” testi yapılmıştır. Tukey testi sonuçlarına göre, grup ortalamaları dikkate alındığında yüksek lisans eğitim düzeyine sahip olan kişilerin lisans eğitim düzeyindekilere kıyasla çevre ile etkileşim ve farkındalık algılarının daha yüksek olduğu görülmektedir.

**Tablo 6. Araştırmaya katılanların işletmedeki görevi ile yeşil pazarlama algısı arasındaki farklılığa ilişkin Anova testi bulguları**

Boyut	Görev	N	$\bar{X}$	s.s.	F	P (Tukey testi)
Çevre ile etkileşim	Genel Müdür	49	3,80	0,79	3,88	0,011* (a-b)
	Gen. Md. Yrd. <sup>a</sup>	30	4,17	0,88		
	Departman Müdürü	39	4,05	0,69		
	Diğer <sup>b</sup>	59	3,66	0,71		
Memnuniyet	Genel Müdür <sup>a</sup>	49	3,16	0,57	3,74	0,012* (a-b)
	Gen. Md. Yrd.	30	3,20	0,57		
	Departman Müdürü <sup>b</sup>	39	3,50	0,44		
	Diğer	59	3,34	0,47		
Farkındalık	Genel Müdür <sup>a</sup>	49	3,55	0,95	9,11	0,000* (a-b; a-c)
	Gen. Md. Yrd. <sup>b</sup>	30	4,27	0,72		
	Departman Müdürü <sup>c</sup>	39	4,19	0,74		
	Diğer	59	3,58	0,80		
Sürdürülebilirlik	Genel Müdür <sup>a</sup>	49	3,55	0,62	1,21	0,308
	Gen. Md. Yrd. <sup>b</sup>	30	4,27	0,62		
	Departman Müdürü	39	4,19	0,56		
	Diğer	59	3,58	0,64		

\* $p<0,05$

Tablo 6'daki bulgulara göre araştırmaya katılanların işletmedeki görevleri ile yeşil pazarlama algısının boyutları arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Yapılan Anova testi sonucunda “çevre ile etkileşim” ( $p=0,011$ ), “memnuniyet” ( $p=0,012$ ) ve “farkındalık” ( $p=0,000$ ) boyutlarında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Farklılıkların hangi gruplar arasında olduğu incelendiğinde, genel müdür yardımcısının genel müdüre göre çevre ile etkileşim, memnuniyet ve farkındalık algılarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca yine departman müdürü pozisyonunda çalışan katılımcıların da genel müdüre göre farkındalık algılarının daha yüksek olduğu görülmüştür.

**Tablo 7. Araştırmaya katılanların yöneticilik deneyimi ile yeşil pazarlama algısı arasındaki farklılığa ilişkin Anova testi bulguları**

Boyut	Yöneticilik Deneyimi	N	$\bar{X}$	s.s.	F	P (Tukey testi)
Çevre ile etkileşim	1-3 yıl	57	3,85	0,72	1,029	0,382
	4-7 yıl	57	3,81	0,92		
	8-11 yıl	26	4,02	0,48		
	12 yıl ve üzeri	16	4,13	0,70		
Memnuniyet	1-3 yıl	57	3,28	0,50	1,980	0,119
	4-7 yıl	57	3,22	0,50		
	8-11 yıl	26	3,50	0,64		
	12 yıl ve üzeri	16	3,45	0,51		
Farkındalık	1-3 yıl	57	3,94	0,79	0,461	0,710
	4-7 yıl	57	3,76	0,95		
	8-11 yıl	26	3,76	0,84		
	12 yıl ve üzeri	16	3,87	0,85		
Sürdürülebilirlik	1-3 yıl	57	4,07	0,60	1,207	0,309
	4-7 yıl	57	4,14	0,67		
	8-11 yıl	26	4,26	0,58		
	12 yıl ve üzeri	16	4,36	0,52		

Tablo 7'deki bulgulara göre, araştırmaya katılanların yöneticilik deneyimleri ile yeşil pazarlama algısının boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa rastlanamamıştır ( $p>0,05$ ).

**Tablo 8. Araştırmaya katılanların turizm sektöründeki çalışma süresi ile yeşil pazarlama algısı arasındaki farklılığa ilişkin Anova testi bulguları**

Boyut	Turizm Sektöründe Çalışma Süresi	N	$\bar{X}$	s.s.	F	P (Tukey testi)
Çevre ile etkileşim	1-3 yıl	48	4,02	0,84	2,522	0,084
	4-7 yıl	60	3,86	0,72		
	8-11 yıl	30	3,58	0,81		
	12 yıl ve üzeri	29	4,02	0,76		
Memnuniyet	1-3 yıl	48	3,30	0,57	2,211	0,089
	4-7 yıl	60	3,21	0,53		
	8-11 yıl	30	3,33	0,45		
	12 yıl ve üzeri	29	3,52	0,52		
Farkındalık	1-3 yıl	48	3,97	0,96	2,053	0,109
	4-7 yıl	60	3,82	0,89		
	8-11 yıl	30	3,50	0,84		
	12 yıl ve üzeri	29	3,96	0,73		
Sürdürülebilirlik	1-3 yıl	48	4,07	0,65	1,490	0,219
	4-7 yıl	60	4,14	0,57		
	8-11 yıl	30	4,02	0,62		
	12 yıl ve üzeri	29	4,33	0,62		

Tablo 8'deki bulgulara göre, araştırmaya katılanların turizm sektöründeki deneyimleri ile yeşil pazarlama algısının boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa rastlanamamıştır ( $p>0,05$ ).

Bu bulgulardan hareketle “yeşil pazarlama algısının araştırmaya katılanların özelliklerine göre farklılık gösterdiğini” ileri süren birinci araştırma hipotezinin kısmen desteklendiğini söylemek mümkündür.

**Tablo 9. Değişkenler arasındaki korelasyon matrisi**

Değişkenler	1.1.	1.2	1.3	1.4	2	2.1	2.2	2.3	$\bar{x}$	s.s.
1. YPA										
1.1. Ç.	1								3,87	,78
1.2. M.	0,060	1							3,30	,52
1.3. Ç.f.	<b>0,525**</b>	0,083	1						3,82	,87
1.4. S.	<b>0,516**</b>	0,122	<b>0,287**</b>	1					4,11	,61
2. YOU					1					
2.1. E.s.	<b>0,210**</b>	-0,031	<b>0,339**</b>	0,165*	-	1			1,23	,38
2.2. A.y.ç.	<b>0,477**</b>	0,011	<b>0,562**</b>	<b>0,300**</b>	-	<b>0,396**</b>	1		0,85	,41
2.3. S.a.s	<b>0,410**</b>	0,020	<b>0,650**</b>	0,183*	-	<b>0,514**</b>	<b>0,715**</b>	1	1,28	,43

\*  $p<0,05$ ; \*\* $p<0,01$

**YPA**;Yeşil Pazarlama Algısı; **Ç**:Çevre ile etkileşim; **M**:Memnuniyet; **Çf**: Çevresel farkındalık; **S**:Sürdürülebilirlik; **YOU**: Yeşil Otelcilik Uygulamaları; **Es**:Enerji ve su tasarrufu; **Ayç**: Atık yönetimi ve çevre eğitimi; **Sas**:Satın alma ve sorumluluğu paylaşma

Tablo 9'daki korelasyon katsayıları ( $r$ ) incelendiğinde değişkenler arasında farklı düzeyde ilişkiler olduğu görülmektedir ( $p<0.01$ ). Korelasyon katsayısının 0,01–0,29 arasında olması durumunda ilişkinin zayıf veya düşük; 0,30-0,64 arasında olması durumunda orta; 0,65-0,84 arasında olması durumunda kuvvetli/yüksek; 0,85-1 arasında olması durumunda ise çok kuvvetli/ çok yüksek olarak değerlendirilmesinin mümkün olduğu ifade edilmektedir (Ural ve Kılıç, 2006:248).

Bu bilgilerden hareketle, değişkenler arasındaki en yüksek ilişki satın alma ve sorumluluğu paylaşma ile atık yönetimi ve çevre eğitimi ( $r=0,715$ ,  $p<0,01$ ) ve çevresel farkındalık ( $r=0,650$ ,  $p<0,01$ ) arasında pozitif yönlü ve yüksek düzeyde ortaya çıkmıştır. Bulgulara göre, yeşil pazarlama algısının memnuniyet dışındaki

diğer alt boyutları ile yeşil otelcilik uygulamaları arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Buradan hareketle “yeşil pazarlama algısı ile yeşil otelcilik uygulamaları arasında anlamlı bir ilişki” olduğunu ileri süren ikinci araştırma hipotezin desteklendiğini söylemek mümkündür.

### III. BÖLÜM

## OTEL İŞLETMELERİNİN EKO ETİKET BELGELENDİRMESİNE İLİŞKİN MODEL ÖNERİSİ

Bu bölümde Kırgızistan'daki otel işletmelerine çevre dostu otel eko etiketi verilmesine yönelik uygulama esaslarına yer verilmiştir. Bu uygulama esasları ve ekleri söz konusu model önerisinin genel ilkelerini, eko etiket belgesine başvuru süreci, başvuruların değerlendirilmesi, değerlendirme kriterleri, işletme türüne göre asgari puanlar, işletmelerin denetimi ve bağımsız denetçi eğitim kılavuzunu içermektedir.

#### 3.1. Çevre Dostu Otel İşletmesi Belgesi Uygulama Esasları

##### 3.1.1. Tanımlar

**Bakanlık:** Kırgız Cumhuriyeti Kültür, Enformasyon, Spor ve Gençlik Politikası Bakanlığı,

**Departman Müdürlüğü:** Bakanlık bünyesinde faaliyet gösteren Turizm Departmanı Müdürlüğü,

**Eğitim Kurumu:** Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi Turizm Fakültesi,

**Bağımsız Denetçi:** Eğitim kurumu tarafından düzenlenen ve bağımsız denetçi eğitimi kılavuzunda (Ek3) belirtilen eğitimleri başarıyla tamamlayan kişilerdir.

##### 3.1.2. Başvuruların Yapılması

1. Çevre Dostu Otel İşletmesi Belgesi başvuruları, ilgili otel işletmesinin yasal yetkilisi (belge sahibi) tarafından başvuru dilekçesi (Ek 1) ve ekleri ile birlikte Turizm Departmanı Müdürlüğü'ne yapılır:
2. Başvuru formunda şu bilgilerin yer alması gerekmektedir:
  - a) Çevre yönetim politikası ve eylem planının amacı ve hedefi,
  - b) Çevre yönetim politikası ve eylem planının duyurulması veya elektronik ortamda erişime açık olması,
  - c) Çevre yönetim politikası ve eylem planında dört aylık aralıklarla iyileştirmeye yönelik gözden geçirme yapılması, değerlendirilmesi ve raporlanması,

- d) Su ve enerji tüketimi, kimyasal maddeler ve atık miktarlarına ilişkin verilerin periyodik olarak ölçülmesi, izlenmesi, raporlanması, hedef belirlenmesi,
- e) Eylem planının uygulanması amacıyla konusunda eğitim almış özel bir yetkilinin işletmede çalıştırılması veya bu hizmetin işletmede uygulamadan sorumlu bir yetkili ile birlikte bir uzmandan veya uzman firmadan alınması,
- f) İşletme tarafından çevre bilincinin artırılması, çevresel tedbirlerin ve eylem planının uygulanmasını temin etmek için personele düzenli olarak eğitim verilmesi,

### **3.1.3. Başvuruların Değerlendirilmesi**

- 3. Yapılan başvurular ilgili birim tarafından incelendikten sonra, Bakanlık tarafından başvurusu uygun görülen tesisler için bağımsız denetçi belgesine sahip kişiler arasından en az iki kişi görevlendirilerek ilgili işletme belirtilen kriterlere göre yerinde değerlendirilir,
- 4. Başvurusu uygun görülmeyen tesislerin durumları ise, gerekçeli bir yazı ile başvuru sahibine bildirilir.

### **3.1.4. Değerlendirme Formu ve Değerlendirme Çalışmaları**

- 5. Çevre Dostu Otel İşletmesi Belgesi taleplerinin değerlendirilmesinde Çevre Dostu Otel İşletmesi Değerlendirme Formu (Ek 2) kullanılır.
- 6. Tesis türlerine ve sınıflarına ilişkin puan alt sınırları, değerlendirme formunda belirtilmiştir.
- 7. Söz konusu değerlendirme formu üç aşamadan oluşur. Birinci bölümde belirtilen zorunlu kriterlere ilişkin maddelerin her birinden en az üç puan ve toplamda 12 puan alınması zorunludur.
- 8. Birinci bölüm asgari puanının alınamaması durumunda ikinci bölüme, ikinci bölüm asgari puanının alınamaması durumunda üçüncü bölüme geçilmez ve başvuru olumsuz olarak değerlendirilerek sınıflandırma formu çalışması sonlandırılır.
- 9. Her üç bölüm puanlanarak bağımsız denetçiler tarafından verilen puanların ortalaması alınır ve işletmenin tür ve sınıfı için belirlenmiş olan asgari puanı aşmış olmadığı tespit edilir.
- 10. Yapılan sınıflandırma sonucunda tür ve sınıfı için belirlenmiş olan asgari puan barajını aşan tesislere Bakanlığın onayı ile belge düzenlenir.
- 11. Eğer işletmenin yıldız sayısında değişiklik olması ve sınıfının yükselmesi durumunda işletme yeniden başvuru yaparak tekrar değerlendirme sürecine tabii olur. Daha önce almış olduğu çevre dostu otel işletmesi belgesi geçersiz olur.

12. Aynı işletme için yapılan başvuru ve/veya değerlendirme sürecinin üst üste iki defa olumsuz olması durumunda işletmenin bir sonraki başvurusu için en son yapılan değerlendirme tarihinin üzerinden en az altı ay geçmiş olması gerekmektedir.

### 3.1.5. Çevre Dostu Otel İşletmesi Belgesinin Hazırlanması

#### *Belgede Yer Alması Gereken Bilgiler*

13. Belge üzerinde çevre dostu oteller için geliştirilen logo (Ek 6) ile birlikte Bakanlık logosu yer alır.
14. Belgede aşağıdaki bilgilerin yer alması gerekmektedir:
  - a) İşletmenin adı, adresi, türü ve varsa sınıfı/yıldız sayısı
  - b) İşletme sahibinin bilgileri
  - c) Belge düzenlenme tarihi ve belge kayıt numarası
15. Konaklama tesisinin bulunduğu ilin yer aldığı bölgeye göre yapılacak puan ilavesinde, Bakanlığın uygun gördüğü şekliyle değerlendirme formunda önerilen bölgelere göre puan ilavesi yapılır.
16. Çevre dostu otel işletmesi değerlendirme formu uygulamasında, işletmenin termal turizm, kış turizmi, yayla turizmi veya kırsal turizme yönelik faaliyet göstermesi halinde puan ilavesi değerlendirme formunda belirtilen şekilde yapılır.
17. Çevre dostu otel işletmesi belgesi sahibi işletmeler iki yılda bir yeniden değerlendirilirler. Bu süre verilen belge için geçerlilik süresi değildir. İşletmenin sınıfı veya yıldız sayısında değişiklik olmazsa, işletme yenileme denetiminde asgari puanı hala taşıyorsa ve Bakanlık tarafından aksi belirtilmediği sürece belge geçerlidir.
18. Çevreye duyarlı konaklama tesisi belgesinin iptal edilmesi durumunda, tesise ilişkin söz konusu belge Bakanlığa iade edilir.



## IV. BÖLÜM

### SONUÇ VE ÖNERİLER

#### 4.1. Sonuç

Eko turizm terimi, 1980'lerin sonlarında, dünyanın sürdürülebilir ve küresel ekolojik uygulamaları kabulünün ve tepkisinin doğrudan bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bu uygulamada, turizmin çevre üzerindeki zarar verici etkilerini en aza indirmeye yönelik anlayış ve tatil faaliyetlerini doğada geçirmeye yönelik düşünce ön plana çıkmaktadır. Bu doğrultuda tüketicilerin kitle turizminden çok, bireysel ve zengin deneyimleri tercih ettikleri söylenebilir (Diamantis, 1999). Yapılan araştırmalar, günlük hayatlarında çevre dostu davranışlar konusunda olumlu tutumlar sergileyen tüketicilerin, konaklama işletmelerinin çevre dostu yönetimlerini de olumlu karşıladığını göstermektedir. Otel işletmeleri üzerinde yapılan araştırmalarda müşterilerin büyük bir kısmının sonraki seçimlerinde eko otelleri tercih edebilecekleri (Mensah, 2004), müşterilerin otellerin çevre dostu yönetimlerini destekledikleri ve bunu, eko otelleri tercih ederek gösterdikleri (Manaktola ve Jauhari, 2007) tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra yapılan çalışmalar sonucunda işletmelerin yeşil inovasyona yönelik çalışmaları belirli ölçüde destekledikleri görülmüştür. Araştırmalar sonucunda işletmelerin uygulanan yeşil inovasyon faaliyetlerini genel olarak verimlilik sağlamak için kullandıkları ve sektörde gerçekleşen birçok yeşil uygulama hakkında yeterince bilgi sahibi olmadıkları görülmüştür. Aynı zamanda işletmeler yeşil inovasyon uygulamalarını maliyetlerini azaltmak ve imaj kazanmak için benimsedikleri görülmüştür (Büyükkeklik vd., 2010).

Bu çalışmada elde edilen bulgulara göre, araştırmaya katılanların büyük bir kısmı çevreci uygulamaların uzun vadede maliyetleri azalttığını, müşteri memnuniyeti ve işletme kârlılığını ise artırdığını düşünmektedir. Yapılan bazı çalışmalarda da benzer şekilde, otellerin çevreci uygulamalara geçişleri ve atık yönetimi uygulamaları her ne kadar işletmeler için bazı ilave maliyetlere sebep olsa da birçok eko otelin çevreci uygulamalar ile ekolojik performanslarını arttırarak kurumsal imajlarını geliştirdikleri ve uzun vadede yönetim maliyetlerini düşürdükleri belirtilmektedir (Mensah, 2006, Yim ve Penny, 2007).

Diğer taraftan araştırmaya katılanların büyük bölümü otellerdeki çevreci uygulamaların yerel kültürün korunmasında önemli bir araç olduğunu ve bölge halkının işletmeye olan desteğini arttırdığını ifade etmiştir. Ayrıca, katılımcıların

büyük çoğunluğu eko etiket belgelendirme sisteminin, hizmet kalitesi standartlarını sağlamak için önemli olduğunu ve eko etiket belgelendirme sisteminin otellerde çevreci standartları oluşturmak için gerekli olduğunu belirtmişlerdir. Yapılan diğer araştırmalarda da, turistlerin otellerin aşırı kaynak kullanımını sonucunda atık kullanımı ve çevreye verdikleri zararlar konusunda daha bilinçli oldukları (Han ve Kim, 2010; Wang vd. 2018) ve konaklamalarda çevre dostu otelleri tercih ettikleri ortaya konulmuştur (Kim vd. 2012; Manaktola ve Jauhari, 2007; Wang vd. 2018; Wang vd. 2020).

Bu bulguların yanı sıra araştırma hipotezlerinin test edilmesine yönelik yapılan analiz sonuçlarına göre, yeşil pazarlama algısının çevre ile etkileşim ve farkındalık boyutları, araştırmaya katılanların eğitim düzeyine göre; yine çevre ile etkileşim ve farkındalık ile misafir ve çalışan memnuniyeti boyutları katılımcıların oteldeki görevine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Yapılan korelasyon analizi sonucunda ise, yeşil pazarlama algısının memnuniyet dışındaki diğer alt boyutları ile yeşil otelcilik uygulamaları arasında pozitif yönde ve farklı düzeylerde anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yani araştırmaya katılanların yeşil pazarlama algısı arttıkça, yeşil otelcilik uygulamaları da olumlu artış göstermektedir. Bu bulgulardan hareketle araştırma hipotezlerinin desteklendiği görülmektedir.

Bu çalışmada, Kırgızistan'daki otel işletmelerine eko etiket belgesi verilebilmesi için bir model önerisi geliştirilmiş ve bu uygulama önerisine göre işletmelerin başvuru süreci, değerlendirilmesi ve denetlenmesi süreçleri detaylı olarak açıklanmıştır. Söz konusu model önerisinin uygulanabilmesi her şeyden önce gerekli hukuki alt yapısının oluşturulması ile mümkün olabilecektir. Bu araştırmanın proje ortakları, kamu ve özel sektör için önemli bir kaynak olması düşünülmektedir.

## **4.2. Öneriler**

Kırgızistan bozulmamış doğal güzellikleri, kültürel yapısı ve tarihi zenginlikleri ile Orta Asya turizminde öne çıkan bir ülkedir. Ancak Kırgızistan turizminin gelişim sürecinde olduğu göz önüne alındığında bu süreçte bazı adımların dikkatle atılması gerekmektedir. Bilindiği gibi plansız gelişen turizm, çevreyi olumsuz etkilemektedir. Bu sorunların önüne geçebilmek için çalışanların eğitilmesi, yerel halkın bilinçlendirilmesi, sürdürülebilir turizm politikalarının geliştirilmesi ve sosyal sorumluluk projelerinin artırılması oldukça önemlidir. Yapılan bu projenin temel amacı Kırgızistan'daki otel işletmelerinin sürdürülebilir turizm gelişimine katkı sağlamak için çevreci standartların hayata geçirilmesini sağlamaktır. Kırgızistan otelcilik sektöründe çevreci bir eko etiket belgesinin ulusal düzeyde henüz uygulanmıyor olması bu model önerisinin önemini daha da arttırmaktadır.

Projenden elde edilen bulgular doğrultusunda geliştirilen öneriler şu şekilde ifade edilebilir:

- Çevre dostu otel eko etiket uygulama önerisinin Kırgızistan'da uygulanabilmesi için devletin bu alandaki yasal alt yapıyı oluşturması ve işletmelere destekleyici teşvikler sağlanması gerekmektedir.
- Eko etiketler, çevre için zararsız veya daha az zararlı olduğu kabul edilen ürünlere verilen bir ödül niteliği taşımaktadır. Bu nedenle eko etiketler sürdürülebilir turizm gelişimi için oldukça etkilidir. Bu kapsamda Kırgızistan'daki otellerde eko etiket belgelerinin önemi hakkında yatırımcıların, işletmelerin, turistlerin ve yerel halkın farkındalıklarının artırılmasına yönelik bilgilendirici ve tanıtıcı faaliyetlerin planlı ve sürekli olarak yapılması gerekmektedir.
- İşletmelerin çevreyi koruma ve sürdürülebilir turizm uygulamaları konusunda kendilerine düşen sorumlulukları yerine getirebilmeleri için ilgili bakanlıklar düzeyinde turizm sektöründe ortak koordinasyonun sağlanması son derece önemlidir.
- Çevre dostu otel belgelendirme sisteminin çevrenin korunmasına ve sürdürülebilir turizme katkı sağlamasının yanında, işletmeler için uzun vadede maliyetleri azaltarak tasarruf ve karlılığa dönüşeceği işletmelere ve yatırımcılara anlatılmalıdır.
- İlerideki araştırmalarda örneklemin Kırgızistan'daki tüm konaklama işletmelerine yayılması, daha genellenebilir sonuçlara ulaşmak bakımından faydalı olabilir. Öte yandan bu araştırma sadece Kırgızistan'daki otel işletmeleri ile sınırlıdır. Bir sonraki araştırmada diğer turizm sektörlerinin araştırmaya dâhil edilmesi ilgili literatüre katkı sağlayacaktır.
- Son olarak eko etiket belgelendirme sisteminin, söz konusu standartlar ile Kırgızistan turizminin sürdürülebilir gelişimine ve hizmet kalitesine sağlayacağı katkının devlet ve sektör işbirliği ile bütün paydaşlar tarafından sahiplenilmesi, denetim sürecinin etkili bir şekilde yürütülmesi, bu sistemin sürekliliği ve uygulanabilmesi açısından son derece önemlidir.

**Ek 1**

**Başvuru Dilekçesi**

**KIRGIZ CUMHURİYETİ**  
**KÜLTÜR, ENFORMASYON, SPOR VE GENÇLİK POLİTİKASI**  
**BAKANLIĞI**  
**TURİZM DEPARTMANI MÜDÜRLÜĞÜNE,**

**ÇEVRE DOSTU OTEL İŞLETMESİ BELGESİ BAŞVURU DİLEKÇESİ**

**Tarih:...../...../.....**

..... isimli ve ..... yıldızlı otelimize “Çevre Dostu Otel” belgesi almak istiyoruz.

Otelimizin, “Çevre Dostu Otel İşletmesi Değerlendirme Formundaki” zorunlu ve tamamlayıcı kriterlerde belirtilen minimum puanlara sahip olduğunu beyan ederiz.

İşletmemizin değerlendirilmesi için gereğinin yapılmasını arz ederim.

**İşletme sahibi ad-soyadı:**

**Telefon numarası:**

**İşletme adresi:**

## Ek 2

### Çevre Dostu Otel İşletmesi Değerlendirme Formu

**İşletmenin Adı:**

**Adresi:**

**Telefon:**

**Web adresi / e-posta:**

**İşletmenin Türü ve Sınıfı:**

**İşletme Belge tarihi ve numarası:**

**İşletme Sahibi:**

**İşletme Müdürü:**

**I. Bölüm Puanı:**

**II. Bölüm Puanı :**

**III. Bölüm Puanı :**

**İlave Bölge puanı :**

**Toplam Puan :**

#### **Değerlendirme Yaparken Dikkat Edilecek Hususlar**

- 1. Değerlendirme formu doldurulurken, puanlama sıfırdan başlar ve her kriter için azami puanlar belirtilmiştir.**
- 2. Formdaki kriterler birden fazla amaçla kullanılsa dahi bir kez puanlanır.**
- 3. Formdaki değerlendirmeler aktif olarak kullanılmaları halinde değerlendirilir. Kullanım dışı özellikler puanlanmaz.**
- 4. İşletmenin bulunduğu bölgeye göre değerlendirme puanına bölge puanı ilavesi yapılır.**

## I. BÖLÜM

### ZORUNLU KRİTERLER (20 puan)

Kriter	Puan
1. İşletmenin çevre yönetim politikası ve buna yönelik bir hareket (eylem) planının olması, bunun duyurulması ve erişime açık olması (5 puan)	
2. Su ve enerji tüketimi, kimyasal maddeler ve atık miktarlarına ilişkin verilerin, periyodik olarak ölçülmesi, izlenmesi, raporlanması, (5 puan)	
3. İşletme tarafından, çevre bilincinin artırılması, çevresel tedbirlerin ve eylem planının uygulanmasını sağlamak için personele düzenli olarak eğitim verilmesi, (5 puan)	
4. Atık suların foseptik dışında bir sistemle çıkarılması, (5 puan)	
<b>Not:</b> Bu bölümde <b>en az 12 puan</b> alınması zorunludur.	
<b>I. Bölüm Toplam Puanı:</b> .....	

## II. BÖLÜM

### TAMAMLAYICI KRİTERLER (78 puan)

Kriter	Puan
1. İşletmenin uluslararası kabul gören çevre yönetim sertifikalarına sahip olması (EMAS, ISO 14000, ISO 14001, Mavi Bayrak gibi) (Her bir sertifika 2 puan olmak üzere <b>10 puanı geçemez</b> )	
2. Tedarikçilerin uluslararası kabul gören çevre yönetim sertifikalarına sahip olması (EMAS, ISO 14000, ISO 14001, Mavi Bayrak gibi) (Her bir sertifika 2 puan olmak üzere <b>10 puanı geçemez</b> )	
3. İşletmenin çevreye duyarlılık konusunda ulusal ödül kazanmış olması, (3 puan)	
4. İşletmenin çevreye duyarlılık konusunda uluslararası ödül kazanmış olması, (5 puan)	
5. İşletmenin çevreye duyarlılık konusundaki etkinlik ve projelerde yer alması, (2 puan)	
6. Çevre koruma organizasyonlarına düzenli olarak katkıda bulunulması ve bu organizasyonlara düzenli olarak katılım sağlanması, (2 puan)	
7. İşletmenin çevrede bulunan tarihi, doğal ve kültürel değerlerin korunmasına yönelik düzenlenen etkinliklere katkıda bulunması ( <b>2 puan</b> )	
8. İşletmenin çevrede bulunan yabani veya evcil hayvanların korunması ve sağlık, bakım ve beslenmeleri ile ilgili çalışmalara katkıda bulunması ( <b>2 puan</b> )	
9. Tesisin ısı yalıtımının; iklim şartlarına uygun, minimum enerji ile yeterli soğutma ve ısıtma imkanı sağlayacak şekilde olması ( <b>2 puan</b> )	
10. Tesiste çevreye duyarlı boya- cila, kurşunsuz cam vb. kullanılması (3 puan)	

11. Personelin olası su kaçaklarının belirlenmesi ve hemen önlem alınması konusunda eğitilmesi (2 puan)	
12. Tesisin mutfak ve teknik bölümlerinde kullanılan cihazların tasarruflu ve verimli kullanılması konusunda personele eğitim verilmesi (2 puan)	
13. Tesisin giriş bölümünde çevreye duyarlılık politikası ve alınan önlemler hakkında misafirlerin bilgilendirilmesi (3 puan)	
14. Çocuk misafirlere yönelik çevreye duyarlılık konusunda eğitim ve etkinliklerin yapılması (5 puan)	
15. Tesisin bütününde önemli ölçüde enerji tasarrufu sağlayacak yeni teknolojilerin kullanılması, (Her biri 3 puan olmak üzere 15 puanı geçemez)	
16. Havaya fazla miktarda sera gazı veren kömür veya ağır petrol ürünleri gibi kaynakların enerji olarak kullanılmaması, (3 puan)	
17. Tesisin bünyesinde eşanjör (ısı değiştirici) cihazının kullanılması, (2 puan)	
18. Tesisin merkezi sistemle ısıtılması, (5 puan)	
Not: 2. Bölümden en az 10 puan alınması halinde 3. Bölüme geçilebilir.	
II. Bölüm Toplam Puanı:.....	

### III. BÖLÜM

#### BÖLÜMLERE GÖRE KRİTERLER

##### A. Yatak Odaları (64 Puan)

Kriter	Puan
1. Odalarda çevreye duyarlılık çalışmalarının misafirlere görsel-işitsel olarak duyurulması (3 puan)	
2. Misafirlerin otelde kaldığı sürede, yastık kılıfı, çarşaf ve nevresimlerin misafirlerin isteğiyle değiştirileceği konusunda yatak odasında bilgilendirme yapılması, (3 puan)	
3. Aynı şekilde havlu değişimi ile ilgili olarak da banyolarda bilgilendirme yapılması, (3 puan)	
4. Kırgızca ve Rusça dışında en az bir yabancı dilde bilgilendirme yapılması halinde puan ilave edilir. (2 puan)	
5. Misafirlerin, işletmenin çevreye duyarlılık çalışmaları hakkında görüşlerinin alınması ve değerlendirilmesi (2 puan)	
6. Soğutma ve havalandırmanın (klima vb.), pencere ve kapıların açılması halinde otomatik olarak kapanması (5 puan)	
7. Misafir odadan ayrıldığında elektrik sisteminin otomatik olarak kapanması (5 puan)	
8. Odalarda ısıtma ve soğutmanın otomatik kontrollü (termostat) olması (3 puan)	
9. Odalarda yer alan minibar, buzdolabı, tv, split klima gibi cihaz ve makinelerin yüksek verimli ve az elektrik tüketen teknolojide olması (Her biri 2 puan olmak üzere 6 puanı geçemez)	

10. Oda aydınlatmasında az enerji tüketen aydınlatma elemanlarının kullanılması (5 puan)	
11. Odalarda kullanılan cihazların; güneş ışığı, ısı kaynakları gibi etkilerden uzak ve cihazın havalandırması sağlanacak şekilde yerleştirilmesi (2 puan)	
12. Odalarda güneşlik ve kalın perde bulunması (Her biri 2 puan) Misafir bulunmayan odalarda perde veya güneşliklerin kapalı tutulması halinde 1 puan ilave edilir) (Toplam 5 puan)	
13. Duş başlıkları ve musluklarda, akan suyun tasarrufuna yönelik özel armatürlerin (başlıkların) kullanılması (Fotoselli, ayarlı, hava karışıklı vb.) (5 puan)	
14. Banyolarda sadece duş teknesi kullanılması (küvet kullanılmaması) (5 puan)	
15. Odaların tamamında sigara içilmemesi (10 puan) (Odaların en az yarısında sigara içilmemesi halinde 5 puan) (Tesis tanıtımında ve internet sitesinde belirtilmesi şartıyla değerlendirilir.)	
<b>A Bölümü Puanı:.....</b>	

### B. Tesisin Çevreye Duyarlı Olarak Düzenlenmesi (16 Puan)

Kriter	Puan
<b>1. Peyzaj düzenlemesi ve ağaçlandırma</b> ( ) Çok iyi ( 5 puan) ( ) İyi (3 puan) ( ) Normal (1 puan) ( ) Yok	
<b>2. Tesis bahçesinde, endemik bitkilerin korunması ve ekosistemin bozulmaması</b> (Tesisin bahçesinde konuya ilişkin yazılı ve görsel bilgilendirme yapılması halinde değerlendirilir) (2 puan)	
<b>3. Tesis dış cephesinde kullanılan özellikli camlar (5 puan)</b>	
<b>4. Bina dış cephesinde güneşi kontrol eden yapı elemanlarının bulunması (4 puan)</b>	
<b>B Bölümü Puanı:.....</b>	

### C. Enerji Tasarrufu (46 Puan)

Kriter	Puan
1. Tesiste, enerji ve su tüketimini hesaplamak ve izlemek için ilave sayaç ve ölçü aletlerinin kullanılması (Mutfak, çamaşırhane, bahçe, teknik üniteler vb.) (5 puan)	
2. Binaların giriş kapılarında rüzgârlık veya döner kapı bulunması (2 puan)	
3. Tesisin genel alanlarında ısıtma ve soğutmanın otomatik kontrollü (termostatlı) olması (3 puan)	
4. İşletmede az enerji tüketen aydınlatma elemanlarının kullanılması (3 puan)	



5. İşletmede harekete veya ışığa duyarlı aydınlatma sistemlerinin kullanılması (Koridorlar, misafir tuvaletleri, personel alanları, teknik alanlar, genel alanlar vb.) (Her biri 2 puan olmak üzere <b>en fazla 10 puan</b> )	
6. Soğuk oda ve/veya dolaplarda sıcaklığın değişmesi ve/veya açık kalması halinde alarm vermesi ( <b>3 puan</b> )	
7. Tesis bünyesinde sıcak su üretimi hariç yenilenebilir enerjiye yönelik düzenleme yapılması (Güneş, Rüzgar, Jeotermal, Hidro, Biogaz vb.) (Her biri 5 puan <b>en fazla 20 puan</b> )	
<b>C Bölümü Puanı:.....</b>	

**D. Su Tasarrufu (30 Puan)**

<b>Kriter</b>	<b>Puan</b>
1. Sıcak suyun güneş, jeotermal veya diğer yenilenebilir enerji türlerinden elde edilmesi ( <b>5 puan</b> )	
2. Genel alanlar ile personelin kullandığı alanlardaki duş ve tuvaletlerde, duş başlıkları ve musluklarda, su tasarrufuna yönelik özel armatürlerin (fotoselli, ayarlı, hava karışıklı vb.) kullanılması, ( <b>5 puan</b> )	
3. Genel tuvaletlerde ve personel tuvaletlerinde bulunan pisuarlarda suyun otomatik sistemle (sensörlü olarak) akıtılması, ( <b>3 puan</b> )	
4. Su tasarruflu çamaşır ve bulaşık makinelerinin kullanılması ( <b>3 puan</b> )	
5. Yağmur ve kar sularının temizlik ve içme haricinde kullanılması (Bahçe sulaması ve/veya tuvalet rezervuarlarında) ( <b>5 puan</b> )	
6. Arıtılmış atık suların temizlik ve içme haricinde kullanılması (Bahçe sulaması ve/veya tuvalet rezervuarlarında) ( <b>4 puan</b> )	
7. Bahçede kullanılan suların otomatik olarak kapanmasını sağlayan zaman ayarlı sistem ( <b>2 puan</b> )	
8. Bahçe sulaması yapılıyorsa, gereksiz su tüketimini engelleyen damlama, fiskiye vb. teknolojilerin kullanılması ( <b>3 puan</b> )	
<b>D Bölümü Puanı:.....</b>	

**E. Deterjanlar, Dezenfektanlar ve Tehlikeli Kimyasal Maddelerin Kullanımı (20 puan)**

<b>Kriter</b>	<b>Puan</b>
1. Doğru yerde doğru kimyasalın kullanılması ( <b>3 puan</b> )	
2. Çevreye duyarlı deterjan ve dezenfektanların kullanılması ( <b>4 puan</b> )	
3. Deterjan kullanımının azaltılmasına yönelik düzenlemeler yapılması ( <b>3 puan</b> )	
4. Kimyasal madde kullanımının zorunlu olmadığı mahal veya yerlerde (armatür, mobilya vb.) doğal temizleyiciler kullanılması ( <b>3 puan</b> )	
5. Bahçelerin organik tarım esaslarına uygun olarak düzenlenmesi ve bakımının yapılması ( <b>4 puan</b> )	
6. Haşere ile mücadelede insan sağlığına ve çevreye zarar vermeyen ilaçların kullanılması veya doğal tedbirlerin alınması ( <b>3 puan</b> )	
<b>E Bölümü Puanı:.....</b>	

**F. Atık Yönetimi (48 puan)**

Kriter	Puan
1. Misafirlerin atıkları ayırabilmeleri için tesisin uygun yerlerinde yeterli düzenleme sağlanması (3 puan)	
2. Genel mahallerde atık pillere yönelik toplama kutusu bulunması (3 puan)	
3. Personel tarafından zararlı atıkların çeşitlerine göre ve diğer atıklardan ayrılması (Yağ filtreleri, boya, floresan ampuller, toner, mürekkep, soğutma ekipmanları, piller, ilaçlar, tıbbi atıklar, elektronik atıklar vb.) (Her biri ayrı puanlanır) (Her biri 2 puan <b>en fazla 10 puan</b> )	
4. Mutfakta kullanılan atık yağların biriktirilmesi ve toplanması (3 puan)	
5. Atıkların işletme tarafından çeşitlerine göre ayrılması (Plastik, kağıt, cam, metal, organik vb.) (3 puan)	
6. Organik atıkların değerlendirilmesi (Kompost, biyogaz vb.) (3 puan)	
7. Ortak alanlarda ve genel duş, tuvaletlerde tek kullanımlık malzemelerin <b>kullanılmaması</b> (Şampuan, sabun, bardak, tabak, çatal, bıçak vb.) (Her biri ayrı puanlanır) (her biri 1 puan <b>en fazla 5 puan</b> )	
8. Genel mahallerde içecek hizmetlerinin tek kullanımlık paketler yerine su, meyve suyu sebili ile sunulması (Her biri 2 puan olmak üzere <b>en fazla 8 puan</b> )	
9. Kahvaltıda tek kullanımlık paketlere yer <b>verilmemesi</b> , (Tereyağı, reçel, bal, peynir vb.) (Her biri 1 puan olmak üzere <b>en fazla 5 puan</b> )	
<b>10. Atık suların arıtılması;</b> ( ) İşletmenin kendine ait atık su arıtma sisteminin bulunması (5 puan) ( ) Bölgesel birliğin merkezi sistemine bağlı olması (3 puan) ( ) Yerel yönetimin merkezi sistemine bağlı olması (1 puan)	
<b>F Bölümü Puanı:.....</b>	

**G. Diğer Hizmetler (68 Puan)**

Kriter	Puan
1. Personel ve misafir ulaşımının ihtiyaç oranında çevreye sera gazı verilmeyen araçlarla sağlanması (3 puan)	
2. Misafirlere şehir içinde alternatif ulaşım imkanı olarak bisiklet kullanımının sağlanması (3 puan)	
3. İşletmenin idari işlerinde kağıt tüketimini en aza indirecek elektronik yazışma, sipariş/adisyon, fatura vb. sistemlerin kullanılması (4 puan)	
4. Tesiste çevre etiketli eşyaların kullanılması (Yastık, çarşaf, masa örtüsü, elektrik süpürgesi, ampul, kağıt, plastik vb.) (Her biri 2 puan <b>en fazla 10 puan</b> )	
5. En az iki yerel yemeğin ve ürünün kahvaltı ve diğer öğünlerde sunulması (4 puan)	
6. Menüde yerel ürün hakkında bilgilendirme ve tanıtıcı görsel kullanılması (3 puan)	
7. Tesisin orman içinde veya yanında olması durumunda yangın için gerekli önlemlerin alınması (4 puan)	
8. Açık ve kapalı mahallerde gürültüsüz cihazların kullanımı (2 puan)	
9. Tesisat alanlarının ses yalıtımının olması (2 puan)	
10. Tesisat alanlarında bulunan boruların ısı yalıtımının yapılması (2 puan)	

11. Yüksek sesle müzik yayını yapılan alanların ses yalıtımının olması (3 puan)	
12. Açık ve kapalı alanlarda insan sağlığına uygun <b>desibellerde</b> (dB) ses yayını yapılması (3 puan)	
13. Gürültü kaynaklarının yatak odalarından uzakta düzenlenmesi veya gürültünün engellenmesi (3 puan)	
14. Konaklama tesisinin bulunduğu ilin yer aldığı bölgeye göre puan ilave edilmesi ( <b>az gelişmiş bölgelerdeki konaklama tesislerine daha puan ilavesinin yapılması</b> ) (en fazla 7 puan)	
15. Tesislerin termal turizme, kış turizmine, yayla turizmine veya kırsal turizme yönelik faaliyet göstermesi (sadece bir tanesi puanlanır) (5 puan)	
16. Bu formda yer almayan, çevreye duyarlılık çalışmalarına ilave katkı sağlayan faaliyetler veya teknoloji, sistem veya cihazların kullanılması (Her biri 2 puan, <b>en fazla 10 puan</b> )	
<b>G Bölümü Puanı:</b> .....	
<b>III. Bölüm Toplam Puanı:</b> .....	

**Bölge/Şehir Puanı:**

**Bişkek** : 1 puan  
**Oş Şehri** : 2 puan  
**Çüy/Issık-Göl** : 3 puan  
**Oş Bölgesi** : 4 puan

**Celal Abad** : 5 puan  
**Talas/Narın** : 6 puan  
**Batken** : 7 puan

**Sonuç Değerlendirme:**

5 Yıldızlı Otellerin **en az 200 puan**,

4 Yıldızlı Otellerin **en az 170 puan**,

3 Yıldızlı Otellerin **en az 140 puan** alması halinde ilgili işletme Çevre Dostu Otel İşletmesi belgesi almaya hak kazanır.

.....isimli ..... yıldızlı otel işletmesi ..... tarihinde yapılan değerlendirme sonucunda ..... puan almıştır.

**Değerlendirmeyi yapanın**

**Adı-Soyadı:**

**İmza:**

## Ek 3

### Bağımsız Denetçi Eğitimi Kılavuzu

#### 1. Eğitimin Amacı

Çevre dostu otel uygulaması, enerji, su, çevreye zararlı maddelerin tüketiminin ve atık miktarının azaltılmasını, enerji verimliliğinin artırılmasını, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımının teşvik edilmesini, konaklama işletmelerinin yatırım aşamasından itibaren çevreye duyarlı olarak planlanmalarını ve gerçekleştirilmelerini, işletmenin çevreye uyumunu, çevreyi güzelleştirici düzenleme ve etkinlikleri yapmasını, ekolojik mimariyi, çevreye duyarlılık konusunda bilinçlendirmeyi, ilgili eğitimlerin sağlanmasını, ilgili kurum ve kuruluşlarla işbirliklerinin yapılmasını amaçlamaktadır.

#### 2. Denetçi Eğitim Programının Planlanması ve Yürütülmesi

Denetçi ekibinin belirlenmesi, eğitimleri ve sertifikalandırma süreci eğitim kurumu tarafından planlanır ve yönetilir.

#### 3. Eğitici ve Eğitim Programı

Programda ders verecek eğiticiler, en az yüksek lisans mezunu olmak kaydıyla ilgili alanda eğitimli uzman kişiler arasından; üniversitelerin ilgili bölümlerinde görev yapan akademisyenlerden, turizm sektöründeki yöneticilerden, çevre mühendislerinden ve kamu kurum ve kuruluşlarının eğitim birimlerinde görevli eğitmenlerden görevlendirilir.

Eğitim sürecini başarıyla tamamlayan adaylar sertifika/belge almaya hak kazanırlar.

“Çevre Dostu Otel İşletmeleri için Bağımsız Denetçi” belgesini alanların isimleri ve iletişim bilgileri belge düzenlendikten sonra bir hafta içinde bakanlığın ilgili birimine yazılı olarak bildirilir.

Eğitim süresi turizm ve çevre konularında toplamda en az 30 saat olmak üzere aşağıdaki konularda planlanır:

##### A. Turizm eğitimleri (15 saat)

Turizm ve çevre ilişkisi

Konaklama işletmelerinde sürdürülebilir turizm uygulamaları

Eko turizm ve konaklama işletmelerindeki eko-etiket uygulamaları

Misafirlere yönelik çevre bilgilendirme çalışmaları ve turizm sektöründeki önemi

Çevre dostu otel işletmesi değerlendirme kriterlerinin puanlanması ve denetim süreci

**B. Çevre eğitimleri (15 saat)**

Çevre kavramı, ekolojik döngüler ve çevre kirliliği

Çevre politikasının hazırlanması

Çevre eylem planlarının hazırlanması

Turizm işletmelerinde çevre ve atık yönetimi

Turizm işletmelerinde doğal kaynak yönetimi ve tasarruf tedbirleri

## Ek 4

### Proje Özet Bilgileri

**Projenin Adı:** Kırgızistan'daki Otel İşletmelerinin Eko Etiket Belgelendirmesine Yönelik Uygulama Önerisi

**Proje Sahibi:**

Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi

**Proje Ortakları:**

Kırgızistan Cumhuriyeti Kültür, Enformasyon, Spor ve Gençlik Politikası Bakanlığı Turizm Departmanı

HORECA (Kırgızistan Otelciler ve Restorancılar Birliği)

**Projenin Süresi:**

9 ay (15.06.2021-15.03.2022)

**Proje Ekibi:**

Doç. Dr. Mustafa Murat Kızanlıklı (Koordinatör)  
([muratm.kizanlikli@manas.edu.kg](mailto:muratm.kizanlikli@manas.edu.kg))

Yrd. Doç. Dr. Naringül Margaziyeva ([naryngul.margazieva@manas.edu.kg](mailto:naryngul.margazieva@manas.edu.kg))

Öğr. Gör. Kımbat Asanova ([kymbat.asanova@manas.edu.kg](mailto:kymbat.asanova@manas.edu.kg))

Arş. Gör. İbrahim Gündoğdu ([ibrahim.gundogdu@manas.edu.kg](mailto:ibrahim.gundogdu@manas.edu.kg))

**Projenin Amacı:**

Eko etiket (*eco label*) kavramı, ürünlere yönelik bir çevre etiketidir. Eko etiketleme programları bir eko etiketin ödül olarak verilmesi ve özendirilmesi ile işletmeleri çevreci fikirler ve buluşlar geliştirmeye teşvik etmektedir. Eko oteller, doğal çevreyi korumak ve işletme maliyetlerini azaltmak için su/enerji tasarrufu, çevre dostu satın alma politikaları, emisyon ve atık miktarını azaltma gibi çeşitli çevre dostu uygulamaları sergiler ve bunları takip ederler.

Bu projenin temel amacı sürdürülebilir turizm kapsamında, çevrenin korunması, turizm sektöründe çevre bilincinin geliştirilmesi, turistik tesislerin çevreye olan olumlu katkılarının teşvik edilmesi ve özendirilmesidir. Bu amaçla çevre dostu otel belgesi almak üzere başvuruda bulunan ve sürdürülebilir turizm tesisleri için asgari şartları taşıyan işletmelere eko etiket belgesinin verilmesi planlanmaktadır.

***Projenin Çıktıları:***

1. Çevreye Dostu Otel İşletmesi Belgesi İçin Uygulama Esasları
2. Tesis Başvuru Formu
3. Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Değerlendirme Formu ve Kriterleri
4. Bağımsız Denetçi Eğitimi Kılavuzu
5. Kırgızistan'a özgü "Çevre Dostu Otel" logosu
6. Proje Tanıtım Broşürü, Proje Kitabı ve Bilimsel Yayın

## Ek 5

### Anket Formu

Sayın katılımcı;

Bu anket formu, Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi bünyesinde hazırlanan “*Kırgızistan’daki Otel İşletmelerinin Eko Etiket Belgelendirmesine Yönelik Uygulama Önerisi*” başlıklı Bilimsel Araştırma Projesi’ne veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Projenin başarısı ve sonuçlarının uygulanabilirliğinde, sizin bu araştırmaya doğru ve tarafsız bilgiler sağlamanız oldukça önemlidir. Araştırmadan elde edilecek veriler yalnızca bilimsel amaçla kullanılacak olup; sizin veya işletmenizin ismi hiçbir kişi, kuruluş veya kurumla paylaşılmayacaktır. Araştırmamıza sağladığınız değerli katkınız için teşekkür ederiz.

Doç. Dr. M. Murat **KIZANLIKLI**, Öğr. Gör. Kımbat **ASANOVA**, Dr. Naringül **MARGAZİYEVA** & Arş. Gör. İbrahim **GÜNDOĞDU**

Tel: 0772674554

Aşağıda yer alan çevreci (yeşil) uygulamalar otelinizde gerçekleştiriliyorsa lütfen “**Evet**” seçeneğini, gerçekleştirilmiyorsa “**Hayır**” seçeneğini, bütün departmanlarda veya tamamıyla uygulanmıyorsa “**Kısmen**” seçeneğini işaretleyiniz.

İfadeler	Evet	Hayır	Kısmen
1. Otelimizin, <b>yazılı</b> bir çevre politikası vardır.			
2. Otelimizde personele çevre eğitimi verilmektedir.			
3. Çevresel uygulamaların neden olduğu maliyetler otel bütçemizde belirtilmektedir.			
4. Otelimiz, geri dönüşüm firmaları ile iş birliği içinde çalışmaktadır.			
5. Otelimiz, çevre koruma ile ilgili toplantılara (yerel yönetimler, otelciler birliği vb.) katılmaktadır			
6. Çevresel uygulamaların sağladığı tasarruf otel bütçesinde belirtilmektedir.			
7. Çevreci (yeşil) uygulamalarımız hakkında medyada kamuoyu bilgilendirilmektedir.			
8. Otelimizde, çevresel uygulamalardan sorumlu personel çalıştırılmaktadır.			
9. Otelimizde çevre dostu ürünler kullanırız (organik tarım ürünleri, geri dönüşümlü ürünler vb.)			
10. Otelimizde atıklar (karton, plastik, kâğıt vb.) ayrıştırılmaktadır.			
11. Otelimizle ilgili bilgilendirmeler odalardaki televizyonlardan yapılmaktadır.			



12. Otelimizdeki atık yağlar geri dönüşüm firmalarınca değerlendirilmektedir.			
13. Otelimiz, çevresel konular ile ilgili araştırmaları desteklemektedir.			
14. Otelimizde artan yiyecekler ihtiyaç sahipleriyle değerlendirilmektedir.			
15. Müşterilerimize, yerel kültürün korunması adına uyarılarda bulunmaktadır.			
16. Otelimiz, yerel yönetimlerle iş birliği içinde çalışmaktadır.			
17. Satın almada malzemelerin geri dönüşebilir (yeniden değerlendirilebilir) olma özelliğine dikkat edilmektedir.			
18. Otelimizde uzun ömürlü malzemeler satın alınmaktadır.			
19. Otelimizde enerji tüketimi düşük ekipmanlar kullanılmaktadır (duş başlığı, ampuller vb.)			
20. Çevreye daha az zarar veren temizlik maddeleri satın alınmaktadır.			
21. Otelimizde güneş enerjisi kullanılmaktadır.			
22. Otelimizde atık sular arıtılıp bahçe sulamasında kullanılmaktadır. (Otelimizde atık sular arıtılarak yeniden (bahçe sulamasında vb.) kullanılmaktadır.)			
23. Odalarımızda elektrik tasarrufu için enerji tasarrufu sistemi kullanılmaktadır.			
24. Çamaşırhanede çamaşırlar kirlilik derecelerine göre ayrılmaktadır.			
25. Tuvaletlerde <b>6 lt'den az</b> su harcayan sifonlar kullanılmaktadır.			
26. Otelimizde, sürekli kullanılmayan alanların aydınlatılmasında tasarruf için sensör/zamanlayıcı kullanılmaktadır.			
27. <b>Otelimizde yağış (yağmur ve kar) suları biriktirilerek yeniden kullanılmaktadır.</b>			
28. Günlük malzeme (havlu, çarşaf ve benzeri) değişiminin çevreye verdiği olumsuz etki konusunda müşterilerimiz bilgilendirilmektedir.			
29. Banyolarda az su harcayan duş başlıkları kullanılmaktadır.			
30. Çamaşırhanede tasarruf sağlayan makineler kullanılmaktadır.			
31. Odalarda enerji tasarrufu sağlayan ampuller kullanılmaktadır.			
32. Personele temizlik malzemelerinin kullanımı ile ilgili bilgi verilmektedir.			

Lütfen, aşağıdaki çevreci (yeşil) otelcilik uygulamalarına ilişkin düşüncenizi yansıtan en uygun seçeneği işaretleyiniz. Her ifadeyi dikkatli bir şekilde okuyarak, katılım düzeyinize göre “1” **Kesinlikle Katılmıyorum**, “2” **Katılmıyorum**, “3” **Kısmen Katılıyorum/Kısmen Katılmıyorum**, “4” **Katılıyorum** ve “5” **Kesinlikle Katılıyorum** şeklinde hiçbir soruyu boş bırakmadan işaretleyiniz.

İfadeler	1	2	3	4	5
1. Otellerdeki çevreci uygulamalar uzun vadede maliyetleri azaltır.					
2. Çevreci uygulamalar misafirlerin satın alma davranışlarında olumsuz etki yaratır.					
3. Çevreci uygulamalar her departman için geçerlidir.					
4. Otellerdeki çevreci uygulamalar müşteri memnuniyetini azaltır.					
5. Otellerdeki çevreci uygulamalar yerel kültürün korunmasında önemli bir araçtır.					
6. Otellerdeki çevreci uygulamalar uzun vadede karlılığı azaltır.					
7. Otellerdeki çevreci uygulamalar otel çalışanlarının memnuniyetini artırır.					
8. Otellerdeki çevreci uygulamaların temelini ‘ <b>sürdürülebilirlik ilkesi</b> ’ oluşturmaktadır.					
9. Otellerdeki çevreci uygulamalar bölge halkının işletmeye olan desteğini artırır.					
10. Otellerdeki çevreci uygulamalar halkla ilişkiler faaliyetlerinde yardımcı olur.					
11. Otel yöneticileri, <b>otelcilik sektöründeki</b> çevreci uygulamalardan haberdardır.					
12. Otellerdeki çevreci uygulamalar tüm paydaşların (tedarikçiler, çalışanlar, müşteriler, yerel yönetimler vb.) memnuniyetini artırır.					
13. Otellerdeki çevreci uygulamalar “yeşil pazarlama” odaklı bir yaklaşımdır.					
14. Turizm sektöründeki çevreci organizasyonlardan (GreenGlobe, SKAL, Travellife vb.) haberdarım.					
15. Çevreci uygulama ve standartlardan (OHSAS и ISO 14001, 9001, 19011) haberdarım.					
16. Çevreci uygulamalar yalnızca bir modadır (trenddir).					
17. Otel sahipleri çevreci uygulamalarla ilgili yatırımları desteklemektedir.					
18. Otellerdeki çevreci uygulamalar, Kırgızistan’da önemli bir rekabet avantajı <b>sağlar</b> .					
19. Eko etiket belgelendirme sistemi, hizmet kalitesi standartlarını sağlamak için önemlidir.					
20. Eko etiket belgelendirme sistemi otellerde çevreci standartları oluşturmak için gereklidir.					

**Otelinizin adı nedir?.....**

**Otelinizin adının anlamı nedir?.....**

**Çevreci (yeşil) otelcilik uygulamaları hakkında ne kadar bilginiz var? Çok az ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 Çok fazla**

**Kendinizi ne kadar yeniliğe açık bir kişi olarak tanımlarsınız? Çok az ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 Çok fazla**

**Oteldeki göreviniz nedir? ( ) Genel Müdür ( ) Gen. Md. Yrd. ( ) Departman Müdürü ( ) Diğer.....**

**Eğitim düzeyiniz ? Lise ( ) Önlisans ( ) Lisans ( ) Yüksek lisans ( ) Doktora ( )**

**Kaç yıldır yönetici pozisyonunda çalışıyorsunuz? .....**

**Kaç yıldır turizm sektöründe çalışıyorsunuz?.....**

**Çalıştığınız otelin türü nedir? ( ) Ulusal zincir ( ) Uluslararası zincir ( ) Şahıs/Kişi oteli ( ) Diğer.....**

**Kırgızistan'da çevreci otel logosunun rengi ve sembolü ne olmalıdır? Renk.....Sembol.....**

(Örneğin Türkiye'de Çam ağacı, Danimarka'da yeşil anahtar gibi)

Ek 6

Çevre Dostu Otel Logosu



## Kaynakça

- Akdağ, G., Güler, O., Demirtaş, O., Dalgıç, A. ve Yeşilyurt, C. (2014). Turizm ve Çevre İlişkisi: Türkiye'deki Yeşil Otellerin Gözünden Yeşil Otelcilik Uygulamalarının Getirileri, Türkiye Coğrafyacılar Derneği Uluslararası Kongresi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, 258-267.
- Aksu, G., Eser, M. T. ve Güzeller, C. O. (2017). *Açımlayıcı ve Doğrulayıcı Faktör Analizi ile Yapısal Eşitlik Modeli Uygulamaları*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Alagöz, S. B. (2007). Yeşil Pazarlama ve Eko Etiketleme, *Akademik Bakış Dergisi*, 11: 1-12.
- Altunışık, R., Çoşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Sakarya Yayıncılık, Sakarya.
- Bahtiyar, D. (2017). Ekolojik Oteller Kapsamında Ekoturistlerin Kişilik Özellikleri, Motivasyonları ve Memnuniyetleri Arasındaki İlişki: Ege-Akdeniz Bölgesi Alan Araştırması. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Baker, M. A., Davis, E. A. ve Weaver, P. A. (2014). Eco-friendly Attitudes, Barriers to Participation, and Differences in Behavior at Green Hotels, *Cornell Hospitality Quarterly*, 55(1): 89–99.
- Cooper, I. (1998). *Emerging issues in environmental management*. In: *Facility Management: Theory and Practice*, Alexander, K (ed), London: Spon Press, 111–119.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve Lisrel Uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi
- Diamantis, D. (1999). The characteristics of UK's ecotourists. *Tourism Recreation Research*, 24(2): 99–102.
- Dilek S. E. ve Atay L. (2012). Antalya'daki Beş Yıldızlı Otellerin Yeşil Otelcilik Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma, *İşletme Fakültesi Dergisi*, 13(2): 61-90.
- Dukhovnaya, L. L. (2020). *Creation of Eco Hotel Concepts: International Experience and Possibility of Its Application*, Revista Gênero E Interdisciplinaridade, 1(01).

- Erdoğan, N. ve Barış, E. (2007). Environmental Protection Programs and Conservation Practices of Hotels in Ankara, Turkey. *Tourism Management*, 28: 604-614.
- European Commission Ecolabel products and criteria, [https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home/product-groups-and-criteria\\_en](https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home/product-groups-and-criteria_en) <erişim tarihi 19.10.2021>
- Gökdeniz A., Erdem B. ve Çeken H. (2014). Eco –Friendly practices in the lodging industry: the case of Ayvalık Cunda Ortunc Hotel, Turkey, *International Journal for Responsible Tourism*, 3(1): 7-21.
- Gökdeniz, A. (2017). Konaklama Sektöründe Yeşil Yönetim Kavramı, Eko Etiket ve Yeşil Yönetim Sertifikaları ve Otellerde Yeşil Yönetim Uygulama Örnekleri, *International Journal of Social and Economic Sciences*, 7(2): 70–77.
- Graci, S. (2002). The Greening of Accommodation: A Study of voluntary Environmental Initiatives in the Hotel Industry. Toronto: University of Toronto.
- Güneş, G. (2011). Konaklama sektöründe çevre dostu yönetimin önemi, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13(20): 45-51.
- Han, H. Hsu, L.T. ve Sheu, S. (2010). Application of the Theory of Planned Behavior to Green Hotel Choice: Testing The Effect of Environmental Friendly Activities, *Tourism Management* (31): 325–334.
- Katranç, M. ve Temel, S. (2018). İlkokul öğrencilerine yönelik yazma kaygısı ölçeği: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 5(24): 1544-1555.
- Kından, A. (2006). Bir Eko-Etiket Olarak Mavi Bayrak'ın Türkiye Kıyı Turizminde Bir Pazarlama Unsuru Olabilirliğinin Araştırılması. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Ankara Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kızanlıkl, M. ve Çıvgın, H. (2021). Çevre Dostu Otel İşletmelerine Yönelik Kavramsal Bir İnceleme ve Örnek Uygulamalar, 5. *Uluslararası Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, 105-124.
- Kim, Y. ve Han, H. (2010). Intention to Pay Conventional-Hotel Prices at A Green Hotel -A Modification of The Theory of Planned Behavior, *Journal of Sustainable Tourism*, 18(8): 997-1014.
- Kim Y. Palakurthi R. ve Hancer, M. (2012). The environmentally friendly programs in hotels and customers' intention to stay: an online survey

- approach. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration* 13(3): 195-214.
- Kirk, D. (1998). Attitudes to Environmental Management Held by Group of Hotel Managers in Edinburg. *International Journal of Hospitality Management*, 17: 33-47.
- Manaktola, K. ve 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.
- Mensah, I. (2006). Environmental Management Practices Among Hotels in the Greater Accra Region, *International Journal of Hospitality Management*, 25(3): 414-431.
- Mensah, I. (2004). *Environmental Management Practices In US Hotels*. 24 Temmuz 2021 tarihinde [http://www.hotel-online.com/News/PR2004\\_2nd/May04\\_EnvironmentalPractices.html](http://www.hotel-online.com/News/PR2004_2nd/May04_EnvironmentalPractices.html) adresinden alındı.
- Minoli, D. M., Goode, M. M. H. ve Smith, M. T. (2015). Are Eco Labels Profitably Employed in Sustainable Tourism? A Case Study on Audubon Certified Golf Resorts, *Tourism Management Perspectives*, (16): 207-216.
- Öneş, H. (2008). *Turizm Yeşeriyor*. Gastronomi, İstanbul: Boyut Yayıncılık AŞ.
- Punitha, S., ve Rasdi, R.M. (2013). Corporate Social Responsibility: Adoption of Green Marketing by Hotel Industry. *Asian Social Science*, 9(17): 79-93.
- Romppanen J. (2010). Increasing Environmental Awareness of Hotel Customers, Case: A Turkish Eco Hotel. Bachelor's Thesis, Saimaa University of Applied Sciences, Tourism and Hospitality, Imatra Unit of Tourism, Degree Programme in Tourism, Retrieved December 06.
- Şimşek, Ç. (2019). Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: Otel Yöneticileri Üzerinde Bir Alan Araştırması, Doktora tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, İstanbul.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Belgesi Verilmesine Dair Tebliğ (19.06.2017 tarih ve 30101 sayılı Resmi Gazete)
- Travelife Sustainability in Tourism, Standards and Criteria [https://www.travelife.info/index\\_new.php?menu=standardsandcriteria&language=en](https://www.travelife.info/index_new.php?menu=standardsandcriteria&language=en) <erişim tarihi 14.10.2021>
- Wang, J., Wang, S., Xue, H., Wang, Y. ve Li, J. (2018). Green image and consumers' word of mouth intention in the green hotel industry: The moderating effect of millennials. *Journal of Cleaner Production*, 181: 426-436.

- Wang, L., Wong, P. P. ve Narayanan, E. A. (2020). The demographic impact of consumer green purchase intention toward Green Hotel Selection in China, *Tourism and Hospitality Research*, 20(2): 210–222.
- Wood, M. E. (2002). *Ecotourism: Principles, Practices & Policies For Sustainability*, The International Ecotourism Society, France.
- Yim King Penny, W. (2007). The use of environmental management as a facilities management tool in the Macao hotel sector. *Facilities* 25(7/8): 286-295.
- Zhang, J. J., Joglekar, N., Heineke, J. ve Verma, R. (2014). Eco-efficiency of Service Co-production: Connecting Eco-certifications and Resource Efficiency in U.S. Hotels, *Cornell Hospitality Quarterly*, 55(3): 252–264.
- [https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/success\\_2018.html](https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/success_2018.html) <erişim tarihi 18.05.2021>
- <https://cr.hilton.com/> <erişim tarihi 20.05.2021>
- <http://www.ecolabelindex.com> <erişim tarihi 20.05.2021>
- <https://surdurulebilirlik.com.tr/motivasyon/yesillenen-oteller/> <erişim tarihi 20.06.2021>
- <https://belgelendirme.ctr.com.tr/iso-14001-nedir.html> <erişim tarihi 12.07.2021>