

# SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM VE TÜKETİCİLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK TUTUMLARI: HOLIDAYCHECK EN İYİ OTEL SIRALAMASINA GİREN OTELLERİN MÜŞTERİLERİ ÜZERİNDEN BİR DEĞERLENDİRME<sup>1</sup>

Sustainable Tourism and Consumer Attitudes Toward Sustainability Approaches: An Evaluation on the Clients of Hotels which was Ranked as the Best Hotels in Holidaycheck

Dr. Nesrin CANPOLAT<sup>2</sup>

Ebru ÖZTÜRK<sup>3</sup>

**Reference:** Canpolat, N. & Öztürk, E. (2020). "Sürdürülebilir Turizm Ve Tüketicilerin Sürdürülebilirlik Tutumları: Holidaycheck En İyi Otel Sıralamasına Giren Otellerin Müşterileri Üzerinden Bir Değerlendirme", *International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies*, Vol:6, Issue:18, pp:366-377.

## ÖZET

Günümüz dünyasında sanayinin gelişmesi ile birlikte yaşam koşullarının güçleşmesi, teknolojinin gelişmesi, insanların boş zamanlarının ve eğitim seviyelerinin artması ve çevre bilincinin gelişmesiyle birlikte sürdürülebilir turizm önem kazanmaya başlamıştır. Sürdürülebilir turizm insan ile doğa arasındaki dengeyi kurarak bugünün ve gelecek nesillerin ihtiyaçlarının karşılanmasına imkan veren bir anlayışı ortaya koymaktadır. Bu çalışmanın amacı da Holidaycheck 2017 yılının en iyi otelleri listesine Türkiye'den giren 19 Otel'in müşterilerine yapılan anket çalışması ile sürdürülebilir turizmin tüketiciler tarafından önemli görülüp görülmediğini analiz etmektir. Elde edilen veriler neticesinde müşteriler için otellerin sürdürülebilir stratejiler temelinde faaliyet göstermesinin önemli olduğu görülmüştür. Bu bağlamda sürdürülebilir politikalar gütmeyen otellere rekabet avantajı sunacağı da söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Turizm, Holidaycheck, Tüketici

## ABSTRACT

In today's world, with the difficulties of living conditions due to developments in industry and technology, the increase in the leisure time and educational level of people and the development of environmental consciousness, sustainable tourism has started to gain importance. Sustainable tourism puts forward a perceptible which enables the compensation of today's and future generations' needs by creating a balance between human and nature. The aim of this study is to analyze whether or not sustainable tourism is perceived as important by the clients with the questionnaire study that was conducted with the clients of 19 hotels from Turkey which was ranked as the best hotels in Holidaycheck's 2017 list. As a result of the obtained data, it was observed that performing activities on the basis of sustainable strategies of hotels are important for clients. In this context, it can be stated that pursuing sustainable policies would create a competitive advantage for the hotels.

Keywords: Tourism, Sustainability, Sustainable Tourism, Holidaycheck, Consumer

## 1. GİRİŞ

Dünyada hızlı bir gelişim gösteren ve günden güne önemi artan sektörlerin başında turizm sektörü gelmektedir. Milyonlarca insan turizmin kendilerine sunduğu güzelliklerden ve hizmetlerden yararlanmaktadır. Turizm ülkelerin ve bölgelerin gelişiminde önemli bir yere sahiptir (Tüsiad, 2012). Hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin ekonomik gelişimine katkıda bulunan bir sektör olan turizm, bu yapısı ile sürdürülebilir kalkınmanın çevresel, ekonomik ve sosyal boyutlarını içinde barındırmaktadır. Turizm aynı zamanda gelir artırıcı ve istihdam sağlayıcı özelliğe sahiptir. Bu sebeple turizme gereken önemi vermek, sürdürülebilir kalkınmayı sürdürülebilir turizm ilkelerine bağlı kalarak yapmak, çevreye, topluma, tarihi ve kültürel dokuya zarar vermeden gelecek nesillere en güzel şekilde aktarmak gerekmektedir. Özellikle çevresel unsurlardan beslenen turizm alanında faaliyet gösteren kurumlar, ekonomik, çevresel ve sosyal parametreler arasındaki bağlılığı özenle dikkate almalı. Bu turizm sektörü için yaşamsal bir

<sup>1</sup> Bu makale Dr. Öğretim Üyesi Nesrin CANPOLAT danışmanlığında Ebru ÖZTÜRK tarafından hazırlanan "Sürdürülebilir Turizm ve Rekabet Avantajı: Holidaycheck En İyi Otel Sıralamasına Giren Otellerin Müşterileri Üzerinden Bir Değerlendirme" adlı Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir.

<sup>2</sup> Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Niğde/Türkiye, ORCID ID <https://orcid.org/0000-0001-5954-6735>.

<sup>3</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı, Niğde/Türkiye, ORCID ID <https://orcid.org/0000-0001-5878-1901>

zorunluluktur. Çünkü sürdürülebilirlikle ilgili farkındalık gün geçtikçe artmakta kurumların çalışan hakları konusundaki yaklaşımı, çevreye duyarlı olup olmadıkları, topluma yönelik projeler yapıp yapmadıkları, gezegenimiz üzerinde bıraktıkları etkiler, verdikleri zararlar iletişim teknolojilerinin de gelişimiyle tüketiciler tarafından günü gününe takip edilmektedir Hatta bu konular tüketicilerin seçimlerinde etkili de olabilmektedir(Cesur, 2014). Bu durum da sürdürülebilirlik kavramını, tüketicilerin sürdürülebilirlik kavramına bakışını kurumlar için başlı başına ele alınması gereken bir konu haline getirmektedir. Akademik dünya da konunun öneminden hareketle bu konuya hatırı sayılır bir ağırlık vermektedir.

## 2. LİTERATÜR

Uluslararası literatürde özellikle Bramwel ve Lane sürdürülebilir turizm konusunda kayda değer çalışmalar yapmışlardır: Bramwel& Lane (1999) Sustainable tourism: Contributing to the debates; (2008) Priorities in sustainable tourism research; (2009) Economic cycles, times of change and sustainable tourism; (2010) Sustainable tourism and the evolving roles of government planning; (2011) Crises, sustainable tourism and achieving critical understanding (2012) Towards innovation in sustainable tourism research? ; (2013) Getting from here to there: Systems change, behavioural change and sustainable tourism araştırmalarından bazılarıdır. Yine Clarke,'ın (1997) "A framework of approaches to sustainable tourism" adlı makalesi de sürdürülebilir turizm kavramının gelişimine dair çerçeve temelinde bir yaklaşım sunmaktadır. Petrescu ve Balacescu (2016) da çalışmalarında sürdürülebilir turizmin doğanın iyileşmesini ve muhafazasını, sosyal adaleti ve ekonomik verimliliği sağlayan bir sistem olduğu üzerinde durmuşlardır. Yazarlar ayrıca sürdürülebilir turizmin dikkatli bir şekilde planlanmasının sosyal amaçlar ve çevre koruma ile yoksulluğun ortadan kaldırılması arasında çok hassas bir bağ kurduğuna dikkat çekerek bu planların politika yapıcılar, kurumlar ve tüketiciler gibi tüm toplum tarafından desteklenmesin önemine değinmişlerdir.

Konumuzla daha ilintili olan çalışmalar ele alındığında ise Hall, Dayal ve diğerleri, tüketicilerin tutumları, davranışları ve uygulamaları ile sürdürülebilirlik açısından kalacak yerlerin sunulmasına ilişkin makalelerin sistematik bir analizini yaptıkları çalışmalarında uygulamaların ve davranışların sürdürülebilirliği konusunda uzun süreli çalışmaların azaldığını ortaya koymuşlardır. Ele aldıkları 93 çalışmada 44 araştırmanın tüketiciye ve turistlere odaklandığını, diğer çalışmaların ise oteller, yöneticileri ve çalışanları konusunda olduğunu ortaya koymuşlardır. Sadece iki makalenin çevresel uygulamalar ve algılarla ilgili olarak hem tüketici hem de üretici perspektifleri üzerinde çalıştıklarını tespit etmişlerdir. Gigl ve arkadaşları (2002) İngiltere'de 1600 hane üzerinden yaptıkları çalışmada tüketicilerin tüketim eyleminde enerji tasarrufu, su tasarrufu, atık yönetimi ve yeşil tüketim gibi farklı çevresel eylem türlerinin nasıl bir ilişki içinde olduğunu ve hangi faktörlerin farklı davranışsal bağlılık düzeylerini etkilediğini incelemişlerdir(Gigl ve arkadaşları,2005). Sonuçta bazı tüketicilerin sürdürülebilir tüketimi yaşam biçimi haline getirdiği, bazılarının ara sıra yapılan bir davranışa dönüştürdüğü, bazılarının ise sürdürülebilir tüketimi görmezden geldiği saptanmıştır.

Baker, Davis ve Weaver (2014) ve Noor ve Kumar ise yaptıkları çalışmalarda çevre dostu davranışlara veya tüketim uygulamalarına daha önce katılan bireylerin, yeşil bir otelde kalmayı tercih etme olasılıklarının daha yüksek olduğunu saptamışlardır. Sirakaya, Baloglu ve Mercado da tüketicinin "yeşil" tavrının yeşil bir otelde kalma niyetlerinin anahtar arabulucusu olduğunu ortaya atmışlardır. Chen (2012), Nepal (2007) ve Chan ve Baum(2007) gibi bazı araştırmacılar, daha yüksek gelir grubu tüketicilerinin yeşil otellerde kalma olasılığının daha yüksek olduğunu, tüketicilerin ise yeşil oteller için% 1,5-% 6'lık arası fazla bir ödemeyi göze aldıklarını vurgulamışlardır. Ayrıca Chan ve Baum (2007), Han ve Kim (2010) ve Millar, Mayer ve Baloglu (2013) gibi araştırmacılar çalışmalarında Müşterilerin değer verdiği ve düşündüğü en yaygın sürdürülebilir otel uygulamalarının geri dönüşümlü çöp kutuları ve geri dönüşümlü ürünlerin kullanılması olduğuna dikkat çekmişlerdir(Hall, Dayal vd. 2016). Franch, Martini ve arkadaşları ise bu bağlamda Dolomitler'deki yaklaşık 1000 turiste uyguladıkları anket çalışmasıyla turistlerin

motivasyon ve davranışlarındaki son değişikliklere dayanan, stratejik bir yanıt ortaya koymayı amaçlamışlardır. Turistlerin istikrarlı bir kesiminin 4L(landscape, leisure, learning, and limit) turizmüne özel ilgi gösterdiğini ortaya koymuşlardır. Yazarlar rekabet ortamında mevcut ve gelecekteki muhtemel değişiklikleri çevreyi koruyarak ve değerlendirerek sürdürülebilir bir yol seçmelerinin turizm açısından yaşamsal öneme sahip olduğunu vurgulamışlardır(Franc, Martini vd. 2008). Nascimento ve Farias, tüketicilerin turizm ürünleri deneyiminde sürdürülebilir bir turizm için fedakarlık düzeyini belirlemeye çalıştıkları araştırmalarında bireylerin tatil yaparken turist destinasyonları tarafından belirlenen sürdürülebilirlik kurallarını izlediklerini ve yok etmeden keşfetmek amacını güttüklerini ortaya koymuşlardır( Nascimento ve Farias, 2017).

Verma ve Chandra “Sürdürülebilirlik ve müşterilerin otel tercihi davranışı adlı makalelerinde tüketicinin otel seçiminde sürdürülebilirliğin önemli olup olmadığını ortaya koymaya çalışmışlardır. Bu çalışmaları sonucunda enerji tasarrufu, geri dönüşüm ve yeşil ortamların tüketiciler nezdinde anahtar kavramlar olduğunu belirlemişlerdir. Yazarlar ayrıca tüketiciler arasında artan çevresel endişe ve farkındalık nedeniyle, otellerin de faaliyetlerini sürdürülebilir hale getirmesinin daha da önemli hale geldiğini vurgulamışlardır(Kumar ve Chandra 2018). Tölkes de çalışmasında sistematik bir literatür taraması yapmış ve sürdürülebilirliğe yalnızca yeşil otel ve çevresel sürdürülebilirlik olarak bakılmasının önemli bir sorun olduğuna dikkat çekmiştir. Tölkes, tüketici bilgilerinin araştırılması, tüketici özelliklerinin belirlenip mesajların ona göre tasarlanması ve çeşitli ikna modelleri çerçevesinde tüketicilerle iletişim kurulmasını önermiştir. Yazar ayrıca farklı turizm ürünlerinin özelliklerini hesaba katan mesajların tüketicilerin bilgilendirilmelerinde önemli bir gelişme sağlayacağını öne sürmüştür. Bunun yanında yazar çalışmasında özellikle tüketicilere yönelik nitel araştırma yöntemlerini içeren keşifsel vaka çalışmalarının yapılmasının alana önemli katkılar sunacağını da belirtmiştir (Tölkes, 2018).

Ulkemizde de bu bağlamda birçok akademik çalışma ortaya koyulmuştur. Yılmaz, Ünal ve Çakır’ın Sürdürülebilir Turizm Literatürü Üzerine Bir Değerlendirme: Türkiye Bağlamı adlı çalışmaları sürdürülebilir turizm ile ilgili yapılmış bir alan araştırmasıdır. Ayrıca Demirbulat ve Dinç Sürdürülebilir Turizm Konulu Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Profili Araştırmalarında sürdürülebilir turizm ile ilgili 1987-2015 yılları arasında yapılan tezleri irdelemişlerdir. Yükseköğretim Kurulu (YÖK)’nun sayfasında yer alan tezler tarandığında ise sürdürülebilir turizm ile ilgili 1996-2018 yılları arasında 219 adet kayıt bulunmuştur. Bunların 155’i yüksek lisans ve 64’ü ise doktora tezi olarak arama kayıtları sonucunda ortaya çıkmıştır. Burada çalışmamızla bağlantılı olacağı düşünülen tezlerin 77’si yüksek lisans ve 34’ü ise doktora tezidir. Bu çalışmaların bazılarında sürdürülebilir çevre yönetimi ile çevreye verilen zarar minimize edilmeye ve doğal kaynakların korunması gerektiği ortaya koyulmuştur (Turan, 2018). Bu alandaki diğer sürdürülebilir çalışmalarında ise turizmin doğal ve tarihi yerleri korumaktan ziyade taşıma kapasitesinin de turizmin sürekliliğin belirleyici temel unsuru olduğu ortaya koyulmuştur (Öcal, 2017). Ayrıca Uslu çalışmasında genellikle turistlerin güvenlik riskinin en az olduğu ve turistlerin kendilerini güvende hissettikleri yerleri ziyaret ettiklerini, sürekli suç olaylarının yaşandığı yerlerde ne kadar turistik çekiciliğe sahip olsa da bölge turizmi faaliyetlerinin sürdürülebilir olmasının mümkün olmadığı üzerinde durmuştur (Uslu, 2017). Çevik ve Saçılık’ın “Destinasyonun Rekabet Avantajı Elde Etmesinde Gastronomi Turizminin Rolü” adlı makalesinde de bölgeyi ziyaret eden turistlerin ziyaret kararlarında Gastronomi Turizmi çerçevesinde sunulan yeme içme olanaklarının dışında özgünlük, doğa, kültürel olanaklar, sosyal faktörler, gece hayatı vb. etmenlerin etkili olduğu vurgulanmıştır (Çevik & Saçılık, 2011). Can’ın “Turizm Destinasyonlarında Sürdürülebilir Turizmin Sürdürülebilir Rekabet Açısından Değerlendirilmesi” adlı makalesinde de destinasyonlar arasındaki yoğun rekabetten ötürü çevresel duyarlılığın artması ve bu bağlamda sürdürülebilirliğin önem kazanması ile birlikte destinasyonlara çekicilik unsuru sağlayan çevresel kaynaklar ile sürdürülebilir rekabet arasındaki ilişki ortaya koyulmuştur (Can, 2013). Kozanlıoğlu (2010) Sürdürülebilir temelli kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin tüketici tercihleri üzerine etkisi adlı çalışmasında sürdürülebilir temelli kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin tüketicilerin tercihleri üzerinde etkisini Eskisehir’de bir alışveriş merkezinde yaptığı anketle ortaya koymuştur.

Çalışma, atık yönetimi ve geri dönüşüm gibi sürdürülebilir çalışmaların tüketicinin satın alma davranışını etkileyip etkilemediğini irdelemiştir. Kozanlıoğlu çalışmasında üniversite mezunu katılımcıların diğer katılımcılara oranla çevresel sürdürülebilirlik faaliyetlerine daha olumlu yaklaştığını tespit etmiştir. Hayta (2009) ise çalışmasında sürdürülebilir tüketim davranışının kazanılmasında tüketici eğitiminin önemini irdelemiştir. Bu çalışma ise tüketicilerin sürdürülebilirlik yaklaşımlarını turizm sektörü tüketicileri üzerinden ortaya koymayı amaçlamaktadır.

### 3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Sürdürülebilir turizm çevreye, topluma, tarihi ve kültürel dokuya zarar vermeden tüketicilere geçmişi ve şu anı en güzel şekilde yaşatma ve gelecek nesillere aktarma stratejisi gütmektedir. Bu çalışmada da otellerde konaklayan tüketicilerin anketlere verecekleri yanıtlardan elde edilecek bulgulardan sürdürülebilir turizmin tüketiciler tarafından önemli görülüp görülmediğini ortaya koyma amacı gütmektedir. Bu bağlamda da tüketicilerin talep nedenlerinde sürdürülebilir stratejilerin yer alıp almadığı ve sürdürülebilirlik stratejilerinin rekabette avantaj sunup sunmadığı tespit edilip müşteri/tüketici istek ve beklentileri yönünde otellerin lehine öneriler verilecektir. Bu önerilerin de otellerin yaşam evresini uzatmada yararlı olacağı düşünülmektedir.

### 3. YÖNTEM

Bu çalışmada anket yöntemi kullanılmıştır. Anket soruları literatür taraması sonucu elde edilen çalışmalardan, otellerin sürdürülebilirlik raporlarından, Canpolat ve diğerlerinin 2014 yılında Küresel İlkeler Sözleşmesine Üye Türk Şirketleri'nin 30'unun Sürdürülebilirlik Raporlarını incelemeleri<sup>4</sup> sonucu ortaya çıkardıkları verilerden yola çıkılarak oluşturulmuştur. Anket kişisel bilgiler, tüketicilerin tatil alışkanlıkları ve otel deneyimleri ile ilgili bilgiler ve tüketicilerin sürdürülebilirlik yaklaşımlarını ortaya koyan üç bölümden oluşmaktadır. Kişisel bilgiler bölümünde kapalı uçlu 7 soru tüketicilerin tatil alışkanlıkları ve otel deneyimleri ile ilgili açık ve kapalı uçlu 8 soru, üçüncü bölümde ise sürdürülebilir kalkınmanın ekonomik, çevresel ve sosyal boyutunu<sup>5</sup> ortaya koyabilecek 5'li likert ölçeği ile düzenlenmiş 34 madde bulunmaktadır. Tüketicilerin yabancı uyruklu olduğu düşünülerek anketler Türkçe, İngilizce, Almanca ve Rusça dillerine çevrilmiştir. Araştırma için evren, araştırmada toplanacak verilerin analizi ile elde edilebilecek sonuçların geçerli olacağı yorumlanacağı gruptur. Çalışma evreninden, belirli kural ve ölçütlerle seçilen ve seçildiği çalışma evrenini temsil ettiği kabul edilen küçük kümeye ise örneklem denilmektedir ( Baranaydın, 2016:93). Araştırmanın örneklemini 2017 yılında Holidaycheck<sup>6</sup>k En İyi Otel Listesi<sup>7</sup>ne Türkiye'den girmeyi başaran 19 otelin müşterisi oluşturmaktadır. Katılımcıların milliyetleri incelendiğinde %72,7'si (128 kişi) Türk, %14,8'i (26 kişi) Alman, %2,8'i (5 kişi) Rus, %1,1'i (2 kişi) Fransız, %0,6'sı (1 kişi) Japon %0,6'sı (1 kişi) İngilizdir. 13 kişi ise %7,4'lük kısım ise bu soruyu yanıtsız bırakmıştır. Cinsiyetler ele alındığında katılımcıların %54,0'ı (95 kişi ) erkek ve %41,5'i (73 kişi) ise kadındır, katılımcıların %4,5'i (8 kişi) ise cinsiyet ile ilgili soruya yanıt vermemiştir. Katılımcıların yaşları irdelendiğinde %29,0'ı (51 kişi) 41 yaş ve üzeri, %22,7'si (40 kişi) 25-30

<sup>4</sup> Canpolat Nesrin vd. (2015) "Sürdürülebilir Kalkınma Çağında Kurumsal İletişim"Çağdaş Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar, Ed. Murat Toksarı ve Murat Akın, Paradigma Akademi Yayınları

<sup>5</sup> Ankette tüketicilerin sürdürülebilirlik yaklaşımlarını ortaya koyacak sorular sürdürülebilir kalkınmanın temel hedeflerini bünyesinde toplayan sürdürülebilir kalkınmanın üç temel stratejik boyutu (ekonomik, çevresel ve sosyal ) esasında hazırlanmıştır. Sürdürülebilir kalkınmanın ekonomik boyutu (mal ve hizmetleri doğal kaynakların aşırı tüketimini engelleyerek üreten sürdürülebilir bir sistem), çevresel boyutu (kendi kaynaklarını yönetebilen ve çevreye zarar vermeden bunu yapan bir sistem), Sosyal boyutu ise ankette sürdürülebilir kalkınmanın nitelikli eğitim hedefi esas alınarak hazırlanmıştır.

<sup>6</sup>Holidaycheck sitesi seyahat planlamalarında ilgilendikleri destinasyon bölgesi veya konaklama tesisi hakkında tüketicilere yol gösteren, bu tesisler veya bölgeler hakkında bilgi, yorum ve fiyat bulabilmeleri konusunda yardımcı olan aynı zamanda da hem konaklama tesislerinin hem de burada konaklamış kişilerin fotoğraf ve video yükleyecekleri bir platform şeklinde tasarlanmış bir sitedir (Holidaycheck, 2017). 2006 yılında ilk uluslararası web sitesini kurmuştur. Birçok farklı dilde hizmet vermeye devam eden bu site özellikle Almanca konuşulan bölgelerde sektörün öncüsü durumundadır. Holidaycheck sitesi her ay milyonlarca tıklanma rekoru kırmaktadır. 2007'de Fransızca, İspanyolca, İtalyanca, Lehçe, Rusça ve Flemenkçe dilleri için de hizmet vermeye başlayan versiyonlarıyla birlikte HolidayCheck bugün 10 farklı dilde kullanılabilir. Her ay 20 ila 30 milyon kişinin ziyaret ettiği HolidayCheck sitelerinde 300 binden fazla konaklama işletmesi için yazılmış 10 milyona yakın yorumu okumak mümkündür (Güngör, Güngör, & Doğan, 2018).

<sup>7</sup> Holidaycheck'in Listesi'nde yer alan oteller 5 ve üzeri puana, en az yüzde 90 tavsiye oranına ve 50 misafir yorumuna sahip tesislerin arasından seçilmiştir.



yaş, %21,6'sı (38 kişi) 31-35 yaş arası, %13,6'sı (24 kişi) 36-40 yaş, %8,5'i (15 kişi) 18-24 yaş arasıdır. 8 kişi ise yaşa ilişkin bu soruya yanıt vermeyi reddetmiştir.

Katılımcıların %68,2'si (120 kişi) evli, %28,4'ünün (50 kişi) ise bekar, 6 kişi ise bu soruyu yanıtsız bırakmıştır. Katılımcıların %42,0'ı (74 kişi) lisans mezunu, %24,4'ü (43 kişi) lise mezunu, %15,9'u (28 kişi) yüksek lisans mezunu, %5,1'i (9 kişi) ilköğretim mezunu, %2,8'i (5 kişi) ise doktora mezundur. 17 kişi ise bu soruyu yanıtlamamıştır. Katılımcıların meslekleri ile ilgili soru açık uçlu olarak sorulmuştur. Ancak katılımcıların bu soruya özel sektör, kendi işi, serbest meslek, kamu gibi muğlak yanıtlar verdikleri görülmüştür. Belirlenen otellerin resepsiyon bölümlerinde çalışan görevliler ve otel yetkilileriyle mail ve telefon yoluyla görüşülerek çalışma hakkında bilgi verilmiş, hazırlanan anketlerin uygulanabilmesi için izin istenmiştir. Anketleri müşterilerine yaptırmaları için otellerle görüşmeler 15 Şubat 2018'de başlamış 20 Mayıs 2018 tarihine kadar iletişim süreci devam etmiştir. Çalışmaya destek vermek isteyen otellere anketler kargo yoluyla gönderilmiştir. Anketleri müşterileriyle yapmayı kabul eden üç otelden şu sayıda anket gelmiştir: TUI BLUE Palm Garden (14 anket), Hotel Panorama (16 anket) ve Robinson Club Sarigerme (10 anket) toplamda 3 otelden 40 müşteri anketi gelmiştir. Bu sayının azlığı ve otellerin müşterileri ile anketi yaptırmak istememesi sonucu otellerin facebook sayfasındaki değerlendirmeler kısmında yer alan müşterilere anket facebook üzerinden tek tek mesaj atılarak yardımcı olmaları istenmiştir. Facebook üzerinden toplam 16 otelden 1295 kişiye mesaj atılmış 136 kişiden olumlu geri dönüş, 159 kişiden olumsuz geri dönüş sağlanmıştır. Bin kişiden ise herhangi bir geri dönüş olmamıştır. Çalışmada yer verilen anketlerin güvenilirliğine ait bilgiler bu kapsamda sunulmaktadır. Güvenilirlik analizi, daha önceden belirlenmiş bir ölçek türüne göre hazırlanmış ankete verilen yanıtların tutarlılığını ölçmektedir. Güvenilirlik analizi için kullanılan temel analiz ise Cronbach Alpha değerinin bulunmasıdır. Katılımcıların otellerin sürdürülebilirlik adımlarına bakışlarına yönelik bulgularda 34 madde için analiz yapıldığında elde edilen değerin 0,966 olduğu görülmektedir. Bu değer de çalışmanın güvenilir olduğu konusunda ispat sunmaktadır. Anket formunun geçerliliği ise bu konuda uzman kişilere kontrol ettirilmiştir. Anketlerden elde edilen verileri düzenlemek ve analizlerini yapmak için ise SPSS 18.0 paket programından yararlanılmıştır.

#### 4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Elde edilen bulgular katılımcıların tatil alışkanlıklarını, bu otellerle ilgili deneyimlerini ve onların sürdürülebilirlik yaklaşımlarına yönelik tutumlarını ortaya koymaktadır.

##### 4.1. Katılımcıların Tatil Alışkanlıkları ve Otellerle İlgili Deneyimleri

Katılımcıların tatil yapma sıklığı irdelendiğinde ise katılımcıların %30,1'i (53 kişi) yılda 2 kez, %21,0'ı (37 kişi) yılda 1 kez, %19,3'ü (34 kişi) yılda 4 ve üzeri, %17,0'ı (30 kişi) yılda 3 kez gibi yanıtlar vermişlerdir. Bu veriler katılımcıların tatil alışkanlığına sahip olduğu konusunda ipuçları vermektedir. Katılımcıların tatil yaptıkları gün sayısı ile ilgili veriler ele alındığında ise katılımcıların daha çok bir hafta ve üzeri tatil yaptıkları görülmektedir. Son zamanlarda internet hayatımızda büyük bir önem kazanmaya başlamıştır. Oteller için daha gerçekçi ve güvenilir bilgiyi elde etmek internet sayesinde daha kolay hale gelmiştir. Gidecekleri destinasyon bölgesini seçmek için internette daha önce bu destinasyon bölgesinde bulunmuş birçok kişinin deneyimlerine ulaşabilmesi mümkündür. Katılımcıların otelle ilgili bilgiyi %37,5'i'nin internetten edindiği bunu arkadaşlar ve tur operatörlerinin takip ettiği ortaya çıkmıştır. 106 katılımcının bu otellerde bir kez konakladığı 51 katılımcının ise daha önce de bu otellerde konakladığı göze çarpmaktadır. Bu otellerde daha önce konaklayan katılımcıların bu otelleri tekrar seçme nedenleri ele alındığında ise müşteri memnuniyeti öne çıkmaktadır. Katılımcıların otellerde kalma amaçları sorgulandığında da %81,3'ü (143 kişi) ile tatil amacı öne çıkmaktadır. Bu sonuç da otellerin daha çok tatil amaçlı kullanıldığını göstermektedir.

##### 4.2. Katılımcıların Sürdürülebilirlik Tutumları Yaklaşımları

Katılımcıların sürdürülebilirlik yaklaşımları otellerin sürdürülebilir kalkınmanın ekonomik, çevresel boyutu ve otellerin paydaşlarını bu yönde bilinçlendirme ve bilgilendirme faaliyetlerine yönelik

attıkları adımları ortaya koyan sosyal boyutu ile ilgili anket sorularına verdikleri yanıtlar doğrultusunda belirlenecektir.

#### 4.2.1. Katılımcıların, Otellerin Sürdürülebilir Kalkınmanın Ekonomik Boyutuna Yönelik Adımlarıyla İlgili Düşünceleri

Ekonomik Boyut	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Yanıtız
	%	%	%	%	%	%
<i>Otelin enerji tasarrufu çalışmaları yapması benim için önemlidir</i>	%49,4	%29,0	%7,4	%4,0	%1,1	%9,1
<i>Enerji ve su tasarrufu sistemlerinin kullanılması benim için önemlidir</i>	%61,9	%22,7	%13,1	%0,6	%1,1	%0,6
<i>Kullanılan tüm elektronik ürünlerin enerji tasarruflu olması benim için önemlidir</i>	%48,3	%26,1	%13,1	%2,8	%1,1	%8,5
<i>Elektrik, su, yakıt ve diğer birimler gibi alanlarda tasarruf yapılması benim için önemlidir</i>	%64,2	%25,6	%6,3	%1,7	%1,1	%1,1
<i>Odalarda balkon kapısı açıldığı zaman ısıtma soğutma cihazlarını devre dışı bırakan sistemlerin olması benim için önemlidir</i>	%54,0	%22,2	%11,4	%2,8	%1,1	8,5
<i>Enerji tasarruflu ampullerin ve LED ışıkların kullanılması benim için önemlidir</i>	%46,6	%25,0	%14,2	%2,3	%1,1	%10,8
<i>Aydınlatma sistemlerinin harekete duyarlı hale getirilmesi, kimsenin olmadığı alanlarda ışıkların kapanması benim için önemlidir</i>	%49,4	%25,0	%12,5	%2,8	%1,1	%9,1
<i>Misafirler odadan ayrıldıklarında elektrik sistemlerinin otomatik olarak kapanmasını sağlayan kart sistemlerinin olması benim için önemlidir</i>	%56,3	%22,2	%9,1	%2,8	%1,1	%8,5
<i>Otelin ürünler satın alırken enerji verimliliğine dikkat etmesi benim için önemlidir</i>	%54,0	%22,2	%18,2	%2,8	%1,1	%1,7

*Otelin enerji tasarrufu çalışmaları yapması benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %49,4'ü (87 kişi) kesinlikle katılıyorum, %29,0'ı (51 kişi) katılıyorum, %7,4'ü (13 kişi) kararsızım, %4,0'ı (7 kişi) katılmıyorum, %1,1'i (2 kişi) ise kesinlikle katılmıyorum yanıtını vermiştir. 16 kişi ise (%9,1) bu soruyu boş bırakmıştır. *Enerji ve su tasarrufu sistemlerinin kullanılması benim için önemlidir* sorusuna ise katılımcıların %61,9'u (109 kişi) kesinlikle katılıyorum, %22,7'si (40 kişi) katılıyorum, %13,1'i (23 kişi) kararsızım, %1,1'i (2 kişi) kesinlikle katılmıyorum ve %0,6'sı (1 kişi) ise katılmıyorum demiştir. 1 kişi ise (%0,6) bu soruyu boş bırakmıştır. *Kullanılan tüm elektronik ürünlerin enerji tasarruflu olması benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %48,3'ü (85 kişi) kesinlikle katılıyorum, %26,1'i (46 kişi) katılıyorum, %13,1'i (23 kişi) kararsızım, %2,8'i (5 kişi) katılmıyorum, %1,1'i (2 kişi) ise kesinlikle katılmıyorum demiştir. 15 kişi ise (%8,5'i) bu soruyu boş bırakmıştır. *Elektrik, su, yakıt ve diğer birimler gibi alanlarda tasarruf yapılması benim için önemlidir* sorusuna %64,2'si (113 kişi) kesinlikle katılıyorum, %25,6'sı (45 kişi) katılıyorum, %6,3'ü (11 kişi) kararsızım, %1,7'si (3 kişi) katılmıyorum, %1,1'i (2 kişi) ise kesinlikle katılmıyorum yanıtını vermiştir. 2 kişi ise (%1,1) bu soruyu boş bırakmıştır. *Enerji ve su tasarrufu sistemlerinin kullanılması benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %61,9'u (109 kişi) kesinlikle katılıyorum, %22,7'si (40 kişi) katılıyorum, %13,1'i (23 kişi) kararsızım, %1,1'i (2 kişi) kesinlikle katılmıyorum ve %0,6'sı (1 kişi) ise katılmıyorum demiştir. 1 kişi ise (%0,6) bu soruyu boş bırakmıştır. Verilerden yola çıkılarak katılımcıların çevreye gereken önemin verilmesinde tasarrufun önemine inandıkları görülmektedir.

*Odalarda balkon kapısı açıldığı zaman ısıtma soğutma cihazlarını devre dışı bırakan sistemlerin olması benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %54,0'ı (95 kişi) kesinlikle katılıyorum, %22,2'si (39 kişi) katılıyorum, %11,4 (20 kişi) kararsızım, %2,8'i (5 kişi) katılmıyorum ve %1,1'i (2 kişi) ise kesinlikle katılmıyorum demiştir. 15 kişi ise (8,5'i) bu soruyu boş bırakmıştır. *Enerji tasarruflu ampullerin ve LED ışıkların kullanılması benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %46,6'ı (82 kişi) kesinlikle katılıyorum, %25,0'ı (44 kişi) katılıyorum, %14,2'si (25 kişi) kararsızım, %2,3'ü (4 kişi) katılmıyorum, %1,1'i (2 kişi) ise kesinlikle katılmıyorum demiştir. 19 kişi ise (%10,8) bu soruyu boş bırakmıştır. *Aydınlatma sistemlerinin harekete duyarlı hale getirilmesi, kimsenin olmadığı alanlarda ışıkların kapanması benim için önemlidir* sorusuna

katılımcıların %49,4'ü (87 kişi) kesinlikle katılıyorum, %25,0'ı (44 kişi) katılıyorum, %12,5'i (22 kişi) kararsızım, %2,8'i (5 kişi) katılmıyorum, %1,1'i (2 kişi) ise kesinlikle katılmıyorum şeklinde yanıt vermişlerdir. 16 kişi ise (%9,1'i) bu soruyu boş bırakmıştır. *Misafirler odadan ayrıldıklarında elektrik sistemlerinin otomatik olarak kapanmasını sağlayan kart sistemlerinin olması benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %56,3'ü (99 kişi) kesinlikle katılıyorum, %22,2'si (39 kişi) katılıyorum, %9,1'i (16 kişi) kararsızım, %2,8'i (5 kişi) katılmıyorum, %1,1'i (2 kişi) ise kesinlikle katılmıyorum olarak yanıt vermiştir. 15 kişi ise (%8,5'i) bu soruyu boş bırakmıştır. *Otelin ürünler satın alırken enerji verimliliğine dikkat etmesi benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %54,0'ı (95 kişi) kesinlikle katılıyorum, %22,2'si (39 kişi) katılıyorum, %18,2'si (32 kişi) kararsızım, %2,8'i (5 kişi) katılmıyorum, %1,1'i (2 kişi) ise kesinlikle katılmıyorum şeklinde yanıtlanmıştır. 3 katılımcı ise (%1,7) bu konu ile ilgili herhangi bir yanıt vermemiştir. Bu veriler katılımcıların tasarruf yönlü oldukları hakkında ipuçları vermektedir.

#### 4.2.2. Katılımcıların, Otellerin Sürdürülebilir Kalkınmanın Çevresel Boyutuna Yönelik Adımlarıyla İlgili Düşünceleri

Çevresel Boyut	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Yanıtız
	%	%	%	%	%	
<i>Otelin çevre mevzuatı gerekliliklerine uyması benim için önemlidir</i>	%69,3	%22,2	%4,5	%2,3	%1,1	%0,6
<i>Otelde kullanılan malzemelerin tehlikeli madde içermemesi benim için önemlidir</i>	%78,4	%12,5	%6,3	-	%0,6	%2,3
<i>Otelde çevreye en az zarar veren teknoloji kullanılması benim için önemlidir</i>	%65,3	%22,2	%9,1	%1,1	%1,7	%0,6
<i>Otelin sıcak su ihtiyacının güneş enerjisinden elde edilmesi benim için önemlidir</i>	%50,6	%26,1	%10,8	%1,1	%2,8	%8,5
<i>Kağıt tüketimini azaltmak için yazışmalar ve duyuruların elektronik ortam yolu ile yapılması benim için önemlidir</i>	%47,2	%23,9	%15,3	%2,8	%1,7	%9,1
<i>Atıkların konusunda gerekli düzenlemelerin yapılması benim için önemlidir</i>	%59,7	%22,2	%6,3	%1,1	%0,6	%10,2
<i>Tehlikeli atık oluşumuna neden olacak sistemlerin azaltılması benim için önemlidir</i>	%72,0	%18,2	%8,0	%1,7	-	%0,1
<i>Atıkların ayrıştırılıp geri dönüşüme kazandırılması benim için önemlidir</i>	%65,9	%24,4	%6,8	%1,1	%1,1	%0,7
<i>Atık maddelerin kağıt, plastik, metal ve cam olarak ayrıştırılması benim için önemlidir</i>	%66,5	%21,6	%3,4	%0,6	%0,6	%7,4
<i>Atık suların arıtılarak kanalizasyon sistemlerine gönderilmesi benim için önemlidir</i>	%59,1	%19,9	%9,7	%1,7	%0,6	%9,1
<i>Otel İçerisinde Çeşitli Alanlarda Atık Pil Kutuları Bulundurulması Benim İçin Önemlidir</i>	%58,5	%22,2	%7,4	%1,1	%1,1	%9,7
<i>Otelin karbon salınımını azaltmak için alım-satım işlerini mümkün olduğunca yakın bölgelerden yapması benim için önemlidir</i>	%51,1	%26,1	%17,0	%4,0	%0,6	%1,1
<i>Bisiklet kiralama imkanı sağlanarak karbon salınımının azaltılması benim için önemlidir</i>	%57,4	%20,5	%13,6	%3,4	%1,1	
<i>Otelin doğaya zarar vermemek adına ağaç kesimi yapmaması benim için önemlidir</i>	%71,0	%17,0	%8,5	-	%1,1	%2,3
<i>Otelin deniz dip temizliği yapması benim için önemlidir</i>	%68,8	%23,9	%4,5	-	%0,6	%2,2

*Otelin çevre mevzuatı gerekliliklerine uyması benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %69,3'ü (122 kişi) kesinlikle katılıyorum, %22,2'si (39 kişi) katılıyorum, %4,5'i (8 kişi) kararsızım, %2,3'lük(4 kişi) kesinlikle katılmıyorum, %1,1'i (2 kişi) ise katılmıyorum yanıtını vermiştir. 1 kişi ise (%0,6) bu soruyu boş bırakmıştır. Tablodan edinilen bilgilere göre katılımcıların çevre konusunda duyarlı olduğu sonucu çıkarılabilir. *Otelde kullanılan malzemelerin tehlikeli madde içermemesi benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %78,4'ü (138 kişi) kesinlikle katılıyorum, %12,5'i (22 kişi) katılıyorum, %6,3'ü (11 kişi) kararsızım, %0,6'sı (1 kişi) ise kesinlikle katılmıyorum şeklinde yanıt vermiştir. 4 katılımcı ise (%2,3'ü) bu soruyu boş bırakmıştır. *Otelde çevreye en az zarar veren teknoloji kullanılması benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların

%65,3'ü ( 115 kişi) kesinlikle katılıyorum, %22,2'si ( 39 kişi) katılıyorum, %9,1'i ( 16 kişi) kararsızım, %1,7'si ( 3 kişi) ise kesinlikle katılmıyorum ve %1,1'i ise ( 2 kişi) katılmıyorum yanıtını vermiştir. Katılımcıların %0,6'sı ise ( 1 kişi) bu soruyu boş bırakmıştır. Oranlar katılımcıların çevreyi önemseydiğini ortaya koymaktadır. *Otelin sıcak su ihtiyacının güneş enerjisinden elde edilmesi benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %50,6'sı (89 kişi) kesinlikle katılıyorum, %26,1'i (46 kişi) katılıyorum, %10,8'i (19 kişi) kararsızım, %2,8'i (5 kişi) kesinlikle katılmıyorum, %1,1'i (2 kişi) ise katılmıyorum demmiştir. 15 kişi (%8,5) ise bu soruyu boş bırakmıştır.

*Kağıt tüketimini azaltmak için yazışmalar ve duyuruların elektronik ortam yolu ile yapılması benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %47,2'si (83 kişi) kesinlikle katılıyorum, %23,9'u (42 kişi) katılıyorum, %15,3'ü (27 kişi) kararsızım, %2,8'i (5 kişi) katılmıyorum ve %1,7'si ise (3 kişi) kesinlikle katılmıyorum olarak yanıtlamışlardır. 16 kişi ise (%9,1'i) bu konuya ilişkin herhangi bir fikir beyan etmemiştir. *Atıkların konusunda gerekli düzenlemelerin yapılması benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %59,7'si (105 kişi) kesinlikle katılıyorum, %22,2'si (39 kişi) katılıyorum, %6,3'ü (11 kişi) kararsızım, %1,1'i (2 kişi) katılmıyorum ve %0,6'sı (1 kişi) ise kesinlikle katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. 18 kişi ise (%10,2) bu soruya herhangi bir yanıt vermemiştir. *Tehlikeli atık oluşumuna neden olacak sistemlerin azaltılması benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %72,0'ı (126 kişi) kesinlikle katılıyorum, %18,2'si (32 kişi) katılıyorum, %8,0'ı (14 kişi) kararsızım, %1,7'i (3 kişi) ise katılmıyorum yanıtını vermiştir. 1 katılımcı ise bu soruya herhangi bir yanıt vermemiştir. Katılımcıların bu konuda duyarlı oldukları sonucuna varılabilir.

*Atıkların ayrıştırılıp geri dönüşüme kazandırılması benim için önemlidir* sorusuna %65,9'u (116 kişi) kesinlikle katılıyorum, %24,4'ü (43 kişi) katılıyorum, %6,8'i (12 kişi) kararsızım, %1,1'i (2 kişi) katılmıyorum, %1,1'i (2 kişi) ise kesinlikle katılmıyorum yanıtını vermiştir. 1 kişi ise bu soruyu yanıtızsız bırakmıştır. *Atık maddelerin kağıt, plastik, metal ve cam olarak ayrıştırılıp geri kazandırılması benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %66,5'i (117 kişi) kesinlikle katılıyorum, %21,6'sı (38 kişi) katılıyorum, %3,4'ü (6 kişi) kararsızım, %0,6'sı (1 kişi) katılmıyorum ve %0,6'sı (1 kişi) kesinlikle katılmıyorum demmiştir. 13 kişi ise (%7,4'ü) bu soruyu boş bırakmıştır. Katılımcıların atık maddelerin ayrıştırılması konusunda hassas oldukları ifade edilebilir. *Atık suların arıtılarak kanalizasyon sistemlerine gönderilmesi benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %59,1'i (104 kişi) kesinlikle katılıyorum, %19,9'u (35 kişi) katılıyorum, %9,7'si (17 kişi) kararsızım, %1,7'si (3 kişi) ise kesinlikle katılmıyorum, %0,6'sı (1 kişi) katılmıyorum şeklinde yanıt vermiştir. 16 kişi (%9,1) ise bu soruya herhangi bir yanıt vermemiştir. *Otel İçerisinde Çeşitli Alanlarda Atık Pil Kutuları Bulundurulması Benim İçin Önemlidir* sorusuna katılımcıların %58,5'i (103 kişi) kesinlikle katılıyorum, %22,2'si (39 kişi) katılıyorum, %7,4'ü (13 kişi) kararsızım, %1,1'i (2 kişi) katılmıyorum ve %1,1'i (2 kişi) ise kesinlikle katılmıyorum olarak yanıt vermişlerdir. 17 katılımcı (%9,7'si) ise bu soruyu yanıtızsız bırakmıştır.

*Otelin karbon salınımını azaltmak için alım-satım işlerini mümkün olduğunca yakın bölgelerden yapması benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %51,1'i (90 kişi) kesinlikle katılıyorum, %26,1'i (46 kişi) katılıyorum, %17,0'ı (30 kişi) kararsızım, %4,0'ı (7 kişi) katılmıyorum ve %0,6'sı (1 kişi) ise kesinlikle katılmıyorum olarak yanıtlamıştır. 2 kişi ise (%1,1) bu soruya herhangi bir yanıt vermemiştir. *Bisiklet kiralama imkanı sağlanarak karbon salınımının azaltılması benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %57,4'ü (101 kişi) kesinlikle katılıyorum, %20,5'i (36 kişi) katılıyorum, %13,6'sı (24 kişi) kararsızım, %3,4'ü (6 kişi) katılmıyorum ve %1,1'i (2 kişi) ise kesinlikle katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. 7 katılımcı ise bu soruyu yanıtızsız bırakmıştır. *Otelin doğaya zarar vermemek adına ağaç kesimi yapmaması benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %71,0'ı (125 kişi) kesinlikle katılıyorum, %17,0'ı (30 kişi) katılıyorum, %8,5'i (15 kişi) kararsızım, %1,1'i (2 kişi) ise kesinlikle katılmıyorum olarak yanıtlamıştır. 4 kişi ise (%2,3) bu soruya ilişkin herhangi bir yanıt vermemiştir. *Otelin deniz dip temizliği yapması benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %68,8'i (121 kişi) kesinlikle katılıyorum, %23,9'u (42 kişi) katılıyorum, %4,5'i (8



kişi) kararsızım, %0,6'sı (1 kişi) ise kesinlikle katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. 4 katılımcı ise bu soruyu boş bırakmıştır. Katılımcıların çevresel alanda da duyarlı oldukları görülmektedir.

#### 4.2.3. Katılımcıların Otellerin Bilinçlendirme ve Bilgilendirme Faaliyetlerine Yönelik Düşünceleri

Sosyal Boyut	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Yanıtsız
	%	%	%	%	%	
<i>Oluşabilecek riskler konusunda önlem alınması benim için önemlidir</i>	%75,0	%15,3	%6,8	%1,1	%1,1	%0,6
<i>Otellerin atıklar konusunda eğitim vermesi ve yeterli miktarda çöp kutusu bulundurması benim için önemlidir</i>	%59,7	%22,2	%6,3	%1,7	%1,1	(%9,1
<i>Çalışanların, yöre halkının ve misafirlerin çevre konusunda duyarlılığını arttırıcı etkinlikler düzenlenmesi</i>	%52,3	%25,0	%12,5	%0,6	%1,1	%8,5
<i>Çocukları çevre konusunda bilinçlendirici etkinlikler düzenlenmesi benim için önemlidir</i>	%67,0	%21,0	%8,0	%2,3	%1,1	%0,6
<i>Çocukların atıklar konusunda bilinçlendirilmesi için aktivitelerin düzenlenmesi benim için önemlidir</i>	%52,3	%24,4	%11,4	%,1,7	%1,1	9,1
<i>Misafirlere çevreye duyarlı olmaları konusunda uyarı yazılarının asılması benim için önemlidir</i>	%51,1	%28,4	%10,2	%1,1	-	%9,1
<i>Otelin çalışanlarına ve misafirlerine su tasarrufu konusunda gerekli uyarıları yapması benim için önemlidir</i>	%55,1	%23,3	%9,7	%1,7	%0,6	9,7
<i>Doğaya zarar verecek etkinliklere katılmamaları konusunda bilgilendirici uyarı yazıları hazırlanarak misafirlerin bilinçlendirilmesi benim için önemlidir</i>	%59,1	%20,5	%15,3	%1,7	%0,6	%2,8
<i>Doğanın yangınlara maruz kalmasını önlemek adına çalışanların yangın konusunda eğitilmesi ve yangın tatbikatları düzenlenmesi benim için önemlidir</i>	%67,6	%16,5	%11,4	%,1,1	%,1,1	% 2,3
<i>Otellerin Çalışanlarını Çevre ve Tasarruf Konusunda Eğitmesi benim için önemlidir</i>	%62,5	%27,3	-	-	-	%10,2

*Oluşabilecek riskler konusunda önlem alınması benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %75,0'ı (132 kişi) kesinlikle katılıyorum, %15,3'ü (27 kişi) katılıyorum, %6,8'i (12 kişi) kararsızım, %1,1'i (2 kişi) katılmıyorum, %1,1'i (2 kişi) ise kesinlikle katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. 1 kişi ise (%0,6) bu soruyu yanıtsız bırakmıştır. Verilere bakıldığında katılımcılar için otellerin risk yönetimi yapmasının önemli olduğu görülmektedir. *Otellerin atıklar konusunda eğitim vermesi ve yeterli miktarda çöp kutusu bulundurması benim için önemlidir* sorusuna katılımcılar %59,7'si (105 kişi) kesinlikle katılıyorum, %22,2'si (39 kişi) katılıyorum, %6,3'ü (11 kişi) kararsızım, %1,7'si (3 kişi) katılmıyorum ve %1,1'i (2 kişi) ise kesinlikle katılmıyorum olarak yanıt vermişlerdir. 16 kişi ise (%9,1) bu soruyu boş bırakmıştır. *Çalışanların, yöre halkının ve misafirlerin çevre konusunda duyarlılığını arttırıcı etkinlikler düzenlenmesi benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %52,3'ü (92 kişi) kesinlikle katılıyorum, %25,0'ı (44 kişi) katılıyorum, %12,5'i (22 kişi) kararsızım, %1,1'i (2 kişi) kesinlikle katılmıyorum ve %0,6'sı(1 kişi) katılmıyorum olarak yanıt vermiştir. 15 kişi ise (8,5'i) bu soruyu yanıtsız bırakmıştır. *Çocukları çevre konusunda bilinçlendirici etkinlikler düzenlenmesi benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %67,0'ı (118 kişi) kesinlikle katılıyorum, %21,0'ı (37 kişi) katılıyorum, %8,0'ı (14 kişi) kararsızım, %2,3'ü (4 kişi) katılmıyorum ve %1,1'i ise (2 kişi) kesinlikle katılmıyorum şeklinde yanıt vermiştir. 1 kişi(%0,6) bu soruyu boş bırakmıştır. Tablodaki bilgilere bakıldığında çocukların çevre konusunda bilinçlendirilmesinin katılımcılar için önemli olduğu sonucu çıkarılabilir.

*Misafirlere çevreye duyarlı olmaları konusunda uyarı yazılarının asılması benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %51,1'i (90 kişi) kesinlikle katılıyorum, %28,4'ü (50 kişi) katılıyorum, %10,2'si (18 kişi) kararsızım ve %1,1'i (2 kişi) ise katılmıyorum demmiştir. 16 kişi (%9,1) ise bu soruyu boş bırakmıştır. *Otelin çalışanlarına ve misafirlerine su tasarrufu konusunda gerekli uyarıları yapması benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %55,1'i (97 kişi) kesinlikle

katılıyorum, %23,3'ü (41kişi) katılıyorum, %9,7'si (17 kişi) kararsızım, %1,7'si (3 kişi) katılmıyorum, %0,6'sı (1 kişi) ise kesinlikle katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. 17 kişi ise (9,7'si) bu soruya herhangi bir yanıt vermemiştir. *Çocukların atıklar konusunda bilinçlendirilmesi için aktivitelerin düzenlenmesi benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %52,3'ü (92 kişi) kesinlikle katılıyorum, %24,4'ü (43 kişi) katılıyorum, %11,4'ü (20 kişi) kararsızım,%1,7'si (3 kişi) katılmıyorum ve %1,1'i (2 kişi) kesinlikle katılmıyorum şeklinde yanıtlamıştır. 16 kişi ise (9,1'i ) bu soruyu boş bırakmıştır. *Doğaya zarar verecek etkinliklere katılmamaları konusunda bilgilendirici uyarı yazıları hazırlanarak misafirlerin bilinçlendirilmesi benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %59,1'i (104 kişi) kesinlikle katılıyorum, %20,5'i (36 kişi) katılıyorum, %15,3'ü (27 kişi) kararsızım, %1,7'si (3 kişi) ise kesinlikle katılmıyorum ve %0,6'sı (1 kişi) ise katılmıyorum şeklinde yanıtlamıştır. 5 kişi ise (%2,8'i) bu soruyu boş bırakmıştır. *Doğanın yangınlara maruz kalmasını önlemek adına çalışanların yangın konusunda eğitilmesi ve yangın tatbikatları düzenlenmesi benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların %67,6'sı (119 kişi) kesinlikle katılıyorum, %16,5'i (29 kişi) katılıyorum, %11,4'ü (20 kişi) kararsızım,%1,1'i (2 kişi) katılmıyorum ve %1,1'i (2 kişi) ise kesinlikle katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. 4 katılımcı ise bu soruyu yanıtızsız bırakmıştır. *Otellerin Çalışanlarını Çevre ve Tasarruf Konusunda Eğitmesi benim için önemlidir* sorusuna katılımcıların % 62,5'i kesinlikle katılıyorum, % 27,3'ü katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılımcıların ağırlıklı olarak bu konuda duyarlılık gösterdiği söylenebilir.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Tüketicilerin sürdürülebilirlik yaklaşımlarının ortaya koyulmaya çalışıldığı bu çalışmada şu sonuçlara varılmıştır. Veriler eğitilmiş kişilerin belli bir tatil alışkanlığına sahip olduğunu ve daha çok bir hafta ve üzeri tatil yaptıklarını göstermektedir. Son zamanlarda internetin hayatımızda büyük bir önem kazanması ve özellikle internette yer alan müşteri yorumlarının daha gerçekçi ve güvenilir bulunması bu deneyimi yaşayacak kişiler için önemli bir bilgi kaynağı olmuştur. Bu çalışma da bu yorumu desteklemektedir. Çünkü katılımcıların çoğunlukla otellerle ilgili bilgiyi internette edindiği görülmüştür. Teori ve pratikte kurumlara tavsiye edilen "müşteri memnuniyeti" kavramının önemi bu çalışmayla da vurgulanmıştır. Bu otellerde daha önce konaklayan katılımcıların bu otelleri tekrar seçme nedenleri ele alındığında müşteri memnuniyeti öne çıkmıştır. Katılımcıların otellerde kalma amaçlarının ise ağırlıklı olarak tatil yönünde olduğu saptanmıştır. Bu sonuç da otellerin daha çok tatil amaçlı kullanıldığını ortaya koyarak otellere faaliyetlerini planlamada önemli ipuçları vermektedir.

Elde edilen sürdürülebilirlik yaklaşımıyla ilgili bulgulara bakıldığında katılımcıların otelleri tercih etme nedenlerinde çevre duyarlılığının ön planda olduğu söylenebilir. İçinde yaşanan doğal çevre turizmin temel kaynağıdır. Bu kaynağın ise dengeli bir şekilde korunması ve bozulmaması ve kalitesinin artırılması gerekmektedir. Katılımcılar bu bağlamda da önemli ip uçları vermektedirler. Otellerin çevre mevzuatına uygun şekilde faaliyetlerini devam ettirmesi, otellerin faaliyetlerini sürdürürken çevreyi de göz önünde bulundurarak çevreye en az zarar veren teknolojiyi kullanması, kullanılan malzeme içeriklerine dikkat edilmesi, tehlikeli maddelerin bertaraf edilmesi gibi konular da tüketicilerin hassasiyet gösterdikleri noktalardır. Ayrıca otellerin ürün/hizmet satın alırken enerji verimliliğine dikkat etmesi ve otellerin tasarruf sistemleri oluşturması da katılımcıların duyarlılık gösterdikleri konular olarak göze çarpmaktadır. Türkiye'de turizm daha çok deniz kıyılarında yoğunlaştığından bu bölgelere talep daha fazla olmaktadır. Bu nedenle insanlar için deniz suyunun ve plajların temizliği de önem arz etmektedir. Bu ise çevre kalitesinin en önemli göstergesidir. Bulgulara bakıldığında katılımcılar bu konuda hassasiyetlerini dile getirerek deniz dip temizliğinin yapılmasını ve plaj temizliğini önemli gördüklerini dile getirmişlerdir. Orman yangınları nedeniyle ekosistemdeki dengeler bozulmaktadır. Dolayısıyla turizm için değer yaratan etkenler yavaş yavaş kaybolabilmektedir. Bu nedenle bu konularda gerekli önlemler alınarak çalışanlara yangın konusunda gerekli eğitimlerin verilerek turistik değerlerin korunması da katılımcılar için önem arz etmektedir. Atıkların geri dönüşümü için gerekli önlemlerin alınması kaynakların korunmasında önemli etkidir. Hızlı tüketim ve bilinçsiz kullanımdan ötürü geri

dönüşüm oldukça büyük bir öneme sahiptir. Otellerin atıkları ayrıştırması, atık suların arıtılıp çevreye zarar vermeden kanalizasyon sistemlerine gönderilmesi, paydaşların atıklar konusunda bilinçlendirilmesi ve bilgilendirilmesinin de katılımcılar nezdinde önemli olduğu görülmüştür. Verma ve Chandra (2018) da makalelerinde bu araştırma sonuçlarıyla paralel sonuçlara varmışlardır. Yazarlar yaptıkları çalışmada tüketicilerin otel seçiminde sürdürülebilirlik bağlamında enerji tasarrufu, geri dönüşüm ve yeşil ortamların anahtar kavramlar olduğunu belirleyerek, tüketiciler arasında artan çevresel endişe ve farkındalığın, otellerin faaliyetlerinde sürdürülebilir politikalar gütmelerinin elzem olduğuna dikkat çekmişlerdir. Nascimento, Farias, Franch, Martini(2008) ve arkadaşlarının da bu çalışmayla uyumlu sonuçlarının ortaya koyduğu gibi turistler destinasyonlar tarafından belirlenen sürdürülebilirlik kurallarını izlemekte ve istikrarlı bir kesimi de sürdürülebilir turizme ilgi göstermektedir. Bu veriler dikkate alındığında otellerin sürdürülebilir politikalar gütmelerinin bir rekabet avantajı yaratacağı da söylenebilir. Ayrıca Petrescu ve Balacescu'nun (2016) da çalışmalarında değindiği gibi sürdürülebilir stratejilerin politika yapımcılar, kurumlar ve tüketiciler gibi tüm toplum tarafından desteklenmesi sürdürülebilir turizmi önemli bir aşamaya taşıyacaktır.

### KAYNAKÇA

- Baranaydın, D. (2016), Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Karanlık Turizm: Yerel Turistlere Yönelik Bir Araştırma. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Programı.
- Can, E. (2013) "Turizm Destinasyonlarında Sürdürülebilir Turizmin Sürdürülebilir Rekabet Açısından Değerlendirilmesi" *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, 4, s. 23-40
- Cesur D. (2014). Sürdürülebilirlik iletişimi, [www.halklailiskiler.com](http://www.halklailiskiler.com), (14.11.2018).
- Çevik, S. ve Saçılık, M.Y. (2011) "Destinasyonun Rekabet Avantajı Elde Etmesinde Gastronomi Turizminin Rolü: Erdek Örneği" *12. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, s. 503-515.
- Ekonomi Analiz (2013), Web: <http://www.ekonomianaliz.com/guvenilirlik-analizreliability-analysis/>, (18.05. 2018).
- Franch, M., Martini, U., Buffa, F., & Parisi, G. (2008). "4L Tourism (Landscape, Leisure, Learning And Limit): Responding To New Motivations And Expectations Of Tourists To Improve The Competitiveness Of Alpine Destinations In A Sustainable Way" *Tourism Review*, 63, s. 4-14.
- Gilg A., Barr S. ve Ford N. (2005). "Green Consumption Or Sustainable Lifestyles? Identifying The Sustainable Consumer" *Futures*, 37, s. 481-504.
- Hall, C. M., Dayal N., Dea M., Hamish M., Leroy P.A., Chloe W., Van D. T. (2016). "Accommodation Consumers and Providers' Attitudes, Behaviours and Practices for Sustainability: A Systematic Review" *Sustainability*, 8 (7), s.625.
- Hayta A. B.(2009). "Sürdürülebilir Tüketim Davranışının Kazanılmasında Tüketici Eğitiminin Rolü" *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10 (3), s. 143-151.
- Kozanlıoğlu B.(2010). Sürdürülebilir Temelli Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Tüketici Tercihleri Üzerine Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,
- Nascimento L. S. P. ve Farias A. S. (2017). "When Sustainability Of A Tourism Destination Is A Requirement: Does The Consumer Perceive Sacrifices In Diving Experiences?" *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, 2, s.115-126.
- Öcal, S. (2017), Sürdürülebilir Turizm Bağlamında Taşıma Kapasitesi: Ayvalık Örneği, Yıldız Teknik Üniversitesi / Fen Bilimleri Enstitüsü / Mimarlık Anabilim Dalı / Bina Araştırma ve Planlama Bilim Dalı.

Petrescu D. C. ve Bălăcescu A. (2016). “Criteria For Eco Certification Of Tourist Accommodation: Sustainability Reflections And Consumers’ Preferences” *Analele Universităţii Constantin Brâncuşi din Târgu Jiu : Seria Economie* , 1, Iss Special Issue Eco-Trend, s.131-136.

Tölkes C. (2018). “Sustainability Communication İn Tourism – A Literature Review” *Tourism Management Perspectives* 27, s.10–21.

Turan, Ş. (2018), Otellerde Sürdürülebilir Çevre Yönetimi ve Eskişehir Örneği, Anadolu üniversitesi / Fen Bilimleri Enstitüsü / Çevre Mühendisliği Anabilim Dalı.

TÜSİAD (2012), Sürdürülebilir Turizm, Web: [www.tusiad.org](http://www.tusiad.org), 27, (18.11.2017).

Uslu, S. (2017), Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Kapadokya'ya Gelen Yabancı Turistlerin Türkiye'ye Bakışı Ve Güvenlik Algısı, Necmettin Erbakan Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı / Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı.

Vivek K. V ve Bibhas C. (2018) “ Sustainability And Customers’ Hotel Choice Behaviour:A Choice-Based Conjoint Analysis Approachy” *Environ Dev Sustain*, 20, s.1347–1363.