

Turizm Sektöründe Yaygın Kullanılan Eko- Etiketler ve İşleyiş Prensipleri

Yaşar Yiğit Kaçmaz¹

Özet

Turizm endüstrisi Dünya ekonomisinde büyük bir paya sahip olsa da, turist hareketliliği ve turizmin büyüme oranı göz önünde bulundurulduğunda çevreye birçok olumsuz etkide bulunduğu bir gerçektir. Turizmin çevreye verdiği olumsuz etkilerin ortadan kaldırılması, kaldırılamıyorsa asgari düzeye indirilmesi turizmin bütün paydaşlarını ilgilendirmektedir. Turizm endüstrisinin konu ile ilgili tutumu incelendiğinde konuya kayıtsız kalmadığı, 1980'ler itibari ile turizmin çevreye olumsuz etkilerini azaltmak için kontrol sistemleri geliştirmeye başladığı görülmektedir. Turizm endüstrisi diğer birçok endüstri gibi geliştirmeye başladığı kontrol sistemi çalışmalarında eko-etiketleme programlarını tercih etmektedir. Günümüzde eko-etiketler turizm endüstrisinde yaygın olarak kullanılmaktadır. Bununla birlikte, turizm endüstrisinde kullanılan eko-etiketlerin kullanım neden ve şekilleri irdelenmesi gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda, çalışma kapsamında turizm endüstrisinde eko-etiketlemeler amaç ve fayda özelinde ele alınmış olup, eko-etiketleme programlarının işleyiş süreçleri irdelenerek yaygın şekilde turizm endüstrisi tarafından tercih edilen eko-etiket programları incelenmiştir.

1. Giriş

Küresel anlamda nüfusta yaşanan artış, endüstriyel anlamda yaşanan teknolojik gelişmeler, bilinçsizce gerçekleştirilen enerji tüketimi ve enerji arz ihtiyacı, fosil yakıta olan bağımlılık gibi her türlü insan ihtiyacına bağlı olarak çevrede ciddi kirlenmelere ve doğal kaynakların hızla yok olmasına neden olmaktadır (Sisman-Aydin, 2019: 40; Zeydan ve Gürbüz, 2021: 225). Kaynakların sınırlığı olduğu Dünya'da sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi insanlığın çevreye vermiş olduğu zararı ortadan kaldırması veya asgari

1 Dr, yykacmaz@hotmail.com, <http://orcid.org/0000-0001-8775-7003>

düzeyle indirebilmesi ile mümkündür. İnsanlığın çevre üzerindeki etkisi uzun süredir Dünya gündemini meşgul etmekte olup, etkinin azaltılması için çeşitli çalışmalar gerçekleştirilmektedir. Gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde çalışmaların başta endüstriler olmak üzere çevre üzerinde etkiye sahip kesimlerin belirli çevre programlarına dahil edilerek çevreye duyarlı hale getirilmesi ve çevreye olan etkilerinin takibi şeklinde ağırlıklı olarak ilerlediği görülmektedir. Gerçekleştirilen çalışmalar kapsamında oluşturulan programların bir bölümü eko-etiketleme olarak isimlendirilmektedir. Eko-etiketlemeler en genel şekilde bir ürün veya hizmetin çevreye olan etkilerini gösteren belgelendirmeler şeklinde açıklanmaktadır. Bu belgeye sahip ürün veya hizmet çevreye karşı duyarlı olduğunu taahhüt etmektedir.

Dünya ekonomisi incelendiğinde ekonomide ciddi pay sahibi olan endüstrilerin başında turizm gelmektedir. Turizm yaşanan yoğun rekabet, artan turist hareketliliği ve endüstri büyüme hızı gibi etkenler göz önünde bulundurulduğunda çevreye diğer endüstriler gibi olumsuz etki eden bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Turizm endüstrisi de diğer endüstriler de olduğu gibi bu konuya kayıtsız kalmamış ve çevre yönetimi ile ilgili birçok çalışma gerçekleştirmiştir. Gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde turizm paydaşlarının birçok çevre programı geliştirdiği görülmektedir. Geliştirilen bu programların önemli bölümü eko-etiketleme programlarıdır. Turizm endüstrisi eko-etiketler yolu ile çevreye vermiş oldukları zararı bertaraf etmek ve etkiyi asgari düzeye indirmeye çalışmaktadır. Bunun yanında turizm işletmeleri çevre etkisine ek olarak verimliliği artırmak, sözleşmeli iştirakçilerini denetlemek gibi farklı nedenlere bağlı olarak da eko-etiketleri kullanmaktadır. Bu noktada, turizm işletmelerinin eko-etiketleri kullanma nedenleri ve süreçleri ile yaygın kullanılan eko-etiket programları araştırmacıların ve diğer turizm paydaşlarının ilgisini çekebilmektedir. Bu bağlamda, çalışma kapsamında turizm endüstrisinde eko-etiketlemeler amaç ve fayda özelinde ele alınmış olup, eko-etiketleme programlarının işleyiş süreçleri irdelenerek yaygın şekilde turizm endüstrisi tarafından tercih edilen eko-etiket programları incelenmiştir.

2.Eko-etiketleme

Turizm’de eko-etiketlemelerin doğru şekilde anlaşılabilmesi için öncelikle etiket ve eko-etiketleme kavramlarının incelenmesi gerekmektedir. Etiketler, potansiyel bir tüketicinin tercih etmek istediği bir ürün veya hizmet hakkında bilgi almasını sağlayan bir araç olarak tanımlanmaktadır. Eko-etiketler ise, çevreye atıf yapan etiketler olarak karşımıza çıkmaktadır (Buckley, 2002: 184). Eko-etiketleme bir ürünün yada hizmetin üretiminin her adımında kaydettiği ekolojik süreç ile ilgili tüketicinin bilgilendirilmesi şeklinde açıklanmaktadır

(Alagöz, 2007:2). Eko-etiketler ülkeler veya organizasyonlar tarafından belirli bir ürünün veya hizmetin etiketlenmemiş ürün veya hizmetlere göre daha yüksek ekolojik kalitesi hakkında farkındalığı arttırmak için kullanılan bir araçtır (Brecard, 2009:3). Eko-etiketler genel bir ifadeyle diğer emsal ürünlerle karşılaştırıldığında çevreye daha az zarar verdiği kabul edilen ürünlere veya hizmetlere verilen bir çeşit ödül niteliğindedir (Alagöz, 2007:6). Yukarıda yer alan tanımlara ek olarak Buckley (2002: 184) eko-etiketlerin diğer ürün veya hizmetlerin göreceli performansına bağlı olduğu rekabetçi bir sıralama sistemi olmadığı görüşündedir.

Bir ürün veya hizmetin üretimden itibaren çevreye verdiği zarar tüketiciler tarafından genellikle gözlemlenememektedir. Eko-etiketler tüketicilerin tercih edecekleri ürün veya hizmetin çevreye vermiş olduğu zarar konusunda bilgi edinmelerinin tek yolu olarak gösterilmektedir (Brecard, 2009:3). Eko-etiketler, tüketicilerin ürün veya hizmet seçimleri esnasında, seçimlerini etkileyen faktörlere ek olarak ürünü veya hizmeti çevresel faktörlere dikkat ederek değerlendirmesini sağlamak amacı ile kullanılmaktadır. Burada temel amaç, bir ürün veya hizmetin çevresel etkileri hakkında tüketiciye doğru ve ispatlanabilir bilgiler vererek tercih edilmesini sağlamaktır (Bozkurt ve Dücan, 2018:69).

Eko-etiketlemeler genel olarak üç çeşittir. Bunlardan ilki, etiketlemeye konu olan ürün yada hizmetin bulunduğu ülke veya organizasyona ait bütün ekolojik standartları yerine getirmesi sonucu verilmektedir (Alagöz, 2007:2). Yaşam döngüsü etiketleri olarak isimlendirilen bu etiketler üretimin her aşamasında ürün yada hizmetlerin yaşam döngüsü sürecinde çevreye verdiği zararı bütün yönleri ile göstermektedir (Alagöz, 2007:6; Korkmaz ve Atay, 2017:115-116; Elvan, 2018:51-52). Tek kullanımlık etiketler olarak isimlendirilen ikinci etiket çeşidi ürünün tek bir özelliğinin çevre üzerindeki etkisine vurgu yapmaktadır (Alagöz, 2007:6). Üçüncü eko-etiketleme ise ilki iki çeşidin aksine etiketlemeye konu olan ürün yada hizmetin ekolojik standartlara uygunsuzluğunu göstermektedir. Bu etiketlerin amacı tüketiciyi ürünün zararları konusunda uyarmaktır. Bahsi geçen eko-etiketleme literatürde negatif eko-etiketleme olarak isimlendirilmektedir (Alagöz, 2007:7).

Eko-etiketleme çeşitleri ve kullanım alanları incelendiğinde eko-etiketlemelerin birçok farklı ürün ve hizmet grubunda farklı şekillerde kullanıldığı görülmektedir. Eko-etiketlemelerin sıklıkla kullanıldığı endüstrilerin başında da Dünya ekonomisinde büyük paya sahip olan turizm endüstrisi gelmektedir. Bu bağlamda, çalışmanın bundan sonraki bölümünde araştırma konusuna bağlı olarak turizm endüstrisinde eko-etiketlemeler ele alınmıştır.

3.Turizm’de Eko-Etiketler

Turizm, endüstrinin ana kaynağı olan çevre üzerinde olumsuz etkilere sahiptir. Bu nedenle, turizm endüstrisinin sürdürülebilir uygulamaları benimsemeleri ve iş başarılarını sağlayan kaynakları korumaları önem arz etmektedir (Karlsson ve Dolnicar, 2016:1). Bununla birlikte, turizm işletmelerinin sürdürülebilir uygulamaları benimsediğini ve çevre dostu olduğunu gösteren, kendilerini yeşil dostu ilan etmelerini sağlayan genel kabul görmüş bir düzenleme mevcut değildir (Font, 2002:197). Bu nedenle, turizm işletmeleri faaliyetlerini çevreye duyarlı şekilde düzenlemek ve bunu paydaşlarına göstermek amacıyla eko-etiketleme programlarına dahil olmak yoluna başvurmaktadır. Turizm alanında eko-etiketler, işletmelerin çevre ile ilgili gerçekleştirmiş oldukları faaliyetlerin görsel bir ifadesi anlamı taşımaktadır. İşletmeler eko-etiketlemeler yoluyla misafirlerine ve potansiyel misafirlerine gerçekleştirmiş oldukları çevresel faaliyetler hakkında bilgilendirmeyi amaçlamaktadırlar (Ceylan, 2019: 67). Bir başka görüşe göre ise turizm’de eko-etiketler birçok farklı kurum ve işletme tarafından farklı amaçlarla kullanılmaktadır. Tur operatörleri eko-etiketleri pazarlama amacı ile kullanırken, konaklama işletmeleri ve arazi yönetim ajansları eko-etiketleri gerekli izinlerin alınması, ülkeler ulusal çıkarları teşvik ve eko-turizm örgütleri eğitim, lobicilik ve gelir yaratma amacı ile kullanmakta yada eko-etiketleri oluşturmaktadır. Turizm’de eko-etiketler, yurtiçi ve yurtdışında turistlerin tercihlerini etkileyebilecek mekanizmalar olarak görülmektedir (Buckley, 2002:183, 185).

Tablo 1: Turizm’de Eko-Etiketlerin Faydaları

Turizm Endüstrisi	<p>İşletmeleri çevreye duyarlı olmaya teşvik ederek, turizmin çevreye olumsuz etkilerini azaltır.</p> <p>Turizm endüstrisinin çevre performansını arttırması için baskı uygular.</p> <p>Çevreye duyarlı faaliyetleri teşvik ederek endüstri uygulamalarını geliştirir.</p> <p>Çevreye duyarlı ürün ve hizmet geliştirmede endüstriye yardımcı olur.</p> <p>Çevre politikaları ve çevreye duyarlı turizm anlayışına uygundur.</p> <p>Çevreye duyarlı ürün ve hizmet geliştirme, kullanma ve pazarlamada onay ve teşvik aracıdır.</p> <p>Turizm kullanıcılarına turizmin etkileri ile ilgili onaylanmış bilgileri sunar.</p> <p>Destinasyonların çevresel sağlamlığını ve doğal kaynakları belgelendirmek için genişletilebilir.</p>
Turizm Girişimleri	<p>İşletmelerin çevresel kimlik bilgilerini iletir.</p> <p>İşletmelere rakiplerine göre çevreye daha duyarlı olmaları durumunda farklı avantajlar sağlar.</p> <p>İşletmelerin çevresel başarılarını tanıtımlarına dahil ederek pazarlama imkanı sunar.</p> <p>İşletmelerin standartları sürdürmelerini ve iyileştirmelerini teşvik ederek çevre etkilerini azaltır.</p> <p>İşletmelerin çevreye duyarlı turistlere pazarlanmasına yardımcı olur.</p> <p>Turistler işletmelerin hizmet ve ürünlerine karşı olumlu tutum geliştirir.</p>
Turistler	<p>Turistleri turizmle ilgili eylem ve kararlarının etkileri konusunda eğitir.</p> <p>Turistlere turizm işletmelerinin çevresel etkileri hakkında bilgi sağlar.</p> <p>Turistlerin satın alma kararlarında çevreye duyarlı işletmeler lehine hareket etmelerini sağlar.</p> <p>Turistlerin tatilleri için işletmeleri seçerken bilinçli seçimler yapmalarını sağlar.</p>

Kaynak: Sasidharan, vd., 2002:172

Eko-etiketlerin turizme birçok fayda sağladığı bir gerçektir. Eko-etiketlerin faydaları farklı çalışmalarda farklı bakış açıları ile yer almaktadır. Tablo 1’de yer alan bilgiler incelendiğinde turizm’de eko-etiketlerin faydalarının turizm endüstrisi, turizm girişimleri ve turistler düzeyinde farklı kategorilerde incelendiği görülmektedir. Bir diğer çalışmada ise turizm’de eko-etiketlerin faydaları aşağıdaki şekilde sıralanmıştır (Yücel ve Emekçiler, 2008: 331-332):

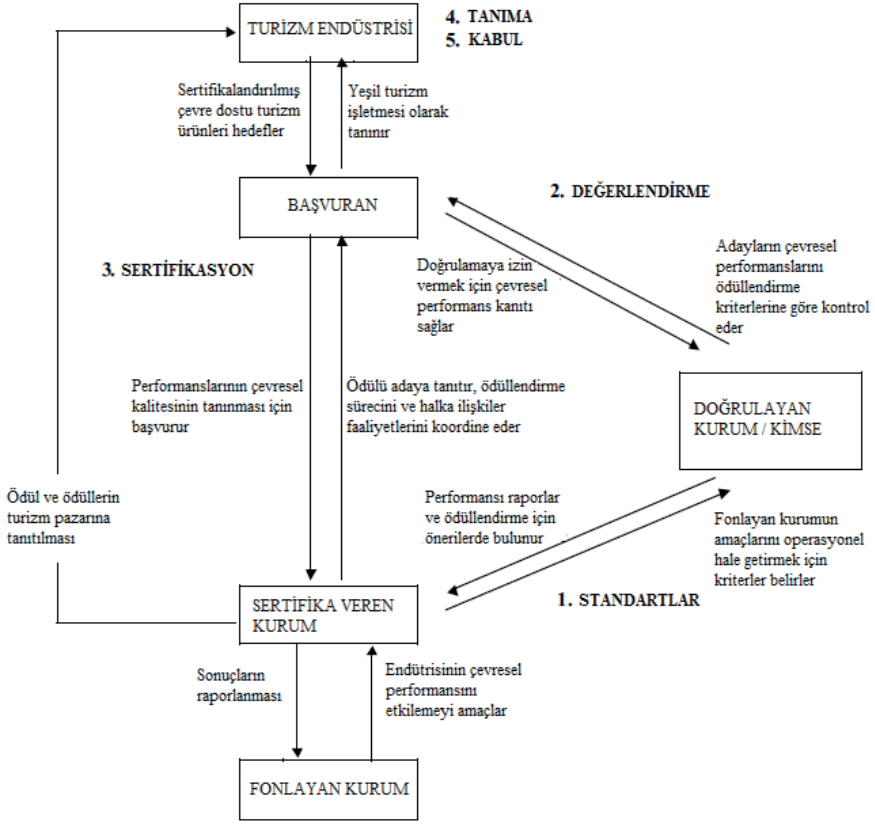
- Tehlike arz eden çevre konularında sektöre yardımcı olabilir,
- Eko-verimli çözüm noktasında uygulamaları hızlandırabilir,

- Çevresel performans izleme ve raporlama süreçlerinde etkin yöntemlere yönlendirebilir,
- Çevreye duyarlı turistik ürünlerin satışını arttırırken, bu ürünlerin çevre dostu olduğunun bilgilendirmesini yapabilir,
- Sosyo-ekonomik sorunların çözümü ile çevrenin korunmasına ilişkin konularda etkin şekilde rol oynayabilir,
- Turizmin paydaşlarına ek olarak, yerel halkın çevre bilincinin arttırılmasına yardımcı olabilir.

Yukarıda yer alan bilgiler eko-etiketlerin turizm endüstrisinde büyük öneme sahip olduğunu gözler önüne sermektedir. Bununla birlikte, eko-etiketlerin edinimi kolay gerçekleştirememektedir. Bu bakımdan turizm endüstrisinde eko-etiketleme süreçlerinin incelenmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, çalışmanın bundan sonraki bölümünde turizm endüstrisinde eko-etiketleme süreçleri incelenmiştir.

3.1. Turizm’de Eko-Etiketleme Süreçleri

Turizm’de eko-etiketlerin daha iyi anlaşılabilmesi için eko-etiketlerde süreçlerin nasıl işlediği ve paydaşların rollerinin detaylı şekilde incelenmesi gerekmektedir. Şekil 1’de turizmde eko-etiketlerin işleyişi ve paydaşlarının rolleri yer almaktadır. Turizmde eko-etiketlere ilişkin en önemli paydaşlardan bir tanesi eko-etiketleri fonlayan kurumlardır. Bu kurumlar, turizm endüstrisinin çevre performanslarını bir bütün olarak ele alır ve bu performansları etkilemeyi amaçlayarak eko-etiketleri finanse etmektedir. Yukarıda yer alan amaç doğrultusunda fonlayan kurum planlama ve yönetim maliyetleri karşılamaya yardımcı olacak hibeler sağlayarak bir diğer paydaş olan sertifika veren kurum ile sözleşme yapmaktadır. Sertifika veren kurum, fonlayan kurumun amaçları doğrultusunda endüstride yer alan işletmelerin uyması gereken performans kriterlerini oluşturmak ve kriterlerin uygulanması sonucunda elde edilen sonucu fonlayan kuruma bildirmekle mükelleftir (Font, 2002:200).

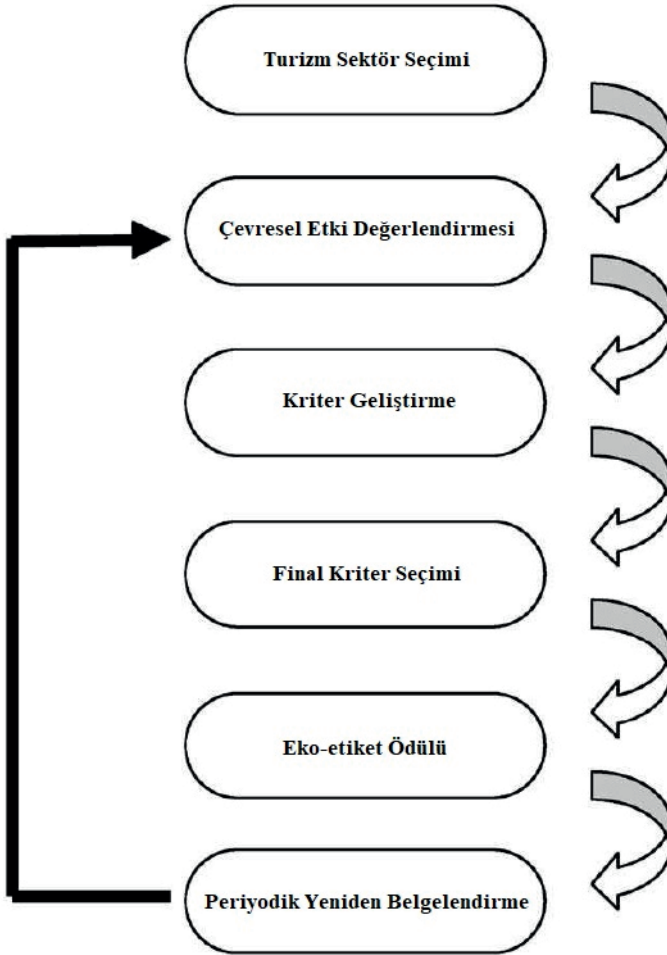


Şekil 1: Turizm'de eco-etiketlerin paydaşları

Kaynak: Font, 2002:201

Davis (1997: 138) çalışmasında turizm'de eco-etiketleme süreçlerini incelemiş ve süreçleri altı adımda sistematik hale getirmiştir. Şekil 2'de Davis (1997) tarafından geliştirilen turizm eco-etiketleme süreçleri yer almaktadır. Süreçler adım adım incelendiğinde ilk adımda turizm sektör seçimi geldiği görülmektedir. Bu adımda kamu, meslek grupları, sivil toplum ve eco-etiketleme organizasyonları gibi çok katımlı turizm paydaşlarının bir araya gelmesi gerekmektedir. Paydaşlar, turizm çeşit ve işletmeleri (konaklama, seyahat vb.) arasından belirli bir kategori seçeceklerdir. İkinci adımda seçilen turizm sektörünün çevreye ne tür etkilerde bulunduğu belirlenecektir. Üçüncü adımda seçilen turizm sektörünün çevresel etkileri göz önünde bulundurularak ön kriterler geliştirilecek ve birinci adımda yer alan turizm paydaşları tarafından emsaller dikkate alınarak değerlendirilecektir. Dördüncü adımda değerlendirilen kriterler ile ilgili turizm paydaşları fikir beyanına

bağlı olarak eko-etiketleme organizasyonu çok kriterli final indeksini belirleyeceklerdir. Beşinci adımda, eko-etiketleme için başvuru yapan turizm işletmesi değerlendirmeye tabi tutulacak ve belirlenen indekste yer alan koşulları sağlaması durumunda eko-etiket ödülünün sahibi olacaktır. Sürecin son adımında ise eko-etiket ödülü sahibi olan işletme belirli periyotlarla denetlenecek ve indekste yer alan kriterleri yerine getirmeye devam etmesi durumunda yeniden belgelendirileceklerdir (Sasidharan, vd., 2002: 164-165).



Şekil 2: Turizm Eko-Etiketleme Süreçleri

Kaynak: Davis, 1997:138

Turizm’de eko-etiketlerin süreçleri incelendiğinde turizm endüstrisinde yer alan işletmeler her ne kadar bu etiketlere sahip olmak isteseler de belirli kuruluşlar tarafından geliştirilen programlara tabi olmaları gerektiği görülmektedir. İşletmeler bu noktada hangi programa tabi olacaklarını kendileri belirlemektedir. Bununla birlikte, Dünya genelinde sıklıkla tercih edilen turizme yönelik eko-etiketleme programları mevcuttur. Bu bağlamda, çalışmanın bundan sonraki bölümünde turizm endüstrisi tarafından yaygın olarak kullanılan eko-etiketleme programları Türkiye özelinde ele alınmıştır.

4. Turizm Alanında Yaygın Olarak Kullanılan Eko-Etiketler

Turizm alanında farklı içeriklerde ve farklı kamu kuruluşlar ile gönüllü inisiyatifler tarafından içeriği oluşturulan ve verilen eko-etiket programları mevcuttur. Bu programlardan bazıları doğrudan turizm alanında kullanılırken, bazıları ise genel kapsamlı olup diğer bütün işletmeler gibi turizm işletmeleri tarafından da tercih edilmektedir. Turizm işletmeleri tarafından en çok tercih edilen ve genel kapsamlı olan programların başında Uluslararası Çevre Yönetim Standardı – ISO 14001 ve Avrupa Birliği Eko-Yönetim ve Denetim Programı EMAS gelmektedir.

Çalışmanın bu bölümünde sadece turizm alanında kullanılan eko-etiketleme programları incelenmiş olup, genel kapsamlı programlar ele alınmamıştır. Turizm alanında kullanılan eko-etiketleme programları incelendiğinde konu ile ilgili çok sayıda program olduğu görülmektedir. Çalışma kapsamında sadece Türkiye’de turizm alanında yaygın olarak kullanılan eko-etiketleme programları incelenmiştir.

4.1. Mavi Bayrak (*Blue Flag*)

Turizm alanında kullanılan eko-etiketlerin en çok bilinenlerinin başında Mavi Bayrak gelmektedir. Etiket deniz ve kıyılarda faaliyet gösteren varlıklar ile ilgilenmektedir. İlk kez 1985 yılında Fransa’da (Ceylan, 2019: 68) pilot uygulaması gerçekleştirilen program, 1987 yılı itibari ile tüm Avrupa’da uygulanmaya başlamıştır (Klein & Dodds, 2017: 3). 2001 yılına kadar Avrupa ülkelerinde kullanılan program, 2001 yılında Güney Afrika’nın sistemi kullanmaya başlamasıyla uluslararası nitelik kazanmıştır. Mavi Bayrak eko-etiket programının misyonu uygulayıcısı olan Blue Flag Global (2023) tarafından aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır:

- Plajların, marinaların ve tekne operatörlerinin kullanıcıları için çevre eğitim programlarını teşvik etmek ve ortak programlar gerçekleştirmek,
- Güvenlik ve çevre yönetim sistemlerini uygulamak,

- Plajlarda, marinalarda ve tekne operatörlerini insan faaliyetlerinin çevresel etkilerini azaltmak için izlemek,
- Turizmin sürdürülebilir gelişimini teşvik amacıyla ortaklıklar ve işbirlikleri yapmaktır.

Mavi Bayrak dünya genelinde en bilinen turizm eko-etiket programlarından birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Blue Flag Global (2023_b) tarafından açıklanan veriler incelendiğinde dünya genelinde 49 ülkede sistemin kullanıldığı görülmektedir. 49 ülkede 4157 plaj, 709 marina ve 119 tekne operatörü mavi bayrak sahibidir. Programın ülkelere göre dağılımı incelendiğinde İspanya mavi bayrak sıralamasında ilk sırayı alırken, Yunanistan ikinci, Türkiye ise üçüncü sıradadır. Türkiye’de 551 plaj, 23 marina ve 14 tekne operatörü mavi bayrak sahibidir. Türkiye’de Mavi Bayrak programından Türkiye Çevre Eğitim Vakfı sorumludur (TURÇEV, 2023).

4.2.Yeşil Küre (*Green Globe*)

Yeşil Küre Dünya’da turizm alanında yaygın şekilde kullanılan ve tüm seyahat ve turizm endüstrisi sektörleri ile operasyon boyut ve türlerine uygulanabilen bir eko-etiketleme programıdır (Parsons & Grant, 2007: 81). Programın temelleri 1992 yılında Rio de Janeiro’da gerçekleştirilen Dünya Zirvesinde açıklanan Agenda 21’e dayanmaktadır. Agenda 21 doğrultusunda geliştirilen program çevresel etkileri ölçmek, bu etkileri azaltmak için stratejiler geliştirmek ve uygulamakla ilgilenen turizm organizasyonlarına yol gösterici olmak amacıyla geliştirilmiştir (Green Globe, 2023). Program küreselden yerele farklı seviyelerde çevresel, kültürel ve sosyal iyileştirmeleri sağlamayı amaçlayarak, ulusal ve bölgesel mevzuatlara uyumu teşvik ederek kolaylaştırmaktadır. Yeşil Küre eko-etiket programı şirketler, topluluklar, ekoturizm, tasarım ve inşaa standartları ile bölge planlama ve tasarım standartları olmak üzere beş farklı standarttan oluşmaktadır (Parsons & Grant, 2007: 81).

Tablo 2: Türkiye’de Yeşil Küre Üyesi Tesisler

Platin Üye	Altın Üye	Normal Üye
Club Med Palmiye	Club Med Kemer	Mövenpick Hotel İstanbul
Club Med Bodrum Palmiye	Mövenpick Hotel Ankara	Omm Inn
	Mövenpick Hotel İzmir	Tasigo Hotels Eskişehir

Kaynak: Green Globe, 2023_b

Yeşil Küre ile ilgili veriler incelendiğinde 600'ü aşkın işletmenin programa katılım gösterdiği görülmektedir. Programda sertifikalandırmalar katılım sürelerine göre sınıflandırılmaktadır. 10 yılı aşkın süredir üye olanlar platin üye, 5 yılı aşkın süredir altın üye ve diğerleri ise normal üye statüsünde sertifikalandırılmaktadır. Veriler incelendiğinde ülkeler bazında toplam üye sayılarının yer aldığı bir veri görülmemektedir. Türkiye'ye ait ülke bazında veriler ise mevcuttur. Tablo 2'de yer alan veriler incelendiğinde Türkiye'de 2 otelin platin, 3 otelin altın ve 3 otelin ise normal üye olduğu görülmektedir (Green Globe, 2023_b).

4.3.Yeşil Anahtar (*Green Key*)

Dünya genelinde turizm endüstrisinde yaygın şekilde kullanılan eko-etiket programlarından bir diğeri Yeşil Anahtar eko-etiket programıdır. Program 1994 yılında Danimarka'da geliştirilmiştir. 1998 yılında ise Çevre Eğitimi Vakfı'nın (FEE) önerisi ile Fransa'da geliştirilen *Clef Verte* isimli benzer program ile birleştirilerek bugünkü halini almıştır. Programın temel amacı FEE tarafından geliştirilen çevre standartlarının turizm işletmeleri tarafından uygulanmasını sağlamaktır. Program kapsamında;

- Turizm işletmelerinde çevre dostu ve sürdürülebilir yöntem ve teknolojilerin kullanımının artırılması ve bu sayede genel kaynak kullanımının azaltılması,
- Bireysel turizm işletmelerinde misafirlerin, personelin ve tedarikçilerin çevre farkındalığını arttırmak ve davranışsal değişimler sağlamak,
- Genel olarak konaklama ve turizm endüstrisinde davranışsal değişiklikler yaratmak amacıyla çevre dostu ve sürdürülebilir yöntemlerin kullanımını arttırmak ve farkındalık yaratmak hedeflenmektedir (Green Key, 2023).

Yeşil Anahtar 30'u Avrupa'da olmak üzere 45 ülke'de uygulanan bir eko-etiketleme programıdır. Program kapsamında sertifikasyonlar otel ve hosteller, kamp alanları ve tatil parkları, küçük konaklama işletmeleri, restoranlar, konferans salonları ve cazibe noktalarına verilmektedir. Programın internet sitesinde yer alan veriler incelendiğinde 2022 yılında programın en çok tercih edildiği ülkelerin Hollanda, Fransa ve Yunanistan olduğu görülmektedir (Green Key, 2023_b). Türkiye'de ise 2023 yılında 148 tesis sertifikalandırılmıştır. Bu tesisler ağırlıklı olarak Antalya, Muğla ve İstanbul şehirlerinde yer almaktadır. Türkiye'de Yeşil Anahtar programından Mavi Bayrak'ta olduğu gibi Türkiye Çevre Eğitim Vakfı sorumludur (TURÇEV, 2023b).

4.4.Travelife

Avrupa başta olmak üzere turizm endüstrisinde tercih edilen bir diğer eko-etiketleme programı *Travelife* programıdır. Program 2007 yılında *ABTA* (İngiltere Seyahat Örgütü), *ANVR* (Hollanda Seyahat Örgütü), İngiltere’den Leeds Metropolitan Üniversitesi, İsveç’ten Lund Üniversitesi ve Hollanda meşeli bir kurum olan *ECEAT-Projects* desteği ile kurulmuştur. Program günümüzde *ABTA* tarafından işletilmektedir. *Travelife* seyahat ve turizm endüstrisinde sürdürülebilir uygulamaları teşvik etmeye yönelik bir girişim olarak karşımıza çıkmaktadır. Program kapsamında yer alan gereklilikler *ISO 14001* ve *EMAS III* standartları ile uyumludur. Program *TUI*, *Thomas Cook* gibi 200’ü aşkın seyahat acentası tarafından sözleşmeleri tesisleri izlemek amacıyla kullanılmaktadır. *Travelife* eko-etiketleme programına ilişkin veriler incelendiğinde bugüne kadar 1500 tesisin program kapsamında denetime girdiği ve bu tesislerden 500 tanesinin sertifikayı alabildiği görülmektedir. Programın Türkiye’de de kullanılmakta olup, programın tanıtımı Alanya Ticaret ve Sanayi Odası tarafından gerçekleştirilmektedir. Türkiye verileri incelendiğinde 4 tur operatörü ve 97 konaklama işletmesinin belgeye sahip olduğu görülmektedir (*Travelife, 2023; Travelife Stay Better, 2023*).

4.5.Yeşil Yıldız

Türkiye’de turizm endüstrisinde en çok tercih edilen eko-etiketleme programı Yeşil Yıldız olarak karşımıza çıkmaktadır. 1993 yılından bu yana T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından sürdürülebilir turizm kapsamında geliştirilmeye başlayan bu programın temelleri 2008 yılında yürürlüğe giren “Turizm İşletmesi Belgeli Konaklama Tesislerine Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Belgesi Verilmesine Dair 2008/3 no’lu Tebliğ” esas alınarak atılmıştır. Program 2017 yılında Yeşil Yıldız adına dönüştürülerek bugünkü halini almıştır. Program kapsamında;

- Çevrenin korunması,
- Çevre bilincinin geliştirilmesi,
- Turistik konaklama işletmelerinde çevreye duyarlı yapılaşmanın ve işletmecilik özelliklerinin teşvik edilmesi amaçlanmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023).

Türkiye’de en çok tercih edilen eko-etiketleme programı olan Yeşil Yıldız çevreye sağladığı katkılara ek olarak, işletmelere kamusal alanda birçok teşvikten faydalanma imkanı da sunmaktadır. Yeşil Yıldız eko-etiketleme programına ilişkin veriler incelendiğinde 2011 yılında Türkiye genelinde sadece 20 tesis belge sahibiyken, 2022 yılında 450 tesisin belge sahibi

olduğu görülmektedir. Belge sahibi tesis sayısı turizm işletme belgeli tesis sayısının ise sadece %9,37'sini oluşturmaktadır (T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2023).

Sonuç ve Değerlendirme

Çalışma kapsamında turizm endüstrisinde eko-etiketlemeler amaç ve fayda özelinde ele alınmış olup, eko-etiketleme programlarının işleyiş süreçleri irdelenerek yaygın şekilde turizm endüstrisi tarafından tercih edilen eko-etiket programları incelenmiştir. Yukarıda yer alan bilgiler incelendiğinde eko-etiketleme programlarının turizm endüstrisinin çevreye olan olumsuz etkilerinin ortadan kaldırılması veya asgari düzeye indirilmesi noktasında en etkin yöntemlerden birisi olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, eko-etiket programlarının sadece turizm işletmeleri tarafından değil, kamudan meslek gruplarına sivil toplum kuruluşlarından turizm tedarikçilerine kadar kabul görmesi, uygulanması ve takibinin gerçekleştirilmesi gereken bir önemde olduğu ortadadır.

Turizm endüstrisinde eko-etiketleme programları turizmin çevreye olan olumsuz etkilerinin azaltılmasına ek olarak sözleşmeli tesis ve tedarikçilerin kontrolü, verimliliğin artırılması, pazarlama, turist tercihlerini etkileme gibi nedenlerden tercih edilebilmektedir. Buna karşın, Dünya'da ve Türkiye'de yaygın şekilde tercih edilen eko-etiketleme programları incelendiğinde Dünya ve Türkiye'de turizm büyükleri göz önünde bulundurulduğunda turizm işletmelerinin eko-etiketlemelere olan talebinin kısıtlı düzeyde olduğu görülmektedir. Bu noktada, turizm işletmelerinin eko-etiketleme programlarını tercih etmelerinin turizmin çevreye olan etkilerinin azaltılmasına ek olarak işletmelere rekabet avantajı sağlama noktasında büyük öneme sahip olabileceği söylenebilir.

Kaynakça

- Alagöz, S. B. (2007). Yeşil Pazarlama ve Eko Etiketleme. *Akademik Bakış*, 11: 1-13.
- Blue Flag Global. (2023). *Our History*. Erişim: <https://www.blueflag.global/mission-and-history> (Erişim Tarihi:10.08.2023).
- Blue Flag Global. (2023_b). *Blue Flag Sites*. Erişim: <https://www.blueflag.global/all-bf-sites> (Erişim Tarihi:10.08.2023).
- Bozkurt, A. ve Dücan, E. (2018). Eko-etiketlerin Turizmde ve Yerel Ekonomiye Etkileri. *Uluslararası Ticaret ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 2(1): 68-85.
- Brecard, D., Hlaimi, B., Lucas, S., Perraudeau, Y. & Salladarre, F. (2009). Determinants of Demand for Green Products: An Application to Eco-label demand for Fish in Europe. *Ecological Economics*, 69(1): 115-125. Doi: 10.1016/j.ecolecon.2009.07.017
- Buckley, R. (2002). Tourism Ecolabels. *Annals of Tourism Research*, 29(1): 183-208. Doi: 10.1016/S0160-7383(01)00035-4
- Ceylan, Y. (2019). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turizmde Eko Etiketler. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1(1): 65-80.
- Davis, G. (1997). How Green the Label?. *Forum for Applied Research and Public Policy*, 12: 137-140.
- Elvan, O. D. (2018). Doğa Dostu Ürünler Konusunda Bir Mevzuat Değişim Örneği, Avrupa Birliği Eko-Etiket Mevzuatı ve Türkiye'deki Yasal Çalışmalar, *Uluslararası Kentleşme ve Çevre Sorunları Sempozyumu*, 28-30 Haziran, Eskişehir.
- Font, X. (2002). Environmental Certification in Tourism and Hospitality: Progress, Process and Prospects. *Tourism Management*, 23: 197-205. Doi: 10.1016/S0261-5177(01)00084-X
- Green Globe. (2023). *History*. Erişim: <https://www.greenglobe.com/history> (Erişim Tarihi:10.08.2023).
- Green Globe. (2023_b). *Green Globe Members*. Erişim: <https://www.greenglobe.com/green-globe-members> (Erişim Tarihi:10.08.2023).
- Green Key. (2023). *Our Programme*. Erişim: <https://www.greenkey.global/our-programme> (Erişim Tarihi:10.08.2023).
- Green Key. (2023_b). *Green Key Sites by Country*. Erişim: <https://www.greenkey.global/green-key-sites> (Erişim Tarihi:10.08.2023).
- Karlsson, L. & Dolnicar, S. (2016). Does Eco Certification Sell Tourism Services? Evidence from a Quasi-experimental Observation Study in Iceland. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(5): 694-714. Doi: 10.1080/09669582.2015.1088859

- Klein, L. & Dodds, R. (2017). Blue Flag Beach Certification: An Environmental Management Tool or Tourism Promotional Tool?. *Tourism Recreation Research*, 43(1): 39-51. Doi: 10.1080/02508281.2017.1356984
- Korkmaz, H. ve Atay, L. (2017). Otel İşletmelerinde Yeşil Pazarlama ve Çevre Sertifikalarının Değerlendirilmesi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(4): 113-126.
- Parsons, C. & Grant, J. (2007). Green Globe: A Global Environmental Certification Programme for Travel and Tourism. In *Quality Assurance and Certification in Ecotourism*. Ed. Weaver, D. B. (pp: 81-100). United Kingdom: CABI
- Sasidharan, V., Sirakaya, E. & Kerstetter, D. (2002). Developing Countries and Tourism Ecolabels. *Tourism Management*, 23(2): 161-174. Doi: 10.1016/S0261-5177(01)00047-4
- Sisman-Aydin, G. (2019). Eko-etiketleme ve Türkiye Çevre Etiketleri. *Harran Üniversitesi Mühendislik Dergisi*, 4(1): 40-47.
- T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı. (2023). *Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Sayısı*. Erişim: <https://cevreselgostergeler.csb.gov.tr/cevreye-duyarli-konaklama-tesisi-sayisi-i-85845> (Erişim Tarihi:10.08.2023).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2023). *Çevreye Duyarlılık Kampanyası (Yeşil Yıldız)*. Erişim: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-11596/cevreye-duyarlilik-kampanyasi-yesil-yildiz.html> (Erişim Tarihi:10.08.2023).
- Travelife. (2023). *Tour Operators and Travel Agents*. Erişim: https://www.travelife.info/index_new.php?menu=home&lang=en (Erişim Tarihi:10.08.2023).
- Travelife Stay Better. (2023). *Türkiye*. Erişim: <https://staybetterplaces.com/countries/turkey/> (Erişim Tarihi:10.08.2023).
- TURÇEV. (2023). *Mavi Bayrak*. Erişim: http://www.turcev.org.tr/V2/icerik-Detay.aspx?icerik_id=10 (Erişim Tarihi:10.08.2023).
- TURÇEV. (2023). *Yeşil Anahtar*. Erişim: http://www.turcev.org.tr/V2/icerik-Detay.aspx?icerik_id=31 (Erişim Tarihi:10.08.2023).
- Yücel, M. ve Emekçiler, Ü. S. (2008). Çevre Dostu Ürün Kavramına Bütünsel Yaklaşım; Temiz Üretim Sistemi, Eko-Etiket, Yeşil Pazarlama. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(7): 320-333.
- Zeydan, İ. ve Gürbüz, A. (2021). Turizmde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: Mavi Bayrak ve Yeşil Yıldızın Turistlerin Konaklama Tercihlerine Etkisi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 17(1): 224-235.

