



TUR OPERATÖRLERİNDE YEŞİL UYGULAMALAR: YEŞİL TUR OPERATÖRÜ ÖDÜLÜ

Doç. Dr. Lütfi ATAY

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi
lutfiatay@yahoo.com

Zhyldyz TEMİRKANOVA

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
jllydyztemirkanova@gmail.com

Öğr. Gör. Sinan GÖKDEMİR

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi
sinan.gokdemir@yahoo.com

Öz

Diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de çevreye duyarlı uygulamaların gün geçtikçe arttığı gözlenmektedir. Özellikle konaklama işletmeleri başta olmak üzere turizm işletmeleri çeşitli yeşil uygulamalara başvurmakta ve hatta bu uygulamaları sertifikalandırmaktadırlar. Yeşil Küre, Yeşil Anahtar gibi uluslararası yeşil sertifikasyonların yanı sıra Yeşil Yıldız Türkiye’de ulusal düzeyde kullanılan sertifikalardandır. Ancak, Türkiye başta olmak üzere yeşil seyahate ilişkin uygulamaların ve sertifikaların çok da yaygın olmadığı ve ilgili literatürün yetersizliği dikkate alınarak, yeşil turlara yönelik uygulamalar kapsamında Yeşil Tur Operatörü Ödülü ele alınmıştır. Bu amaçla Yeşil Tur Operatörü Ödülü alan tur operatörlerinin web siteleri incelenmiş ve ilgili web sitelerindeki bilgiler derlenerek, yeşil tur operatörlüğü uygulamalarına ilişkin tespitler ortaya konulmaya çalışılmıştır. İlgili Web siteleri incelendiğinde on bir yıldır verilen ödülü sadece dört tur operatörünün paylaştığı ve tur operatörleri arasında yeterince yayılmadığı kanaati oluşmuştur. Dolayısıyla, tur operatörlerinin ve seyahat acentalarının yeşil tur uygulamalarına daha fazla teşvik edilmesi gerekmektedir.

Anahtar kelimeler: Yeşil Tur Operatörü Ödülü, Yeşil Tur, Sürdürülebilir Tur.

THE GREEN APPLICATIONS ON TOUR OPERATORS: GREEN TOUR OPERATORS AWARDS

Abstract

It is observed that environmentally sensitive applications are increasing day by day in the tourism sector as well as the other sectors. Especially the accommodation enterprises in the first hand, the tourism enterprises apply various green applications and even they are certifying these applications. In addition to international green certifications such as Green Globe and Green Key, Green Star is a national wide certification in Turkey. However, the Green Tour Operator Award has been studied in the scope of applications for green tours, considering there are not very common green travel applications, certifications and the related literature in Turkey. For this aim, the web sites of the Green Tour Operator Award receiving tour operators were examined and the information on their web sites was compiled, the findings about the applications of the green tour operator were tried to be presented. When the relevant Web sites are examined, it has been concluded that the award given for eleven years is shared by only four tour operators and it is thought that the reward has not spread sufficiently among the tour operators. Therefore, tour operators and travel agencies need to be more encouraged to the green tour applications.

Keywords: The Reward of Green Tour Operator, Green Tour, Sustainable Tour.

1. Giriş

Sanayi devrimiyle birlikte insanların, doğal kaynakları aşırı ve kontrolsüz kullanmaları sonucunda oluşan atıklar çeşitli çevre sorunlarını da beraberinde getirmiştir. Sanayileşen kentler başta olmak üzere şehirlerdeki nüfus artışı ve nüfus yoğunluğu, artan refah düzeyine bağlı olarak tüketimdeki artış beraberinde çevre ve sürdürülebilirlik tartışmalarına neden olmaktadır. Her sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de çevre ve çevrenin sürdürülebilirliğinin her geçen gün önemini artırdığı gözlemlenmektedir. Artan bu kaygıya paralel turizm işletmelerinde de çevreye duyarlı uygulamaların giderek yaygınlaştığı ve işletmelerin hangi sektörde olursa olsun, çevresel sorunlara duyarlı olmadan varlıklarını sürdüremeyeceklerinin farkına vardıkları bilinmektedir (Atay ve Dilek, 2013:204).

Turizm işletmeleri çevresel duyarlılığı bir rekabet stratejisi olarak ele almış durumdadırlar (Seyhan ve Yılmaz, 2010:57). Hedef kitlesinde çevre kirliliğinin hassas bir nokta olduğunu tespit eden turizm işletmeleri çevreci uygulamalar ile rekabet üstünlüğü yakalayabilmektedirler. Yeşil uygulamaların çevreci uygulamalar içerisinde yer aldığı ve son dönemlerde yeşil uygulamalara yönelik farkındalığın arttığı görülmektedir. Turizm dünyada özellikle 1950'lerden sonrasında sürekli büyüme eğiliminde olmuştur. İkinci Dünya Savaşından sonra savaş uçaklarının özel sektöre yönelmesi sonucu havayollarının hızlı gelişimi ile kıtalararası seyahat artmıştır. Turizme katılan insan sayısı 1980'li yıllarda 278 milyon iken bu rakam 2000'li yıllarda 674 milyon ve 2015 yılı sonu itibari ile de 1 milyar 186 milyona ulaşmıştır (UNWTO, 2016). Artan turist sayısına bağlı olarak da her geçen gün yeni destinasyonlar ve yeni işletmeler ortaya çıkmıştır. Turizmde çekiciliği olan doğal kaynaklar çekim unsuru olduğu için, artan turizm hareketleri beraberinde de çeşitli çevre sorunlarını beraberinde getirmiştir. Artan çevre sorunları ile birlikte turizm sektöründe çevrenin sürdürülebilirliği önemli gündem konularından birisi olmuştur. Bu bağlamda, işletmeler faaliyet alanlarında sürdürülebilirliği sağlayacak çeşitli uygulamalara yönelmişlerdir. Çevre odaklı bu eğilimlerin ekolojik dengeyi korumaya veya çevredeki olumsuz değişiklikleri minimize etmeye yönelik olduğu gözlenmektedir.

Turizm çevresiyle iç içe olan ve çevreyi bir üretim aktörü olarak kullanan sektör olması nedeniyle çevresel olumsuzluklardan doğrudan etkilenmektedir. Bu nedenle turizm işletmelerinin yeşil uygulamalarını sıklaştırdığı belirtilmektedir (Atay ve Dilek 2013:205). Konaklama işletmeleri için Amerika merkezli Yeşil Küre (Green Globe) ve Avrupa merkezli Yeşil Anahtar (Green key) sertifikaları gibi uluslararası sertifikalar ve ülkemizde ise Kültür ve Turizm Bakanlığınca verilen Yeşil Yıldız adlı ulusal yeşil otel sertifikası uygulaması dikkate çekmektedir. Ayrıca, plajlardaki çevreci uygulamaya yönelik mavi bayrak, yeşil havalimanı, yeşil restoran,

yeşil seyahat ve yeşil tur gibi uygulamalar söz konusudur. Yeşil otelcilik uygulamalarına ilişkin çok sayıda çalışma söz konusu iken yeşil seyahat ve yeşil tur konularındaki uygulamaların ve dolayısıyla ilgili literatürün yok denecek kadar az olduğu görülmüştür. Söz konusu literatür eksikliğinin giderilmesine katkı sağlamak amacıyla özellikle yeşil tüketicinin yoğun olduğu ülkelerde faaliyet gösteren belirli sayıdaki yeşil tur uygulaması olan tur operatörlerinin uygulamalarına bakılmıştır. Bu bağlamda, Yeşil Tur Operatörü Sertifikası alan tur operatörleri incelenmiştir. Yeşil Tur Ödülü alan tur operatörlerinin web sitelerinin içerikleri incelenerek yeşil tura yönelik uygulamalar değerlendirilmiştir.

2. Literatür Taraması

Kökenleri 1970'lere kadar dayanan Yeşil pazarlama anlayışının temeli, dünya genelinde baş gösteren çevre sorunları ile birlikte çevre bilincindeki artış olarak görülmektedir (Giriltioğlu ve Güze, 2015:889). Yeşil pazarlama ilk kez 1975 yılında Amerikan Pazarlama Birliği'nin düzenlemiş olduğu ekolojik pazarlama konulu seminerde yapılan tanıma göre ekolojik pazarlama, pazarlama faaliyetlerinin yol açtığı çevre kirliliği, enerji tüketimi ve diğer kaynakların tüketimi üzerinde olumlu veya olumsuz etkileri ile ilgili çalışmalar olarak ilerler (Çabuk vd., 2008:86). Yeşil pazarlama kavramının alan yazında ekolojik pazarlama, çevreci pazarlama ve sürdürülebilir pazarlama gibi değişik isimlerle de kullanıldığı görülür. Ekolojik pazarlama çevre kirliliği ve enerji kaynaklarının tükenmesi gibi, belirli çevre sorunlarının mevcut teknolojilerle önlenmesine yönelik pazarlama faaliyetlerini tanımlamak için dar anlamda kullanılmaktadır. Oysaki çevresel ve yeşil pazarlama kavramlarında daha geniş bir ürün kategorisini içerecek şekilde yönetsel bir bakış açısının yer aldığı görülür. Sürdürülebilir pazarlama, makro bakış açısıyla pazarlama faaliyetlerinin sürdürülebilir kalkınma anlayışı kapsamında ele alınışını yansıtmaktadır (Ay ve Ecevit, 2005:239).

Varinli (2012:35) yeşil pazarlamayı, "toplumun ihtiyaçlarını karşılamaya ve isteklerini tatmin etmeye yönelik değişimlerin meydana getirilmesi, kolayca uygulanması ve doğal çevreye en az seviyede zarar verecek şekilde oluşturulmuş faaliyetler topluluğu" olarak tanımlar. Kısaca yeşil pazarlama, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik çevre ve doğa dostu pazarlama faaliyetleridir ve tüketici talepleri, yasal düzenlemeler, rekabet ve çevreci örgütler gibi baskılar sonucu ortaya çıkmıştır (Emgin ve Türk, 2004:8). Yeşil pazarlamanın amaçları şu şekilde özetlenmektedir (Uydacı, 2002:112)

- Sınırlı doğal kaynakları en iyi şekilde kullanmak.
- Doğal dengenin sağlanması ve korunması ile enerji tüketiminin en az seviyeye indirilmesi üzerinde yoğunlaşmak.

- Sanayinin yarattığı çevre kirliliğini azaltacak alternatifler aramak.
- Çevre dostu ürünlerin kullanımını teşvik etmeye, paketleme işlemini en az düzeye indirmeye ve topluma geri dönüşüm bilincini kazandırmaya yönelmek.
- Sistemin istikrarı açısından, sorumluluğu tüm paydaşlarla (tüketiciler, tedarikçiler, devlet, gönüllü kuruluşlar vb.) paylaşmak, onların harekete geçmesini sağlamaktır.

Yeşil pazarlama uygulamalarında yeşil ürün canlılara zarar vermeyen, doğal kaynakları daha az tüketen, geri dönüştürülebilir ürün olarak tanımlanmaktadır (Varinli, 2012:38-39). Varinli yeşil ürünün, literatürde ‘4S’ olarak formüle edilen ‘Tatmin (Satisfaction), Sürdürülebilirlik (Sustainability), Sosyal Kabul (Social Acceptability) ve Güvenlik (Safety)’ koşullarını üretim, pazarlama ve tüketim süreçlerinin tamamında yerine getirmesi gerektiğine dikkat çekmektedir. Bu kapsamda, tüketici ihtiyaç ve isteklerini karşılar nitelikte, kaynağını yok etmeyen, küresel çapta kabul gören, sağlık ve çevre gibi konularda diğer ürünlere kıyasla çevre dostu ürün olarak adlandırılan ürünlerin tamamı yeşil ürün olarak adlandırılabilir (Dilek, 2012: 14).

Yeşil uygulamalarda ilk yatırım maliyeti sonrası işletme aşamasında işletmeye maliyet avantajı sağladığı bilinmektedir (Dilek ve Atay, 2012:86). Maliyet tasarrufundan kaynaklanan daha düşük bir fiyatın, tüketicileri satın almaya teşvik etmesi kaçınılmazken, farklılaştırılmış yeşil ürün fiyatlarının genellikle tüketiciye daha yüksek yansıdığı gözlenmektedir. Yeşil tüketicilerin yeşil ürünlere daha fazla fiyat ödemeye hazır olmaları bu paradoksu doğurmaktadır. Yeşil ürüne karşı daha fazla fiyat ödemeyi kabullenme ülkelerin gelişmişlik düzeyi ile doğrudan ilişkilidir. Öyle ki ABD’de tüketiciler yeşil ürün için %6.6 daha fazla ödemeye istekli iken, bu oran Çin’de %4.5 olarak tespit edilmiştir (Varinli, 2012: 41; Dilek, 2012: 15; Yüksel, 2009: 22).

Bir yeşil ürünün müşteriye ulaştırılmasında yakıtın en az seviyede tüketilmesi çok önemlidir. Çevreye duyarlı tüketiciler ve pazarlar geliştikçe yeni dağıtım kanalları ve geri dönüşüm kanallarının da hızla gelişeceği beklenmektedir (Emgin ve Türk, 2004:11). Dolayısıyla yeşil ürünlerin dağıtımda klasik dağıtım süreci yerine, aracı hizmetler ortadan kaldırılmalı ve elektronik kanalların kullanımı yaygınlaştırılarak ürünün doğrudan müşteriye ulaştırılması tercih edilmelidir (Dilek, 2012: 15).

Yeşil ürünün tutundurulmasında önemli nokta, toplum ve tüketiciye doğru ve açık bir şekilde ürünün çevreci olduğunun duyurulmasıdır. Bu nedenle tanıtımda verilen mesajların bilgilendirme fonksiyonuna sahip olması sağlanmalıdır. Yeşil ürün tutundurma faaliyetlerinin amacı, hem çevreci kitlenin dikkatini çekmek hem de potansiyel müşterilerde çevre bilinci oluşturmaktır. Bu noktada ürünün doğallığı, kullanım kolaylığı, geri dönüştürülebilirliği ve

sürdürülebilirliğe katkısı ön plana çıkarılır ve vurgulanır. Yeşil ürünün tutundurulmasında kilit kavram olarak; doğru içeriğe sahip olmak, yanıltıcı olmamak, bilgi verici mesajları kullanmak ve tüketiciyi bilinçlendirmek gibi ilkeler sıralanır (Çağatan, 2011: 62).

Satın alma gücünü kullanarak hem kendini hem de çevreyi korumayı amaçlayan bireyler yeşil tüketicilerdir ve yeşil ürünler için daha yüksek fiyat ödemeye hazırdırlar (Ay ve Ecevit, 2005:240). Dilek (2012:16) sosyal konularda tüketicilerin üç ayrı aşamasının olduğunu; birinci aşamada tüketicilerin tedirgin olduğunu ve çevreci faaliyetlerinin de kısmen düşük olduğunu, ikinci aşamada daha fazla bilgi sahibi olduklarını ve tedirginliklerini yenerek, çevresel uygulamalara katılmaya başladıklarını, üçüncü aşamada ise çevresel uygulamaların insanların yaşam biçimleriyle bütünleşmeye başladıklarını işaret etmektedir. Yeşil uygulamaya yönelen çevreci işletmelerin üçüncü aşamada yer alan yeşil tüketicilere yönelmeleri öngörülür.

Kızılırmak (2011: 2) turizm sektörünün doğal, sosyo-kültürel ve insan yapısı olmak üzere üç çevresel kaynağı kullanarak talep ögesine dönüştürdüğünü belirtmiştir. Turizm sektörü için bu üç kaynak son derece büyük önem taşımaktadır. Ancak, doğal dengeye çok duyarlı yerde gelişen turizmin bu dengelyi çok kolay bozabildiği gözlenmektedir.

Dünyanın en hızlı büyüyen sektörlerinden biri olan turizm, daha önce bahsettiğimiz gibi kaynak kullanımını olumsuz yönde etkilemektedir. Güneş (2011:46) çalışmasında uluslararası turizmde ulaşımın % 53'ünün havayolu, % 39'unun karayolu, % 8'inin ise demiryolu veya denizyolu ile yapıldığını, yolcu uçaklarının dünyanın karbondioksit emisyonları, sera gazı ve küresel iklim değişikliğinde oldukça fazla olumsuz etkiye sahip olduğunu belirtmektedir. Konaklama işletmelerini kullanan ziyaretçilerin de ısınma, soğutma, aydınlatma, yemek pişirme, temizlik, banyo, yüzme ve yeşil alanların sulanması gibi gereksinimleri düşünüldüğünde, günlük kaynak tüketimlerinin ve dolayısıyla çevrenin üzerinde olumsuz etkilerinin oldukça fazla olduğu bilinmektedir (Güneş 2011; Dilek 2012).

Tüm bu çevre sorunların sonucunda turizm sektöründe çevre bilincinin artırılması ve turizm faaliyetleri sürecinde çevrenin korunması amacıyla çeşitli yeşil uygulama sertifikasyonları ve örgütlenmeler ortaya çıkmıştır. Bu çerçevede konaklama sektöründe Yeşil Küre, Yeşil Anahtar ve Yeşil Yıldız gibi yeşil otel uygulamaları, seyahat sektöründe ise yeşil havalimanı, yeşil havayolu, yeşil tur, yeşil seyahat acentası ve yeşil tur operatörü gibi uygulamalar dikkatleri çekmektedir.

Yeşil Küre (Green Globe): 1992 yılındaki Birleşmiş Milletler Rio de Janeiro Zirvesi ile başlamış ve sürdürülebilir kalkınma ilkelerini içeren 21 maddelik gündemi 182 Birleşmiş Milletler Üyesi tarafından onaylanmış çevreci bir programdır (Green Globe, 2016). Dünya

Seyahat ve Turizm Konseyi bünyesinde faaliyet gösteren Yeşil Küre Programı 1999'da konseyden ayrılarak özerk bir organizasyon haline gelmiş ve dünya çapında 83 ülkede sertifikasyon, eğitim, öğretim ve pazarlama hizmetleri veren, seyahat ve turizm şirketlerinin ve ilgili tedarikçi işletmelerinin sürdürülebilir operasyonları ve yönetimi için sertifika sunan ve üçüncü taraf denetimi ve doğrulaması sağlayan küresel bağımsız denetçi ağına sahip bir programa dönüşmüştür. Yeşil Küre, uluslararası çevre akreditasyon sistemi olmaya amaçlamaktadır (Font, 2002:198). Uluslararası kabul görmüş 24 çekirdek kriter ve 380'den fazla tamamlayıcı kriterden oluşan ve dünyadaki diğer kurulan sürdürülebilirlik sertifikasyon programlarıyla uyum içinde çalışan Yeşil Küre, World Travel Market - Londra, ITB - Berlin, IMEX – Frankfurt ve Karayipler fuarı gibi dünyanın birçok önde gelen seyahat ve turizm tanıtım ve konferanslarına katılmaktadır (Green Globe, 2016).

Yeşil Anahtar (Green Key):1992 yılında Danimarka'da HORESTA (Danimarka'daki otel, restoran ve turizm endüstrisi birliği) ve Danimarka Turizm Yöneticileri Birliği tarafından başlatılmıştır. Konaklama endüstrisinde çevre sorumluluğu ve sürdürülebilirlik konusunda bir mükemmellik standardı (standard of excellence) olan Yeşil Anahtar Sertifikası, 2016 yılına kadar toplam 53 ülkede, 2 500' den fazla işletmeye verilmiştir (Green Key, 2016). Yeşil Anahtar Sertifikası, bir işletmenin çevresel ve sürdürülebilirlik seviyesinde değişiklik yaratmaya yardımcı olduğuna dair söz verdiğini göstermektedir ve bu kuruluşlardan beklenen yüksek çevresel standartlar, sıkı dokümantasyon ve sıkça yapılan denetimler ile sağlanmaktadır (Green Key, 2016). Resmi web sitesindeki içeriğe göre Yeşil Anahtar amaçları aşağıdaki gibidir:

- Çevre dostu ve sürdürülebilir işletme ve teknoloji yöntemlerini artırmak ve böylece kaynakların genel kullanımını azaltmak.
- Personeli ve tedarikçilerinin davranış değişiklikleri yaparak farkındalık yaratmak.
- Çevreci ve sürdürülebilir yöntemlerin kullanımını artırmak ve turizm endüstrisinde genel olarak davranış değişiklikleri getirmek için gerekli bilgi sunmak.

Yeşil Yıldız (Green Star): Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2008 yılı Eylül ayından itibaren çevreye duyarlı konaklama işletmelerine yönelik Yeşil Yıldız programı sürdürülebilir turizm uygulamalarını desteklemek amacıyla yapılmıştır. Konaklama işletmelerin enerji politikası belirleyen ve katı atık yönetimin standartlarını iyileştirmesi ve çevreye karşı sosyal sorumluklarını yerine getirmeleri konusunda teşvik edici uygulamasıdır (Ateşoğlu; Türker: 2010).

Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan Turizm İşletme Belgesi almış tesisler, gerekli kriterleri sağladıkları takdirde 'Yeşil Yıldız Belgesi' almaya hak kazanırlar. Konaklama işletmeler yönetmelikte belirtilen tüm evrak ve raporları tamamladıktan sonra Kültür ve

Turizm Bakanlığı'na Yeşil Yıldız programına başvurmuşlardır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın tarafından yetkililer otelde saha denetlemesini gerçekleştirmektedirler. Denetleme raporu; genel yönetim, eğitim, tesisin yatak odalarındaki düzenlemeler, enerji, yenilenebilir kaynağı kullanımı, su ve atıklar ile ilgili toplam 122 madde kapsamaktadır (www.tuyup.turizm.gov.tr). Türkiye'deki Yeşil Yıldızlı otel sayısı 2017 Ocak ayı itibari ile toplam 381 tanedir (kulturturizm.gov.tr) ve her gün bu sayı artmaktadır. Yeşil Yıldız programının işletmeye sağladığı faydalar şu şekilde özetlenebilir:

- İşletme ölçeğinde maliyetler orta vadede azalır, su ve enerji tasarrufu sağlanır,
- İşgücünün optimal kullanımı sağlanır,
- Çevreye zarar veren maddelerin tüketimi ve çevreye verdikleri zarar azalır,
- Yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı teşvik edilmiş olur,
- Geri dönüşümlü maddelerin kullanımı teşvik edilmiş olur,
- Tesisler ve çevre arasındaki uyum artar,
- Yatırımlar yapılmadan önce çevre duyarlı olarak planlama yapılır,
- Pazarlama aşamasında avantaj sağlar,
- Çevresel duyarlılık konusunda bilincin artmasını sağlar.

Mesci (2014), İstanbul'da faaliyet gösteren Yeşil Yıldız Belgesine sahip bir otel işletmesi üzerine yaptığı araştırmada, otel işletmesinin çevre politikalarını uygulamaya başladığı 2008 yılından 2013 yılına kadar olan sürede diğer toplumsal faydaların yanı sıra işletmenin yaklaşık 500 bin Türk Lirası tasarruf ettiğini tespit etmiştir. Yılmaz ve Yumuk (2013), Türkiye'de çoğunluğu Antalya'da bulunan 29 Yeşil Yıldız Belgeli otel işletmesi ile yaptığı araştırmada, yeşil yıldızın otel imajını desteklediği ve otel işletmeleri tarafından sosyal sorumluluk kapsamındaki uygulamalarını belirginleştiren bir araç olarak görüldüğünü tespit etmişlerdir.

Yeşil seyahat ve yeşil tur

Yeşil seyahate ilişkin çeşitli kriterler söz konusudur. Kısa adı ASTA olan Amerikan Seyahat Acentaları Birliği (Asta, 2016). Yeşil Oteller Birliği ve Expedia şirketinin yeşil seyahate ilişkin çeşitli önerileri söz konusudur. Dünyanın en büyük seyahat acentaları birliği olan Amerikan Seyahat Acentaları Birliği konaklama işletmeleri, kruvaziyer acentaları, araba kiralama acentaları ve havayolları acentalarından oluşmaktadır. ASTA üyelerini danışmanlık hizmetlerinden ve her türlü yeniliklerden haberdar etmektedir ve seyahat acentaları için kırk beş sayfa ve dokuz bölümden oluşan bir yeşil seyahat programı rehberi oluşturmuştur. Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Turizm Konseyi (UNTSC)'nin üyesi olan ASTA, seyahat

acentaları için hazırlamış olduğu bu bir sorumlu turizm projesi olan yeşil programı, www.asta.org/green adresinden belirli bir ücret karşılığında sunmaktadır. Program, UNTSC'nin hazırlamış olduğu 'Yeşil Turizm Kriterleri'nden esinlenerek oluşturulmuştur (Dilek 2012: 30). Söz konusu ASTA'nın hazırlamış olduğu yeşil programda, seyahat acentaları için avantaj sağlayacak ilkelerden bazıları şu şekilde özetlenebilir:

- Çevre-dostu acenta ve yeşil seyahat pazarının ihtiyaçları hakkında bilgi sahibi olmak,
- Tüketicilere yeşil sorumlulukların bilincinde olduğunu göstermek,
- İşbirliği yapmak için yeşil ürün tedarikçilerinin bilgisine sahip olmak,
- Seyahat endüstrisindeki en güncel uygulamaları takip etmek ve müşterilere

yansıtma

- ASTA'nın yeşil logosuna sahip olmak ve tüm iş faaliyetlerinde bu logoyu kullanarak değer ve farkındalık oluşturmak,

- Birlikçe oluşturulan Yeşil Seyahat Acentaları listesinde yer almak.

ASTA yeşil program kapsamında yeşil acenta olmak isteyenlere yönelik kriterler oluşturmuş ve web sitesinde yayınlamıştır. ABTA üyesi seyahat acentaları yeşil kod ve etik kurallar dosyasında (Asta, 2008) belirtilen kurallara uygun faaliyette bulunmak üzere, gerekli kriterleri sağlayarak bir yıllığına yeşil acentacılık logosu olarak faaliyetlerine başlamakta ve yıl içindeki denetimlerden de başarıyla geçerek faaliyetine devam edebilmektedirler. Seyahat acentaları ve tur operatörleri diğer işletmeler gibi varlıklarını sürdürebilmek için bu tür yeşil programlarda yer almak zorundadırlar ve seyahat acentalarının yeşil statüsü kazanabilmeleri için örgütün müdahil olduğu çalışanların eğitilmelerinden, işletmenin denetlenmesine kadar her aşamadan başarıyla geçmeleri beklenmektedir.

Bir Microsoft kuruluşu olan Expedia.com dünyanın en büyük online seyahat portallarından bir tanesidir ve 2013 yılında Dünya Seyahat Ödülünü (World Travel Awards) kazanmıştır. Karbondioksit gazını azaltan çevreci önerileri geliştirerek, müşterilerine çevre dostu farkındalıklar ve uygulamalar sunacak projeleri başlatmıştır. Yeşil seyahate ilişkin uygulamalarını web sitesinde "tips for green travel" başlığı altında paylaşmaktadır (Expedia, 2016). Expedia müşterilerine daha fazla yerli kullanmayı, yerli korumayı ve yerele pozitif katkıda bulunmayı önererek seyahat edilen bölgeleri koruyan bir yaklaşımı benimsemekte ve geliştirdiği yeşil uygulamalarına ilişkin tavsiyeleriyle seyahatlerin kişiselleşmesine ve zenginleşmesine katkı vermektedir. Yeşil seyahat sürecinde seyahatlara yönelik tavsiyeler şu şekilde özetlenebilir:

- Yerel kültürü hedef seçin. Yerel yiyeceklerin, dükkanların ve yerel pazarların tadını çıkarın ve size kültürel deneyimler kazandıran yerel festivallere katılın,
- Yerel ürünler ve hizmetler satın alın. Yerel işletmeleri, yerel tur operatörlerini ve yerel zanaatkarları desteklemeyi seçerek paranızın doğrudan o bölge insanına gitmesini sağlayın,
- Doğayı tehdit eden ürünler almaktan kaçının,
- Saldırgan bir biçimde pazarlık yapmaktan kaçının,
- Gittiğiniz destinasyonda yerel rehberler kiralayın,
- Kültürel ve doğal mirasa sahip çıkın. Destinasyonlardaki çekiciliklerin sürekliliği için ekolojik ya da arkeolojik bir zenginliği bölgeden koparmayın,
- Doğal çevrenin sorumluluğunu üstlenin,
- Tüketimi azalt, yeniden kullan ve dönüştür,
- Destinasyona zarar verecek, bölgenin doğal kaynaklarını yok edecek her türlü turistik aktiviteden uzak durmalısınız.

Yeşil Tur Operatörü Ödülü

Turizmde dağıtımın en önemli parçalarından birisi tur operatörleridir. Tur operatörü çeşitli hizmet bileşenlerini bir araya getirerek turistik ürün paketi oluşturan üretici işletmedir. Tur operatörünün hazırladığı tur paketi gezi ve tatil merkezlerine yönelik ulaşım, konaklama, yeme-içme, eğlence gibi hizmetleri içermektedir. Tur operatörleri hazırladıkları paket turları kendine bağlı ya da diğer seyahat acentaları aracılığıyla satışa sundukları görülmektedir. Dünya Sorumlu Turizm Ödülleri (World Responsible Tourism Awards), Yeşil Turizm İş Programı Ödülleri (Green Tourism Business Scheme) ve Dünya Seyahat Ödülleri (World Travel Awards) öne çıkan yeşil ödülleridir.

1993 yılında oluşturulan Dünya Seyahat Ödülleri (World Travel Awards, 2016) turizm sektörünü kapsayan tüm işletmelerin başarılarını ödüllendirmeyi amaçlamaktadır. Dünya Seyahat Ödüllerinin (DSÖ) turizm endüstrisinde bir kalite göstergesi imajını kazandığı söylenebilir. Her yıl DSÖ dünyanın tüm coğrafi bölgelerinde gala törenleri düzenlenmekte ve bu gala törenlerinde verilen ödüller turizm sektörünün önemli ödülleri olarak görülmektedir.

DSÖ ülke, bölge ve dünya bazında olmak üzere toplam üç kategoride ödül vermektedir. Seyahat Ödülleri ilk önce ülke bazında, sonra ise Orta Doğu, Afrika, Hint Okyanusu, Latin Amerika, Kuzey Amerika, Karayipler, Asya, Avustralya ve Avrupa gibi bölgelerde oylamalarla sahiplerini bulmaktadır. Farklı ve birçok kategorideki Dünya Seyahat

Ödülleri için bölgedeki galipler yarışmaktadır. Grand Final gecesinde ise ödüllendirme töreni yapılmaktadır.

Dünyanın Önde Gelen Yeşil Tur Operatör Ödülü 2007 yılından itibaren verilmektedir(WTA, 2016). Aşağıda 2007 yılından 2016 yılına kadar Dünyanın Önde Gelen Yeşil Tur Operatör Ödüllünü kazanan işletmeler aşağıda sıralanmıştır:

- 2016 : Kuoni (<https://kuoni.com/>)
- 2015 : Kuoni (<https://kuoni.com/>)
- 2014 : Wilderness Scotland (<https://www.wildernessscotland.com/>)
- 2013 : Explorandes, Peru (<http://explorandes.com/en/>)
- 2012 : Explorandes, Peru (<http://explorandes.com/en/>)
- 2011 : Kuoni Group, Switzerland (<https://kuoni.com/>)
- 2010 : Tribes Travel, United Kingdom (<https://www.tribes.co.uk/>)
- 2009 : Tribes Travel, United Kingdom (<https://www.tribes.co.uk/>)
- 2008 : Tribes Travel, United Kingdom (<https://www.tribes.co.uk/>)
- 2007 : Wilderness Scotland (<https://www.wildernessscotland.com/>)

Wilderness Scotland: Yeşil Tur Operatörü ödülüne toplam dokuz kez aday gösterilen ve iki kez alan, çevre bilincine sahip Wilderness Scotland, toplamda yirmi farklı ödülü olan bir tur operatörüdür. Wilderness Scotland vahşi doğadan vahşi yaşama olumlu turizm tecrübeleri sunarak, insanların karşı karşıya kaldığı çevre sorunlarını doğal dünya ile güçlü bir bağlantı kurarak sürdürülebilir bir yaşam sürme kapasitesine sahip olduğuna inanmaktadır (Wilderness Scotland, 2016). Wilderness Scotland tur operatörün iş faaliyetleri ve gezi operasyonları, çevreye en az zarar verecek şekilde tasarlanmıştır ve Wilderness Scotland Tur Operatörünün Amaçları:

- Tüketicileri İskoçya'ya trenle ulaşmaya teşvik etmek,
- Tatil süreci boyunca tüketicileri, çevreye olan zararı en aza indirecek şekilde konaklama, eğlence, ulaşım imkanlarını kullanmaya teşvik etmek,
- Sadece İskoçya' da değil bütün dünyada çevre bilincini yaymak,
- Çevreci yaklaşımlı ürünleri geliştirmeye çalışmak,
- Müşterilere ve personellere çevre bilincini kazandırmaktır.

Wilderness Scotland karbon salınımı konusunu da gündemine alan bir tur operatörüdür. Tur operatörünün faaliyetlerine bakıldığında kısaca şöyle özetlenebilir:

- Grup turlarının transferleri genelde trenle başlar ve çevreye daha az zararlı küçük motorlu araçlarla devam eder. Turda daha çok yürüyüş, bisiklet, kano ya da yelkenler kullanılmaktadır.

- Çevreci bir yaklaşım kullanan Wildrness Scotland indirgeme, yeniden kullanma ve geri dönüşüm faaliyetleri yapmaktadırlar. Standartları belirleme konusunda Yeşil Turizm (Green Tourism) şirketinden destek almıştır.

- Sosyo-kültürel programları da yürütmektedir. Bu kapsamda; rezervasyon esnasında misafirler kişi başına 5 euro tutarında gönüllü bağış yapmaktadırlar. Her yıl toplanan para John Muir Trust (John Muir Trust, 2016) ve Yaşam Ağacı (Trees for Live) vakıflara bağışlanmaktadır. Yaşam Ağacı Projesi kapsamında 1989 yılından itibaren yüzlerce gönüllü tarafından toplam 1.000.000 ağaç dikilmiştir (Trees for life, 2016).

- İskoçya Doğal Miras (Snh.gov.uk, 2016) vakfı ile işbirliği içerisinde ‘Sorumlu Ziyaretçi Kılavuzu’ oluşturulmuştur. Kılavuz misafirlere İskoçya’nın doğa, yabani hayat ve zengin kültürel kaynakları korumakta yardım etmektedir (Snh.gov.uk, 2016).

Kuoni Group: Yeşil Tur Operatörü Ödülüne yedi defa aday gösterilmiş ve ödülü üç defa kazanmıştır. Ayrıca, 2016 yılında Afrika’nın Lider Seyahat Acentası Ödülünü ve iki defa da Dünyanın Lider Lüks Tur Operatörü Ödülünü almıştır. Lucerne Üniversitesi Sanat ve Turizm Enstitüsüyle işbirliği yaparak Kuoni Group Sürdürülebilir Tur Paketi adında büyük bir çalışma gerçekleştirmişlerdir ve sürdürülebilir ürünleri geliştirmeye çalışmaktadır. Bu nedenle tur paketinin içinde yeşil yaklaşımçı konaklama işletmeleri seçmektedir. Böylelikle oteller aracılığıyla ürünlerin sürdürülebilirliği artmaktadır. Bu bağlamda Kuoni Group’un yaptıkları şu şekilde özetlenebilir (Kuoni, 2016).

- Kuoni Group Travelife Sustainability System işbirliğiyle dünya çapında konaklama işletmeleri sürdürülebilirlik performansını arttırmaya çalışmaktadır. Travelife tarafından belirlenmiş sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik standart ve kriterilere uyan oteller Travelife Sertifikasyon’u almaya hak kazanmaktadır. Travelife Sertifikasyon’nun standartları Global Sustainable Turizm Council (Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi) tarafından hazırlanmıştır. Travelife Sertifikasyon anketi toplam 163 sorudan oluşmaktadır. (Travelife, 2016).

- Kuoni Group tarafından hazırlanmış Sürdürülebilir Turizm Kılavuzu, Seyahat ve turizm pozitif ekonomik etkilerini destekleyin, çevreyi koruyun, hazırlıklı olun gibi başlıkları kapsamaktadır ve kılavuz toplam 23 maddeden oluşmaktadır (Kuoni, 2016).

- Su Projeleri; Kenya’daki Amboseli Ulusal Parkı yakınlarındaki bir yağmur suyu toplama projesini desteklemektedir. Su kıtlığı sorunu olan 4 devlet okuluna yağmur suyu

toplama tankları yerleştirilmiştir. Proje sonucunda 1711 öğrenci temiz suya kavuştu ve aynı zamanda iklim değişikliğine karşı 262 ağaç dikilmiştir.

- Eko Turizm örgütlerinin iş becerilerini geliştirmeyi amaçlayan bir projede Doğa Koruma Birliği ile işbirliği yapılmıştır. 2012'de ekoturizm operasyonlarına iş becerilerini desteklemek için ekoturizm hakkında bir kitap yayınlamıştır. Ek olarak, organizasyon Kenya (2011), Laos (2012), Güney Kore (2012) ve Sri Lanka'da (2013) çeşitli çalıştaylar düzenlenmiş ve 50'den fazla yerel organizasyondan 100 katılımcı bu çalıştaylarda yer almıştır.

Tribes Travel: Tribes Travel dokuz defa aday olduğu Yeşil Tur Operatörü Ödülünü üç defa kazanmıştır tur operatörü her tur paketi sattığında ‘Çocuk Yetiştirme’, ‘Yabani Hayatı Koruma’ gibi projelerine bağış yapmaktadır. 2003 yılında kurulan Tribes Travel Vakfı ile sosyal sorumluluk projelerini yürüttüğü görülmektedir. Tribes Travel Vakfının amaçlarına bakıldığında (Tribes, 2016);

- Yerel halkın yoksulluk düzeyini azaltmak,
- Yerel halkın eğitim seviyesini yükseltmek,
- Halkın kültürel mirasını korumak ve halkı çevresel bilince teşvik etmek olduğu belirtilmektedir.

Tribes Travel vakfı üzerinden Bedava Ağaç, Eko Etiketli Yerlerde Konaklama ve Orman Görevlileri Kurulu Onaylı Kağıtların kullanılması projeleri benzeri sosyal sorumluluk projelerinin yürütüldüğü görülmektedir:

- ‘Bedava Ağaç’ (Free Trees) projelerini Travel Forest kurumuyla yürütmektedirler. Proje kapsamında karbon emisyonları dengelemek ve çevresel dengesini korumak amacıyla yapılmaktadır. Yakın zamanında Malawi'deki yanan ormanlarda her bir müşteri adına 10 tane ağaç dikilmektedir.

- ‘Eco-rated places to stay’ projesinde yaklaşık 350 konaklama işletmesi yer almaktadır. Çevre ve yabani hayatı koruma sosyal sorumluluğu üstlenen konaklama işletmelerini kendi müşterilerine tavsiye etmektedir.

- Müşterilere verilen broşürler FSC belgeli(Forest Stewardship Council - Orman Görevlileri Kurulu) kağıtlardan yapılmaktadır. FSC kuruluş amacının, tüm dünyadaki orman kaynaklarının doğru şekilde idare edilmesini sağlama, bununla ilgili metotları belirleme, standartları belirleyerek bu standartların dünya genelindeki orman endüstrisi şemsiyesi altına giren tüm kuruluşları kapsayacak şekilde uygulandığını bağımsız ve akredite kuruluşlar vasıtasıyla denetleme ve izleme olduğu görülmektedir (Gelbul, 2016).

Tribes Travel kendi müşterilere ‘Sorumlu Ziyaretçi Kılavuzu’ hazırlamıştır. Kılavuzda çevreye zarar vermeden turdan nasıl keyif alınabileceği hakkında bazı ipuçları ve birçok bilgi yer almaktadır (Tibes Travel, 2016):

- Safaride; Ulusal park ve rezervlerde hayvanları rahatsız etmeyecek şekilde sessiz olun, Rehberin ve şoförün söylediklerine uymaya çalışın, hayvanlara çok yaklaşımdan kaçının, fotoğraf çekerken flaş kullanmaktan kaçının çünkü flaş hayvanların geçici körlüğe yol açmaktadır.

- Hayvan refahları; Eğer birileri yabani hayvan satmayı teklif ederse ilgili makamlara ihbar edin lütfen.

- Yangın ve çevre kirliliği; Sigara ve kamp ateşleri çok kolay yangına neden olabildiği için sigara içmeyin ve gereksiz ateş yakmayın.

- Flora; Çiçek ve bitkilerin tadını onları koparmadan çıkarın.

- Denizde; Birçok kişi mercanın üstünde durduğunda ya da üstüne kum attığında mercanın zarar gördüğünün farkında değildir. Bu nedenle dalış yaparken mutlaka tur operatörünün temsilcilerine başvurun.

Explorandes, Peru: 1975 yılında kurulan tur operatörü dokuz defa ‘Yeşil Tur Operatörü Ödülüne’ aday gösterilmiş ve iki defa ödülü kazanmış, dört defa da Güney Amerika Yeşil Tur Operatörü Ödülünü almıştır. Otantik macera turları sunan Explorandes’in amacı müşterilere en iyi turları sunmakla beraber, turların çevreye zararını en az seviyeye indirmek ve sonuç olarak çevre bilinçli topluluklar geliştirmektir. Bu kapsamda eğitimli personelle, çevre dostu ve sürdürülebilirliği ön plana alan özellikli turlar düzenlemektedir. Peru’nun otantik ve doğal değerlerini daha çok yürüyüş ve benzeri doğa turları ile ziyaretçilere tanıtmaya çalışan Explorandes şirketi, özel ekipmanlar temin ederek küçük gruplara yoğunlaşmaktadır. Less is more sloganı ile kalabalık gruplar yerine küçük grupları tercih ederek, katılımcıların yerel halk ve kültür ile temasını kolaylaştırmaktadır (Explorandes, 2016).

3. Sonuç

Turizm sektöründe başvuru alan çevreci uygulamalardan birisi de yeşil uygulamalarıdır. Bu kapsamda çevrenin korunmasına yönelik enerji tüketiminin ve atıkların azaltılması başta olmak üzere farklı uygulamaları içeren yeşil ürün uygulamalarına yönelişin arttığı gözlenmektedir. Özellikle turizmin ana lokomotif endüstrilerinden birisi olan konaklama endüstrisi başta olmak üzere turizm işletmelerinde yeşil sertifikaların yaygınlaştığı gözlenmektedir. 2016 yılı sonu itibari ile ülkemizde sadece Yeşil Yıldız sahibi işletme sayısı

380’i aşmıştır. Dünyada da Yeşil Küre ve Yeşil Anahtar sertifikaları başta olmak üzere çeşitli çevreci eko etiketlerin giderek yaygınlaştığı gözlenmektedir.

Ülkemizde her ne kadar konaklama işletmeleri ağırlıklı yeşil sertifikasyon söz konusu olsa da özellikle gelişmiş ülke pazarlarında restoranların ve seyahat işletmelerinin de yeşil uygulamalara yöneldiği gözlenmektedir. Bu kapsamda yeşil havayolu, yeşil havalimanı, yeşil seyahat acentası ve yeşil tur operatörü gibi uygulamalarında giderek yaygınlaştığı görülmektedir. Seyahat sektörünün ana aktörlerinden olan tur operatörlerinin de yeşil uygulamalara ve yeşil sertifikalara yöneldiği gözlenmektedir. Tur operatörlerinin yeşil uygulamasına yönelmesi, tur paketleri oluşturmaları ve tur içeriklerini belirlemeleri açısından çok önemlidir. Çünkü tur operatörünün turlarında yeşil otelleri, yeşil restoranları, daha az karbon salınımı olan araçları kullanmaları ve yerel unsurların kullanılmasını teşvik etmeleri tedarik zinciri içerisinde de yeşil uygulamaların artmasına neden olabilmektedir. Dolayısıyla yeşil tur operatörü sayısındaki her artış diğer turizm işletmelerinin de yeşil uygulamalara yönelmelerini zorlayıcı etki yaratacaktır.

Erdoğan (2014) bir diğer çalışmada tur operatörlerinin çevre üzerindeki etkileri ve sürdürülebilir uygulamaları araştırılmıştır. Tur operatörlerinin faaliyetlerinin çevresel etkilerinin incelenmesi ve bilinç yapılarının gözden geçirilmesi gereği gerekçeli olarak açıklandı ve etkinliklerini sürdürülebilir turizm ve ekoturizm ilkeleri bazında ele alarak, bu ilkelerin tur operatörlerinin çalışma stratejileri içine sokma olasılıkları üzerinde durulmuştur.

Erdoğan (2012) acentelerin web sitelerinde çevre ile ilgili ifade edip edilmediğini incelenmiştir. Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği’nin (TÜRSAB) web sayfasında seçilmiş 1382 seyahat web sayfalarının içerik analizi yapılmıştır. Seyahat acentelerin web sitelerinin sadece %2,7 gibi küçük bir kısmında, çevre ile ilgili anlatılar bulunduğu tespit edilmiştir.

Yeşil tur operatörlerinin yeşil uygulamasına yönelik verilen az sayıda sertifikasyon söz konusudur. Bu sertifikasyonlardan birisi olan Yeşil Tur Operatörü Ödülleri ülke, bölge ve dünya kategorilerinde verilerek her ölçekteki ve değişik coğrafi bölgelerdeki tur operatörlerinin yeşil uygulamasına yönelmesini teşvik etmektedir. Dolayısıyla, bu ve benzeri çalışmalarla Yeşil Tur Operatörü uygulamalarına ve sertifikasyonlarına ilişkin literatürdeki eksikliğin giderilmesine de katkı sağlanması söz konusudur.

Yeşil Tur Operatörü Ödülünün şimdiye kadar sadece dört tur operatörü arasında paylaşılması da yeşil tur operatörü niteliğini taşıyan tur operatörü sayısının yeterli olmadığını göstergelerinden birisi olarak kabul edilebilir. Ancak, artan çevre sorunları sonucu yeşil tüketici sayısındaki artış eğilimi, tur operatörlerinin yeşil uygulamalara ve sertifikasyonlarına olan gereksinimlerini artıracaktır. Bu bağlamda, yeşil tur uygulamalarına

ve yeşil tur operatörlerine ilişkin daha detaylı araştırmaların ve yayınların yapılması hem literatüre katkı sağlayacak hem de yeşil tur uygulamalarını teşvik edecektir. Seyahat acentaları ve Tur operatörlerinin ise yukarıda açıklanan yeşil tur operatörü ödülü almış işletmeleri inceleyip benzer politika ve turlar üretmesi ve hatta bir seviye üste çıkarak bu konuda uluslararası online sistemler geliştirilmesi yolunda adımlar atması beklenmektedir.

Kaynakça

- Asta. (2008). Yeşil Üye Etik Kuralları, <http://asta.files.cms-plus.com/pdf/TAGreenCodeofEthics.pdf>, Erişim Tarihi: 22.11.2016.
- Asta. (2016). American Society of Travel Agents Hakkında Genel Bilgi, <https://www.asta.org/About/index.cfm?navItemNumber=11164>, Erişim Tarihi: 20.11.2016.
- Atay, L., Dilek, S. E. (2013). Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: IBIS Otel Örneği, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18 (1), 203-219.
- Ay, C., Ecevit, Z. (2005). Çevre Bilinçli Tüketiciler, *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* (10), 238-263.
- Çabuk, S., Nabıkoğlu, B., Keleş, C. (2008). Tüketicilerin Yeşil (Ürün) Satın Alma Davranışlarının Sosyo-Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1), 85-102.
- Çağatan, T. (2011). *Güncel Pazarlama Yaklaşımları*, Alfa Aktüel Yayınları, Bursa.
- Dilek, S. E. (2012). Turizm İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: Bir Alan Araştırması, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Emgin, Ö., Türk, Z. (2004). Yeşil Pazarlama, *Mevzuat Dergisi*, (1), 1-12.
- Erdoğan, N., (2012). Seyahat Acentalarının Çevresel İlgilerinin Sürdürülebilirlik Bağlamında Değerlendirilmesi, *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, (1), 247-265.
- Erdoğan, N., (2014). Ekoturizm ve Tur Operatörleri: İlkeler ve Faaliyetlerin Değerlendirilmesi, *II. Uluslararası Turizm ve Çevre Sempozyumu* 10-11 Mayıs 2004, İzmir, 3-10.
- Expedia. (2016). Yeşil Seyahate İlişkin Yeşil Uygulamalar, <https://viewfinder.expedia.com/features/top-tips-eco-friendly-travel/>, Erişim Tarihi: 22.12.2016.
- Explorandes. (2016). Explorandes Tur Operatörü Hakkında Bilgi, <http://explorandes.com/en/about-us/>, Erişim Tarihi: 21.12.2016.
- Font, X. (2002). Environmental Certification in Tourism and Hospitality: Progress, Process and Prospects, *Tourism Management* 23, 197-205.
- Gelbul. (2016). Orman Görevleri Kurulu, <http://www.gelbul.com.tr/sertifikalar.aspx?lang=tr>, Erişim Tarihi: 19.12.2016.
- Giritlioğlu, İ., Güzel, M. O. (2015). Otel İşletmelerinde Yeşil Yıldız Uygulamaları: Gaziantep ve Hatay Bölgesinde Bir Araştırma, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (40), 889-904.
- Green Globe. (2016). Green Globe Hakkındaki Bilgi, <http://greenglobe.com/about/>, Erişim tarihi: 15.11.2016.
- Green Globe. (2016). Green Globe Sertifikası, <http://greenglobe.com/green-globe-certification/>, Erişim tarihi: 15.11.2016.
- Green key. (2016). Green Key Programın Genel Bilgisi, <http://www.greenkey.global/our-programme/>, Erişim Tarihi: 16.11.2016.
- Green Key. (2016). Green Key Tarihi Bilgi, <http://www.greenkey.global/history/>, Erişim Tarihi: 16.11.2016.
- Güneş, G. (2011). Konaklama Sektöründe Çevre Dostu Yönetimin Önemi, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13 (20), 45-51.
- John Muir Trust. (2016). Hayır Kurumu (vakıf), www.johnmuirtrust.org, Erişim Tarihi: 03.12.2016).
- Kızıllırmak, İ. Dünyada ve Türkiye'deki Turizm İşletmelerinde Çevre Korumaya Yönelik Uygulamalar: Amacı ve Önemi, *Sosyal Bilimler Dergisi* (2), 1-12.
- Külturturizm.gov.tr. (2016). Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Belgeli Tesisler linki, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9579/turizm-tesisleri.html>, Erişim Tarihi: 18.11.2016.
- Kuoni. (2016). Sürdürülebilir Seyahat Rehberi, <http://cr.kuoni.com/corp-responsibility/sustainable-products/sustainable-travel-tips>, Erişim Tarihi: 29.11.2016.
- Kuoni. (2016). Sürdürülebilir Ürünler, <http://cr.kuoni.com/corp-responsibility/sustainable-products>, Erişim Tarihi: 11.12.2016.
- Kuoni. (2016). Sürdürülebilir Ürünler, <http://cr.kuoni.com/corp-responsibility/sustainable-products>, Erişim Tarihi: 11.12.2016.

- Seyhan, G., Yılmaz B. S. (2010). Sürdürülebilirlik Turizm Kapsamında Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama: Calista Luxury Resort Hotel, İşletme Fakültesi Dergisi, 11 (1), 51-74.
- Snh.gov.uk. (2016). İskoçya Doğal Miras Vakfı, www.snh.gov.uk , Erişim Tarihi: 07.12.2016.
- Snh.gov.uk. (2016). Sorumlu Ziyaretçi Kılavuzu, http://www.snh.org.uk/pdfs/publications/access/responsiblevisitorguide_V2.pdf , Erişim Tarihi: 10.12.2016.
- Travelife. (2016). Travelife Sertifikasyon Anketi, http://www.travelife.org/Hotels/documents/checklist_type1.pdf, Erişim Tarihi: 11.12.2016.
- Trees For Live. (2016). Hayır Kurumu (vakıf), www.treesforlife.org.uk, Erişim Tarihi: 04.12.2016.
- Tribes Travel. (2016). Sorumlu Ziyareti Kılavuzu, www.tribes.co.uk/assets/gallery/Documents/Positive-Travelling.pdf, Erişim Tarihi: 21.12.2016.
- Tribes. (2016). Pozitif Seyahat Kılavuzu, <https://www.tribes.co.uk/assets/gallery/Documents/Positive-Travelling.pdf> , Erişim Tarihi: 14.12.2016.
- Tuyup. (2016). Turizm Sektöründe İşverenlerin ve Çalışanların Uyum Yeteneklerinin Artırılması Projesi, <http://tuyup.turizm.gov.tr/Pages/MainPage.aspx> , Erişim Tarihi: 17.12. 2016.
- Uydacı, M. (2009). *Yeşil pazarlama : iş ahlaki ve çevresellik açısından yaklaşımlar*, Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Uydacı, M. (2011). *Yeşil Pazarlama*, Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Varinli, İ. (2012). *Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Wildrness Scotland. (2016). Wildrness Scotland Tur Operatörün Sürdürebilir Uygulamaları, <https://www.wildernessscotland.com/about-us/sustainability/> , Erişim Tarihi: 25.11.2016.
- World Travel Awards (WTA). (2016). WTA Hakkındaki Bilgi, <https://www.worldtravelawards.com/about> , Erişim Tarihi: 27.11.2016.
- World's Leading Tour Operator. (2016). Dünyanın Önde Gelen Yeşil Tur Operatör Ödülü, <https://www.worldtravelawards.com/award-worlds-leading-green-tour-operator-2016>, Erişim Tarihi: 27.11.2016.
- Yılmaz B.S. ve Yumuk Y.(2013),Türk Turizm pazarında Çevreye Duyarlı Bir Eğilim: Yeşil Yıldız Uygulaması ve Yeşil Yıldız Sahibi Oteller Üzerine Bir Değerlendirme, *14. Ulusal Turizm Kongresi*, 5-8 Aralık 2013, Kayseri, 1288-1300.
- Yüksel, E. (2009). Yeşil Pazarlamanın Modern Pazarlamadaki Yeri ve Küresel Değerlendirmesi: Uygulama Örnekleri, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.