

YEŞİL İŞLETMELER SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM VE KARTEPE

Yüksel Güngör¹, Sami Karacan², Esin Karacan³

¹Kocaeli Üniversitesi Kartepe Turizm MYO

²Kocaeli Üniversitesi İİBF

³Kocaeli Üniversitesi Adalet MYO

Corresponding author: yuksel.gungor@kocaeli.edu.tr

Özet

Sürdürülebilirlik, doğal çevreyi ve doğal kaynakları, gelecek nesillerin kullanma hakkını saklı tutarak tüketme ilkesidir. Yeşil ve temiz bir dünya içerisinde yaşamak, çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması ve işletmelerin topluma ve çevreye karşı taşıdığı sosyal sorumluluklar, işletmelerin geleceğe yönelik plan ve beklentilerini ve tüm faaliyetlerini çevreye duyarlı bir şekilde yeniden gözden geçirmesine neden olmaktadır.

Tüm bu süreç işletmelerin günümüzün modern bir yönetim sistemi olarak yeşil işletmeciliği benimsemelerini ve eski geleneksel yönetim uygulamalarından vazgeçmelerini zorunlu kılmaktadır.

Betonlaşmanın hızla arttığı günümüzde azınlık olarak, yeşil ve çevre duyarlılığını korumaya çalışan bir dönemde yaşıyoruz. Bilindiği üzere Kyoto Standartları'nın tüm dünyaca benimsendiği bir ortamda gündelik yaşantımızı oluşturan yükselen çevre duyarlılığı trendi konaklama sektörünü de etkileyen olumlu bir gelişme oldu. Yeşil işletmecilik, çevresel sürdürülebilirlik çerçevesinde işletmelerin faaliyetlerini doğal dengeyi koruma amaçlı, çevreye verilen zararın en alt seviyeye indirildiği bir üretim anlayışıdır. Bu anlayışın hayata geçirilmesiyle Kartepe yöresi turizm sektöründe her geçen gün yıldızı parlayarak gelişen bir turizm merkezi konumuna gelecektir. Geline bu noktada Kartepe, hizmet sunan işletmelerin çevreye ve topluma karşı olan sorumluluklarını yerine getirmesini sağlarken; diğer destinasyon bölgelerindeki rakiplerine karşı, turizmde rekabet gücü, yeni pazarlara girme şansı, müşteri tatmini gibi konularda önemli avantajlar elde etmiş konuma gelmiş olacaktır. Bu çalışmada 1.Uluslararası ve 5.Ulusal Emek ve Toplum Kongresi'nin, "**kongre konuları**" arasında yer alan "yeşil işletmelerin" turizm de Kartepe ekonomisi üzerinde "pozitif etkilerini" değerlendirmek adına sürdürülebilirlik kapsamında turizmin sahip olduğu zenginlikleri kirletip yok etmeden geleceğe taşımak adına atılacak adımların bir değerlendirmesi olacaktır. Ayrıca işletme başarısı üzerinde etkisi bulunan çevresel sürdürülebilirliğe yönelik yeşil işletmecilik faaliyetleri ile işletme başarı göstergeleri arasındaki ilişki çeşitli boyutları ile birlikte ele alınarak Bu çalışmanın sonuç kısmında; işletmelerin çevresel sürdürülebilirlik noktasında sahip oldukları bilinç ve çevresel duyarlılığa ilişkin bakış açıları incelenmeye çalışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Yeşil İşletmeler, Çevre, Sürdürülebilirlik, Kartepe

GREEN BUSINESSES SUSTAINABLE TOURISM AND KARTEPE

Abstract

Sustainability is the principle of consuming the natural environment and natural resources without prejudice to the right of future generations. Living in a green and clean world, ensuring environmental sustainability and social responsibilities of enterprises against society and environment cause businesses to revise their plans and expectations for the future and all their activities in an environmentally sensitive manner. This process requires enterprises to adopt green management as a modern management system of today and to abandon old traditional management practices. Today, as a minority, we live in a period of increasing greening, green and environment. As it is known, the rising trend of environment sensitivity, which constitutes our daily life in an environment where the Kyoto Standards are adopted all over the world, has been a positive development affecting the hospitality sector. Green business is an understanding of production that aims to protect the natural balance of the enterprises' activities within the framework of environmental sustainability and minimizes the damage caused to the environment. With the realization of this understanding, Kartepe region will become a developing tourism center with its stars shining day by day. At this point, Kartepe ensures that service providers fulfill their responsibilities

towards the environment and society; It will have achieved significant advantages in terms of competitiveness in tourism, competition in new markets, customer satisfaction in other destinations.

In this study, in order to evaluate the e positive effects taş of the 1st International and 5th National Labor and Society Congress, “green enterprises de, which are among the sürdür congress topics de in tourism, to carry the future to the future without destroying and destroying the riches of tourism within the scope of sustainability. There will be an assessment of the steps to be taken. In addition, the relationship between the green business activities for environmental sustainability, which has an impact on the business success, and the business success indicators, is discussed together with the various dimensions of this study. The aim of the course is to examine the perspectives of environmental awareness of environmental sustainability.

Key Words: Tourism, Green Business, Environment, Sustainability, Kartepe

GİRİŞ

XIX. yüzyılın ortalarından itibaren ortaya çıkan çevre sorunları ile mücadele konusunda İsveç-Stockholm kentinde (1972) ilk kez düzenlenen konferansta ülkelerinin gündemine taşındı. Bu alanda çevre sorunlarına karşı önlem alma adına atılan adımlar ile “Sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma kavramları” ortaya çıktı. Kavramın genel kabul görmesi ve geniş bir kullanım alanı bulması ise Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu’nun (1987) “Ortak Geleceğimiz” başlıklı raporuyla olmuştur. Sürdürülebilir Kalkınma, Brundtland Raporu olarak da bilinen 1987 Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu raporunda “Bugünün gereksinimlerini, gelecek nesillerin gereksinimlerini karşılama kabiliyetinden ödün vermeden karşılayan kalkınma olarak tanımlanmıştır. Bu tanım da dikkati çeken üç önemli unsur var: bunlardan ilki, kalkınma kavramı içerisinde ihtiyaçların sadece ekonomik ihtiyaçlarla sınırlandırılmayıp daha geniş ele alınmasıdır. İkinci vurgulanan, kuşaklar arası eşitliğin gözetiliyor olması, bir başka ifadeyle, sürdürülebilir kalkınma; toprak, temiz hava, verimli ormanlar, bitki, balık ve kara hayvanı çeşitleri gibi belirli çevresel sermaye stoklarının gelecek kuşaklara aktarılması anlamına geliyor. Her ne kadar tanım içerisinde açıkça bahsedilmiyor olsa da, raporun genelinden çıkarılabilecek üçüncü nokta ise, hem ülkeler arasında hem de ülkelerin kendi içlerinde kuşak içi eşitliklerin de gözetiliyor olmasıdır (Gönel, 2002:72). Sürdürülebilir kalkınma kavramının kökleri 1980 yılında Uluslararası Doğayı ve Doğal Kaynakları Koruma Birliği (International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources – IUCN) tarafından hazırlanan Dünya Koruma Stratejisi (World Conservation Strategy) adlı rapora dayanmaktadır (IUCN, 1980).

Bu raporlarda; ortaya konan görüşleri eleştirenler, gelişen teknolojinin ve yeniliklerin çevre sorunlarına çözüm olacağını savunmuştur. Bu süreçte hükümetler ise benimsedikleri çevre önlemlerini uygulama konusunda gevşek davranmışlardır (Cole, 2006: 241). Sürdürülebilir kalkınma bu raporlarda “bugünün gereksinimlerini, gelecek kuşakların da kendi gereksinimlerini karşılayabilme olanağından ödün vermeksizin karşılayan kalkınma” biçiminde tanımlanmıştır. Markandya, Harou, Bellù, ve Cistulli’ye göre (2002) bu tanım kalkınmanın uzun dönemli olası sonuçlarına ilişkin kaygılara dikkati çekmek açısından faydalı olsa bile çeşitli soruları da birlikte getirmektedir (Munasinghe, 2001). Bugün ise geleneksel noktada sürdürülebilirlik konusu, enerji, ekonomi ve çevre üçgeninin tam merkezinde yer almakta, bu nedenle de hükümetler ve hükümetler arası örgütlerin yanı sıra, sosyal bilimcilerden fen ve doğa bilimcilerine, politikacılardan yerel ve uluslararası çevre örgütlerine kadar uzanan çok geniş bir yelpazede tartışılmaktadır.

Sürdürülebilirlik kavramının çok boyutlu yapısı nedeniyle bu konu üzerinde çalışma yapan farklı bilim dalları farklı yaklaşımlar ve farklı tanımlar geliştirmişlerdir. Bu çokboyutluluk nedeniyle bir yandan kavramın çerçevesine yönelik anlaşmazlıklar hala sürmekteyken diğer yandan da tartışmanın tarafları, kendi tanımladıkları çerçeve üzerinden sürdürülebilirliğin ölçülmesine yönelik yaklaşımlar öne sürmekte, çeşitli hedefler ortaya koymakta ve bu hedeflere ulaşılmasında izlenecek politikalar önermektedirler.

Sürdürülebilir kalkınmaya ilişkin çözümlemeler, ilerleyen zamanlarda kavramın iktisadi, sosyal ve çevresel boyutları üzerinde yoğunlaşmıştır. Munasinghe (Munasinghe, 2001) ortaya koyduğu yaklaşımla, sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilebilmesi için disiplinlerötesi (transdisciplinary) bir yaklaşımla

oluşturulan sustainomics adlı yeni bir çerçeveye gereksinim olduğunu belirtmiştir.(Munasinghe, 2009: 34, 35).

Kaynaklar kısıtlaştığı ölçüde yenilikçi niteliği düşük olan sektörlerin ürünleri görece olarak pahalılaşacak ve böylece tüketici talebi yenilikçi sektöre kayacaktır. Yenilikçi sektörün görece büyüklüğü artarken, azalmayan yenilik yapma güdüsü de uzun dönemde sürdürülebilirliğin sağlanmasını sağlayacaktır. Modelin sonuçları, sürdürülebilirliğe ulaşmak için, yeniliklerin doğal kaynakların verimliliğini arttıracak biçimde yönlendirilmesi becerisine ya da gerçekçi olmayan yüksek ikame esnekliklerine bel bağlamak yerine yapısal değişime güvenmek gerektiğini göstermektedir. Bu çok boyutlu yapının bileşenleri olarak iktisadi sürdürülebilirlik, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sürdürülebilirlik konuları şeklinde ele alınabilir.

Sustainomics'in altında yatan disiplinler ötesi çerçeve, sürdürülebilir kalkınmanın iktisadi, sosyal ve çevresel boyutlarının dengeli ve tutarlı biçimde ele alınmasını gerektirmektedir. Ayrıca, sürdürülebilirlik karşısında geleneksel kalkınmaya yapılan görece vurgunun da dengeli bir değerlendirmeye tutulması gerekmektedir. Bunun nedeni, Güney'in öncelikleri arasında kalkınma, tüketim ve büyüme, yoksullukla mücadele ve ekonomik adalet varken; Kuzey'de başlayan ana akım sürdürülebilir kalkınma yazınının önemli bir bölümünün kirlilik ile büyüme ve nüfus artışının sürdürülemezliği (unsustainability) üzerine odaklanmaya eğilimli olmasıdır (Munasinghe, 2009: 35).

Bütün bunlar insanoğlunun doğal çevre üzerindeki bozucu etkisinin, doğal çevrenin kendini iyileştirme hızına baskın çıktığını göstermektedir. Burada çevre bilimsel esneklik kavramı devreye girmektedir. Esneklik, bir ekosistemin, davranışını yöneten değişkenleri ve süreçleri değiştirerek, kendi yapısını yeniden belirlemeden önce sindirebileceği/dayanabileceği karmaşa/rahatsızlık (disturbance) miktarıdır(Holling, 1973).Bir başka deyişle bir ekosistemin ortaya çıkan bir değişimi ya da rahatsızlığı soğurma ve yine de popülasyonlar ya da durum değişkenleri arasındaki ilişkileri bozulmadan devam ettirme yeteneğidir (Gunderson, 2000).

Bu çalışma makro düzeyde “Sürdürülebilir Yeşil İşletmeler” buna dahil olarak tüm üretim amaçlı işletmeleri kapsamış olsa da, mikro düzeyde bu işletmelerden “turizm endüstrisi” kapsamındaki turistik hizmet veren işletmeler bazında çalışmamız sürecektir.

İşletmelerin her türlü genel olarak sonuçta çevre ile barışık olması açısından ortak noktaları ele alırsak: Bir doğal kaynağın taşıma kapasitesi, doğal çevresinde ulaşabileceği en yüksek stok olarak ifade edilmektedir. Eğer doğal kaynaklara yatırım yapmak, kaynak stokunu doğal taşıma kapasitesinin üzerine çıkarabilseydi (doğal sermaye birikimi), bu durumda doğal kaynak ile insan üretimi sermaye arasında bir fark olmazdı(López, Anríquez ve Gulati, 2007).

Doğal sermayenin belirgin olarak ön plana çıkan özellikleri üç noktada toplanır. Bu özellikler; çevresel işlevlerinin refah yaratılması açısından ikamesinin olmaması, kaybının geri döndürülemez olması ve kaybının çok büyük ölçekli başka kayıplara neden olması, hassas doğal sermayeyi tanımlamaktadır. Daly'e göre ise güçlü sürdürülebilirlik için dört maddeden oluşan bir program önermiştir (Daly, 1991). Bu maddelerin ilki, bir ekonominin metabolizma büyüklüğü olarak tanımladığı akım hacmi (throughput) dünyanın taşıma kapasitesine uygun biçimde sınırlandırılmalıdır. İkinci maddeye göre, teknolojik ilerlemelerin akım hacmi artırıcı değil, etkinlik artırıcı olması sağlanmalı; üçüncü olarak ise yenilenebilir kaynakların toplanma hızı bu kaynakların yenilenme hızını geçmemeli; atık salımı ise çevrenin özümleme kapasitesini (assimilative capacity) aşmamalıdır. Son maddeye göre iseyenilenemeyen doğal kaynaklar, yenilenebilir ikamelerinin oluşum hızından daha hızlı biçimde tüketilmemelidir.

Ponting (2008), Dünyanın Yeşil Tarihi adlı kitabında, doğaya geri döndürülemez zararlar veren etkinlikleri sonucunda çöken uygarlıklardan yola çıkarak insan ve çevre ilişkisini tarihsel olarak incelemekte ve günümüzdeki çevre sorunlarına nasıl yaklaşılması gerektiğine ışık tutmaktadır. Bu kitabın başında, Büyük Okyanus'taki adalardan biri olan ve görece olarak yalıtılmış konumda bulunan Paskalya Adası'nda zaman içinde karmaşık bir toplumsal yapıya ulaşan; ancak adadaki sınırlı doğal kaynağı aşırı derecede kullanan ve doğal çevreye geri döndürülemez zararlar veren bir uygarlığın çöküşüne ilişkin

çarpıcı bir örnek de anlaşılacağı gibi turizm endüstrisi adına “sürdürülebilirlik” konusu turizm sektörünün “olmasa olmaz” düşüncesini taşır.

TURİZMDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE YEŞİL İŞLETMELER ADINA KARTEPE

Çağımız baş döndürücü hızla bir çok gelişmeleri bünyesinde barındırırken turizmde gelen noktadan geriye bakıldığında turizmin gelişmesi ve turist sayısının artması ekonomileri olumlu yönde etkilerken, çevrede gözle görülür bir tahribat yaratmaya başlamıştır.

Çevrenin, doğal, kültürel ve tarihi dokunun zarar görmesinin gerek turizme, gerekse de turizm faaliyetinin gerçekleştiği ülkelere zararı büyük olmuştur. Geçmişte neredeyse her yönden sağladığı fayda ve katkılarla anılan turizmin çevresel etkileri henüz daha yeni yeni fark edilerek tartışılmaya başlanmıştır. 1980’lerde ‘sürdürülebilir kalkınma’ anlayışının ortaya çıkmasıyla birlikte ‘sürdürülebilir turizm’ kavramı da literatürdeki yerini almıştır. (McMinns(1997)’egöre; sürdürülebilir turizm; turizmin kaynağı olan doğal, tarihi, kültürel, sosyal ve estetik değerlerin korunup geliştirilerek devamının sağlanmasını ifade etmektedir.

Sürdürülebilir turizm proje ve uygulamaları; doğal çevrenin, bitki ve hayvan varlıklarının korunmasının ve turizmde sürdürülebilir gelişmenin altyapısını kurarken, sürdürülebilirliğin elde edilebilmesinde en önemli unsurların başında gelen ortak bilinç ve anlayışı da yaratmayı hedeflemektedir. Buradaki temel ilkimiz ise; gelişmenin sürdürülebilir olmasıdır. Amaç bugün ve gelecekte, toplumun yaşam kalitesini artırmak için kaynakların akılcı kullanımını sağlamak, aynı zamanda da gelecek nesillerin ihtiyaçlarını tehlikeye sokmamaktır(Kuntay, 2004).

Çevre bilincinin yaygınlaşmasıyla birlikte turizm tesisleri doğal çevreyi korumaya gösterdikleri özeni ve yerel ekonomiye katkılarını tanıtımlarında vurgulamaya başlamıştır. Turizmin doğaya ve çevreye verdiği zararların uzun yılların birikimiyle kabul edilebilir sınırları aşması sonucunda; özellikle İspanya gibi ekonomisinin önemli ölçüde turizm sektörüne dayandığı ülkeler, kaynaklarını ne derece tükettiklerinin farkına vararak turizm planlamalarında sürdürülebilirliğe önem vermeye başlamıştır. Günümüzde ülkelerin turizm stratejilerinde “sürdürülebilir turizm planlaması” büyük bir yer tutmaktadır.

Sürdürülebilir kalkınmanın önündeki engeller, sürdürülebilir turizm kavramı, sürdürülebilir turizm ölçülebilirliği, sürdürülebilir turizmin ilkeleri, sürdürülebilir otel kavramı, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yürütülen çevreye duyarlılık kampanyası dahilinde ele alınırken; Bu alanda günümüzde turizm endüstrisi dünyanın diğer ülkelerinde olduğu gibi ülkemizde de turizmde sürdürülebilir gelişmenin sağlanabilmesi amacıyla bazı uygulamalar ve projeler yürütülmektedir. Bu projelerden Kartepe ölçeğine uygun olan projeleri hayata geçirmek adına Bakanlık, turizm yatırımcıları, sivil toplum örgütleri bu projenin uygulayıcısı ve denetleyicisi olarak projeler hayata geçirilmelidir.

Bu alanda ilk sayılabilecek sürdürülebilirlik kapsamındaki uygulama olan; Konaklama işletmelerinde “sürdürülebilir turizm” yaklaşımlı çalışmalar, sürdürülebilirliğin genel olarak turizm işletmelerinin sosyal etkileri ile çevresel değişim ve ziyaretçi davranışları ile ilişkilendirilerek ele alınmaya başlandığı 1970 sonları ile 1980’lerin ilk yıllarında ortaya çıkmıştır. Bu yıllarda işletmelerin belli bir politika olmadan kendi çevrelerine olumlu katkıda bulunmalarının önemine işaret edilerek çevresel uygulamaların gerekliliği ortaya konulmuştur. Konaklama sektöründeki işletmeler çevresel faaliyetler kapsamında ziyaretçi yönetimi üzerine odaklanmış, kirlilik ile ilgili çözümler geliştirme, ekoturizme yönelik uygulamalar başlatma, enerji ve atık minimizasyonu gibi konularda yol gösterici ilkeler oluşturulmuştur. Otelcilikte çevresel uygulama örnekleri ve doğa turizmi anlayışı, başta konaklama ve destinasyon alanları olmak üzere sektörün tümüne yayılmıştır. 1990’lara gelindiğinde, ekolojik etkinliğe dayalı ve farklı adlar altında, otel, seyahat acentası ve/veya turizm birliklerine değişik ödül/etiket verme şeklinde yürütülen sertifikasyon programları yaygınlık kazanmıştır(Kahraman ve Türkay, 2006: 124). Bu ilk uygulama örneği ile Kartepe turizminde kalıcı adımlarını hayata geçirerek diğer aşamalar için deneyim kazanmalıdır. Bu süreç içinde Sürdürülebilir bir otel tüm binaların çevresel performanslarını değerlendiren LEED, BREEAM, DGNB gibi sertifika programları ile değerlendirilebildiği gibi, Green Globe, Green Key, Eu Eco Label gibi sürdürülebilir otellere özel geliştirilmiş değerlendirme programları ile de değerlendirilebilir. Kartepe dahilindeki tüm tesisler bu değerlendirme programlarından geçmelidir.

Bu aşama sonrasında bu alanda bu programları Türkiye’de ise Turizm Bakanlığı tarafından geliştirilen “Yeşil Yıldız” ve TÜROFED tarafından geliştirilen “Beyaz Yıldız” sertifikaları çok kapsamlı çalışmalar olmamakla birlikte, yine de bir otel yapısının sürdürülebilirliğini değerlendirmek için yapılan bu çalışmalara katılmalıdır.

Kartepe destinasyonu Sürdürülebilir olabilmesi için turizm, taşıma kapasitesi ve ekosistemlerin kaldırabileceği limitler içinde yönetilmeli, biyo-çeşitliliğin korunması sağlanmalıdır. Turizmin çok hızlı ve başarılı gelişimi doğal çevreye zarar verirken, doğal kaynakların tükenmesi turizmin en önemli varlığını ortadan kaldırmakta ve bölgenin çekiciliğini azaltmaktadır. Sürdürülebilir turizmde pazarlamanın temeli çevre ve kaliteye dayanmaktadır. Destinasyonlar için rekabet koşulları turistlerin yeni bakış açıları ve profilleriyle birlikte zorlaşmaktadır. Turistler eskisinden daha bilinçlidir ve daha büyük beklentiler içindedir. Bu beklentileri karşılamak ve rekabet avantajı sağlamak turizm sektöründeki her sistemin alacağı önlemler ve pazarlama faaliyetleri ile mümkündür. Bu alanda iveli olarak Kartepe destinasyonu için gerekli adımlar süratle atılmalıdır.

Turizm pazarlamasında 3S faktörü yani, deniz-kum-güneş beraberinde 3E faktörünü doğurmuştur. 3E faktörü (education, entertainment, environment) eğitim-eğlence-çevre sürdürülebilir turizmi ifade etmektedir (Küçükaslan, 2007: 79). Turistler artık, destinasyonun çevreyle uyumunun sağlanmasıyla ortaya konulan kaliteli turizm deneyimlerinin beklentisi ile seyahat kararı almaktadır. Turistlerin çevresel duyarlılık taleplerinin ve bu motivasyonun anlaşılması ve buna yanıt verilmesi gerekliliği, pazarlama araştırmalarının da desteklenmektedir (Hacıoğlu ve Girgin, 2008: 422).

2002 yılında gerçekleştirilen İngiliz Seyahat Acenteleri Birliği (Association of British Travel Agencies-ABTA) araştırmasında tatil yapan İngiliz turistlerin %87’si tatillerinin çevreye zarar vermemesinin önemli olduğunu belirtmiş, %76’sı yerel halkın turizmden fayda sağlaması gerektiğini vurgulamış ve %59’u rezervasyon yaptırmadan önce o yerdeki yerel sorunları öğrenmek istediklerini ortaya koymuştur (Teberler, Baysan ve Yıldırım, 2006). Otelleri, çevresel duyarlılık konusunda aktif çalışmalar yürütmeye ve önlemler almaya yönlendiren etkenler gelişen bilinç ve duyarlılıktan çok, maliyet azaltımı çabaları ve turizm talebinin çevreye duyarlı yapısından faydalanarak rekabet avantajı sağlayabilmek olarak belirtilebilir (Türker, 1999). Sürdürülebilir turizm gelişiminin sağlanması için pazarlama faaliyetlerinin buna göre düzenlenmesi ve stratejilerin çevreye uyumlu şekilde belirlenmesi gerekmektedir. Bunun için de yapılması gerekenlerin başında, işletmelerin ve ülkelerin pazarlama faaliyetlerinde yeşil pazarlamanın uygulanmasına dikkat edilmesi gelmektedir. Yeşil pazarlama sayesinde, işletmeler çevre ve doğal kaynakların kullanımına dikkat edecekler ve pazarlama faaliyetlerinde bu kaynakları kullanacaklardır. Bu, sadece çevrenin korunmasını sağlamayacak, artan yeşil tüketici ve turist sayısına paralel olarak yeşil pazarlamayı uygulamayan ülkelere ve işletmelere göre rekabet avantajı elde edilmesinde önemli rol oynayacaktır (Hacıoğlu ve Girgin, 2008: 420).

Turistik tüketicileri bir turizm destinasyonuna çeken en önemli etkenlerden biri olan çevreyi öncelik olarak ele alan işletmeler, çevre yönetim sistemlerini oluşturmakta ve işlevsel alanlarda da bu yönde çevre dostu uygulamalar ortaya koymaktadırlar. Bu yönelim, üretim, pazarlama, muhasebe-finance, insan kaynakları yönetimi faaliyetlerinde önemli değişimler ortaya çıkarmaktadır. İşletmenin çevre yönetim sistemini oluşturabilmesi için öncelikle üst yönetimin desteği alınmalı ve işletmenin fonksiyonları arasında bütünlük sağlanmalıdır. Bu kalıcı adımlardan konaklama hizmeti veren işletmeler olarak; “Sürdürülebilir Otel” veya başka bir deyişle yeşil otel kavramı daha az enerji ve su tüketen, emisyonları azaltılmış, küresel iklim değişikliğine pozitif etki sağlayan, çevre dostu yerel ve geri dönüştürülebilir malzemeler ile inşa edilmiş ve yatırımcısının sosyal ve çevresel sorumluluğunu belgeleyen bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır. Giderek yaygınlaşmaya başlayan “Sürdürülebilir Otel” kavramı, butik otellerden dünya çapında tanınmış otel zincirlerine kadar pek çok klasmanda otel tasarımı ve işletmesinde değişiklik yapılmasına sebep olmuştur.

Sürdürülebilir olabilmesi için turizm, taşıma kapasitesi ve ekosistemlerin kaldırabileceği limitler içinde yönetilmeli, biyo-çeşitliliğin korunması sağlanmalıdır. Turizmin çok hızlı ve başarılı gelişimi doğal çevreye zarar verirken, doğal kaynakların tükenmesi turizmin en önemli varlığını ortadan kaldırmakta ve bölgenin çekiciliğini azaltmaktadır. Sürdürülebilir turizmde pazarlamanın temeli çevre ve kaliteye

dayanmaktadır. Destinasyonlar için rekabet koşulları turistlerin yeni bakış açıları ve profilleriyle birlikte zorlaşmaktadır. Turistler eskisinden daha bilinçlidir ve daha büyük beklentiler içindedir. Bu beklentileri karşılamak ve rekabet avantajı sağlamak turizm sektöründeki her sistemin alacağı önlemler ve pazarlama faaliyetleri ile mümkündür. Turistik tüketiciler için bir bölgenin turistik çekicilikleri ve bunları destekleyen altyapı ve üstyapı olanakları çekim gücü yaratmaktadır. Bölgedeki çevresel ve kültürel değerler, o bölgenin turistik tüketiciler tarafından gitmeye değer bulunup bulunmayacağına en önemli göstergesidir (Hu ve Wall, 2005: 621). Turistik tüketicilerin algısı, turizm destinasyonunun flora, fauna ve su kaynaklarına bağlı olarak varlığını sürdüren bir sistemin parçası olduğu şeklindedir (Fennell ve Butler, 2003: 200).

Bu gün gelen turizm anlayışında ön plana çıkan unsurlar; çevreye karşı sorumlu, yerel halkın kalkınmasına katkı sağlamayı ve sosyal kültürel olumsuz etkileri minimize etmeyi hedefler ve sürdürülebilir turizm şemsiyesi altında değerlendirilebilir. Çünkü sürdürülebilir turizm; turizmin çevreye ve ekonomiye yapabilecekleriyle ilgili bilinci artırmayı, kalkınmada eşitliği desteklemeyi, ev sahibi toplumun yaşam kalitesinin artırılmasını, ziyaretçilere yüksek kalite sağlamayı hedeflemekte ve bu amaçlarla birlikte çevrenin kalitesini sürdürmeyi ve arttırmayı hedefleyen bir anlayıştır. Bu özellikleri olan turizm anlayışı Kartepe’de turizmde hedef alınarak bu özellikleri hayata bölgede geçirmeliyiz.

Dünya Turizm Örgütünün 2002 yılını, Ekoturizm yılı olarak ilan etmesiyle birlikte, bu kavram turizm literatüründe çok sık kullanılan ve irdelenen bir kavram haline gelmiştir. Ekoturizm doğal ve kültürel kaynakları tahrip etmeden, turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilebilmesini ve sürekliliğini amaçlamaktadır. Kartepe ve çevresi de gerek doğal güzellikleri, gerekse kültürel değerleri ile turizm adına önemli bir destinasyon merkezidir. Bu amaçla “Kartepe Yeşil Turizm İşletmeleri” adına çevreye duyarlı, sürdürülebilir turizmi hayata geçirmek adına girişimlerini sürdürmelidir.

SONUÇ

Sürdürülebilirliğin iktisadi boyutu kadar önemli olan çevresel ve sosyal boyutları uzunca bir süre neoklasik iktisat tarafından dikkate alınmamıştır. Ne var ki, çevre sorunlarının (iklim değişikliği, toprak kaybı ve çölleşme, biyoçeşitlilikte azalma, hava, su ve toprak kirliliği) insan yaşamı ve ekonomiler üzerindeki etkilerinin hissedilir derecede artmasının yanında, sürdürülebilirliğe ilişkin daha kapsamlı bir çözümleme çerçevesi ve çevre sorunlarına disiplinlerarası ve çoğulcu bir yaklaşım öneren çevre bilimsel iktisadın ortaya çıkışı da neoklasik iktisadın çevreye bakışında değişiklikler yaratmıştır.

Sürdürülebilir turizm, yerel kaynakların korunması, yaşam kalitesinin yükseltilmesi, turistik tüketicilerin ve bölge halkının ihtiyaçlarının gelecek düşünülecek karşılanması, ülkenin kültürel bütünlüğüne ve çevresine uygun turizm kapasitelerinin geliştirilmesidir. En çok enerji tüketen sektörlerden biri olan turizm, enerji tasarrufu, doğal kaynakların korunması ve çevresel yönetim gibi konulara ağırlık vermelidir. Böylece turizm işletmelerinin değişen tüketici tercih ve beklentilerine uygun, çevreye saygılı ürünler sunabilmeleri ve tüketici gözünde iyi bir imaj oluşturmaları sağlanmalıdır. Rekabet avantajı olarak çevre kalitesi, turizm işletmeleri için çok önemlidir.

Sayıları giderek artan yeşil otellerin bazısı, bünyesinde hiçbir şekilde elektronik alet barındırmazken, bazısı sadece müşteriler istediği zaman havlu ve çarşafı değiştirerek tasarruf sağlamaya çalışmakta. Ancak globalleşen dünyada turistik tesisler için en doğru çözüm tüm yeni teknolojileri kullanarak toplam karbon ayak izini ve su tüketimini azaltabilmek olmalıdır.

Aslında turistik otellerin bir nevi kabuk değiştirmesi otel müşteri profilinin değişmesi ve “Eco-Friendly Traveller / Çevre Dostu Gezgin” gibi bir kavramın çıkması ile beraber başlamıştır. Artık müşteriler de kaldıkları tüm otellerde otelin sürdürülebilir ve çevre dostu özelliklerine dikkat etmektedirler. Özellikle globalleşen dünyada uluslararası şirketlerin sürdürülebilir iş politikaları ve CO2 azaltım söylemleri gereği, iş gezilerinde kullandıkları otellerin de bu söyleme uygun oteller olması dikkat edilen bir nokta olmaya başlamıştır. Bu nedenle de otellerin çevre dostu olduğunu bir anlamda belgeleyen ve kanıtlayan sertifikalar da oteller tarafından alınmaya başlamıştır. Çünkü otel operatörleri ve işletmecileri artık bilmektedirler ki, çevreye olan etkilerin minimuma indirilmiş bir otel, standard bir otele göre daha fazla talep alacaktır.

Herhangi bir turizm destinasyonundaki faaliyetlerin çevreye zarar vermesi diğer turizm destinasyonlarını da etkilemektedir. Kamu organları, işletmeler, turistik tüketiciler ve yerel halk da dâhil olmak üzere turizmde yer alan tüm tarafların çevresel sorumluluk yüklenmesi gerekliliği, doğal kaynakların tükenebilir yapıda olduğunun farkına varılması üzerine ortaya çıkmıştır (Cooper ve Wahab, 2001: 322). Sürdürülebilir olabilmesi için turizm, taşıma kapasitesi ve ekosistemlerin kaldırabileceği limitler içinde yönetilmeli, biyolojik çeşitliliğin korunması sağlanmalıdır. Turizmin çok hızlı ve başarılı gelişimi doğal çevreye zarar verirken, doğal kaynakların tükenmesi turizmin en önemli varlığını ortadan kaldırmakta ve bölgenin çekiciliğini azaltmaktadır.

Sürdürülebilir turizmde pazarlamanın temeli çevre ve kaliteye dayanmaktadır. Destinasyonlar için rekabet koşulları turistlerin yeni bakış açıları ve profilleriyle birlikte zorlaşmaktadır. Turistler eskisinden daha bilinçlidir ve daha büyük beklentiler içindedir. Bu beklentileri karşılamak ve rekabet avantajı sağlamak turizm sektöründeki her sistemin alacağı önlemler ve pazarlama faaliyetleri ile mümkündür.

Tüketici istek ve gereksinimlerini karşılamaya yönelik her türlü çevre dostu pazarlama faaliyetlerini ifade eden yeşil pazarlama, çevresel ürünlerin çevresel stratejilerle pazarlanmasını gerektirir. Çevre dostu turizm işletmeleri, yeşil pazarlama stratejilerini uygulayarak sektörde farklı bir konumlandırmaya gidebilmektedir.

Bu çalışmada turizmin çevresel boyutları ele alınmış, sürdürülebilirliğin sağlanması için turizm sektöründe yer alan birey, yatırımcı, kurum ve kuruluşların yapması gerekenler üzerinde durulmuş ve turizmde yeni bir pazar olan yeşil pazarlama faaliyetleri ile somut bir örnek olarak Kartepe Pazarındaki turizm endüstrine hizmet veren konaklama, yiyecek içecek işletmeleri başta olmak üzere kalıcı adımlar atılmalıdır.

Yeşil Turizm kapsamında Kartepe merkezli ekoturizm geniş alanlardaki ekolojik yapıyla birlikte düşünülmesi gereken bir turizm türü olduğundan, bütün turizm çeşitlerinde bunların dengesini bozacak müdahalelerden kaçınılması sağlayacaktır. Kartepe atılacak adımlar ve girişimlerin bir parçası olarak turizmi yıl içinde yaymak, doğal çevreye yapılan baskıyı azaltmak, tahribatı düzeltmeye değil, önlemeye yönelik planlar yapmak ve uzun vadeli ekonomik çıkarları gözetmek adına gündeminden düşmeyecek bir hedefe koşacaktır. Bu tür turların belli bir plan ve program içerisinde gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu nedenle doğa turlarında seçilen rotanın önceden belirlenmesi, bu turlar için eğitilmiş uzman rehber kullanılması ve turlarda mutlaka uyulması gereken kuralların önceden belirlenmesi çok önemlidir (Lan ve Barnes, 1993: 47). Bu bölgelerde milli yada bölgesel ekoturizm bilincinin yerleşmemiş olması nedeniyle, bu bölgelerde çirkin yapılaşmaların olmaması ve yaban hayatının gelişigüzel kullanılmasının önüne geçilmesi gerekir. Bitki ve hayvan türlerinin envanteri çıkarılmadan ve bölgenin taşıma kapasitesi bilinmeden turların düzenlenmesi ancak bu kuralların konulup, sıkı bir şekilde uygulanması ile mümkün olacaktır. Bireyler veya küçük gruplar halinde insanların doğal çevreyi ve yerel halkın yaşantısını yerinde yaşayarak öğrenmesi amacıyla el değmemiş doğal alanlara seyahat etmelerinin sağlanması eko turizm turlarıyla gerçekleştirilebilir. Böylece kontrollü turlar sayesinde hem çevresel bozulmayı önlerken, hem de yerel halkın ekonomik kazancının sağlanması amacı da gerçekleştirilebilmektedir.

Kartepe destinasyonunda yeşil işletmelerin sürdürülebilir turizm anlayışıyla eko turizm faaliyetlerinin başarısı ve sürdürülebilmesi bölge insanına şu kazanımları sağlayacaktır. İçin aşağıdaki hususlarında yapılan turizm planlamaların da dikkate alınması gerekir. Bunlar (May, 1991):

- 1-Bu amaçla turizm halkın değerlerini ve sosyal çevreyi daha iyi anlamak adına kendini geliştirecektir.
- 2-Turistik yörelerin ve turistik değerlerin dışardan gelebilecek etkilere karşı hassasiyetlerinin belirlenmesine yardımcı olacaktır.
- 3-Herhangi bir gelişmenin yaratacağı sonuçlar ve çevresel profiller ile ilgili araştırmalar için; planlayıcı, politikacı ve kuruluşlara yararlı veri ve göstergelerin oluşturulması sağlanacaktır.
- 4-Çevresel ekonomilerin büyümesi; turizmde gelişmelerin değerlendirilmesi ve izlenmesi ile birlikte ele alınarak sağlanacağı inancına sahip olacaktır.

5-Basit fakat katı kurallarla çevreyi koruma ölçütlerinin geliştirilmesi gerektiği fikriyle turizm planlayıcılarının; projelerin uzun dönemli çevresel kaliteyi sağlayıcı özellikte olmasını kabul etmeleri ve bu yönde projeler geliştirmek zorunda oldukları bilincini taşırlar. 6- Planlayıcılar; yerel kültürlerin sürdürülebilirliği ilkesi sağlandığında yerel halkların bu turizm faaliyetinden yarar sağlaması öncelikle, ekoturizm faaliyetinin yapıldığı bölgenin yerel halkının, bu faaliyetten maddi bir pay almasını kolaylaştıracaktır.

6- Bunu sağlamak için ise; uluslararası büyük tur operatörlerinden ziyade, ülke hatta bölge çapındaki daha küçük acentelerin ekoturizm faaliyetinde yer alması gerekmektedir. Artık Kartepe yöresinde ihtisas acenteciliği ön plana çıkmasını sağlayacaktır.

7-Sürdürülebilir turizm kapsamında ekoturizm, av turizmi gibi belli alan ve konularda uzmanlaşmış bu tür acentelerin, tur programlarını yaparken, olabildiğince tur ihtiyaçlarını bölgeden sağlamaları, bölgeye maddi yarar sağlanmasının önemli bir önkoşul olarak kabul edecektir. . Bu anlayış çerçevesindeki Kartepe “Sürdürülebilir Turizm” anlayışını bölgede hakim kılarak Ayrıca, bölge halkına katkılarının sürmesi adına, maddi ve manevi kültür unsurlarının bozulmamasına önem verilmesini sağlamış olacaktır.

KAYNAKÇA

- Cole, M. A. (2006), “Economic Growth And The Environment”, (Ed.) G. Atkinson, S. Dietz, & E. Neumayer, Handbook Of Sustainable Development, Edward Elgar, Cheltenham, Ss. 240- 253.
- Cooper, C. & Wahab, S. (2001). Tourism’s Approach To Sustainability / Conclusion, Ed. Salah Wahab And Chris Cooper, Tourism In The Age Of Globalisation, (Pp. 319-333). London: Routledge.
- Daly, H. E. (1991), “Elements Of Environmental Macroeconomics”, (Ed.) R. Costanza, Ecological Economics: The Science And Management Of Sustainability, Columbia University Press, New York, Ss. 32-46.
- Fennell, D.A. & Butler, R.W. (2003). A Human Ecological Approach To Tourism Interactions. International Journal Of Tourism Research, 5(3), 197-210.
- Gönel, Feride, “Globalleşen Dünyada (Nasıl Bir) Sürdürülebilir Kalkınma”, Birikim Dergisi,Sayı:158, 2002 . Ss.72-80,
- Gunderson, L. H. (2000), “Ecological Resilience: İn Theory And Application”, Annual Review Of Ecology And Systematics, 31, Ss. 425-39.
- Hacıoğlu, N. & Girgin, G. (2008). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Yeşil Pazarlamanın Yeri Ve Önemi.13. Ulusal Pazarlama Kongresi ”Sürdürülebilirlik Ve Pazarlama” Bildiri Kitabı (Ss. 417-422), Düzenleyen Çukurova Üniversitesi İİ.B.F., Adana. 30 Ekim-01 Kasım 2008.
- Holling, C. S. (1973), “Resilience And Stability Of Ecological Systems”, Annual Review Of Ecology And Systematics, 4, Ss. 1-23.
- Hu, W. & Wall, G. (2005). Environmental Management, Environmental Image And The Competitive Tourist Attraction. Journal Of Sustainable Tourism, 6, 617-635.
- Ian, Barnes.Pamela Barnes (1993),” Tourism Policy İn The European Comminty”, Tourism İn Europa:Stritctures And Developments. C.A.B.İnternational, Wallingford. S 47
- Kahraman, N. & Türkay, O. (2006). Turizm Ve Çevre. Ankara: Detay Yayıncılık., S.124.
- Kuntay, O. (2004), Sürdürülebilir Turizm Planlaması, Ankara: Alp Yayınevi.
- Küçükaslan, N. (2007). Özel İlgi Turizmi. Ankara: Ekin Yayınevi., S.160-164.
- López, R. E., Anríquez, G., & Gulatı, S. (2007), “Structural Change And Sustainable Development”, Journal Of Environmental Economics And Management, 57(3), Ss. 307- 22, Doi:10.1016/J.Jeem.2006.10.003.
- Markandya, A., Harou, P., Bellù, L. G., & Cıstulli, V. (2002), Environmental Economics For Sustainable Growth: A Handbook For Practitioners, Edward Elgar, Cheltenham.
- Mcminn, S. (1997), “The Challange Of Sustainable Tourism”, The Environmentalist, Sayı: 17, S.135-141
- Munasinghe, M. (1993), “Environmental Economics And Sustainable Development”, The World Bank, Washington, D.C. : Munasinghe, M. (2009), Sustainable Development İn Practice: Sustainomics Methodology And Applications, Cambridge University Press, New York.
- Munasinghe, M. (2001), “Sustainable Development And Climate Change: Applying The Sustainomics

Transdisciplinary Meta-Framework”, International Journal Of Global Environmental Issues, 1(1), Ss. 13-55, Doi:10.1504/Ijgenv1.2001.000970.

Munasinghe, M. (2009), Sustainable Development In Practice: Sustainomics Methodology And Applications, Cambridge University Press, New York.

Ponting, C. (2008), Dünyanın Yeşil Tarihi: Çevre Ve Büyük Uygarlıkların Çöküşü. (Çev.) A. Başçı, Sabancı Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Teberler, M., Baysan S. & Yıldırım, C. (2006). Türk Seyahat Acentelerinin Turizmin Çevresel Etkilerine Karşı Tavrı. 2. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı (Ss. 220-228). Düzenleyen Balıkesir Üniversitesi. Balıkesir, 20-22 Nisan 2006.

Türker, N. (1999). Çevreye Karşı Duyarlılığın Uluslararası Rekabette Bir Strateji Olarak Kullanılması. Turizm Sektöründe Rekabet Stratejileri Haftasonu Semineri V. (Ss. 160-171). Düzenleyen Nevşehir Turizm İşletmeciliği Ve Otelcilik Yüksekokulu. Kayseri, 23-25 Ekim 1998.

Vincent, Incent May. (1991) “Tourism, Environment And Development”, Tourism Management, 12 (2), Ss.L 12-118