

Konaklama İşletmelerinde Yeşil Yönetim Uygulamalarının ENTROPİ Yöntemi ile Ağırlıklandırılması: Giresun İli Örneği

(Weighting Green Management Applications in Accommodation Business by ENTROPY Method: A Case of Giresun Province)

Salih MEMİŞ ^a

^a Giresun Üniversitesi Bulancak Kadir Karabaş Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Giresun, Türkiye. salihmemis@yahoo.com

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
<p>Anahtar Kelimeler: Konaklama İşletmeleri Yeşil Pazarlama Yeşil Yönetim Yeşil Otel ENTROPİ Yöntemi</p> <p>Gönderme Tarihi 24 Aralık 2018 Revizyon Tarihi 5 Mart 2019 Kabul Tarihi 24 Mart 2019</p> <p>Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi</p>	<p>Amaç – Yeşil pazarlama kavramı, 1980’lerin sonlarında ortaya çıkmasıyla birlikte pek çok otel, yeşil imajını yansıtmak ve potansiyel müşterileri çekebilmek için “yeşil otel” etiketinin kullanımı gibi çeşitli yeşil pazarlama stratejileri uygulamaya başlamıştır. Son zamanlarda otel müşterileri, otelin yeşil uygulamaları hakkında daha güçlü bir farkındalık göstermektedirler. Müşteriler, çevreyi korumanın önemini kavradığından, pek çok şirket çevreyle ilgili olarak çevre dostu pazarlama stratejileri ya da kamu ve hedef müşteri algılarına hitap etmek için mevcut yeşil faaliyet stratejileri geliştirmeye çabalamaktadır. Bu çalışmada otel işletmelerinin yeşil uygulama kriterlerinin belirlenmesi ve belirlenen kriterlerin ağırlıklandırılması amaçlanmıştır.</p> <p>Yöntem – Bu amaçla belirlenen kriterlerin ağırlıklandırılmasında Çok Kriterli Karar Verme Tekniklerinden biri olan ENTROPİ yöntemi kullanılmıştır.</p> <p>Bulgular – Yapılan ENTROPİ sonuçlarına göre otel işletmelerinde yeşil uygulama kriterlerinin en önemlisi “Enerji Tasarrufu” kriteri, en az öneme sahip olan kriter ise, “Çevre Bilinci Konusunda Verilen Eğitimler” olmuştur.</p> <p>Tartışma – Giresun ilinde otel işletmelerinde yeşil yönetim uygulamaları için ilk olarak “Enerji Tasarrufu” faktörünün ele alınması ve işletmelerin enerji tasarrufu sağlayacak ilgili çalışmalar yürütmesinin önemi ortaya çıkmıştır. Ayrıca hükümet politikaları ve çevreci yaklaşımlar katma değere dönüştürmeye yönelik projeler ile desteklenerek kamu ve özel sektör teşvik edilmesi gerektiği vurgulanmıştır.</p>
ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Keywords: Hospitality Industry Green Marketing Green Management Green Hotel ENTROPY Method</p> <p>Received 24 December 2018 Revised 5 March 2019 Accepted 24 March 2019</p> <p>Article Classification: Research Article</p>	<p>Purpose – In the late 1980s, with the emergence of the Green marketing concept, many hotels began to implement a variety of green marketing strategies, such as using of the “green hotel” label to reflect their green image and attract potential customers. Recently, hotel customers show a stronger awareness of the hotel's green applications. As customers understand the importance of protecting the environment, many companies strive to develop eco-friendly marketing strategies for the environment or existing green activity strategies to address public and target customer perceptions. In this study, it is aimed to determine the green application criteria of hotel enterprises and weight the determined criteria.</p> <p>Design/methodology/approach – For this purpose, one of the Multi Criteria Decision Making Techniques, ENTROPY method was used to weigh the criteria.</p> <p>Findings – According to the ENTROPY results, the most important of the green application criteria in hotel enterprises is the “Energy Saving” criterion and relatively least important criterion is the “Environmental Awareness Trainings”.</p> <p>Discussion – In Giresun Province, the first consideration of the “Energy Saving” factor for Green management applications in hotel enterprises and the importance of the companies to carry out the related studies to save energy has emerged. In addition, it was emphasized that public and private sector should be encouraged by supporting government policies and environmental projects with value-added projects.</p>

Önerilen Atf/ Suggested Citation:

Memiş, S. (2019). Konaklama İşletmelerinde Yeşil Yönetim Uygulamalarının ENTROPİ Yöntemi ile Ağırlıklandırılması: Giresun İli Örneği, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11 (1), 653-665.

1. Giriş

Son yıllarda küreselleşme ve ticaretin getirisi olan sürdürülebilir çevresel uygulamaların önemi, her sektörde giderek artmaktadır. Öyle ki, çevrenin korunması, enerji tüketiminin azaltılması, yeniden işleme ve üretim ile geri dönüşüm gibi unsurlardaki ekonomik, sosyal ve hukuki baskılar kamu kurumları ve özel işletmelerde çevreci yaklaşımları önemli sürdürülebilir projeler haline getirmiştir (Korucuk, 2018: 281). Bu sürdürülebilir projelerden biri de şüphesiz bacasız sanayi olan ve her geçen gün hem istihdam anlamında hem de ekonomik kalkınmışlık anlamında etki düzeyi artan turizm ve turizm sektörüne yönelik uygulamalardır.

Bu doğrultuda turizm ve konaklama endüstrisi, su ve enerjinin yoğun kullanıldığı ve çok fazla atık miktarının oluştuğu bir sanayi kolu olarak bilinmektedir. Dolayısıyla bu endüstri, doğru bir şekilde yönetilmezse çevre üzerinde ve aynı zamanda işletme maliyetlerinde olumsuz bir etkisi söz konusu olmaktadır. Turizm, küresel ekonominin önde gelen büyüme sektörlerinden biridir, ancak turizm endüstrisinin yıllar boyunca sürekli büyümesi, çevre üzerinde giderek artan bir baskı oluşturmuştur. Bu, yeşil turizm kavramının ortaya çıkışını tetiklemiştir (Zengeni ve Muzambi, 2013: 64).

Yeşil pazarlama stratejilerini içerecek bir otel iş modelinin tasarımı veya değiştirilmesi üst düzey yöneticilerin takdirindedir. Bununla birlikte, müşterilerin çevre konusundaki endişeleri, otel işletmecilerinin çevreye duyarlı bu müşterilerin görüşlerini uygulamada göz ardı edemeyecekleri anlamına gelmektedir. Pazarlama stratejilerinin geliştirilmesinde, önemli bir dışsal unsur olan müşterilerin ihtiyaç ve isteklerini anlamak önemlidir. Yeşil pazarlamayı uygularken, yöneticilerin sıklıkla savunmacı veya iddialı bir yaklaşım benimsemeleri gerektiğine inanılmaktadır (McDaniel ve Rylander, 1993: 6).

Otel yöneticileri, otelin yeşil uygulamalara aktif katılımının, artan sayıda çevre dostu müşteriye çekmek ve sürdürülebilirliği sağlamak için vazgeçilmez bir ön koşul olduğuna inanmaktadır. Zira bu özellikteki müşteriler daima çevre dostu ürün ve hizmetler satın almayı tercih etmektedirler. Bundan dolayı TripAdvisor gibi seyahat acenteleri yakın zamanda otellerin yeşil uygulama seviyelerini değerlendirmeye başlamıştır (Kim vd., 2017: 578). Otellerin çevresel sürdürülebilirliğine yönelik araştırmalar akademik alanda güncel bir konu haline gelirken, otellerin yeşil uygulama faaliyetlerine ilişkin konunun paydaşlarının bakışı önemli bir hadisedir.

Bu çerçevede çalışmanın amacı, Giresun ilindeki otel işletmelerinde yeşil yönetim uygulama kriterlerinin belirlenmesi ve belirlenen kriterlerinin ENTROPİ yöntemi ile ağırlıklandırılmasının yapılmasıdır. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde ise sırasıyla, yeşil pazarlama ve yeşil otel kavramlarına yönelik literatür üzerinde durulmuş, çalışmanın yöntemini oluşturan ENTROPİ açıklamaları ve yöntemin Giresun ili için uygulanması ele alınmıştır. Çalışmanın son bölümünde ise sonuç ve gelecek çalışmalara ilişkin önerilerde bulunulmuştur.

2. Yeşil Pazarlama ve Yeşil Otel Kavramları

Yeşil pazarlama, 1980'lerin sonlarında ortaya çıkan bir kavram olup, bir kuruluşun çevreye olumsuz etkisi olmayan ürün ve hizmetleri tasarlama, geliştirme, fiyatlandırma ve dağıtma çabalarını ifade eder. Ayrıca yeşil pazarlama, müşteri ve toplumun çevresel gereksinimlerini dikkate alacak ve sürdürülebilirliği sağlayacak biçimde faaliyetleri yürüten bütünsel yönetim süreci olarak tanımlanmaktadır (Chan, 2013: 1019). Shil (2012) yeşil pazarlamayı çevresel yararlaraya dayalı olarak çevre dostu bir şekilde üretilen ve/veya ambalajlanan ürün ve hizmetlerin pazarlanması süreci olarak görmektedir. Polonsky (2011) yeşil pazarlama faaliyetlerinin, bireyler, toplum ve doğal çevre için değer yaratan dönüştürücü değişimi entegre etmesi gerektiğini ifade etmektedir. Yeşil pazarlama kampanyalarında, hedef müşterilere, ürün ve hizmetlerin satın alma davranışlarını etkileyebilecek çevresel etkileri hakkında bilgi verilir.

Günümüzün ciddi çevre sorunlarına çözüm olarak, oteller çeşitli çevresel programlar uygulamaya başlamıştır. Bazı oteller, potansiyel müşterilerin ilgisini çekmek için "yeşil otel" etiketini kullanmaktadır (Pizam, 2009: 1). Zira böyle bir görüntünün müşterilerin karar verme süreçlerinde ve davranışsal niyetlerinde önemli bir rol oynadığına inanılmaktadır (Prendergast ve Man, 2002: 47). Örneğin, Shangri-La Hotels and Resorts, Ibis Hotels, Choice Hotels ve Starwood Hotels and Resorts gibi otel grupları, otel özelliklerinin uluslararası kabul görmüş ISO 14001 standardına uygun olduğunu belirterek aslında çevreye duyarlı potansiyel müşterileri kendisine çekmeyi amaçlamaktadır. Çevresel konulardaki tüketici bilincinin artması, oteller de dahil olmak üzere birçok şirketin yeşil pazarlama stratejilerini benimsemesi ve rekabet avantajı elde etmek için promosyonlarına çevresel mesajlar eklemesini sağlamıştır (Connolly ve Prothero, 2003: 275).

Yeşil uygulamalar için kullanılan yeşil otel terimi, "çevre dostu bir otel" veya "sürdürülebilir bir otel" kavramlarıyla sıklıkla birbirinin yerine kullanılmaktadır. Manaktola ve Jauhari (2007) bir konaklama tesisi olarak yeşil oteli su ve enerji tasarrufu ve daha az atık miktarı gibi çevreyle ilgili uygulamaları yürüten bir otel olarak tanımlamaktadır. Benzer şekilde, Bohdanowicz (2005) yeşil otelleri enerji verimliliği, su tasarrufu, atık azaltma ve temiz hava alanlarında belirli işlevsel veya operasyonel görevleri uygulayan konaklama tesisleri olarak tanımlamıştır. Bu çalışma için yeşil uygulamalar, otel tarafından çevre dostu uygulamaların hayata geçirilmesi için gerçekleştirilen faaliyet olarak tanımlanmaktadır.

Konaklama endüstrisinde, yeşil kaygılar ile ilgili uygulamalar çeşitlidir; kirliliğin önlenmesinden paydaşların bu faaliyetlere ilişkin farkındalık kampanyalarına kadar çeşitli faaliyetleri kapsayabilir. Önceki

çalışma bulgularına göre yeşil oteli çevreye zarar vermeyi en aza indirecek şekilde işleten çevre dostu bir otel olarak tanımlamaktadırlar (Iwanowski, 2003: 35).

Çevreye duyarlı bir otel olmanın popüleritesine rağmen, bu eğilimin ardındaki itici güçler çeşitlilik göstermektedir. Aslında bu alandaki çalışmalar, kurumsal sosyal sorumluluk veya çevre bilinci bağlamında yeşil uygulamaları genellikle yönetim düzeyinde açıklamaktadır. İlgili çalışmaların gözden geçirilmesiyle, otel işletmelerinin yeşil uygulamalarını yönlendiren üç itici güçten bahsedilebilir. İlk itici güç, otellere baskı yapan yeşil uygulamalara yönelik yasal düzenlemelerdir (Tzschentke vd., 2004: 117-118). Hükümet veya yasa düzenleyicilerden gelen talepler, otellerin yeşil uygulamalarını hayata geçirmelerini zorunlu kılmaktadır. Ayrıca bazı devlet uygulamaları çevreye duyarlı olma konusunda işletmeleri teşvik edici faaliyetler de yürütebilmektedir. Örneğin; Türkiye’de Kültür ve Turizm Bakanlığı’nı sürdürülebilir turizm kapsamında, çevrenin korunması, çevre bilincinin geliştirilmesi, turistik tesislerin çevreye olan olumlu katkılarının teşvik edilmesi ve özendirilmesi için 2008 yılında başlattığı “Yeşil Yıldız” sertifikası uygulaması ile bu sertifikayı alan otellere bakanlık bütçesinden elektrik enerji desteği ödemeleri yapılmaktadır.

İkinci itici güç, yeşil uygulamalardan elde edilebilecek parasal faydaları veya finansal kazanımları içerir. Örneğin, Hyatt Regency International Hotel’in Chicago’daki şubesinde geri dönüşüm yoluyla 120.000 dolar tasarruf ettiği açıklanmıştır (Enz ve Siguaw, 1999: 76). Ayrıca aynı otel şirketinin Avustralya’daki şubesinde bir enerji tasarrufu sistemi kurduğu ve bu sistemin maliyetinin 16.000 dolar olmasına karşın sadece 14 aylık bir dönemde 14.000 dolarlık bir tasarruf gerçekleştiği belirtilmiştir (Alexander, 2002: 3).

Otellerin yeşil uygulamaları benimseme konusundaki üçüncü itici güç ise, olumlu halkla ilişkiler ve pazarlamayı teşvik etmektir (Kirk, 1995: 7). Yeşil otel terimi daha fazla iş ve müşteri çekmeye yardımcı olmaktadır. Çeşitli raporlar, şirketlerin iş toplantılarını yeşil otellerde yapmak istediklerini göstermektedir. Yeşil tesisleri toplantılarını gerçekleştirebilmek için dikkate alan işletme sayısı 1997 ve 1998 yılları arasında yüzde 10 oranında arttığı belirtilmektedir (Mensah, 2004).

Yeşil uygulamaların geliştirilmesinde ve uygulanmasını hızlandıran unsurlara karşın bu uygulamaların yürütülmesinde bazı zorluklar bulunmaktadır. Bu zorluklardan birincisi, yeşil uygulamaların finansal etkinliği ile ilgili şüpheler söz konusudur. Çünkü yeşil uygulamaların işlevsel nitelikleri, yüksek maliyetli teknoloji veya sistemlerin kurulmasıyla büyük ölçüde ilişkilidir (Bohdanowicz, 2006: 189). Ancak, araştırmalar yeni sistemlerin kurulum maliyetlerinin su ve enerji tasarrufu ile ve birkaç yıl içinde atık azaltma ile dengelenebileceğini göstermektedir (Iwanowski ve Rushmore, 1994: 194). Ayrıca Meade ve Pringle (2001) yeşil uygulamalardan elde edilen tasarrufların sürekli olduğunu ve ilk yatırım için geri ödeme süresinin yaklaşık 2 yıl olduğunu ortaya koymuştur. İkinci zorluk, yeşil uygulamaların yürütülmesinin hizmet standartlarını olumsuz etkileyebileceğine dair kaygılardır. Örneğin, otellerde şampuan dağıtıcıları kullanmak şampuan kullanımında israfı azaltarak tasarruf edilmesini sağlayabilir. Ancak bu müşterilerin beklentilerine aykırı olabilir (Kirk, 1995: 5). Böyle bir durumda atıkların azaltılması için şampuan dağıtıcısının kullanılması gibi bazı yeşil uygulamalar, müşterilere verilen hizmet kalitesine dair olumsuz bir izlenim verebilir.

Uygulanmasında bazı sorunları beraberinde getiriyor olmasına rağmen daha yeşil bir yaşam sürdürmek isteyen müşterilerin sayısı artmaya devam ettiği için çevreye duyarlı müşterileri hedefleyen pazarlama planları otelcilik sektörü için bir fırsat oluşturmaktadır. Bu kapsamda yukarıda verilen tanımlardan hareketle otellerin yeşil yönetim uygulamaları ile ilgili faaliyetlerin belirlenmesi ve bu faaliyetlerin otel işletmeleri tarafından öncelik derecelerinin belirlenmesi önem arz etmektedir. Bu olgulardan yola çıkarak literatür tarandığında yeşil yönetim uygulamalarının gerek Çok Kriterli Karar Verme Teknikleri ve gerekse de bu karar verme teknikleri içinde kullanılan ENTROPİ yöntemiyle ölçülmesine yönelik bir çalışmanın olmaması konunun önemini artıran bir olgu olmaktadır. Bu nedenle çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3. Konaklama İşletmelerinde Yeşil Yönetim Uygulamaları

Sürdürülebilirlik ve çevresel kaygılar, birçok sektörün yanı sıra konaklama endüstrisinin karşılaştığı en kritik konular haline gelmiştir. Konaklama endüstrisinin çevresel zarar boyutunun büyük olmadığı düşünülürken, araştırmalar endüstrinin imalat sanayii kadar kötü olduğunu göstermiştir. Konaklama endüstrisi, günlük olarak çalışan ve önemli miktarda su ve enerji tüketen sürekli bir iş koludur. Tüm kullanım ve uygulamalar çevreye zarar verdiği ölçüde, otelin kendisinin performansı üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. Özellikle gelişmiş ülkelerde olmak üzere birçok ülke yeşil değerlendirmeler ve belgelendirmeyi savunmaktadır.

Çevre dostu uygulamaların yaygınlaştırılması, son yıllarda otellerin ana hedeflerinin önemli bir parçası haline gelmiştir. Örneğin, Amerikan Otel ve Konaklama Birliği (American Hotel and Lodging Association) tarafından 2008’de yapılan Yeşil Değerlendirme Anket çalışmasına göre, değerlendirmeye katılan şirketlerin % 90’ının yeşil uygulamaları benimsediğini ortaya koymuştur (AHLA, 2009). Bu durum, işletmelerde yeşil uygulamaların yaygınlaştırılmasının sadece yasal zorunluluktan kabul edilmediğini, aynı zamanda bu uygulamaların otel işletmeleri için de önemli bir norm haline geldiğini göstermektedir. Yeşil uygulamaların önemi göz önüne alındığında, bu alandaki araştırmalar son yıllarda büyük bir hız kazanmaktadır. Bazı araştırmalar çevresel kaygılara dikkat çekmiş, ancak bunların çoğu öncelikli olarak pazarlama stratejisi alanına odaklanmıştır.

Otellerde yeşil pazarlama faaliyetlerinin yürütülmesinde pek çok otel işletmecisi, müşterileri çekmek için yeşil otel etiketini bir pazarlama kampanyası olarak benimsemiştir (Pizam, 2009: 1). Manaktola ve Jauhari (2007) bir otelin yeşil faaliyetlerini pazarlayarak rekabet ortamında kendini belirgin bir şekilde farklı konumlandırarak rekabet gücünü artırabileceğini belirtmiştir. Ayrıca yeşil uygulamalarla birlikte yürütülen halkla ilişkiler, yerel topluluk ile daha iyi bir ilişki ve büyük finansal ve pazarlama avantajları elde edilmesini kolaylaştırabilmektedir.

Konaklama endüstrisinde çevre ile ilgili konuların büyümesi ile müşteriler, çevre konusunda bilinçlendirilmekte ve bu şekilde turizm hizmetlerini satın almaktadırlar (Ham ve Han, 2013: 744). Artan yeşil ürün ve hizmet talebini karşılamak için işletmeler, çevre dostu uygulamaları geliştirmek ve tanıtmak için önemli miktarda çaba sarf etmektedirler. Ayrıca otel sadakatinin ve rekabet avantajının, müşteri sadakati üzerinde uzun süreli etkileri olan yeşil uygulamaların yürütülmesi yoluyla geliştirilebileceği iyi bilinmektedir (Han vd., 2011: 346). Bu nedenle, giderek daha fazla sayıda otel, yeşil yönetim uygulamalarını hayata geçirmekle beraber imajlarını ve itibarlarını rakiplerinden ayırmak için sürdürülebilir programlar yürütmektedir. Bazı oteller atık azaltma ve geri dönüşüm, enerji yönetimi, yeşil tedarik ve çalışan çevre eğitim programlarını içeren yeşil uygulamaları kullanmaktadır (Jang vd., 2015: 147). Pek çok otel çevre koruma tasarımı ve çevre konusundaki farkındalığı artan potansiyel müşterileri çekmek için çalışma ortamını iyileştirmenin yollarını aramıştır. Çevreye duyarlı pek çok otel, su ve enerji tüketimini ve otel ve idari ofislerdeki atık miktarını azaltmakta ve genel olarak tüm işlemlerde daha fazla çevresel sürdürülebilirliği entegre etmeye odaklanmaktadır.

Bu kapsamda konaklama işletmelerde yeşil yönetim uygulamalarına yönelik bazı çalışmalar şunlardır;

Moreno vd., (2004) 268 otelde yaptıkları çalışmada konaklama işletmelerinin yeşil stratejileri bir rekabet aracı olarak kullandığını, çevresel yönetimde en deneyimli olan işletmelerin paydaş baskısını en çok hisseden işletmeler olduğunu ortaya koymuştur. Buna karşın ekonomik performans açısından değerlendirildiğinde işletmeler arasında gözle görülür önemli bir fark yaratmadığını saptamışlardır.

Manaktola ve Jauhari (2007) araştırma sonucunda çevre dostu uygulamaların tüketici tercih ve seçimlerin belirleyicisi olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca tüketicilerin konakladıkları yeşil otelin; çevre sertifikasyon programına katılmış olmasının, geri dönüşüm uygulamaları yapmasının ve çevre dostu ürün ve hizmetler sunmasının müşterilerin yeşil otel seçiminde etkili olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Akatay ve Aslan (2008) 23 farklı ilde faaliyet gösteren ve ISO 14001 sertifikası almış konaklama işletmelerin yeşil yönetim anlayışına karşı tutumları ve otel işletmelerini bu sertifikayı almaya yönelten sebepleri belirlemeye yönelik yaptıkları çalışmada, otellerin ISO 14001 belgesini alma nedenleri arasında birçok maddi ve manevi faktörün önemli olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Lee ve diğerleri (2010) yaptıkları çalışmada otelin yeşil imajının davranış niyeti üzerindeki etkisini tespit etmeye çalışmışlardır. Yapılan araştırma sonucunda, yeşil imajın davranış niyeti üzerinde olumlu bir etkisi olduğu saptanmıştır.

Han ve Kim (2010) yapmış oldukları çalışmada, gerekçeli eylem teorisine (TRA) dayanan genişletilmiş planlı davranış teorisini (TPB) müşterilerin yeşil otelleri tekrar ziyaret etme niyetlerinin oluşumunu daha kapsamlı bir şekilde açıklamayı amaçlamışlardır. Yapısal analiz sonucunda yeni modelde verilerle daha iyi uyum sağladığı görülmüş, TRA ve TPB karşılaştırıldığında tekrar ziyaret niyeti varyansın anlamlı ölçüde daha büyük miktarlarda açıkladığı ortaya konulmuştur.

Han vd., (2010) tarafından yapılan çalışmada; turistlerin yeşil otelleri ziyaret niyetlerini planlı davranış teorisi kapsamında yeşil otel tercihleri üzerine değerlendirmeler yapılmıştır. Araştırma sonucunda, subjektif normların ve algılanan davranış kontrolünün yeşil oteli ziyaret niyeti üzerinde pozitif bir etkisinin olduğu saptanmıştır.

Kaymaz (2012) Marmaris'te 3, 4 ve 5 yıldızlı 63 otel işletmesinin çevre yönetimi çalışmalarını ve çevreye duyarlılık seviyelerini ölçmeye yönelik yaptığı çalışmada, otellerde çevreyi koruma konusunda bilinçlenmenin olmasına karşın maliyet kaygıları ön planda olduğu, dolayısıyla gerçekleştirilen uygulamaların yetersiz olduğu tespit edilmiştir.

Atay ve Dilek (2013) yaptıkları çalışmada İbis otellerinin web sayfalarını inceleyerek, otellerde gerçekleştirilen yeşil uygulamaları tespit etmeye çalışmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre İbis otellerinin, enerji ve su tasarrufu sağlanması, yenilenebilir enerjinin desteklenmesi, atıkların ayrıştırılması ve geri dönüşümün sağlanması gibi uygulamalarda bulunduğu belirlenmiştir. Ayrıca otel personeline ve otelde kalan misafirlere çevresel farkındalığı arttırmaya yönelik eğitim verilmesi gibi uygulamalarla kendi çevre stratejisini oluşturduğu ve uygulamalarını bütün İbis otellerinde bu şekilde gerçekleştirdiği sonucuna ulaşmıştır.

Zengeni, vd., (2013) Zimbabve'deki yeşil otellerde yeşil uygulamalar ve işletme maliyetleri arasındaki ilişkiyi tespit etmeye yönelik yaptıkları araştırma sonucunda otel çalışanlarının bilinçli olması ve işletme maliyetlerinin kontrol edilmesi yeşil turizmin yeşil devrime dönüşmesi için kilit sürücüler olduğu belirlenmiş ve çalışmada otel çalışanları tarafından algılanan yeşil otelcilik ve işletme maliyetleri arasında hem negatif hem de pozitif bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Saçılık ve Çevik (2014) yaptıkları çalışmada Antakya İli'nde faaliyet gösteren Güngör Ottoman Palace Otel'in yeşil yıldız uygulama faaliyetlerini belirlemeye çalışmışlardır. Konaklama tesisinin yeşil yıldız belgesine

sahip olması ile çevre konusunda yapmış olduğu tasarruf çalışmaları sonucunda özellikle su ve enerji konuları başta olmak üzere birçok alanda tasarruf yaptıkları belirlenmiştir.

Gao ve Mattila (2014) yeşil otel tüketicilerinin yeşil otelde kalma memnuniyetlerini etkileyen, algılanan sıcaklık, aracılık, yetkinlik, ve potansiyel psikolojik mekanizmalara tepkileri belirlemeye yönelik yapılan çalışmada hizmet sunumu başarılı olması durumunda, yeşil otel müşterilerinin memnuniyetinin daha yüksek olduğu, hizmet sunumunun hatalı olması durumunda ise yeşil otel için avantaj kaybı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Genel olarak algılanan sıcaklık, yetkinlik ve aracılık ilişkisi ile hizmet sunumu, müşteri memnuniyeti ve davranışsal niyet arasında bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Tutar (2015) yaptığı çalışmada yeşil yıldız kampanyasının ve yeşil otelcilik projesinin, gerek mikro gerekse makro anlamda atık azaltımı, enerji yönetimi, su kaynakları, geri dönüşüm ve kültürel mirasın etkin yönetimi gibi konularda sorunların çözümü ile istihdama, yoksulluğa ve çevreye olan katkılarını tespit etmeye çalışmıştır. Çalışma sonucunda sürdürülebilirlik kavramının önemli olduğu ve projenin sektörde faaliyet gösteren tüm tesisler tarafından benimsenmesiyle birlikte devamlılığının geçmişten günümüze aktarılan ekolojik çevreyle ilgili ortamın korunacağı saptanmıştır.

Kim ve diğerleri (2016) turizm sektöründeki yeşil uygulamalar ile müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik yaptıkları çalışmada TripAdvisor uygulamasında misafirler tarafından yapılan çevreci otel yorumlarına dayanılarak seçilen 217 otelin yöneticilerine anket uygulanmıştır. Yapılan araştırma sonucunda, daha yeşil bir uygulama yoğunluğu ile müşteri memnuniyetinin arttığı görülmüştür.

Akandere ve Zerenler (2017) konaklama işletmelerinde görev yapan yöneticilerin yeşil tedarik zinciri yönetimi kararlarını baskılayan iç ve dış faktörlerin yeşil uygulamalar ve işletme performansı üzerine olan etkilerini araştırmaya yönelik yapılan çalışmada yeşil tedarik zinciri yönetimini baskılayan iç ve dış faktörler hem yeşil yönetim uygulamalarını hem de işletme performansını artırdığı tespit edilmiştir.

Türk ve Kara (2018), yaptıkları çalışmada konaklama işletmelerinin çevre bilinci ve yeşil yönetim anlayışına uygun etkinliklerin uygulanıyor olup olmadığını ve yeşil yönetim zihniyetini sahiplenen konaklama işletmelerinin bu yönetim zihniyetine uygun faaliyetlerde bulunmalarının sağladığı katkıları tespit etmeye çalışmışlardır. Yapılan araştırma sonucunda yeşil yönetim uygulamaları ile işletme başarı göstergeleri arasında yüksek düzeyde, anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu ve yeşil yönetim uygulamalarına önemin verilmesi durumunda işletme başarı göstergelerinde pozitif artışların daha da artabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Türkiye’de Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen ve bu araştırmadaki yeşil yönetim uygulama kriterlerinin belirlenmesinde kullanılan Yeşil Yıldız, sürdürülebilirlik kapsamında çevrenin korunması, çevre bilincinin geliştirilmesi, otel işletmelerin çevreye olan olumlu katkılarının teşvik edilmesi ve özendirilmesini amaçlayan konaklama tesislerine verilen bir belgedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 1993 yılında “Turizmde Çevreye Duyarlılık Kampanyası” başlatılmış ve talep eden ve aranan nitelikleri taşıyan konaklama işletmelerine “Çevre Dostu Kuruluş Belgesi” verilmeye başlanmıştır. Bu belge için aranan kriterler yaşanan gelişmelere paralel olarak geliştirilmiş ve 2008 yılında “Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Belgesi”1 olarak değiştirilmiştir. Bu belge ile konaklama işletmelerindeki çevreye duyarlı yapılaşmanın, işletmecilik özelliklerinin ve diğer yönleriyle çevreye olan olumlu katkıların teşvik edilmesi ve çevre bilincinin geliştirilmesi amaçlanmıştır (KTB, 2016).

Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın oluşturduğu Yeşil Yıldız yönetim uygulamalarına göre çevreye duyarlı konaklama işletmelerinin yeşil uygulama kapsamında gerçekleştirebilecekleri faaliyetler aşağıdaki gibi yedi ana alana ayrılabilir (KTB, 2016):

1. *Su tasarrufu*, atık suların farklı amaçlar için geri kazanılmasını ve temiz suyun kullanımının azaltılmasını ifade eder. Otel sektörü, çamaşır, mutfak ve temizlik gibi çeşitli bölümlerinde çok fazla su tüketmektedir. Waggett ve Arotzky (2006) otel endüstrisi bağlamında araştırmacılar, otelin su tüketiminin yıldız sayılarıyla güçlü bir şekilde ilişkili olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca, Trung ve Kumar (2005), dört yıldızlı otellerin üç yıldızlı otellerden daha fazla su tükettiğini saptamıştır.

Otel müşterilerinin doğrudan su kullanımı konusunda Fortuny vd., (2008) oteller ve diğer işletmelerle ilgili birçok su tasarrufu teknolojisinin, geri dönüş sürelerine (0.1 ile 9.6 yıl arasında) sahip olduğunu ve bu sayede ekonomik olarak cazip hale geldiğini göstermiştir. Su kayağı sistemleri, gri su (atık su) kullanımı ve yağmur suyu toplama ve yönetim sistemlerine yapılan yatırımlar, su tüketimini yılda 1,045 metreküp veya gece başına düşen % 27 daha düşük bir hacme indirgemeye yardımcı olabileceği tespit edilmiştir.

2. *Enerji verimliliği*, enerji kullanımını azaltan ve daha düşük maliyetlerde aynı düzeyde enerji hizmeti veren faaliyetler anlamına gelir. Konaklama endüstrisi hizmet kalitesini ve imajını geliştirmeye çalışırken çok fazla enerji kullanımı söz konusudur. Enerji kullanımı her ne kadar otel tesisinin tipi, büyüklüğü ve yaşı ve /veya oda sayısına göre değişse de, enerji tüketimini azaltmanın en yaygın yöntemleri sıcaklık dereceleri ve aydınlatmaları kontrol etmekten geçmektedir.

ABD’de, hem oteller hem de moteller için uygulama ve işletme maliyetleri ile ilgili olarak yapılan bir araştırmada enerji, yalnızca işletme maliyetlerinin yaklaşık %6’sını içerdiği saptanmıştır. Oteller ağırlıklı olarak soğutma ve ısıtma gibi tüm uygulamalarda elektriği kullanmaktadır. Enerji verimliliğini teşvik eden pozitif yeşil turizm uygulamaları, enerji verimli ekipman kullanıldığında enerji harcamalarında % 10 - % 25 arasında bir tasarruf sağlandığı belirtilmiştir (Zengeni vd., 2013: 66).

3. *Yenilenebilir enerji kaynakları*, doğal çevrede sürekli tekrarlanan enerji akımlarının nicelik ve niteliklerini bozmayacak biçimde kullanımı ya da doğanın kendi evrimi içinde, bir sonraki gün aynı şekilde mevcut olabilen enerji kaynağı olarak tanımlanabilir (Erdoğan vd., 2009: 25). Yeşil yönetim uygulamaları içerisinde otel işletmeleri enerji ihtiyaçlarını tamamıyla ya da belirli bir kısmını yenilenebilir ve çevreyi kirletmeyen alternatiflere (solar termal ve elektrik, rüzgâr gücü vb.) dayandırması söz konusudur. Otel işletmeleri, yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanarak tesislerin enerji ihtiyacını karşılamaktadır. Ayrıca yenilenebilir enerji kaynaklarından yararlanılarak hem ciddi bir maliyet tasarrufu sağlanmakta hem de bu yolla çevrenin korunmasına katkı sağlanmaktadır.

4. *Çevreye uyumlu yapı*, Dolayısıyla çevreye duyarlı ve sürdürülebilirlik ilkesini benimsemiş eko konaklama tesislerinin; bulunduğu doğal ve kültürel çevreyi koruması, yapımı sırasında doğal çevreye olumsuz etkilerin en aza indirilmesi, çevreye uyumlu mimari özelliklere sahip olmasını kapsar.

5. *Çevreye duyarlı planlama uygulamaları*, ekolojik çevreyi karar alma süreçlerinde önemli bir faktör olarak gören, uygulamalarında çevreye verilen zararı en aza indirmeyi ya da tamamen ortadan kaldırmayı amaçlayan ve bu çerçevede, sunduğu ürün ve hizmetlerin süreçlerini değiştiren, ekolojik çevrenin korunması felsefesini işletme kültürüne yerleştirmek için uğraşan, sosyal sorumluluk bünyesinde topluma karşı görevlerini yerine getiren konaklama işletmelerin benimsediği planlama ve uygulamaları içerir (Nemli, 2001: 212-213).

6. *Geri dönüşüm ve atık yönetimi*, yeni kaynakların tüketimini azaltma ve potansiyel olarak faydalı malzemelerin israfını önlemeye yönelik çabaları ifade eder. Oteller, atıklarının % 80'ini geri dönüştürebilirler. Okazaki, ve diğerleri (2008) çalışmalarında, atık azaltma uygulamalarına katılan çalışan sayısı ile atık azaltımının etkinliği arasında zayıf bir ilişki bulunmuştur. Bu, otellerdeki atık azaltma uygulamalarının, başta otel çalışanları olmak üzere, ilgili tüm taraflar arasında eğitim ve farkındalık gerektirdiği anlamına gelmektedir.

Konaklama işletmelerinde özellikle yiyecek ve içecek servis alanı, ambalaj ve gıda atıkları, alüminyum kutular, cam şişeler, mantarlar ve yemeklik yağlar gibi çeşitli katı ve organik atıklar ortaya çıkmaktadır. Temizlik işlemlerinde ayrıca temizlik malzemeleri ve plastik ambalajlar kullanılmaktadır. Tesisin müşterilere hizmet sunumunda kullandığı faaliyetlerden gelen katı atıklara ek olarak, idari işlemler için kullanılan toner kartuşları, kağıt ve karton atıklar gibi büyük miktarda katı atık ortaya çıkmaktadır (Zengeni vd., 2013: 67).

7. *Çevre bilinci konusunda verilen eğitimler*, Yeşil uygulamaların otelcilik endüstrisine uygulanmasını daha iyi anlamak için otel çalışanlarının yeşil uygulamaları nasıl algıladığını belirlemeye ihtiyaç vardır. Önceki çalışmalar, çalışanların yeşil uygulamalara bakış açılarını incelememiştir, bunun yerine misafir algılarına ve yöneticilerin tutumlarına odaklanmıştır (Zengeni vd., 2013: 67). Bu nedenle çalışanların yeşil turizm kavramı ve işletme maliyetleri konusundaki farkındalık düzeylerini ölçmek önemlidir. Stein (2012) 'e göre, çalışanların farkındalık düzeyleri temel olarak demografik özellikler, yaş, cinsiyet ve eğitim düzeyi gibi kişisel özelliklerden etkilenmektedir. Ancak, çalışanın farkındalığını etkilemek için işveren büyük bir rol oynamaktadır. Çalışanın yeşil uygulama farkındalığını arttırabilmek için ise eğitimler verilmesi gerekir.

4. Araştırmanın Yöntemi

1960'lı yıllarda karar verme işlerine yardımcı olacak bir takım araçların gerekli görülmesiyle geliştirilmeye başlanan Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri (ÇKKV), ulaşılmak istenen hedefi birçok parametre ile uygulayan yöntemlerdendir. Alternatifler arasında karar verme probleminin fazla olduğu durumlarda karar verme mekanizmasını kontrol eden ve karar sonucunu mümkün olduğu kadar kolay ve çabuk elde etmeye yarayan günümüzde çok fazla alanda kullanılan yöntemlerden biridir (Herişçakar, 1999: 245-2). Öte yandan ÇKKV yöntemlerinden ENTROPİ'nin uygulama adımları çalışmanın doğruluğunu, geçerliliğini ve güvenilirliğini ortaya koyan unsurlardır. Konaklama işletmelerinde yeşil yönetim uygulamalarına yönelik ENTROPİ yönteminin kullanıldığı çalışmaya rastlanılmamıştır. Ancak çeşitli alanlarda ENTROPİ yönteminin kullanıldığı bazı çalışmalar incelenebilir. Örneğin;

Shemshadi - Shirazi vd. (2011) yılında tedarikçi seçimi kriterlerini, Lee, vd., (2012) nakliye firmaların mali durumlarını, Alp vd. (2015) kurumsal sürdürülebilirlik performanslarını, Ömürbek vd., (2016) otomotiv firmaların performanslarını, Korucuk vd., (2019) otel işletmelerinde hizmet kalitesi standartlarını ENTROPİ yöntemi ile önceliklendirmişlerdir. Diğer yandan ÇKKV yöntemleri istatistiksel analizlerde olduğu gibi bir örneklem külesinden ana küleyle genelleme yapmak için kullanılan yöntemlerden değildir. Bu yöntemler subjektif ve objektif kriterlerin bir arada değerlendirilebildiği ve uzman görüşlerine göre analizin gerçekleştirildiği yöntemlerdendir. Yine bu yöntemlerde bir grup kararına göre değerlendirme olabileceği gibi tek uzman görüşü ile de çalışma şekillenebilir. Bu çalışmada ÇKKV Yöntemlerinden ENTROPİ'den faydalanılmış ve 15 uzman görüşü alınarak çalışma şekillendirilmiştir.

Araştırmada Kültür ve Turizm Bakanlığı'nun yeşil yıldız kriterleri temel alınmıştır. Bu çerçevede Giresun'da otel işletmelerinde yeşil yönetim kriterlerinin belirlenmesinde Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) yöntemi olan ENTROPİ'den faydalanılmış ve kriter ağırlıkları ENTROPİ ile belirlenmiştir.

4.1.ENTROPİ Ağırlık Yöntemi

Termodinamiğin ikinci yasası olan ENTROPİ terimi ilk defa 1965 yılında Rudolph Clausius tarafından bir sistemdeki düzensizliğin ve belirsizliğin bir ölçüsü olarak ifade edilmiştir (Zhang Gu vd., 2011: 444). Günümüzde başta fizik bilimi olmak üzere matematik ve mühendislik bilimlerinde sıklıkla kullanılan ENTROPİ terimi Shannon (1948) tarafından enformasyon teorisine uyarlanmıştır. ENTROPİ yöntemi mevcut verinin sağladığı faydalı bilginin miktarını ölçmek için kullanılmaktadır (Wu - Sun vd. 2011: 5163).

ENTROPİ, gerçeği yansıtan ağırlıklandırma yöntemlerinden biridir. Ortaya konulan probleme ilişkin maksimum belirsizlik ya da minimum belirliliği açıklamada etkin yöntemlerden biri olan ENTROPİ aynı zamanda insan kaynaklı hataları da ortadan kaldırmaktadır. Uygulamada yöntemdeki değer küçüldükçe düzensizlik derecesi de küçülmektedir (Wu vd., 2011: 5163-5165; Çiçek, 2013: 59)

ENTROPİ Ağırlık yönteminin uygulama adımları ise aşağıda verilmiştir. (Abdullah ve Otheman, 2013: 26; Malekian ve Azarnivand, 2016: 416-417)

1.Aşama: Başlangıç Karar Matrisinin Oluşturulması

m tane karar alternatifi ve n tane değerlendirme kriterine sahip olan çok kriterli karar problemi için aşağıdaki şekilde bir başlangıç karar matrisi oluşturulur.

$$X_{m \times n} = \begin{matrix} & X_{11} & X_{12} & \dots & X_{1j} \\ X_{21} & X_{21} & X_{22} & \dots & X_{2j} \\ & & & & \vdots \\ X_{i1} & X_{i1} & X_{i2} & & X_{ij} \end{matrix}$$

2.Aşama: Başlangıç Karar Matrisinin Normalize Edilmesi

Normalizasyon işleminde kriterlerin fayda (1) ya da maliyet (2) yönlü olmasına göre aşağıdaki formüller uygulanır:

$$P_i = \frac{X_{ij} - X_j^{\min}}{X_j^{\max} - X_j^{\min}} \quad i = 1, \dots, m; j = 1, \dots, n \quad (1)$$

$$P_i = \frac{X_j^{\max} - X_{ij}}{X_j^{\max} - X_j^{\min}} \quad i = 1, \dots, m; j = 1, \dots, n \quad (2)$$

Başlangıç matrisi normalize edildikten sonra $R=[r_{ij}]_{m \times n}$ matrisinde gösterilerek eşitlik (3)'ten faydalanılmaktadır.

$$P_i = \frac{r_{ij}}{\sum_{i=1}^m r_{ij}} \quad (3)$$

3.Aşama: ENTROPİ Değerinin Hesaplanması

ENTROPİ değeri (E_j), aşağıdaki eşitlik (4) yardımıyla hesaplanmaktadır:

$$E_j = -k \sum_{i=1}^m P_{ij} \cdot \ln(P_{ij}) \quad (4)$$

Burada k değeri, $k = (\ln(m))^{-1}$ formülü ile hesaplanmaktadır.

4.Aşama: Farklılaşma Derecesinin Hesaplanması

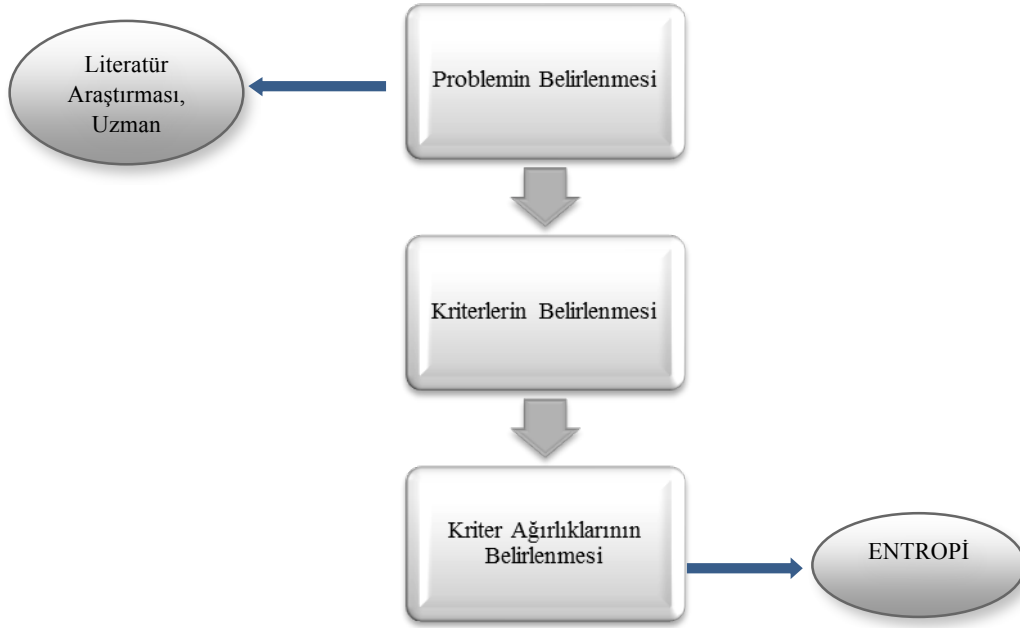
ENTROPİ değerinin farklılaşma derecesi (d_j), eşitlik (5) yardımıyla hesaplanmaktadır:

$$d_j = 1 - E_j; V_j \quad (5)$$

5.Aşama: ENTROPİ Ağırlığının Hesaplanması

Her bir kriterin nesnel ağırlığı (W_j), eşitlik (6)'ya göre tanımlanmaktadır:

$$W_j = \frac{d_j}{\sum_{j=1}^n d_j} V_j \quad (6)$$

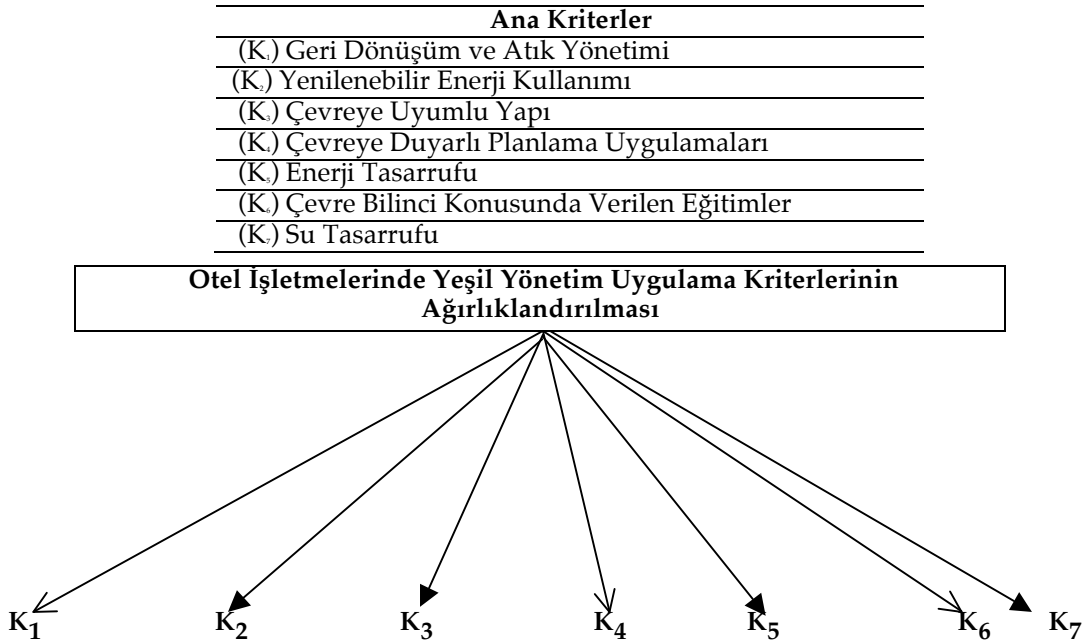


Şekil 1. ENTROPİ Uygulama Aşamaları

5. Bulgular

Çalışmada, Giresun'da otel işletmelerinde yeşil yönetim uygulamalarında kullanılacak kriterlerin değerlendirilmesi için çok kriterli karar modeli oluşturulmuştur. Şekil 1'de verilen modelde ENTROPİ değerlendirme modeli adımları uygulanmıştır. Modele göre öncelikle uzman görüşleri ile literatür taramasından faydalanılarak otel işletmelerindeki yeşil yönetim uygulamalarına ilişkin kriterler belirlenmiştir. Belirlenen kriterler eşit öneme sahip olmadığından kriterlerin ağırlıklandırılmasına ihtiyaç duyulmuştur. Bu çerçevede, ENTROPİ tekniği ile yeşil yönetim uygulamaları olan otel işletmelerinde yeşil yönetim uygulamalarına ilişkin kriterler ağırlıklandırılmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yeşil yıldızlı otel kapsamında oluşturulan kriterlerden faydalanılarak Tablo 1 oluşturulmuştur.

Tablo 1. Karar Kriterleri



Şekil 2. Hiyerarşik Yapı

5.1. Kriterlerin Ağırlıklandırılması

ENTROPİ yönteminden yararlanılan bu aşamada kriterlerin değerlendirilmesi için karar matrisi oluşturulmuştur. Konunun paydaşları olan akademisyenlere (3), işletme yöneticilerine (10), Ticaret ve Sanayi Odası yetkililerine (2) toplamda 15 anket sunulmuştur. Görüşlere ilişkin tablolar Ekler kısmında

sunulmuştur. Bu doğrultuda kriterlerin ağırlıklandırılmasına yönelik olarak ENTROPİ ile ağırlıklar belirlenmiş ve Tablo 2’de yer alan kriter ağırlıkları elde edilmiştir.

Tablo 2. Kriter Ağırlıkları Tablosu

	K.	K.	K.	K.	K.	K.	K.
Ağırlık	0,144	0,142	0,143	0,143	0,146	0,138	0,144

Tablo 2’ye göre otel işletmelerinde yeşil yönetim uygulamaları için en önemli ana kriter olarak “Enerji Tasarrufu” kriteri olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca sırasıyla “Geri Dönüşüm ve Atık Yönetimi” ile “Su Tasarrufu” kriterleri ile “Çevreye Uyumlu Yapı” ile “Çevreye Duyarlı Planlama Uygulamaları” eşit düzeyde olduğu ve bu kriterleri “Yenilenebilir Enerji Kullanımı” kriterinin takip ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Öte yandan nispeten daha az öneme sahip ana kriterin ise “Çevre Bilinci Konusunda Verilen Eğitimler” olduğu tespit edilmiştir. Tablo 2’deki yeşil yönetim kriterlerinin ağırlıklarının birbirine yakın değerler almasının başlıca nedenleri olarak; alınan kriterlerin Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın yeşil yıldız kriterlerinin temeli olması ve bu kriterlerin otel sektöründe çevresel sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için önem arz etmesi gösterilebilir.

6. Sonuç ve Öneriler

Tüm dünyada doğal kaynaklar ve enerji tüketiminin sürekli artıyor olması, yenilenemeyen enerji kaynaklarının tükenme tehdidi, küresel ısınmanın da etkisiyle çevre döngüsünün tehlikeye girmesi, sanayileşme, hızlı nüfus artışına bağlı olarak üretim ve tüketim faaliyetlerinin yükselmesi vb. nedenlerle meydana gelen çevresel sorunlar, her geçen gün insanlığın geleceğini olumsuz yönde etkilemektedir.

Çevreyi korumanın dünya çapında artan bir endişe kaynağı haline gelmesi, son yıllarda otel işletmecilerinin aktif olarak otellerin çevre dostu bir şekilde yönetilmesi ve işletilmesine neden olmuştur. Bununla birlikte yeşil otel uygulamalarına ilişkin konunun paydaşlarının yeşil otel açısından hangi kriterlere daha önem verdiği bilinmemektedir. Bu nedenle, bu çalışmada Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yeşil yıldızlı otel kapsamında oluşturulan kriterlerin paydaşlar açısından hangilerinin daha önemli olduğu araştırılmıştır.

Çalışmada Giresun ilinde yeşil yönetim uygulamaları yürüten otel yöneticileri ve turizm alanında çalışan bazı yöneticilere anket yapılmıştır. Yapılan anketler neticesinde Giresun ilindeki yeşil yönetim uygulamaları tespit edilmiştir. Bu yeşil yönetim uygulamaları için en önemli ana kriter olarak “Enerji Tasarrufu” kriteri olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca sırasıyla “Geri Dönüşüm ve Atık Yönetimi” ile “Su Tasarrufu” kriterleri ile “Çevreye Uyumlu Yapı” ile “Çevreye Duyarlı Planlama Uygulamaları” eşit düzeyde olduğu ve bu kriterleri “Yenilenebilir Enerji Kullanımı” kriterinin takip ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Öte yandan nispeten daha az öneme sahip ana kriterin ise “Çevre Bilinci Konusunda Verilen Eğitimler” olduğu tespit edilmiştir.

Bu kapsamda “Enerji Tasarrufu” ve “Su Tasarrufu” kriterlerinin Zengeni vd., (2013) Saçılık ve Çevik (2014), Tutar (2015) çalışmaları ile benzeştiği tespit edilmiştir. Ayrıca “Geri Dönüşüm ve Atık Yönetimi” kriteri Atay ve Dilek (2013), Tutar (2015) çalışmalarıyla örtüştü saptanmıştır. Öte yandan “Çevre Bilinci Konusunda Verilen Eğitimler” kriterinin Stein (2012) ve Atay ve Dilek (2013) çalışmalarıyla benzeşmediği belirlenmiştir.

Bu sonuçlara göre Giresun ilinde otel işletmelerinde yeşil yönetim uygulamaları için ilk olarak “Enerji Tasarrufu” faktörünün ele alınması ve işletmelerin enerji tasarrufu sağlayacak ilgili çalışmaları yapması uygun olacaktır. Bununla birlikte “Geri Dönüşüm ve Atık Yönetimi” ile “Su Tasarrufu” faktörlerine eşit derecede önem vererek kaynakların tüketiminde israfı azaltarak ve potansiyel olarak faydalı malzemelerin israfını önlemeye yönelik çalışmaları yürütmesi gerekmektedir.

Öte yandan hükümet politikaları ve çevreci yaklaşımlar katma değere dönüştürmeye yönelik projeler ile desteklenerek kamu ve özel sektör teşvik edilmelidir. Gelecek nesillere yaşanabilir bir çevre bırakmak için farkındalık programları ve uygulamaları artırılmalı gerekirse yaptırım gücü ile sürdürülmelidir.

Ayrıca söz konusu çalışma, gelecekte diğer çok kriterli karar verme ve / veya parametrik veya parametrik olmayan diğer yöntemler ile değerlendirilebilir. Aynı zamanda bulanık mantık ilave edilerek geliştirilebilir ve sonuçlar kıyaslanarak tartışılabilir.

Kaynakça

- Abdullah L. and Otheman A. (2013). A New Weight for Sub-Criteria in Interval Type- 2 Fuzzy TOPSIS and Its Application, *I. J. Intelligent Systems and Applications*, 2, 25-33.
- AHLA (2009), *The 2009 North America Hotel Guest Satisfaction Index*, <http://businesscenter.jdpower.com/news/pressrelease.aspx?ID=2009133>, (Erişim tarihi: 08 Aralık 2018).
- Akandere, G. ve Zerenler, N. (2017). Yeşil Otellerde Tedarik Zinciri Yönetimi ve İşletme Performansı, *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2, 77-98.
- Akatay, A. ve Aslan, Ş. (2008). Yeşil Yönetim ve İşletmeleri ISO 14001 Sertifikası Almaya Yönelten Faktörler, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(1), 301-313.
- Alexander, S. (2002). *Green hotels: Opportunities and Resources for Success. Zero Waste Alliance*, http://www.academia.edu/4883364/GREEN_HOTELS_Opportunities_and_Resources_for_Success_A_Zero_Waste_Approachgoing_beyond_best_practices_2_Energy_Efficiency_3_Water_Conservation_5_Solid_Waste_6_Certification_and_Benchmarking_Recommendations_7_Conclusion_8_Zero_Waste_Alliance_Green_Hotels_Background, 1-9.
- Alp, İ., Öztel, A. ve Köse, M.S. (2015). ENTROPİ Tabanlı MAUT Yöntemi ile Kurumsal Sürdürülebilirlik Performansı Ölçümü: Bir Vaka Çalışması, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11 (2), 65-82.
- Atay, L. ve Dilek, S. E. (2011), Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Sağlamada Turizm İşletmelerinin Yeşil Ürün Uygulamaları, *12. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, Düzce, 17-31.
- Bohdanowicz, P. (2005). European Hoteliers' Environmental Attitudes: Greening The Business, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 46, 188-204.
- Chan, E. S. W. (2013). Gap Analysis of Green Hotel Marketing, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(7), 1017-1048.
- Connolly, J. and Prothero, A. (2003). Sustainable Consumption: Consumption, Consumers and the Commodity Discourse, *Consumption Markets and Culture*, 6(4), 275-291.
- Çiçek H. (2013). Maksimum ENTROPİ Yöntemi İle Türkiye'deki Coğrafi Bölgeleri Yıllık Hava Sıcaklık Değerlerinin İncelenmesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Afyonkarahisar.
- Enz, C. A. and Siquaw, J. A. (1999). Best Hotel Environmental Practices, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 40(5), 72-77.
- Erdoğan, H., Gümüş, B., Efe, S. B., Kutlu, C., Bayındır, H., Yakut, B. Y., Çıra, F. ve Aslan, R. (2009), Yoğunlaştırıcı Güneş Enerji Santralleri ve Ilısu HES'e Alternatif Olarak Güneydoğu Anadolu Bölgesine Uygulanabilirliği, *5.Yenilenebilir Enerji Kaynakları Sempozyumu*, Diyarbakır: TMMOB, 11-28.
- Fortuny M, Soler R, Cánovas C. and Sánchez A. (2008). Technical Approach For A Sustainable Tourism Development. Case Study In The Balearic Islands, *Journal of Cleaner Production*, 16(7), 860-8699.
- Gao, Y., L. and Mattila, A., S. (2014). Improving Consumer Satisfaction in Green Hotels: The Roles of Perceived Warmth, Perceived Competence, and CSR Motive, *International Journal of Hospitality Management*, 42, 20-31.
- Ham, S. and Han, H. (2013). Role of Perceived Fit with Hotels' Green Practices in the Formation of Customer Loyalty: Impact Of Environmental Concerns, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(7): 731-748
- Han, H. and Kim, Y. (2010). An Investigation of Green Hotel Customers' Decision Formation: Developing an Extended Model of the Theory of Planned Behavior, *International Journal of Hospitality Management*, 29, 659-668.
- Han, H., Hsu, L. and Sheu, C. (2010). Application of the Theory of Planned Behavior to Green Hotel Choice: Testing the Effect of Environmental Friendly Activities, *Tourism Management*, 31, 325-334.
- Han H, Hsu LTJ, Lee JS. and Sheu, C. (2011), Are Lodging Customers Ready To Go Green? An Examination Of Attitudes, Demographics, And Eco-Friendly Intentions, *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 345-355.
- Heriçakar, E. (1999), Gemi Ana Makine Seçiminde Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri AHP ve SMART Uygulaması, *Gemi İnşaatı ve Teknolojisi Teknik Kongresi*, İstanbul, 240-256.
- Iwanowski, K. and Rushmore, C. (1994). Introducing the Eco-Friendly Hotel, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 35(1), 34-38.

- Jang Y.J., Kim W.G. and Lee H.Y. (2015), 'Coffee Shop Consumers' Emotional Attachment and Loyalty to Green Stores: The Moderating Role of Green Consciousness, *International Journal of Hospitality Management*, 44, 146-156.
- Kaymaz, M. (2012), Turizm Sektöründe Çevre Yönetimi: Marmaris'teki Konaklama İşletmeleri Örneği, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Muğla.
- Kim J., Y., Hlee S. and Joun Y., (2016). Green Practices of the Hotel Industry: Analysis Through the Windows of Smart Tourism System, *International Journal of Information Management*, 36, 1340-1349.
- Kim, W. G., Li, J. J., Han, J. S. and Kim, Y. (2017). The Influence of Recent Hotel Amenities and Green Practices on Guests' Price Premium and Revisit Intention, *Tourism Economics*, 23(3), 576- 593.
- Kirk, D. (1995). Environmental Management in Hotels, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 7(6), 3-8.
- Korucuk, S. (2018). Yeşil Lojistik Uygulamalarının Rekabet Gücü ve Hastane Performansına Etkisinin Lojistik Regresyon Analizi İle Belirlenmesi: Ankara İli Örneği, *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19 (1), 280-299.
- Korucuk, S., Akyurt, H., ve Turpcu, E. (2019), Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin ENTROPİ Yöntemi İle Ölçülmesi: Giresun İlindeki Üç Yıldızlı Oteller Üzerine Bir Araştırma, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (1), 709-729.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2016), Çevreye Duyarlılık Kampanyası (Yeşil Yıldız), <http://yigm.kultur-turizm.gov.tr/TR,11596/cevreye-duyarlilik-kampanyasi-yesilyildiz.html>, (Erişim tarihi: 13 Aralık 2018).
- Lee, J., S., Hsu, L., T., Han, H. and Kim, Y. (2010). Understanding How Consumers View Green Hotels: How a Hotel's Green Image Can Influence Behavioural Intentions, *Journal of Sustainable Tourism*, 18 (7), 901-914
- Lee, P. T. W., Lin, C. W. and Shin, S. H. (2012). A Comparative Study on Financial Positions of Shipping Companies in Taiwan and Korea Using ENTROPY and Grey Relation Analysis, *Expert Systems with Applications* 39, 5649-5657.
- Malekian, A. and Azarnivand, A. (2016). Application of Integrated Shannon's ENTROPY and VIKOR Techniques in Prioritization of Flood Risk in the Shemshak Watershed, Iran, *Water Resources Management*, 30, 409-425.
- Manaktola, K. and Jauhari, V. (2007). Exploring Consumer Attitude and Behaviour Towards Green Practices in the Lodging Industry in India, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(5), 364-377.
- Mensah, I. (2004). Environmental Management Practices in US Hotels, *Hotel Online*. Retrieved from http://hotel-online.com/News/PR2004_2nd/May04_EnvironmentalPractices.html, (Erişim tarihi: 25 Kasım 2018).
- McDaniel, S. and Rylander, D. (1993). Strategic Green Marketing, *The Journal of Consumer Marketing*, 10(3), 4-10.
- Moreno, C., E., Lorente, C., J. and Jiménez, D., B., J. (2004). Environmental Strategies in Spanish Hotels: Contextual Factors and Performance, *The Service Industries Journal*, 24(3) 101-130.
- Nemli, E. (2001). Çevreye Duyarlı Yönetim Anlayışı, *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 23/24, 211-224.
- Okazaki, W. K., Turn, S. Q. and Flachsbart, P. G. (2008). Characterization of Food Waste Generators: A Hawaii Case Study, *Waste Management*, 28, 2483-2494.
- Ömürbek, N., Karaatlı, M, ve Balcı, H, F, (2016). ENTROPİ Temelli MAUT ve SAW Yöntemleri ile Otomotiv Firmalarının Performans Değerlemesi, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31/1, 227-255.
- Pizam, A. (2009), Green Hotels: A Fad, Ploy or Fact of Life?, *International Journal of Hospitality Management*, 28(1), p. 1., <https://www.deepdyve.com/lp/elsevier/green-hotels-a-fad-ploy-or-fact-of-life-KGA5J5c0DX>, (Erişim tarihi: 29 Kasım 2018).
- Polonsky, M.J. (2011). Transformative Green Marketing: Impediments and Opportunities, *Journal of Business Research*, 64(12), 1311-1319.
- Prendergast, G. and Man, H.W. (2002). The Influence of Store Image on Store Loyalty in Hong Kong's Quick Service Restaurant Industry, *Journal of Foodservice Business Research*, Vol. 5 1, 45-59.

- Saçılık, M. Y. ve Çevik, S. (2014), Çevreye Duyarlı Otelcilik Kapsamında Yeşil Yıldız Uygulaması: Antakya Güngör Ottoman Palace Örneği, 9. Uluslararası Kongre: Turizm İşletmeciliğinde Yeni Perspektifler, Burhaniye / Balıkesir.
- Shemshadi, A., Shirazi, H., Toreihi, M. and Tarokh, M.J. (2011). A Fuzzy VIKOR Method for Supplier Selection Based on ENTROPY Measure for Objective Weighting, *Expert Systems with Applications*, 38(10), 12160-12167.
- Shil, P. (2012). Evolution and Future of Environmental Marketing, *Asia Pacific Journal of Marketing & Management Review*, 1(3), 74-81.
- Stein, T.V., Denny, C.B. and Pennisi, L.A. (2003). Using Visitors' Motivation to Provide Learning Opportunities at Water-Based Recreation Areas, *Journal of Sustainable Tourism*, 11(5), 404-425.
- Trung, D. N. and Kumar, S. (2005). Resource Use and Waste Management in Vietnam Hotel Industry, *Journal of Cleaner Production*, 13, 109-116.
- Tutar, F. K. (2015). Yeşil Ekonomi, Yeşil Turizm: Türkiye'de Turizm Sektöründe Yeni Trend Yeşillenen Oteller Projesi, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(13), 328-352.
- Türk, M. ve Kara, E. (2018). Konaklama İşletmelerinde Çevre Bilinci ve Yeşil Yönetim Uygulamalarının İşletme Başarısına Katkısı: Muğla İli üzerine Bir Araştırma, *OPUS (Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi)*, 8(15), 848-876.
- Tzschentke, N., Kirk, D. and Lynch, P. A. (2004). Reasons for Going Green in Serviced Accommodation Establishments, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(2), 116-124.
- Waggett, R. and Arotzky, C. (2006), *Key Performance Indicators for Water Use in Hotels*, CIRIA W10. London.
- Wu, J., Sun, J., Liang, L. and Zha, Y. (2011). Determination of Weights for Ultimate cross Efficiency Using Shannon ENTROPY, *Expert Systems With Applications*, 38(5), 5162-5165.
- Zengeni, N. and Muzambi, S. (2013). Hoteliers' Perceptions of the Impacts of Green Tourism on Hotel Operating Costs in Zimbabwe: The Case of Selected Harare Hotels, *Australian Journal of Business and Management Research*, 2(11), 64-73.
- Zengeni, N., Zengeni, D., M., F. and Muzambi, S. (2013). Hoteliers Perceptions of the Impacts of Green Tourism on Hotel Operating Costs in Zimbabwe: The Case of Selected Harare Hotels, *Australian Journal of Business and Management Research*, 2(11), 64-73.
- Zhang, H., Gu, C.L., Gu, L.W. and Zhang, Y. (2011). The Evaluation of Tourism Destination Competitiveness by TOPSIS & Information ENTROPY - A case in the Yangtze River Delta of China, *Tourism Management*, 32, 443-451.

EKLER

EK:1. Karar Vericilerin Kriterler Üzerinden Elde Ettikleri Karar Matrisi

Kriterler	K ₁	K ₂	K ₃	K ₄	K ₅	K ₆	K ₇
K ₁	1	3,63	4,07	3,01	3,17	4,22	5,35
K ₂	2,75	1	3,13	5,15	2,47	3,17	4,75
K ₃	3,70	2,76	1	4,19	3,4	2,22	3,25
K ₄	6,60	5,39	4,25	1	6,24	4,20	2,40
K ₅	1,97	4,72	2,44	5,55	1	2,19	1,99
K ₆	2,46	3,46	3,11	6,25	2,55	1	2,37
K ₇	3,21	5,44	6,15	3,15	1,45	3,75	1

EK:2. Normalize Dağılım Tablosu

Kriterler	K ₁	K ₂	K ₃	K ₄	K ₅	K ₆	K ₇
K ₁	0,046	0,138	0,169	0,106	0,156	0,203	0,253
K ₂	0,127	0,038	0,130	0,182	0,122	0,153	0,225
K ₃	0,171	0,105	0,041	0,148	0,168	0,107	0,154
K ₄	0,304	0,204	0,176	0,035	0,308	0,202	0,114
K ₅	0,091	0,179	0,101	0,196	0,049	0,106	0,094
K ₆	0,113	0,131	0,129	0,222	0,126	0,048	0,113
K ₇	0,148	0,205	0,254	0,111	0,071	0,181	0,047