

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM BELGELİ VE SERTİFİKALI KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN TAVSİYE EDİLMELERİNDE ETKİLİ FAKTÖRLERİN İNCELENMESİ: KAYAK OTELLERİ ÖRNEĞİ

EXAMINATION OF THE FACTORS AFFECTING THE RECOMMENDATION OF SUSTAINABLE TOURISM CERTIFIED AND CERTIFIED ACCOMMODATION ESTABLISHMENTS: THE CASE OF SKI HOTELS

Özlem ŞENEL* - Derya ŞAHİN**

Öz

Dünya kaynaklarının bugünkü ve gelecekteki nesiller için korunabilmesi amacıyla turizm sektörüne önemli roller düşmekte olup sektörün gelişiminde ve devamlılığında sürdürülebilir turizm önemli bir görev üstlenmektedir. Bu doğrultuda Türkiye'de Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi kriterlerine uyum sağlamak amacıyla "Sürdürülebilir Turizm Sertifikasyon Programı" başlatılmıştır. Bu kapsamda araştırmanın amacı sürdürülebilir turizm belgesi ve sertifikasına sahip otellerin tavsiye edilmesi üzerinde etkili faktörlerin tespit edilmesidir. Bu amaçla www.otelpuan.com web sitesi üzerinden birinci ve ikinci aşama belgeli ve üçüncü aşama sürdürülebilir turizm sertifikasına sahip toplam üç otele yönelik, 554 adet müşteri değerlendirmesi üzerinden ikili lojistik regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre müşterilerin otele yönelik yemek, oda, hizmet ve fiyat/performans kriterlerindeki puan artışının tavsiye etme olasılıklarını artırdığı belirlenmiştir. Ancak otelin sürdürülebilir turizm aşaması (birinci aşama/ikinci aşama/üçüncü aşama), değerlendirme yapılan yıl (2021/2022/2023/2024), otelde konaklama şekli (yalnız/aile ile/çift olarak/arkadaşlar ile) kriterlerinin anlamlı bir etkisi tespit edilememiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir turizm sertifikası, Tavsiye etme, Sosyal medya, Kayak otelleri, İkili lojistik regresyon analizi.

Abstract

In order to preserve the world's resources for current and future generations, the tourism sector also has significant roles to play. Sustainable tourism plays an important role in the development and continuity of the sector. In this context, the "Sustainable Tourism Certification Program" has been initiated in Turkey to comply with the Global Sustainable Tourism Council criteria. The aim of this research is to identify the factors that influence the recommendation of hotels with a sustainable tourism certification. For this purpose, a binary logistic regression analysis was conducted on 554 customer reviews for a total of three hotels with first and second-stage certification and third-stage sustainable tourism certification on the otelpuan.com website. According to the analysis results, it was determined that an increase in customers' ratings for food, room, service, and price/performance criteria

Article Info

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 7/08/2024

Kabul Tarihi: 14/11/2024

Atf

Şenel, Ö., & Şahin, D. (2024). Sürdürülebilir Turizm Belgeli ve Sertifikalı Konaklama İşletmelerinin Tavsiye Edilmelerinde Etkili Faktörlerin İncelenmesi: Kayak Otelleri Örneği. *Anasay* 30, 180-195.


Research Article

Received: 07/08/2024

Accepted: 14/11/2024

Cite this article as:

Şenel, Ö., & Şahin, D. (2024). Examination of the Factors Affecting the Recommendation of Sustainable Tourism Certified and Certified Accommodation Establishments: The Case of

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu Bil MYO, Dış Ticaret (TR) Programı, ozlemsenel@aydin.edu.tr, **ORCID ID**  <https://orcid.org/0000-0003-4350-5300>.

** Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu Bil MYO, Halkla İlişkiler ve Tanıtım (TR) Programı, deryasahin2@aydin.edu.tr, **ORCID ID**  <https://orcid.org/0000-0002-5894-1554>.

increased the likelihood of recommendation. However, the hotel's sustainable tourism stage (first stage/second stage/third stage), the year of review (2021/2022/2023/2024), the type of accommodation (alone/with family/as a couple/with friends) criteria did not have a significant impact.

Ski Hotels. *Anasay* 30, 180-195.

Keywords: Sustainable tourism certificate, Recommendation behavior, Social Media, Ski hotels, Binary logistic regression analysis

EXTENDED ABSTRACT

The tourism industry plays a critical role in conserving global resources for current and future generations. Sustainable tourism is crucial for protecting natural resources, guaranteeing economic benefits over the long term, and assisting community well-being. It stresses the importance of conserving natural and cultural heritage while improving the experiences of residents and tourists alike. Hence, sustainable tourism is gaining more recognition as a preferred model. The Ministry of Culture and Tourism of Turkey, in collaboration with the Turkey Tourism Promotion and Development Agency (TGA), developed the Turkey Sustainable Tourism Industry Criteria (TR-I) to align with the Global Sustainable Tourism Council (GSTC) standards. These guidelines, designed for use by accommodation facilities and tour operators, mirror the GSTC criteria without alterations.

The sustainable tourism program is organized into four groups and three stages, including 42 criteria and 167 indicators. Group A focuses on demonstrating effective sustainable management. Group B aims to maximize social and economic benefits for local communities while reducing negative impacts. Group C emphasizes protecting and leveraging cultural heritage while minimizing harmful effects. Finally, Group D seeks to boost environmental benefits and limit environmental damage. To receive initial certification in the first stage, businesses have to meet 14 criteria across all groups, achieving 30% compliance. The second stage adds 15 criteria, totaling 29 and resulting in 70% compliance. Full certification in the third stage requires meeting all 42 criteria, amounting to 100% compliance. Therefore, the first and second stages offer certification, while the third stage provides full accreditation. This research seeks to identify the factors that affect the likelihood of recommending hotels that have earned sustainable tourism certification and accreditation.

The research draws on 554 customer reviews sourced from www.otelpuan.com. These reviews related to three ski hotels with either first or second stage certification or full third-stage sustainable tourism certification, spanning from 2021 to 2024. The study analyzes various factors, including the hotel's certification stage, the review year, the type of accommodation (such as solo, family, couple, or friends), and elements like food, room, service, price/performance, and the recommendation decision. The data analysis was conducted using binary logistic regression in SPSS 22, given the binary structure of the dependent variable. A reverse elimination method, a form of stepwise approach, was employed for this analysis.

The findings reveal that customer satisfaction in ski hotels is primarily driven by service quality, room comfort, food taste, and the balance between price and performance. Factors like the hotel's sustainable tourism certification stage (first, second, or third), the review year (2021 to 2024), and the type of accommodation (solo, family, couple, or friends) showed no significant impact. Among the factors, the room had the greatest influence on the likelihood of recommending the hotel, followed by food, service, and price/performance. Particularly, a one-unit increase in the food variable increased the likelihood of recommendation by 2.57 times, while a one-unit increase in the room variable raised it by 2.83 times. In the same way, a one-unit increase in the service variable elevated it by 2.45 times, and a one-unit increase in the price/performance variable boosted it by 2.10 times.

The limited impact of sustainable tourism certification on hotel preferences underscores the need to raise awareness about sustainability. Hotels should work to make their sustainability efforts more apparent and provide customers with detailed information about these practices.

Future studies should expand to investigate how sustainable tourism practices influence customer behavior across a wider range of hotel categories. In addition, qualitative research can enhance the understanding of how well hotel guests recognize and value sustainability certifications. Conducting in-depth interviews and observational studies could offer deeper insights, helping to better grasp the sector-wide impact of sustainable tourism.

In conclusion, sustainable tourism is essential not only for protecting the environment but also for the tourism industry's long-term sustainability. Accommodation providers that prioritize responsible and sustainable practices contribute significantly to the future of the industry and the planet. Thus, clearly communicating the purpose and benefits of sustainable tourism certifications is essential for the ongoing development of both businesses and the sector as a whole.

Giriş

Ülke ekonomileri ve toplumsal kalkınma üzerinde belirleyici bir güce sahip olan turizm, dünya ekonomisi için vazgeçilmez bir değer hâlini almıştır. Ülkelerin kendi içerisinde yer alan bölgeler arasında kalkınmanın seviyesini dengelemek, turist sayısı ve turist gelirlerini artırmak, kaynakları etkin ve verimli bir şekilde kullanmak amaçlarıyla turizm etkinlikleri gittikçe artan bir ivmeyle önem kazanmaktadır. Bu noktada turizm sektörünün makro bağlamda ülke ekonomisine, mikro bağlamda bölgelere sağladığı ekonomik faydalar neticesinde alternatif turizm faaliyetlerine yönelik arayışlar hız kazanmıştır (Uğuz, 2011).

Turizm, gelişmekte olan ülkelerin en güçlü gelir kaynaklarından biri olarak kabul görmektedir. Doğal ve kültürel varlıklarını çekici bir güce dönüştürerek turizm pazarında önemli bir pay elde etme amacı güden gelişmekte olan ülkeler, bu süreçte karşılaştıkları zorlukları aşmak için turizmi bir iktisat politikası aracı olarak benimsemektedirler.

Turizmin dokunulmamış doğal ve kültürel zenginliklerin gölgesinde yeşerebileceğinin önemini anlayan ülkeler bir yandan bu zenginliklere sahip çıkarak gelecek nesillere aktarılabilmesi, bir yandan da ekonomik bağlamda gelir etme gayesiyle sürdürülebilir turizm politikalarını benimsemektedir (Alkan, 2015).

Sürdürülebilir turizmin bu denli önemli olduğu günümüz dünyasında, sürdürülebilir turizm sertifikasyonu ve bu sertifikaya sahip konaklama işletmelerinin müşterilerin otel tercihi ve tavsiyeleri açısından taşıyacağı önem de dikkate alınmak durumundadır. Güçlü bir yarışın olduğu bu pazarda ise otel müşterilerinin deneyimlerinin değerlendirilmesinde sosyal medyanın kilit bir rol üslendiği bilinmektedir. Buradan hareketle çalışmada, www.otelpuan.com web sitesi aracılığıyla elde edilen müşteri değerlendirmeleri üzerinden sürdürülebilir turizm belge ve sertifikasına sahip kayak otellerinin tavsiye edilmesinde hangi faktörlerin daha etkili olduğunun belirlenmesi amaçlanmaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Sürdürülebilir turizm, 1970'li yıllarda ekseriyetle üzerinde durulan "sürdürülebilirlik" kavramının ışığında turizmin neden olduğu çevresel tahribat ve toplumların kültürel zenginlikler bağlamında ciddi olumsuz etkilerine yönelik olarak gelişmeye başlamıştır (Bramwell ve Lane, 1993). Bu noktadan itibaren sürdürülebilir turizm kavramıyla ilintili olarak araştırmalar yapılmaya başlanmış ve kavramın sınırlarının belirlenmesi için tanımlamalar geliştirilmiştir.

Turizmde sürdürülebilir ve sürdürülebilir kalkınma üzerine pek çok tanım bulunsa da Birleşmiş Milletler Turizm Örgütü (UNWTO)'nün yapmış olduğu tanım geniş ölçüde kabul görmektedir. Bu tanıma göre (UNWTO 2001):

Sürdürülebilir turizm gelişimi, mevcut turistlerin ve bölgelerin ihtiyaçlarını karşılarken gelecek için fırsatları koruyan ve geliştiren bir yaklaşımı ifade eder. Bu, ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçların karşılanmasıyla birlikte kültürel bütünlüğün, temel ekolojik süreçlerin, biyolojik çeşitliliğin ve yaşam destek sistemlerinin korunduğu bir kaynak yönetimine yol açacak şekilde tasarlanmıştır.

Sürdürülebilir kalkınma kavramının temel sorunlarından biri, "sürdürülebilir" kelimesinin ve felsefi çağrışımlarını taşıdığı varsayımıyla çeşitli faaliyetlere nasıl uygulandığıdır (Harrison, 1996). Sürdürülebilir kalkınmanın bir ekonomik-sosyal bileşeni olduğu gibi çevresel bir boyutu da olduğu unutulmamalıdır. Birleşmiş Milletler'in "Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri" üzerine hazırlanmış olduğu raporda gelişmiş ülkelerin pek çok alanda önemli ilerlemeler kaydettiklerini göstermektedir. Ancak unutulmamalıdır ki gelişmekte olan ülkelerde ele alınması gereken acil sosyal sorunların mevcut olduğu ve bu perspektiften dünyada bakıldığında ekonomik, sosyal ve çevresel yönden belirtildiği gibi "sürdürülebilir" olmadığı daha ziyade "sürdürülemez" olduğu gerçeğini ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenle, turizm organizasyonları, Elkington (1997) tarafından önerilen kâr, insanlar ve gezegenin üçlü alt çizgisi boyutunda ekonomik, sosyal ve çevresel değer meydana getirirlerse sürdürülebilir şekilde hareket ettikleri kabul edilir. Benzer şekilde Farrell (1999), ekonomi, toplum ve çevrenin düzgün ve şeffaf bir şekilde entegrasyonunu amaçlayan "sürdürülebilirlik üçlemesi"ni vurgular. Cater (1993) ise, sürdürülebilir turizm için kısa ve uzun vadeli olarak ev sahibi nüfusun yaşam standartlarının iyileştirilmesi ihtiyaçlarını karşılamak, artan turist sayısının taleplerini karşılamak ve önceki amaçların her ikisine de ulaşmak için doğal çevreyi korumak olmak üzere üç ana hedef belirlemektedir.

Bununla birlikte 160 üye ülkeye sahip olan Birleşmiş Milletler Turizm Örgütü "Birleşmiş Milletler'in 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Ajandası ve 17 Küresel Hedefleri" doğrultusunda sürdürülebilir kalkınma için sürdürülebilir turizmi teşvik etmeye odaklanmaktadır. Turizmde iklim eylemleri ve sürdürülebilirlik konuları araştırılmaya teşvik edilmekte ve önemli oranda desteklenmektedir.

Sürdürülebilir turizm kavramı, sürdürülebilir kalkınma politikasını temel almaktadır (Hardy ve Beeton, 2009). Sürdürülebilir turizm, doğal ve kültürel kaynakların korunarak sürdürülebilir kalkınmanın gelişmesini ve turizmin gelişiminin planlı bir temele dayandırılmasının zaruri bir ön koşul kabul edilmesini öngörür. Böylelikle doğal ve kültürel alanların güvenliği sağlanarak bölgede ekonomik ve sosyal gelişim de sağlanmış olacaktır (Rebollo ve Baidal, 2003).

Bacasız sanayi olarak adlandırılan turizm, bütünüyle ele alındığında hem olumlu hem de olumsuz etkileri ile birlikte pek çok ülke için kilit bir ekonomik güç olarak değerlendirilir. Teknolojik, sosyal, siyasal ve ekonomik gelişmelere paralel olarak zaman zaman hızlı, zaman zaman yavaş olsa da nihayetinde sürekli bir gelişim hâindedir. Hatırı sayılır ölçüde döviz ve istihdam alanı oluşturması bakımından turizm, gelişmekte olan ülkeler için potansiyel bir ekonomik kaynak özelliği gösterir. Dolayısıyla sanayileşmenin önünü açmak isteyen bu gibi gelişmekte olan ülkelerin turizme yöneldiği görülmektedir (Akış, 1999).

Sürdürülebilir turizm kavramını daha net bir şekilde anlamlandırabilmek ve çevreyle uyum içerisinde bir turizm ortamını sağlamak için belli başlı eğilimlerin ve sorumlulukların benimsendiği 9 ilke belirlenmiştir (Beyhan ve Ünügür, 2005). Bunlar; eyleme geçmek için ihtiyaçları tanımak, zayıf yerleri, toplulukları ve elemanları desteklemek, kurallı ve kontrollü bir biçimde gelişmenin amaçlarını belirlemek, malzemelerle ilintili politikalar oluşturmak, doğayı ve çevreyi korumak, turizm pazarlamasına destek olmak, tarım ve ormanlık alanlarının kullanımını desteklemek, ekonomik aktivitelerin düzenli bir şekilde gelişmesini sağlamak, yerel mimari ile geleneksel kültürü korumaya yardım etmek olarak sıralanabilir.

Sürdürülebilirliğin kavramsal boyutları göz önünde bulundurulduğunda sürdürülebilir kalkınmanın en önemli göstergelerinden birinin insan yaşamında refahın sağlanması olduğu

anlaşılmaktadır. Fakat yaşadığımız dünyanın kaynak noktasında belirli sınırların olduğu unutulmamalıdır. Bu durum turizm sektörü için de geçerliliğini koruduğu için bu noktada sektöre yönelik bazı fırsatlar ve zorluklar ortaya çıkabilmektedir. Bu noktada (Atherton, 1993); turizm talebi ile gidilen yerin çevre kalitesi bağlamında ilişkisi, turizmin doğal kaynakları ormancılık, avcılık ve madencilik gibi tüketim sektörlerinden daha sürdürülebilir kullanılması, sürdürülebilir turizmin, bazen eko-turizm etiketi altında turistler ve destinasyonlar için bir tür kült hâline gelebilme olasılığı, turizmin destinasyonlardaki nüfus artışına yol açması ve bazı turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirlik açısından daha az uygun olabilmesi, iyi yönetilen turizm faaliyetlerinin bir bölgenin doğal ve kültürel zenginliklerini korumak için önemli bir araç olarak belirtilmesi gösterilebilir.

Tüm bu bilgiler ışığında sürdürülebilir turizm uzun vadeli bir geleceğe odaklanmalıdır. Bu noktada otellerin hem uzun vadeli hem de geleceğe yönelik bir vizyon geliştirmesi gerekmektedir (Postma, 2014). Sürdürülebilir turizm, doğal kaynakları koruyarak ve yerel toplulukların refahını teşvik ederek turizm faaliyetlerinin uzun vadede sürdürülebilir olmasını sağlar. Ayrıca, bu yaklaşım turistleri eylemleri konusunda daha bilinçli olmaya teşvik eder ve sorumlu seyahat alışkanlıklarını teşvik ederek turizmin negatif etkilerini en aza indirir. Genel olarak, sürdürülebilir turizm hem yerel sakinlerin hem de turistlerin memnuniyetini artırırken, doğal ve kültürel mirasın gelecek kuşaklar için korunmasının önemini vurgular. Bu nedenle sürdürülebilir turizm giderek tercih edilen bir turizm modeli hâline gelmektedir.

Bu amaca yönelik olarak Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi (GSTC) kriterlerine uyum sağlamak amacıyla Türkiye’de Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA) öncülüğünde konaklama tesisleri ile tur operatörleri için uygulanmak üzere Türkiye Sürdürülebilir Turizm Endüstri Kriterleri (TR-I) hazırlanmıştır. Bu doğrultuda GSTC kriterleri değiştirilmeksizin benimsenmiştir (Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı, 2023).

Sürdürülebilir turizm programı dört grup, üç aşama, 42 kriter ve 167 göstergeden oluşmakta olup Tablo 1’de detaylı gösterilmektedir:

Tablo 1. Sürdürülebilir Turizm Programı

GRUPLAR	1. Aşama		2. Aşama		3. Aşama		Toplam	
	Kriter	Gösterge	Kriter	Gösterge	Kriter	Gösterge	Kriter	Gösterge
A GRUBU (Etkili Bir Sürdürülebilir Yönetimin Gösterilmesi)	6	20	2	8	5	20	13	48
B GRUBU (Yerel Toplumun Sosyal ve Ekonomik Faydalarının En Üst Düzeye Çıkarılması ve Olumsuz Etkilerin En Aza İndirilmesi)	1	3	5	18	3	11	9	32
C GRUBU (Kültürel Mirasın Faydalarının En Üst Düzeye Çıkarılması ve Olumsuz Etkilerinin En Aza İndirilmesi)	1	4	1	3	2	7	4	14

D GRUBU (Çevreye Olan Faydaların En Üst Düzeye Çıkarılması ve Olumsuz Etkilerin En Aza İndirilmesi)	6	29	7	31	3	13	16	73
TOPLAM DÖRT GRUP	14	56	15	60	13	51	42	167

Kaynak: Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı, 2023

Tablo 1'e bakıldığında birinci aşama belge sahibi olabilmek için dört grupta toplam 14 kriterin karşılanması gerekmekte olup bu şekilde %30 uyum sağlanmış olmaktadır. İkinci aşama belge sahibi olabilmek için dört grupta 15 kriterin daha karşılanması gerekmekte olup 29 kriterle beraber %70 uyum sağlanmış olmaktadır. Üçüncü aşama için dört gruptaki 13 kriter daha karşılanmalı ve toplamda 42 kriteri sağlayan işletme %100 uyum sağlamış olarak sürdürülebilir turizm sertifikalı işletme ünvanını alabilmektedir. Dolayısıyla birinci ve ikinci aşama işletmelere belge, üçüncü aşama ise sertifika kazandırmaktadır.

İLGİLİ ÇALIŞMALAR

Sürdürülebilir turizm, 1970'lerde turizmin neden olduğu çevresel, toplumsal ve kültürel sorunlara yanıt olarak kısmen olumsuz ve tepkisel bir kavram olarak ortaya çıkmıştır (Bramwell ve Lane, 1993). Bu kavram başlangıçta, çevresel tahribat ile toplum ve geleneksel kültür üzerindeki olumsuz etkiler gibi geniş bir yelpazede sorunları ele almayı amaçlamıştır. Ancak zamanla, kavramın eleştirilenleri sürdürülebilir turizmin yalnızca olumsuz etkilerle sınırlı kalmaması gerektiğini savunarak, turizm gelişiminde olumlu değişiklikleri teşvik etme potansiyeline dikkat çekmişlerdir. Sürdürülebilir turizm hakkındaki bilgi arttıkça, bu potansiyeli daha etkili yollarla hayata geçirebilecek stratejilerin de geliştirilebileceği anlaşılmıştır.

Çalışma kapsamında tüketici yorumlarına yönelik sürdürülebilir turizm davranışına odaklanıldığından, alanyazında yer alan sürdürülebilir turizm kavramına yönelik çalışmalar incelenmiştir. Fakat bu noktada problemi doğru okumak adına genelden özele doğru araştırmaları incelemenin, araştırmanın akıbeti açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla birinci bölümde yer alan çalışmalar sürdürülebilir turizm kavramına makro bağlamda inceleyerek sürdürülebilir turizm politikaları açısından önemli hususları gündeme getirirken, ikinci bölümde yer alan çalışmalar ise sosyal medya üzerinden müşteri yorumlarına yönelerek ileriki dönemde sürdürülebilir turizm çalışmalarına yön vermeyi amaçlamaktadır.

Topsakal (2019) çalışmasında Arslantepe ve Arslantepe Höyüğü ile ilgili Tripadvisor sitesinde yer alan toplam 81 ziyaretçi yorumunu incelemiştir. Ziyaretçilerin yarısından fazlası Arslantepe Höyüğü için mükemmel yorumunu yapmıştır. Bunun yanı sıra Topsakal, araştırma sonucunda elde ettiği veriler ile çalışmasını kültür turizmi kapsamında değerlendirerek önerilerde bulunmuş ve böylelikle sürdürülebilir turizm alanına yönelik önemli katkılar sunmuştur. Savaşkan ve Haliloğlu (2021) ise Acarlar Longozu'na yönelik TripAdvisor sitesinde yer alan yorumları inceleyerek ziyaretçi yorumlarını değerlendirmiştir. Bu kapsamda 156 yorumu olumlu, olumsuz ve tavsiye başlıkları altında kodlayarak incelemiştir. Araştırma sonucunda, büyük bir sürdürülebilir turizm potansiyeline sahip olan Acarlar Longozu'nun ciddi bir çevresel kirlilik problemi ile karşı karşıya olduğu ve bu noktada tüm paydaşların çevresel değerleri koruma konusunda aynı hassasiyeti göstermeleri gerektiği tespit edilmiştir. Benzer şekilde Mancı ve Tengilimoğlu (2021) çalışmalarında Göbeklitepe bölgesine yönelik TripAdvisor sitesinde yer alan ziyaretçi yorumlarını incelemiştir. Bu kapsamda 2013-2020 dönemine ait olan toplam 518 yorum analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda bölgeye yönelik ziyaretçi yorumlarında olumlu düşüncelerin olumsuz düşüncelere göre bir hayli yüksek olduğu tespit edilmiştir. Olumsuz

yorumlara yönelik yorumların yüksek oranda ücret politikası ile ilintili olduğu ve bu durumun ziyaretçi potansiyelini olumsuz bir şekilde etkilediği belirtilmiştir. Başaran ve Somuncu'nun (2021) gerçekleştirmiş olduğu çalışmada nitel araştırma yöntemi ile sürdürülebilir turizm, turistlerin bakış açıları ile değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamında TripAdvisor, Ekşi Sözlük, Google Haritalar -Yorum ve Foursquare gibi sitelerde yer alan yorumlar içerik analizi ve betimsel analiz yöntemi ile incelenmiştir. Araştırma neticesinde, turistlerin sürdürülebilir turizme yönelik farkındalıklarının arttığı, çevresel ve kültürel sürdürülebilirlik konularında daha bilinçli davranışlar sergiledikleri ve sürdürülebilir turizmin gelişimi için yerel kültürle uyumun önemine vurgu yaptıkları ortaya konulmuştur.

Sosyal medya araçları da tüketicilerin sürdürülebilir turizm destinasyonlarına karar verme sürecinde kritik bir rol üstlenmektedir. Tam da bu noktada Hysa ve arkadaşları (2021) sürdürülebilir turizm kavramına yönelik farklı nesillerin (x, y, z) sosyal medya yorumlarını araştırmış olup sürdürülebilir turizm destinasyonları tercih sürecinde sosyal medya araçlarının etkileyici bir rol üstlendiği tespit edilmiştir. Buna ek olarak araştırma kapsamında 397 katılımcıya ulaşılmış ve araştırma sonucunda sosyal medya kullanım sıklığının bireyin yaşının yükselmesiyle ters orantılı bir şekilde azaldığı sonucuna varılmıştır. Kilipiri ve arkadaşlarının (2023) Instagram üzerinden yapmış oldukları çalışmada, sosyal medya fenomenlerinin tüketicilerin sürdürülebilir bir destinasyon seçimi ile olumlu bir şekilde ilişkili olduğu tespit edilmiştir.

Alanyazında yapılan çalışmalar incelendiğinde sosyal medyanın sürdürülebilir turizm kavramının gelişiminde ve sürdürülebilir turizm destinasyonlarına karar verme sürecinde önemli bir belirleyici olduğu anlaşılmaktadır. Sosyal medyanın etkileyici bir rol üstlendiği bu çalışmalarda ortak nokta, sosyal medyanın bireye vadettiği çift yönlü iletişim unsurunun, sürdürülebilir turizm kavramının güçlenmesinde ne denli etkin olduğunu göstermektedir. Tam da bu noktada ikinci bölümde yer alan çalışmalar daha çok sürdürülebilir turizm ve tüketici tavsiyesi arasındaki ilişkilere odaklanan çalışmaları kapsamaktadır.

Millar ve Baloglu (2008) tarafından yapılan çalışmada sürdürülebilir turizm stratejileri kapsamında tüketicilerin daha çok enerji tasarrufuna uygun olan ürünlere yönelik olumlu bir bakış açısına sahip oldukları, yeniden doldurulabilir cam ürünlere karşı ise olumsuz bir bakış açılarının olduğu tespit edilmiştir. Konuya ilişkin olarak Lee ve arkadaşlarının (2010) yapmış oldukları çalışmada bilişsel, duygusal ve imaj değişkenleri üzerinden tüketici satın alma davranışları incelenmiş olup sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin tüketicilerin karar alma sürecinde olumlu bir etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır. Benzer bir şekilde Berk ve Celep'in (2020) yapmış oldukları çalışmada kalite yaklaşımı, değer ve imaj gibi değişkenler kullanılarak sürdürülebilir bir konaklamanın tüketicinin satın alma davranışını nasıl etkilediği incelenmiştir. Araştırma sonucunda konaklamalarda uygulanan sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin tüketicinin satın alma niyeti üzerinde olumlu bir etki meydana getirdiği tespit edilmiştir. Nguyen'in (2024) Tripadvisor sitesinde yer alan yorumları inceleyerek yapmış olduğu çalışmada sürdürülebilir turizme yönelik unsurlara sahip olan işletmelerin müşteri karar verme sürecinde etkili bir faktör olduğu gözlemlenmiştir.

Lacher ve arkadaşlarının (2012) Tanzania bölgesinde yaptıkları çalışmada ise sürdürülebilir turizm sertifikasına sahip olan konaklama işletmeleri faktörel bağlamda ayrıştırılarak incelenmiş ve araştırma sonucunda çevresel sürdürülebilirliğe vurgu yapan işletmelerin kültürel ya da ekonomik sürdürülebilirliğe vurgu yapan işletmelere göre tüketiciler tarafından daha çok tercih edildiği tespit edilmiştir. Sudhagar (2018) tarafından yapılan çalışmada ise Tripadvisor sitesinde ekolojik duyarlılığa sahip bir otelde odalar için yapılan yorumlar içerik analizi ile incelenmiş olup oda özelliklerinin müşterinin karar verme davranışı üzerinde etkili olduğu ancak şaşırtıcı şekilde yorumlarda otelde sağlanan ekolojik duyarlılıklara dair bir özellikten bahsedilmediği tespit edilmiştir.

Booking.com web sitesinde ise sürdürülebilir turizm ve sertifikasyonun tüketiciler açısından önemini sergileyen çeşitli raporlar yayınlamıştır. 2021 Sürdürülebilir Turizm Seyahat

Raporu'na göre tüketicilerin %81 gibi büyük bir bölümü sürdürülebilir bir konaklama alanında seyahatlerini geçirmek istedikleri belirtilmiştir. Bu oranın 2016 yılında %62, 2020 yılında ise %74 oranında olduğu düşünülürse sürdürülebilir turizmin tüketici tercih mekanizmasında ne denli önemli olduğu anlaşılmaktadır (Booking.com, 2021). 2023 Sürdürülebilir Seyahat Raporu'na göre ise gezginlerin %76'sı önümüzdeki yıl içinde daha sürdürülebilir bir seyahate çıkmak istediklerini, %65'i sürdürülebilirlik sertifikası/etiketi olduğunu bildikleri bir konaklama işletmesinde kendilerini daha iyi hissettiklerini ve %59'u bir sonraki rezervasyonlarında sürdürülebilirlik sertifikasına sahip olan tesisler için filtreleme istediklerini dile getirmektedir. Ayrıca gezginlerin %44'ü daha sürdürülebilir alternatifleri bulabilecekleri yerleri bilmiyor olup %51'i de yeterli bir alternatif sunulmadığına inanmaktadır (Booking.com, 2023).

Özdemir Uçgun ve Narcı'nın (2023) gerçekleştirdikleri çalışmada tüketicilerin sürdürülebilir konaklama tesislerinde yaşadıkları deneyimleri çevresindekilere önerme ihtimalinin yüksek olduğu ve otel müşterilerinin çevresel sürdürülebilirlik konusunda farkındalığı ve bilinç düzeyi arttıkça, bu konularda hassasiyeti olan konaklama işletmelerini tavsiye etme olasılıklarının artırdığını göstermektedir. Buluk Eşitti ve Bay (2023) tarafından yapılan çalışmada ise turizmin ortaya çıkaracağı zararlı etkilere karşılık sürdürülebilir turizm sertifikası olan konaklama işletmelerinin öncelikli tercih edileceği belirtilmiş ve sürdürülebilir turizm sertifikasına sahip konaklama işletmelerinin web siteleri incelenmiş ve bu web sitesinde daha çok işletmenin imkân ve hizmetlerine yönelik bilgilere yer verildiği, sürdürülebilirlik konusuna yeteri kadar yer verilmediği belirtilmiş ve sürdürülebilirlik yönlerini daha fazla ön plana çıkarmaları tavsiye edilmiştir.

Booking.com aracılığıyla hazırlanan "2021 Sürdürülebilir Turizm Seyahat Raporu"na göre tüketicilerin %81 gibi büyük bir bölümü sürdürülebilir bir konaklama alanında seyahatlerini geçirmek istedikleri belirtilmiştir. Bu oranın 2016 yılında %62, 2020 yılında ise %74 oranında olduğu düşünülürse sürdürülebilir turizmin tüketici tercih mekanizmasında ne denli önemli olduğu anlaşılmaktadır (Booking.com, 2021). "2023 Sürdürülebilir Seyahat Raporu"na göre ise gezginlerin %76'sı önümüzdeki yıl içinde daha sürdürülebilir bir seyahate çıkmak istediklerini, %65'i, sürdürülebilirlik sertifikası/etiketi olduğunu bildikleri bir konaklama işletmesinde kendilerini daha iyi hissettiklerini ve %59'u, bir sonraki rezervasyonlarında sürdürülebilirlik sertifikasına sahip olan tesisler için filtreleme istediklerini dile getirmektedir. Ayrıca gezginlerin %44'ü daha sürdürülebilir alternatifleri bulabilecekleri yerleri bilmiyor olup %51'i de yeterli bir alternatif sunulmadığına inanmaktadır (Booking.com, 2023).

Özdemir Uçgun ve Narcı'nın (2023) gerçekleştirdikleri çalışmada tüketicilerin sürdürülebilir konaklama tesislerinde yaşadıkları deneyimleri çevresindekilere önerme ihtimalinin yüksek olduğu ve otel müşterilerinin çevresel sürdürülebilirlik konusunda farkındalığı ve bilinç düzeyi arttıkça, bu konularda hassasiyeti olan konaklama işletmelerini tavsiye etme olasılıklarının artırdığını göstermektedir. Buluk Eşitti ve Bay (2023) tarafından yapılan çalışmada ise turizmin ortaya çıkaracağı zararlı etkilere karşılık sürdürülebilir turizm sertifikası olan konaklama işletmelerinin öncelikli tercih edileceği belirtilmiş, sürdürülebilir turizm sertifikasına sahip konaklama işletmelerinin web siteleri incelenmiş ve bu web sitesinde daha çok işletmenin ve hizmetlerine yönelik bilgilere yer verildiği, sürdürülebilirlik konusuna yeteri kadar yer verilmediği belirtilmiş ve sürdürülebilirlik yönlerini daha fazla ön plana çıkarmaları tavsiye edilmiştir.

YÖNTEM

Bu çalışmada sürdürülebilir turizm belgesi ve sertifikasına sahip otellerin tavsiye edilmelerinde etkili faktörlerin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırma kapsamında sürdürülebilir turizm belgesi ve sertifikasına sahip kayak otellerinde konaklamış müşterilerin otelpuan.com sitesindeki değerlendirmeleri üzerinden veriler toplanmıştır. Veriler içerik analizine tabi tutulduktan sonra tavsiye etme olasılığı üzerinde etkili faktörlerin tespit edilmesi amacıyla

ikili lojistik regresyon analizi yapılmıştır. Dolayısıyla çalışmada nitel ve nicel yöntemlerin bir arada kullanıldığı karma araştırma yöntemi tercih edilmiştir.

Örneklem

Araştırmanın örneklemini otelpuan.com sitesinde kayak otelleri kategorisinden seçilmiş sürdürülebilir turizm birinci ve ikinci aşama belgeli ve üçüncü aşama sertifikalı üç otele yönelik yapılan otel müşterilerinin değerlendirmeleri oluşturmaktadır. Bu otellerden A oteli sürdürülebilir turizm birinci aşama belgeli, B oteli ikinci aşama belgeli, C oteli üçüncü aşama sertifikalı bir kayak otelidir.

Veri Toplama Yöntemi

Çalışmada yer alan veriler, otelpuan.com sitesinde yer alan A, B, C isimli otellere ait 2021, 2022 ve 2023 yıllarının tamamı ile 2024 yılının Ocak-Temmuz ayları arasında yer alan değerlendirme puanlarından elde edilmiştir. Çalışmaya konu değerlendirme kriterleri; otelin sürdürülebilir turizm sertifika aşaması, değerlendirme yapılan yıl, otelde konaklama şekli, yemek, oda, hizmet, fiyat/performans ve tavsiye kararıdır. Tavsiye konusunda kararsız olan kullanıcıların değerlendirmeleri ile yemek kriterini değerlendirmeyen müşterilerin puanlamaları çalışmaya dâhil edilmemiştir. Sonuç olarak araştırma verilerini A oteline ait 144 adet, B oteline ait 146 adet, C oteline ait 264 adet olmak üzere toplam 554 adet müşteri değerlendirmesi oluşturmaktadır.

Verilerin Analizi

Toplanan veriler SPSS 22 programında analiz edilmeden önce verilerin kodlanması gerçekleştirilmiştir. Çalışmada dört nicel ve dört nitel değişken olmak üzere toplam sekiz değişken bulunmaktadır. Araştırmanın nicel yordayıcı değişkenlerinden yemek, oda, hizmet kriterleri için katılımcılar 2 (Çok kötü), 4 (Kötü), 6 (Ortalama), 8 (İyi), 10 (Mükemmel) şeklinde puanlamalar yapmıştır. Fiyat/performans kriteri için 2,6, 5,1, 7,5 şeklinde küsuratlı değerlendirme puanları da mevcut olup otelpuan.com sitesindeki genel değerlendirme puanı kategorileri dikkate alınarak 2,6: Çok kötü, 5,1: Ortalama, 7,5: İyi şeklinde kodlanmıştır. Nitel yordayıcı değişkenler ise değerlendirme yapılan yıl, otelin sürdürülebilir turizm aşaması ile konaklama şekli olup yordanan değişken ise tavsiye kararıdır.

Çalışmada yer alan veriler ikili lojistik regresyon analizi ile çözümlenmiştir. Lojistik regresyon analizi, neden-sonuç ilişkisini ortaya koymak ve yordayıcı değişkenlerin etken olarak rollerini ortaya koymak için kullanılan bir analizdir (Özdamar, 2013). Lojistik regresyon, her durum için belirli bir sonucun olasılığını göstermektedir. Örneğin, kişinin yaşadığı coğrafi bölge, içinde bulunulan mevsim, burun tıkanıklığı ve ateş durumuna yönelik sorulara verdiği yanıtlara göre kişinin nezle olma olasılığı değerlendirilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013: 439). Yordanan değişkenin iki kategorili olması durumunda ikili (binary) lojistik regresyon analizi kullanılmakta olup alanyazında en fazla tercih edilen lojistik regresyon analizi çeşididir (Alpar, 2013).

BULGULAR

Lojistik regresyon analizinin örneklem sayısının yeterliliğine dair Akbulut ve Çapık (2022) her değişken için 20 örneklem gerektiğini belirtmiş olup Alpar (2013) ise çok değişkenli analizlerde değişken sayısına oranla 10 kat fazla örneklem olması gerektiğini dile getirmektedir. Çalışmada sekiz değişkene karşılık 554 örneklem ile iki yaklaşıma göre de vaka/değişken uyumu sağlanmıştır. Bunun yanı sıra lojistik regresyon analizi diğer çoklu regresyon analizleri gibi yordayıcı değişkenler arasındaki son derece yüksek korelasyonlara karşı hassastır (Tabachnick ve Fidell, 2013). Varyans artış faktörü (VIF) değerinin 10'dan büyük olması ve tolerans değerinin 0,2'den küçük olması yordayıcı değişkenler arasında çoklu bağlantı sorununa işaret etmektedir (Hair vd., 2014).

Tablo 2. Yordayıcı Değişkenler Arasında Çoklu Bağlantı Testi

	Tolerans	Varyans Artış Faktörü (VIF)
(Sabit)		
Değerlendirme yapılan yıl	0,921	1,086
Sürdürülebilir turizm sertifika aşaması	0,909	1,101
Otelde konaklama şekli	0,990	1,010
Yemek	0,534	1,873
Oda	0,476	2,102
Hizmet	0,517	1,933
Fiyat/Performans	0,439	2,279

Tablo 2’de yer alan yordayıcı değişkenlerin varyans artış faktörü (VIF) değerleri 10’dan küçük olup tolerans değerleri de 0,2’den büyük olduğundan çoklu bağlantı sorunu bulunmamaktadır.

Çalışmanın bu bölümünde öncelikle kategorik değişkenlere yönelik frekans analizlerine sonrasında ise ikili lojistik regresyon analizine yönelik bulgulara yer verilmektedir.

Tablo 3. Kategorik Değişkenlere Yönelik Frekans Analizi

Kategoriler	Değişkenler	Frekans	%
Sürdürülebilir Turizm Aşaması	Birinci aşama (A)	144	26,0
	İkinci aşama (B)	146	26,4
	Üçüncü aşama (C)	264	47,7
Değerlendirme Yapılan Yıl	2021	260	46,9
	2022	126	22,7
	2023	66	11,9
	2024	102	18,4
Otelde Konaklama Şekli	Yalnız	30	5,4
	Aile ile	269	48,6
	Çift olarak	174	31,4
	Arkadaşlar ile	81	14,6

Tablo 3’te yer alan kategorik değişkenlerin frekans analizi sonuçlarına göre en fazla değerlendirmenin 2021 yılı içerisinde yapıldığı ve üçüncü aşama sürdürülebilir turizm

sertifikasına sahip C oteline yönelik olduğu görülmektedir. Müşterilerin çok büyük çoğunluğu ilgili otellerde aileleri ile konaklamış olup aile konaklamasını sırasıyla çift olarak, arkadaşlarla ve son olarak da yalnız şekilde konaklayanlar takip etmektedir.

Çalışmanın amacını oluşturan otel tavsiye etme olasılığı üzerinde etkili faktörlerin tespit edilmesine yönelik olarak ise ikili lojistik regresyon analizi yapılmaktadır. Lojistik regresyon analizinde standart ve adimsal olmak üzere iki temel yöntem kullanılabilir. Adimsal yöntemler ise ileriye doğru ve geriye doğru olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Şenel ve Alatlı (2014) bazı araştırmacıların standart yöntemin sadece teori test etmede uygun olduğunu ileri sürdüklerini, keşfedici araştırmalar yapıldığında en uygun yöntemin adimsal yöntem olduğunu dile getirmekte olup bir yordayıcı değişkenin diğerinden daha önemli olduğu düşünülüyorsa standart yöntem kullanılmasını önermektedir. Çalışmada ise teori test etme amacı olmadığından adimsal yöntem tercih edilmektedir. Çokluk (2010) adimsal yöntemlerden geriye doğru yöntemin, ileriye doğru yöntemle göre daha etkin olduğunu ileri sürmekte olup bu nedenle çalışmada geriye doğru eleme yöntemi uygulanmasına karar verilmiştir.

Tablo 4. Model Katsayılarının Omnibus Testleri

		Ki-Kare	Serbestlik Derecesi	Anlam Düzeyi
Adım 4	Adım	-2,275	3	0,517
	Blok	366,972	4	0,000
	Model	366,972	6	0,000

Tablo 4'te yer alan Omnibus Testi yordanan değişkenin modelde bulunan tüm yordayıcı değişkenler tarafından ne kadar tahmin edilebildiğini ölçmekte olup bu testin anlamlı çıkması, yordanan değişkenin en azından bir değişkenle anlamlı bir ilişkiye sahip olduğunu göstermektedir (Yıldız, 2014). Dördüncü ve son adımda amaçlanan modelin 366,972 olan ki-kare değerinin anlamlı ($p=0.000<0.05$) çıkması yordayıcı değişkenlerden en az birinin tavsiye kararını etkilediğini göstermektedir.

Tablo 5. Model Özeti ile Hosmer ve Lemeshow Testi

Adım	-2 Log Olabilirlik	Cox & Snell R ²	Nagelkerke R ²
4	190,785	0,484	0,763
	Hosmer ve Lemeshow Testi		
	Ki-Kare	Serbestlik Derecesi	Anlam Düzeyi
	7,209	7	0,407

Cox & Snell R² ve Nagelkerke R² değerleri lojistik model tarafından açıklanan varyans miktarını göstermektedir (Çokluk, 2010). Lojistik regresyon analizinde R² için 0,20-0,40 arası bir değer modelin oldukça yeterli olduğunu göstermektedir (Alpar, 2013). Tablo 5'teki Cox-Snell R² değerine göre yordayıcı değişkenler tavsiye kararı yordanan değişkeninin varyansının %48,4'ünü, Nagelkerke R² değerine göre ise %76,3'ünü açıkladığını göstermekte olup sonuçlar yordayıcı değişkenlerin yordanan değişkeninin varyansını oldukça yüksek bir oranda açıkladığını göstermektedir. Hosmer ve Lemeshow Testi ise Omnibus Testi'nin daha güçlü bir alternatifi olarak modelin bir bütün olarak uyumunu değerlendirmektedir. Test sonucunun anlamlı çıkmaması, model-veri uyumunun yeterli düzeyde olduğunu göstermektedir (Çokluk, 2010). Son

adımında 7,209 olan ki-kare istatistik değerinin anlamlı çıkmaması ($p= 0,407 > 0.05$) kurulan modelin uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 6. Başlangıç Modeli ile Amaçlanan Model Sınıflandırma Tablosu

Gözlenen			Tahmin Edilen		
			Tavsiye		Doğruluk Yüzdesi
			Etmem	Ederim	
Adım 0	Tavsiye	Etmem	0	112	0
		Ederim	0	442	100,0
	Genel Yüzde				79,8
Adım 4	Tavsiye	Etmem	89	23	79,5
		Ederim	10	432	97,7
	Genel Yüzde				94,0

Tablo 6'daki dördüncü adımda elde edilen sınıflandırmaya göre oteli tavsiye etmeyen müşterilerin doğru sınıflandırılma oranı %79,5 iken oteli tavsiye eden müşterilerin doğru sınıflandırılma oranı %97,7 olup modelin sınıflandırma tablosunun değeri %94'tür. Bu değer başlangıç modeli (Adım 0) ile karşılaştırıldığında (%79,8) yordayıcı değişkenlerin modele eklenmesiyle doğru sınıflandırma oranının yükseldiği görülmektedir.

Tablo 7. İkili Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler		Katsayı β	Standart Hata S.E.	Wald Testi	Anlam Düzeyi p	Olabilirlik Oranı Exp (B)
Adım 4	Yemek	0,945	0,187	25,472	0,000	2,573
	Oda	1,041	0,218	22,755	0,000	2,832
	Hizmet	0,897	0,204	19,324	0,000	2,452
	Fiyat/Performans	0,744	0,169	19,293	0,000	2,105
	Sabit	-11,864	1,374	74,505	0,000	0,000

Tablo 7'de yer alan son adımdaki ikili lojistik regresyon sonuçları incelendiğinde, tavsiye etme yordanan değişkenini etkileyen değişkenlerden yemek, oda, hizmet ve fiyat/performans değişkenleri istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur ($p < 0.05$). Değerlendirme yapılan yıl, otelde konaklama şekli ve sürdürülebilir turizm aşaması değişkenleri ise geriye dönük lojistik regresyon analizi yöntemi nedeniyle önceki adımlarda anlamsız oldukları için dördüncü ve son adım yer almamaktadır. Yalnızca istatistiki açıdan anlamlı değişkenler dördüncü adımda bulunmaktadır.

Tablo değerleri incelendiğinde otel müşterilerinin ilgili oteli tavsiye etme olasılıkları üzerinde olabilirlik oranlarına göre sırasıyla oda, yemek ve fiyat/performans kriterleri etkili olmaktadır. Olabilirlik oranlarına göre bakıldığında müşterilerin oteli tavsiye etme olasılıkları

üzerinde en etkili değişken oda olurken sırasıyla yemek, hizmet ve fiyat/performans değişkenleri takip etmektedir. Pozitif β katsayısı olasılığı artırırken, negatif bir değer tahmin edilen olasılığı azaltmaktadır (Hair vd., 2014). Buna göre müşterilerin oteli tavsiye etme olasılığı yemek değişkenindeki bir birimlik artış ile 2,57 kat, oda değişkenindeki bir birimlik artış ile 2,83 kat, hizmet oda değişkenindeki bir birimlik artış ile 2,45 kat ve fiyat/performans değişkenindeki bir birimlik artış ile 2,10 kat artmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çevre, turizm sektörü için oldukça önem taşıyan bir unsur olup turizm işletmelerinin çevreye karşı sorumlulukları ise oldukça yüksektir. Turizm işletmeleri, müşterileri için her gün çok yüksek miktarlarda kaynak tüketmektedir. Bu konuya yönelik olarak oda ısıtma ve soğutma, temizlik için kullanılan kimyasallar, golf sahalarının sulanması, havuzların doldurulması, kruvaziyer gemilerdeki atıklar, yemek pişirme için harcanan enerji gibi birçok örnek gösterilebilir. Bunun yanı sıra iç ve dış turistin kara yolu, hava yolu, deniz yolu veya demir yolu üzerinden gerçekleştirdikleri ulaşım, konaklama, yeme içme, eğlence ve alışveriş talepleri de çevre üzerinde oldukça önemli olumsuz etkilere sahiptir (Atay ve Dilek, 2013). Bu nedenle sürdürülebilirlik konusunda hassasiyet göstererek üzerine düşen görevleri yerine getiren konaklama işletmeleri, sektörün ve dünyamızın geleceği açısından önemli bir değer sunmaktadır.

Bu kapsamda çalışmada sürdürülebilir turizm ile ilgili kriterleri yerine getirmiş ve farklı aşamalara ulaşmış otellerin müşterilerinin tavsiye davranışları üzerinde hangi kriterlerin etkili olduğunu yani tavsiye olasılığını hangi faktörlerin artırdığını ya da azalttığını belirlemek amaçlanmıştır. Bu doğrultuda birinci ve ikinci aşama belgeli ve üçüncü aşama sürdürülebilir turizm sertifikasına sahip kayak otelleri, otelpuan.com sitesi üzerinden belirlenen kriterlere göre aldıkları puanlar üzerinden karşılaştırılmıştır. Yapılan ikili lojistik regresyon analiz sonuçlarına göre araştırmaya konu kayak otellerinde sadece otelde sunulan yemek, sunulan hizmet kalitesi, odanın uygunluğu ve fiyat/performans faktörlerindeki puan artışının oteli tavsiye etme olasılıklarını artırdığı tespit edilmiştir. Otelin sürdürülebilir turizm sertifikası aşaması (birinci aşama/ikinci aşama/üçüncü aşama), değerlendirme yapılan yıl (2021/2022/2023/2024) ve otelde konaklama şekli (yalnız/aile ile/çift olarak/arkadaşlar ile) gibi diğer değişkenlerin ise anlamlı bir etkisi tespit edilememiştir.

Bu sonuçlar; stres atmak, dinlenmek ve/veya spor yapmak için kayak otellerine gelmiş müşterilerin tatil için ayırdıkları kısıtlı süre içinde iyi ve rahat bir odada konaklamaları, kaliteli bir hizmeti almaları, iyi yemekler yemeleri ve aldıkları performansa karşı ödedikleri otel fiyatını makul bulmalarının memnun müşteriler hâline gelmeleri ve otel hakkında pozitif ağızdan ağız iletişime başvurmaları üzerinde artırıcı etkisi olduğunu göstermektedir.

Sürdürülebilir turizm açısından otelin hangi aşama sertifikaya sahip olduğu müşteriler açısından dikkate değer bir özellik olarak görülmemiştir. Bu sonucun müşterilerin sürdürülebilir turizm ve otellerin buna yönelik sertifikasyonu konusunda yeterli bilgi sahibi olmamalarından kaynakladığı düşünülmektedir. Çünkü Buluk Eşitti ve Bay (2023) tarafından yapılan çalışmada sürdürülebilir turizm sertifikasına sahip konaklama işletmelerinin web sitelerinde sürdürülebilirlik konusunda yeterli bilgi bulunmadığı görülmüştür. Özdemir Uçgun ve Narci (2023) tarafından yapılan çalışma da bu durumu destekler sonuçlara sahiptir.

Sürdürülebilirlik konusu özellikle günümüz dünyasında önemi göz ardı edilemeyecek noktadadır. Bu nedenle gelecekteki çalışmalarda turizm alanında çalışan araştırmacıların sürdürülebilir turizm sertifikası konusunu farklı açılardan ele almaları önerilmektedir. Bu çalışma özelinde sadece kayak otelleri incelenmiş olup farklı kategorilerde yer alan oteller ile ilgili benzer çalışmalar yapılması alanyazına katkı sağlayacaktır. Bunun yanı sıra özellikle otel müşterilerinin sürdürülebilir turizm aşamaları ile belge ve sertifikalar ve bu sertifikalara sahip olmak için otellerin yerine getirmeleri gereken kriterler konusunda ne kadar bilinçli olduklarını öğrenmeye yönelik derinlemesine mülakatlar yapmaları, katılımcı/katılımcı olmayan gözlemler yoluyla tespitlerde bulunmaları da benzer şekilde alanyazına önemli kazanımlar sunacaktır.

Etik Beyan

“Sürdürülebilir Turizm Belgeli ve Sertifikalı Konaklama İşletmelerinin Tavsiye Edilmelerinde Etkili Faktörlerin İncelenmesi: Kayak Otelleri Örneği” başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir. Bu çalışma etik kurul kararı zorunluluğu taşımamaktadır. Makale, Etik Kuralları Yayın Etiği Komitesi’nin (Committee on Publication Ethics-COPE) yazar, hakem ve editörler için belirlemiş olduğu kurallardan oluşturulmuş olan Anasay Dergisi etik kuralları çerçevesinde yazılmıştır.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız

Çıkar Çatışması: Yazar, çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Finansal Destek: Yazar, bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author declares that they have no competing interest.

Financial Support: The author declared that this study has received no financial support.

KAYNAKÇA

Akbulut Ö. ve Çapık C. (2022). Çok Değişkenli İstatistiksel Analizler İçin Örneklem Büyüklüğü, *Journal of Nursology*, 25(2): 111-116.

Akış, S. (1999). Sürdürülebilir Turizm ve Türkiye, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10: 36-46.

Alkan, C. (2015). Sürdürülebilir Turizm: Alaçatı Destinasyonuna Yönelik Bir Uygulama, *Journal of Yaşar University*, 10(40): 6692-6710.

Alpar, R. (2013). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler*. 4.bs. Ankara: Detay Yayıncılık.

Atay, Y. ve Dilek, S. (2013). Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: IBIS Otel Örneği, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1): 203-219.

Atherton, T. (1993). Measuring Sustainable Tourism Development: Problems and Achievements, WTO 10th General Assembly, (30 September-9 October), Bali, Indonesia.

Başaran, T. ve Somuncu, M. (2021). Sürdürülebilir Destinasyon İçin Ziyaretçi Görüşlerinin Önemi: Assos Antik Kenti Örneği, *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 8(2): 31-45.

Berk, O.N. ve Celep, E. (2020). Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Faaliyetlerinin Tüketicilerin Satın Alma Davranışlarına Etkisi, Konya İli Örneği, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 44: 267-285.

Beyhan, Ş.G. ve Ünügür, S.M. (2005). Çağdaş Gereksinimler Bağlamında Sürdürülebilir Turizm ve Kimlik Modeli, *İTÜ Dergisi*, 4(2): 79-87.

Booking.com (2021). Sustainable Travel Report 2021. GSTC- Global Sustainable Tourism Council. <https://www.gstccouncil.org/booking-com-2021-sustainable-travel-report/> , Erişim: 19.05.2024

Booking.com (2023). *Daha Sürdürülebilir Seyahati Birlikte Benimsemek*. <https://partner.booking.com/tr/help/guides/guide-to-more-sustainable-hospitality>, Erişim: 19.05.2024

Bramwell, B. ve Lane, B. (1993). Sustainable Tourism: An Evolving Global Approach, *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1): 1–5.

Buluk Eşitti, B ve Bay, E. (2023). Sürdürülebilir Turizm Sertifikalı Konaklama İşletmelerinin Web Site İçeriklerinin İncelenmesi: İstanbul Örneği, *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(3): 590-603.

Cater, E. (1993). Ecotourism in the Third World: Problems For Sustainable Tourism Development. *Tourism Management*, 14(2), 85–90.

Çokluk, Ö. (2010). Lojistik Regresyon Analizi: Kavram ve Uygulama. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 10(3): 1357-1407.

Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks, The Triple Bottom Line of the 21st Century Business*, Capstone, Chichester

Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., ve Anderson, R.E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. 7. Baskı, Pearson Education.

Hardy, A.L.ve Beeton, R.J.S. (2009). Sustainable Tourism or Maintainable Tourism: Managing Resources for More Than Average Outcomes, *Journal of Sustainable Tourism*, 9(3): 168-192.

Harrison, D. (1996). Sustainability and Tourism: Reflections in a Muddy Pool. *Insustainable Tourism in Islands and Small States: Issues and Policies*, Vol. 1, ed. L. Briguglio, B. Archer, J. Jafari and G. Wall, 69-89. Londra: Cassell

Hysa, B., Karasek, A. ve Zdonek, I. (2021). Social Media Usage by Different Generations as a Tool for Sustainable Tourism Marketing in Society 5.0 Idea, *Sustainability*, 13(3): 2-27.

Farrell, B.H. (1999). Conventional or Sustainable Tourism? No Room for Choice, *Tourism Management*, 20(2): 189–191.

Kilipiri, E., Papaioannou, E. ve Kotzaivazoglou, I. (2023). Social Media and Influencer Marketing for Promoting Sustainable Tourism Destinations: The Instagram Case, *Sustainability*, 15(8): 2-18.

Lacher, R.G., Oh, C.O. ve Norman, W.C. (2012). *Consumer Preference for Sustainable Tourism Certifications: A Choice Modeling Approach*, 2012 TTRA International Conference

Lee, J.S., Hsu, L.T., Han, H. ve 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.

Mancı, A.R. ve Tengilimoğlu, E. (2021). TripAdvisor Ziyaretçi Yorumlarının İçerik Analizi: Göbeklitepe Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2): 1525-1545.

Millar, M. ve Baloglu, S. (2008). Hotel Guests' Preferences for Green Hotel Attributes, *Hospitality Management*, 5: 1-12.

Nguyen, L.V. (2024). *OurSCARA: Awareness-Based Recommendation Services for Sustainable Tourism*, *World*, 5(2): 471-482

Özdamar, K. (2013) *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi*, Ankara: Nisan Kitabevi.

Özdemir Uçgun, G., ve Narıcı, M.T. (2023). Konaklama İşletmelerindeki Sürdürülebilir Turizm Uygulamalarının Satın Alma Davranışına Etkileri. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(4), 1595-1610.

Postma, A. (2014). Anticipating the Future of European Tourism, *Stenden University of Applied Sciences, Leeuwarden*, 290-305.

Rebollo F.V. ve Baidal, J.A.I. (2003) Measuring Sustainability in a Mass Tourist Destination: Pressures, Perceptions and Policy Responses in Torrevieja, *Journal of Sustainable Tourism*, 11(2): 181-203.

Savaşkan, Y. ve Haliloğlu, S. (2021). Ekolojik Turizm Çerçevesinde Acarlar Longozu'na Yönelik E-Yorumların Analizi, *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(1): 6-20.

Sudhagar, D. P. (2018). An Analysis of Eco-Sensitive Hotel Guest Room Experience and its Impact on Room Selection Recommendation. *International Journal of Knowledge Management in Tourism and Hospitality*, 2(1): 1-11

Şenel, S. ve Alatlı, B. (2014). Lojistik Regresyon Analizinin Kullanıldığı Makaleler Üzerine Bir İnceleme, *Journal of Measurement and Evaluation in Education and Psychology*, 5(1): 35-52.

Tabachnick, B.G. ve Fidell, L.S. (2013). *Using Multivariate Statistics*, 6. Baskı, Boston: Pearson.

Topsakal, Y. (2019). Arslantepe Höyüğü TripAdvisor Çevrimiçi Yorumlarının İçerik Analizi ile İncelenmesi, *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4): 753-764.

Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (2023). <https://tga.gov.tr/guvenli-ve-surdurulebilir-turizm/surdurulebilir-turizm-programi/surdurulebilir-turizm-programi-hakkinda>. Erişim Tarihi: 19.05.2024

Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (2023). https://cdn.tga.net.tr/tga-prod/document_pool/2024/1/25/Surdurulebilir-Turizm-Programi_01.10.2023-13e79520-40e8-47da-9f12-6d07b2cb5158.pdf. Erişim Tarihi: 19.05.2024

UNWTO (2001). The Concept of Sustainable Tourism. <http://www.world-tourism.org/sustainable/concepts.htm>. Erişim Tarihi: 23.04.2024

Uğuz, S. Ç. (2011). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Burhaniye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli, *Marmara Coğrafya Dergisi*, 24: 332-353.

Yıldız, A. (2014). Kurumsal Yönetim Endeksi ve Altman Z Skoruna Dayalı Lojistik Regresyon Yöntemiyle Şirketlerin Kredi Derecelendirmesi, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(3): 71-89.