

Sürdürülebilir Otel Paradigmasının, Turizm İşletmelerinde Uygulanabilirliği Üzerine Bir Araştırma

Nil KONYALILAR*

Öz

Bu yazının amacı, turizm işletmelerinde sürdürülebilir otel paradigmasının uygulanabilirliğini araştırmaktır. Çevre bilincinin hızla arttığı ve rekabetin gittikçe daha da zorlaştığı turizm pazarında sürdürülebilirliğin sürdürülebilirliği, turizm bilinci artırıcı işletmeler açısından önemli faydalar sağlayabilir. Çalışmanın evrenini Kocaeli Kartepe'de faaliyet gösteren 9 otelde çalışan 530 kişi oluşturuyor. Bu nedenle, örnek hesaplama tablosuna göre 345 kişi olarak belirlenmiştir. Çalışmaya katılanlardan elde edilen veriler için Sürdürülebilir Otel Paradigması Ölçeği ve Sürdürülebilirlik Uygulanabilirlik Ölçeği kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, çalışanların yaş değişkenlerinin, sürdürülebilirlik sağlanması açısından hizmet içi ve okul dışı eğitimlerin çevre üzerindeki artışına istatistiksel olarak etkisi olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, eğitimdeki artış ve çevre kirliliğinin yokluğu arasında da pozitif bir ilişki bulunmuştur. Tüketicilerin ihtiyaçlarının karşılanması ve çevre kirliliğinin önlenmesi için çevre koruma alanında teşvik edilmesi arasında bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Otel, Ekolojik Denge, Çevre Duyarlılığı, Turizm İşletmeleri

An Investigation on the Applicability of the Sustainable Hotel Paradigm in Tourism Businesses

Abstract

The purpose of this article is to investigate the applicability of the sustainable hotel paradigm in tourism businesses. The successful continuity of sustainability and awareness raising of employees in the tourism market where environmental awareness is increasing rapidly and competition is becoming more and more difficult will provide significant benefits in terms of businesses. The universe of the work consists of 530 people working in 9 hotels operating in Kocaeli, Kartepe. Therefore, according to the sample of calculation table, 345 people have formed. The "Sustainable Hotel Paradigm Scale" and the "Sustainability Applicability Scale" used for the data will be obtained from participants in the study. As a result of the analyzes made, it was determined that the



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 26.04.2017

Kabul/Accepted: 17.01.2018

DOI: <http://dx.doi.org/10.17336/igusb.308247>

* Doktora Öğr., İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Programı, İstanbul, Türkiye, E-posta: nkonyalilar@hotmail.com **ORCID ID** <https://orcid.org/0000-0002-7310-7779>

age variability of employees is statistically effecting on ensuring sustainability, the environment, increasing in-service and external training. Additionally, a positive relationship was found between increasing education and absence of environmental pollution. It has been determined that there is a relationship between the encouragement of consumers in the area of environmental protection while meeting their needs and the prevention of environmental pollution.

Keywords: Sustainability, Sustainable Hotel, Ecological Balance, Environmental Responsibility, Tourism Businesses

Giriş

Çevreye duyarlı, müşteri memnuniyetini esas alan turizm işletmeleri, çalışanlarının vasıflı ve hizmetlerinin kaliteli olması durumunda varlıklarını sürdürebilmekte ve rekabette başarı sağlayabilmektedirler. Turizm sektörü, sürekli olarak önemli gelişmeler gösteren ve ülke ekonomilerinin lokomotifi haline gelen bir yapıya sahiptir. Çevreyle sürekli etkileşim içinde olan turizm endüstrisi, kültürel zenginliklerin korunması ile gelişebilecektir. Çevreye duyarlı tüketicilerin artması, çevre bilincinin yaygınlaşmasına ve turizm sektörünün de çevreye karşı duyarlılığının artmasına neden olmaktadır. Sürdürülebilir bir turizm ve rekabet edebilir bir hizmet kalitesini sağlayabilmek için çalışanların eğitimi ve bireylerin çevre duyarlılığının artırılmasının önemi oldukça fazladır.

İşletmelerde, önce uygun olan personelin seçimi, işe alınma aşamasının tamamlanması ve sonrasında işin benimsemesinin akabinde personelin eğitilmesi aşamasına gelinmektedir. Eğitimi, personelin tanımlanmış işi yapmak üzere nitelik ve bilgisini artırmak için uygulanan sistemlerin bütünü olarak tanımlamak mümkündür. İyi hazırlanmış bir eğitim programı, hem personele hem de işletmeye faydalar sağlamaktadır. Eğitim programı hazırlanırken, gerçek ihtiyacı karşılayabilmesi için, belirli görevde ve ilgili işkollarında çalışan personelin de katkısının sağlanması gereklidir. Personel gerçekten faydalanacağı eğitim programlarına katılmayı arzu etmektedir. Eğitim, personelin yapmakta olduğu işini daha iyi yapmasına ve üst unvana terfi ederek, kariyerini geliştirmesine imkân sağlamaktadır. Eğitim programlarının ve faaliyetlerin yoğun şekilde düzenlendiği, bilgi paylaşımlarının yapıldığı işletmeler, personel için bir çeşit okul görevi de görmektedir (Ertürk, 2006: 291).

Modern ve karmaşık bir iş çevresinde, çalışanların eğitimi ve gelişimi; değişimler gösteren iş dünyasında rekabet avantajı sağlayabilmek için ana konulardan birisidir. Eğitim ve kişisel gelişim, çalışanlar ve işletme için önemli faydalar sağlamaktadır (Falola and Osibanjo, 2014: 166).

"Sürdürülebilir Otel" denilen veya başka bir ifadeyle yeşil otel olarak adlandırılan kavram, daha az enerji ve su tüketen, CO2 emisyonları azaltılmış, küresel iklim değişikliği tehlikesine karşı bilinçli, gıda güvenliği, kuraklık ve çevre kirliliği bilinci ile doğa ile ilişkisini doğru tanımlamış, bu nedenle ekolojik

İlkelere uygun çevre dostu yerel ve geri dönüştürülebilir malzemeler ile inşa edilmiş, toplum sağlığına önemli katkı sağlayan ve böylece yatırımcısının sosyal ve çevresel sorumluluğunu belgeleyen otel anlamına gelmektedir. "Sürdürülebilir Otel" kavramı, giderek daha fazla bilinirliği artarak yaygınlaşmaktadır. Gerek butik oteller gerekse de dünya çapında tanınmış otel zincirleri, otel tasarımı ve işletmesinde değişiklikler yapmışlardır. Sayıları giderek artan yeşil otellerden bir kısmı, bünyesinde hiçbir şekilde elektronik alet barındırmayı tercih etmezken, bazıları sadece müşteriler istediği zaman havlu ve çarşafı değiştirerek tasarruf sağlamaya çalışmaktadırlar. Ancak globalleşen dünyada turistik tesisler için en doğru çözüm tüm yeni teknolojileri kullanarak, tasarımdan planlamaya, uygulamadan malzemeye uzanan tüm aşamalarda ekolojik ilkelere uygun, doğa dostu uygulamaları temel alarak toplam karbon ayak izini ve su tüketimini azaltabilmek olmalıdır (Canbay, 2012: 49).

Sürdürülebilirlik, turizm sektöründe önemli konulardan birisidir. Uluslararası otel şirketleri sürdürülebilirliklerini artırabilmek için tüketicileri teşvik edici uygulamalar gerçekleştirmektedir (Upadhyay et al., 2013: 1). Turizm işletmelerinin tüketicilerinin memnuniyetini artıracak uygulamalar gerçekleştirmeleri, rekabet başarısı açısından vazgeçilemez bir husustur.

Çevre duyarlılığı, son yıllarda daha da yaygınlaşan bir kavram haline gelmiştir. Böylece işletmeler topluma karşı sorumluluklarını ifa etme fırsatı bulmuşlardır. Çevreye duyarlı olmak ve ekolojik ilkelerle uyumlu olmak, küçük ve orta boy işletmeler için beraberinde geniş olanaklar da getirmektedir. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, işletmelerin çevre konusunda duyarlılığının gerçek olup olmadığı konusudur. Son dönemde sivil toplum kuruluşlarının da verdiği desteğin itici gücüyle kamuoyunun dikkatini çeken ve kuruluşlara çok fazla yol açabilen çevre duyarlılığı, sadece bir çevre projesinin desteklenmesi olarak algılanmamalıdır. Bu bağlamda, doğal çevreye karşı duyarlılığın artması, doğanın korunması ve yeniden kazanılması çabalarının en önemli unsurlarından biri kuşkusuz toplumun bilinçlenmesidir. Bu sebeple çevre konusunda resim, fotoğraf ya da kompozisyon gibi yarışmalar, etkinlikler düzenlenmesi faydalı olacaktır (Çavuşoğlu, 2015: 92).

Çevre, bütün canlı ve cansız varlıkların bulunduğu bir alanı kapsamaktadır. Yaşadığımız çevrede ihtiyaçların karşılanabilmesi için su, hava ve toprak gibi kaynaklara ihtiyaç olmaktadır. İnsan ihtiyaçlarının karşılanabilmesi sırasında bir takım bilinçsiz baskılar uygulamalar nedeniyle çevrede birçok olumsuzluk meydana gelebilmektedir. Çevrenin bozulmalar karşısında kendisini yenileme şansı olmadığı takdirde çevre kirliliği kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Örneğin; yeraltı sularının aşırı kullanılması, onların tamamen kaybedilmesine neden olabilecektir. Bu nedenlerle, çevre koruma konusunda farkındalık yaratılmasına ihtiyaç vardır. Çevremizi ulusal ve uluslararası seviyede korumak her bireyin görevi olabilmelidir (Contemporary: Erişim Tarihi: 16.07.2016).

Turizm işletmeleri için tüketici kitlesi her geçen gün artmaktadır fakat küreselleşme, teknolojik gelişme ve artan rekabet, bu işletmeleri uluslararası turizm pazarındaki paylarını arttırmak için zorlu bir yarış içine sokmuştur. Bu yarış kazanabilmek için tüketici davranışlarını ve bu davranışları etkileyen faktörleri belirlemek turizm işletmelerinin pazarlama faaliyetlerine ve satış arttırma çabalarına olumlu katkı yapacaktır. Tüketici davranışları hangi mal ve hizmetlerin satın alınacağı kimden, nasıl, nereden, ne zaman satın alınacağı ve satın alınıp alınmayacağına ilişkin bireylerin kararlarına ait süreçtir. Bu nedenle tüketici davranışlarını anlamak, turizm ürünlerini tüketicinin isteği doğrultusunda üretmeyi ve tüketiciye sunmayı sağlamaktadır. Turizm ürünlerini doğru ve kusursuz sunmak için tüketiciyi etkileyebilen nedenlerin neler olduğunu, ürün ve destinasyon tercihlerini hangi faktörlerin etkilediğini, satın alma şekli ve sebeplerini; diğer bir deyişle, tüketicilerin karar aşamalarını iyi analiz edebilmek gerekmektedir. Tüketicinin içinde bulunduğu durumla olmasını istediği durum arasında bir farklılık var ise ortaya sorun çıkıyor demektir. Sorunun istenen yönde sonuç verecek şekilde çözümü, karar verme sürecinin işleyişi ile gerçekleşir. Bu nedenle satın alma karar süreci, tüketicinin en yüksek fayda veya en üst verimi elde edeceği ürünü seçerken izleyeceği yol haritasını belirtmektedir (Demir ve Kozak, 2011: 19). Turizm sektörü yöneticilerinin, turizm tüketicilerini tüketim kararlarını etkileyen tercihlerini dikkate almadan başarılı olabilmeleri mümkün olamamaktadır. Yöneticilerin, tüketici davranışlarını dikkate alması gerekmektedir. Örneğin; tüketicilerin satın alma sebepleri, çeşitli promosyonlara karşı tüketicilerin tepkisinin izlenmesi gerekmektedir (Qırıç, 2011: 2).

Kalite kavramına, hizmet sektörü açısından bakıldığında belirsiz ve karmaşık kavram olduğu ifade edilebilir. Bunun sebebi, anlaşılma zorluğu, uygulanabilirlik, kontrol edebilme ve sürekliliği sağlama açısından karşılaşılan zorluklar olarak ifade edilebilir. Hizmet kalitesi, pek çok nedenden dolayı farklı anlaşılmaktadır. Hizmet sektöründe hizmetin kalitesi görecelidir. Hizmeti gören kişiden kişiye hatta hizmeti alan müşteriden müşteriye farklılıklar gösterebilmektedir. Farklılık, hizmetlerin mallara kıyasla standardize edilmesinin zor olması yüzünden oluşmaktadır. Kavramın bu kadar zor anlaşılır olmasının sonucunda ise değerlendirilmesi de aynı oranda kolay olmamaktadır (Kılış ve Eleren, 2009: 92).

Hizmet kalitesinde söz konusu olan beş temel boyut; a) fiziksel görünüm, donanım, b) güvenilirlik, c) çalışanların güvencesi, d) empati, e) duyarlılık olarak sıralanabilir. İşletmelerin hizmet kalitesini sunabilmek için fiziksel görünümünün eksiksiz, güvenilirliğin en üst seviyede, çalışanların tecrübeli, empatinin en üst seviyede ve tüketiciye karşı duyarlılığın en iyi şekilde olması gerekmektedir (Saghier and Nathan, 2013: 3).

YÖNTEM

Amaç; Sürdürülebilir oteller veya yeşil oteller; seyahat esnasında çevreye zarar vermeyen, çevreye karşı duyarlılığı yüksek, geleceğe önem veren

ve bu gibi nedenlerle daha fazla ödemeye hazır, çevreye duyarlı turizm tüketicileri tarafından tercih edilen merkezler olarak tanımlanmaktadır. Çalışmanın amacı; sürdürülebilir otellerin sayısının artırılmasını, çevreye duyarlılığın artmasını, ekonominin gelişmesini, ilgili işletmelerin karlılığının artmasını, alınacak sertifikalarla sürdürülebilir turizm işletmelerinin çoğalmasını ve çevreye duyarlı ziyaretçilerin rahatça ayarlanabilmesini sağlayacak tedbirlerin neler olduğunu tespit etmek, verilecek eğitimlerin yararlarını izah etmek ve sürdürülebilir otel yapılanmasını sağlayacak öneriler sunabilmektir.

Personelin çevre farkındalığını artırması ve eğitimi, otel çalışanlarının yeşil otel anlayışını benimsemesini artırabilecektir. Yapılacak toplantılar ve gerçekleştirilecek geri beslemeler çalışanların farkındalığını artırabilecektir. Ayrıca, çalışanların motive edilmesi, teşvik edilmesi ve ödüllendirilmesi hizmet kalitesini artırabilecektir.

Evren ve örneklem; bu çalışmada evren büyüklüklerine göre örneklem hacmi, Tablo-1'e bakılarak oluşturulmuştur. Çalışmanın evrenini Kocaeli Kartepe'de faaliyet gösteren 9 otelde çalışan 530 kişi oluşturmaktadır. Tablo-1'e bakıldığında 1000 kişiden oluşmakta olan ana kütle büyüklüğünde, %5 güvenlilikte ve 244 kişinin yeterli olabileceği görülmektedir. Dolayısıyla, örneklem hesaplama tablosuna göre 345 kişi oluşturulmuştur.

Tablo-1 Örneklem Büyüklükleri (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 50)

Evren Büyüklüğü	+0.03 örnekleme hatası (d)			+0.05 örnekleme hatası (d)			+0.10 örnekleme hatası (d)		
	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7
100	92	87	90	80	71	77	49	38	45
500	341	289	321	217	165	196	81	55	70
750	441	358	409	254	185	226	85	57	73
1000	516	406	473	278	198	244	88	58	75
2500	748	537	660	333	224	286	93	60	78
5000	880	601	760	357	234	303	94	61	79
10000	964	639	823	370	240	313	95	61	80
25000	1023	665	865	378	244	319	96	61	80
50000	1045	674	881	381	245	321	96	61	81
100000	1056	678	888	383	245	322	96	61	81
1000000	1066	682	896	384	246	323	96	61	81
100 milyon	1067	683	896	384	245	323	96	61	81

Hipotezler:

Hipotez H0.1: Çalışanların yaş değişkeninin, sürdürülebilirliğin sağlanmasında çevre konusunda hizmet içi ve dışardan eğitimlerin artırılması üzerinde istatistiksel olarak etkisi yoktur.

Hipotez H0.2: Çalışanların yaş değişkeninin, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılarken çevre kirliliğine neden olmamasına istatistiksel olarak etkisi yoktur.

Hipotez H0.3: Çalışanların yaş değişkeninin, insanların tüketim alışkanlıklarının çevreye karşı duyarlılığa özendirilmesine istatistiksel olarak etkisi yoktur.

Hipotez H0.4: Sürdürülebilirliğin sağlanmasında çevre konusunda hizmet içi ve dışardan eğitimlerin artırılması ile diğer faktörler arasında istatistiksel anlamda bir ilişki yoktur.

Hipotez H0.5: Tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılarken çevre kirliliğine neden olmaması faktörünün diğer faktörler üzerinde istatistiksel olarak etkisi yoktur.

Verilerinin Elde Edilmesi: Bu çalışmanın teorik bölümünde, sürdürülebilirlik, çalışanların bilgilendirilmesi, çevre duyarlılığı vb. ilgili hususlar ele alınmıştır. Çalışmanın alan araştırması kısmında, alan uygulamalı, verilerin ankete elde edildiği, niceliksel yöntem izlenmiştir. Hazırlanacak anket ile katılımcıların verdikleri cevaplar vasıtasıyla veriler elde edilecektir. Anketin hazırlanmasında beşli likert yöntemine başvurulmuştur.

Ölçekler: "Sürdürülebilir Otel Paradigması Ölçeği" (Dunlap et al., 2000: 433) ve "Sürdürülebilirliğin Uygulanabilirliği Ölçeği" (Güven ve Aydoğdu, 2012: 201-202) yardımı ile katılımcılardan çalışmanın verileri elde edilmiştir.

Verilerin analizi: Araştırma verilerinin analizinde; Anova analizi, Kaiser-Meyer-Olkin Değerlerinin hesaplanması (KMO) testi, Cronbach's Alpha Katsayısının Analizi, Faktör Analizi, Regresyon Analizi gibi analizlerden yararlanılmıştır. Hipotezleri sınamak için veriler SPSS 21 programında istatistiksel analizler yardımıyla değerlendirilmiştir.

1. Araştırma Ölçeklerinin Genel Güvenilirlik Analizi

Tablo-2 Güvenilirlik Analizi Tablosu

Cronbach's Alpha Katsayısı	Sayı
,697	11

Cronbach's Alpha katsayısı yapılan çalışmadaki soruların güvenilirliğini ölçmektedir ve sıfır ile bir arasında değerler alır. Cronbach's Alpha katsayısı 0 ve 0'a yakın değerler aldığı çalışmanın güvenilirliğinin az olduğu, 1'e yaklaştıkça güvenilirliğin arttığını ve yüksek olduğu kabul edilmektedir. Yapılan araştırmanın güvenilirlik katsayısı 0,697 olarak hesaplanmış ve yüksek bir değer olduğu görülmüştür. Bu yüzden çalışma güvenilirdir kararı verilir.

Tablo-3 Demografik Değişkenlerin Frekans Analizleri

		Frekans	Yüzde
Öğrenim Durumu	İlköğretim	208	60,5
	Üniversite	24	7,0
	Lisans	95	27,6
	Yüksek Lisans	17	4,9
Yaş	20-30 Yaş	143	41,6
	31-42 Yaş	63	18,3
	43-54 Yaş	87	25,3
	55 ve Üzeri	50	14,5
Göreviniz	Muhasebeci	31	9,0
	Yönetici	26	7,6
	Resepsiyon Görevlisi	55	16,0
	Ofis Memuru	63	18,3
	Temzilik Elemanı	169	49,1

Yapılan çalışmaya 208 ilkokul (%60,5) , 24 üniversite (%7,0) , 95 lisans (%27,6) ve 17 yüksek lisans (%4,9) eğitimi almış kişi katılmıştır. Çalışmada eğitim durumu dağılımının büyük çoğunluğunun ilköğretim mezunu olduğu görülmektedir.

Katılımcıların 143'ü (%41,6) 20-30 yaş aralığında, 63'ü (%18,3) 31-42 Yaş Aralığında, 87'si (%25,3) 43-54 yaş aralığında ve 50 kişi (%14,5) ise 55 yaş ve üzeridir. Katılımcıların yaş değişkenine göre dağılımları incelendiğinde büyük çoğunluğunun genç ve orta yaş grubundan oluştuğu görülmektedir.

Katılımcıların görevlerine göre dağılımlarına bakıldığı zaman 26 yönetici (%7,6) , 31 muhasebeci (%9) , 55 resepsiyon görevlisi (%16,0) , 169 temizlik görevlisi (%49,1) ve 63 kişinin (%18,3) ise ofis memuru olarak hizmet verdiği görülmektedir. Çalışanların yaklaşık yarısının temizlik elemanı olarak hizmet verdiği görülmektedir.

2. Faktör Analizi

2.1. Kaise-Mayer-Olkin ve Bartlett Testi

Tablo-4 Kaiser-Meyer-Olkin ve Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Ölçüm Değeri		,897
Bartlett's Testi	Ki-Kare Değeri	1373,697
	Df Değeri	55
	Sigma Değeri	,000

Faktör analizi, birbiriyle ilişkili çok sayıda değişkeni bir araya getirerek az sayıda kavramsal olarak anlamlı yeni değişkenler (faktörler, boyutlar) bulmayı, keşfetmeyi amaçlayan çok değişkenli bir istatistiktir. Ancak her veri setine faktör analizi uygulanmaz. Faktör analizi yapmak için Faktör analizine uygunluğu test eden KMO ölçüm değeri ve bartlett testi incelenmelidir. KMO ölçüm değeri 0 ile 1 arasında değerler alır. Bu değer 1' yaklaştıkça değişkenler arasındaki ilişkinin arttığı ve faktör analizi yapmanın anlamlı olduğu kararı verilir. Bu değer 1'e yaklaştıkça sigma değeri küçülür ve bir yerden sonra 0 eşitlenir. Sigma değeri 0,05 değeri olan alfa değerinden küçük olmalıdır. Yapılan çalışmada elimizdeki veriler için yapılan KMO bartlett testinin sonucunda elde edilen ölçüm değeri **0,897** olarak hesaplanmıştır. Aynı zamanda sigma değeride **0,000** olarak hesaplanmıştır. Bu durumda veriler üzerinde faktör analizi uygulamanın uygun olduğuna karar verilir.

2.2. Faktör Sayısının Tespiti

Faktör sayısının tespiti için öz değere analiz yapılacaktır.

Tablo-5 Öz Değer Analizi Tablosu

	Genel Öz Değerler			Öz Değer Çıkarımları			Döndürülmüş Öz Değer Çıkarımları		
	Öz Değer	Açıklama Yüzdeleri	Birikimli Açıklama Yüzdeleri	Öz Değer	Açıklama Yüzdeleri	Birikimli Açıklama Yüzdeleri	Öz Değer	Açıklama Yüzdeleri	Birikimli Açıklama Yüzdeleri
1	4,358	39,615	39,615	4,358	39,615	39,615	4,284	38,943	38,943
2	2,158	20,525	60,140	2,158	20,525	60,140	1,231	21,189	60,131
3	1,011	9,188	69,328	1,011	9,188	69,328	1,012	9,197	69,328
4	,971	8,828	68,156						
5	,834	7,586	75,742						

6	,796	7,240	82,983						
7	,548	4,978	87,960						
8	,501	4,552	92,512						
9	,365	3,318	95,830						
10	,240	2,185	98,015						
11	,218	1,985	100,000						

Faktör analizi uygulanan veri seti için faktör sayısı belirlenirken öz değerler incelenir. Öz değerleri 1'den büyük olan değerlerin sayısı bize faktör sayımızı verecektir. **Tabloda öz değerler incelendiğinde 3 değer 1'den büyük olduğu görülmektedir.** Bu yüzden faktör sayısı 3 olarak belirlenir. Birinci faktör tek başına çalışmanın yüzde **38,943** ' ünü , İkinci faktör tek başına **21,189**'unu ve üçüncü faktör tek başına **9,197**'sini açıklamaktadır. Üç faktör birlikte anketin yüzde 69,328'ini açıklamaktadır.

2.3. Faktör Analizi

Tablo-6 Faktör Analizi Tablosu

Sorular	Sürdürülebilirliğin Sağlanmasında Çevre Konusunda Hizmet İçi ve Dışardan Eğitimlerin Artırılması	Tüketicilerin İhtiyaçlarını Karşılarken Çevre Kirliliğine Neden Olmama	İnsanların Tüketim Alışkanlıklarının Çevreye Karşı Duyarlı Olmaya Özendirilmesi
S5	,716	,138	,026
S6	,242	,528	-,072
S7	,300	,711	,028
S8	,694	,326	-,019
S9	,875	,019	,060
S10	,870	,093	,000
S11	,117	-,477	,026
S12	-,341	,517	,122
S13	,818	-,061	-,074
S14	,881	,042	,022
S15	,010	-,031	,990

Faktör sayısı 3 olarak belirlendikten sonra değişkenlerin faktörler üzerindeki dağılımları yapılmalıdır. Tabloda değişkenlerin faktörler üzerindeki yük dağılımları görülmektedir. Değişkenin en fazla yükü hangi faktörde ise değişken o faktöre aittir.

2.4. Faktörlerin Anket Sorularına Dağılımı

Tablo-7 Çalışan Performansı Anket Sorularının Faktörlere Dağılımı Tablosu

Faktörler	Döndürülmüş Faktör Analizi
F1. Sürdürülebilirliğin Sağlanmasında Çevre Konusunda Hizmet İçi ve Dışardan Eğitimlerin Artırılması	S5, S8, S9, S10, S13, S14
F2. Tüketicilerin İhtiyaçlarını Karşılarken Çevre Kirliliğine Neden Olmamak	S6, S7, S11, S12
F3. İnsanların Tüketim Alışkanlıklarının Çevreye Karşı Duyarlı Olmaya Özendirilmesi	S15

Tablo-7 incelendiğinde, döndürülmüş faktör analizi sonucunda, anket sorularının belirlenen 4 faktöre dengeli bir şekilde dağıldığı gözlemlenmektedir. Anket sorularının, faktörlere dağılımı yukarıdaki tabloda gösterilmiştir.

2.5. Ki-Kare Testi

Tablo-8 Normallik Testi Tablosu

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	İstatistik Değeri	Df Değeri	Sigma	İstatistik Değeri	Df Değeri	Sigma
Sürdürülebilirliğin Sağlanmasında Çevre Konusunda Hizmet İçi ve Dışardan Eğitimlerin Artırılması	,184	344	,000	,875	344	,000
Tüketicilerin İhtiyaçlarını Karşılarken Çevre Kirliliğine Neden Olmamak	,091	344	,000	,983	344	,001
İnsanların Tüketim Alışkanlıklarının Çevreye Karşı Duyarlılığa Özendirilmesi	,225	344	,000	,842	344	,000

Normallik testi verilerin normal dağılıma uyum sağlayıp sağlamadığını ölçmek için yapılır. Normallik varsayımı parametrik testlerin başında gelmektedir. O yüzden uygulanacak teste karar vermeden önce varsayımlar incelenmelidir. Yukarıdaki tabloda tüm faktörler için Sigma değeri 0,000 olarak hesaplanmış ve bu değerler alfa değerinden (0,05) daha küçük olduğu görülmüştür. Bu yüzden ilgili analizlerin yapılmasına karar verilir.

2.5.1. Çalışanların Yaş Durumu ile Araştırma Faktörlerinin Ki-Kare Testi

Tablo-9 Çalışanların Yaş Durumu ile Araştırma Faktörlerinin Ki-Kare Testi

Faktörler	Ki- Kare	Df Değeri	Sigma
Sürdürülebilirliğin Sağlanmasında Çevre Konusunda Hizmet İçi ve Dışardan Eğitimlerin Artırılması	9,491	3	,038
Tüketicilerin İhtiyaçlarını Karşılarken Çevre Kirliliğine Neden Olmamak	2,887	3	,409
İnsanların Tüketim Alışkanlıklarının Çevreye Karşı Duyarlılığa Özendirilmesi	3,230	3	,358

Hipotezler;

Hipotez H0.1: Çalışanların yaş değişkeninin, sürdürülebilirliğin sağlanmasında çevre konusunda hizmet içi ve dışardan eğitimlerin artırılması üzerinde istatistiksel olarak etkisi yoktur.

Hipotez H0.2: Çalışanların yaş değişkeninin, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılarken çevre kirliliğine neden olmamasına istatistiksel olarak etkisi yoktur.

Hipotez H0.3: Çalışanların yaş değişkeninin, insanların tüketim alışkanlıklarının çevreye karşı duyarlılığa özendirilmesine istatistiksel olarak etkisi yoktur.

Çalışanların görevlerine göre farklılıklar incelenmiş ve gerekli hesaplamalar tablo-8'de verilmiştir. Bu tablodaki Sigma değerleri alfa değerinden (0,05) küçük olursa hipotez reddedilir. Sürdürülebilirliğin sağlanmasında çevre konusunda hizmet içi ve dışardan eğitimlerin artırılması, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılarken çevre kirliliğine neden olmaması ve insanların tüketim alışkanlıklarının çevreye karşı duyarlılığa özendirilmesi faktörlerinin Sigma değerleri sırası ile 0,038, 0,409 ve 0,358 olarak hesaplanmıştır ve bu değerlerden Sürdürülebilirliğin sağlanmasında çevre konusunda hizmet içi ve dışardan eğitimlerin artırılması faktörü için olan sigma değeri alfa değerinden (0,05) küçüktür ($p= 0,38 < 0,05$). Bu yüzden H0 hipotezi reddedilir, H1 kabul edilir ve çalışanların yaş değişkeninin sürdürülebilirliğin sağlanmasında çevre konusunda hizmet içi ve dışardan eğitimlerin artırılması faktörü üzerinde etkisi vardır.

2.6. Regresyon Analizi

2.6.1. Sürdürülebilirliğin Sağlanmasında Çevre Konusunda Hizmet İçi ve Dışardan Eğitimlerin Artırılması ile Diğer Faktörlerin Karşılaştırılması

Tablo-10 Regresyon Analizi Anlamlılık Tablosu

Model	Kareler Toplamı	Df Değeri	Kareler Ortalaması	F	Sigma
Regresyon	5,474	2	2,737	2,254	,037
Artık Değer	414,123	341	1,214		
Toplam	419,598	343			

Regresyon Analizi Anlamlılık Tablosu aralarındaki ilişkileri incelediğimiz değişkenler üzerinde regresyon analizi uygulamanın anlamlı olup olmadığını inceler. Regresyon analizi yapıp yapmamaya karar verirken ise sigma değerini kullanır. Eğer Sigma değeri alfa değeri olan 0,05'ten değerinden büyük olursa regresyon modeli anlamsız bulunmuştur demektir. Sürdürülebilirliğin sağlanmasında çevre konusunda hizmet içi ve dışardan eğitimlerin artırılması faktörü için gerekli hesaplamalar yapılmış ve Sigma değeri 0,037 olarak hesaplanmıştır. Bu durumda değişkenler üzerinde regresyon analizi uygulamak anlamlı bulunmuştur.

Tablo-11 Sürdürülebilirliğin Sağlanmasında Çevre Konusunda Hizmet İçi ve Dışardan Eğitimlerin Artırılması ile Diğer Faktörlerin Regresyon Analizi Katsayı Tablosu

Model	Standart Olmayan Katsayılar		Standart Değerler	T-Değeri	Sigma
	B	Standart Hata	Beta		
	2,329	,379		6,148	,000
Tüketicilerin İhtiyaçlarını Karşılarken Çevre Kirliliğine Neden Olmamak	,177	,084	,114	2,123	,034
İnsanların Tüketim Alışkanlıklarının Çevreye Karşı Duyarlı Olmaya Özendirilmesi	-,002	,061	-,001	-,025	,980

Hipotez H0.4: Sürdürülebilirliğin sağlanmasında çevre konusunda hizmet içi ve dışardan eğitimlerin artırılması ile diğer faktörler arasında istatistiksel anlamda bir ilişki yoktur.

Regresyon tablosu incelendiğinde anlamlı bulunan katsayılar ile regresyon denklemi oluşturulmalıdır. Anlamlı bulunan katsayılara Sigma değeri yardımı ile karar verilmektedir. Bu değer alfa değerinden (0,05) küçük olursa regresyon modeli için anlamlı bir değişken olduğuna karar verilir. Yukarıdaki regresyon tablosunda sürdürülebilirliğin sağlanmasında çevre konusunda hizmet

İç ve dışardan eğitimlerin artırılması ile diğer faktörler arasındaki ilişki incelenmiş ve sürdürülebilirliğin sağlanmasında çevre konusunda hizmet içi ve dışardan eğitimlerin artırılması ile tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılarken çevre kirliliğine neden olmaması arasındaki ilişki anlamlı bulunmuştur. Regresyon denklemi ise şu şekilde yazılır; sürdürülebilirliğin sağlanmasında çevre konusunda hizmet içi ve dışardan eğitimlerin artırılması = 2,329+ 0,177 tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılarken çevre kirliliğine neden olmaması.

Burada, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılarken çevre kirliliğine neden olmaması 1 birim arttığı zaman, sürdürülebilirliğin sağlanmasında çevre konusunda hizmet içi ve dışardan eğitimlerin artırılması faktörü 0,177 birim artacaktır. Tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılarken çevre kirliliğine neden olmaması faktörü; sürdürülebilirliğin sağlanmasında çevre konusunda hizmet içi ve dışardan eğitimlerin artırılması faktörünü yüzde 17,7 oranında etkilemektedir ve aralarında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

2.6.2. Tüketicilerin İhtiyaçlarını Karşılarken Çevre Kirliliğine Neden Olmaması ile Diğer Faktörler Arasındaki Regresyon Analizi

Tablo-12 Regresyon Analizi Anlamlılık Tablosu

Model	Kareler Toplamı	Df Değeri	Kareler Ortalaması	F	Sigma
Regresyon	2,286	2	1,143	4,272	,045
Artık Değer	171,505	341	,251		
Toplam	173,791	343			

Tablo-12 temelde bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasında regresyon analizi yapmanın anlamlı olup olmadığını ölçer. Bu durumda Sigma değerine göre karar verilir. Eğer Sigma değeri alfa değerinden büyük olursa regresyon modeli anlamsız bulunmaktadır. Tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılarken çevre kirliliğine neden olmama faktörü için ölçüm ve hesaplamalar yukarıdaki tabloda verilmiştir. Sigma değeri **0,045** olarak hesaplanmıştır. Bu durumda regresyon modeli çıkarmak anlamlı bulunmuştur.

Tablo-13 Tüketicilerin İhtiyaçlarını Karşılarken Çevre Kirliliğine Neden Olmaması ile Diğer Faktörlerin Regresyon Analizi Katsayı Tablosu

Model	Standart Olmayan Katsayılar	Standart Katsayılar	T-Değeri	Sigma
	B	Standart Hata	Beta	
(Constant)		3,246	,187	
Sürdürülebilirliğin Sağlanmasında Çevre Konusunda Hizmet İçi ve Dışardan Eğitimlerin Artırılması		,144	,035	,114
İnsanların Tüketim Alışkanlıklarının Çevreye Karşı Duyarlılığa Özendirmesi		,008	,039	,010

Hipotez H0.5: Tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılarken çevre kirliliğine neden olmaması faktörünün diğer faktörler üzerinde istatistiksel olarak etkisi yoktur.

Regresyon tablosu incelendiğinde anlamlı bulunan katsayılar ile regresyon denklemi oluşturulmalıdır. Anlamlı bulunan katsayılar Sigma değeri yardımı ile karar verilmektedir. Bu değer alfa değerinden (0,05) küçük olursa regresyon modeli için anlamlı bir değişken olduğuna karar verilir. Regresyon tablosunda, insanların tüketim alışkanlıklarının çevreye karşı duyarlılığa özendirilmesi ile tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılarken çevre kirliliğine neden olmaması faktörleri arasındaki ilişki anlamlı bulunmuştur. Regresyon denklemi ise şu şekilde yazılır; tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılarken çevre kirliliğine neden olunmaması = 3,246 + 0,008 sürdürülebilirliğin sağlanmasında çevre konusunda hizmet içi ve dışardan eğitimlerin artırılması,

Bu durumda; sürdürülebilirliğin sağlanmasında çevre konusunda hizmet içi ve dışardan eğitimlerin artırılması 1 birim arttığı zaman, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılarken çevre kirliliğine neden olmaması faktörü 0,008 birim artacaktır. İnsanların tüketim alışkanlıklarının çevreye karşı duyarlılığa özendirilmesi, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılarken çevre kirliliğine neden olmamasını yüzde 8 oranında etkilemektedir.

2.6.3. İnsanların Tüketim Alışkanlıklarının Çevreye Karşı Duyarlılığa Özendirilmesi ile Diğer Faktörler Arasındaki Regresyon Analizi

Tablo-14 Regresyon Analizi Anlamlılık Tablosu

	Kareler Toplamı	Df Değeri	Kareler Ortalaması	F	Sigma
Regresyon	,035	2	,018	,018	,982 ^b
Artık Değer	328,197	341	,962		
Total	328,233	343			

Yukarıdaki tablo temelde bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasında regresyon analizi yapmanın anlamlı olup olmadığını ölçer. Bu durumda Sigma değerine göre karar verilir. Eğer Sigma değeri alfa değerinden büyük olursa regresyon modeli anlamsız bulunmaktadır. İnsanların tüketim alışkanlıklarının çevreye karşı duyarlılığa özendirilmesi faktörü için ölçüm ve hesaplamalar yukarıdaki tabloda verilmiştir. Sigma değeri 0,982 olarak hesaplanmıştır. Bu durumda regresyon modeli çıkarmak anlamlı bulunmamış ve çok yüksek bir sigma değeri ile reddedilmiştir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Çalışmada eğitim durumu dağılımının büyük çoğunluğunun ilköğretim mezunu olduğu (208 kişi %60,5) tespit edilmiştir. İşletmenin çalışanların

kariyerlerini yükseltecek teşvikler uygulaması çalışanların verimliliği açısından önemli yararlar sağlayabilecektir.

Çalışanların yaklaşık yarısının temizlik elemanı olarak hizmet verdiği (169 kişi, %49,1) tespit edilmiştir. İşletmelerin hizmet kalitesi ve verimliliğinin artırılması için yönetici, resepsiyon vb. görev tütündeki elemanların artırılmasının yararı olabilecektir.

Yaş değişkeni ile sürdürülebilirliğin sağlanmasında çevre konusunda hizmet içi ve dışardan eğitimlerin artırılması arasında ilişki bulunmuştur. İşletmelerin çalışanların yaşını dikkate alan çevre eğitimleri vermesi daha yararlı olabilecektir.

Tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılarken çevre kirliliğine neden olmaması ile sürdürülebilirliğin sağlanmasında çevre konusunda hizmet içi ve dışardan eğitimlerin artırılması arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Dolayısıyla işletmeler, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılarken çevre kirliliğine neden olmamalı ve sürdürülebilirlik için çevre konusunda eğitimlerini artırmaları yararlı olacaktır.

Çevre duyarlılığına özendirme ile tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılarken çevre kirliliğine neden olmaması arasında ilişki bulunmuştur. Bu durumda, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılarken, çevreye duyarlı ürünlerin sunulması, tanıtılması, fiyat indirimleri uygulanması veya ödüller verilmesi sürdürülebilir otelcilik ve temiz bir çevre için taraflara önemli kazanımlar sağlayabilecektir.

KAYNAKÇA

CANBAY, Nilay, "Nasıl Sürdürülebilir Otel Olunur?", *Eko Yapı Dergisi*, 2012, 36-54, s. 49, <http://www.ekoyapidergisi.org/21-nasil-surdurulebilir-otel-olunur.html> (Erişim Tarihi: 08.07.2016).

CONTEMPORARY, Major, "Environmental Awareness", <http://download.nos.org/srsec317newE/317EL23.pdf>, (Erişim Tarihi: 16.07.2016).

ÇAVUŞOĞLU, Bora, **Marka Yönetimi ve Pazarlama Stratejileri**, Nobel Yayın, Ankara 2015.

DEMİR, Şirvan Şen ve Metin Kozak, "Turizmde Tüketici Davranışları Modelini Oluşturan Aşamalar Arasındaki İlişki", **Turizm Araştırmaları Dergisi**, Cilt 22, Sayı 1, 2011, s. 19-34.

DUNLAP, Riley E....[et al.], "Measuring Endorsement of the New Ecological Paradigm: A Revised NEP Scale", **Journal of Social Issues**, Volume 56, No 3, 2000, s. 425-442.

ERTÜRK, Mümin, **İşletme Biliminin Temel İlkeleri**, Beta Yayınları, İstanbul 2006.

FALOLA, H. O. and OSIBANJO, A. O., "Effectiveness of Training and Development on Employees' Performance and Organisation Competitiveness in The Nigerian Banking Industry", **Bulletin of the Transilvania University of Braşov**, Volume 7, No 1, 2014, s. 161-170.

GÜVEN, Ezgi ve Murat Aydoğdu, "Çevre Sorunlarına Yönelik Farkındalık Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Öğretmen Adaylarının Farkındalık Düzeylerinin Belirlenmesi", **Öğretmen Eğitimi ve Eğitimcileri Dergisi**, Cilt 1, Sayı 2, 2012, s. 185-202.

KILIÇ, Burhan ve Ali Eleren, "Turizm Sektöründe Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Literatür Araştırması", **Alanya İşletme Fakültesi Dergisi**, Cilt 1, Sayı 1, 2009, s. 91-118.

QIRIC, Eleina, "Analysis of Consumers Profile as an Important Tool for Tourism Development", **Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology**, Issue 7, 2011, s. 1-12.

SAGHIER, Niveen El and Demyana Nathan, "Service Quality Dimensions and Customers' Satisfactions of Banks in Egypt", International Business Research Conference, Dubai, 4-5 April 2013, s. 1-13.

UPADHYAY, Arvind...[et al.], "Sustainable Operations in Hotel Industry", **Turizm Journal**, 2013, s. 1-10.

YAZICIOĞLU, Yahşi ve Samiye Erdoğan, **SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri**, Detay Yayıncılık, Ankara 2004.

Summary

In this article, the applicability of the sustainable hotel paradigm in tourism enterprises has been researched. It can be said that competition has increased in the world market, consumers' preferences have changed and consumer demands have increased in terms of environmental sensitivity. Sustainable hotel or green hotel activities include activities that include applications such as food safety, less energy, less environmentally hazardous emissions, use of materials for environmental protection, and recycled packaging materials.

Sustainability is noteworthy as one of the most important objectives aimed at all businesses. Increasing numbers of green hotels are increasing their environmental awareness as consumers' preferred accommodation centers. In order for successful businesses in the sector to succeed, it may be beneficial to increase consumer satisfaction, make environment-friendly practices, activities that emphasize human health, environmentally conscious employees, environmentally conscious products and efforts to leave a cleaner world for future generations.

The universe of the work consists of 530 people working in 9 hotels operating in Kocaeli Kartepe region. Therefore, the sample of the study was identified as 345 people. After the questionnaire application, SPSS analyzes were made using the information obtained from the participants. After the analysis, it was observed that the increase of the training was the effect of ensuring the sustainability of the enterprises. It has been determined that increasing the number of training has an impact on the prevention of environmental pollution. It

was observed that the vast majority of participants (208 persons, 60.5%) were primary school graduates and the result that more training oriented studies were required. There was a positive relationship between the lack of environmental pollution and the in-service training while meeting the needs of the consumers. Consumer demand for global competition is increasing and changing day by day. In addition, the worldwide disadvantages of technological developments and environmental pollution make it necessary for businesses to be more sensitive to the environment. Employees, employees, consumers, governments, non-governmental organizations, etc. are required to develop sustainable hotel understanding and to enable businesses to be successful in the competitive market. Working together in a team spirit can provide positive contributions to all parties.