



Otel Müşterilerinde Algılanan Yeşil Yıldız İmajı: Nevşehir Örneği (Green Star Image Perceived by Hotel Customers: The Example of Nevşehir)

* Taybe APLAK ^a , Meryem SAMIRKAŞ KOMŞU ^b 

^a Mersin University, Faculty of Tourism, Mersin/Türkiye

^b Mersin University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Mersin/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 15.03.2023

Kabul Tarihi: 01.06.2023

Anahtar Kelimeler

Yeşil yıldız

Yeşil otel

Yeşil imaj

Nevşehir

Öz

Küresel bir tehdit haline gelen çevre sorunları, birçok alanda olduğu gibi turizm sektörünün de geleceğini olumsuz yönde etkilemektedir. Turizm sektöründe çevresel sorunları en aza indirgeyebilmek adına birtakım çevreye duyarlı faaliyetler uygulanmaktadır. Çevreye duyarlı konaklama işletmelerine verilen yeşil yıldız belgesi, bu uygulamalar arasındaki en önemlilerinden biridir. Bu çalışma, yeşil yıldızlı otel uygulamalarının, müşteriler tarafından nasıl algılandığının belirlenmesi amacıyla yapılmıştır. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden görüşme yöntemi kullanılmıştır. Bu amaç doğrultusunda, Nevşehir’de yer alan yeşil yıldızlı bir otelin müşterileriyle görüşülmüştür. Araştırma kapsamında 26 katılımcıya ulaşılmış ve önceden hazırlanmış yarı yapılandırılmış görüşme formu dahilinde görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda elde edilen veriler, betimsel analiz yöntemiyle çözümlenmiştir. Elde edilen bulgular kapsamında yeşil yıldızın, otel müşterilerinin algılarında olumlu bir imaj yarattığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca araştırma sonuçları, otel müşterilerinin yeşil yıldızlı bir otelde konakladıktan sonra seyahatlerine bakış açılarında farklılık olduğunu göstermektedir. Çoğunlukla, müşterilerin bir sonraki seyahatlerinde yeşil yıldızlı otelleri tercih edeceğine dair görüşlere ulaşılmıştır. Bununla birlikte araştırma sonuçları, yeşil yıldızlı otellerin en büyük eksiğinin reklam ve tanıtım faaliyetleri olduğunu göstermektedir. Müşterilerin yeşil yıldızlı oteller hakkında bilgi sahibi olması halinde tercihini çevreye duyarlı otellerden yana kullanacağı tespit edilmiştir.

Keywords

Green star

Green hotel

Green image

Nevşehir

Abstract

Environmental problems, which have become a global threat, negatively affect the future of the tourism sector, as in many areas. In the tourism sector, some environmentally sensitive activities are implemented in order to minimize environmental problems. The green star certificate given to environmentally sensitive accommodation establishments is one of the most important of these applications. This study was conducted to determine how green star hotel applications are perceived by customers. In this study, the interview method, one of the qualitative research methods, was used. For this purpose, the customers of a green star hotel in Nevşehir were interviewed. Within the scope of the research, 26 participants were reached and interviews were conducted within the pre-prepared semi-structured interview form. The data obtained in this direction were analyzed by descriptive analysis method. Within the scope of the findings, it was concluded that the green star creates a positive image in the perceptions of hotel customers. In addition, the results of the research show that hotel customers differ in their perspectives on their travels after staying in a green star hotel. Mostly, it has been reached that the customers will prefer green star hotels in their next trips. However, the results of the research show that the biggest shortcoming of green star hotels is advertising and promotion activities. It has been determined that if the customers have information about green star hotels, they will prefer environmentally friendly hotels.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: taybeaplak125@hotmail.com (T. Aplaç)

DOI: 10.21325/jotags.2023.1233