

Otel İşletmelerinde Eko-Etiketli Ürünlerin Kullanımına Yönelik Tutum ve Eğilimlerin Değerlendirilmesi (Evaluation of Attitudes and Tendencies Towards the Use of Eco-Labeled Products in Hotel Businesses)

* Ebru ARICI ^a , Aziz Gökhan ÖZKOÇ ^a , Orhan BATMAN ^a 

^a Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Sakarya/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 20.07.2023

Kabul Tarihi: 26.09.2023

Anahtar Kelimeler

Eko-Etiket

Sürdürülebilirlik

Otel İşletmeleri

Çevre

Öz

Konaklama işletmelerinde çevreye duyarlı eko-etiketli ürünlerin kullanımı, hem işletmelerin rekabet avantajı elde etmeleri hem de çevreye olan sorumluluklarını yerine getirebilmeleri açısından önemlidir. Bu bakımdan değerlendirildiğinde bu çalışmanın temel amacı turizm faaliyetleri içerisinde önemli bir yere sahip olan konaklama işletmelerinde eko-etiketli ürünleri kullanım düzeylerinin belirlenmesi ve aynı zamanda bu işletmelerde orta ve üst kademelerde yönetici konumunda bulunan kişilerin eko-etiketli ürünlere karşı tutumlarının değerlendirilmesidir. Çalışma nitel bir araştırma olarak tasarlanmıştır. Çalışmanın amacı doğrultusunda konaklama işletmelerinden veriler toplanmıştır. Veri toplamada nitel yöntemlerden birisi olan yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmıştır. Elde edilen veriler uygun nitel veri analizi programları kullanılarak analiz edilmiştir. Bu kapsamda Kod-Alt Kod ve Kelime Bulutu modelleri görselleştirilerek yorumlanmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre konaklama işletmelerinin sürdürülebilirlik ve çevre dostu hareketliliklerin bir parçası olmak ve doğayı korumak adına eko-etiketli ürünleri kullanmaya yönelik eğilimleri bulunmaktadır. Eko-etiketli ürünleri hali hazırda kullanan işletmeler gelecekte bu kullanımlarını sürdürmeye devam etmeyi hedeflemektedir. Bu ürünleri kullanmayan işletmeler ise maliyet, tedarik sorunu ve ürün çeşitliliğinin azlığı konularından yakınmaktadır. Ancak gelecekte fırsatlar oluşturup bu ürünleri kullanmayı hedeflemektedirler.

Keywords

Eco-Label

Sustainability

Hotel Businesses

Environment

Abstract

The use of environmentally friendly eco-labeled products in accommodation businesses is important both for businesses to gain a competitive advantage and to fulfill their environmental responsibilities. In this respect, the main purpose of this study is to determine the level of use of eco-labeled products in accommodation businesses, which have an important place in tourism activities, and at the same time to evaluate the attitudes of middle and senior managers in these businesses towards eco-labeled products. The study was designed as a qualitative research. In line with the purpose of the study, data were collected from accommodation establishments. The semi-structured interview technique, one of the qualitative methods, was applied in the study. The data obtained were analyzed using appropriate qualitative data analysis programs. In this context, Code-Sub-Code and Word Cloud models were visualized and interpreted. According to the findings of the study, accommodation establishments have a tendency to use eco-labeled products in order to be a part of sustainability and environmentally friendly movements and to protect nature. Businesses that already use eco-labeled products aim to continue to use them in the future. Businesses that do not use these products complain about cost, supply problems and lack of product diversity. However, they aim to create opportunities and use these products in the future.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: ebruarici96@hotmail.com (E. Arıcı)

DOI: 10.21325/jotags.2023.1293

GİRİŞ

Turizm işletmelerinde eko-etiketli ürünlerin kullanımının yaygınlaştırılması, işletmelerin çevreye duyarlılıklarının ve sürdürülebilirlik faaliyetlerine verdikleri desteğin önemli bir göstergesidir. Yiyecek-içecek üretimi başta olmak üzere otel işletmelerinin bütün faaliyetlerinde eko-etiketli ürünleri yaygın olarak kullanması, kaynakların etkili ve verimli kullanılması açısından da önem arz etmektedir.

Üretim ve tüketim faaliyetlerinin belirli bir hızla gelişim gösterdiği ve turizm sektörünün önemli parçalarından birisi olan konaklama işletmelerinde eko-etiketli ürünlerin kullanılması, işletmelerin doğaya verdikleri zararları aza indirgeyeceği düşünülmektedir. Ek olarak çevre bilincinin oluşmasına, çağın gerekliliklerinden olan sürdürülebilirlik faaliyetlerine destek olmaya katkı sağlayacaktır.

Böylece eko-etiketli ürünleri kullanan işletmeler sadece ürünü kullanmakla kalmayıp sürdürülebilirlik bakımından da bilgi edinmiş olacaktır. Bu da özellikle otellerde daha sağlıklı, organik ürünler kullanılarak elde edilmiş ürünlerin ortaya çıkmasını sağlayacaktır. Ayrıca bu durum müşteri üzerinde de olumlu etki bir etki bırakarak müşterilerin gözünde otelin imajını daha üst noktalara taşıyacaktır. Morales vd. (2016), eko-etiketli ürünler kullanan işletmelerin çevreye olan duyarlılıklarının arttığını ve müşterilere yapılan bilgilendirmeler doğrultusunda müşteri kitlesine de çevre bilincini aşıladıklarını belirtmiştir.

Son yıllarda turizm sektöründe önemli bir fark yaratan sürdürülebilirlik faaliyetleri kapsamında oluşturulan eko-etiketli ürünler ve bu ürünlerin kullanımı, otel işletmelerinin tercih edilmesinde belirleyici özellikler arasındadır (Yılmaz, vd., 2019). Dolayısıyla bu çalışmanın amacı otel işletmelerinde eko-etiketli ürünleri kullanım düzeylerinin ve işletmelerde görev yapan orta ve üst kademe yöneticilerin bu ürünlere yönelik tutumlarının belirlenmesidir. Otel işletmeleri yöneticilerle yapılacak mülakatlar neticesinde elde edilen bilgiler, Türkiye’de faaliyet gösteren otel işletmelerinin eko-etiketli ürünlere yönelik gelecekteki eğilimlerini sorgulamayı hedeflemektedir. İlgili alanyazın tarandığında, Türkiye’deki otel işletmeleri özelinde eko-etiketli ürünlerin kullanımına yönelik bir çalışmaya rastlanmamıştır. Konunun önemine vurgu yaparak, eko-etiketli ürün kullanımının hem ilgili alanyazında hem de otel işletmelerinde gündeme gelmesini sağlamak açısından da çalışmanın önemli katkılar sunması beklenmektedir.

Teorik Çerçeve

Eko-Etiketli Ürünlerin Niteliği

Eko-etiket, bir ürünün üretimden tüketime kadar olan tüm süreçlerinin incelenip ürünün çevreye olan etkisini ortaya koyarak tüketicinin bilgilendirilmesidir (GEN, 2004). Bununla birlikte bu ürünler belirli standartlara tabii tutulurlar. Eko-etiketli ürünler çevresel sicilleri tescillenmiş ve onaylanmış ürünler grubunda yer almaktadırlar. Eko-etikete sahip ürünlerin üretim, tedarik, pazarlama vb. evreleri dikkatle incelenmektedir (Yücel & Emekçiler, 2008).

Eko-etiket sistemleri iki farklı amaç için tasarlanmıştır. Bunlardan birincisi tüketilen ürünün çevresel etkilerini ortaya koymak ve tüketicileri çevre dostu ürünlerin tüketilmesi konusunda teşvik etmektir. İkincisi ise ürünün üretim sistemini, hükümetleri ve tedarik zincirini kontrol altına alıp bu konuda standardizasyonu sağlamak ve ürünün üretiminden tüketimine kadar olan süreçte aktif bir biçimde rol alan çalışanları çevresel standartlara uygun ürün üretimi için özendirme (Gallastegui, 2002). Eko-etiketler, muhtemel tüketicilerin ürün tercihleri sırasında satın alacakları ürünün çevresel boyutunu da dikkate almaları için kullanılır. Buradaki temel amaç bir ürün veya hizmetin tüketiciler tarafından satın alınmadan önce çevresel etkilerini ortaya koyarak doğru ve ispatlanabilir bilgilerle bunu

kanıtlamaktır. Böylece çevre dostu ürünlerin tercih edilmesini sağlayarak bu ürün ve hizmetlerin doğa dostu bir süreç ile üretilmesine destek olmaktadır. Bu sayede süreklilik arz eden tüketim zinciri oluşmuş olacaktır. Eko-etiketler, başta Avrupa Birliği ülkeleri olmak üzere dünyada birçok ülkede mevcut çevre kanun ve politikalarını desteklemek, turizm faaliyetlerinde ürün bazında sürdürülebilirliği sağlamak amacıyla kullanılmaktadır (Gökdeniz, 2017; Birpınar, Atay, & Yetiş, 2023). Aslında bir nevi oluşturulmuş çevre politikalarının uygulamaya koyulması sürecinde bir araç olarak kullanılmıştır (Bozkurt & Düncan, 2018). Böylece eko-etiketler sayesinde başlangıçta ürün bazında ardından daha kapsamlı bir biçimde çevresel iyileştirme faaliyetleri gerçekleştirilmiş ve bu çalışmalar sürdürülebilir hale getirilmiştir.

Ürün bazında eko-etiket kavramı ürünler ile çevresel faktörlerin arasında bir köprü görevi görse de işletmeler bakımından değerlendirildiğinde uzun vadede kâr elde etmek amacıyla ve turizm pazarındaki rekabet sirkülasyonunda farklılaşmak, mevcut işletmelerin çevresel duyarlılığını ön plana çıkartmak amacıyla eko-etiketler tercih edilmektedir (Thorgersen, vd., 2010; Tellioğlu, 2019). Eko-etiketlerin işletmeler açısından diğer özgün bir özelliği ise uluslararası pazarda çeşitli ülkeler tarafından uygulanan ticaret engellerini aşmaktır. Yerel veya uluslararası işletmelerin meydana getirdiği çevre standartları yerine getirildiğinde bir ürün eko-etiketi almaya hak kazanır (Ban, Iacobaa, & -Nedelea, 2016). Bu eko-etiketlerin tüketicilerin daha kolay tanınması ve algılayabilmesi için net, anlaşılır, güvenilir, tutarlı ve tüm yasal zorunlulukları yerine getirmiş olması beklenir. Bu bağlamda “Ecolabelling Network’e” göre eko-etiketlerin sahip olması gereken özellikler şunlardır (Global Ecolabelling Network, 2022):

- Eko-etiketler gönüllülük içermelidir.
- Kanunlarca denetim altında tutulmalıdır.
- Mevcut kriterleri kanıtlanabilir, güvenilir, erişilebilir ve tarafsızlık üzerine kurulu olmalıdır.
- Her bir eko-etiketin bilimsel bir temeli olmalı ve gerektiğinde kriterleri bilimsel açıdan açıklığa kavuşturulmalıdır.

Otellerde Eko Etiketli Ürünlerin Kullanımı

Kung & Lee (2002)’e göre eko-etiketli ürünlerin uluslararası turistik otel yöneticileri tarafından kullanımının, otelin birçok farklı departmanında fayda sağladığını belirtmiştir. Ek olarak ve konaklama işletmelerinde eko-etiket sistemlerinin geliştirilerek yaygınlaştırılması gerektiğini öne sürmüştür. Aynı zamanda bu sistemler oteller tarafından kullanıldığında sadece otel içerisindeki hizmetin kalitesinin sürdürülebilirliğini değil aynı zamanda bir pazarlama aracı olarak kullanılabilecek ve akabinde işletmenin piyasadaki rekabet gücünü de önemli oranda arttırabilecektir (Kung & Lee, 2002; Aslan & Güneş, 2015).

Turizm sektöründe eko-etiketli ürünlerin kullanımına yönelik yapılan çalışmalar olsa da işletmelerin eko-etiketli ürünlere bakış açılarını detaylıca tespit eden, otellerde eko etiketli ürünlerin kullanım düzeylerini açıklayan ve bu ürünlerin kullanımının beraberinde getirdiği avantajları doğrudan ortaya koyan az sayıda çalışmaya rastlanmıştır. Ancak bununla birlikte genel olarak işletmelerde eko-etiket kullanımının yeşil ekonomi açısından sağladığı faydalara değinen (Şişman Aydın, 2019) ve otellerde uygulanacak sertifikasyon uygulamalarının önemine vurgu yapan (Satar & Güneş, 2017) çalışmalar bulunmaktadır.

Turizm veya otel işletmelerinde eko-etiketli ürün kullanımını doğrudan ele alan çalışmalardan biri, Mercan ve Deliormanlı (2020) tarafından İstanbul'daki zincir otellerin çevre uygulamalarının değerlendirilmesi üzerine yapılmıştır. Bu çalışmada eko-etiketli ürün kullanımı açısından AB ülkeleri tarafından tanınan Nordic Swan, EU Flower gibi eko-etiketleme programlarına değinilmiştir. Bununla birlikte, dünyada birçok ülke tarafından bilinen eko-etiketleme sistemlerinin 5 yıldızlı oteller tarafından çoğunlukla enerji, atık yönetimi ve su kullanımı üzerine uygulandığı tespit edilmiştir. Otelde kullanılan ürünler bakımından değerlendirildiğinde ise eko-etiketli ürünlerin çoğunlukla tekstil ürünleri ve temizlik ürünlerinde kullanıldığı ortaya çıkmıştır. (Mercan & Deliormanlı, 2020).

Geerts (2014) tarafından yapılan bir çalışmada ise işletme yöneticilerinin eko-etiketli ürünler hakkındaki tutumları ve eko-etiketli ürünlerin konaklama işletmelerindeki etkileri incelenmiştir. Bu amaçla 83 farklı konaklama işletmesi ve 408 otel yöneticisi ile sağladığı görüşmeler neticesinde, eko-etiketleri ürünlerin her konaklama işletmesi farklı boyutlar ile değerlendirildiği sonucuna varılmıştır. Yapılan çalışmada Londra'daki bir konaklama işletmesi yöneticileri, sürdürülebilirlik faaliyetlerini destekleme amacıyla meydana getirilen eko-etiketleme çalışmalarını ekonomik açıdan ele almış ve bu konu üzerinde değerlendirmeler yapmıştır. Eko-etiketli ürünleri kullanırken, bu ürünlerin maliyet açısından çeşitli avantajlar sağladığı belirtilmiştir. Böylece eko-etiketler ve diğer çevresel uygulamaların konaklama işletmeleri ile finansal performansları arasında olumlu bir ilişki meydana getirdiği görülmektedir (Geerts, 2014).

Manaktola ve Jauhari (2007)' ye göre eko-etiket uygulamaları turizm endüstrisinde tüketicilerin seçimlerini etkilemede önemli bir faktördür. İşletmeler için ise düzenleyici konumundadır. Başta eko-etiketler olmak üzere işletmeler için yapılan diğer çevre dostu uygulamalar, otel çalışanlarının tutum ve davranışlarını belirli bir oranda düzenlemektedir. Bununla birlikte hem müşterilere hem de hizmet sektöründe çalışanlara çevresel anlamda farkındalık aşılamaktadır (Manaktola & Jauhari, 2007).

Kim ve ark. (2016) tarafından TripAdvisor'da yayınlanan müşteri yorumları baz alınarak yapılan bir çalışmada, müşteriler tarafından yapılan yorumların büyük bir çoğunluğunun eko-etiketleri ve diğer yeşil uygulamaların konaklama işletmelerinde kullanılmasının müşteri üzerinde olumlu etkiler bıraktığını ve bu uygulamalara sahip olan konaklama işletmelerinin müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesi yönünden de başarılı olduklarını göstermektedir (Kim, Hlee, & Joun, 2016). Bu çalışmayı destekler nitelikte bir çalışmada Peiro-Signes (2014) ve çalışma arkadaşları tarafından İspanya'da gerçekleştirilmiştir. Araştırmacılar "booking.com" sitesi üzerinden yapılan toplamda 6850 tane yorumu değerlendirmişlerdir. Eko-etiketler vb. yeşil uygulamalara sahip olan oteller ile bu uygulamaları kullanmayan otellere yapılan yorumlar karşılaştırıldığında yeşil uygulamalara sahip olan otellerin diğerlerine göre daha fazla değerlendirme puanı aldıkları görülmüştür (Peiró-Signes, vd., 2014).

Duglio ve ark. (2017) tarafından yürütülen çalışmada İtalya'da eko-etikete sahip olan 36 farklı işletme ile görüşmeler yapılmıştır. Bu çalışma eko-etiketlerin amaçlarının yönetici ve işletmelerin sürdürülebilirlik bilincinin artırılması ve mevcut konaklama işletmelerinin imajını iyileştirme çalışmaları olduğuna açıklık getirilmiştir. Ayrıca eko-etiketlerin maliyet açısından olumsuz bir getirisinin olmadığı belirtilmiştir. Çalışma içerisinde genellikle eko-etiketlerin artı ve eksi yönlerinden bahsedilmiştir. Henüz tüketicinin eko-etiket okuma alışkanlığını tam anlamıyla kazanmadığı ama bu bilince sahip olanların sertifikasyona sahip konaklama işletmelerini tercih ettiği şeklinde bir sonuca varılmıştır. Teorik ve ampirik çalışmalar neticesinde elde edilen veriler, otel işletmeleri açısından eko-etiket kullanımının uluslararası rekabet gücü açısından önemli katkılar sağlayabileceğini göstermektedir. Bununla birlikte,

turistik kaynakların gelecek nesillere aktarılması için gereken duyarlılığı ve faaliyetleri gerçekleştirdiklerini belirten otel işletmelerinin, bu farkındalığın bir çıktısı olarak eko-etiketli ürünlere ne düzeyde eğilim gösterdikleri merak konusudur. Araştırmanın bu bölümünden sonra otel işletmelerine yönelik gerçekleştirilen nitel araştırmanın yöntemi ve bulgularına yer verilecektir (Duglio, vd., 2017).

Araştırmanın Yöntemi

Türkiye’de faaliyet gösteren otel işletmelerinde yöneticilerin eko-etiketli ürünlere yönelik kullanım düzeylerinin ve tutumlarının tespit edilmesi amacıyla, otel yöneticileriyle yarı yapılandırılmış bir mülakat gerçekleştirilmiştir. Araştırmada nitel yöntemlerden birisi olan yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmelerde görüşmeyi yapacak kişi tarafından sorular önceden hazırlanarak görüşme gerçekleştirilir. Görüşme sorularında belirli oranda esneklik sağlanır. İhtiyaç duyulduğu hallerde görüşme sorularının yeniden düzenlenmesine müsaade edilir (Düzgün & Kurt, 2020). Yapılan araştırma, konusu gereği fenomenolojik (olgusal) bir çalışma olup, bir olguyu nedenleri ile birlikte derinlemesine analiz etmeyi amaçlamaktadır.

Yapılan görüşmeler sonrasında elde edilen sonuçlar Maxqda 2022 programının keşifsel kodlama, Kod- Alt Kod ve Kelime Bulutu modeli kullanılarak görsel hale getirilmiş ve yorumlanmıştır. Keşifsel kodlama, görüşme yapılan kişilerin vermiş olduğu yanıtlar kullanılarak yapılan kodlama türüdür (Yıldırğan & Taşcıoğlu, 2023). Kod-alt kod modeli kullanılarak da oluşturulmuş alt temaların kodlama sıklığı belirlenmiştir.

Analiz sürecinde yapılan görüşmeler ve araştırmacı notları yazıya geçirilerek katılımcıların vermiş olduğu cevaplar üzerinde araştırmacılar tarafından gereken okuma ve incelemeler yapıldıktan sonra kodlamalar yapılmıştır. Ardından da oluşturulan kodları sınırlandırmak amacı ile temalar meydana getirilmiştir. Son olarak da bulgular kısmında alt temalara yönelik katılımcıların verdiği cevaplara yer verilmiştir. Ardından bu kodlar görselleştirilerek yorumlanmıştır. Mevcut kodların güvenliğini ve doğruluğunu teyit etmek adına da kodlama işlemi bir kez daha tekrarlanmıştır.

Bu araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Etik Kurulu 03/08/2023 tarihi ve 92427 karar/sayı numarası ile alınmıştır.

Araştırma Evren ve Örneklemine Belirlenmesi

Araştırma kapsamında, Türkiye’de faaliyet gösteren otel işletmelerindeki eko-etiket kullanımı ele alınmakla birlikte butik oteller ile 3-4 ve 5 yıldızlı otel yöneticileri katılımcı tercih edilmiştir. Türkiye, konaklama işletmeleri açısından değerlendirildiğinde eko-etiketli ürünlerin kullanan işletme sayısının sınırlı olduğu yerlerden birisidir. Bu sebeple coğrafi açıdan bir sınırlamaya gidilmeyerek öncelik eko-etiketli ürünleri kullanan işletmelere verilmiştir. Ardından bu ürünler ile bir bağlantılı olmayan ve eko-etiketli ürünleri kullanmayan işletmeler ile iletişime geçilmiştir.

Aynı zamanda eko-etiketli ürün kullanımının farklı tipte otel işletmeleri açısından değerlendirmesini yapabilmek amacıyla, butik oteller, 3-4 ve 5 yıldızlı olan otel işletmelerinden yöneticiler örnekleme dahil edilmiştir. Araştırmada örnekleme tekniği olarak “güdümlü (amaçlı) örnekleme” tekniği kullanılmıştır. Bu teknik araştırmacının araştırmaya katılacak katılımcıları gözlem ve deneyimlerinden yararlanarak amacına uygun bir biçimde belirlemesidir. Araştırma kapsamında toplamda 15 işletmenin yöneticileri ile görüşme sağlanmıştır.

Mülakat Formlarının Hazırlanması ve Uygulanması

Otel işletmelerinde eko-etiketli ürünlerin kullanımına yönelik eğilimlerin değerlendirilmesi için yarı-yapılandırılmış görüşme tekniğine uygun olacak şekilde görüşme soruları hazırlanmıştır. Oluşturulan bu görüşme soruları üzerinden belirli oranda esneklik payı verilerek görüşme sorularında bazı değişiklikler yapılmış ve görüşmeler tamamlanmıştır.

Eko-etiketli ürünleri kullanan ve kullanmayan işletmeler ile görüşmeler sağlanmıştır. Dolayısıyla eko-etiketli ürünleri kullanan ve kullanmayan işletmelerin bu konudaki eğilimlerini belirlemek için farklı görüşme soruları hazırlanmıştır. Hazırlanan sorular temelde 3 kategori altında toplanmıştır. Bunlar eko-etiketli ürünleri kullanan/kullanmayan işletmelere yönelik tutumlar, kullanım düzeyleri ve gelecek planlar kategorileridir. Oluşturulan bu temalar altında bahsi geçen ürünleri kullanan ve kullanmayan işletmelere ayrı ayrı sorular yöneltilmiştir. Örneğin bu ürünleri kullanan işletmelere kullanım düzeylerini belirlemek amacıyla “Hangi birimlerde, ne kadar süredir, hangi amaçla kullanmaktasınız?” sorusu yöneltilirken ürünleri kullanmayan işletmelere ise “Neden kullanım yönünde bir eğiliminiz olmadı?” sorusu yöneltilmiştir. Ya da işletmelerin bu konudaki gelecek planlarını öğrenmek adına eko-etiketli ürünleri kullanan işletmelere “Gelecekte Eko-etiketli ürünlerin kullanımını devam ettirmek ve genişletmek yönünde planlarınız var mı?” sorusu yöneltilirken bu ürünleri kullanmayan işletmelere ise “Gelecekte Eko-etiketli ürünleri kullanma yönünde bir istekliliğiniz veya planınız var mı?” sorusu sorulmuştur.

Araştırma kapsamında toplamda 15 işletmenin yöneticileri ile görüşme sağlanmıştır. Görüşmeler 01.05.2023- 30-06.2023 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş olup her katılımcı ile 15dk süre içerisinde katılımcılara hazırlanan sorular yöneltilmiş ve cevaplar elde edilmiştir. Elde edilen cevaplar doğrultusunda da eko-etiketli ürünleri kullanan ve kullanmayan işletmelerin eğilimleri sonuçlar kısmında ayrı ayrı ele alınmıştır.

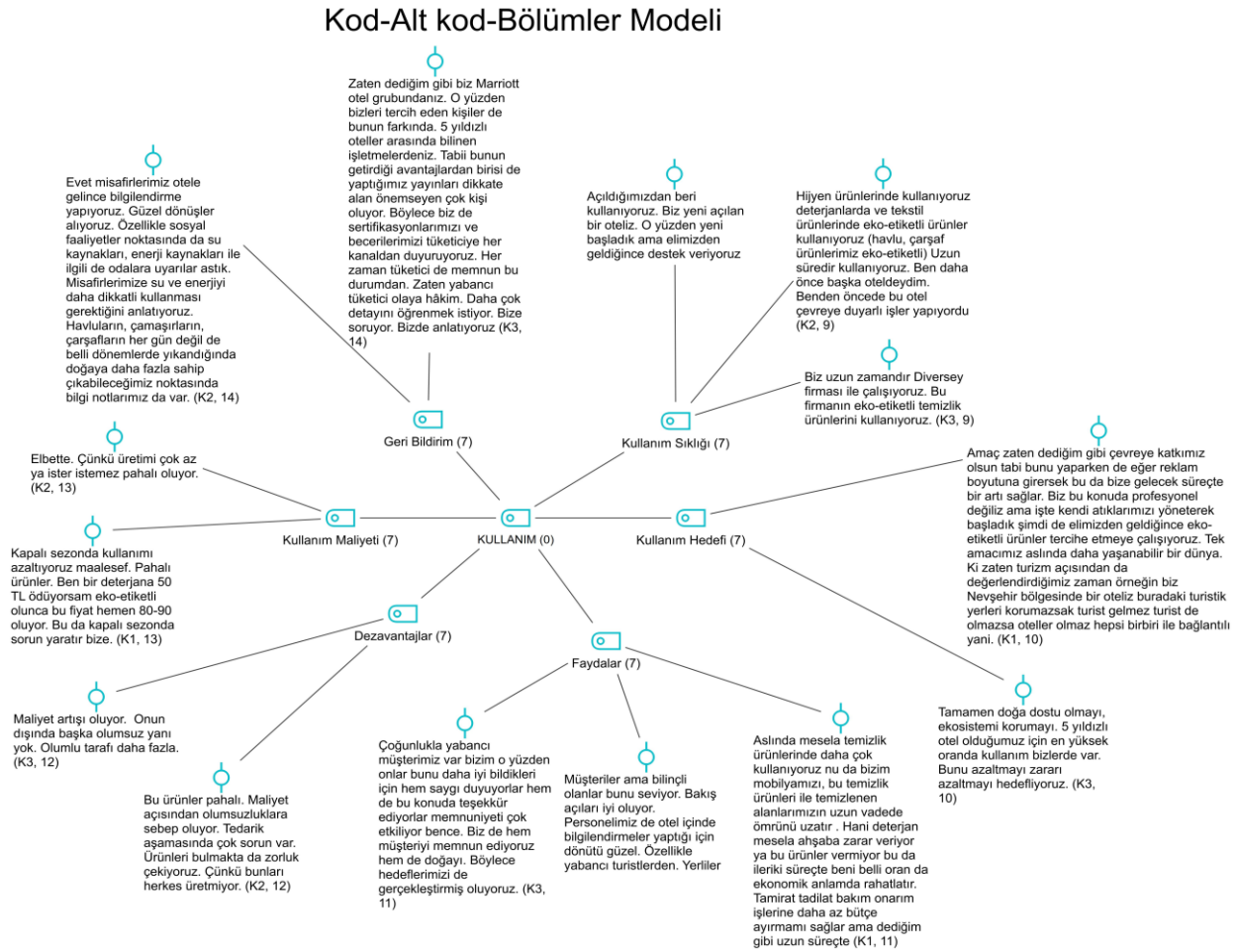
Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliğine Yönelik Çalışmalar

Nitel araştırmalarda geçerlilik ve güvenilirlik oldukça önemlidir ve geçerlilik ve güvenilirliği arttırmak amacıyla belirli başlı çalışmalar yapılmaktadır (Işık & Semerci, 2019). Bu çalışmada amaç doğrultusunda araştırmacı üçgenlemesi (triangulation) ve akran değerlendirmesi stratejilerinden yararlanılmıştır. Araştırmacı üçgenlemesi (triangulation), çalışmada birden çok araştırmacının yer alması ve katılımcıların araştırma esnasında sözlü olarak belirttikleri cevaplar nezdinde yapılan açıklamalar ve çalışma esnasında araştırmacı tarafından alınan notların kullanılmasıdır. Akran değerlendirmesi ise, araştırmada ortaya çıkan yorum ve sonuçların araştırmada yer almayan kişiler ile tartışılması ve detaylıca incelenmesidir. Uygulanan bu stratejiler sayesinde çalışmada daha derin anlamlar elde edilmiş ve sorulara verilen cevaplar arasında kayda değer bağlantılar sağlanmış, ifade-anlam ilişkisi kurulmuştur.

Bulgular

İşletme yöneticileri ile gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler Maxqda 2022 programının sunduğu Kod-Alt Kod ve Kelime Bulutu modeli kullanılarak görselleştirilmiş ve yorumlanmıştır. Öncelikle elde edilen veriler neticesinde eko-etiketli ürünleri kullanan işletmeler ve kullanmayan işletmelere yönelik ayrı ayrı analiz yapılmıştır. Eko-etiketli ürünleri kullanan işletmeler için kullanım ve gelecek planlarına yönelik kodlama cetveli meydana getirilmiş ve bu kapsamda kullanım ifadesi altında toplamda 5 alt kod, gelecek planlar teması altında 5 alt kod oluşturulmuştur. Aynı işlem eko-etiketli ürünleri kullanmayan işletmeler için tekrarlanmıştır.

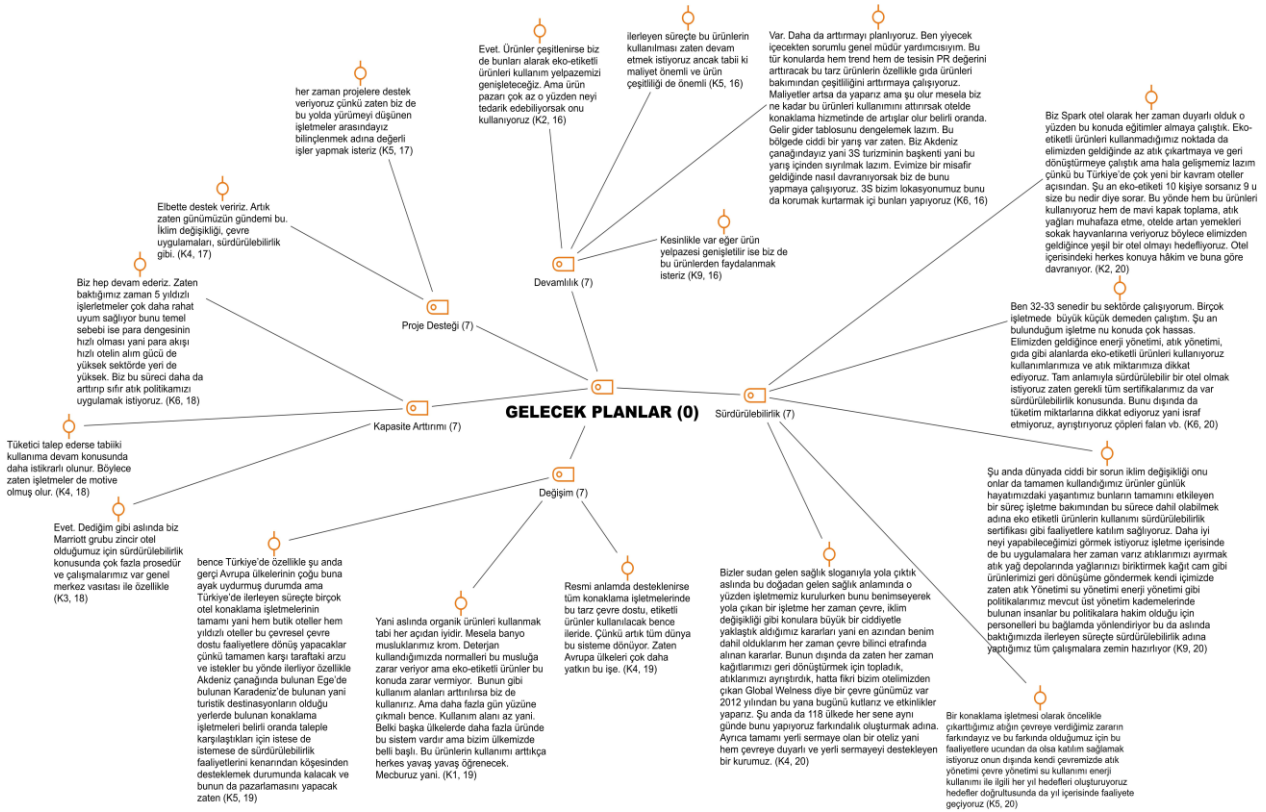
Eko-etiketli Ürünleri Kullanan İşletmeler



Şekil 1. Eko-Etiketli Ürünleri Kullanan İşletmelerin Kullanımlarına Yönelik Kod-Alt Kod Modeli

Şekil 1’de Eko-etiketli ürünleri kullanan işletmelerin kullanımlarına yönelik Kod-Alt Kod modeli doğrultusunda oluşan ifadeler görülmektedir. Buna göre eko- etiketli ürünleri kullanan işletmelerin bu tarz ürünlerin kullanımlarında müşteriler ve işletme açısından çeşitli faydalar sağladığını belirtmiştir. Bu ürünlerin çoğunlukla genellikle temizlik ve tekstil ürünlerinde kullanımının yaygın olduğunu, bahsi geçen ürünlerin maliyet açısından işletmeye olumsuz bir durum yaşattığını da belirtmiştir. Son olarak verilen cevaplar sonucunda müşterilerin bu tarz ürünlerin kullanımından memnun olduğunu belirtmiş ve gelecek yıllarda da bu ürünleri kullanmak istedikleri açıkça dile getirmişlerdir.

Kod-Alt kod-Bölümler Modeli



Şekil 2. Eko-Etiketli Ürünleri Kullanan İşletmelerin Gelecek Planlarına Yönelik Kod-Alt Kod Modeli

Şekil 2'de Eko-etiketli ürünleri kullanan işletmelerin gelecek planlarına yönelik Kod-Alt Kod modeli doğrultusunda meydana gelen ifadeler ve katılımcı açıklamaları görülmektedir. Buna göre eko- etiketli ürünleri kullanan işletmelerin gelecek planlarında kullanımlarını devam ettirmek ve bu tarzda uygulamalara destek vermek yer almaktadır. Buna ek olarak işletmecilerin tüketici talebi artarsa ve eko-etiketli ürünlerin çeşitliliğinin artırılması ve tedarik açısından sorun yaşanmaması halinde bahsi geçen ürünleri kullanmaya devam etmek istedikleri görülmektedir.

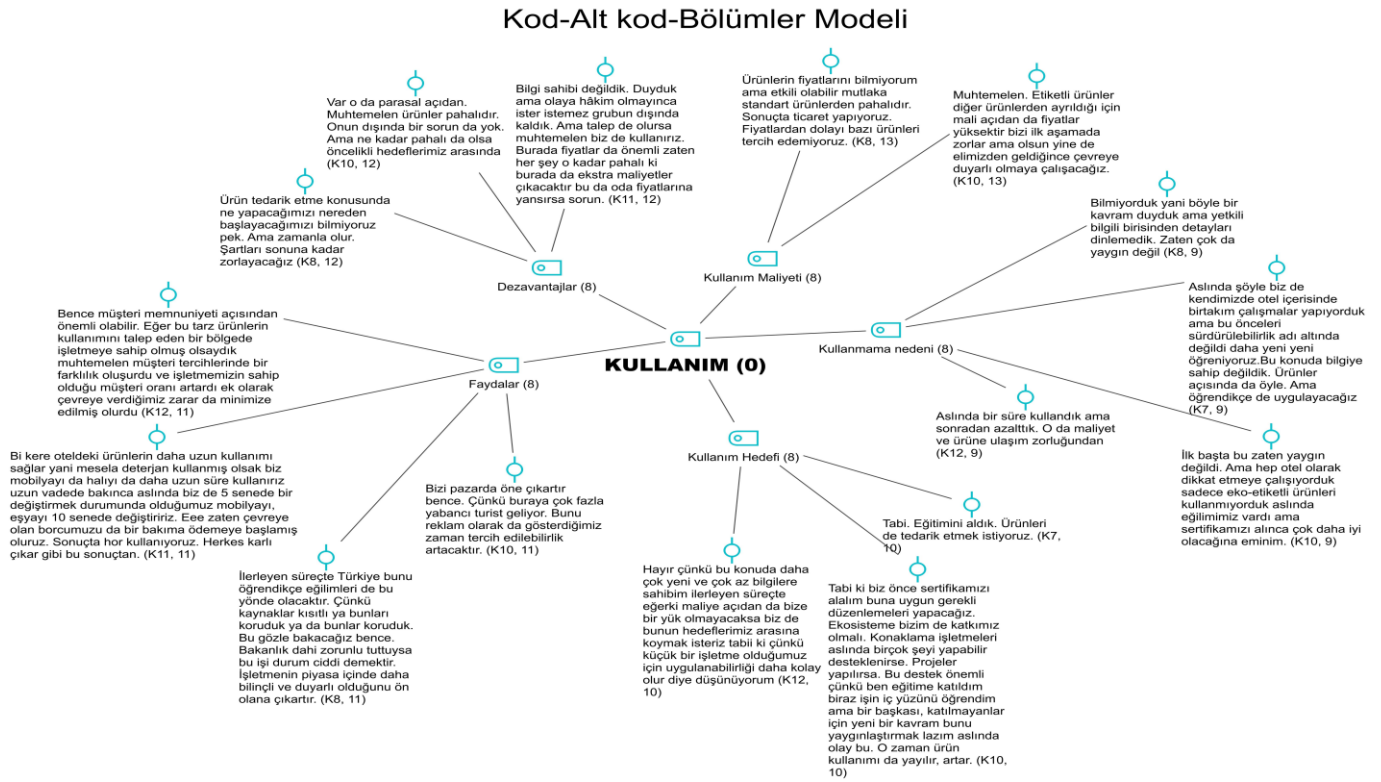


Şekil 3. Katılımcıların Verdiği Cevaplara Göre Eko-Etiketli Ürünleri Kullanan İşletmelere Yönelik Kelime Bulutu Modeli

Şekil 3'te yer alan kelime bulutu meydana getirilirken edatlar ve bağlaçlar kelime bulutuna dahil edilmemiştir. Kelime bulutunda diğerlerine göre daha büyük yazılmış olan yerler katılımcıların çalışmanın konusu hakkında daha çok vurguladığı, kullanım sıklığını ifade etmektedir. Kelime bulutu incelendiğinde ise ürün, çevre, sürdürülebilirlik, eko-etiket ve tercih kelimelerinin belirgin olduğu görülmektedir. Bu durum katılımcıların işletmelerde eko-etiketli

ürünlerin kullanımının önemini ve bu ürünlerin kullanılması ile çevreye ve sürdürülebilirlik faaliyetlerini desteklendiğini anladıkları söylenilebilir. Ek olarak eko-etiketli ürünlerin müşteri tercihleri etkilemesi ile önemli bir değer oluşturabileceği yorumu yapılabilir.

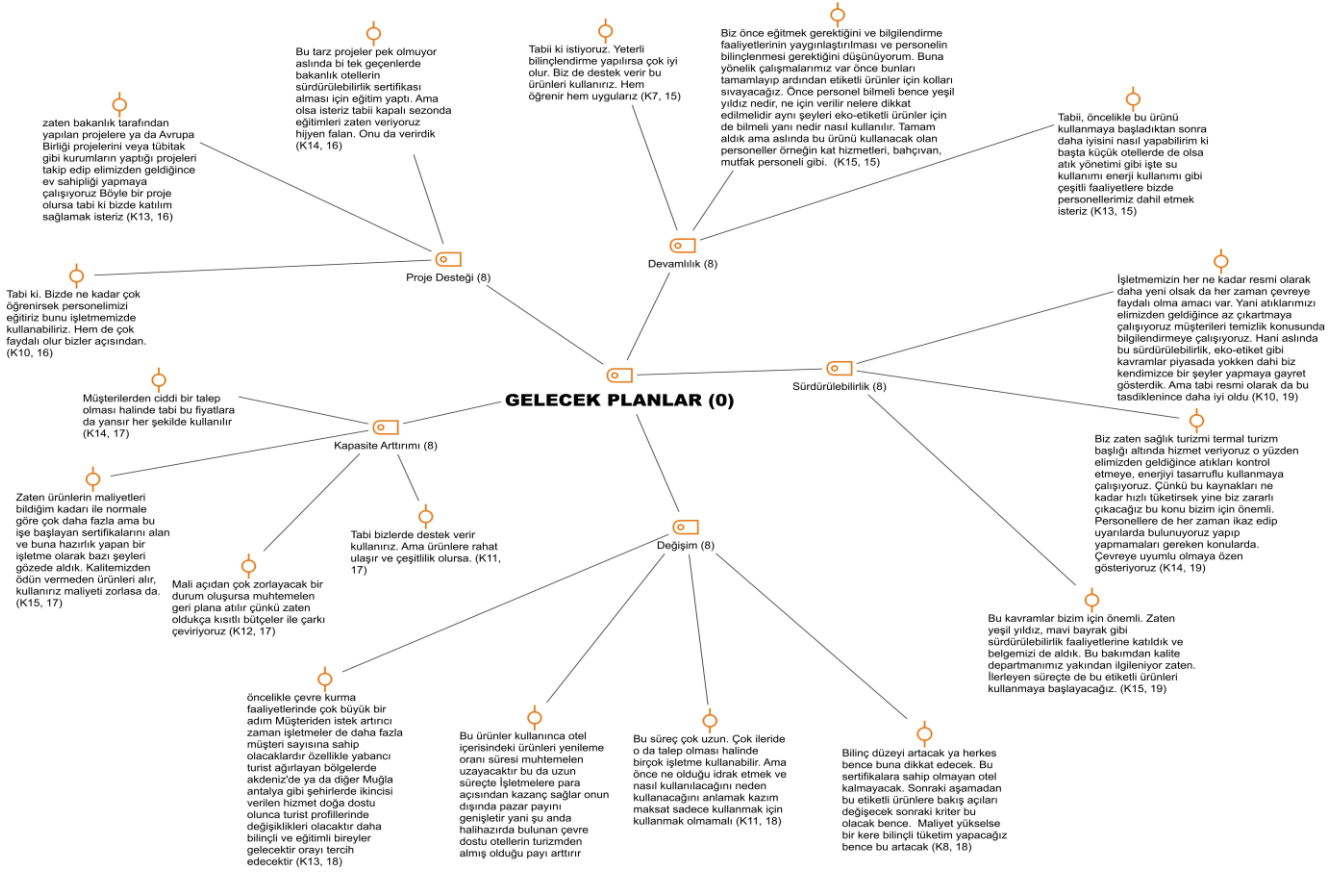
Eko-etiketli Ürünleri Kullanmayan İşletmeler



Şekil 4. Eko-Etiketli Ürünleri Kullanmayan İşletmelerin Kullanım Durumlarına Yönelik Kod-Alt Kod Modeli

Şekil 4'te yer alan modelde eko-etiketli ürünleri kullanmayan işletmelerin bu ürünleri kullanımlarına yönelik durumları yukarıda gösterilmektedir. Buna göre işletmelerin kullanmama durumları, bahsi geçen ürünler konusunda bilgi sahibi olmamaları, maliyet ya da talep olmaması durumlarıdır. Buna ek olarak gerekli şartlar oluşursa işletmelerinde bu ürünlere yer verebilecekleri ve daha sürdürülebilir bir işletme olma yönünde faaliyetlerde bulunacakları söylenebilir.

Kod-Alt kod-Bölümler Modeli



Şekil 5. Eko-etiketli ürünleri kullanmayan işletmelerin gelecek planlarına yönelik Kod-Alt Kod modeli

Yukarıda belirtildiği üzere eko-etiketli ürünleri kullanmayan işletmelerin gelecek planlarında bu ürünleri kullanma konusuna sıcak baktıklarını ve kullanım durumunda işletmede yer alan eşyaların daha uzun süreli kullanılacağını, yeterli bilinçlendirme faaliyetleri yapılırsa sözü geçen ürünleri kullanabileceklerini ortaya koymaktadır.



Şekil 6. Katılımcıların Verdiği Cevaplara Göre Eko-Etiketli Ürünleri Kullanmayan İşletmelere Yönelik Kelime Bulutu Modeli

Katılımcıların verdiği cevaplar ışığında yukarıdaki kelime bulutu oluşturulmuştur. Eko-etiketli ürünleri kullanmayan işletmelerin çoğunlukla ürün, çevre, süreç ve yeni kelimelerine odaklandığı görülmektedir. Bu da eko-etiket kullanan bir işletme olma yolunda tamamlanması gereken süreci,

Sonuç ve Öneriler

Çevre ve sürdürülebilirlik faaliyetleri günümüzde giderek önemi artan ve özellikle turizm gibi endüstrilerde dikkat edilmesi gereken konular arasındadır. Bu bağlamda turizm endüstrisi içerisinde barındırdığı ve etkileşim halinde olduğu farklı sektörler ve çalışma sahaları ile çevresel boyutta toplu olarak fayda ve zarar meydana getirebilecek disiplinlerden birisidir. Turizm faaliyetleri içerisinde yer alan konaklama işletmeleri bu durumun en temel örneklerindendir. Konaklama işletmelerinin sürdürülebilirlik ve çevre koruma faaliyetlerini desteklemesi ve kendi içerisinde bu uygulamaların alt yapısını oluşturacak olan ürün bazında iyileştirmeler yapması işletmede eko-etiketli ürünlerin kullanımı konusunda kaldıraç etkisi yaratmaktadır. Bu ürünler ise üretim ve tüketim aşamasına kadar gelen süreçte çevre dostu olan, içerisinde sağlığı ve çevreyi tehdit eden unsurları barındırmayan eko-etiketli ürünlerdir. Eko-etiketli ürünler çevresel açıdan güvenilir, işletmeler açısından sürdürülebilir doğa dostu ürünlerdir. İşletmeler bu ürünleri kullanarak kendi içlerinde sürdürülebilir faaliyetlerini desteklemiş olurlar. Günümüzde ise konaklama işletmelerinin daha sürdürülebilir bir hizmet vermek adına eko-etiketli ürünlerin kullanılması genel bir perspektiften değerlendirildiğinde turizm faaliyetlerinin ve doğal kaynakların uzun yıllar kullanılabilmesini sağlamaktadır.

Bu çalışmada konaklama işletmelerinin eko-etiketli ürünlere olan bakış açıları, kullanım eğilimleri ve kullanma/kullanmama yönündeki gelecek planlamaları ortaya çıkartılmıştır. Konaklama sektöründe sürdürülebilirlik faaliyetleri 2023 yılı resmi anlamda desteklenmektedir. Dolayısıyla işletmelerin sürdürülebilir turizm sertifikasına sahip olması zorunlu hale getirmiştir. Bu durum eko-etiketli ürünler ve amaçları açısından bilinirliği arttırması, ürün bazlı bilgi oranını fazlaştırmaması açısından olumlu olarak değerlendirilebilir. Sürdürülebilir turizmin mihenk taşlarının bu tarz uygulamalar ile hızlı ve düzenli bir biçimde oluşturulmaya çalışılması eko-etiketli ürün kullanımlarına daha yatkın işletmeler oluşmasına zemin hazırlayacaktır.

Yapılan görüşmeler sonucunda eko-etiketli ürünler kullanan ve kullanmayan işletmeler açısından farklı sonuçlara ulaşılmıştır.

Eko-etiketli ürünleri kullanan işletmeler için;

- Öncelikle bu ürünler hakkında bilgiye sahip olan yöneticiler işletmelerinde ürünlerin kullanılması için fırsatlar oluşturmaktadır. Dolayısıyla üst yönetimin bu konudaki bilinç düzeyinin önemini önemi vurgulanabilir.
- İşletmeler bu ürünleri kullandıktan sonra müşterilerden olumlu yönde geri bildirim aldıklarını belirtmişlerdir. Bu da turist profillerinin zaman içerisinde değişime uğradığını ve günümüzde artık bireylerin konaklama tercihi yaparken kalacağı yerin dolaylı ya da dolaysız yollarla çevreye sağladığı faydayı önemseydiğini ortaya koymuştur.
- Özellikle 5 yıldızlı konaklama işletmelerinin son yıllarda eko-etiketli ürünlerin kullanımına ağırlık verdiği tespit edilmiştir.
- İşletmelerin bu ürünleri kullanırken temel amacının çevreye olan duyarlılığını somutlaştırmak ve müşteri taleplerine karşılık verebilmek olduğu görülmüştür.
- Bu işletmeler eko-etiketli ürünleri kullandıklarını sosyal medya gibi mecralarda reklam amacı ile duyurmaktadır. Bu durum işletmenin tercih edilebilirliğini arttırmaktadır.

- İşletmeler bu ürünlerin tedarik süreçlerinin sorunlu olması, ürünün maliyetli olması ve ürün çeşitliliğinin az olması durumlarından şikâyet etmektedir. Bu da eko-etiketli ürün üretim sahalarının Türkiye’de henüz gelişmekte olan bir endüstri olduğunu dolayısıyla her firmanın eko-etiketli ürün üretiminin yapmadığı gerçeğini ortaya koymaktadır.
- Son olarak eko-etiketli ürünleri kullanan işletmeler bu konuda bilgi seviyelerinin yetersiz olduğunu belirtmişlerdir. Özellikle ürün kullanan işletmeler çoğunlukla 3-4 ve 5 yıldızlı işletmelerden meydana gelmektedir. Bu durum ise Türkiye’de bu tür çevre dostu ürünlerin kullanımı yaygınlaştırmak ve işletmelerin bilgi düzeyini arttırmak adına yeterli çalışmaların yapılmadığını ortaya çıkarmaktadır.

Eko-etiketli ürünleri kullanmayan işletmeler için;

- Yapılan görüşmelerde eko-etiket kavramı konusunda herhangi bir bilgiye sahip olmayan ve sadece ismen duyduklarını belirten işletmeler yer almaktadır. Dolayısıyla eko-etiketli ürünleri kullanmayan işletmeler eko-etiket kavramı, sürdürülebilirlik uygulamaları konusunda bilgi düzeyi açısından oldukça yetersizdir.
- İşletmelerin eko-etiketli ürünleri kullanmama sebeplerinin en önemlisi maliyeti arttırmasıdır. Türkiye’de bu ürünlerin satışı diğer sıradan ürünler ile arasında oldukça fiyat farkının olduğunu göstermektedir.
- Tüketici beklentileri ve yasal zorunlulukları sebebi ile işletmeler bu ürünleri kullanmak için zemin oluşturmaktadır. Gelecekte ise birçok işletmenin başta butik oteller olmak üzere eko-etiketli ürünleri kullanmaya başlayacağı görülmektedir.
- Gerek 3,4 ve 5 yıldızlı işletmeler gerek butik işletmeler bir sonraki süreçte yapılabilecek proje, toplantı vb. faaliyetleri destekleyeceklerini belirtmişlerdir. Burada önemli olan organize olmak ve süreci eksiksiz ve kurallarına uygun bir biçimde gerçekleştirmektir sonucunu doğurmaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde eko-etiketli ürünleri kullanan ve kullanmayan işletmeler bu ürünlere bakış açıları bakımından benzer fikirler taşımakta ve bu duruma olumlu bakmaktadır. Gereken bilgilendirme ve organizasyonlar gerçekleştirildiğinde konaklama işletmelerinin elini taşın altına koyacağı görülmektedir. Asıl sorunun ürünlerin maliyetlerinin yüksek olması, ürün çeşitliliğinin az olduğu için ürün ve firma konusunda seçim oranının düşük olmasıdır. Değişen müşteri profillerinin konaklama işletmelerinin ürün tercihlerinde de etkisi olduğu, konaklama faaliyetleri açısından çevre dostu ve doğada çözünebilir, daha sürdürülebilir bir turizm hareketliliğinin giderek arttığı söylenebilir.

Bazı durumlarda da eko-etiketli ürünleri kullanan ve kullanmayan işletmeler fikir ayrılığına düşmektedir. Bunun temel sebebi daha çok yerli misafirlerin eko-etiket kavramına olan yabancılığı ve bilinçsizliktir. Eko-etiketli ürünleri kullanmayan işletmeler bu ürünlerin turizm işletmelerinde yaygın olarak kullanılmadığı ve talebin az olduğunu düşünmektedir. Ancak duruma vakıf olan işletmeler artık bu ürünlerin oteller tarafından talep edildiği ve kullanımının her geçen gün arttığı bilgisine sahiptir.

Bu kapsamda eko-etiketli ürünlerin konaklama işletmelerinde kullanımının arttırılması yönünde; Eko- etiket kavramının yaygınlaştırılması için konaklama işletmelerin bakanlık tarafından bilgilendirici toplantılar, seminerler düzenlenmeli bu konuda bilgi açığı kapatılmalıdır. Aynı zamanda otel işletmeleri desteklenmeli ve eko-etiketli ürünlerin üretimi arttırılarak tedarik sorunu ortadan kaldırılmalıdır. Ürünlerin maliyeti açısından genel bir

standardizasyon oluşturulmalı ve tek düze fiyatlandırma sistemi oluşturulmalıdır. Böylece işletmeler ürünlerin maliyetlerini karşılamak konusunda zorluk yaşamayacaktır.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

KAYNAKÇA

- Aslan, E., & Güneş, G. (2015). Sürdürülebilir turizm ve konaklama işletmeleri için yeşil anahtar eko-etiketi. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu, (s. 1-20).
- Ban, O. L., Iacobaaaz, P., & -Nedelea, M. A. (2016). Marketing Research regarding tourism business readiness for eco-label achievement. *EcoForum*, 5(1), 1-27.
- Birpınar, M. E., Atay, S., & Yetiş, Ü. (2023). Sürdürülebilir üretim ve tüketimde eko-etiketlerin önemi: Türkiye Çevre etiket sistemi. *Çevre Şehir ve İklim Dergisi*, 2(3), 60-81.
- Bozkurt, A., & Düncan, E. (2018). Eko-etiketlerin turizme ve yerel ekonomiye etkileri. *Uluslararası Ticaret ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 68-85.
- Duglio, S., Ivanov, S. H., Magliano, F., & Ivanova, M. G. (2017). Motivation, costs and benefits of the adoption of the european ecolabel in the tourism sector: An exploratory study of Italian accommodation establishments. *Izvestiya Journal of Varna University of Economics*, 61(1), 83-95.
- Düzgün, E., & Kurt, A. (2020). Covid-19 (Koronavirüs) Salgınının turist rehberleri üzerindeki etkileri: Ankara Turist rehberleri odası. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(23), 301-321. doi:10.38155/ksbd.792821
- Gallastegui, I. G. (2002). The use of eco-labels: A review of the literature. *European Environment*, 316-331. doi:10.1002/eet.304
- Geerts, W. (2014). Environmental certification schemes: hotelmanagers' views and perceptions. *International Journal of Hospitality Management*, 39(1), 87-96. doi:10.1016/j.ijhm.2014.02.007
- GEN. (2004). Basically, An Ecolabel is a label which identifies overall environmental preference of a product. 05 11, 2023 tarihinde <https://www.gdrc.org/sustbiz/green/gen-infopaper.pdf> adresinden alındı
- Global Ecolabelling Network. (2022). 11 15, 2022 tarihinde <https://globalecolabelling.net/> adresinden alındı
- Gökdeniz, A. (2017). Konaklama sektöründe yeşil yönetim kavramı, eko etiket ve yeşil yönetim sertifikaları ve otellerde yeşil yönetim uygulama örnekleri. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 7(1), 70-77.
- Işık, E., & Semerci, Ç. (2019). Eğitim alanı nitel araştırmalarında veri üçgenlemesi olarak odak grup görüşmesi. *Turkish Journal of Educational Studies*, 6(3), 53-66.
- Kim, J.-Y., Hlee, S., & Joun, Y. (2016). Green practices of the hotel industry: Analysis through the windows of smart tourism system. *International Journal of Information Management*, 36(6), 1340-1349. doi:10.1016/j.ijinfomgt.2016.05.001

- Kung, F. C., & Lee, M. Y. (2002). The study of cognition by managers of international tourist hotels on the feasibility of environmental management system in Taiwan. *Chinese Tourism Management Association*, 8(2), 19-36.
- Manaktola, K., & Jauhari, V. (2007). Exploring consumer attitude and behaviour towards green practices in the lodging industry in India. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(5), 364-377. doi: 10.1108/09596110710757534
- Mercan, Ş. O., & Deliormanlı, A. (2020). İstanbul'daki 5 yıldızlı zincir otellerin çevre uygulamalarının değerlendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2409-2422. doi:10.26677/TR1010.2020.488
- Peiró-Signes, A., Segarra-Oña, M. D., & Verma, R. (2014). The impact of environmental certification on hotel guest ratings. *Cornell Hospitality Quarterly*, 55(1), 40-51.
- Satar, İ., & Güneş, G. (2017). Turizm sertifikasyonu: Ankara Radisson Blu Otel'de örnek uygulama. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 28-46.
- Şişman Aydın, G. (2019). Eko-etiketleme ve türkiye. *Harran Üniversitesi Mühendislik Dergisi*, 4(1), 40-47.
- Tellioglu, S. (2019). Yeşil ekonomi kapsamında sürdürülebilir turizm yaklaşımı. *Toplum Bilimleri Dergisi*, 25(1), 9-26.
- Thorgersen, J., Haugaard, P., & Olesen, A. (2010). Consumer responses to ecolabels. *European Journal of Marketing*, 44(11/12), 1787-1810.
- Trifonova, M., Pardi, E. P., Domsa, D., & Morales, A. H. (2016). The influence of eco-labeling on environmental performance of first hotels in Aalborg. Aalborg University, Master's Program of Environmental Management, Denmark.
- Yıldırğan, R., & Taşcıoğlu, H. (2023). Sapanca'daki Bungalov işletmecilerinin sürdürülebilir turizm ve çevre tutumları üzerine bir araştırma (A research on sustainable tourism and environmental attitudes of bungalow managers in Sapanca). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(2), 969-990. doi:10.21325/jotags.2023.1228
- Yılmaz, Y., Üngören, E., & Kaçmaz, Y. Y. (2019). Determination of managers' attitudes towards eco-labeling applied in the context of sustainable tourism and evaluation of the effects of eco-labeling on accommodation enterprises. *Sustainability*, 11(18), 2-27. doi:10.3390/su11185069
- Yücel, M., & Emekçiler, Ü. S. (2008). Çevre dostu ürün kavramına bütünsel yaklaşım; temiz üretim sistemi, eko-etiket, yeşil pazarlama. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(26), 320-333.

Evaluation of Attitudes and Tendencies Towards the Use of Eco-Labeled Products in Hotel Businesses

Ebru ARICI

Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Sakarya/Türkiye

Aziz Gökhan ÖZKOÇ

Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Sakarya/Türkiye

Orhan BATMAN

Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Sakarya/Türkiye

Extended Summary

The main purpose of this study is to determine the level of use of eco-labeled products in accommodation businesses, which have an important place in tourism activities, and at the same time to evaluate the attitudes of middle and upper level managers in these businesses towards eco-labeled products.

What are the tendencies of accommodation establishments in Turkey towards the use of eco-labeled products? What are the future goals of these accommodation establishments in this regard?

In the research, a literature review was conducted on the concept of eco-label and eco-labeled products and eco-labeled products used in accommodation businesses. The concept of eco-label is used quite actively in the world. Especially in recent years, the widespread use of eco-labels in accommodation businesses has increased the interest in eco-labeled products. In this context, in the research conducted in this context, it was tried to give examples from different studies on the concept of eco-label in order to reveal the use of eco-labeled products in accommodation businesses and to indicate their importance. In these studies, it is stated that the use of eco-labeled products in accommodation businesses positively affects customer satisfaction and that accommodation businesses support nature conservation activities through the use of these products.

Semi-structured interview technique, one of the qualitative methods, was applied. The results obtained after the interviews were visualized and interpreted using the exploratory coding, Code-Sub-Code and Word Cloud model of the Maxqda 2022 program.

Within the scope of the research, the use of eco-labels in hotel businesses operating in Turkey is discussed, but boutique hotels and 3-4 and 5 star hotel managers were preferred. When evaluated in terms of accommodation establishments, Turkey is one of the places where the number of establishments using eco-labeled products is limited. For this reason, no geographical limitation was made and priority was given to the establishments using eco-labeled products. Then, businesses that do not have a connection with these products and do not use eco-labeled products were contacted.

At the same time, in order to evaluate the use of eco-labeled products in terms of different types of hotel businesses, managers from boutique hotels, 3-4 and 5 star hotel businesses were included in the sample. In the research, "purposive sampling" technique was used as a sampling technique. This technique is a technique in which the researcher determines the participants who will participate in the research in accordance with the purpose by

utilizing observations and experiences. Within the scope of the research, managers of 15 enterprises were interviewed in total.

As a result of the interviews, different conclusions were reached in terms of businesses that use eco-labeled products and those that do not.

For the enterprises that use eco-labeled products, first of all, managers who have information about these products create opportunities for the use of products in their enterprises. Therefore, we can emphasize the importance of the top management's level of awareness on this issue. Businesses stated that they received positive feedback from customers after using these products. This shows that tourist profiles have changed over time and nowadays, individuals care about even the minimum amount of benefit to the environment in their accommodation preferences, either directly or indirectly. It has been determined that especially 5-star accommodation establishments have focused on the use of eco-labeled products in recent years. It has been seen that the main purpose of the enterprises while using these products is to embody their sensitivity to the environment and to respond to customer demands. These businesses announce that they use eco-labeled products for advertising purposes in channels such as social media. This activity increases the preferability of the business. Businesses complain that the supply processes of these products are problematic, the product is costly and the product variety is low. This reveals the fact that eco-labeled product production areas are still a developing industry in Turkey and therefore not every company produces eco-labeled products. Finally, the enterprises using eco-labeled products stated that their level of knowledge on this issue is insufficient. In particular, the enterprises that use eco-labeled products are mostly 3-4 and 5 star enterprises. This situation reveals that sufficient studies have not been carried out in Turkey to popularize the use of such environmentally friendly products and to increase the level of knowledge of enterprises.

For the enterprises that do not use eco-labeled products, there are enterprises that do not have any information about the concept of eco-label in the interviews and stated that they have only heard of it by name. Therefore, enterprises that do not use eco-labeled products are quite inadequate in terms of the level of knowledge about the concept of eco-label and sustainability practices. The most important reason why businesses do not use eco-labeled products is that they increase the cost. The sale of these products in Turkey shows that there is a considerable price difference between them and other ordinary products. Due to consumer expectations and legal obligations, businesses are creating grounds to use these products. In the future, it is seen that many businesses will start using eco-labeled products, especially boutique hotels. Both 3, 4 and 5 star hotels and boutique hotels have stated that they will support activities such as projects, meetings, etc. that can be carried out in the next process. The important thing here is to be organized and to carry out the process completely and in accordance with the rules.

In general, businesses that use eco-labeled products and businesses that do not use eco-labeled products have similar ideas in terms of their perspectives on these products and view this situation positively. When the necessary information and organizations are carried out, it is seen that accommodation businesses will put their hands under the stone. The main problem is that the costs of the products are high and the selection rate of products and companies is low due to the low product variety. It can be said that changing customer profiles have an impact on the product preferences of accommodation businesses, and a more sustainable tourism mobility that is environmentally friendly and biodegradable in terms of accommodation activities is gradually increasing.