

## Eko-Etiketleme Girişimi İklim Değişikliği ve Sürdürülebilir Turizm için Çözüm Olabilir Mi? Nitel Bir Araştırma (Can Eco-Labeling Initiatives Be The Solution for Climate Change and Sustainable Tourism? A Qualitative Research) \*\*

Selma MEYDAN UYGUR <sup>a</sup> , \* Büşra KAYA <sup>b</sup> , Sinan Baran BAYAR <sup>c</sup> 

<sup>a</sup> Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Ankara/Türkiye

<sup>b</sup> Ankara Hacı Bayram Veli University, Institute of Graduate Studies, Department of Tourism Management, Ankara/Türkiye

<sup>c</sup> Kırklareli University, Institute of Social Sciences, Department of Tourism Management, Kırklareli/Türkiye

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 22.04.2023

Kabul Tarihi: 17.12.2023

### Anahtar Kelimeler

Eko-etiket

İklim değişikliği

Sürdürülebilir turizm

Pazarlama

Yeşil yıkama

### Öz

Eko etiketleme, iklim değişikliği ile mücadelede ve sürdürülebilir turizmin teşvik edilmesinde kritik bir rol oynamaktadır. Bu etiketler, turizm işletmelerinin çevresel etkilerini ölçerek ve azaltarak iklim değişikliği ile mücadeleye katkıda bulunmalarını teşvik etmekte, böylece sürdürülebilir turizmin yaygınlaşmasına yardımcı olmaktadır. Araştırmada; Türkiye’de turizm sektöründeki sürdürülebilirlik, eko-sertifika ve eko-etiketleme uygulamalarına yönelik yapılan çalışmalar incelenerek etkili ve verimli bir eko-etiketlemenin nasıl gerçekleştirileceğini açıklamak amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılarak literatürden derlenen ikincil veriler doküman analizi ile incelenmiştir. İkincil veriler için akademik arama motoru, Scopus veri tabanı taranmıştır. Veriler 2023 yılının Haziran ayında elde edilmiştir. Elde edilen bulgularda, eko-etiketlerin Türkiye’de ve Dünya’daki kullanım alanları belirlenmiştir. Analiz sonucu beliren temalar; turist davranışı, havacılık sektörü, yeşil yıkama, sürdürülebilirlik, politika ve stratejiler, karbon ayak izi, gastronomi ve gıda sektörü, pazarlama, sorumlu üretim ve tüketim, eğitim ve farkındalık, biyoçeşitlilik, mimari ve yapılaşma, yönetim, akıllı turizm ve dijitalleşme olmuştur. Bunun yanı sıra eko-etiketleme uygulamalarının iklim değişikliğine nasıl etki ettiği de tartışılmaktadır. Ayrıca Türkiye turizm sektöründe kullanılan eko-etiket uygulama örnekleri listelenmiştir. Literatürde bu konuya ilişkin bir kaynağa rastlanmadığından araştırma bu yönüyle özgün bir değer taşımaktadır.

### Keywords

Eco-label

Climate change

Sustainable tourism

Marketing

Greenwashing

### Abstract

Eco-labeling plays a critical role in combating climate change and promoting sustainable tourism. These labels encourage tourism businesses to measure and reduce their environmental impacts, thereby contributing to the fight against climate change and facilitating the widespread adoption of sustainable tourism practices. In this research, studies conducted on sustainability, eco-certification, and eco-labeling practices in the tourism sector in Turkey were examined to elucidate how effective and efficient eco-labeling can be implemented. Secondary data compiled from the literature were analyzed through document analysis using a qualitative research method. Academic search engine Scopus was used to collect secondary data, and the data were obtained in June 2023. The findings identified the areas of use of eco-labels in Turkey and worldwide. The themes that emerged from the analysis included tourist behavior, the aviation sector, greenwashing, sustainability, policies and strategies, carbon footprint, gastronomy and the food sector, marketing, responsible production and consumption, education and awareness, biodiversity, architecture and construction, management, smart tourism, and digitization. Furthermore, the research discusses how eco-labeling practices impact climate change. Additionally, examples of eco-labeling applications used in the Turkish tourism sector are listed. Since no source was found in the literature on this topic, the research holds unique value in this regard.

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

\* Sorumlu Yazar

E-posta: busra.kaya650@hbv.edu.tr (B. Kaya)

\*\* Bu çalışma, 3rd International Travel and Tourism Dynamics Congress (ITTD 2022) adlı kongrede sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

## GİRİŞ

İklim değişikliğinin şirketler tarafından göz ardı edilmemesi ve bu alanda faaliyetlerde bulunmaları, paydaşlarıyla iletişim kurmak için çeşitli kanal ve medya türlerinden yararlanmaları oldukça önemlidir (Lee vd., 2015). Eko-etiketler ise tüketiciye mal ve hizmetlerin sürdürülebilirliğe olan katkısını gözlemleyebilecekleri pazarlama araçlarıdır. İklim değişikliğinin gün geçtikçe etkisini arttırması tüketicilerin de beklentilerini değiştirmektedir. Örneğin, Booking.com tarafından sunulan Sürdürülebilir Seyahat Raporu'nda (2021) turistlerin %83'ü sürdürülebilirliği hayati derecede önemseydiğini belirtmektedir. Büyük bir çoğunluğun sürdürülebilirlik beklentisi olmasına rağmen turistlerin %49'unun hala sürdürülebilir seçeneklere sahip olduğu inancı bulunmamaktadır. Eko-etiketleme yalnızca bir pazarlama aracı olmayıp, denetlenen ve sertifikalandırılan bir süreç olduğundan tüketiciler için güven yaratacak bir unsurdur. Bu nedenle işletme, marka ve yönetimler eko-etiketlere yönelmek durumundadır. Yalnız dış müşteri için değil aynı zamanda iç müşteri (çalışan) için de gereklilik haline geldiği görülmektedir. Alsuwaidi vd. (2021) tarafından yapılan çalışmada kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri yürüten işletmelerde çalışanların refahının arttığı görülmüştür. Ayrıca yine çalışmaya göre refah düzeyi artan çalışanların da yeşil davranış eğiliminde olduğu görülmüştür. Bu nedenle gerek tüketiciyi gerekse çalışanları tetikleyecek araçlara ihtiyaç duyulmaktadır. Eko-etiketleme iklim değişikliğini önlemede etkisi büyük bir araçtır.

Çalışmada iklim değişikliğine yönelik alınan önlemlerin uygulanması için kullanılan eko-etiketler derinlemesine incelenmektedir. Söz konusu inceleme sonucu iklim krizi ve sürdürülebilir turizm beklentilerine eko-etiketlerin çözüm olup olmadığı tartışılmaktadır. Etkili ve verimli bir eko-etiketlemenin nasıl gerçekleştirileceğine dair yol gösterici olunması amaçlanmaktadır. Bu konuya ilişkin literatürde görece sınırlı çalışma bulunmaktadır. Çalışma, literatürde yer alan bu eksikliği gidermesi amacıyla, özgünlüğünü ve önemini ortaya koymaktadır.

## Literatür Araştırması

### İklim Değişikliği ve Sürdürülebilirlik

İklim değişikliği; kurumsal sosyal sorumluluk, örgütsel davranış, enerji ve atık yönetimi, iş etiği, karbon yönetimi muhasebesi, cinsiyet çeşitliliği ve kapsayıcılık konuları ile birlikte literatürde yer almaktadır (Eberlein & Matten, 2009; Ciocirlan & Pettersson, 2012; Pauw, 2015; Bui & Villiers, 2017; Benites-Lazaro vd., 2018). İklim değişikliği, dünya için en büyük çevresel tehdittir (Sachs vd., 2019). İklim değişikliği için dünyanın önde gelen isimleri; 1972 yılında Stockholm'de, 1992 yılında Rio de Janeiro ve 2002 yılında Johannesburg'da toplanarak iklim krizi etkileri üzerine kararlar almıştır. Alınan kararlarda, insanların bu süreci daha akıllıca yönetmesi gerektiği konusu özellikle vurgulanmaktadır. Küresel ısınma ve yoğun sera gazı salınımı nedeniyle söz konusu olan iklim krizinin, doğru bir biçimde yönetilerek en alt seviyede tutulması için tüm sektörler ve paydaşlarına bağımsız görevler düşmektedir. Sektörlerin bu duruma duyarsız kalmaması ve görevlerini yerine getirmesi iklim değişimi çözümleri için oldukça önemlidir. 1992 yılında yapılan toplantıdan tam 20 yıl sonra 2012 yılında yine Rio de Janeiro'da "İstedığımız Gelecek" isimli toplantı ile sürdürülebilirlik çalışmaları yürütülmüştür. Bu toplantı sonrası sürdürülebilir kalkınma hedefleri için bir yol haritası belirlenmiştir. Son olarak ise 27 Eylül 2015 tarihinde 17 sürdürülebilir kalkınma hedefi ve 169 alt hedef, New York'ta düzenlenen toplantıda "Gündem 2030: BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri" başlığı ile kabul edilmiştir. Altıncı sırada yer alan "Temiz Su ve Sanitasyon", 11. Sırada yer alan "Sürdürülebilir Şehirler ve Topluluklar", 12. Sırada yer alan "Sorumlu Tüketim ve Üretim" ve en önemlisi 13. Sırada yer alan "İklim Eylemi" iklim krizine odaklanan başlıklardır. İklim Eylemi, tüm ülkelerde iklim değişikliğiyle başa çıkma yeteneğini

artırmayı, iklim değişikliği önleme ve uyum politikalarını ulusal düzeyde entegre etmeyi, eğitim ve farkındalığı artırmayı, gelişmekte olan ülkelerin ihtiyaçlarını karşılamayı ve savunmasız grupları iklim değişikliği planlamasına dahil etmeyi hedefleyen bir dizi küresel kapsam ve göstergeyi içerir. 2015 tarihinde imzalanan Paris Anlaşması Türkiye tarafından 2021 yılında kabul edilmiştir. Böylece 192 ülke Paris Anlaşmasını kabul etmiş durumdadır. Paris Anlaşması, iklim değişikliği sonucunda ortaya çıkan küresel ölçekte sosyo-ekonomik ve çevresel sorunlara karşı güçlendirilme önerilerini içermektedir. Ayrıca, uzun dönemli hedef olarak ise küresel sıcaklık artışının iki derecenin altında tutulması planlanmaktadır (Dış İşleri Bakanlığı, 2022). Hükûmetlerarası İklim Değişikliği Paneli (Intergovernmental Panel on Climate Change – IPCC) raporlarında beş ilgi sistemi yer almaktadır ve bu ilgi sistemlerinin görevlerini yerine getirmesi gerekmektedir. Bu beş ilgi sistemi; sanayi, hizmetler, temel hizmetler/altyapı, insan yerleşimleri ve sosyal sorunlardır. İklim değişikliğinin en çok etki edeceği ilgi sisteminin hizmetler olduğu oldukça açıktır (Şen, 2022). Özellikle turizm gibi hizmet sektörleri iklim değişikliği için önemli rol oynamaktadır. Turizm sektörüyle ilişkili olarak yapılan araştırmalar, sektörün başarılı ve kârlı girişimleri için sosyal sorumluluklarından vazgeçemediklerini ortaya koymuştur (Brouder & Lundmark, 2011; Rauke & Kelman, 2012). Suryani vd. (2019) ise hizmet sektörünün iklim değişikliği için çabaladıklarını ancak stratejilerinin yetersiz olduğunu ortaya koymuştur. İklim değişikliği ve işletmeler arasındaki bağlantı araştırmalara konu olmaktadır (Biagini & Miller, 2013; Canevari-Luzardo, 2020). İşletmelerin iklim değişikliğine; tarihsel koşullar, konum, kâr ve kaynak düzeyi, kurumsal yapı ile ilgili konular ve merkezileşme/merkezsizleşme derecesi gibi belirli, iklim yanlısı davranışların benimsenmesi gibi çeşitli etkileri olabilmektedir (Kolk & Levy, 2001). İşletmeler, kazanımlarının yanında olumsuz sosyal ve çevresel etkilerini de planlamalı ve doğru yönetmelidir (Le Menestrel vd., 2002).

Zemigala (2022) yaptığı çalışmada iklim değişikliğinin bağlantılı olduğu temaları belirlediği görülmektedir. Elde edilen bulgulara göre bu temalar; sera gazı, karbondioksit, küresel ısınma, enerji, yaşam döngüsü değerlendirmesi, sürdürülebilir gelişim/sürdürülebilirlik, çevre yönetimi, planlama, ekonomik vakalar, sosyal vakalar, karar alıcılar, atık yönetimi, uygulanabilir yönetim, risk yönetimi, turizm işletmeciliği, bilgi yönetimi, tarım, tedarik zinciri yönetimi olmuştur. Temalardan da anlaşılacağı üzere sürdürülebilirlik bilinci, iklim değişikliği için önem taşımaktadır. Sürdürülebilirlik, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından hazırlanan sürdürülebilir kalkınma hedefleri ile bilinir hale gelmiştir. Bu hedefler, çevreden kültüre, insandan topluma geniş bir çerçevede etik değerleri içermektedir.

### **Eko-Etiketleme**

Eko-etiketleme fikri, tüketicilere bir mal veya hizmet kullanmanın ekolojik etkisine ilişkin anlaşılması kolay bir işaret vermektir (Kirschstein vd., 2022). Aynı zamanda mal ve hizmetlerin enerji verimliliğini ve sürdürülebilirliğini derecelendirmek için yaygın olarak tartışılan pazar temelli bir yaklaşımdır (Prieto-Sandoval vd., 2016). Eko-etiketlemeye olan genel ilgi, tüketicilerin bir etiket aracılığıyla sistematik olarak bir araya getirildiğinde satın alma kararında ekolojik ürün bilgilerini daha kolay işleyebilecekleri varsayımına dayanmaktadır (Heinzle & Wüstenhagen, 2012; Salzman, 1997). Eko-etiket sistemi, ürün veya hizmetlerin çevresel sürdürülebilirliği konusunda tüketicilere doğru ve net bilgiler verdiği için faydalıdır. Çevre açısından daha verimli ve daha güvenli ürünler sunduğunu iddia ettiği için pazar rekabeti açısından da üreticilere avantaj sağlamaktadır (Iraldo vd., 2020). Eko-etiketleme standartları, kimyasalların çevresel etkilerini azaltmak ve daha sürdürülebilir yöntemleri tarımsal üretim faaliyetlerine entegre etmek amacıyla geliştirilmiştir. Sanayide çevre dostu tüketimin ve sürdürülebilir üretim tekniklerinin teşvik edilmesi,

bir ürünün ekolojik ve çevresel yönlerini ve performansını iyileştirecek, tüm paydaşların sorumlulukları konusunda farkındalık yaratacak ve kurumsal kapasitenin büyümesini destekleyecektir. Böylelikle hem üreticiler hem de tüketiciler için daha güvenilir bir değerlendirme sistemi oluşturulacaktır (Prieto-Sandoval vd., 2016). Üreticiler ve alıcılar gibi kilit paydaşların yanı sıra aracı kurum ve kuruluşlar gibi ikincil taraflarca da benimsenen bir ürünün çevre dostu teknolojiler ile çevresel performansın iyileştirilmesinin, tüketici satın alımlarında olumlu bir etkisi olduğu kabul edilmiştir (Esmailpour & Bahmiary, 2017). Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, çevre dostu süreçleri takip eden işletmeleri teşvik ederek sürdürülebilir tüketim ve üretim uygulamalarını desteklemeyi amaçlamaktadır ve Çevre Etiket Yönetmeliği (19.10.2018 tarihli) ve Çevre Etiket Yönetmeliği doğrultusunda gönüllü çevre etiketleme uygulamalarını hayata geçirmiştir. "TS EN ISO 14024:2018 Tip 1: Çevresel etiketleme- İlkeler ve yöntemler" standardı da bulunmaktadır. Ayrıca, ulusal çevre etiket uygulamalarının, üreticileri ürün zincirlerini değerlendirmeye ve düşük karbon emisyonları, atık önleme, enerji verimliliği, su tasarrufu ve ürünlerinde/hizmetlerinde zararlı kimyasalların daha az kullanılması gibi konulara öncelik vermeye zorlaması beklenmektedir. Eko-etiketler; tekstil, gıda, tarım, kimya, su, yapı, kozmetik, enerji, temizlik, deterjan, ambalaj, maden, medikal gibi sektörlerde kullanılmaktadır.

Eko-etiketler birer sürdürülebilirlik araçlarıdır (Spence, 1973). Tüketiciler, sürdürülebilir tüketim ve üretim konusunda giderek daha fazla endişe duymaktadır (White vd., 2019). Bir sürdürülebilirlik aracı olarak eko-etiketleri tanımlayan birçok akademik araştırma ve uygulamaya rağmen (Ward & Phillips, 2008), tüketicilerin %60'ından fazlası hala sürdürülebilir ürün seçimlerini tanımlamayı zor bulmaktadır (Uluslararası Gıda Bilgi Konseyi, 2020). Kirschstein vd., (2022) yaptıkları çalışmada sürdürülebilirlik etiketleri ve/veya eko-etiketler kullanıp kullanmadıklarını görmek için gıda ve giyimde 13 çevrimiçi mağazayı incelemiştir. Sonuçlara göre 13 mağazadan üçü sürdürülebilirlik etiketi kullanırken, kendi markasını sürdürülebilir ürünlerden oluşturmuştur. Geriye kalan dokuz mağaza herhangi bir etiket kullanmamıştır. Literatürde eko-etiketleme ile ilgili birçok çalışma bulunurken uygulamada gelişim konusunda hala eksiklikler görülmektedir (Lee vd., 2020).

Tüketici ve üretici yanıtlarına dayanarak, Banerjee ve Solomon (2003), ABD'deki çeşitli eko-etiketleme programlarını değerlendirmiştir. Kamu programlarının enerji verimliliğini teşvik etmede özel programlardan daha başarılı olduğu bulunmuştur çünkü hükümet desteği bir programın güvenilirliğini, finansal istikrarını ve uzun vadeli uygulanabilirliğini yoğunlaştırma yeteneğine sahiptir. Daha genel olarak, Harbaugh vd., (2011), eko-etiketlerin güvenilir ve şeffaf bir şekilde tasarlanıp yapılandırılması gerektiğini vurgulamaktadır. Aksi takdirde, güvensizlik etiket bilgilerinin yönlendirme etkisini bozabilmektedir. Ayrıca Murali vd., (2019), paydaşlar eko-güvenilirlik eksikliği ile karşı karşıya kaldığında, tutarlı eko-etiketleme standartlarının çevreye duyarlı karar vermeyi teşvik ettiğini savunmaktadırlar. Bu analizden özetle eko-etiketlerin aşağıdaki standartlara sahip olması beklenmektedir.

- Uygulanabilirlik: Etiket uygulanabilir olmalıdır.
- Etkinlik: Etiket, ekolojik bir hedef rakamı açıkça belirtmelidir.
- Tutarlılık: Etiket, sektör, marka ya da işletmenin ekolojik etkisini tutarlı bir şekilde yansıtmalıdır.
- Basitlik: Etiket uygulaması yeterince basit ve yorumlanması kolay olmalıdır.

Uygulanabilirlik, etiketleme sisteminin her türlü faaliyet için çalıştığı anlamına gelmektedir. Etkinlik, etiketin bir hizmetin çevresel etkisinin uygun bir değerlendirmesini yakalaması anlamına gelmektedir (Salzman, 1997). Tutarlılık, karar vericilerin sektörlerin ekolojik etkilerini karşılaştırmasına izin vermesini sağlamaktadır (Clift vd.,

2005). Son olarak, basitlik, etiketin, üçüncü bir tarafın fazla çaba harcamadan doğru şekilde yorumlayabileceği şekilde tasarlanması anlamına gelmektedir.

Wiel ve McMahon'a (2005) göre, eko-etiketler ikiye ayrılmaktadır. Bunlar; onay etiketleri ve karşılaştırma etiketleridir. Onay etiketleri, bir mal veya hizmetin bir dizi kriteri karşıladığını gösteren tek dereceli etiketlerdir. Karşılaştırma etiketleri, ekolojik bir performans ölçüsüne dayalı çok dereceli etiketlerdir. İki veya daha fazla varlık arasında göreceli bir karşılaştırmaya izin vermektedir.

## Yöntem

Çalışmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Nitel araştırma yöntemi, “gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama tekniklerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma” olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2008: s.39). İklim krizi ve eko-etiketleme ilişkisini kavramsal olarak ortaya koymak ve eko-etiketlemeyi derinlemesine incelemek için, ilgili kavramlara ilişkin ikincil veriler doküman analiziyle incelenmiştir. Doküman analizi, literatürün detaylı ve sistemli bir şekilde incelenmesine dayanan analiz türüdür (Wach & Ward, 2013).

İkincil veriler için Google arama motoru, Google akademik ve Scopus veri tabanında “eko-etiket”, “eko-etiket ve iklim değişikliği”, “iklim değişikliği ve turizm”, “eko-etiket fayda” ve “eko-etiket kullanım alanları” anahtar kelimeleri İngilizce ve Türkçe dillerinde aratılmıştır. Literatürde yer alan makalele ve dökümanlar 2023 yılının Haziran ayında incelenmiştir. Nitel araştırmalar için güvenilir ve geçerli bir çalışma grubunun oluşması yanıt doygunluğuna ulaşma ile belirlenmektedir. Bu bağlamda yanıt doygunluğuna ulaşılan 100 makale çalışma grubunu oluşturmaktadır. Bu 100 makale aynı zamanda çalışmanın sınırlılığını da ortaya koymaktadır. Elde edilen veriler içerik analiziyle çözümlenmiş ve ilişkilendirilerek açıklanmıştır.

## Bulgular

Araştırmacılar tarafından belirlenen anahtar kelimeler aracılığıyla ulaşılan 100 makalenin içerik analizi, çalışmaların başlığı ve anahtar kelimeleri incelenerek en sık tekrar eden temaların tespit edilmesine dayanmaktadır. Anliz sonrasında ortaya çıkan temalar aşağıda yer alan Şekil 1 ve Tablo 1 üzerinde gösterilmektedir.

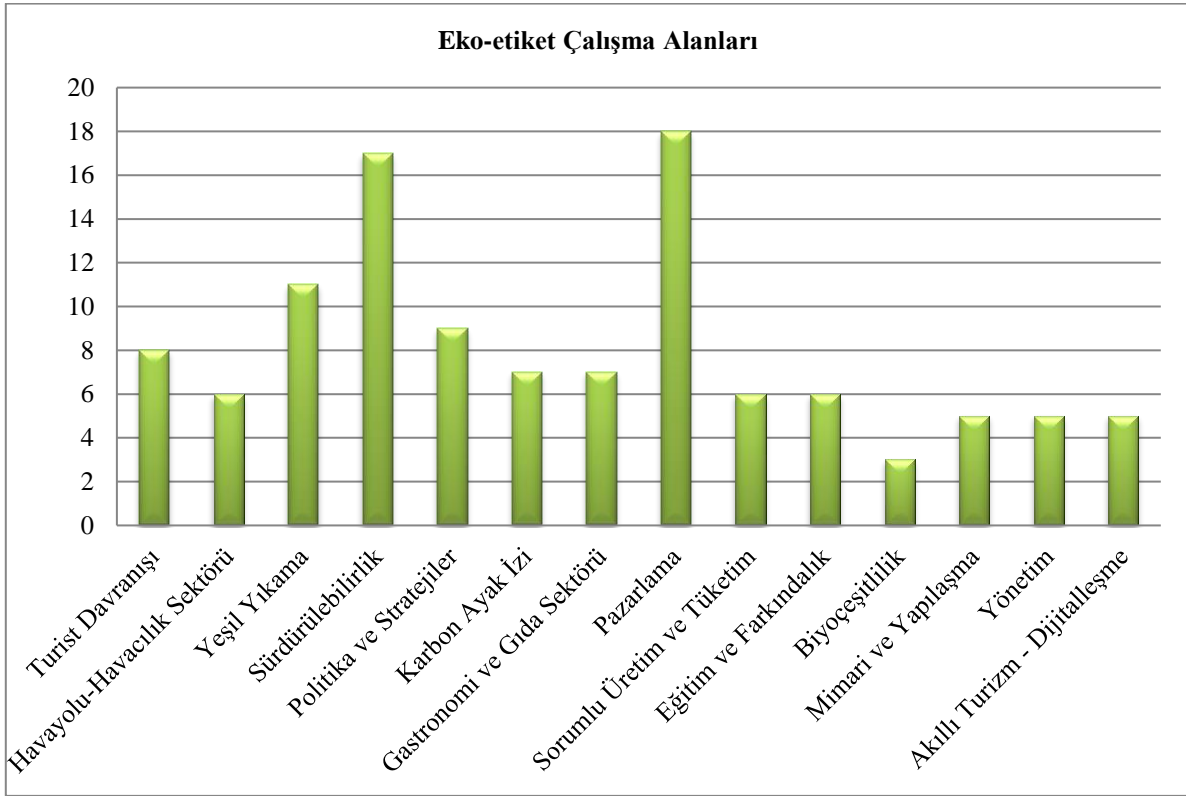
**Tablo 1.** Eko-etiket çalışmaları ve temalar

Temalar	Çalışmalar
Turist Davranışı	Suki, 2013; Taufique vd. 2016; Ceylan, 2017; Alamsyah vd.,2021; Chi, 2021; Sun vd., 2021; Hossain vd., 2022; Shah vd., 2023
Havayolu-Havacılık Sektörü	Bows vd., 2009; Becken, 2013; Baumeister ve Onkila, 2017; Stefan ve Onkila,2017; Baumeister ve Onkila, 2018; Baumeister vd., 2022
Yeşil Yıkama (Greenwashing)	Marciniak, 2009; Strick ve Fenich, 2013; Czarneski vd., 2014; Henninger, 2015; Lebe ve Vrečko, 2015; Shahrin vd., 2017; Sharma ve Kushwaha, 2019; Wang vd., 2020; Demirci, 2021; Moon, 2023; Yıldırım, 2023
Sürdürülebilirlik	Horne, 2009; Özkök ve Gümüş, 2009; Scott, 2010; Weaver, 2010; Hall vd., 2013; Satar, 2016; Grydehøj ve Kelman, 2017; Evren vd., 2019; Ceylan, 2019; Yılmaz vd., 2019; Cirrincione vd., 2020; Dragomir vd.,2021; Kıvılcım ve Bilici 2021; Çetin ve Bora, 2022; Pekerşen vd., 2022; Aykın, 2018; Çiçek ve Güneş, 2022

**Tablo 1.** Eko-etiket çalışmaları ve temalar (devamı)

Politika ve Stratejiler	Rubik, 1995; Truffer vd., 2001; Assunção ve Zhang, 2002; Sugiyama ve Takeuchi, 2008; Scott ve Becken, 2010; Becken ve Hay, 2012; Elvan, 2018; Loehr ve Becken, 2021; Hou vd., 2023
Karbon Ayak İzi	Baldo vd., 2009; McKercher vd., 2010; Czarnezki, 2011; Kloeckner, 2012; Madin ve Macreadie, 2015; Onozaka vd., 2016; Lafrenz Samuels ve Platts, 2020
Gastronomi ve Gıda Sektörü	Czarnezki, 2011; Gutiérrez vd., 2012; Preti vd., 2014; Çetin ve Bora, 2022; Pekerşen vd., 2022; Güleç ve Ünlüönen, 2022; Akter vd., 2023
Pazarlama	Dechant ve Altman, 1994; Kozak ve Nield, 2004; Alagöz, 2007; Yücel ve Ekmekçiler, 2008; Atay ve Dilek, 2013; Gingerich, 2015; Karlsson ve Dolnicar, 2016; Moon vd., 2017; Guo vd., 2020; Cirrincione vd., 2020; Karaçor ve Tanrısever, 2020; Özcan ve Arman, 2021; Küçük, 2021; Sun vd., 2021; Dragomir vd., 2021; Kanıgür ve Ünlüönen, 2022; Viet, 2022; Öncel ve Şanlı, 2023
Sorumlu Üretim ve Tüketim	Dietz ve Stern, 2002; Aykın, 2018; Kostova, 2019; Harris vd., 2021; Çiçek ve Güneş, 2022; Shah vd., 2023
Eğitim ve Farkındalık	Dietz ve Stern, 2002; Özkök ve Gümüş, 2009; Dinu vd., 2012; Fruntes, 2014; Fahrurrozi vd., 2022; Hossain vd., 2022
Biyoçeşitlilik	Nunes ve Riyanto, 2005; Hall, 2010; Treves ve Jones, 2010
Mimari ve Yapılaşma	Ball, 2002; Kim, 2008; Peri ve Rizzo, 2012; Yau, 2012; Low vd., 2014
Yönetim	Güneş, 2011; Ünlüönen vd., 2011; Dücan ve Bozkurt, 2018; Gökdeniz, 2019; Arslaner, 2020
Akıllı Turizm- Dijitalleşme	Hajdukiewicz, 2016; Kim ve Kim, 2017; Cantino vd., 2019; Naumann vd., 2021; Akyol, 2022

Analiz sonucu ortaya çıkan temalar; turist davranışı, havacılık sektörü, yeşil yıkama, sürdürülebilirlik, politika ve stratejiler, karbon ayak izi, gastronomi ve gıda sektörü, pazarlama, sorumlu üretim ve tüketim, eğitim ve farkındalık, biyoçeşitlilik, mimari ve yapılaşma, yönetim, akıllı turizm ve dijitalleşme olmuştur. Aşağıda yer alan Şekil 1 üzerinde görüldüğü üzere en çok yayın sayısına sahip olarak temalarda en öne çıkanlar; sürdürülebilirlik, pazarlama, politika ve stratejiler, yeşil yıkama olmuştur. Eko-etiketlerin, iklim krizi için çözüm üretici araçlar olmasının yanı sıra yeşil yıkama aracı olduğunu ortaya koyan birçok çalışmanın da olması eko-etiketlerin kullanım amacına uymadığında ya da doğru denetlenmediğinde sürdürülebilirlik ve iklim krizi için çözüm olmasının önünde bir engel olarak ortaya çıkabileceğini de göstermektedir. En az yayın sayısına sahip olan biyoçeşitlilik, mimari ve yapılaşma, yönetim, akıllı turizm ve dijitalleşme temalarının birer araştırma boşluğu olduğu söylenebilmektedir.



Dünya çapında geçerli olan birçok eko-etiket uygulaması bulunmaktadır. Şu anda sektörel, ulusal, bölgesel ve dünya çapında geçerli olan 450'den fazla eko-etiket bulunmaktadır. Ancak bu etiketlerin birleştirici amacı, çevre dostu ürün, hizmet ve sistemlerin geliştirilmesini teşvik etmektir. Eko-etiket uygulamalarını kullanarak küresel ısınma, iklim değişikliği, biyolojik çeşitlilik kaybı gibi küresel çevre sorunlarıyla mücadele edilebileceği düşünülmektedir.

Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı tarafından 2018 yılında yayınlanan Çevre Etiket Yönetmeliği, Türkiye'deki eko-etiket faaliyetlerinin genel temelini oluşturmaktadır. Bu karara göre, Türkiye'de Bakanlığın eko-etiket araştırmasından ve uygulanmasından sorumlu olduğu görülmektedir. Eko-etiket almak isteyen kuruluşlar, mal, hizmet veya sistemlerinin şartlara uygun olduğunu ve gerekli tüm bilgi ve evrakların eksiksiz olduğunu düşündükleri takdirde Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı'na başvurabilirler. Bakanlık incelemeleri sonucunda ürünün eko-etiket için gerekli standartları karşıladığına karar verirse sertifika verilmektedir. Ayrıca, 2018 yılında uygulamaya konulan Türkiye Çevre Etiket Sistemi, Küresel Eko Etiket Ağı'na üye olmuştur (Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2020). Türkiye'de güncel olarak 28 eko-etiket kurumu hizmet vermektedir (Ecolabel Index Turkey, 2022).

Güncel olarak dünyada yaygın olarak kullanılan öne çıkmış eko-etiketleme sistemleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

**Tablo 2.** Eko Etiketleme Sistemleri

<b>Eko Etiketleme Sistemleri</b>
AB Eko Etiketi
AB Organik Etiketi
Blue Angel – Almanya
BFRC (İngiliz Fenestasyon (Pencere İşleri) Düzenleme Konseyi) – İngiltere
Bra Miljöval – İsveç
China Environmental United Certification Centre (CEC) – Çin
Eco Mark – Japonya
ECOLOGO
Energy Star – AB ve ABD
ESV– Çek Cumhuriyeti
EVP – Slovakya
Good Environmental Choice Australia (GECA) – Avustralya
Green Label Scheme – Hong Kong
Korea Eco-label – Güney Kore
Környezetbarát Termék – Macaristan
Milieukeur – Hollanda
NaturePlus
NF Environnement – Fransa
Nordic Swan – İskandinav ülkeleri
OEKO-TEX (Uluslararası Tekstik Birliği)
Ok-power – Almanya
ÖkoControl – Almanya
Österreichisches Institut für Baubiologie und Bauökologie (Avusturya Bina Biyolojisi ve Bina Ekolojisi Enstitüsü) – Avusturya
Prijatelj Okolisa – Hırvatistan
RAL – Almanya
TCO Certified
Umweltzeichen – Avusturya
Wers (Pencere Enerji Derecelendirme Programı) – Avustralya (Ecolabel Index, 2022).

**Kaynak:** Yazarlar tarafından derlenmiştir.

Uluslararası düzeyde eko-etiketler, çevresel sürdürülebilirliği teşvik ederek dünya genelinde turizm sektörünün çevresel etkilerini azaltmaya ve doğal kaynakları korumaya yönelik küresel bir çaba ve sorumluluğun simgesidir. Bu etiketler, turistlerin bilinçlenmesine ve dünya çapında sürdürülebilir turizmin yaygınlaşmasına katkı sağlamaktadır. Uluslararası alanda yaygın olarak kullanılan turizm eko-etiketi programlarından bazıları aşağıda sıralanmıştır (Atalar, 2009: s.27).

**Tablo 3.** Eko - Etiketleme Programları

<b>Eko-Etiket Programları</b>
Audubon Green Leaf Eco-Rating Program
Agri-Tourism Certification
Beluga
Bio Hotels
Blue Flag
Blue Angel
Carbon Reduction Label
Carbon Neutral Certification
Clean Marine Green Leaf Eco-Rating Program
David Bellamy Conservation Award
EarthKind



**Tablo 3.** Eko - Etiketleme Programları (devamı)

---

Eco-lodge Certification
Eco Hotels Certified
Ecolabel Luxembourg
EU Ecolabel
Environmentally Friendly Product: Czech Republic
Estonian Ecotourism Quality Label
Flybe Aircraft Ecolabel
Fair Trade Tourism
Friend of the Sea
Green Certificate: Latvia
Green Globe Community Standard
Green Globe Company Standard
Green Hospitality Award
Green Key
Green Key (Hotel Association of Canada)
Green Seal
Green Tourism Business Scheme
Hungarian Ecolabel / Környezetbarát Termék Védjegy
Legambiente Turismo
Earth Check
Milieukeur Ecolabel: The Netherlands
Nature's Best Ecotourism
Nordic Ecolabel or "Swan"
Österreichisches Umweltzeichen (Austrian Ecolabel)
Rainforest Alliance Certified
Steinbock
Biosphere Responsible Tourism
Sustainable Travel Eco-Certification Program
Slow-food Travel
Wildlife Friendly Certification
Tourism Ecolabel: Luxembourg
Viabono
Travelife
TourCert
Green Destination
GSTC
UNWTO Quest

---

**Kaynak:** Yazarlar tarafından derlenmiştir.

Türkiye'de turizm sektörü sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda ulusal ve uluslararası etiketlerle çevrenin korunmasına yatırım yapmaktadır. Özellikle yıllardır devam eden Mavi Bayrak ve Havalimanları Karbon Akreditasyonu gibi önde gelen eko-sertifikalar uygulanmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı; daha yeşil bir destinasyon deneyimi için çevresel ayak izini en aza indirmek, yerel toplulukları korumak, eko-etiketli ürünleri desteklemek ve yeşil konaklama işletmelerini ön plana çıkarmak için çeşitli çalışmalarda bulunmuştur. Çevre dostu olarak sertifikalandırılmış yeşil tatil işletmelerini oluşturabilmek için uluslararası kurumlarla önemli iş birlikleri yapmaktadır (GSTC, 2022). Türkiye, 2020 yılında uygulamaya koyduğu “Güvenli Turizm Sertifika Programı” ile ulaşım, konaklama, yeme-içme ve kongre tesisleri ile yolcu, misafir ve çalışanların sağlık ve sıhhat durumlarına yönelik çok kapsamlı bir uygulama başlatmıştır. Dünyada ilk olarak gösterilen bu uygulama şimdiye kadar yaklaşık 12.000 tesise “Güvenli Turizm Sertifikası” vermiştir. GSTC eko-etiketleme ve sürdürülebilirlik uygulamaları

kapsamında konaklama tesisleri başta olmak üzere turizm sektöründe hem güvenli hem de sürdürülebilir standartların uygulamaya geçeceği planlanmaktadır (GSTC, 2022). Türkiye’de turizm sektöründe uygulanan bazı eko-etiketleme uygulamaları aşağıda sıralanmıştır:

- Mavi Bayrak: Mavi Bayrak, plajların, marinaların ve sürdürülebilir tekne turizmi operatörlerinin çok çeşitli çevre, eğitim, güvenlik ve erişilebilirlik kriterlerini karşılamasını sağlamayı amaçlayan dünyanın en prestijli uluslararası ödülllerinden birisidir. Türkiye, güncel olarak 519 Mavi Bayraklı plajıyla dünya üçüncüsüdür (GoTürkiye, 2022).
- Yeşillenen Oteller: Turizm sektöründe sürdürülebilir farkındalığı yaratmayı amaçlayan bir etikettir. Enerji yönetimi, su yönetimi, iç hava kalitesinin artırılması, atık azaltımı ve geri dönüşüm kriterlerini içermektedir (Ceylan, 2019).
- Yeşil Havalimanı (Green Airport): Yeşil Havalimanı, kendi topluluklarında faaliyet gösteren kuruluşlar tarafından çevreye ve insan sağlığına verilen zararların sistematik olarak azaltılmasını ve ortadan kaldırılmasını teşvik eden ulusal Türk etikettir (SHGM, 2022).
- Yeşil Liman (Green Port): Green Port, liman ve gemi operasyonlarından kaynaklanan çevresel risklerin azaltılmasını ve önlenmesini teşvik eden ulusal bir eko-etikettir. Bunu yaparken liman operasyonlarında maksimum enerji tasarrufu sağlayarak enerji verimliliğini en üst seviyede tutmaktadır. Liman sınırları içerisinde operasyonlardan kaynaklanan sera gazı ve zararlı emisyonları azaltmaktadır (UAB Denizcilik Genel Müdürlüğü, 2022).
- Havalimanı Karbon Akreditasyonu (ACA - Airport Carbon Accreditation): Havaalanları için mevcut tek küresel karbon yönetimi sertifikasyon programı olan ACA, “Haritalama”, “Azaltma”, “Optimizasyon”, “Tarafsızlık”, “Dönüşüm” ve “Geçiş” dâhil olmak üzere altı seviyeli bir sertifikalandırma yoluyla havalimanlarının karbon emisyonlarını yönetme ve azaltma çabalarını desteklemektedir. IGA İstanbul Havalimanı ve TAV Milas-Bodrum Havalimanı'na ACA karbon standardı verilmiştir (Airport Carbon Accreditation, 2022).
- Yeşil Yıldız (Green Star): Yeşil Yıldız, çevre bilincini geliştirmek ve turistik tesislerin çevreye olumlu katkılarını teşvik etmek için çevreye duyarlı konaklama tesislerine verilen ulusal bir etikettir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022).
- Beyaz Yıldız: Atık, enerji, su, deterjan ve dezenfektanlar, tehlikeli kimyasallar, yönetim ve diğer hizmetleri kapsayan zorunlu ilkedden oluşan bir sürdürülebilir turizm etikettir (Kızılırmak, 2011:10).
- Turuncu Bayrak (Orange Flag): Turuncu Bayrak, gıda israfını önleme ve gıdaları koruma çabalarına doğrudan katkıda bulunan ulusal bir eko-etikettir. Bu eko-etiket, toplumda bu konuda farkındalık yaratmayı amaçlamaktadır ve gıda israfı sorununa radikal çözümler üretmeyi hedeflemektedir (Turuncu Bayrak, 2022).
- Travelife: Travelife, kendini sürdürülebilirliğe adanmış turizm şirketleri için önde gelen küresel bir eğitim, yönetim ve sertifikasyon girişimi olarak tanımlanmaktadır (Travelife, 2022)
- ISO 14001: Türkiye'de yüzlerce otel ISO 14001 yönetim sertifikasına sahiptir. ISO 14001, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmak, tüketici bilincini artırmak, çevreye ve kaynaklara zarar vermeyen ileri teknolojilerin kullanımını teşvik etmek için geliştirilmiş uluslararası bir yönetim standardıdır. Ayrıca ISO 14001, ürünlerin yaşam döngüleri boyunca çevre üzerindeki etkilerini değerlendirmektedir ve zararlı ürünlerin ortadan kaldırılmasını sağlamaktadır (TSE, 2022)

- Yeşil Anahtar (Green Key): Yeşil Anahtar ödülü, turizm endüstrisinde çevresel sorumluluk ve sürdürülebilir operasyonlarda önde gelen uluslararası mükemmellik standardıdır (Green Key, 2022).
- Yeşil Küre (Green Globe): Yeşil Küre, yüksek çevre standartları sağlamak ve turizm ve seyahat işletmelerinin ve tedarik zincirlerinin sürdürülebilirlik performansını ölçmek için yapılandırılmış küresel bir eko-etiket uygulamasıdır (Green Globe, 2022).
- Yeşil Destinasyon (Green Destination): Green Destinations, sürdürülebilir destinasyonları, işletmeleri ve toplulukları desteklemek için Hollanda'da kurulmuş, kâr amacı gütmeyen küresel bir kuruluştur. İçerdiği temel programlar; destinasyonlar için ödül ve sertifikasyon programı, işletmeler için en iyi seyahat programı ve en iyi 100 sürdürülebilirlik hikayesidir. Green Destinations, ayrıca eğitim kursları da dahil olmak üzere 40'tan fazla değerlendirme ve raporlama aracı içeren bir destek programı geliştirmiştir (Green Destinations, 2022).
- Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi (GSTC): Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi tarafından belirlenen kriterler sektör profesyonelleri ile hükümetlerin küresel ölçekte turizm ve seyahat sektöründe sürdürülebilir kalkınmanın temel standartlarını sağlamayı amaçlayan, kâr amacı gütmeyen uluslararası bir organizasyondur (GSTC, 2022).
- Yavaş Yemek (Slow Food): Gıda biyoçeşitliliğini korumak ve hızlı yemek (fast food) akımına karşı yerel kültürün sürdürülebilirliğini sağlamayı amaçlayan harekettir (Çavuş vd., 2019).
- Sakin Şehir (Cittaslow): Yedi temel unsura bağlı 73 kriterden oluşan etiket, destinasyonların sürdürülebilirliğini sağlamayı hedeflemektedir (Cittaslow, 2023).

## Tartışma

Eko-etiketlerin yalnızca bir pazarlama aracından öteye gidip daha fazla denetimle uygulanabilir olması gerekmektedir. Bu bağlamda, eko-etiketlerin iklim değişikliği ve sürdürülebilir turizm gelişimi için çözüm sunma durumuna ilişkin tartışma sunulmuştur. Eko-etiketlerin sürdürülebilirlik başta olmak üzere birçok temada faydalı olduğunu ortaya koyan çalışmalar bulunmaktadır (Horne, 2009; Scott, 2011; Dragomir vd., 2021; Kirschstein vd., 2022; Shah vd., 2023). Bunun aksine, eko-etiketlerin yalnızca tüketiciyi yönlendiren ancak uygulamaya dökülmemiş bir pazarlama aracından öteye gitmediğini savunan araştırmalar da sayıca oldukça fazladır (Marciniak, 2009; Strick & Fenich, 2013; Czarnecki vd., 2014; Henninger, 2015; Lebe & Vrečko, 2015; Shahrin vd., 2017; Sharma & Kushwaha, 2019; Wang vd., 2020; Demirci, 2021; Moon, 2023; Yıldırım, 2023). Ayrıca birçok uzman, eko-etiketlerin bazı olumlu etkileri olduğunu, ancak yetersiz kaldığını ve daha geniş çaplı sorunların çözümü için yeterli olamayabileceğini savunmaktadır (Genç, 2013; Karakoç & Kovancı, 2022). Bu etiketler, çevresel uygulamalara dikkat çekmek, tüketicileri bilinçlendirmek ve turistik tesislerin çevre dostu uygulamalarını teşvik etmek gibi yararlar sağlayabilmektedir.

Dünya Turizm Örgütü ve Birleşmiş Milletler Çevre Programı (2005) tarafından sürdürülebilir destinasyonlar için; Ekonomik varlığın sürdürülmesi, Yerel refah, İstihdam kalitesi, Sosyal eşitlik, Ziyaretçi (Turist) memnuniyeti, Yerel kontrol, Toplum refahı, Kültürel zenginlik, Fiziksel bozulmamışlık, Biyolojik çeşitlilik, Kaynak etkinliği, Çevresel temizlik hedefleri belirlenmiştir. Bu hedeflere ulaşılmasında olumlu katkı sağladığına vurgu yapan araştırmalara göre eko-etiketlerin çevresel temizlik başta olmak üzere, fiziksel bozulmamışlık, kaynak etkinliği, biyolojik çeşitlilik, ekonomik varlığın sürdürülmesi ve kısmen yerel kontrole yer verildiği görülmektedir.

Eko-etiketlerin potansiyel etkileri ve sınırlamaları değerlendirildiğinde, bu etiketlerin öncelikle tüketicilere ve sektör paydaşlarına sürdürülebilir turizm uygulamalarını tanıtmada ve pazarlamada etkili olduğu gözlemlenmektedir (Gingerich, 2015; Moon vd., 2017; Sun vd., 2021; Guo vd., 2020; Viet, 2022). Eko-etiketler; tüketicilerin çevresel duyarlılık seviyelerini artırmakta, sürdürülebilir tesisleri tercih etmelerini sağlamakta ve bu tesislere yönelik talebi artırmaktadır (Ünlüönen vd., 2011; Küçük, 2020; Boran, 2023). Aynı şekilde, turizm işletmeleri eko-etiketleri kullanarak çevresel ve sosyal sorumluluklarına vurgu yapabilmekte, rekabet avantajı elde edebilmekte ve sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşma konusundaki taahhütlerini gösterebilmektedir. Buna rağmen eko-etiketlerin etkinliğini artırmak ve gerçek çevresel etkileri sağlamak için daha fazla denetim ve düzenleme gerekmektedir (Loehr & Becken, 2021). Bu denetimlerle tesislerin belirlenen sürdürülebilirlik kriterlerine uygunlukları değerlendirilmeli ve herhangi bir sapma durumunda düzeltici önlemler alınmalıdır. Ayrıca, eko-etiket programlarının iklim krizi bağlamında daha denetlenebilir standartlara sahip olması ve yerel koşulları da dikkate alınması gerekmektedir. Her destinasyonun farklı çevresel ve kültürel özellikleri bulunduğundan yerel koşulların dikkate alınması oldukça önemlidir. Bununla birlikte, eko-etiketlerin etkili olabilmesi için sadece denetim ve düzenleme de yeterli değildir. Tesis sahipleri ve işletmecileri, çevresel sorumluluklarına olan taahhütlerini içselleştirmeli ve sürdürülebilirlik ilkelerini işletme stratejilerine entegre etmelidir. Belirtilen konuların dikkate alınmaması sadece pazarlama odaklı olumlu imaj elde etme amacıyla eko-etiketlerin alınması sonucunda yeşil yıkama (greenwashing) olarak nitelendirilen durum, eko-etiketlerin kullanım amacının dışına çıkmasına neden olmaktadır. (Demirci, 2021). Eko-etiket programları, turizm sektörünün sadece pazarlama amaçlarına hizmet etmesinin ötesinde, gerçek bir değişimi teşvik eden ve çevresel etkileri azaltan etkili araçlar haline gelebilmelidir.

Sonuç olarak, eko-etiketlerin turizm sektöründeki rolü ve etkinliği konusunda çeşitli görüşler bulunmaktadır. Bu etiketler, çevresel farkındalığı artırabilmekte ve turistik tesisleri sürdürülebilir uygulamalara teşvik edebilmektedir. Buna karşın daha geniş çaplı ve bütüncül bir yaklaşımın benimsenmesi gerekmekte olup, bu da sektörün sürdürülebilirliğin üç boyutuna yönelik kapsamlı çabalara odaklanmasını ve yerel koşulları dikkate almasını gerektirmektedir.

## **Sonuç ve Öneriler**

Günümüzde tüm ulusal ve uluslararası araştırma kurumları, en büyük ve önemli toplumsal ve ekonomik riskler arasında iklim değişikliğinin olduğunu açıklamaktadır. İklim değişikliği ile birlikte su, kaynak ve hammadde kısıtları, gıda güvenliği, ormansızlaşma, ekosistem ve biyolojik çeşitlilik sorunları küresel boyutta önemli sorunlar olarak tanımlanmaktadır. Dünya Sürdürülebilir Kalkınma İş Konseyi'nin (World Business Council for Sustainable Development) Dünya CEO Forumu (The World CEO Forum) toplantısında kamuoyuyla paylaştığı araştırması Vizyon 2050 (Vision 2050) raporu iklim krizi sonucu ortaya çıkabilecek risklerin gelecekte dünyayı derinden etkileyeceğini ve geri dönülemez kalıcı zararlar bırakacağını belirtmektedir. Ayrıca raporda, sürdürülebilirlik ve iklim krizine dikkat çekici bir yol haritası sunulmaktadır. İş dünyasının küresel sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için daha fazla sorumluluk üstlenmesi ve yeşil teknolojilerin benimsenmesi gerekliliği vurgulanmaktadır. İklim değişikliğiyle mücadelede karbon emisyonlarının azaltılması, enerji verimliliği ve yenilenebilir kaynakların kullanımı gibi stratejiler, sürdürülebilir bir geleceğin anahtarı olarak öne çıkmaktadır. Raporda belirtilen bu hedefler, iş dünyasının sadece kâr odaklı değil, aynı zamanda dünyanın ve toplumun sürdürülebilirliğini de gözetmesi gerekliliği de vurgulanmaktadır. Tarafsız kuruluşlar ve sivil toplum örgütleri tarafından geliştirilen tüm endüstrilerde

iyi uygulamaları ve doğru standartları belirleyen eko-etiketler, sürdürülebilir bir dünya için son derece önemli girişimler olarak yorumlanmaktadır. Türkiye’de üretilen ürünlerin ve sunulan hizmetlerin, uluslararası çevresel ve sosyal kriterlere uygunluğunu resmi olarak kanıtlamasına yardımcı olacak eko-etiketler, 2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı’nda dokuz eylem planından biri olan “Çevre başlığı” altında yer verilmiştir.

Eko-etiketleme sürdürülebilir turizm yönetiminde de oldukça etkili bir araçtır ve bu yüzden daha etkin kullanılmalıdır. Sürdürülebilir turizm hedefleri kapsamında uygulanan eko-etiketler iyileştirici/yeniden canlandırıcı (regenerative) turizme destek verecek bir güçtür. Sürdürülebilir turizm ve iklim krizine çözüm olacak etkili bir eko-etiketleme sistemi, çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik ilkelerini benimseyen ve uygulayan turistik destinasyonları ve işletmeleri teşvik etmeli ve ödüllendirmelidir. Bu tür bir eko-etiketleme sistemi aşağıdaki unsurları içermelidir:

- **Kapsamlı ve Denetlenebilir Kriterler:** Eko-etiket programı, çevresel sürdürülebilirlik, enerji verimliliği, su yönetimi, atık azaltma, doğal kaynak koruması, yerel kültürün ve topluluğun korunması gibi kapsamlı ve kesin kriterler belirlemelidir. Bu kriterler, turistik tesislerin ve destinasyonların ekolojik ve sosyal etkilerini azaltmalarını ve pozitif katkılarda bulunmalarını teşvik etmelidir.
- **Denetim ve İzleme:** Eko-etiket programı, düzenli ve bağımsız denetimlerle tesislerin uygulamalarını ve taahhütlerini izlemelidir. Tesislerin belirlenen kriterlere uygunluğunu ve sürdürülebilirlik performansını değerlendirmek amacıyla denetim süreçleri entegre edilmelidir.
- **Yerel Koşullara Uyum:** Eko-etiket programı, destinasyonların ve tesislerin yerel ekosistemlere, kültürlere ve topluluklara uyumlu olmalarını sağlayacak şekilde esneklik göstermelidir. Her destinasyonun ve bölgenin özel gereksinimleri ve zorlukları dikkate alınmalıdır.
- **Eğitim ve Farkındalık:** Eko-etiket programı, hem turistleri hem de tesis çalışanlarını çevresel sürdürülebilirlik ve iklim değişikliği konusunda bilinçlendirmek amacıyla eğitim ve farkındalık faaliyetleri içermelidir.
- **Yenilikçi Teknoloji ve Uygulamaların Teşviki:** Eko-etiket programı, yenilikçi ve çevre dostu teknoloji ve uygulamaları teşvik etmelidir. Bu, enerji tasarrufu, atık yönetimi, yenilenebilir enerji kullanımı gibi alanlarda yeni yaklaşımların benimsenmesini destekler.
- **Topluluk Katılımı ve Yerel Ekonomi:** Eko-etiket programı, yerel toplulukları sürecin içine dahil ederek yerel ekonominin desteklenmesini sağlamalıdır. Tesisler, yerel ürünleri kullanarak ve yerel hizmet sağlayıcılarla işbirliği yaparak toplulukları güçlendirebilir.
- **Sürdürülebilirlik Raporlaması:** Eko-etiket sahipleri, sürdürülebilirlik performanslarını belirli dönemlerde açıkça raporlamalı ve paylaşmalıdır. Bu, şeffaflığı artırır ve sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşma sürecini izlemeyi kolaylaştırır.
- **Uluslararası İşbirliği:** Eko-etiket programları, ulusal ve uluslararası düzeyde işbirliği yapmalı ve benzer hedeflere sahip diğer programlarla uyum içinde çalışmalıdır.

Yukarıda yer alan unsurlar bağlamında sürdürülebilir turizm ve iklim krizine çözüm sunan eko-etiket girişimleri için hükümetlere sunulabilecek öneriler aşağıda sıralanmaktadır:

Hükümetler, eko-etiket programları için kapsamlı ve esnek (her destinasyonun kendine özel durumlarına uyarlanabilir) standartlar geliştirmelidir. Bu standartlar, çevresel sürdürülebilirlik, iklim değişikliği ile mücadele, yerel topluluklara katkı gibi çeşitli alanları kapsamalı ve farklı destinasyonların ihtiyaçlarına uygun şekilde özelleştirilebilmelidir.

Hükümetler, eko-etiket sahibi olmayı hedefleyen tesislerin ve destinasyonların düzenli olarak denetlenmesini ve sertifikasyon süreçlerinin güçlendirilmesini sağlamalıdır. Bu denetimler, belirlenen standartlara uygunluğu doğrulamak ve sürdürülebilirlik taahhütlerinin yerine getirildiğini sağlamak amacıyla gerçekleştirilmelidir.

Hükümetler, sürdürülebilir turizmin ve iklim değişikliğinin etkilerinin vurgulandığı eğitim ve farkındalık kampanyaları düzenlemelidir. Turistler, işletmeler ve yerel topluluklar arasında çevresel duyarlılık ve sürdürülebilirlik bilincini artırmaya yönelik çabalar desteklenmelidir.

Hükümetler, eko-etiket sahibi olan işletmelere ve destinasyonlara özel teşvikler ve mali destekler sağlamalıdır. Bu, çevre dostu uygulamaların benimsenmesini kolaylaştırarak turizm sektörünün sürdürülebilirliğini teşvik eder.

Hükümetler, çevre dostu teknolojilerin ve sürdürülebilir turizm uygulamalarının geliştirilmesini desteklemek amacıyla Ar-Ge çalışmalarını teşvik etmelidir.

Hükümetler, uluslararası düzeyde eko-etiket standartlarına ve en iyi uygulamalara uyumlu şekilde hareket etmeli ve bu alandaki işbirliği fırsatlarını değerlendirmelidir.

Hükümetler, eko-etiket sahiplerinden sürdürülebilirlik performanslarını belirli dönemlerde açıkça raporlamalarını talep etmelidir. Bu raporlar, toplumun ve paydaşların ilgili tesislerin taahhütlerine uygunluğunu izlemelerine yardımcı olur.

Hükümetler, eko-etiket standartlarına uygun olmayan işletmelere yönelik hukuki ve mali yaptırımların uygulanması konusunda caydırıcılık sağlamalıdır.

Sürdürülebilir turizm ve iklim krizine çözüm olacak eko-etiketlerin geliştirilmesi için turizm sektöründeki uygulayıcılara sunulabilecek öneriler aşağıda verilmektedir:

- Uygulayıcılar, tesis çalışanlarını sürdürülebilir turizm ve çevre koruma konularında eğitimlere tabi tutmalıdır. Bu eğitimler, işletme içindeki her seviyede çevre bilincinin artırılmasına yardımcı olur.
- İşletmeler, eko-etiket programlarının standartlarını dikkatli incelemeli ve mevcut uygulamalarını bu standartlara uygun hale getirmek için gerekli adımları atmaktan kaçınmamalıdır.
- Her işletme, kendi sürdürülebilirlik eylem planını oluşturmalı ve bu planı uygulamak için kaynak ayırmalıdır. Eylem planı, enerji ve su tasarrufu, atık yönetimi, yerel topluluk katılımı gibi konuları içermelidir.
- Uygulayıcılar, tesislerinin çevresel etkilerini düzenli olarak izlemeli ve raporlamalıdır. Bu veriler, performanslarını değerlendirmek ve sürekli iyileştirmeler yapmak için kullanılmalıdır.
- İşletmeler, enerji verimliliği, su tasarrufu, atık azaltma gibi çevre dostu uygulamaları benimsemeli ve misafirlere bu uygulamalar hakkında bilgi vermelidir.
- Uygulayıcılar, çevre dostu teknolojileri ve inovasyonları kullanarak çevresel etkileri azaltma fırsatlarını araştırmalıdır.
- İşletmeler, yerel toplulukları desteklemek amacıyla sosyal sorumluluk projeleri geliştirmeli ve bu projeleri tanıtmalıdır.
- Uygulayıcılar, diğer işletmeler, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve akademik kuruluşlar gibi paydaşlarla işbirliği yapmalı ve iletişimde bulunmalıdır.

- İşletmeler, eko-etiket standartlarına uygunluk ve sürdürülebilirlik performansları hakkında düzenli ve şeffaf raporlar sunmalıdır.
- İşletmeler, misafirlerini çevre dostu davranışlar konusunda eğiterek sürdürülebilir turizme katkıda bulunmalarını teşvik etmelidir.

Sürdürülebilir turizm ve iklim krizine çözüm olacak eko-etiketlerin geliştirilmesi konusunda gelecek araştırmalar için de öneriler aşağıda bulunmaktadır:

- Eko-etiketlerin etkilerini değerlendiren araştırmalar için çok disiplinli bir yaklaşım benimsemek önemlidir. Turizm, çevre bilimleri, ekonomi, sosyoloji gibi farklı alanlardan gelen uzmanların işbirliği yapması, daha kapsamlı ve derinlemesine analizler sağlayabilir.
- Eko-etiket programlarının gerçek çevresel etkilerini ve sürdürülebilir turizm hedeflerine ne ölçüde katkı sağladığını belirlemek amacıyla kapsamlı etki analizleri yapılabilir.
- Eko-etiket programlarının tesisler ve destinasyonlar üzerindeki uygulanabilirliği ve etkileri değerlendirilebilir. Eko-etiketlerin etkileri değerlendirirken hem yerel hem de küresel kapsamda analiz edilmelidir. Destinasyonlar arasındaki farklılıklar ve kültürel çeşitlilik göz önünde bulundurulmalıdır.
- Eko-etiket programlarının sadece çevresel etkileri değil, aynı zamanda ekonomik ve sosyal etkileri de analiz edilmeli ve bu programların yerel topluluklara ve ekonomilere nasıl katkı sağladığı araştırılmalıdır.
- Çevresel etkileri azaltmaya yönelik yenilikçi teknolojiler ve yaklaşımlar incelenerek, eko-etiket programlarının teknolojik gelişmelere nasıl entegre edilebileceği araştırılabilir.
- Eko-etiket programlarının uygulanmasında karşılaşılan zorlukları ve engeller belirlenerek bu sorunların nasıl çözümlenebileceği konusunda öneriler sunulabilir.
- Farklı eko-etiket programları ve farklı destinasyonlardaki uygulamalar karşılaştırılarak, hangi programların daha etkili olduğu ve nedenleri belirlenebilir.

## Beyan

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

## KAYNAKÇA

2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı. (2022). 28.04.2022 tarihinde <http://www.sp.gov.tr/tr/temel-belge/s/106/2023+Turkiye+Ihracat+Stratejisi+ve+Eylem+Plani> adresinden alındı.

Airport Carbon Accreditation. (2022). What is it? 28.04.2022 tarihinde <https://www.airportcarbonaccreditation.org/> adresinden alındı.

Akter, S., Ali, S., Fekete-Farkas, M., Fogarassy, C. & Lakner, Z. (2023). Why organic food? *Factors Influence the Organic Food Purchase Intension in an Emerging Country Study From Northern Part of Bangladesh Resources*, 12(1), 5.

Akyol, C. (2022). Akıllı turizm uygulamaları kapsamında dijital platformların destinasyonlara katkısı; "Go Türkiye" örneği. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 12 (4), 2054-2074.

- Al Suwaidi, M., Eid, R. & Agag, G. (2021). Understanding the link between csr and employee green behavior. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 50-61.
- Alagöz, S. B. (2007). Yeşil pazarlama ve eko etiketleme. *Akademik Bakış*, 11(10.01)
- Alamsyah, D. P., Aryanto, R., Widjaja, V. F. & Rohaeni, H. (2021). The strategy of Eco-Friendly products with green consumer behavior: Development of green trust model. In *IOP Conference Series: Earth And Environmental Science*, 824 (1), IOP Publishing.
- Arslaner, E. (2020). Konaklama işletmelerinde çevre dostu yönetim: uygulamalar açısından bir değerlendirme. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Dergisi*, 4 (1), 263-278.
- Assunção, L. & Zhang, Z. (2002). Domestic climate change policies and the WTO. *United Nations Conference on Trade And Development*.
- Atalar, E. (2009). *Eko-Etiketlemenin Sürdürülebilir Turizmdeki Yeri*. Uzmanlık Tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Atay, Y. & Dilek, S. (2013). Konaklama işletmelerinde yeşil pazarlama uygulamaları: Ibis otel örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18 (1), 203-219.
- Aykın, S. M. (2018). Avrupa Birliği'nde sürdürülebilir ve sorumlu turizm uygulamaları ve Türkiye. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (2), 153-170.
- Baldo, G. L., Marino, M., Montani, M. & Ryding, S. O. (2009). The Carbon Footprint Measurement Toolkit for the EU Ecolabel. *The International Journal of Life Cycle Assessment*, 14, 591-596.
- Ball, J. (2002). Can ISO 14000 and Eco-labelling turn the construction industry green?. *Building and Environment*, 37(4), 421-428.
- Banerjee, A. & Solomon, B. D. (2003). Eco-labeling for energy efficiency and sustainability: A meta-evaluation of US programs. *Energy Policy*, 31, 109– 123.
- Baumeister, S. & Onkila, T. (2017). An eco-label for the airline industry?. *Journal of Cleaner Production*, 142, 1368-1376.
- Baumeister, S. & Onkila, T. (2018). Exploring the potential of an air transport eco-label. *European Journal of Tourism Research*, 18, 57-74.
- Baumeister, S., Zeng, C. & Hoffendahl, A. (2022). The effect of an eco-label on the booking decisions of air passengers. *Transport Policy*, 124, 175-182.
- Becken, S. & Hay, J. (2012). *Climate Change and Tourism: From Policy to Practice*. Routledge.
- Becken, S. (2013). A review of tourism and climate change as an evolving knowledge domain. *Tourism Management Perspectives*, 6, 53-62.
- Benites-Lazaro, L. L., Germaud, P. A. & Benites, L. A. (2018). Business responsibility regarding climate change in Latin America: An empirical analysis from clean development mechanism (CDM) Project Developers. *Extract. Indust. Soc.* 5, 297–306.



- Biagini, B. & Miller, A. (2013). Engaging the private sector in adaptation to climate change in developing countries: Importance, status, and challenges. *Climate and Development*, 5, 242–252.
- Booking. (2021). Kusursuz Sürdürülebilirlik – Amaçla Eylem Arasındaki Boşluğu Kapatmak. 28.04.2022 tarihinde <https://partner.booking.com/tr/click-magazine/kusursuz-s%C3%BCrd%C3%BCr%C3%BClebilirlik-ama%C3%A7la-eylem-aras%C4%B1ndaki-bo%C5%9Flu%C4%9Fu-kapatmak> adresinden alındı.
- Boran, T. (2023). İklim değişikliği krizinin gölgesinde yeşil pazarlama, yeşil ürün ve eko-etiket kavramlarına yönelik bir literatür taraması. *Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi*, (15), 91-102.
- Bows, A., Anderson, K. & Peeters, P. (2009). Air transport, climate change and tourism. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 6(1), 7-20.
- Brouder, P., & Lundmark, L. (2011). Climate Change in Northern Sweden: Intra-Regional Perceptions of Vulnerability Among Winter-Oriented Tourism Businesses. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(8), 919-933.
- Bucar, K., Hendija, Z. & Katić, I. (2022). Ecolabels as a tool of sustainable development in tourist destinations. *Sustainability*, 14(10), 6313.
- Bui, B. & De Villiers, C. (2017). Business strategies and management accounting in response to climate change risk exposure and regulatory uncertainty. *The British Accounting Review*, 49, 4–24.
- Büyükekşi, M. (2014). Sürdürülebilirlik için eko etiketler. İş dünyası ve sürdürülebilir kalkınma derneği 28.04.2022 tarihinde <http://www.skdturkiye.org/yayin/surdurulebilirlik-icin-ekoetiketler> adresinden alındı.
- Canevari-Luzardo, L. (2020). Climate change adaptation in the private sector: Application of a relational view of the firm. *Clim. Dev.* 12, 216-227.
- Cantino, V., Giacosa, E., Alfiero, S., Shams, R. & Ferraris, A. (2019). Introduction: Smart tourism businesses (Sustainability, Measurability, Awareness, Recognition, & Technology). *Tourism Analysis*, 24(3), 261-263.
- Ceylan, Y. (2017). *Yeşil Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Kalan Turistlerin Algılarına Yönelik Bir Araştırma: Muğla İli Örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Batman.
- Ceylan, Y. (2019). Sürdürülebilir turizm kapsamında turizmde eko etiketler. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 65-80.
- Ceylan, Y. (2019). Sürdürülebilir turizm kapsamında turizmde eko etiketler. *Journal of Tourism Economics and Business Studies*, 1(1), 65-80.
- Ceylan, Y. (2019). Sürdürülebilir turizm kapsamında turizmde eko etiketler. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 65-80.
- Chi, N. T. K. (2021). Understanding the effects of eco-label, eco-brand, and social media on green consumption intention in ecotourism destinations. *Journal Of Cleaner Production*, 321, 128995.
- Ciocirlan, C. & Pettersson, C. (2012). Does workforce diversity matter in the fight against climate change? An analysis of fortune 500 companies. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag.* 19, 47–62.

- Cirriuncione, L., La Gennusa, M., Peri, G., Rizzo, G. & Scaccianoce, G. (2020). Towards nearly zero energy and environmentally sustainable agritourisms: The effectiveness of the application of the european ecolabel brand. *Applied Sciences*, 10(17), 5741.
- Cittaslow. (2023). Üyelik süreci ve kriterler. 29.07.2023 tarihinde <https://cittaslowturkiye.org/tr/uyelik-sureci-ve-kriterler/> adresinden alındı.
- Clift, R., Malcolm, R., Baumann, H., Connell, L. & Rice, G. (2005). Eco-labels and Electric Monks. *Journal of Industrial Ecology*, 9, 4–7.
- Czarnezki, J. J. (2011). The future of food eco-labeling: Organic, carbon footprint, and environmental life-cycle Analysis. *Stan. Envtl. LJ*, 30, 3
- Czarnezki, J. J., Homant, A. & Jeans, M. (2014). Greenwashing and self-declared seafood ecolabels. *Tulane Environmental Law Journal*, 37-52.
- Çavuş, Ş., Kaya, B. & Demirtaş, B. (2019). Sürdürülebilir turizm açısından slow food hareketine bakış ve türkiye uygulamaları. *Uluslararası Karadeniz Kıyı Ülkeleri Sempozyumu*'nda sunuldu, Batum – Gürcistan, 364-375.
- Çetin, B. & Bora, D. (2022). Sürdürülebilir gastronomi turizmi kavramının kelime ilişkilendirme testi aracılığıyla değerlendirilmesi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(4), 1561-1574.
- Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı. (2020). Türkiye 'Küresel Eko Etiket Ağı'na üye oldu. 28.04.2022 tarihinde <https://ced.csb.gov.tr/turkiye-kuresel-eko-etiket-agina-uye-oldu.-haber-257143> adresinden alındı.
- Çiçek, M. A. & Güneş, S. G. (2022). Sorumlu turizm kapsamında eko etiketler: Mavi bayrak örneği. *Journal of Protected Areas Research*, 1(2), 104–122.
- Dechant, K. & Altman, B. (1994). Environmental leadership: From compliance to competitive advantage. *Academy of Management Perspectives*, 8(3), 7-20.
- Demirci, K. (2021). Sürdürülebilir geleceğin önündeki tehdit: yeşil boyama (Greenwashing) Türkiye kentleri üzerinden bir değerlendirme. *Kent ve Çevre Araştırmaları Dergisi*, 3 (2), 34-55.
- Demirci, K. (2021). Sürdürülebilir geleceğin önündeki tehdit: Yeşil boyama (Greenwashing) Türkiye kentleri üzerinden bir değerlendirme. *Kent ve Çevre Araştırmaları Dergisi*, 3 (2) , 34-55.
- Dış İşleri Bakanlığı. (2022). Paris Anlaşması. 22.09.2022 tarihinde <https://www.mfa.gov.tr/paris-anlasmasi.tr.mfa> adresinden alındı.
- Dietz, T. & Stern, P. (2002). New tools for environmental protection. Education, Information and Voluntary Measures.
- Dinu, V., Savoiu, G. G. & Tachiciu, L. (2012). Eco-labeling and consumers' education framework. In *18th IGWT Symposium, Technology And Innovation For A Sustainable Future: A Commodity Science Perspective*.
- Dragomir, L., Mazilu, M., Dobrescu, A. & Malmare, R. (2021). Certification and promotion of sustainable tourism: consumers attitude towards EU Ecolabel. In *Forum Geografic* (Vol. 20, No. 1).

- Dücan, E. & Bozkurt, A. (2018). Eko-etiketlerin turizme ve yerel ekonomiye etkileri. *Uluslararası Ticaret ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 68-85.
- Dünya Turizm Örgütü ve Birleşmiş Milletler Çevre Programı (2005). Turizmi Daha Sürdürülebilir Kılmak: Politika Geliştiriciler için Bir Rehber. 21.07.2023 tarihinde <https://www.unep.org/resources/report/making-tourism-more-sustainable-guide-policy-makers> adresinden alındı.
- Eberlein, B. & Matten, D. (2009). Business responses to climate change regulation in Canada and Germany: Lessons for Mncs from Emerging Economies. *J. Bus. Ethics* 86, 241-255.
- Ecolabel Index. (2022). All ecolabels in Turkey. 28.04.2022 tarihinde <https://www.ecolabelindex.com/ecolabels/?st=country,tr> adresinden alındı.
- Elvan, O. D. (2018). Doğa dostu ürünler konusunda bir mevzuat değişim örneği, Avrupa Birliği Eko-Etiket Mevzuatı ve Türkiye'deki Yasal Çalışmalar. *Materyal Bilgileri*, 50.
- Esmailpour, M. & Bahmiary, E. (2017). Investigating the impact of environmental attitude on the decision to purchase a green product with the mediating role of environmental concern and care for green products, *Management and Marketing*, 12(2), pp. 297–315. doi: 10.1515/mmcks-2017-0018.
- Evren, S., Evren, E. Ş., Çakıcı, C. & Çakır, O. (2019). Sürdürülebilir turizm gerçekten sürdürülebilir mi? Sürdürülebilir turizme yönelik eleştirel değerlendirmeler. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 211-220.
- Fruntes, C. (2014). Ecolabels-Important Tools in Developing a Sustainable Society. A Global Perspective. *Bulletin of The Transilvania University of Brasov. Series V: Economic Sciences*, 267-274.
- Genç, E. (2013). An analytical approach to greenwashing: certification versus noncertification. *Journal of Management & Economics/Yönetim ve Ekonomi*, 20(2).
- Gingerich, E. (2015). "Eco-Friendly" Marketing: Beyond The Label. *Journal of Applied Business And Economics*, 17(3).
- Go Türkiye. (2022). 2022 Sustainable Tourism in Türkiye. 28.04.2022 tarihinde <https://gosustainableturkiye.com/sustainable-tourism> adresinden alındı.
- Gökdeniz, A. (2017). Konaklama sektöründe yeşil yönetim kavramı, eko etiket ve yeşil yönetim sertifikaları ve otellerde yeşil yönetim uygulama örnekleri. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 7(2), 70-77.
- Gökdeniz, A. (2019). Konaklama sektöründe yeşil yönetim kavramı, eko etiket ve yeşil yönetim sertifikaları ve otellerde yeşil yönetim uygulama örnekleri. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 7(2), 70–77.
- Green Destinations. (2002) 22.09.2022 tarihinde <https://greendestinations.org/> adresinden alındı.
- Green Globe. (2022). 28.04.2022 tarihinde <https://www.greenglobe.com/> adresinden alındı.
- Green Key. (2022). 28.04.2022 tarihinde <https://www.greenkey.global/> adresinden alındı.

- Grydehøj, A. & Kelman, I. (2017). The Eco-Island Trap: Climate Change Mitigation and Conspicuous Sustainability. *Area*, 49(1), 106-113.
- GSTC. (2022). 22.09.2022 tarihinde <https://www.gstcouncil.org/> adresinden alındı.
- Guo, X., Cheng, L., & Liu, J. (2020). Green supply chain contracts with eco-labels issued by the sales platform: Profitability and environmental implications. *International Journal of Production Research*, 58(5), 1485-1504.
- Gutiérrez N. L., Valencia S. R., Branch T. A., Agnew D. J., Baum J. K., Bianchi P. L., Cornejo-Donoso J., Costello C., Defeo O., Essington T. E., Hilborn R., Hoggarth D. D., Larsen A. E., Ninnes C., Sainsbury K., Selden R. L., Sistla S., Smith A. D. M., Stern-Piriot A. & Williams N. E. (2012). Eco-Label Conveys Reliable Information on Fish Stock Health to Seafood Consumers. *Plos One*, 7(8), Article E43765.
- Güleç, H. & Ünlüönen, K. (2022). Çevreye duyarlı mutfak uygulamaları: ankara yeşil otel restoranları örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(2), 1226-1251.
- Güneş, G. (2011). Konaklama sektöründe çevre dostu yönetiminin önemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2011 (1), 45-51.
- Hajdukiewicz, A. (2016). A new approach to customer loyalty programs in the era of digitalization: The example of the freebee loyalty technology platform. *Trade Perspectives*, 159-171.
- Hall, C. M. (2010). Tourism and biodiversity: More significant than climate change?. *Journal of Heritage Tourism*, 5(4), 253-266.
- Hall, C. M., Scott, D. & Gössling, S. (2013). The primacy of climate change for sustainable international tourism. *Sustainable Development*, 21(2), 112-121.
- Harbaugh, R., Maxwell, J. W. & Roussillon, B. (2011). Label confusion: The groucho effect of uncertain standards. *Management Science*, 57, 1512– 1527.
- Heinzle, S. L. & Wüstenhagen, R. (2012). Dynamic adjustment of eco-labeling schemes and consumer choice: The revision of the eu energy label as a missed opportunity?. *Business Strategy and the Environment*, 21, 60– 70.
- Henninger, C. E. (2015). Traceability the new eco-label in the slow-fashion industry?—Consumer perceptions and micro-organisations responses. *Sustainability*, 7(5), 6011-6032.
- Horne, R. E. (2009). Limits to labels: The role of eco-labels in the assessment of product sustainability and routes to sustainable consumption. *International Journal of Consumer Studies*, 33(2), 175-182.
- Hossain, I., Nekmahmud, M. & Fekete-Farkas, M. (2022). How do environmental knowledge, eco-label knowledge, and green trust impact consumers' pro-environmental behaviour for energy-efficient household appliances?. *Sustainability*, 14(11), 6513.
- Hou, Y., Guo, P., Kannan, D. & Govindan, K. (2023). Optimal eco-label choice strategy for environmentally responsible corporations considering government regulations. *Journal of Cleaner Production*, 418, 138013.
- International Food Information Council. (2020). 2020 Food & Health Survey. <https://foodinsight.org/2020-food-and-health-survey/>. Food Insight.

- Iraldo, F., Griesshammer R., & Kahlenborn W. (2020). The Future of Ecolabels, *International Journal of Life Cycle Assessment*, 25(5), pp. 833–839. doi: 10.1007/s11367-020-01741-9.
- ISO Standarts. (2022). 28.04.2022 tarihinde <https://www.iso.org/standards.html> adresinden alındı.
- Kanıgür, S. & Ünlüönen, K. (2022). Turizmde yeşil pazarlama kapsamında yeşil anahtar uygulaması: Ankara örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 10(4), 3139-3153.
- Karaçor, B. & Tanrısever, C. (2020). Konaklama işletmelerinde kullanılan sertifikasyonların pazarlama, doluluk ve verimlilik üzerine etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (2) , 278-296.
- Karakoç, D. Y., & Kovancı, Ü. E. (2022). Yeşil yıkamanın sürdürülebilirlik temelinde değerlendirilmesi: Eleştirel bir bakış. *Journal of Academic Social Science Studies*, 15(89).
- Karlsson, L., & Dolnicar, S. (2016). Does eco certification sell tourism services? Evidence from a quasi-experimental observation study in iceland. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(5), 694-714.
- Kıvılcım, B. & Sanalan Bilici, N. (2021). Sürdürülebilir turizm kapsamında seyahat acentelerinin ekoturizm faaliyetleri: Doğu karadeniz bölgesinde bir araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (45), 53-69
- Kızılırmak, İ. (2011). Dünyada ve Türkiye’deki turizm işletmelerinde çevre korumaya yönelik uygulamalar: amacı ve önemi. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 1-12.
- Kim, D. & Kim, S. (2017). The role of mobile technology in tourism: patents, articles, news, and mobile tour app reviews. *Sustainability*, 9(11), 2082.
- Kim, J. W. (2008). An analysis of environment-friendly architecture material elements. *The Journal of Sustainable Design And Educational Environment Research*, 7(2), 1-11.
- Kirschstein, T., Heinold, A., Behnke, M., Meisel, F. & Bierwirth, C. (2022). Eco-labeling of freight transport services: Design, evaluation, and research directions. *Journal of Industrial Ecology*.
- Kirschstein, T., Heinold, A., Behnke, M., Meisel, F. & Bierwirth, C. (2022). Eco-labeling of freight transport services: Design, evaluation, and research directions. *Journal of Industrial Ecology*, 26(3), 801-814.
- Kloeckner, J. (2012). The power of eco-labels: communicating climate change using carbon footprint labels consistent with international trade regimes under the WTO. *Climate Law*, 3(3-4), 209-230.
- Kolk, A. & Levy, D. (2001). Winds of change: corporate strategy, climate change and oil multinationals. *Eur. Manag. J.* 5, 501–509.
- Korkmaz Özcan, Z. & Arman, Y. L. Ö. H. (2021). Turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında ekoturizme yönelik projelerin değerlendirilmesi. *Journal of Social Research & Behavioral Sciences*, 7(14).
- Kostova, I. (2019). Eco-labels as a commitment to responsible production practices. *Economic Alternatives*, 2, 251-262.
- Kozak, M. & Nield, K. (2004). The role of quality and eco-labelling systems in destination benchmarking. *Journal of Sustainable Tourism*, 12(2), 138-148.

- Küçük, G. (2021). Otellerde yeşil pazarlamanın oda doluluk oranlarına etkileri: İstanbul örneği. *Sosyal, Beşeri Ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(9), 694–707.
- Küçük, G. (2021). Otellerde yeşil pazarlamanın oda doluluk oranlarına etkileri: İstanbul örneği. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(9), 694–707.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2022). Çevreye duyarlılık kampanyası (Yeşil Yıldız). 28.04.2022 tarihinde <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-11596/cevreye-duyarlilik-kampanyasi-yesil-yildiz.html> adresinden alındı.
- Lafrenz Samuels, K. & Platts, E. J. (2020). An ecolabel for the world heritage brand? Developing a climate communication recognition scheme for heritage sites. *Climate*, 8(3), 38.
- Le Menestrel, M., van den Hove, S. & de Bettignies, H.C. (2002). Processes and consequences in business ethical dilemmas: The oil industry and climate change. *J. Bus. Ethics* 41, 252–266.
- Lebe, S. S. & Vrečko, I. (2015). Eco-Labels and Schemes: A Requisitely holistic proof of tourism's social responsibility?. *Systems Research and Behavioral Science*, 32(2), 247-255.
- Lee, E.-J., Bae, J. & Kim, K. H. (2020). The effect of environmental cues on the purchase intention of sustainable products. *Journal of Business Research*, 120, 425–433.
- Lee, S.Y., Park, Y.S. & Klassen, R.D. (2015). Market Responses to firms' voluntary climate change information disclosure and carbon communication. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag.* 22, 1–12.
- Loehr, J. & Becken, S. (2021). The tourism climate change knowledge system. *Annals of Tourism Research*, 86, 103073.
- Low, S. P., Gao, S. & See, Y. L. (2014). Strategies and measures for implementing eco-labelling schemes in singapore's construction industry. *Resources, Conservation and Recycling*, 89, 31-40.
- Madin, E. M. & Macreadie, P. I. (2015). Incorporating carbon footprints into seafood sustainability certification and eco-labels. *Marine Policy*, 57, 178-181.
- Marciniak, A. (2009). Greenwashing as an example of ecological marketing misleading practices. *Comparative Economic Research Central and Eastern Europe*, 12(1-2), 49-59.
- Mckercher, B., Prideaux, B., Cheung, C. & Law, R. (2010). Achieving voluntary reductions in the carbon footprint of tourism and climate change. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(3), 297-317.
- Meis-Harris, J., Klemm, C., Kaufman, S., Curtis, J., Borg, K. & Bragge, P. (2021). What is the role of eco-labels for a circular economy? A Rapid Review of the Literature. *Journal of Cleaner Production*, 306, 127134.
- Molinas, G. F. (2014). Sürdürülebilirlik için eko etiketler. İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği 28.04.2022 tarihinde <http://www.skdturkiye.org/yayin/surdurulebilirlik-icin-ekoetiketler> adresinden alındı.
- Moon, C. J. (2023). Sustainable Tourism Labelling–Greenwashing or Sustainable Impact?. In *International Conference on Tourism Research* (Vol. 6, No. 1, Pp. 474-478).
- Moon, S. J., Costello, J. P. & Koo, D. M. (2017). The impact of consumer confusion from eco-labels on negative WOM, Distrust, and Dissatisfaction. *International Journal of Advertising*, 36(2), 246-271.

- Murali, K., Lim, M. K. & Petruzzi, N. C. (2019). The effects of ecolabels and environmental regulation on green product development. *Manufacturing & Service Operations Management*, 21, 519– 535.
- Naumann, S., Guldner, A. & Kern, E. (2021). The Eco-label blue angel for software—development and components. *In Advances and New Trends in Environmental Informatics: Digital Twins For Sustainability (79-89)*. Springer International Publishing.
- Nguyen-Viet, B. (2022). Understanding the influence of eco-label, and green advertising on green purchase intention: The mediating role of green brand Equity. *Journal of Food Products Marketing*, 28(2), 87-103.
- Nunes, P. A. & Riyanto, Y. E. (2005). Information as a regulatory instrument to price biodiversity benefits: Certification and ecolabeling policy practices. *Biodiversity & Conservation*, 14, 2009-2027.
- Onozaka, Y., Hu, W. & Thilmany, D. D. (2016). Can eco-labels reduce carbon emissions? Market-Wide Analysis of Carbon Labeling and Locally Grown Fresh Apples. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 31(2), 122-138.
- Öncel, M. & Şanlı, G. E. (2023). 'Turizm sektöründe ekolojik yaklaşımlar ve yeşil pazarlama uygulamaları: Bursa Mövenpick oteli. *Uludağ Üniversitesi Mühendislik Dergisi*, 28(1), 207-216.
- Özkök, F. & Gümüş, F. (2009). Sürdürülebilir turizmde bilginin önemi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 7(1), 51-72.
- Pauw, W. P. (2015). Not a panacea: Private-Sector engagement in adaptation and adaptation finance in developing Countries. *Clim. Pol.* 15, 583–603.
- Pekerşen, Y., Paslı, M. M. & Takkacıgil, M. (2022). Otel çalışanlarının israfa yönelik yaklaşımları: Konya örneği. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(4), 529-541.
- Peri, G., & Rizzo, G. (2012). The overall classification of residential buildings: Possible role of tourist EU ecolabel Award Scheme. *Building and Environment*, 56, 151-161.
- Preti, R., D'Ascenzo, F., Amendola, C., Donatella, R. & Vinci, G. (2014). Food eco-labels, a market competitive advantage. In *Innovazione, Sostenibilità E Tutela Dei Consumatori: L'Evoluzione Delle Scienze Merceologiche Per La Creazione Di Valore E Competitività (561-569)*.
- Prieto-Sandoval, V., Alfaro, J. A., Mejía-Villa, A. & Ormazabal, M. (2016). Eco-labels as a multidimensional research topic: Trends and opportunities. *Journal of Cleaner Production*, 135, 806– 818.
- Prieto-Sandoval, V., Alfaro, J. A., Mejía-Villa, A. & Ormazabal, M. (2016). Eco-labels as a multidimensional research topic: Trends and opportunities, *Journal of Cleaner Production*, 135, pp. 806–818. doi: 10.1016/j.clepro.2016.06.167.
- Rubik, F. (1995). Product policy and the environment: The example of eco-labels. *Schriftenreihe Des IÖW*, 88-95.
- Sachs, J. D., Woo, W. T., Yoshino, N. & Taghizadeh-Hesary, F. (2019). Importance of green finance for achieving sustainable development goals and energy security. *Handbook of Green Finance*, 3–12. [https://doi.org/10.1007/978-981-13-0227-5\\_13](https://doi.org/10.1007/978-981-13-0227-5_13)
- Salzman, J. (1997). Informing the green consumer: The debate over the use and abuse of environmental labels. *Journal of Industrial Ecology*, 1, 11– 21.

- Satar, İ. (2016). *Türkiye'de Sürdürülebilir Turizm Açısından Sertifikasyon: Yeşil Yıldız ve Yeşil Anahtar Uygulamaları*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Scott, D. (2011). Why sustainable tourism must address climate change. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(1), 17-34.
- Scott, D. & Becken, S. (2010). Adapting to climate change and climate policy: Progress, problems and potentials. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(3), 283-295.
- Shah, R., Modi, A., Muduli, A. & Patel, J. D. (2023). Purchase intention for energy-efficient equipment appliances: Extending TPB With Eco-Labels, Green Trust, and Environmental Concern. *Energy Efficiency*, 16(4), 31.
- Shahrin, R., Quoquab, F., Jamil, R., Mahadi, N., Mohammad, J., Salam, Z. & Hussin, N. (2017). Green “Eco-Label” or “Greenwashing”? Building Awareness about Environmental Claims of Marketers. *Advanced Science Letters*, 23(4), 3205-3208.
- Sharma, N. K. & Kushwaha, G. S. (2019). Eco-Labels: A Tool For Green Marketing or Just a Blind Mirror for Consumers. *Electronic Green Journal*, 1(42).
- SHGM. (2022). Yeşil Havaalanı (Green Airport) Projesi 2022. 28.04.2022 tarihinde <https://web.shgm.gov.tr/tr/s/194-yesil-havaalani-green-airport-projesi> adresinden alındı.
- Sigurdsson, V., Larsen, N. M., Pálsdóttir, R. G., Folwarczny, M., Menon, R. V., & Fagerstrøm, A. (2022). Increasing the Effectiveness of Ecological Food Signaling: Comparing Sustainability Tags with Eco-Labels. *Journal of Business Research*, 139, 1099-1110.
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355-374.
- Strick, S. & Fenich, G. G. (2013). Green Certifications and Ecolabels in the MEEC Industry: Which are Really Worth It?. In *Journal of Convention & Event Tourism* (Vol. 14, No. 2, Pp. 162-172). Taylor & Francis Group.
- Sugiyama, N. & Takeuchi, T. (2008). Local policies for climate change in Japan. *The Journal of Environment & Development*, 17(4), 424-441.
- Suki, N. M. (2013). Green products purchases: Structural relationships of consumers' perception of eco-Label, Eco-Brand and Environmental Advertisement. *Journal of Sustainability Science and Management*, 8(1), 1-10.
- Sun, Y., Luo, B., Wang, S. & Fang, W. (2021). What you see is meaningful: does green advertising change the intentions of consumers to purchase eco-labeled products?. *Business Strategy and the Environment*, 30(1), 694-704.
- Suryani, A., Soedarso, S., Saifulloh, M., Muhibbin, Z., Wahyuddin, W., Hanoraga, T. & Rahmawati, D. (2019). Education for environmental sustainability: a green school development. *IPTEK Journal of Proceedings Series*, (6), 65-72.
- Şen, Z. (2022). İklim değişikliği ve türkiye. *Çevre Şehir ve İklim Dergisi*, 1 (1) , 1-19.
- Taufique, K. M. R., Siwar, C., Chamhuri, N. & Sarah, F. H. (2016). Integrating general environmental knowledge and eco-label knowledge in understanding ecologically conscious consumer behavior. *Procedia Economics and Finance*, 37, 39-45.



- Travelife. (2022). 28.04.2022 tarihinde [https://www.travelife.info/index\\_new.php?menu=home&lang=tr](https://www.travelife.info/index_new.php?menu=home&lang=tr) adresinden alındı.
- Treves, A. & Jones, S. M. (2010). Strategic tradeoffs for wildlife-friendly eco-labels. *Frontiers in Ecology and the Environment*, 8(9), 491-498.
- Truffer, B., Markard, J. & Wüstenhagen, R. (2001). Eco-labeling of electricity—Strategies and tradeoffs in the definition of environmental standards. *Energy Policy*, 29(11), 885-897.
- TSE. (2022). 28.04.2022 tarihinde <https://www.tse.org.tr/> adresinden alındı.
- Turuncu Bayrak. (2022). 28.04.2022 tarihinde <https://turuncubayrak.org/> adresinden alındı.
- Türkiye Develops a National Sustainable Tourism Program with the Global Sustainable Tourism Council (GSTC). (2022). 28.04.2022 tarihinde <https://www.gstcouncil.org/turkiye-national-sustainable-tourism-program/> adresinden alındı.
- UAB. (2022). Yeşil Liman 2022. 28.04.2022 tarihinde <https://denizcilik.uab.gov.tr/yesil-liman> adresinden alındı.
- United Nation Environment Programme, (2022). Eco-labelling. 28.04.2022 tarihinde <https://www.unep.org/explore-topics/resource-efficiency/what-we-do/responsible-industry/eco-labelling> adresinden alındı.
- Ünlüönen, K., Kızanlıklılı, M. M. & Arslan, E. (2011). Otel işletmelerindeki eko-etiket ve sistem yönetim belgelerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *12. Ulusal Turizm Kongresi*, 30 Kasım- 4 Aralık 2011, (446-457), Akçakoca, Düzce.
- Ünlüönen, K., Kızanlıklılı, M. M. & Arslan, E. (2011). Otel işletmelerindeki eko-etiket ve sistem yönetim belgelerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *12. Ulusal Turizm Kongresi*, 30, 446-457.
- Wach, E. & Ward, R. (2013). Learning about qualitative document analysis. 01.12.2021 tarihinde <https://opendocs.ids.ac.uk/opendocs/bitstream/handle/20.500.12413/2989/pp%20inbrief%2013%20QDA%20FINAL2.pdf?sequence=4> adresinden alındı.
- Wang, D., Walker, T & Barabanov, S. (2020). A psychological approach to regaining consumer trust after greenwashing: The case of chinese green consumers. *Journal of Consumer Marketing*, 37(6), 593-603.
- Ward, T. J. & Phillips, B. (2008). Ecolabelling of Seafood: The basic concepts. İçinde T. Ward ve B. Phillips (Eds.), *Seafood ecolabelling: Principles and practice* (pp. 1–37). Wiley-Blackwell.
- White, K., Habib, R. & Hardisty, D. J. (2019). How to SHIFT Consumer behaviors to be more sustainable: A literature review and guiding framework. *Journal of Marketing*, 83(3), 22–49. <https://doi.org/10.1177/0022242919825649>.
- Wiel, S. & McMahon, J. E. (2005). Energy-efficiency Labels and Standards: A Guidebook for Appliances, Equipment and Lighting. *Collaborative Labeling and Appliance Standards Program (CLASP)*.
- World Business Council for Sustainable Development. (2022). 28.04.2022 tarihinde <https://www.wbcsd.org/Overview/About-us/Our-offices/India> adresinden alındı.

- Yau, Y. (2012). Eco-Labels and Willingness-To-Pay: A Hong Kong Study. *Smart and Sustainable Built Environment*, 1(3), 277-290.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (6. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, Y., Üngüren, 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), 5069.
- Yildirim, S. (2023). Greenwashing: A Rapid Escape From Sustainability or a Slow Transition?. *LBS Journal of Management & Research*.
- Yücel, M. & Ekmekçiler, Ü. S. (2008). Çevre dostu ürün kavramına bütünsel yaklaşım; Temiz üretim sistemi, eko-etiket, yeşil pazarlama. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (26), 320-333.
- Zemigala, M. (2022). Business and climate change-research tendencies. *Environmental Development*, 42, 100696.

## **Can Eco-Labeling Initiatives Be The Solution for Climate Change and Sustainable Tourism? A Qualitative Research**

**Selma MEYDAN UYGUR**

Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Ankara/Türkiye

**Büşra KAYA**

Ankara Hacı Bayram Veli University, Institute of Graduate Studies, Ankara/Türkiye

**Sinan Baran BAYAR**

Kırklareli University, Institute of Social Sciences, Kırklareli/Türkiye

### **Extended Summary**

It is noteworthy that climate change is not ignored by companies and that they engage in activities in this field and utilize various channels and media types to communicate with their stakeholders (Lee et al., 2015). Eco-labels, on the other hand, are marketing tools that enable consumers to observe the contribution of goods and services to sustainability. The increasing impact of climate change day by day also changes the expectations of consumers. For example, 83% of consumers in the tourism market, which constitutes the largest part of the service sector, state that they attach vital importance to sustainability. Although the vast majority have sustainability expectations, 49% of tourism consumers still do not believe that they have sustainable options (Booking, 2021). Since eco-labeling is not just a marketing tool, it is an audited and certified process, it is an element that will create trust for consumers. For this reason, businesses, brands and administrations have to turn to eco-labels. It is seen that it has become a necessity not only for external marketing (consumer), but also for internal marketing (employee). In the study conducted by Alsuwaidi et al. (2021), it was observed that the welfare of the employees increased in businesses that carry out corporate social responsibility activities. In addition, according to the study, it was seen that the employees whose welfare level increased also tended to have green behavior. For this reason, there is a need for tools that will trigger both the consumer and the employees. Eco-labeling is a powerful tool in preventing climate change. In the study, the eco-labels used for the implementation of the measures taken for climate change will be examined in depth. It is aimed to provide a guiding result on how to realize an effective and efficient eco-labeling and to be a source for brands that will prefer eco-labeling. There are relatively limited studies in the literature on this subject. The study reveals its originality and importance by eliminating this deficiency in the literature.

Qualitative research method was adopted in the study. Qualitative research method is defined as “research in which qualitative data collection techniques such as observation, interview and document analysis are used and a qualitative process is followed to reveal perceptions and events in a natural environment in a realistic and holistic way” (Yıldırım and Şimşek, 2008: p.39). In order to conceptually reveal the relationship between the climate crisis and eco-labelling and to examine eco-labelling in depth, secondary data related to the related concepts were analyzed by document analysis. Document analysis is a type of analysis based on a detailed and systematic review of the literature (Wach & Ward, 2013).

For secondary data, the keywords “eco-label”, “eco-label and climate change”, “climate change”, “eco-label benefit” and “eco-label usage areas” in Google search engine, Google academic and Scopus database are in English.

and Turkish languages. The data obtained from the articles in the literature were obtained in March 2022. The obtained data were analyzed by content analysis. Obtained findings are explained in relation to each other.

Eco-labels need to go beyond just a marketing tool and be enforceable with more control. In this context, a discussion is presented on whether eco-labels offer a real solution and to what extent they can contribute to sustainable tourism efforts.

When the potential effects and limitations of eco-labels are evaluated, it is observed that these labels are primarily effective in promoting and marketing sustainable tourism practices to consumers and industry stakeholders. Eco-labels; increases the environmental awareness of consumers, enables them to prefer sustainable facilities and increases the demand for these facilities. Likewise, by using eco-labels, tourism businesses can emphasize their environmental and social responsibilities, gain competitive advantage and demonstrate their commitment to achieving sustainability goals. However, more control and regulation is needed to increase the effectiveness of eco-labels and ensure real environmental impacts. With these inspections, the compliance of the facilities with the determined sustainability criteria should be evaluated and corrective measures should be taken in case of any deviations. In addition, eco-label programs need to have stricter standards and take local conditions into account. It should be kept in mind that a uniform approach may be insufficient, as each destination has different environmental and cultural characteristics. However, control and regulation alone are not sufficient for eco-labels to be effective. Facility owners and operators should internalize their commitment to environmental responsibility and integrate sustainability principles into their business strategies. Eco-label programs can become effective tools that encourage real change and reduce environmental impacts, beyond merely serving marketing purposes for the tourism industry.

Eco-labels are considered as one of the important tools aimed at raising awareness of important issues such as environmental sustainability and climate crisis in the tourism sector and to support efforts to cope with these problems, however, assessments of the real effects of these labels and their role in promoting sustainable tourism are complex and require a critical perspective. requires. Many experts argue that while eco-labels have some positive effects, they are insufficient and may not be sufficient to solve wider problems. These labels can provide benefits such as drawing attention to environmental practices, raising awareness of consumers and encouraging environmentally friendly practices of tourist facilities. For example, the Blue Flag program can be considered an effective tool to raise awareness and raise standards on the cleanliness and management of beaches and marinas.

Eco-label programs often cover general criteria and a lack of requirements specific to local ecosystems or cultures can be observed. This risks ignoring local sustainability requirements. For eco-labels to have a wider impact, a more comprehensive and effective approach to promoting real change is needed, rather than merely a symbolic promotional or marketing tool. This requires label programs to focus not only on the surface, but also on addressing underlying sustainability issues. In this context, not only eco-labels are needed to promote sustainable tourism, but also more comprehensive and local needs-appropriate strategies are needed.

As a result, there are various opinions about the role and effectiveness of eco-labels in the tourism sector. These labels can increase environmental awareness and encourage touristic facilities to adopt sustainable practices. However, a broader and holistic approach needs to be adopted, which requires the sector to focus more deeply on sustainability efforts and take local conditions into account.