



Travellife Üyesi Seyahat Acentalarının Sürdürülebilirlik Faaliyetleri Üzerine Bir Araştırma

Reşat ARICA^a 

^a Adıyaman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Adıyaman / Türkiye.(rarica@adiyaman.edu.tr)

ÖZ

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:

02.07.2020

Kabul Tarihi:

27.08.2020

Anahtar Kelimeler

Sürdürülebilir Gelişim

Sürdürülebilir Turizm

Seyahat Acentacılığı

Travellife

Türkiye

Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi

Seyahat acentalarında sürdürülebilirlik konusuna ilişkin akademik ve sektörel alanda birçok tartışma yapılmıştır. Buna karşın, çözüm ve gelişim noktasında bir tıkanıklığın yaşandığı ve sürdürülebilirliğin sektörel düzeyde uygulamalara yeterli düzeyde taşınmadığı görülmektedir. Bu noktadan hareketle hazırlanan araştırmanın amacı, seyahat acentalarının sürdürülebilirlik girişimlerinin belirlenmesidir. Bununla birlikte acentaların sürdürülebilirlik faaliyetlerine katılımını engelleyen ve teşvik eden unsurların incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın verileri Türkiye’de faaliyet gösteren ve Travellife üyesi olan yedi seyahat acentasından toplanmıştır. Veriler yarı yapılandırılmış görüşme yöntemiyle elde edilmiştir. Derlenen verilerin analizinde betimsel analiz ve içerik analizi yöntemlerinden faydalanılmıştır. Sonuçlar, seyahat acentalarının sürdürülebilirlik faaliyetlerinin ürün üretim ve yönetimi, tedarik zinciri yönetimi ve iç yönetim alanlarında yoğunlaştığını göstermektedir. Ayrıca acentaların sürdürülebilir turizm faaliyetlerine yönelimini teşvik eden başlıca unsurun pazar(lama) odaklı sağladığı faydalar iken, yönelimini engelleyen en önemli etkenin ekonomik kısıtlar olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sürdürülebilirliğin seyahat acentaları ekseninde değerlendirilmesi yönüyle literatüre katkı sunması ve sektörel uygulamacılara yol gösterici olması bağlamında önem arz etmektedir.

ABSTRACT

Article History

Received

02.07.2020

Accepted:

27.08.2020

Keywords

Sustainable Development

Sustainable Tourism

Travel Agencies

Travellife

Turkey

There are many discussions on the subject of sustainability in academic and sectoral areas in travel agencies. However, there is a bottleneck at the point of solution and development, and sustainability cannot be adequately moved to sectoral practices. The purpose of the research is to determine the sustainability initiatives of travel agencies. In addition, it is aimed to identify the factors that prevent and encourage agencies to participate in sustainability activities. Data of the study's was compiled from the seven travel agents in Turkey which is member of Travellife. The data were obtained by semi-structured interview method. Descriptive analysis and content analysis methods were used to analyze the compiled data. The results show that travel agencies' sustainability activities are concentrated in product production and management, supply chain management and internal management. In addition, while the main factor that encourages travel agencies to move towards sustainable tourism activities is market-oriented benefits, it is determined that the most important factor preventing orientation is economic constraints. The research is important in the literature in terms of evaluating sustainability in the axis of travel agencies and in terms of being a guide for sectoral practitioners.

Article Type: Research Paper

***Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:** Reşat ARICA

E-Posta: rarica@adiyaman.edu.tr

Önerilen Atf/ Suggested Citation:

Arıca, R. (2020). Travellife Üyesi Seyahat Acentalarının Sürdürülebilirlik Faaliyetleri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7 (3), 350-374.

1. Giriş

Turizm sektöründe ekonomik, sosyo-kültürel ve doğal kaynakların koruma ve kullanma dengesi gözetilerek yönetilmesi gereklidir. Buna karşın sektördeki paydaşların çoğu girişimlerini doğal çekicilikler ve sosyo-kültürel değerleri korumaktan ziyade ekonomik fayda ekseninde koşullandırmaktadır. Bu durum ekonomik getiri sağlamak isterken, doğal çekicilikler ve sosyo-kültürel değerler üzerinde baskı üretilmesine neden olmaktadır. Turizm aktivitelerinin neden olduğu baskı uzun vadede doğal çekiciliklerin azalmasına ve sosyo-kültürel değerlerin yıpranmasına sebebiyet vermektedir (Budeanu, 2000). Ekonomik kazanımların gelecekte yok olma riskiyle karşı karşıya kalacak doğal ve sosyo-kültürel çevrenin onarılmasında yeterli olmayacağı aşikârdır (Kahraman ve Türkay, 2012). Dolayısıyla turizmde uzun soluklu devamlılık ve rekabet, doğal, sosyo-kültürel ve ekonomik kaynakların bir arada ve bütüncül yaklaşımla ele alınmasının gerekliliğine dikkat çeken sürdürülebilir turizm anlayışıyla mümkündür (Briassoulis, 2002).

Sürdürülebilir turizm, sektörün geleceğinin güvence altına alınabilmesinin doğal çevre ve sosyo-kültürel değerlere verilen önem ölçüsünde sağlanabileceğini savunmaktadır (Tour Operators Initiatives, 2003: 10). Buna karşın turizm sektörünün yapısı gereği yoğun parçalanmanın olması, faaliyetlerin birçok paydaşın işbirliği ve koordinasyonu ile gerçekleşmesi sürdürülebilirliğin uygulamada karşılık bulmasını güç kılmaktadır (Arıca, 2020). İşletmelerin bir kısmı sürdürülebilirlik odaklı girişimleri uygulamada gönüllü tutum sergilerken, birçok işletme bu konuda gönülsüz tutum takınmaktadır. Sürdürülebilir turizm girişimlerini desteklemeyen işletmelerin sayısının nispi oran içerisinde yüksek olması, turizm sektörünün geleceğini tartışmaya açmaktadır (Kirstges, 2012: 183). Bu noktada sektörel düzeyde işbirliği ve koordinasyonu sağlayacak girişimlere ihtiyaç duyulurken, seyahat acentaları arz ve talep zincirindeki işleviyle sektördeki sürdürülebilirlik girişimlerinde etkili kaynak yönetimini ve işletmeler arasında entegrasyonu sağlamada önemli pozisyona sahiptir (Sigala, 2008). Bu pozisyonu itibarıyla acentaların sürdürülebilirlik girişimlerine yönelik girişimleri literatürde farklı çerçevelerden incelenmiştir. Araştırmaların bir kısmında seyahat acentalarının organizasyon içindeki faaliyetleriyle sürdürülebilirlik girişimlerine katkı sunabileceği belirlenmiştir (Budeanu, 2007; Arıca, 2013; Goffi, Masiero ve Pencarelli, 2018). Öte yandan bazı araştırmalarda acentaların turist sayısı ve akışını organize etme (Carbone, 2003; Tepelus, 2005; Anderson, Mastrangelo, Chase, Kestenbaum ve Kolodinsky, 2013; Byrnes, Buckley, Howes ve Arthur, 2016) müşterilerin tutum ve davranışlarını yönetme (Hardeman, Font ve Nawijn, 2017; Marin-Pantelescu, Tăchiciu, Căpuşeanu ve Topor, 2019),

tedarikçi ve paydaşların uygulamalarını yönetme (Budeanu, 2007; Arıca, 2013; Goffi vd., 2018; Hamid ve Isa, 2020), turistik bölge halkı ve yerel yönetimlerin tutum ve davranışlarını etkileme kabiliyetine sahip olduğu ve bu bağlamda sürdürülebilir turizme katkı sunabileceği tespit edilmiştir (Budeanu, 2007; Khairat ve Maher, 2012; Byrnes vd., 2016; Arıca ve Kafa, 2020). Seyahat acentalarının turizm sektöründe sürdürülebilir gelişime olumlu katkı sunabilme potansiyeline karşın, acentaların sürdürülebilir turizm faaliyetlerine katılımı kısıtlı kalmaktadır (Arıca, 2020). Uluslararası ve ulusal ölçekte birçok seyahat acentası sürdürülebilirlik uygulamalarına yeterli desteği vermemektedir. Bu durum seyahat acentalarının sürdürülebilir turizm odaklı girişimlere katılımını engelleyen unsurların değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır. Seyahat acentalarının sürdürülebilir turizm faaliyetlerine yönelimini engelleyen unsurlar araştırmaların bir kısmında değerlendirilmiştir. Buna göre; ekonomik engeller, yasal yetersizlikler, pazar odaklı engellerin acentaların sürdürülebilir turizm faaliyetlerine eğilimini kısıtladığı belirlenmiştir (Curtin ve Busby, 1999; Schwartz, Tapper ve Font, 2009; Khairat ve Maher, 2012; Arıca ve Çorbacı, 2017; Marin-Pantelescu vd., 2019). Bir kısım araştırmada ise engellerle birlikte acentaların sürdürülebilir turizm girişimlerine yönelimle elde edeceği fırsatlar değerlendirilmiştir. Buna göre acentaların sürdürülebilir turizm uygulamalarını benimseyerek pazar(lama) odaklı fırsatlar, ekonomik avantajlar elde edebileceği belirlenmiştir (Budeanu, 2007; Khairat ve Maher, 2012; Goffi vd., 2018). Tüm bu bilgilerden hareketle hazırlanan araştırmada, seyahat acentalarında sürdürülebilirlik girişimleri, acentaların sürdürülebilirlik faaliyetlerine katılımını kısıtlayan ve teşvik eden unsurların bütüncül bakış açısıyla incelenmesi amaçlanmaktadır. Seyahat acentalarında sürdürülebilir turizm uygulamalarına çerçeve çizilerek ve sürdürülebilirlik girişimlerinin uygulamaya dönüştürülmesine katkı sağlayacaktır. Bu yönüyle çalışmanın Türkiye'nin turizmde sürdürülebilir kalkınma hedeflerine katkı sağlayacağı aşikârdır.

2. Kavramsal Çerçeve

Sanayileşme hareketleriyle gelişim gösteren ve yaygınlaşan ekonomik büyüme anlayışı, nüfusun, toprakların, üretimin ve tüketimin artmasına, sınırların ortadan kalkmasına yol açmıştır. Hızlı gelişim anlayışı günümüze gelindikçe hava, su ve toprak kirliliği, biyolojik çeşitliliğin tahribi, doğal habitatın mevcudiyetini yitirmesi ve küresel ısınma şeklinde görülen bir takım sorunları beraberinde getirmiştir (Dönmez, 2015). Fiziksel çevredeki sorunların birbiriyle etkileşimde bulunarak büyümesi insan varlığını tehdit eden boyutlara ulaşmasına sebebiyet vermiştir (Çakar, 2013: 2). İnsanoğlunun doğayı tükettikçe esasen kendini tüketmekte olduğunun bilincine varamaması ve doğal kaynaklardan korunma-kullanma

dengesi gözetilerek faydalanılmasının gerekliliği, bu sorunların uluslararası ölçekte ele alınmasına ve girişimler neticesinde sürdürülebilirlik anlayışının ortaya çıkarmasına zemin hazırlamıştır.

Sürdürülebilirlik kavramını oluşturan temel fikir; günümüz ve gelecek nesillerin gereksinimlerini dikkate alarak doğal ve insan yapımı tüm kaynakları yok etmeden, niteliğini bozmadan ve onları geliştirecek biçimde kullanmaktır (Demir ve Çevirgen, 2006: 95). Bir diğer tanımda sürdürülebilirlik, ekonomik büyümeyi sağlarken, çevresel ve sosyo-kültürel bozulmayı engellenme ve kaynakların nasıl verimli kullanılacağına ilişkin çerçevede oluşturmak amacıyla ortaya çıkan bir anlayış olarak tanımlanmaktadır (Curtin ve Busby, 1999: 136). Kahraman ve Türkay'a (2012: 90) göre sürdürülebilirlik, bütüncül katılımı öngören ve uluslararası ölçekte tüm sektörlerde uygulanması gerekli bir anlayıştır. Çevresel sorunları düzeltici, ekonomik kalkınmayı destekleyici ve sosyo-kültürel öğeleri koruyucu mekanizma ve uygulamalara destek amaçlı girişimleri barındıran sürdürülebilir gelişim olayının bir boyutunu da turizm sektörü oluşturmaktadır (Arıca, 2020).

Turizm sektöründe sürdürülebilirlik anlayışının gelişimi yirminci yüzyılın ikinci yarısında yaşanan gelişmelere dayanmaktadır. İkinci Dünya Savaşının ardından talep odaklı büyüme ekseninde arz yönlü gelişimin yaşandığı turizm, dünya'nın en gelişmiş sektörleri arasında yerini almıştır (Choi ve Sirakaya, 2006: 1274). 1970'li yılların başından 1980'lerin sonuna değin birçok ülkede kitle turist akımı şeklinde görülen turizm hareketleri sektörü domine etmiştir (Kilipiris ve Zardava, 2012: 48). Ancak sektörde yaşanan gelişim doğal ve sosyo-kültürel çevrede geri dönüşü mümkün olmayan olumsuz etkileri beraberinde getirmiştir (Arıca, 2020: 16). Bu durum, daha fazla turist daha az kâr mantığı çerçevesinde koşullanan kitle turizm yoluyla kaynakların uzun dönemli muhafazasının mümkün olmadığını açığa çıkarmıştır. Kitle turizmin karşı konulamaz olumsuz etkileri, yeni bir anlayış olarak sürdürülebilir turizm fikrini gündeme getirmiştir. Sürdürülebilir turizm, kitle turizmine küçük ölçekli çözümler üretme ve makro sorunlarla mücadele etme anlayışıdır (Tepelus, 2005: 102). WTO'ya (2004: 19) göre sürdürülebilir turizm, gelecek turistleri ve ev sahibi bölgelerin ihtiyaçlarını karşılarken, geleceğe yönelik fırsatı koruyup geliştirirken geliştirme olarak tanımlanmaktadır. Bir diğer tanımda sürdürülebilir turizm, kontrolsüz turizm aktivitelerinin uzun dönemde ekonomik, sosyo-kültürel ve ekolojik çevrede meydana getireceği olumsuz etkileri azaltma amacı taşıyan bir anlayış olarak açıklanmaktadır (Mowforth ve Munt, 2003: 94).

Sürdürülebilir turizm, günümüze gelindikçe turizm sektöründeki işletmeler arasında giderek önem kazanan ve kabul gören bir anlayış haline gelmiştir. Buna karşın işletmelerin iş süreçlerine ve uygulamalarına entegrasyon noktasında yeterli karşılığı bulamamıştır (Budeanu, 2000: 56). Bu durum arz ve talep noktasında sürdürülebilirliğin uygulanmasında sorunlar yaşanmasına sebebiyet vermiştir (Arıca ve Kafa, 2020). Ancak sürdürülebilir turizmin tanımlarında yer alan amaçlara ulaşılması arz ve talep odaklı girişimleri gerektirmektedir. Sektörün arz boyutunu temsil eden paydaşlarla talep boyutunu oluşturan turistlerin ekonomik, sosyo-kültürel ve ekolojik çevreye yönelik duyarlılıklarının geliştirilmesi sürdürülebilir turizmin hedeflerine ulaşması noktasında önemlidir (Kilipiris ve Zardava, 2012: 47). Bu bağlamda turizm sektöründe dağıtım kanalında bir araya getirdiği hizmet ve ürünlerin sunumunu yapan seyahat acentaları, sektördeki işletmeler arasında ve arz ve talep unsurları arasındaki koordinasyonu sağlayıcı işleviyle sürdürülebilir bir gelecek için önemli bir pozisyonadadır (Middleton ve Hawkins, 1998: 66).

Seyahat acentaları ürün tedarikinden, üretim, sunum ve değerlendirme aşamalarına kadar tüm üretim sürecinde sektörel paydaşlar ve müşterilerin tutum ve davranışlarını yönetme yeteneğine sahiptir (Hamıd ve Isa, 2020). Bu açıdan bakıldığında acentaların sürdürülebilirlik girişimlerine katılımı ve gerçekleştireceği girişimlerin, sektörel düzeyde sürdürülebilirliğe önemli katkı sağlayacağı aşikârdır. Sektörel düzeydeki önemli konum ve işlevi, seyahat acentalarının sürdürülebilir turizm odaklı girişimlerinin uluslararası alanda tartışılmasını sağlamıştır.

Uluslararası düzeyde acentalarda sürdürülebilirlik ilk olarak, 1992 EC Directive on Package Travel belgesiyle değerlendirilmiştir. Bu belge seyahat acentalarında ekolojik faaliyetlere yönelik özet çerçeve oluşturmaktadır (Curtin ve Busby, 1999: 135). Seyahat acentalarında sürdürülebilirlik girişimlerini destekleyici ve yönlendirici ilk ortalık ise Tur Operatörleri İnisiyatifi (TOI)'dir. TOI'ye göre seyahat acentaları iş faaliyetleriyle ve işbirlikçi uygulamalarıyla sürdürülebilir gelişime katkı sağlama fonksiyonuna sahiptir (Tepelus, 2005: 99). Seyahat acentalarında sürdürülebilirliğin değerlendirildiği bir diğer girişim Travellife'tır. Travellife seyahat ve turizm sektöründe sürdürülebilirlik uygulamalarını teşvik etmeye yönelik hizmet sunan bir girişimdir. 2007 yılında kurulan Travellife'm temel amaçları, sürdürülebilirlik aracılığıyla turizmin gelecek nesillere aktarılmasını mümkün kılmak, düşük kaynak kullanımını sağlayarak çevresel duyarlılığı arttırmak, yerel kültür ve değerleri korumak, turizmin ulusal ve yerel ekonomiye katkıda bulunmasını sağlamaktır. Turizm sektöründeki farklı işletmelerinde kayıt olabildiği Travellife sisteminin bir bileşeni de seyahat

acentalarıdır. Seyahat acentalarına sistemle sürdürülebilirlik planlaması, yönetimi ve raporlaması için eğitim ve araçlar sunulmaktadır. Travellife sistemine uyumlu çalışan acentalar ‘*Travellife Ortağı*’ veya ‘*Travellife Sertifikalı*’ statüsü kazanabilmektedir (Travellife.org).

Seyahat acentalarında sürdürülebilirlik faaliyetlerini teşvik eden TOI ve Travellife sisteminde acentalarda sürdürülebilirlik beş boyut ekseninde değerlendirilmektedir (Tour Operators Initiatives, 2003; UNEP, 2005; Travellife.org). Bu boyutlar (i) iç yönetim, (ii) tedarik zinciri, (iii) turistik bölgeyle ilişkiler, (iv) müşterilerle ilişkiler, (v) ürün üretim ve yönetimidir.

İç yönetim, seyahat acentalarında sürdürülebilirlik faaliyetlerinin temel düzeyde başlangıç yeri olan işletme içi uygulamalarda sürdürülebilirliği açıklamaktadır. İç yönetimde sürdürülebilirlik çevreye az veren kâğıtlardan hazırlanan broşürler oluşturma, enerji tüketimi ve atık üretimi azaltma, çalışanların çalışma koşullarını iyileştirme girişimlerini kapsamaktadır. Bu bağlamda sürdürülebilirlik faaliyet ve aktivitelerinin işletmenin en üst kademe yöneticisinden en alt kademe çalışanına kadar kabul görmesi ve benimsenmesi amaçlanmaktadır. *Tedarik zinciri*, seyahat acentalarının paydaşlarla ilişkilerini kapsamaktadır. Seyahat acentalarının paket turlar kapsamında tedarikçi seçim ve onlarla kontrat yapma fırsatına sahip olması turizmde sürdürülebilir ürün üretimi noktasında önemli bir şanstır. Seyahat acentaları bu noktada tedarikçilere yönelik sürdürülebilirlik standartlarını belirleme, tedarikçilerin performanslarını değerlendirme ve geliştirmede önemli işlev görmektedir. *Turistik bölgeyle ilişkiler*, seyahat acentalarının bölgedeki otoriteler ve yerel aktörlerle işbirliği yaparak sürdürülebilir turizm amaçlı alınabilecek kararları destekleme ve etkileme gücünü ifade etmektedir. Acentalar destinasyon seçim süreci, tur operasyon süreci, bölgeye yönelik teşvik ve desteklerle sürdürülebilir gelişime katkı sunmaktadır. *Müşterilerle ilişkiler*, seyahat acentalarının müşterilerle etkileşim ve iletişim sürecini açıklamaktadır. Acentalar bilgilendirme ve eğitim yoluyla müşterilerinin tutum ve davranışlarını sürdürülebilir turizm anlayışıyla entegre edebilmektedir. Eğitim ve bilgilendirme tur üretim ve yönetim sürecinin tüm aşamalarında broşürler, videolar, sosyal iletişim ağları, brifingler gibi yöntemlerle gerçekleştirilmektedir. *Ürün geliştirme ve yönetimi*, seyahat acentalarının ürün üretim ve yönetim süreçlerinde rota, aktivite ve hizmet tercihlerinde çevresel hassasiyeti göz önünde bulundurmasını açıklamaktadır. Bu noktada acentalar tatil paketlerini çevreye en az zarar verecek şekilde oluşturmalı, sosyal yükleri azaltmalı ve yerel halka ekonomik fayda sağlamaya dikkat etmelidir (UNEP, 2005; Budeanu, 2007; Arıca, 2020).

Seyahat acentalarında sürdürülebilirlik konusunda belirlenen boyutlar birçok araştırmada tekil veya bütüncül bakış açısıyla değerlendirilmiştir. Budeanu (2000) seyahat acentalarında sürdürülebilir gelişime katkısını tedarik zinciri, müşteriler, paket tur, turistik bölge bileşenleri ekseninde incelemiştir. Bu bağlamda acentaların sektördeki konumuyla çevresel farkındalığı etkilediği, küçük seyahat acentalarının sürdürülebilirlik faaliyetlerine büyük işletmelere nispeten daha duyarlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bir diğer araştırma seyahat acentalarında sürdürülebilirlik ürün üretim ve yönetim boyutuyla değerlendirilmiştir (Arıca, 2013). Araştırmada ürün üretim ve yönetiminin acentalarda sürdürülebilirliğin tüm boyutlarını kapsadığı, bu bağlamda sürdürülebilirlik girişimlerinde en önemli aşama olduğu sonucuna varılmıştır. Lozano, Arbulu ve Rey-Maqueira (2016) hazırladığı araştırmada seyahat acentalarının tedarik kanalında çevresel yönetim sistemlerini koordine etmedeki konumu ortaya koymuştur. Araştırma sonuçları, seyahat acentalarının çevresel yönetim yatırımları ve çevresel kaliteye katkı noktasında üstlendiği sosyal sorumluluklarla sektörel düzeyde yeşil tedarikçiler üretme kabiliyetine sahip olduğunu göstermektedir. Hardeman, Font ve Nawijn (2017) acentaların müşteriler üzerindeki etkilerini değerlendirirken, sürdürülebilir turizme yönelik mesajlarıyla acentaların müşterilerin tercih ve davranışlarını etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca araştırmada müşterilerle iletişim kalitesinin artırılmasının sürdürülebilirliğe yönelik farkındalıklarını arttırmada önemli olduğu tespit edilmiştir. Hamid ve Isa (2020) seyahat acentalarının sürdürülebilirlik faaliyetlerini tedarikçilerle ilişkiler üzerinden değerlendirmiştir. Bu bağlamda acentaların girişimleriyle tedarikçilerin sürdürülebilir turizm uygulamalarını benimsemelerine yardımcı olma potansiyeline sahip olduğu belirlenmiştir. Arıca ve Kafa (2020) ise seyahat acentalarının sürdürülebilirlik faaliyetlerine yönelik tutum ve davranışlarını incelediği araştırmada, yerel paydaşlarla işbirliği ve paydaş seçimi, turistik deneyim ve üretimde ekolojik hassasiyet, tedarikçilerle ilişkiler, tedarikçi tercihi, müşterilerle ilişkiler, yerel işbirliği ve etki izleme boyutlarını acentalarda sürdürülebilirliğin temel boyutları olarak tespit etmiştir.

Sürdürülebilirliğin seyahat acentalarında farklı boyutlar ekseninde değerlendirildiği araştırmaların büyük bir bölümünde varılan ortak sonuç, sürdürülebilirlik faaliyetlerinin acentalarda yeterli düzeyde karşılık bulmadığı veya temel amaçları doğrultusunda uygulanmadığıdır (Budeanu, 2000; Arıca, 2013; Lozano vd., 2016; Hamid ve Isa, 2020). Burada iki bileşen etkilidir. Bunlardan ilki; seyahat acentalarının sürdürülebilirlik faaliyetlerine yöneliminin engelleyen unsurlar iken, ikincisi; acentaların sürdürülebilirlik girişimlerine eğilim göstermesi neticesinde elde edeceği fırsatlara ilişkin bilgi sahibi

olmamasıdır. Literatürde seyahat acentalarında sürdürülebilirlik faaliyetlerine yönelimi engelleyen ve teşvik eden unsurları tespit etmeye yönelik birçok araştırma gerçekleştirilirken, araştırmalarda farklı sonuçlara varılmıştır.

Literatür incelendiğinde, araştırmalarda seyahat acentalarının sürdürülebilirlik faaliyetlerini engelleyen başlıca unsurların ekonomik kısıtlar (Tepelus, 2005; Schwartz vd., 2009; Arıca, 2013; Geerts, 2014; Arıca, 2020) ve yasal yetersizlikler (Arıca, 2013; Goffi vd., 2018) olduğu görülmektedir. Bununla birlikte pazar kaynaklı (Curtin ve Busby, 1999; Puuri, Henriksson ve Johansson, 2010; Arıca ve Çorbacı, 2017), çalışan kaynaklı (Schwartz vd., 2009; Arıca ve Çorbacı, 2017; Arıca, 2020), müşteri kaynaklı (UNEP, 2005; Puuri vd., 2010; Marin-Pantelescu vd., 2019), tedarikçi kaynaklı kısıtlayıcıların (Tepelus, 2005; Schwartz vd., 2009; Goffi vd., 2018) acentalarda sürdürülebilir turizm faaliyetlerine yönelimi engellediğine yönelik tespitler de mevcuttur. Bununla birlikte araştırmalarda acentalarda sürdürülebilirlik girişimlerinin örgütsel yapıya (UNEP, 2005; Arıca, 2013; Marin-Pantelescu vd., 2019), rekabet gücüne (Anderson vd., 2013; Lozano vd., 2016; Hamıd ve Isa, 2020), hizmet çıktıklarına (Lozano vd., 2016; Marin-Pantelescu vd., 2019) ve işletme imajına (Tepelus, 2005; Budeanu, 2007; Khairat ve Maher, 2012; Goffi vd., 2018) katkı sunduğu belirlenmiştir.

3. Yöntem

Araştırmanın amacı, seyahat acentalarının sürdürülebilirlik girişimlerinin belirlenmesidir. Bununla beraber araştırmada, acentaların sürdürülebilirlik faaliyetlerine katılımını engelleyen ve teşvik eden unsurların tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda Türkiye’de faaliyet gösteren Travellife üyesi seyahat acentalarının sürdürülebilirlik girişimleri üzerine odaklanılmıştır. Travellife üyesi işletmelerde sürdürülebilir uygulamalarının tespiti için öncelikle araştırma soruları hazırlanmıştır. Soruların hazırlanmasında kapsamlı yazın taraması yapılarak geçmişteki hazırlanan çalışmalarda ele alınan yaklaşımlar belirlenmiş, sonrasında bu araştırmalardan faydalanılarak mevcut çalışmanın amacına uygun sorular oluşturulmuştur. Araştırma soruları ve yararlanılan kaynaklar aşağıda yer almaktadır (Bkz: Tablo 1).

Tablo 1. Görüşme Soruları ve Kaynaklar

Görüşme Sorusu	Yararlanılan Kaynak
İşletmenizin yazılı sürdürülebilirlik ilke, politika veya stratejileri mevcut mudur?	Budeanu 2000; Font, 2002; Granier 2004; Lozano vd., 2016
Sürdürülebilir turizmi destekleyici girişimleriniz hangi faaliyet alanlarınızda gerçekleşmektedir?	Budeanu 2000; Budeanu, 2007; Goffi vd., 2018
Tur sürecinde faaliyetlerinizin doğal çevre üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmaya yönelik girişimleriniz nelerdir?	Budeanu, 2000; Tepelus, 2005; Khairat ve Maher, 2012; Arıca ve Kafa, 2020
Sizce seyahat acentalarının sürdürülebilir turizm faaliyetlerine yönelimini engelleyen unsurlar nelerdir?	Budeanu 2000: Arıca ve Çorbacı, 2017
Sizce seyahat acentalarının sürdürülebilir turizm faaliyetlerini uygulayarak elde edebileceği fırsatlar nelerdir?	Tepelus, 2005; Budeanu, 2007: 42; Khairat ve Maher, 2012; Arıca, 2013

Araştırmanın örnekleme dâhil edilen işletmeler, amaçlı örnekleme yöntemlerinden tipik durum örnekleme yöntemiyle belirlenmiştir. Bu bağlamda Türkiye’de faaliyet gösteren ve Travellife üyesi olan işletmeler belirlenmiş ve örnekleme dâhil edilmiştir. Türkiye’de faaliyet gösteren Travellife üyesi yedi (7) seyahat acentası bulunmaktadır (Travellife.info). Bu kapsamda işletme yöneticileriyle görüşme yapılarak araştırma verileri elde edilmiştir. Görüşme, insanların neyi ve neden düşündüklerini, duygu, tutum ve hislerinin neler olduğunu, davranışlarını yönlendiren etkenleri tespit etmeyi olanaklı kılan veri toplama aracıdır (Ekiz, 2009: 62). Araştırmada görüşme tekniklerinden yarı-yapılandırılmış görüşme tekniğinden faydalanılmıştır. Yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği, soruların önceden hazırlandığı ancak ortama göre görüşme sorularının sayısı ve sırasının değişebildiği, konunun gelişimine göre akla gelen soruların sorulabildiği ve cevaplar kayıt altına alındığı veri toplama yöntemidir (Kozak, 2014: 89). Araştırmanın verileri 12.10.2019 ve 03.11.2019 tarihleri arasında toplanmıştır. Görüşmeler yapılmadan önce katılımcılardan randevu alınmış ve önceden kararlaştırılan tarihlerde görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşmeler ortalama 13 dakika sürerken, görüşme esnasında acenta yöneticilerinin sürdürülebilirlik anlayışına yönelik görüşlerinin tespiti amaçlanmıştır. Görüşme yapılan kişilerin işletmedeki pozisyonu ve görüşme süreleri Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Görüşme Süreleri ve Katılımcıların İşletmedeki Pozisyonu

İşletme	Görüşme Süresi	Görüşülen Kişinin İşletmedeki Pozisyonu
İşletme 1	9 dakika 03 saniye	İşletme Yöneticisi
İşletme 2	17 dakika 21 saniye	İşletme Yöneticisi
İşletme 3	11 dakika 18 saniye	Pazarlama Müdürü
İşletme 4	13 dakika 24 saniye	İşletme Sahibi
İşletme 5	18 dakika 57 saniye	Operasyon Sorumlusu
İşletme 6	11 dakika 39 saniye	İşletme Sahibi
İşletme 7	8 dakika 07 saniye	Operasyon Sorumlusu

Yapılan görüşmelerde katılımcılardan izin alınarak görüşmeler ses kayıt cihazıyla kayıt altına alınmıştır. Veri toplama sürecinde elde edilen ses kayıtları deşifre edilerek, yazılı metine dönüştürülmüştür. Yazılı metinlerin analizinde içerik ve betimsel analiz yöntemleri kullanılmıştır. İçerik analizi, herhangi bir metin veya belgenin içeriğinin incelenmesi ve sayısal ya da istatistiksel olarak ortaya konulmasında kullanılan bir analiz çeşididir (Ekiz, 2009: 77). İçerik analiziyle elde edilen bulgular betimsel analiz yöntemi kullanılarak ayrıntılarıyla açıklanmıştır. Betimsel analiz, katılımcılardan yer yer doğrudan alıntılar yapılarak, elde edilen verilerin düzenlenmiş bir biçimde tanımlanmasını ve açıklanmasını sağlayan bir yöntem olarak açıklanmaktadır (Saruhan ve Özdemirci, 2011: 271).

4. Analiz Ve Bulgular

Araştırmada katılımcılara yöneltilen beş soruyla acentaların sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin, acentalarda sürdürülebilirlik girişimlerini engelleyen ve teşvik eden unsurların belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda öncelikle işletmeler, faaliyete başlama yılları ve Travellife üyelik tarihleri değerlendirilmiştir.

Tablo 3. İşletmelerin Faaliyete Başlama Yılları ve Travellife Üyelik Yılları

Seyahat Acentası	Faaliyete Başlama Yılı	Travellife Üyelik Yılı
İşletme 1	1989	2012
İşletme 2	1994	2013
İşletme 3	1992	2016
İşletme 4	2011	2014
İşletme 5	1991	2014
İşletme 6	2003	2016
İşletme 7	1992	2014

Tablo 3'teki bulgular incelendiğinde işletmelerin 9-31 yıl arasında bir geçmişe sahip olduğu görülmektedir. Bununla birlikte Travellife sistemine ilk dâhil olan işletmenin sekiz yıl önce, en son dâhil olan işletmenin ise dört yıl önce bu sisteme katılmıştır. Görüşmeciler bu bilgileri şöyle aktarmaktadır:

İşletme 1: 'Travellife Türkiye'de ilk çıktığı dönemde üye olduk. 2012 yılında'.

İşletme 2: '1994 yılından beri Türkiye'nin çok değişik alanlarında doğa ve ekoturizm odaklı faaliyet gösteriyoruz. Travellife üyeliğimiz 2013 yılında başladı'.

İşletme 5: '1991 yılında TÜRSAB üyesi olarak faaliyetlerimize başladık. Travellife kurslarına 27 Ekim 2014 tarihinde katıldık ve üye olduk'.

Tablo 4. Acentaların Yazılı Sürdürülebilirlik İlke, Politika veya Stratejilere Sahip Olma Durumları

Yazılı Sürdürülebilirlik İlke, Politika veya Stratejilere Sahip Misiniz?		
Evet	5	% 71,4
Hayır	2	%28,6
Toplam	7	%100

Seyahat acentalarının yazılı sürdürülebilirlik ilke, politika ve stratejilerine sahip olma durumuna ilişkin bilgiler, işletmelerin büyük bir bölümünün yazılı sürdürülebilirlik ilke ve yönlendiricilerine sahip olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte iki işletmenin uygulamada sürdürülebilirlik girişimleri olmasına rağmen yazılı ilkelere sahip olmadığı belirlenmiştir. Bu bulgulara ilişkin işletme çalışanlarının ifade ettiği görüşlerin bir kısmı şöyledir:

İşletme 1: '...yazılı ilkelerimiz ve politikamız var. Hatta kapılarda ve duvarlarda asılı. Personelimiz görsün, farkındalıkları oluşsun diye görecekları yerlere asıyoruz'.

İşletme 3: '...yani yazılı yok. Ancak neyin nasıl yapılması gerektiğini biliyoruz ve elimizden geldiğince uygulamaya çalışıyoruz'.

Tablo 5. Sürdürülebilir Turizmi Destekleyici Girişimlerin Gerçekleştiği Alanlar

Sürdürülebilir Turizmi Destekleyici Girişimlerin Hangi Faaliyet Alanlarınızda Gerçekleşmektedir?	
İşletme 1	Ürün üretimi ve yönetimi, tedarik zinciri yönetimi, müşterilerle ilişkiler, turistik bölgeyle ilişkiler
İşletme 2	İç yönetim, tedarik zinciri yönetimi, müşterilerle ilişkiler ve turistik bölgeyle ilişkiler
İşletme 3	İç yönetim, tedarik zinciri yönetimi
İşletme 4	İç yönetim, ürün üretimi ve yönetimi
İşletme 5	Ürün üretimi ve yönetimi, tedarik zinciri yönetimi, müşterilerle ilişkiler, turistik bölgeyle ilişkiler,
İşletme 6	Ürün üretimi ve yönetimi
İşletme 7	Ürün üretimi ve yönetimi, tedarik zinciri yönetimi, turistik bölgeyle ilişkiler

Seyahat acentalarının sürdürülebilir turizmi destekleyici girişimleri incelendiğinde, işletmelerin sürdürülebilirliğin tüm alanlarında girişimlerinin olduğu görülmektedir. Bu girişimler bütünüyle gerçekleştirilmeseydi acentalarda sürdürülebilirlik faaliyetlerinin uygulamada birkaç alanda karşılık bulduğu görülmektedir. Buna göre; seyahat acentalarının sürdürülebilirlik faaliyetlerine en fazla katkı sundukları boyutlar tedarik zinciri yönetimi, ürün üretimi ve yönetimidir. Bu bağlamda acentaların tedarikçi tercihleri, ürünün üretim ve sunum aşamasında sürdürülebilirlik girişimleri yoğunlaştığını söylemek mümkündür.

İşletme 1: ‘... amacımız turizmin olumsuz etkilerini asgariye indirirken, olumlu etkilerini azami seviyeye çıkarmaktır. Burada tüm üretim faaliyetlerimizi sürdürülebilir kalkınmanın temel prensipleri olan çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik etkilerini hesaplayarak planlamayı hedefliyoruz. Bunun için kendi önlemlerimizi alırken, tedarikçilerimizi daha sürdürülebilir olmaya özendirilmekte, müşterilerimizin sürdürülebilir turizme hakkında farkındalıklarını arttırmak amacıyla her türlü çabayı göstermekteyiz.taşıma araçlarına yönelik düzenlemeler yaptık....en etkili çalışmamız faydalandığımız araçlarda yakıt tüketimi düşük araçların tercihi oldu. Bu konuda gerekli çalışmalarını yaptık’.

İşletme 2: ‘Travellife kapsamında daha temiz bir çevre için ofis içinde ışıklardan tutunda, elektrik, su, kâğıt israfına kadar her konuya dikkat ediyoruz. İşletme içinde müsvedde kâğıtları tekrardan kullanıyoruz. Mesela benim masamdaki kâğıtların hepsi müsvedde. Bunun dışında yazışmalarımızı mail ile yapmaya özen gösteriyoruz. Pil kullanmamaya dikkat ediyoruz. Kullandığımız pilleri biriktiriyoruz. İşe yürüyerek ve bisikletle gelen çalışanlarımıza ekstra ücret ödüyoruz. Yani biz dolmuş ücretini karşılıyor onlar yürüyerek gelince bu para ceplerinde kalıyor. Elektrikte fotoselli araçlar kullanıyoruz. Klimayı az kullanmaya dikkat ediyoruz. Otel tercihlerinde, otelin su ve enerji kullanımına

dikkat ediyoruz. Araç tercih ederken yakıt tasarrufu olan araçları tercih ediyoruz. Transferleri birleştiriyoruz. Küçük araçlar seçiyoruz... Köylerden geçerken markete girmiyoruz. Köylülerden el yapımı ürünler alıyoruz. Konaklama ve yeme-içme ihtiyaçlarını mümkün olduğunca köy halkından alıyoruz. Bu konuda müşterilerden olumlu tepkiler alıyoruz tabii. Rehberimiz çevreye ve halka yaklaşım konusunda örnek oluyor. Yabancılar bu konuda daha hassaslar. Hatta bize toplu taşımaya binelim, bisiklet kullanalım diye talep sunuyorlar’.

İşletme 5: ‘... Turları doğaya zarar vermeyecek şekilde planlayıp, düzenliyoruz. Yerel halktan alışveriş yapmaya önem veriyoruz onlar faydalansın diye. Konaklama işletmeleri tercihlerinde betonarme yapıya sahip olmayan işletmeler öncelikli tercihimiz oluyor. Mesela Likya yoluna yürüttüğümüz turistlerin kaldığı evler hep köy evleri, doğayı koruyan kişilerin işlettiği yerler. Yerel yemekleri sunuyoruz...’

İşletme 7: ‘Otel tercihlerinde veya restoranlarda yerel yiyecekler bulunmasını istiyoruz. Araçları dahi yerel işletmelerden alıyoruz. Yerel işletmelerden alışveriş yapıyoruz. Evlerden yemek alıyoruz. Karadeniz turlarını örnek vereyim: turda halka ait yayla evlerinde konaklamaya, yeme-içme ihtiyaçlarını oradan gidermeye, turistlerimizin doğal ürünleri tercih etmesine teşvik ediyoruz. Onları köy hayatına sokuyoruz. Oradaki çocuklara hediyeler almalarına ve onlarla iletişimde bulunmalarını söylüyoruz. Bu şekilde halkın turizmden fayda sağlamasını önemsiyoruz. Kırsal kesimleri kalkındırma temelli projelere destek oluyoruz. Bunları yaparken amacımız yerel kapasiteyi geliştirmek ve güçlendirmek. Biz buradayız diye 60’tan fazla evin pansiyona çevrildiğini ve tamamen çevreyi koruma amaçlı hizmet sunduklarını söyleyebilirim’.

Tablo 6. Tur Aktivitelerinin Doğal Çevre Üzerindeki Olumsuz Etkilerini Azaltma Odaklı Girişimler

Tur Operasyon Sürecinde Faaliyetlerinizin Doğal Çevre Üzerindeki Olumsuz Etkilerini Azaltmaya Yönelik Girişimleriniz Nelerdir?	
Girişim Konusu	Frekans
Doğaya atık bırakmama	7
Üretim planlarını doğa, sosyo-kültür ve ekonomik çevreyi dikkate alarak yapma	6
Doğaya bırakılmış atıkları toplama	4
Turistleri doğal çekicilikler ve sosyo-kültürel değerler konusunda bilgilendirme	4
Tedarikçileri ekolojik faaliyetler konusunda bilgilendirme	3
Toplu taşıma kullanma	2
Katılımcı sayısını sınırlı tutma	2
Rotaları terk etmeme	1
Doğa konusunda uzman rehberler tercih etme	1

Seyahat acentalarının faaliyetlerinin operasyon sürecinde doğal çevre üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmaya yönelik girişimlerini değerlendirildiğinde, doğayı kirletmeme ve temizleme odaklı girişimlerinin yaygın olduğu görülmektedir. Bununla birlikte çevre ve sosyo-kültürel öğeleri koruma amacıyla turistleri ve tedarikçileri bilgilendirme, grup sayısını sınırlama, rota dışına çıkmama ve gerçekleştirilecek turistik ürün konusunda uzman ve

eğitilmiş rehber tercih etme girişimleri mevcuttur. Bu girişimler acentaların turistik etkilerin yoğunlaştığı operasyon sürecinde, doğal çekicilikleri ve sosyo-kültürel değerleri koruma amacıyla gerçekleştirilmektedir.

İşletme 1: ‘...Turda kullanacağımız araçları yakıt tüketimi düşük olanlardan seçiyoruz. Gerektiğinde varış noktalarına en kısa yoldan gitmeleri için şoförlere bilgi veriyoruz. ...Bununla birlikte turlarımızı mümkün olduğunca doğal, sosyo-kültürel ve ekonomik etkilerini hesaplayarak planlama yapıyoruz. Örneğin, tur esnasında doğaya çöp bırakmıyoruz ve doğadaki çöpleri topluyoruz....’

İşletme 4: ‘Ziyaret edilen yerlerde, turlarda, gezi süresince ekolojik dengenin bozulmaması veya çevre kirliliğinin oluşturulmaması için daha dikkatli davranıyoruzHer misafirimize niçin çöp bırakmaması gerektiğini anlatıyoruz yani onlara tur başladıktan sonra bilgi veriyoruz. İsteyenlere çöp poşeti dağıtıyoruz. Bazen etraftaki çöpleri topladıklarına bile şahit oluyoruz... Özellikle sigara izmariti ve pet şişeler. Arkamızda çöp bırakmamaya çalışıyoruz. Yani bilinçli olmaya çalışıyoruz....’

İşletme 5: ‘... Doğa yürüyüşü, doğa gezileri gibi doğayla iç içe aktiviteleri yapıyoruz. Turları doğaya zarar vermeyecek şekilde planlayıp, düzenliyoruz. Bunun için turistleri doğa konusunda bilgilendiriyoruz. Mesela türe tükenmekte olan Likya orkideleri hakkında rehberleri ve müşterilerimizi bilgilendiriyoruz.’

İşletme 7: ‘...Turları küçük gruplarla tur gerçekleştiriyoruz...’

Tablo 7. Türkiye’de Sürdürülebilir Turizm Faaliyetlerinin Seyahat Acentaları Tarafından Uygulanmasını Engellenen Unsurlar

Engeller	Frekans
Müşterilerin bilgi ve farkındalığının düşük olması	5
Ekolojik tur maliyetlerinin yüksek olması	4
İşletmelerin mali olanaklarının yetersizliği	4
Yasal alt yapının yetersizliği	4
Teşviklerin yetersizliği	3
Sektördeki paydaşların sürdürülebilirlik girişimlerine katılım konusunda gönülsüz olması	3
Yerel paydaşların ve yöre halkının desteğinin yetersiz olması	3
Sektörel düzeyde çevre bilincinin oluşmamış olması	3
Talebin yetersizliği	3
Sürdürülebilir turizm faaliyeti gerçekleştiren tedarikçi bulma güçlüğü	3
Pazar koşulları	2
Yöre halkının bilgi ve farkındalığının düşük olması	2
Tanıtım yetersizliği	1
Müşteri kaybetme riski	1
İşletmelerin uzun vadeli düşünmemesi	1
Denetim yetersizlikleri	1

Seyahat acentalarında sürdürülebilirlik faaliyetlerini engelleyen unsurlara ilişkin bulgular, müşteri talep ve farkındalığıyla birlikte işletmelerin ekonomik yetersizliklerinin sürdürülebilirlik girişimlerini engellediğini göstermektedir. Aynı zamanda uluslararası ve ulusal yönetimler kaynaklı bir takım unsurların sürdürülebilirliği engellediği görülmektedir. Bunlar; yasal çerçeve ve uygulanan yasal yaptırımların yetersizliği, teşviklerin kısıtlı olması ve denetim yetersizlikleridir. Ayrıca acentaların temel var oluş amaçlarının pazarda devamlılığını sağlamak olduğu düşünüldüğünde; talebin yetersizliği, müşteri kaybetme riski, pazar koşullarının seyahat acentalarının sürdürülebilirlik girişimlerini engellediği görülmektedir.

İşletme 1: *‘İşletmeler genel itibariyle sezonluk düşünüyor, çünkü ekonomik güçleri buna yetiyor sezonu nasıl daha iyi geçirebilirim diye. Çünkü işler kötüye gittiğinde kimse arkanızda durmuyor ve işletmenizin devamlılığını sağlamanız güç oluyor. İnsanlar doğaya pek önem vermiyor. Yasal düzenlemeler yapılırsa sürdürülebilirlik daha da gelişim gösterebilir. Bu konuda devlete çok iş düşüyor. İşletmeler bireysel bir şeyler yapmaya çalışıyor. Yerel işletmeler daha çok kar amacı güdüyor, bize destekleri az.’*

İşletme 4: *‘Çevre bilincinin oluşması ve gelişmesi için yeterli talep yok gerek işletmelerden gerekse tüketicilerden. Türkiye’ye gelen turistleri dikkate alırsak ekolojik turizm amaçlı gelenler çok düşük düzeyde kalıyor. Ayrıca yeterince tanıtım yapılmıyor. Bu üretimleri amacına uygun üretme konusunda işletmelerin talep göstermediği bir ortam var. Çevre ve yerel halkın bilinçli olmaması buna sebep olan bir diğer etken. Bununla beraber gerek işletmeler gerekse yerel halk ve misafirlerimizin çevre üzerindeki olumsuzluklar konusunda duyarlı olmaması önemli engel. Ayrıca bu turlar maliyetli oluyor. Çoğu işletmenin maddi gücü yetmiyor. Maddi açıdan desteklense daha hızlı gelişebilir.’*

İşletme 5: *‘Bölge halkı siz önlem alsanız bile bazen destek olmuyor... Şöyle söyleyeyim bizim işletmemiz ekolojik turları belli bir fiyat üzerinden yani pahalı diyebileceğimiz rakamlarda satmak zorunda kalıyor. İşte tamda bu sebepten ötürü herkes tercih etmiyor. Çünkü fiyat yüksek olunca talep azalıyor. Yani mali durumu çok iyi olmayanlara hitap etmiyor ve müşteri kaybı yaşıyorsunuz. Sektörde bu işi yapan çok işletme olmaması bir sorun çalışacağınız işletmeyi bulmada sorun yaşıyorsunuz.’*

İşletme 7: *‘Para. Ekonomik gücümüz yok. Tedarikçi ve müşteri yok....’*

Tablo 8. Türkiye’de Sürdürülebilir Turizm Faaliyetlerinin Seyahat Acentaları Tarafından Uygulanmasının İşletmelere Sağlayacağı Fırsatlar

Fırsatlar	Frekans
Farklı müşteri gruplarından talep görmeyi sağlar	4
Ekolojik ürün talep eden müşterilerin isteklerini karşılama imkânı tanır	4
Pazar (lama) fırsatları sağlar	2
Ekonomik tasarruf sağlar	2
Doğal çevreyi korumaya yardımcı olur	2
İşletmenin imajını geliştirir	2
İşletmeyi pazarda farklı kılar	2
Çalışan yeteneklerinin geliştirir	2
Sektörel düzeyde çevre bilincini artırır	2
İşletmenin satış oranlarını artırır	2
Potansiyel turistik talebe karşılık vermeyi sağlar	1

Seyahat acentalarının sürdürülebilir turizm faaliyetlerini uygulayarak elde edeceği fırsatlara ilişkin bulgular değerlendirildiğinde, pazar, pazarlama ve ekonomik ölçekte sağlanan faydanın ön plana çıktığı görülmektedir. Sürdürülebilirlik girişimleri işletmeyi pazarda farklı kılmakta ve imajını geliştirmektedir. Farklılaşan ve imajı gelişen işletme potansiyel müşteriler tarafından talep görmektedir. Aynı zamanda mevcut müşterilerin isteklerinin karşılanması bu müşterilerin işletmeye sadakatini arttırmaktadır. Mevcut ve potansiyel müşteriler tarafından tercih edilen işletmenin satış oranlarının artması, işletmenin ekonomik gelirini arttırırken ve rekabet gücünün artış göstermesini sağlar. Bu durum işletmenin sektörel devamlılığına katkı sunar.

İşletme 3: ‘Daha az tüketimin, uzun zamanda ekonomik olarak geri dönütleri olmaktadır. Ürün çeşitliliği sağlar, müşteri profilini değiştirir, mali açıdan destek sağlar, turizmin 12 ayda yapılmasını mümkün kılar’.

İşletme 4: ‘Çalışanlarımızın eğitimler yoluyla çevreye duyarlılığı artıyor. Tasarruf alışkanlığı kazanmaları işletme içi tüketimi azalttı ve buda cüzi miktarlarda da olsa ekonomik getiri sağladı. Klasik turizmin dışına çıkmayı sağlıyor. Daha farklı grup ve organizasyonlar yakalayabiliyorsunuz. En önemlisi doğa ve çevreye destek oluyor. Acentalar çevre kirliliği ve çevre sorunlarıyla ilgili projeler üretebilir veya projelere katılım sağlayarak bir getiri elde edebilirler. Turizm sektöründe çevre bilincini oluşturabilirler’.

İşletme 5: ‘Herkes bu türde ürün üretmediği için, o alanda boşluğu biz kapatıyoruz ve bu tarz bir talep olduğunda ki bu sayı çok fazla, böyle taleplerde ön sırada oluyoruz. Bu bizim için pazarda avantaj sağlıyor tabiki’.

5. Sonuç Ve Tartışma

5.1. Teorik Sonuçlar

Seyahat acentaları arz ve talep öğeleri arasındaki aracılık rolüyle sektörel düzeyde sürdürülebilirlik girişimlerini teşvik etmede önemli güce sahiptir. Bu çıkış noktasından hareketle hazırlanan araştırmada seyahat acentalarında sürdürülebilirlik girişimlerinin değerlendirilmesi, acentaların sürdürülebilirlik faaliyetlerini engelleyen ve teşvik eden unsurların saptanması amaçlanmaktadır. Araştırmada elde edilen sonuçlara göre, seyahat acentalarının büyük bir bölümünün yazılı sürdürülebilirlik ilke ve politikalarına sahiptir. Sürdürülebilirlik ilke ve politikalarına sahip olmayan işletmelerin ise faaliyetlerinde çevresel çekicilikler ve sosyo-kültürel değerleri korumaya yönelik hassasiyetlerinin olduğu belirlenmiştir. Literatürde sürdürülebilirlik faaliyetlerini yönlendirecek ilkelerin yazılı hale getirilmesinin uygulamadaki etkinlik ve verimliliği arttırmanın başat koşulu olduğu belirtilmektedir (Middleton ve Hawkins, 1998; Swarbrooke, 1999; Budeanu, 2007; Arıca, 2020). Dolayısıyla seyahat acentalarında sürdürülebilirlik girişimlerinin düşünceden yazıya aktarılması sürdürülebilirliğin uygulanma sürecinde daha olumlu neticelerin elde edilmesine yardımcı olacağı açıktır.

Seyahat acentalarında sürdürülebilirliğin uygulanma alanlarına ilişkin sonuçlar, acentalarda sürdürülebilirlik faaliyetlerinin ürün üretimi ve yönetimiyle beraber tedarik zinciri yönetimi boyutlarında karşılık bulduğunu göstermektedir. Literatürdeki araştırmaların önemli bir bölümünde seyahat acentalarında sürdürülebilirlik tedarik zinciri yönetimi (Budeanu, 2007; Sigala, 2008; Schwartz vd., 2009; Kilipiris ve Zardava, 2012; Arıca ve Kafa, 2020) ve ürün üretimi ve yönetimi (Budeanu, 2000; Arıca, 2013; Hardeman vd., 2017) boyutları ekseninde değerlendirilmiştir. Bu yöneyle araştırma sonuçlarının literatürdeki sonuçlarla örtüştüğünü söylemek mümkündür. Arıca (2013) seyahat acentalarında ürün üretimi ve yönetiminin diğer tüm sürdürülebilirlik boyutlarını kapsadığını ifade etmektedir. Buna göre ürün üretimi ve yönetimi kapsamında gerçekleştirilen sürdürülebilirlik girişimleri dolaylı olarak diğer boyutlarda da sürdürülebilirliğin gerçekleştiğine dair ipuçları sunmaktadır. Nitekim mevcut araştırmada işletmelerin iç yönetim, müşterilerle ilişkiler ve turistik bölgeyle ilişkiler boyutlarında da sürdürülebilirlik uygulamalarına sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu tespitlere ilişkin sonuçlarda literatürde desteklenmektedir (Budeanu, 2000; Arıca, 2013; Byrnes vd., 2016; Marin-Pantelescu vd., 2019; Hamıd ve Isa, 2020).

Araştırmada elde edilen bir diğer sonuca göre seyahat acentaları tur operasyon aşamasında doğal çevreyi korumak üzere, doğaya atık bırakmama, doğadaki atıkları toplama, rotaları terk etmeme, toplu taşıma ve bilgilendirme faaliyetleri gerçekleştirmektedir. Literatürde seyahat acentalarının operasyon sürecinde tedarikçi, yöre halkı ve müşterileri bilgilendirmede önemli işleve sahip olduğu ifade edilmektedir (Tour Operators Initiatives, 2003; UNEP, 2005; Arıca, 2013; Hamid ve Isa, 2020). Benzer şekilde acentaların hazırlayacağı tur planlarında çevresel hassasiyeti gözetmesinin ve rehberlerin gezi süresince turistlerin tutum ve davranışlarını yönetmesinin doğal çevreyi korumak adına önemli olduğu görüşü literatürde yaygın kabul görmektedir (Tepelus, 2005; Budeanu, 2007; Khairat ve Maher, 2012; Lozano vd., 2016; Goffi vd., 2018; Arıca ve Kafa, 2020).

Seyahat acentalarında her ne kadar sürdürülebilirlik girişimleri mevcut olsa da bunun yeterli düzeyde uygulandığını söylemek güçtür. Nitekim araştırma sonuçları ekolojik ürün maliyetlerinin yüksek olması ve işletmelerin mali olanaklarının yetersizliği gibi ekonomi odaklı sorunların seyahat acentalarında sürdürülebilir turizm faaliyetlerini engellediğini göstermektedir. Bununla birlikte araştırmada yasal altyapının, teşviklerin ve denetimlerin yetersizliği gibi uluslararası ve ulusal ölçekli sorunların acentaların sürdürülebilirlik faaliyetlerine engel teşkil ettiği belirlenmiştir. Dahası araştırma sonuçları müşteri, tedarikçi ve yerel paydaşların yeterli bilgi ve farkındalığa sahip olmaması, kalifiye personel ve tedarikçi bulma güçlüğüne acentaların sürdürülebilirlik faaliyetlerini gerçekleştirmesini engellediğini ortaya koymaktadır. Tüm bunlarla birlikte araştırmada pazardaki rekabet, müşteri talebinin yetersizliği ve müşteri kaybetme riski gibi pazar(lama) odaklı sorunların acentaların sürdürülebilirlik faaliyetlerini engellediği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmada elde edilen sonuçlar literatürle örtüşmektedir. Buna göre literatürde ekonomik yetersizlikler (Budeanu, 2000; Arıca ve Çorbacı, 2017; Marin-Pantelescu vd., 2019), uluslararası ve ulusal düzeydeki girişimlerin yetersizliği (UNEP 2005; Arıca, 2013; Arıca, 2020), müşteri kaynaklı sorunlar (Puuri vd., 2010; Arıca 2013; Marin-Pantelescu vd., 2019), tedarikçi kaynaklı sorunlar (Budeanu, 2000; Budeanu, 2007; Goffi vd., 2018) ve yerel paydaşlardan kaynaklanan sorunların (Arıca ve Çorbacı, 2017; Hamid ve Isa, 2020) acentalarda sürdürülebilirlik faaliyetlerini uygulamada kısıtlayan başlıca faktörler olarak açıklanmaktadır.

Seyahat acentalarında sürdürülebilirlik faaliyetlerini engelleyen unsurlarla birlikte, sürdürülebilirlik girişimlerini motive eden bileşenlerde bulunmaktadır. Araştırmada acentaların sürdürülebilirlik faaliyetlerini uygulayarak pazar(lama) fırsatları, ekonomik fırsatlar, örgütsel yapıyı geliştirme odaklı fırsatlar elde edebileceği sonucuna varılmıştır. Bu

kapsamda acentaların; farklı müşteri gruplardan talep görme, müşterilerin ekolojik ürün taleplerini karşılama, işletmeyi farklılaştırma ve imajını geliştirme gibi pazar(lama) fırsatları, ekonomik tasarruf sağlama ve satış oranlarını arttırma gibi ekonomik fırsatlar, çalışan yeteneklerini ve işletme işleyişini geliştirme gibi örgütsel yapı odaklı fırsatlar elde edebilecekleri belirlenmiştir. Acentaların sürdürülebilirlik girişimleriyle elde edeceği fırsatlara ilişkin sonuçlar birçok araştırma tarafından desteklenmektedir (Budeanu, 2000; Tepelus, 2005; Khairat ve Maher, 2012; Anderson vd., 2013; Arıca, 2013; Arıca ve Kafa, 2020; Hamid ve Isa, 2020). Buna karşın literatürde seyahat acentalarının sürdürülebilirlik girişimleriyle bahsi geçen fırsatlarla birlikte yöre halkı, tedarikçi odaklı fırsatlar ve hizmet çıktılarını geliştirme fırsatı elde edebileceği belirtilmektedir (Budeanu, 2007; Anderson vd., 2013; Byrnes vd., 2016). Acentaların sürdürülebilirlik faaliyetlerini engelleyen ve teşvik eden unsurlar, pazar yapısı, müşteri profili, acentanın büyüklüğü, finansal kapasitesi, işbirlikçi yapıları, operasyon alanları gibi bileşenlere bağlı olarak değişim gösterebilmektedir (Font, 2002). Dolayısıyla mevcut araştırma ve literatürdeki farklılaşmanın bu unsurlardan kaynaklandığını söylemek yanlış olmayacaktır.

5.2. Yönetimsel Sonuçlar

Seyahat acentalarında sürdürülebilirlik girişimlerinin değerlendirildiği araştırmada, acentaların sürdürülebilir turizmi destekleyici girişimlerinin mevcut olduğu ve bu girişimlerini bir politika çerçevesinde gerçekleştirdikleri tespit edilmiştir. Bu durum acentalarda sürdürülebilir turizm uygulamalarına ilişkin bir farkındalığın olduğunun göstergesidir. Araştırma sonuçlarında da görüldüğü üzere seyahat acentalarının çoğu yazılı sürdürülebilirlik ilkelerine sahiptir. Aynı zamanda işletmelerin tedarik zinciri, ürün üretimi ve yönetimi başta olmak üzere, iç yönetim, müşterilerle ilişkiler ve turistik bölgeyle ilişkilerde bu ilkeler doğrultusunda hareket etmektedir. Seyahat acentalarında sürdürülebilirlik faaliyetleri ilkeler ve uluslararası ölçekte kabul gören boyutlar ekseninde gerçekleşmesine karşın, acentaların sürdürülebilirlik uygulamalarının sektörel düzeyde kabulü noktasında bir takım engellerle karşılaşmaktadır.

Khairat ve Maher'e (2012) göre sürdürülebilirlik faaliyetlerinin sektörel uygulamaların bir parçası haline gelmesi engellerin belirlenmesi, ortadan kaldırılması veya en aza indirilmesiyle mümkündür. Araştırma sonuçlarına göre, acentaların sürdürülebilir turizm girişimlerinde karşılaştıkları temel engeller; yasal yetersizlikler, ekonomik sınırlılıklar, pazar(lama) kaynaklı sorunlar, çalışan, müşteri ve tedarikçi kaynaklı engellerdir. Engeller minimize edilmedikçe

sürdürülebilirlik girişimlerinden etkin ve verimli sonuçlar elde edilemeyeceği aşikârdır. Dolayısıyla sektörel düzeyde uzun vadeli gelişim için sürdürülebilirlik faaliyetlerini engelleyen unsurların tespiti ve bunlara yönelik çözümler üretilmesi elzemdir.

Araştırmada yasal yetersizliklerin acentaların sürdürülebilir turizme yönelimi engelleyen başlıca unsurlardan biri olduğu belirlenmiştir. Nitekim sürdürülebilirlik seyahat acentaları için bir zorunluk değil, tercihtir. Sürdürülebilirliğin işletmelerin inisiyatifine bırakılması turizm kaynaklı sorunların engellenmesini mümkün kılmamaktadır (Arıca, 2020). Araştırmalarda seyahat acentalarında sürdürülebilirlik için devlet ve özel sektör yetkililerinin katkılarıyla hazırlanacak yasalar düzenlemelerin işletmelerin uygulamalarını teşvik edeceği vurgulanmaktadır (Budeanu, 2007; Arıca, 2013; Goffi vd., 2018). Dolayısıyla Turizm Bakanlığı ve TÜRSAB gibi resmi kurumların öncülüğünde hazırlanacak ve tüm paydaşları kapsayıcı nitelik taşıyacak yasal düzenlemelerin sürdürülebilirliğin tercih olmaktan ziyade zorunlu bir uygulama hüviyeti kazanmasına ve uzun vadede turizm kaynaklı sorunları azaltmada önemli işlev göreceği aşikârdır. Genel yasal çerçeveye birlikte araştırmaların bir kısmında acentaların kendine özgü sürdürülebilirlik ilke ve politikalarının olmasının gerekliliğine dikkat çekilmektedir (UNEP, 2005; Khairat ve Maher, 2012; Marin-Pantelescu vd., 2019). İşletme özelinde ilkelerin olması gelişimin bir plan dâhilinde gerçekleşmesi adına önemlidir (Arıca, 2020). Bu nedenle bir yandan üretim öte yandan uygulama ve değerlendirme aşamalarında ilke ve politikaların varlığı sürecin etkinlik ve verimliliğinin sağlanmasına yardımcı olacaktır.

Araştırma sonuçlarına göre, seyahat acentalarının sürdürülebilirlik faaliyetlerini engelleyen bir diğer önemli unsur ekonomik yetersizliklerdir. Atik ve Altan'a (2002) göre seyahat acentalarının sürdürülebilirliği kabulü ekonomik anlamda güçlü olmalarıyla yakından ilişkilidir. Bu bağlamda işletmelerin ekonomik sıkıntılar yaşadığı ve ekonomik çıkarların son derece önemli olduğu sektörde, işletmelerin sürdürülebilir turizm eksenli kararlarının ve girişimlerinin iç ve dış teşvik kaynaklarıyla finanse edilmesi önemlidir. Bu kapsamda vergi indirimleri, arazi tahsisleri, yatırım destekleri gibi alternatif teşvik modelleri üzerinde çalışmalıdır (Marangoz ve Karadağ, 2017: 38). Bu sayede pazar odaklı engellerin azaltılması da olanaklı hale gelecektir. Ayrıca seyahat acentalarının yeterli ekonomik güce kavuşması pazardaki hareket alanını genişleterek temel kaygısını ekonomiden öte çevre üzerine odaklamasına yardımcı olacaktır.

Müşteri, tedarikçi ve yerel paydaşların yeterli bilgi ve farkındalığa sahip olmamasının seyahat acentalarının sürdürülebilirlik faaliyetlerini engelleyen diğer unsurlar olduğu araştırmada belirlenen bir diğer sonuçtur. Tedarikçi ve yerel paydaşların sürdürülebilirlik faaliyetlerine eğilimlerini geliştirmek eğitim ve bilgilendirme yoluyla farkındalıklarını arttırmakla mümkündür (UNEP, 2005). Dolayısıyla tedarikçilerin ve yerel paydaşların bilgi ve farkındalıklarını arttıracak kongre, seminer, toplantı gibi faaliyetlerin organize edilmesi gereklidir. Aynı zamanda yöre halkının farkındalığını geliştirmek amacıyla gerek devlet gerekse seyahat acentaları ve paydaşları tarafından bölgedeki sosyal sorumluluk ve çevre koruma temalı projelerin desteklenmesi önemlidir (Arıca, 2020). Bu bağlamda turistik bölgelerde eğitim, sağlık, çevre, toplum, iş gibi farklı alanlarda projeler üretilmeli ve desteklenmelidir. Dahası yöre halkının turizmin sağladığı ekonomik faydadan pay almaları sağlamak üzere, yerel sermayeyle kurulmuş ve yöre halkının çalıştığı işletmelerin teşvik edilmesi halkın çevre koruma faaliyetlerine katılımını sağlamak adına elzemdir (Kong, 2014). Seyahat acentalarında sürdürülebilirliğin amacına uygun olarak yerine getirilmesi için bir diğer gereklilik, çalışanların yeteneklerinin geliştirilmesi ve çevresel hassasiyetlerinin artırılmasıdır. Kilipiris ve Zardava (2012) çalışanları sürdürülebilirlik sürecinin temel yöneticileri olarak açıklamaktadır. Çalışanların seminerler, toplantılar, iş panelleri, kongreler ve workshop gibi organizasyonlarla farkındalık ve bilgilerinin artırılması, sürdürülebilirliğe aktif katılımlarını ve sunacakları desteği arttırarak, sürecin verimliliğine katkı sağlayacaktır.

Özetle; seyahat acentalarında sürdürülebilirlik faaliyetleri uygulamada karşılık bulmakta, ancak bir takım engellerden ötürü gerçek anlamda yerine getirilememektedir. Bu bağlamda yasal düzenlemelerin yetersizliği, ekonomik engeller, pazar(lama) kaynaklı engeller, tedarikçi kaynaklı engeller, turistik bölge ve müşteri kaynaklı engellerin en aza indirilmesine yönelik girişimlerin seyahat acentalarında sürdürülebilirlik sürecinin etkin ve verimli işleyişine katkı sunacaktır. Engellerin azaltılması sayesinde seyahat acentalarının sürdürülebilirlik sürecinden pazar(lama) fırsatları, ekonomik fırsatlar, örgütsel yapıyı geliştirme odaklı fırsatlar elde etme noktasında avantajlar sağlayacağı aşikârdır.

Araştırmada seyahat acentalarının sürdürülebilirlik girişimleri nitel araştırma yöntemiyle incelenmiştir. Bu bağlamda araştırmanın kapsamı Travellife üyesi seyahat acentalarıyla sınırlandırılmıştır. Gelecekte hazırlanacak araştırmalarda örneklemin daha geniş tutulması ve nicel araştırma yöntemleriyle incelemenin yapılması daha kapsamlı bir bakış açısı geliştirilmek önemlidir. Bununla birlikte Türkiye'nin farklı bölgelerinde sürdürülebilirlik

ekseninde faaliyetlerine yön vermeyen acentalar üzerinde araştırmaların yapılması, seyahat acentaları özelinde bütüncül değerlendirilmelerin yapılmasını olanaklı kılacaktır.

Kaynakça

- Anderson, L., Mastrangelo, C., Chase, L., Kestenbaum, D. ve Kolodinsky, J. (2013). Eco-labeling motorcoach operators in the North American travel tour industry: Analyzing the role of tour operators. *Journal of Sustainable Tourism*. 21 (5): 750-764.
- Arıca, R. (2013). *Seyahat acentalarında ekolojik sürdürülebilir ürün yönetimi: Türkiye üzerine nitel bir araştırma*. Yüksek lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Eskişehir.
- Arıca, R. (2020). *Seyahat Acentalarında Sürdürülebilir Ürün Üretimi ve Yönetimi. Doğa Temelli Turların Sistemleştirilmesi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Arıca, R. ve Çorbacı, A. (2017). A review of barriers of tour operators sustainable tourism activities. In *7th International Interdisciplinary Business-Economics Advancement Conference*. (48-55 pp.) April 9-14. Miami. Florida, USA.
- Arıca, R. ve Kafa, N. (2020). Seyahat acentalarında sürdürülebilirlik: Karadeniz Bölgesinde faaliyet gösteren seyahat acentaları üzerine bir inceleme, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (3): 1847-1866.
- Atik, M. ve Altan, T. (2002). Sürdürülebilir turizm gelişmelerinde tur operatörleri ve Antalya bölgesi. *First Tourism Congress of Mediterranean Countries (383-396 ss.)*. Organised By Akdeniz University of Tourism and Hotel Management. April 17-21, Antalya.
- Briassoulis, H. (2002). Sustainable tourism and the question of the commons. *Annals of Tourism Research*. 29 (4): 1065-1085.
- Budeanu, A. (2000). *A Tour to Sustainability? A Discussion on Tour Operators' Possibilities for Promoting Sustainable Tourism*. Master Thesis. Lund University.
- Budeanu, A. (2007). *Facilitating Transitions to Sustainable Tourism the Role of the Tour Operator*. Doctoral dissertation. Lund University.

- Byrnes, T., Buckley, R., Howes, M. ve Arthur, J.M. (2016). Environmental management of boating related impacts by commercial fishing, sailing and diving tour boat operators in Australia. *Journal of Cleaner Production*. 111: 383-396.
- Carbone, G. (2003). *Tour Operators' Responsibility and Best Practices Example*. Tour Operator Initiative Program Officers, Paris, UNEP.
- Choi, H.C. ve Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism Management*. 27: 1274-1289
- Curtin, S. ve Busby, G. (1999). Sustainable destination development: The tour operator perspective. *International Journal of Tourism Research*. (1): 135-147.
- Çakar, U. (2013). *Ekolojik Örgüt Üzerine Epistemolojik Bir Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Demir, C. ve Çevirgen, A. (2006). *Turizm ve Çevre Yönetimi Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Dönmez, B. (2015). Tur Operatörlüğü ve Paket Turlar. Keleş, Y. (Ed.) *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü* içinde (183-214 ss). Ankara: Grafiker Yayınları.
- Ekiz, D. (2009). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. (2.Baskı). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Font, X (2002). Environmental certification in tourism and hospitality: Progress, process and prospects. *Tourism Management*. 23: 197-205.
- Geerts, W. (2014). Environmental certification schemes: Hotel managers views and perceptions. *International Journal of Hospitality Management*. 39. 87-96.
- Goffi, G., Masiero, L. ve Pencarelli, T. (2018). Rethinking sustainability in the tour-operating industry: Worldwide survey of current attitudes and behaviors. *Journal of Cleaner Production*. 183:172-182.
- Granier, L. (2004). *Review of Leading European Tour Operators' Commitment to Corporate Social Responsibility*. Master of Arts in European Tourism Management. Bournemouth University.

- Hamid, M.A. ve Isa, S.M. (2020). Exploring the sustainable tourism practices among tour operators in Malaysia. *Journal of Sustainability Science and Management*. 15 (1): 68-80.
- Hardeman, G.; Font, X. ve Nawijn, J. (2017). The power of persuasive communication to influence sustainable holiday choices. Appealing to self-benefits and norms. *Tourism Management*. 59: 484-493.
- Kahraman, N. ve Türkay, O. (2012). *Turizm ve Çevre*. (5. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Khairat, G. ve Maher, A. (2012). Integrating sustainability into tour operators business: An innovative approach in sustainable tourism. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*. 7 (1): 213-233.
- Kilipiris, F. ve Zardava, S. (2012). Developing sustainable tourism in a changing environment issues for the tourism enterprises (Travel agencies and hospitality enterprises). *Procedia-social and behavioral sciences*. 44: 44-52.
- Kirstges, T. (2002). Basic questions of sustainable tourism: Does ecological and socially acceptable tourism have a chance. *Current Issues in Tourism*. 5 (3-4): 172-192.
- Kong, H. (2014). Are tour guides in China ready for ecotourism? An importance performance analysis of perceptions and performances. *Asia Pasific Journal of Tourism Research*. 19 (1). 17-34.
- Kozak, M. (2014). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Lozano, J., Arbulu, I. ve Rey-Maqueira, J. (2016). The Greening Role of Tour Operators. *Environmental Management*. 57:49-61.
- Marangoz, M. ve Karadağ, L. (2017). Sürdürülebilir turizm açısından alternatif turizmin önemi. *Turizm Akademik Dergisi*. 4 (2): 29-40.
- Marin-Pantelescu, A., Tăchiciu, L., Căpuşneanu, S. ve Topor, D.I. (2019). Role of tour operators and travel agencies in promoting sustainable tourism. *Amfiteatru Economic*, 21 (52): 654-669.

Middleton, V.T.C. ve Hawkins, R. (1998). *Sustainable Tourism: A Marketing Perspective*. Butterworth-Heinemann. Oxford.

Mowforth, M. ve Munt, I. (2003). *Tourism and Sustainability: Development and New Tourism in the Third World*. (Second Edition). London: Routledge.

Puuri, S.J., Henriksson, M. ve Johansson, J.B. (2010). *Eco-Labeling on Package Tours: A Study about Sustainable Tourism*. Bachelor Thesis in Business Administration.

Saruhan, Ş.Ç.ve Özdemirci, A. (2011). *Bilim, Felsefe ve Metodoloji*. (2. Baskı). İstanbul: Beta Basım.

Schwartz, K., Tapper, R. ve Font, X. (2009). A sustainable supply chain management framework for tour operators. *Journal of Sustainable Tourism*. 16 (3): 298-314.

Sigala, M. (2008). A supply chain management approach for investigating the role of tour operators on sustainable tourism: The case of TUI. *Journal of Cleaner Production*. 16 (15): 1589-1599.

Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. New York: CABI Publishing.

Tepelus, C.M. (2005). Aiming for sustainability in the tour operating business. *Journal of Cleaner Production*. 13: 99-107.

Tour Operators Initiative (TOI) (2003). *Sustainable tourism: The tour operators' contribution*. TOI, Paris. <http://www.toinitiative.org>

UNEP (2005). *Integrating Sustainability Into Business: A Management Guide For Responsible Tour Operations*. Paris, UNEP, WTO.

www.travellife.altso.org.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=129:travellife-nedir&catid=50:slideshow-items Erişim Tarihi: 10.05.2020

https://www.travellife.info/index_new.php?menu=about_travellife&lang=tr Erişim Tarihi: 10.05.2020

https://www.travellife.info/index_new.php?menu=travellifeengage&lang=tr Erişim Tarihi: 10.05.2020