

**T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANABİLİM DALI**

**MARİNA İŞLETMELERİNDE YEŞİL PAZARLAMA UYGULAMALARI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**ONUR ERDOĞAN**

**DANIŞMAN  
YRD. DOÇ. DR. AYTEKİN FIRAT**

**TEMMUZ, 2017  
MUĞLA**

T.C.  
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANABİLİM DALI

TEZ ADI  
MARİNA İŞLETMELERİNDE YEŞİL PAZARLAMA UYGULAMALARI

HAZIRLAYANIN ADI SOYADI  
Onur ERDOĞAN

Sosyal Bilimler Enstitüsünce

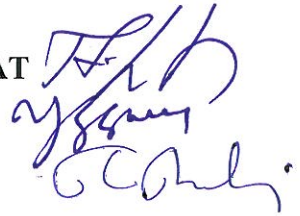
Tezli Yüksek Lisans  
Diploması Verilmesi İçin Kabul Edilen Tezdir.

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih: 25.07.2017  
Tezin Sözlü Savunma Tarihi: 24.07.2017

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Aytekin FIRAT

Jüri Üyesi: Doç. Dr. Yıldırım KIZGIN

Jüri Üyesi: Yrd. Doç. Dr. Tahir BENLİ



Enstitü Müdürü: Prof. Dr. Mehmet MARANGOZ

TEMMUZ, 2017  
MUĞLA

## TUTANAK

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 29/06/2017 tarih ve 790/1 sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 24/6 maddesine göre, İşletme Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi **ONUR ERDOĞAN**'ın “**Marina İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları**” adlı tezini incelemiş ve aday 24/07/2017 tarihinde saat 11:00'da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra 75... dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin  **kabul** ... edildiğine  **oybirliği**  ile karar verildi.



Tez Danışmanı

**Yrd. Doç. Dr. Aytekin FIRAT**



Üye

**Yrd. Doç. Dr. Tahir BENLİ**



Üye

**Doç. Dr. Yıldırım KIZGIN**

## YEMİN

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “**MARİNA İŞLETMELERİNDE YEŞİL PAZARLAMA UYGULAMALARI**” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

25/07/2017  
...../...../.....

ONUR ERDOĞAN



|                                                                    |  |                     |                |
|--------------------------------------------------------------------|--|---------------------|----------------|
| <b>YÜKSEKÖĞRETİM KURULU DOKÜMANTASYON MERKEZİ</b>                  |  |                     |                |
| <b>TEZ VERİ GİRİŞ FORMU</b>                                        |  |                     |                |
| <b>YAZARIN</b>                                                     |  |                     |                |
| <b>Soyadı : Erdoğan</b>                                            |  | <b>Referans No:</b> |                |
| <b>Adı : Onur</b>                                                  |  |                     |                |
| <b>TEZİN ADI</b>                                                   |  |                     |                |
| <b>Türkçe : Marina İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları</b> |  |                     |                |
| <b>Y. Dil :Green Marketing Practises in Marinas</b>                |  |                     |                |
| <b>TEZİN TÜRÜ: Yüksek Lisans</b>                                   |  |                     |                |
| <b>Yeterlilik</b>                                                  |  | <b>Doktora</b>      | <b>Sanatta</b> |
| <b>O</b>                                                           |  | <b>O</b>            | <b>O</b>       |
| <b>TEZİN KABUL EDİLDİĞİ</b>                                        |  |                     |                |
| <b>Üniversite : Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi</b>                |  |                     |                |
| <b>Fakülte :</b>                                                   |  |                     |                |
| <b>Enstitü : Sosyal Bilimler</b>                                   |  |                     |                |
| <b>Diğer Kuruluşlar :</b>                                          |  |                     |                |
| <b>Tarih : 24.07.2017</b>                                          |  |                     |                |
| <b>TEZ YAYINLANMIŞSA</b>                                           |  |                     |                |
| <b>Yayınlayan :</b>                                                |  |                     |                |
| <b>Basım Yeri :</b>                                                |  |                     |                |
| <b>Basım Tarihi :</b>                                              |  |                     |                |
| <b>ISBN :</b>                                                      |  |                     |                |
| <b>TEZ YÖNETİCİSİNİN</b>                                           |  |                     |                |
| <b>Soyadı, Adı : Aytekin Fırat</b>                                 |  |                     |                |
| <b>Ünvanı : Yrd. Doç. Dr.</b>                                      |  |                     |                |

**TEZİN YAZILDIĞI DİL : Türkçe**

**TEZİN SAYFA SAYISI: 93**

**TEZİN KONUSU (KONULARI) :**

1. Marina İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları
- 2.
- 3.

**TÜRKÇE ANAHTAR KELİMELER:**

1. Marinalarda Çevreci Uygulamalar
2. Yeşil Pazarlama
3. Yeşil Tüketici
4. Sürdürülebilir Turizm

**Başka vereceğiniz anahtar kelimeler varsa lütfen yazınız.**

**İNGİLİZCE ANAHTAR KELİMELER:**

1. Environmental Practices in Marinas
2. Green Marketing
3. Green Consumers
4. Sustainable Tourism

1- Tezimden fotokopi yapılmasına izin vermiyorum O

2- Tezimden dipnot gösterilmek şartıyla bir bölümünün fotokopisi alınabilir ●

3- Kaynak gösterilmek şartıyla tezin tamamının fotokopisi alınabilir ●

**Yazarın İmzası :**



**Tarih : 25/07/2017**

# MARİNA İŞLETMELERİNDE YEŞİL PAZARLAMA UYGULAMALARI

## ÖZET

Deniz turizminin bir parçası olan marina sektörü, her geçen gün büyümeye devam ederken ülke genelinde pek çok bölgede marina yapılması planlanmaktadır. Marina sayısındaki bu hızlı artış, marinaların çevreye etkileri ile ilgili kaygıları da beraberinde getirmektedir. Sürdürülebilir turizm açısından önemli olan doğal güzelliklerin ve kaynakların korunması gerekmektedir. Marinaların çevreye etkilerinin kontrol altına alınması, hem devletin hem de marinalara gelen yatçıların önem verdiği konuların başında gelmektedir. Son yıllarda tüketicilerin çevre konusunda bilinçlenmesi, yatçılık sektöründe de kendini göstermiş ve bunun sonucunda artık çevreci kriterleri ön planda olan müşteri kitlesi ortaya çıkmıştır.

Bu çalışmada, marinalarda çevreci müşteri kazanmak için uygulanan stratejilerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, Muğla ilindeki marina yöneticileri ile yarı yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler içerik analizi ile değerlendirilmiştir.

Sürdürülebilir turizm için marinaların çevreye etkilerinin en aza indirilmesi gerekmektedir. Çevreye etkileri en aza indiren ve bu doğrultuda pazarlama unsurlarında “çevreci özelliklerini” ön plana çıkaran marinalar, “çevreci müşteri” kitlesinin beğenisini kazanarak diğer marinalara göre rekabet avantajı elde edecektir.

Marinaların, diğer marinalara göre rekabet avantajı etmesi için farklılık yaratan çevreci uygulamalar geliştirmeleri gerekmektedir. Bu çalışmada, görüşme gerçekleştirdiğimiz marina işletmelerinin farklılık yaratan çevreci uygulamaları tespit edilmiştir. Diğer taraftan marinaların “çevreye duyarlı müşterileri” kazanması için yapılması gerekenler irdelenmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Marinalarda Çevreci Uygulamalar, Yeşil Pazarlama, Yeşil Marina, Yeşil Tüketici, Sürdürülebilir Turizm.

## GREEN MARKETING PRACTISES IN MARINAS

### ABSTRACT

The marina sector, a part of marine tourism is growing day by day as new marinas are planned to be built in many regions throughout the country. This rapid increase in the number of marinas also brings concerns about maritime environmental impacts. Natural beauty and resources that are important for sustainable tourism need to be protected. Controlling the environmental impacts of the marinas is one of the most important issues that both the government and customers of marinas give high importance. Consumer awareness of the environment in recent years has also manifested itself in the yachting industry, and as a result, the new customers who have high priority on environment issues have finally emerged in marina sector.

In this study, it is aimed to determine the strategies applied to win environmental customers in marina sector. For this purpose, semi-structured interviews were conducted with marina directors in the province of Mugla. The obtained data were evaluated by content analysis.

For sustainable tourism, the impact of marinas on the environment must be minimized. In this direction, the marinas that bring the "environmentalist" characteristics to the forefront of marketing elements will gain a competitive advantage compared to other marinas by satisfying green customers' need. For Marinas, it is necessary to develop environmental practices that make a difference in order to have competitive advantage over other marinas,. In this study, we have identified differentiated environmental practices of marina businesses as a result of our interviews. On the other hand, the subject of what should be done in order to win "environmentally conscious customers" of marinas has been examined.

**Key words:** Environmental Practices in Marinas, Green Marketing, Green Marina, Green Consumers, Sustainable Tourism

## ÖNSÖZ

Tez çalışmam boyunca bana bu sürecin planlanması, araştırılması ve yürütülmesinde çok büyük desteği olan değerli danışman hocam sayın Yrd. Doç. Dr. Aytekin FIRAT'a teşekkürlerimi sunarım.

Mülakatların gerçekleştirilmesi amacıyla marina yöneticilerinden gerekli randevuların alınması ve görüşme formlarının hazırlanmasında bana yardımlarını esirgemeyen çok kıymetli Zafer ERGÜL'e, görüşmeler esnasında bilgi ve deneyimlerini aktarmak için bana değerli vakitlerini ayıran marina yöneticilerine katkılarından dolayı teşekkür ederim.

Tez konusunun belirlenmesi aşamasında tez yazım sürecinde her konuda yardım ve desteğini esirgemeyen değerli çalışma arkadaşım Öğretim Görevlisi Dr. Fırat BİÇİCİ'ye teşekkürlerimi sunarım.

Öğr. Gör. Onur ERDOĞAN

## İÇİNDEKİLER

|                                    |      |
|------------------------------------|------|
| ÖNSÖZ .....                        | I    |
| İÇİNDEKİLER .....                  | II   |
| ŞEKİLLER LİSTESİ.....              | VI   |
| TABLolar LİSTESİ .....             | VII  |
| SİMGE VE KISALTMALAR LİSTESİ ..... | VIII |
| GİRİŞ .....                        | 1    |

## BİRİNCİ BÖLÜM

### ÇEVRE KAVRAMI VE ÇEVRE SORUNLARI

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| 1.1. Çevre Kavramı .....                                         | 4  |
| 1.2. Küresel Çevre Sorunları ve Çevre ile İlgili Gelişmeler..... | 5  |
| 1.2.1. Hava kirliliği .....                                      | 6  |
| 1.2.2. Su kirliliği.....                                         | 6  |
| 1.2.3. Toprak kirliliği.....                                     | 7  |
| 1.2.4. Gürültü kirliliği.....                                    | 8  |
| 1.2.5. Atıklar.....                                              | 8  |
| 1.2.6. (Hızlı nüfus) Nüfus artışı ve çarpık kentleşme .....      | 9  |
| 1.2.7. Sanayileşme.....                                          | 10 |
| 1.2.8. İklim değişikliği ve küresel ısınma.....                  | 10 |
| 1.2.9. Enerji .....                                              | 10 |
| 1.2.10. Biyolojik çeşitlilik.....                                | 11 |
| 1.3. Çevrenin Korunması ve Sürdürülebilirlik.....                | 11 |
| 1.4. Çevre ve Sosyal Sorumluluk.....                             | 11 |

## İKİNCİ BÖLÜM

### YEŞİL PAZARLAMA

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| 2.1. Yeşil Pazarlama Tanımı ve Önemi .....                      | 13 |
| 2.2. İşletmelerin Yeşil Pazarlamayı Tercih Etme Nedenleri ..... | 15 |

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| 2.2.1. Fırsatlar .....              | 15 |
| 2.2.2. Sosyal sorumluluk .....      | 16 |
| 2.2.3. Devlet baskısı .....         | 16 |
| 2.2.4. Rekabet baskısı .....        | 17 |
| 2.2.5. Maliyet ve kar faktörü ..... | 17 |
| 2.3. Yeşil Pazarlama Karması.....   | 18 |
| 2.3.1. Yeşil ürün.....              | 18 |
| 2.3.2. Yeşil fiyat.....             | 19 |
| 2.3.3. Yeşil tutundurma .....       | 19 |
| 2.3.4. Yeşil dağıtım .....          | 20 |
| 2.4. Yeşil Tüketici .....           | 20 |
| 2.5. Yeşil Halkla İlişkiler .....   | 21 |
| 2.6. Yeşil Sponsorluk.....          | 22 |

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### MARİNA İŞLETMELERİNDE ÇEVREYE DUYARLI UYGULAMALAR

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| 3.1. Deniz Turizmi ve Marina Kavramı .....                       | 23 |
| 3.2. Marinalarda Verilen Hizmetler.....                          | 24 |
| 3.3. Marina Tesisleri ve Kirlilik Kaynakları .....               | 25 |
| 3.4. Türkiye ve Dünya'daki Marinalarda Çevreci Uygulamalar ..... | 25 |
| 3.4.1. Mavi bayrak .....                                         | 26 |
| 3.4.2. Marinalarda ISO 14001 çevre yönetim sistemi.....          | 28 |
| 3.4.3. Altın çıpa ödülü .....                                    | 29 |
| 3.4.4. Amerika'da temiz marina programları .....                 | 30 |
| 3.4.5. IMCI Mavi yıldız sertifikasyonu.....                      | 30 |
| 3.4.6. Sertifikalandırma süreci.....                             | 31 |
| 3.4.7. ICOMIA Temiz marina programı .....                        | 31 |
| 3.5. Marina Faaliyetlerinin Çevreye Etkilerinin Yönetimi .....   | 31 |
| 3.5.1. Marinalarda atık yönetimi .....                           | 32 |
| 3.5.1.1. Marinalarda katı atık yönetimi .....                    | 33 |

|                                                                                                       |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.5.1.2. Yatlardan sintine suyu alımı.....                                                            | 34 |
| 3.5.1.3. Yatlardan pis su alımı.....                                                                  | 34 |
| 3.5.1.4. Marinalardaki atıkların geri dönüşümü.....                                                   | 35 |
| 3.5.2. Yağmur suyu ve yatların tamir-bakım operasyonlarından<br>kaynaklanan kirliliğin yönetimi ..... | 36 |
| 3.5.3. Yakıt ve yağların depolanması ve sızmalarının önlenmesi.....                                   | 39 |
| 3.5.4. Yakıt sızmasının kontrolü .....                                                                | 41 |
| 3.5.5. Marinalarda su kalitesi değerlendirilmesi.....                                                 | 41 |
| 3.5.6. Yatçıların eğitilmesi ile ilgili uygulamalar .....                                             | 43 |
| 3.5.7. Tatlı su yönetimi uygulamaları.....                                                            | 44 |
| 3.5.8. Enerji yönetimi uygulamaları .....                                                             | 45 |
| 3.6. Marinalarda Çevreci Uygulamalarla İle İlgili Ulusal ve Uluslararası<br>Mevzuat .....             | 46 |
| 3.6.1. Marinalarda çevresel uygulamalarla ilgili uluslararası mevzuat .....                           | 46 |
| 3.6.2. Marinalarda çevreci uygulamalarla ilgili ulusal mevzuat .....                                  | 48 |

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

### **MUĞLA İLİ MARİNALARINDA ÇEVRECİ UYGULAMALAR VE YEŞİL PAZARLAMA ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

|                                                                                    |    |
|------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1. Araştırma Konusunun Alanı ve Kapsamı.....                                     | 50 |
| 4.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi .....                                             | 51 |
| 4.3. Araştırmanın Kısıtları .....                                                  | 52 |
| 4.4. Araştırma Yöntemi .....                                                       | 53 |
| 4.4.1. Evren ve örneklem.....                                                      | 53 |
| 4.4.2. Veri toplama yöntemi, veri toplama araçları ve verilerin<br>toplanması..... | 54 |
| 4.5. Araştırma Bulguları .....                                                     | 54 |
| 4.5.1. İşletmelerin çevre politikaları.....                                        | 56 |
| 4.5.2. İşletmelerin atık ve geri dönüşüm uygulamaları .....                        | 56 |
| 4.5.3. Enerji tasarrufları.....                                                    | 57 |

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.5.4. Su tasarrufları .....                                              | 58 |
| 4.5.5. Ekolojik faaliyetler .....                                         | 59 |
| 4.5.6. Tekne bakımından kaynaklanan kirliliğin önlenmesi .....            | 59 |
| 4.5.7. Yağmur suyundan kaynaklanan kirliliğin önlenmesi .....             | 61 |
| 4.5.8. Yeşil tüketici .....                                               | 61 |
| 4.5.9. Mavi bayrak ve 5 altın çıpa ödülü .....                            | 62 |
| 4.5.10. Marinalarda yeşil ürün planlama ve geliştirme .....               | 65 |
| 4.5.11. Yeşil tedarikçiler ve yeşil ürün kullanımı .....                  | 65 |
| 4.5.12. Yeşil fiyat .....                                                 | 68 |
| 4.5.13. Yeşil marina .....                                                | 69 |
| 4.5.14. Yeşil yapılar .....                                               | 70 |
| 4.5.15. Yeşil işbirlikleri .....                                          | 71 |
| 4.5.16. Yeşil sponsorluklar .....                                         | 73 |
| 4.5.17. Yeşil iletişim .....                                              | 73 |
| 4.5.18. Marina işletmelerinde farklılık yaratan çevreci uygulamalar ..... | 73 |
| 4.5.19. İşletmelerin çevreci faaliyetleri ve ödülleri .....               | 74 |

## **BEŞİNCİ BÖLÜM**

### **SONUÇ VE ÖNERİLER**

|               |    |
|---------------|----|
| KAYNAKÇA..... | 77 |
| EKLER.....    | 92 |

## ŞEKİLLER LİSTESİ

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| Şekil 1 : Mavi Bayrak Panosu.....                                      | 64 |
| Şekil 2 : Marinada Okullar İçin Düzenlenen Mavi Bayrak Etkinliği ..... | 64 |



## TABLÖLAR LİSTESİ

|         |                                                                                                |    |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tablo 1 | : Türkiye'nin Taraf Olduğu Çevre ile İlgili IMO Sözleşmeleri ve Uluslararası Sözleşmeler ..... | 46 |
| Tablo 2 | : Katılımcıların Profil Bilgileri.....                                                         | 54 |
| Tablo 3 | : İşletmelerin Çevreci Faaliyetleri ve Sahip Oldukları Belgeler I ..                           | 74 |
| Tablo 4 | : İşletmelerin Çevreci Faaliyetleri ve Sahip Oldukları Belgeler II ..                          | 75 |



## SİMGE VE KISALTMALAR LİSTESİ

| Kısaltmalar  | Açıklama                                                                             |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| ISO          | Uluslararası Standart Örgütü                                                         |
| TURMEPA      | Türkiye’de Çevre Eğitimi Vakfı                                                       |
| TYHA         | Yat Limanları Birliği                                                                |
| IMCI         | Uluslararası Deniz Sertifikasyon Enstitüsü                                           |
| ICOMIA       | Uluslararası Marina Derneği Konseyi                                                  |
| UNFCCC       | Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi                             |
| IMO          | Uluslararası Denizcilik Örgütü                                                       |
| MARPOL 73/78 | Denizlerin Gemiler Tarafından Kirlenmesini Önlenmesine Ait Uluslararası Sözleşme     |
| CLC 92       | Petrol Kirliliği Zararlarından Doğan Hukuki Sorumluluk                               |
| IOPC-FUND 92 | Petrol kirliliği Zararları İçin Uluslararası Tazminat Fonu Kurulmasına Dair Sözleşme |
| LDC-1972     | Atıklar Tarafından Denizlerin Kirlenmesinin Önlenmesine İlişkin Sözleşme             |
| OPRC-990     | Petrol Kirliliğine Karşı Hazırlıklı Olma, Mücadele ve İşbirliğine Dair Sözleşme      |
| OILPOL-1954  | Denizlerin Petrol ile Kirlenmesi Önlemeye İlişkin Sözleşme                           |

## GİRİŞ

Deniz turizmi, üç tarafı denizlerle çevrili olan ülkemiz için büyük önem taşımaktadır. Ülkemizin uzun bir kıyı şeridine sahip olması, marinacılık gibi pek çok deniz turizmi faaliyetlerini gerçekleştirmeye imkan tanımaktadır. Marinalar, yerli ve yabancı yatçıların yatları ile konakladığı önemli bir turizm faaliyet alanıdır.

Deniz, hava, toprak kirliliği ve küresel ısınma gibi nedenlerle yeryüzündeki doğal kaynakların ve güzelliklerin zarar görmeye başlaması işletmeleri çevreci çözümler üretmeye sevk etmektedir. Diğer taraftan küresel ısınma ve çevresel kirliliğin bir sonucu olarak tüketicilerin çevreye karşı duyarlılığının her geçen gün artması ‘‘yeşil pazarlama’’ kavramını ortaya çıkarmıştır. Yeşil pazarlama, işletmelerin gerçekleştirmiş olduğu doğaya ve çevreye duyarlı faaliyetlerin bütünüdür. Litaratürde, turizm endüstrisi bağlamında konaklama ve yiyecek-içecek sektörlerindeki yeşil pazarlama uygulamalarına yönelik çalışmalar yer almakta ancak marina işletmelerindeki yeşil pazarlama uygulamalarına yeterince yer verilmemektedir. Bu çalışma ile literatürdeki bu boşluk doldurulmaya çalışılmıştır. Yatçılar arasında çevresel duyarlılığın günden güne arttığı düşünüldüğünde yeşil pazarlama uygulamaları, marinalar için de büyük önem taşımaktadır. Marinalar gerçekleştirmiş oldukları farklılık yaratan çevreci uygulamaları ile rekabet avantajı elde edebilmektedirler. Bu çalışmada, bu farklılık yaratan yeşil pazarlama uygulamalarının tespit edilmesi ve işletmelerin ‘‘çevreci müşterileri’’ kazanmak için ne tür stratejileri benimsediğinin ortaya koyulması amaçlanmıştır.

Litaratürde yeşil pazarlama ile ilgili çalışmaları incelediğimizde işletmelerin sağlamış oldukları çevreci ürün ve hizmetleri tespit etmeye yönelik çalışmaların yapılmış olduğu görülmektedir. Yılmaz (2010)’ da bir otel işletmesinin çevreci uygulamalarını belirlemeye yönelik bir araştırma yapılmıştır. Bu bağlamda ilgili otelin çevreci uygulamaları, mülakat yöntemi gerçekleştirilerek tespit edilmiştir. Aynı şekilde bu çalışmada da marinalardaki çevreci uygulamaların neler olduğu ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Diğer taraftan gene literatürde bu tür çevreci ürün

ve hizmet geliştiren şşletmelerin “yeşil şşletmeler” olarak tanımlandığı da gör÷lmektedir.

Pek çok sekt÷rde olduğu gibi marina şşletmelerinde de turizm açısından önemli olan doğal ve çevresel güzelliklerin zarar görmemesi için çevreci uygulamalar geliştirilmeye başlanmıştır. Çevre ile ilgili uygulamalar, marinalar için gün geçtikçe daha önemli bir hale gelmektedir. Günümüzde marinaların hem sayısı hem de yat bağlama kapasiteleri artmakta bununla birlikte artan atık miktarı ve kirliliğin yönetimi, önem verilen konuların başında gelmektedir. Marinalar, katı ve sıvı atık yönetimi başta olmak üzere denizin ve kara alanlarının kirlenip zarar görmemesi için pek çok farklı çevreci uygulama gerçekleştirmektedirler. Atık yönetimi dışında bir marina şşletmesi, marinanın bulunduğu bölgede çevreci halkla ilişkiler ve sponsorluk faaliyetleri gerçekleştirerek veya bitki ve hayvan pop÷lasyonun korunmasına yönelik ekolojik dengeyi koruma faaliyetlerine katılarak pek çok çevreci faaliyetlerde bulunabilmektedir. Ayrıca marina şşletmesinin sahip olduğu çevreci belge ve öd÷ller de “çevreci marina” özelliğini ön plana çıkarması için ayrı bir önem taşımaktadır.

Literatürde marinalarda çevreci uygulamalarla ilgili çalışmaları incelediğimizde konu ile ilgili çok fazla sayıda çalışma olmadığı gör÷lmektedir. Akaltan (2016)’ da marinalarda “çevre yönetim uygulamaları” üzere araştırma yapılarak marinaların çevre uygulamalarına ve marinalarda çevre uygulamaları ile ilgili yasal mevzuata değinilerek bu konular hakkında tavsiyelerde bulunulmuştur. Çalışmamızda, Akaltan (2016)’ nın araştırmasına katkı sağlayacak şekilde marinalarda farklılık yaratan çevreci uygulamaların ortaya koyulması sağlanmıştır. Diğer taraftan uyguladığımız yarı yapılandırılmış m÷lakat tekniği sayesinde, şşletme yöneticilerinin bu çevreci uygulamalar hakkındaki fikir ve düşünceleri ayrıntılı şekilde irdelenmiştir.

Bu çalışmanın birinci bölümünde çevre sorunları üzerinde durulmuş, çevresel kirlilik ve küresel ısınmanın nedenleri ve sonuçları açıklanmıştır. İkinci bölümde ise yeşil pazarlama kavramı ve unsurlarının neler olduğuna değinilmiştir. Üçüncü bölümde marina kavramından bahsedilerek marinalarda çevreci uygulamaların neler olduğu belirtilmiştir. Son olarak dördüncü bölümde araştırmanın yöntemi,

analiz ve bulgularına yer verilmiş, Muğla marinalarında farklılık yaratan çevreci uygulamalar ve bu uygulamaların bir pazarlama unsuru nasıl ön plana çıkarıldığı tespit edilmiştir. Araştırmanın sonuçları tartışılıp marinaların çevreci uygulamalarına değerlendirilerek marinalarda yeşil pazarlamanın ne şekilde etkin kılınabileceği ile ilgili önerilerde bulunulmuştur.



## BİRİNCİ BÖLÜM

### ÇEVRE KAVRAMI VE ÇEVRE SORUNLARI

Küreselleşme yaşanan bir süreç olarak insanlığa yeni olanaklar sunduğu kadar, yeni sorunların da ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Bu sorunların başında çevre sorunları gelmektedir. Çevre sorunlarının doğal sonucu olarak bozulan ekolojik denge, insan ve diğer canlıların yaşamını tehdit etmektedir (Kaypak, 2013: 18).

#### 1.1. Çevre Kavramı

Çevre, insanların ve diğer canlıların yaşamları boyunca ilişkilerini sürdürdükleri ve karşılıklı olarak etkileşim içinde bulundukları fiziki, biyolojik, sosyal, ekonomik ve kültürel ortamdır. Bir başka ifade ile çevre, bir organizmanın var olduğu ortam ya da şartlardır ve yeryüzünde ilk canlı ile birlikte var olmuştur (Ar A. A., 2011: 3).

Çevre kavramının günlük yaşantıda kullanılması yaklaşık çeyrek yüzyılı geçmemiştir. Kavramın genişliği, kapsadığı alanların belli bir sınırının olmaması ve boyutlarının derinliği nedeniyle açık bir tanımlama yapmak zordur. Fakat çevrenin bilinen ve literatürde farklı tanımları vardır. Bunun nedeni ise çevre ile ilgili tartışma ve araştırmaların 1970'lerden sonra yoğunlaşması nedeniyle bu konuda ortak noktaları kapsayan fakat farklı ifadelerle ortaya konulan tanımların ortaya çıkmasıdır. Bu bağlamda çevre kavramı, incelendikçe ve bilim dallarına göre farklı anlamlar yüklendikçe çevre tanımlamalarını ortaya koymak daha kolaylaşmaktadır. “İnsan faaliyetleri ve canlı varlıklar üzerinde hemen ya da süre içinde dolaylı ya da dolaysız bir etkide bulunabilecek fiziksel kimyasal, biyolojik ve toplumsal etkenlerin belirli bir zamandaki toplamı” olarak çok genel bir çevre tanımlaması yapılmaktadır (Keleş & Hamacı, 1993: 67).

Çevre kavramı ile ilgili literatürü incelediğimizde “çevre sorunları ve kaynakların sürdürülebilirliği” konularının ön plana çıktığı görülmektedir. Baykal & Baykal (2008)'de belirtildiği gibi yer yüzündeki kaynakların tükenmemesi ve sürdürülebilirliğin sağlanması için çevre kirliliğinin önüne geçilmeli ve bu amaçla teknolojik yöntemlere başvurularak özellikle sanayi alanında çevreye daha çok zararlı olan atıkların bertaraf edilmesine öncelik tanınmalıdır. Diğer

tarafından doğadaki kaynakların hızlı bir şekilde tükenmesinin önüne geçilmesi için Gündüzalp & Güven (2016)'da da belirtildiği üzere tüm oluşan atıkların etkin bir atık yönetimi ile geri dönüşüme kazandırılması büyük önem taşımaktadır. Bu atıkların depolanması, toplanması, taşınması ve sonrasında geri dönüşüme etkin bir şekilde kazandırılması için yerel yönetimler, halk ve özel kuruluşlar arasındaki iş birliğinin artırılması gerekmektedir. Bu noktada hem özel kuruluşlar hem de halk için çevre ile ilgili gerekli eğitimlerin verilmesi gerekmektedir.

İnsanlara çevre sorunlarının arkasında yatan gerçek nedenlerin ne olduğunu gösterebilecek ve onlara çevre sorunlarının çözümünde aktif rol almalarını sağlayabilecek bir bilinç ve sorumluluğun verilmesi gerekmektedir. Bu bilinç ve sorumluluğun küçük yaşlardan itibaren kazandırılması ise büyük önem taşımaktadır. Çünkü bugünün küçükleri küçük yaşlarda edinmiş oldukları çevre bilinçleriyle yarınların büyükleri olarak çevre sorunlarına ışık tutabileceklerdir (Karataş, 2009: 257).

Karaca (2013)'de belirtildiği üzere çevresel sorunların artması, tüketicilerde çevre bilincinin artmasına neden olmuş bunun sonucunda da tüketiciler artık daha az kirlilik yaratan, atıkları azaltan, daha fazla geri dönüşüm sağlayan yenilenebilir kaynakların üretimde daha fazla kullanımını ve ürünlerin ekosistem için daha güvenli olmasını talep etmektedirler. Literatürde yapılan çalışmaları incelediğimizde artık hemen hemen her sektörde çevre sorunlara karşı bilinçli, sunmuş oldukları ürün ve hizmetlerde çevreye duyarlı olduklarını ön plana çıkartan işletmelerin bulunduğu görülmektedir.

## **1.2. Küresel Çevre Sorunları ve Çevre ile İlgili Gelişmeler**

Sanayi devrimiyle başlayan hızlı sanayileşmeyle beraber tüm dünyada yaşam koşulları değişmeye başlamıştır. Artık üretim toplumundan tüketim toplumuna doğru ilerleme kaydedilmiş bu da daha fazla mal ve hizmet ihtiyacını doğurmuştur. Artan mal ve hizmet ihtiyacı sanayileşme evresini tamamlamış ülkeleri daha çok üretim yapmaya sevk etmiş bu da kaynakların bilinçsiz ve aşırı kullanımına yol açmıştır. Doğanın tahribatı ve kaynakların aşırı kullanımı doğanın kendini yenileyebilme özelliği nedeniyle başlarda sorun gibi gözükme

de bu durum zamanla ekolojik dengenin bozulmasına yol açarak doğanın kendini yenileyebilme kapasitesini zorlamaya başlamıştır(Ağacan, 2014: 1). Çevre sorunlarının hızlı bir şekilde artması, teknolojinin akıl almaz boyutlara ulaşması ve beraberinde getirdiği ekolojik sorunlar, dünyanın dikkatini bir kez daha çevre sorunlarına çekmiştir (Özcan, 2007: 762).

Çevre sorunlarının doğal sonucu olarak bozulan ekolojik denge, insan ve diğer canlıların yaşamlarını tehdit etmektedir. İnsanın doğayı hesapsız bir şekilde, iç dinamiğini zorlayarak kullanması, gittikçe daha fazla tüketmesi, çevrenin bu gelişmelerden zarar görmesine neden olmaktadır. Sanayileşme ile birlikte Dünya ekonomisindeki büyüme çabaları, aşırı üretim ve tüketim, doğal kaynakların bilinçsizce tüketimi çevre sorunlarını da beraberinde getirmekte ve ekonomi ile çevre arasında dengesizlik yaratmaktadır. Dünya nüfusundaki ve üretim faaliyetlerindeki hızlı artış, dünyanın geleceğini tehdit edecek biçimde doğal kaynakların azalmasına neden olmaktadır (Kaypak: 2013, 18).

#### **1.2.1. Hava kirliliği**

Hava kirliliği; herhangi bir atmosferik ortamda, havanın doğal olarak içerdiği madde miktarının çeşitli nedenlerle artarak çevredeki canlı ve cansız varlıklara zarar verecek düzeye ulaşması olarak tanımlanabilir (Kırımhan, 2006: 1).

Hava kirliliğine neden olan faktörler; doğal olaylar ve insan faaliyetleri olmak üzere iki grup altında toplanabilir. Örnek olarak, yıldırımların neden olduğu orman yangınları, toz fırtınaları, polen dağılımı ve volkan patlaması gibi olaylar sonucu önemli miktarda kirlетici madde atmosfere yayılır. Ancak, bu şekilde ortaya çıkan hava kirliliği sorunu insan faaliyetleri ile meydana gelen kirlenme ile karşılaştırılacak olursa, çevredeki canlı ve cansız varlıklar üzerindeki etkisinin daha az olduğu görülür. İnsan faaliyetlerine bağlı olarak atmosfere salınan kirlетici maddelerin en önemli kaynakları arasında; fabrikalar, enerji üretim tesisleri, motorlu ulaştırma taşıtları sayılabilir (Kırımhan, 2006: 1-2).

#### **1.2.2. Su kirliliği**

Akarsular; küçük dereler, yağmur, kar ve kaynak suları ile beslenir. Kanalizasyon suları, fabrika atıkları ile havayı kirleten etkenlerin yağmur ve yüzey akışlarıyla

taşınması, tarımsal faaliyetler sonucu oluşan tarım ilaçları (pestisit) ve gübre gibi kimyasal atıklar, akarsuları kirleten başlıca etkenlerdir. Akarsular ve okyanuslar belli bir seviyeye kadar olan kirliliği arıtma özelliğine sahiptir. Bu sınır aşıldığında suda aşırı kirlilik ve bozulma başlar. Akarsuların bazı etkenlerle kirlenmesi sonucu akarsularda mevcut olan ekolojik denge bozulmakta, bitkiler ve hayvanlar olumsuz yönde etkilenmektedir (Milli Eğitim Bakanlığı, 2014: 3). Diğer taraftan akarsular ve göllerin kirlenmesi ile dünyanın tatlı su kaynakları azalmaktadır.

### **1.2.3. Toprak kirliliği**

Toprak kirliliği, genel bir tanımla, insan etkinlikleri sonucunda, toprağın fiziksel, kimyasal, biyolojik ve jeolojik yapısının bozulmasıdır. Toprak kirliliği, yanlış tarım tekniklerinin uygulanması, yanlış ve fazla gübre ile tarımsal mücadele ilaçlarının kullanımı, atık ve artıkları, zehirli ve tehlikeli maddelerin toprakta birikmesi sonucunda ortaya çıkmaktadır (Karaca & Turgay, 2012: 15).

Toprak Kirliliğine Sebep Olan Faktörler (T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2015: 1-2):

Yerleşim alanlarından çıkan atıklar, egzoz gazları, endüstri atıkları, tarımsal mücadele ilaçları ve kimyasal gübreler toprak kirliliğine sebep olan en önemli etkenlerdir.

Yerleşim alanlarından çıkan çöplerin gelişigüzel boşaltıldığı alanlar ile kanalizasyon şebekelerinin arıtılmaksızın, doğrudan toprağa verildiği alanlarda toprak kirliliği meydana gelmektedir.

Egzoz gazları, karbonmonoksit, kükürtdioksit, kurşun ve kadmiyum vs. gibi zehirli maddeler havaya yayılmakta ve solunum yolu ile büyük bir kısmı canlılar tarafından alınmaktadır. Geriye kalanı ise, rüzgarlar ile uzak mesafelere taşınmakta ve yağışlarla yere inerek, toprak ve suları kirletmektedir.

Toprak kirliliğine sebep olan diğer bir faktör de tarımsal mücadele ilaçları ve suni gübrelerdir. Tarımsal mücadele ilaçlarının bilinçsiz ve aşırı kullanımı sonucu, toksik maddelerin toprakta birikimi artmakta ve doğal ortamın kirlenmesine

sebeup olmaktadır. Sodyum, fosfor, potasyum, kalsiyum, magnezyum, demir, çinko, bakır, mangan, bor gibi besin maddelerini içeren suni gübrelerin aşırı ve bilinçsiz kullanımı sonucu, toprağın yapısı bozulmakta ve toprak kirliliği ortaya çıkmaktadır.

Endüstri tesislerinden çıkan ve arıtılmaksızın havaya, suya ve toprağa verilen atıklar çevreyi kirlletmektedir. Ayrıca; ormanların insanlar tarafından tahrip edilmesi, yakılarak tarla açılması, tarım topraklarının hatalı işlenmesi, mera ve çayırın bilinçsiz kullanımı, aşırı otlatma vb. sebeplerle oluşan toprak erozyonu, bugün dünyanın birçok bölgesinde olduğu gibi, ülkemizde de en önemli çevre sorunlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır

#### **1.2.4. Gürültü kirliliği**

Gürültü kirliliği, Turhan(2010)'da belirttiği üzere doğrudan direkt olarak çevreye kirliliğine yol açmasa da insanın psikolojik ve fizyolojik yapısına zarar vermektedir ve bunun sonucunda da insan üzerinde sağlık sorunlarına neden olmaktadır. Araç trafiğinin yoğun olduğu şehir merkezleri, bakım ve onarım atölyeleri, fabrikalar gürültü kirliliğinin yoğun olduğu yerler olarak söylenebilir.

#### **1.2.5. Atıklar**

Globalleşen dünyada sanayileşme ve kentleşmenin etkisiyle birlikte kaynaklar bilinçsizce kullanılmakta ve bu tüketim sonucu atıklar oluşmaktadır. Gittikçe artan oranda karşımıza çıkan atık sorunu; toplumu, aileyi ve bireyi etkilemektedir. Daha önce toplanan materyallerin yeniden işlenmesi, üretilmesi ve kullanılması olan geri dönüşüm, günümüz dünyasında önemli yer tutar (Lüy, Varınca, & Kemirtlek: 2007).

Sanayide, üretim ve hizmet faaliyetleri sonucunda, evde kullandığımız ürünlerden/malzemelerden arta kalan kısaca hayatımızın her alanında kullandığımız/tükettiğimiz ürünlerin/maddelerin/malzemelerin sonucunda atıklar ortaya çıkıyor ve bu atıklar kaynaklarına göre kategorize ediliyor (Uzunoğlu, 2014: 27). Bu kaynaklarına göre kategorize edilen atıkların, türlerine göre ayrılarak ilgili atık şirketlerine verilmesi ve sonrasında tekrardan geri dönüşüme

kazandırılması, kaynakların verimli kullanılması ve çevresel sürdürülebilirlik açısından büyük önem taşımaktadır.

#### **1.2.6. (Hızlı nüfus) Nüfus artışı ve çarpık kentleşme**

Bütün canlıların ortak özelliklerinden birisi de üreyebilmeleridir. Fakat insan haricindeki canlı topluluklarının artışı ekosistemler tarafından kontrol edilmektedir. İnsan zekâsı ve teknolojisi sayesinde böyle bir kontrolün dışında kalmayı başarmıştır. İnsan, canlıların en az üreyenlerinden birisi olmasına rağmen, dünya nüfus artışı günümüzün önemli sorunlarından biridir (Çamurcu, 2005: 87). Özellikle az gelişmiş ülkelerdeki hızlı nüfus artışı doğal kaynakların hızlı bir şekilde tükenmesine yol açmaktadır. Diğer taraftan nüfus artışı ile birlikte üretim ve tüketimin artmasının bir sonucu olarak çevre kirliliği de artmaktadır.

Günümüzde kentler genellikle ticaret yollarına yakınlığına ve stratejik konumuna göre büyümüş, üzerinde kurulduğu toprağın doğal yapısına ve tarımsal verimliliğine bakılmaksızın rehberlikten yoksun büyüme sonucu toprağın gereksiz kayba uğramasına yol açmıştır. Artan nüfus, gelişen endüstri ve ülkenin doğal kaynaklarını tehdit eden kirlenmeler, insanlığın ve ülkenin geleceği yönünden oldukça önem taşımaktadır. Solunan havanın ve içilen suyun kirlenmemiş olması, gürültüden ve diğer kirliliklerden uzak, yeşil sağlıklı bir çevrede yaşamak kırsalda olduğu kadar şehirde yaşayan insanlar açısından da öncelikli bir konudur (Deniz, 2009: 101).

Birçok kentte ortaya çıkan en önemli sorun sanayileşmenin uygun olmayan bir kentsel yapıda gerçekleşmesi sonucu alt yapısının hızlı bir dönüşümü ve değişimi kaldıramamasıdır. Kentsel büyüme çoğu zaman konutlara altyapı ve istihdam sağlayacak sağlam bir ekonomik tabanın ortaya çıkmasından önce gerçekleşmektedir. Mesela daha dün kadar küçük bir kasaba olan yerler sanayinin girmesi ve üretim yapısının değişmesiyle hızla bir şehirleşme sürecine girmektedir ancak, ne insan kaynağı ne de fiziki alt yapısı bunu gereği gibi kaldırabilecek kapasitede değildir. Nitekim kentleşmeyle birlikte hızlı bir kaçak yapılaşma süreci başlamakta, yeşil alanların betonlaşması, yolların artan trafiğe

cevap veremez hale gelmesi, hatta eğitim kurumlarının yetersizleşmesi gibi birçok sorun baş göstermektedir (Deniz, 2009: 101).

#### **1.2.7. Sanayileşme**

Sanayinin neden olduğu kirlilik genellikle yatırımların büyüklüğünden çok, yatırım planlaması ve yer seçimindeki eksikliklerden kaynaklanmaktadır. Sanayileşme bir yandan verimli tarım arazilerini kuruluş yeri olarak kullanmakta, diğer yandan da bu tesislerden çıkan çeşitli atıklar hava, su, toprak, gürültü ve radyasyon kirliliği vb. sorunlara neden olabilmektedir. Kirliliğin tarımda neden olduğu zararların büyüklüğü; üretim teknolojisi, atıkların nitelikleri, iklim koşulları ve tarım ürünlerinin türü ve çeşidine bağlıdır (Tanrıvermiş & Mülâyim, 1999: 337).

#### **1.2.8. İklim değişikliği ve küresel ısınma**

“Küresel ısınma” denince, bütün dünyada sıcaklığın sistematik bir şekilde artması süreci anlaşılmaktadır. Bu yolla bir iklim değişikliği meydana gelmektedir. Çünkü sıcaklık artınca buharlaşma artar, yağışlar ve hava hareketleri değişir (Çetin, 2015). Küresel ısınma ve iklim değişikliği yer yüzeyindeki yaşamı tehdit eden en büyük tehlikedir. Bu nedenle de, şüphesiz son zamanların en popüler gündem maddelerinden birisidir. Bu tehlikeye karşı insanoğlunun duyarsız kalması beklenemez. Aksine, bu konudaki duyarlılığın küreselleşmesinin sağlanması, bilimsel araştırmaların sonuçlarına göre önleyici tedbirlerin ivedilikle alınması gerekmektedir (Sağlam, Düzgüneş, & Balık, 2008: 89). Bilhassa fosil yakıtların aşırı kullanımı, hızlı nüfus artışı, yaşam standardının yükseltilmesi gibi insan aktiviteleri küresel ısınmanın etkilerini artıran olaylardır. Küresel ısınma olgusu sonucu gözlenen doğal felaketler, insan yaşamı başta olmak üzere bitki ve hayvanların yaşam koşullarını güçleştirmektedir. Dünya iklim sistemindeki bu ani, aşırı ve sert değişimlerin 30-40 yıl sonra tarım yapacak toprak, yaşanacak yeryüzü bırakmayacağı tahmin edilmektedir (Akın, 2006: 29).

#### **1.2.9. Enerji**

Ülke ekonomisi açısından; enerji kaynaklarının sosyal ve ekonomik kalkınmayı en iyi şekilde sağlayacak biçimde kullanılarak, toplumun refah seviyesinin

yükseltilmesi hedeflenmektedir. Sınırlı olan enerji kaynaklarından optimum ölçüde faydalanılması, toplam enerji maliyetinin azaltılması, çevre üzerindeki etkilerin minimuma indirilmesi, arz teknolojisinin ispatlanmış ve güvenilir olması; küresel, bölgesel ve yerel enerji politikaları için önemli olan ölçütlerdir (Bayraç, 2010: 245).

#### **1.2.10. Biyolojik çeşitlilik**

İklim değişikliği, kirlenme ve kaynakların aşırı ve sürdürülebilir olmayan kullanımı önüne geçilmez bir şekilde dünya fauna (hayvan varlığı) ve florasını olumsuz şekilde değiştirmektedir. Diğer bir anlatımla; canlı türlerinin yaşadığı habitatların bozulması, yabancı türlerin getirilmesi, aşırı tüketim, fiziksel ortamın(toprak-su-hava) kirlenmesi, küresel seviyede iklimsel değişimler ve endüstriyel tarım gibi etkenler yer küreyi çevreleyen biyo-çeşitliliğin tahrip olmasına neden olmaktadır. Günümüzde artan bu hızlı değişim ve olumsuz etkiler dünyada büyük bir endişeyle izlenmekte ve bu değişimin etkilerini en aza indirmek için çözüm yolları üretilmeye çalışılmaktadır (Gündoğdu, 2010: 1).

#### **1.3. Çevrenin Korunması ve Sürdürülebilirlik**

Küreselleşme; dünya devletlerinin ekonomik, siyasi ve sosyo-kültürel ilişkilerinin yoğunlaşması sonucu birbirlerine bağımlı hale gelerek, tek bir sistem oluşturacak şekilde bütünleşmesi olarak algılanmaktadır. Sanayi, iletişim ve ulaşım teknolojilerindeki gelişmeler, dünya toplumlarını büyüğünden küçüğüne ağ oluşturacak şekilde birbirine bağlamış, birbirinden etkilenir hale getirmiştir. Öte yandan, bu gelişmeler ortak bazı çevresel sorunları da beraberinde getirdiğinden, çevreyi temel olarak alan yeni bir küreselleşme eğilimi doğmuş; kalkınmanın ve çevre korumanın sürekliliği bir ilgi alanı olarak ortaya çıkmıştır. Günümüzde küresel bütünleşme artık iyi kalkınmanın sağlanması ve çevrenin korunması ile birlikte değerlendirilmektedir (Kaypak, 2011: 19).

#### **1.4. Çevre ve Sosyal Sorumluluk**

Çevre yalnızca insanların içinde yaşadığı ve hayatlarını devam ettirmeleri için kaynaklar sunan bir ortam değil, işletmeler için de ekonomik bir kaynaktır. Üretimlerini çevreden elde ettikleri kaynaklarla gerçekleştiren işletmelerin, söz

konusu kaynakları üretimde etkin ve verimli kullanmaması çevrenin kirlenmesine, kaynakların tükenmesine hatta yeni kaynak bulunamamasına yol açmaktadır. Bu oluşumların etkilerini minimuma indirebilmek için hem işletmeler hem de tüketiciler, günümüzde çevre konusunda daha duyarlı olmaya ve daha sorumlu davranmaya çalışmaktadırlar. Artan çevre bilinci ile birlikte, insanlar yaşam tarzlarını ve tüketim alışkanlıklarını çevreye daha az zarar verecek şekilde yeniden düzenlemeye başlamışlardır. Tüketicilerin bu konudaki hassasiyetine bağlı olarak sosyal sorumluluk anlayışına sahip işletmeler de üretim yöntem ve süreçlerini daha çevreci hale getirmekte, çevre dostu ya da yeşil ürünleri pazara sürmekte, reklamlarında ve diğer tutundurma çalışmalarında çevreye duyarlılıklarını anlatan mesajlara yer vermektedirler (Özkaya, 2010: 247).

## İKİNCİ BÖLÜM

### YEŞİL PAZARLAMA

Bugünün ihtiyaçları karşılanırken bunun gelecek nesillerin ihtiyaçlarının, tehlikeye atılmadan yapılması için (Sürdürülebilir gelişme) anlayışının da önem kazanması ile gözler özellikle üretim yapan işletme faaliyetlerine çevrilmiştir. Gerek yasal baskılar gerek tüketici ve sivil toplum kuruluşlarının baskıları işletmeleri çevreyi dikkate almaya ve çevreye zarar vermeyecek faaliyetlerde bulunmaya itmiştir. Yeşil hareket olarak adlandırılan çevreyi koruma bilincinin toplumun büyük kesiminde desteklenmesi, işletmelerin de bu hareketi benimseyip çevreye en az zarar verecek uygulamaları geliştirmelerine neden olmuştur (Üstünay, 2008: 1).

#### 2.1. Yeşil Pazarlama Tanımı ve Önemi

Teknolojideki hızlı gelişmeler, doğal kaynakların bilinçsizce kullanılması büyük bir çevre kirliliğine neden olmuştur. Doğa ve insanoğlu her zaman iç içe geçmiş olduğu için doğanın geleceğine ilişkin endişeler insanlık açısından gelecek korkusunu da beraberinde getirmektedir. Bu nedenle tüketiciler giderek daha az kirlilik yaratan, atıkları azaltan, daha fazla geri dönüşüm sağlayan yenilenebilir kaynakların üretimde daha fazla kullanımını ve ürünlerin eko sistem içinde daha güvenli olmasını talep etmektedirler (Karaca, 2013: 99). Bu amaçla, ‘‘yeşil pazarlama’’, işletmelerin sunmuş olduğu ürün ve hizmetlerde çevre ve doğaya duyarlı faaliyetler bütünü olarak tanımlanabilir.

İşletmelerin faaliyetlerinin çevreye olan olumsuz etkilerinin önlenmesi ve ekolojik dengenin korunmasına yönelik olarak gelişen çevrecilik hareketleri, sürdürülebilir kalkınma anlayışı yeşil pazarlamanın gelişmesine etki etmiştir. Yeşil pazarlama hem ekonomik kalkınmayı hem de sürdürülebilirliğin amacı olan gelecek kuşaklar için yaşam kalitesini geliştirmeyi hedefleyen pazarlama anlayışıdır. Yeşil pazarlama sadece işletme faaliyetlerinin yeşilleşmesi ile değil tüm toplumun bu bilinçle hareket etmesini gerektiren bir süreçtir(Turhan, 2010:132).

Çevresel özelliklerin ön planda tutulduğu pazarlama faaliyetleri, yeşil pazarlama faaliyetleri olarak bilinmektedir. Ve bu amaçla pazara sunulan ürünlerde yeşil ürünlerdir. Yeşil pazarlama stratejisi geliştiren işletmeler ise, çevresel ürünleri özel olarak sertifikalamakta ve tüm üretim süreçlerinin çevresel ve çevre dostu olduğunu taahhüt etmektedir. Ve bu ürünleri satın almak isteyenlerin bu fiyat farkını kabul edeceğini düşünerek pazara sunmaktadırlar (Ekinci, 2007: 115).

İşletme yöneticileri, çevre dostu ürünlere olan talebi tahmin etmek, ürünlerinin çevre duyarlılığını belirlemek, daha güvenli, sağlıklı ve daha az kirleten ürünler ve paketleme yöntemleri geliştirmek, daha az kaynak kullanan üretim süreçleri tasarlamak, tehlikeli atıkları minimize etmek, teknolojik riskleri yönetmek ve çalışanlarının ve toplumun sağlığını korumak zorundadırlar (Ay & Ecevit, 2005: 260).

Yeşil pazarlama, çevreyi koruyan, sosyal açıdan baskın ve korumacı bir dal olsa da, sonucunda bir pazarlama faaliyeti olarak, kar elde etmeyi amaçlamaktadır. Aksi takdirde, pazarlamadan uzaklaşacak, sosyal sorumluluk kavramına yaklaşacaktır. Çevre ile ilgili endişelerin artması ve tüketicilerin de bu yöndeki beklentileri, yeşil pazarlama kavramındaki gelişmeleri hızlandırmaktadır. Hava, su, toprak kirliliklerinin yanında atıkların geri dönüşümü, enerjinin verimli kullanımı gibi konular için, işletmelerin çabaları, yeşil pazarlama dahilinde, iletişim araçlarının ve diğer mecraların etkisiyle hızla yayılmakta ve kayıtsız kalmayan toplumlar için, baş tacı konumuna gelmektedir (Özhan,2009:110).

Günümüzde yeşil pazarlama anlayışı pek çok işletme tarafından kabul görmekte ve krizin çözümü için çıkış noktası olarak görülmektedir. Yeşil pazarlama anlayışı işletmelere, uzun vadede maliyet avantajı, mevcut pazarda rekabet avantajı sağlayarak, onların, tüketicilerin satın alma davranışlarda olumlu bir etki yaratmalarına fırsat vermektedir. Bu durum, gün geçtikçe işletmelerin yeşil pazarlamaya daha çok önem vermelerine ve yeşil pazarlama anlayışını daha iyi kavramalarına vesile olmaktadır. Bu bağlamda, yeşil pazarlamanın olumlu ekonomik etkilerinin yanı sıra, ekolojik anlamda da mevcut sistemin dönüşümüne katkı sağlıyor olması hem işletmelerin hem de çevrenin sürdürülebilir kılınması adına son derece önemlidir(Dilek, 2012: 107).

Literatürde yeşil pazarlamayla ilgili olarak tüketicilerin “yeşil ürün satın alma” davranışlarını incelemeye yönelik çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Örneğin, Karaca (2013)’de tüketicilerin “yeşil ürün” satın alma tercih ve tutumlarını tespit etmeye yönelik araştırma yapıldığı görülmektedir. Bu bağlamda yeşil ürünü talep eden tüketici kitlesinin ve bu kitlenin ihtiyaçlarının belirlenmesine yönelik çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Yeşil bir ürünün ambalajının geri dönüşüme tekrar kazandırılabilir olmasından, ilgili ürünün insan sağlığına zararlı özellik içermemesine kadar ürünle ilgili pek çok özelliğin yeşil tüketiciler tarafından önemsendiği tespit edilmiştir.

İşletmelerin yeşil pazarlama stratejilerine gereken önemi vererek, bu stratejileri insan ve doğal çevrenin lehine en iyi şekilde uygulayabilmelerinde hükümetin ve çevreci kuruluşların etkisi de oldukça fazladır. Günümüzde tüketicileri bilinçlendirecek birçok unsur varken, işletmelerin çevreyle ilgili konuları dikkate almayacakları herhangi bir aktivitede bulunmaları düşünülemez. Diğer bir yağ üreticisi, ister bir çelik üreticisi, ister bir otomobil üreticisi, isterse küçük ölçekli herhangi bir üretici işletme olsun, tüm işletmelerin çevreyle ilgili faaliyetlerini tekrar tekrar gözden geçirmeleri gerekmektedir. Eğer ki, işletmeler her şeye rağmen çevreye duyarlı olmak adına girişimde bulunmuyorlarsa o zaman karşılarında tüketicileri, hükümeti ve nihayetinde çevreci kuruluşların baskısını bulacaklardır(Kacur, 2008: 267).

## **2.2. İşletmelerin Yeşil Pazarlamayı Tercih Etme Nedenleri**

Önümüzdeki yıllarda işletmelerin karşılaşacakları ve çözüme kavuşturmaları gereken sorunların en başında çevreye zarar vermeyen uygulamaların gerçekleştirilmesi gelmektedir. Yeşil pazarlama olarak adlandırılan hareketin çevreyi koruma bilinciyle, toplumun büyük bir kesiminden destek görmesi, işletmelerin de bu hareketi benimseyip çevreye en az zarar verecek uygulamaları geliştirmelerine neden olmuştur.

### **2.2.1. Fırsatlar**

Gerek bireysel gerekse endüstriyel türdeki tüm tüketicilerin doğal çevre konusunda daha duyarlı ve bilinçli hale geldiği görülmektedir. Talepler değiştiği

için pek çok işletme bu değişimleri kullanılabilecek bir fırsat olarak görmektedir. Çevreci özelliklere sahip mallar pazarlayan işletmelerin, çevreci anlamda sorumluluk taşımayan alternatifler pazarlayan işletmelere kıyasla rekabetçi bir avantaja sahip olacağı varsayılabilir. Tüketici ihtiyaçlarına daha iyi karşılık verebilmek amacıyla çevreci anlamda daha sorumluluk sahibi olabilmek için çaba harcayan pek çok işletme örneği bulunmaktadır (Ar A. A., 2009: 73).

### **2.2.2. Sosyal sorumluluk**

İşletmeler öncelikle kendi iş görenlerinin sorunlarına eğilir, daha sonra işletme dışında yer alan kişi ve kuruluşlarla ilgilenirler. Özellikle kendi ürünlerini satın alan tüketici kesimini yakından izlerler. Tüketicilerin desteğini alamayan bir işletme uzun süre ayakta kalmaz. Dolayısıyla işletmelerin görevinin sadece mal ve hizmet üretimi ile sınırlı olduğunu söyleyemeyiz. İşletmelerin ekonomik amaçlarını gerçekleştirirken çalışanlarına, müşterilerine, ortaklarına, rakiplerine, tedarikçilerine ve içinde yaşadıkları topluma kar yerine getirmeleri gereken sosyal sorumlulukları da vardır. Bu sosyal sorumluluk duygusuna sahip olan ve iş ahlak kurallarına uygun davranan kuruluşlar toplumda kabul görmekte, hem kendi değerlerini arttırmakta hem de topluma değer kazandırmaktadırlar (Nalbant, 2005: 193).

### **2.2.3. Devlet baskısı**

Hükümetler oluşturdukları düzenlemeleri, şirketler tarafından üretilen zararlı atıkların miktarını kontrol etmek için tekrar tasarlamışlardır. Şirketler, organizasyonel davranışlarını değiştirmek için üretim sırasında kullandıkları birçok yan ürünü çevresel yöntemler yoluyla kontrol ettirmektedir. Bazı durumlarda hükümetler son alıcıları daha sorumlu yapabilmek için çabalarlar. Örneğin, tüketicilerin daha sorumlu davranmalarını kolaylaştırmak için bazı hükümetler gönüllü geri dönüşüm programları hazırlamıştır. Diğer durumda ise hükümet, çevreye duyarlılığı moda olarak gören ve çevreye karşı sorumsuz davranışlarda bulunan bireylere vergi uygulamaktadır. Örneğin, Avustralya'da kurşunlu benzin kullanan tüketicilere uygulanan yüksek bir benzin vergisi bulunmaktadır (Canım, 2015: 25).

#### **2.2.4. Rekabet baskısı**

İşletmeler günümüz pazar koşullarında rekabet üstünlüğü sağlamak amacıyla çeşitli stratejiler geliştirmektedirler. İşletmelerin geliştirdiği stratejilerde rekabet üstünlüğü sağlayan faktör, işletmenin sahip olduğu kaynaklarıdır. İşletmeler, sahip oldukları kendilerine özgü, taklit edilemeyen ve işletmeyi diğer işletmelerden ayıran kaynaklarla rekabet edebilir ve rekabet üstünlüğü sağlayabilirler (Yumuşak, 2016: 122). İşletmeler yeşil pazarlama uygulamaları ile de rekabet avantajı elde edebilmektedir. Yeşil pazarlama uygulamaları işletmelere aşağıdaki rekabet avantajlarını sağlamaktadır:

İşletmeler gerçekleştirdiği çevreci enerji ve geri dönüşüm uygulamaları sayesinde üretim maliyetleri azalmaktadır.

Tüketiciler, gün geçtikçe daha çevre dostu olan ürün ve hizmetleri tercih etme eğilimindedir. Bu ürün ve hizmetleri müşterilerin talepleri doğrultusunda sunan işletmeler rekabet avantajı elde edecektir.

İşletmelerin taklit edilemeyen kendine özgü çevre uygulamaları geliştirmesi farklılık yaratabilecektir.

İşletmelerin çevreci olması, halkla ilişkileri ve işletme imajını da olumlu yönde etkilemektedir.

#### **2.2.5. Maliyet ve kar faktörü**

Giderek artan çevresel duyarlılık ürünlerin, dağıtım sistemlerinin, iletişimin ve fiyatlamasının yeniden düşünülmesini gerekli kılmaktadır. Tüketicilerin giderek artan duyarlılıklarına daha fazla kaynak ayıran şirketlerin rekabette avantajlı konuma geçecekleri görülmektedir. Bu nedenle pazarlama karmasının tüm unsurlarının yeniden değerlendirilmesi ve yeni duruma uygun stratejiler oluşturulması gerekmektedir. Örneğin ürün tasarımları yapılırken giderek azalan hammadde kaynakları, çevreyi kirleten fosil yakıtlar, karbon emisyonu, geri dönüşüm, temiz su kaynaklarının dikkatli kullanımı gibi konuların dikkate alınması bir zorunluluk haline gelmiştir. Benzer şekilde çevresel duyarlılıklara sahip tüketicilerin daha yüksek bedeller ödeyerek çevre dostu ürünlere

yönelmelerinden hareketle maliyet hesaplamalarında bu durum göz önüne alınarak farklı ürünler için farklı fiyatlandırma stratejileri oluşturulmalıdır. Örneğin hybrid ve elektrikli otomobillerin fosil yakıt kullanan araçlara göre fiyatı bir hayli yüksektir. Buna karşın bu alandaki talep giderek yükselmektedir. Fiyat rekabetinin yoğun olarak görüldüğü otomotiv endüstrisi bu ürünlerde yüksek maliyetten kaynaklanan yüksek fiyatları tüketiciye yansıtabilmektedir (Doğanay & Kırıcıoğlu, 2016: 37).

Çevreye daha az zarar verecek şekilde üretim sistemlerini değiştiren işletmeler, kendi atıklarını bir başka işletmenin hammaddesi olarak pazarlama şansına da sahip olabilmektedirler. Bu yolla arıtımı ve boşaltımı başlı başına bir gider kalemi olan atıklar aksine bir gelir kalemi haline dönüştürülebilmektedir (Aslan, 2007: 14).

### **2.3. Yeşil Pazarlama Karması**

Yeşil pazarlama karmasını; yeşil ürün, yeşil fiyat, yeşil dağıtım ve yeşil tutundurma oluşturmaktadır.

#### **2.3.1. Yeşil ürün**

Ürünün çevreci konular dikkate alınarak üretimi yeşil ürünün temelini oluşturmaktadır. Geri dönüşüm, tekrar kullanım, biyolojik olarak ayrışabilir malzemelerin kullanılması gibi süreçlere çevreci işletmeler tarafından dikkat edilmektedir. Yeşil pazarlama stratejisini izlemek isteyen işletmelerin, öncelikle ürettikleri ürünlerde bunu gerçekleştirmeleri gerekmektedir (Tayfun & Öçlü, 2016: 188).

Yeşil ürün geliştirilirken şu noktalara önem verilmelidir: 1)Ürünler nötr bir maddede aranan özelliklere sahip olmalıdır. 2)Çevreye uyumları konusunda testten geçirilmelidirler. 3)Yeniden kullanılabilir ürünlere öncelik verilmelidir. 4)Tüketiciler yeşil ürünler konusunda bilgilendirilmeli ve yeşil ürünleri kullanmaya yönlendirilmelidirler. 5)Ambalajlamada doğal kaynakların gereksiz kullanılmamasına dikkat edilmelidir. Yeşil ürün geliştirme sürecinde, yeşil ürünün hammaddesinden kullanım süresi boyunca harcadığı enerjiye kadar her anlamda çevreci olması önemlidir. Yeşil ürün çevreye zarar veren bir ürünün

işlevini yerine getirir, ancak yeşil ürün kullanım süresince çevreye daha az zarar verir (Ayyıldız & Genç, 2008: 512).

Türkiye'deki çevresel ürünlerin genel durumuna bakıldığında, ilk basta tüketici talebinin çok düşük olduğu görülmektedir. Daha sonraki yıllarda, işletmelerin yeşil reklam çalışmaları, tüketicileri etkilemiş ve aktif bir pazar yaratılmıştır. İlk etapta, süpermarket ve hipermarket zincirlerindeki reyonlara sunulan yeşil ürünler, yüksek fiyatları nedeniyle çok fazla talep edilmemişse de, işletmelerin yoğun reklam çalışmaları ile yeşil ürünlere talep artmıştır (Ekinci, 2007: 115).

### **2.3.2. Yeşil fiyat**

Çevreci özelliklerle oluşturulan ürünler katma değere sahip ürünler arasındadırlar. Bir ürünü çevreci olarak üretmek için katlanılan maliyet, fiyatlandırma politikalarında bir bileşen olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla bir yandan müşterilerin çevreci ürün talepleri karşılanırken aynı zamanda fiyatlandırma olarak da rekabet edilebilirlik korunmalıdır. Daha basitleştirilmiş şekli ile aynı ürünü üreten farklı üreticilerin belirlemiş oldukları fiyatlar dikkate alınmalıdır (Tayfun & Öçlü, 2016: 188). Çevre dostu olarak üretilen ürünün fiyatlandırılması aşamasında ürünün çevre dostu olduğu göz önünde bulundurularak diğer benzer ürünlere yakın bir fiyatlandırma politikası belirlenmelidir (Onurlubaş & Dinçer, 2016: 54).

### **2.3.3. Yeşil tutundurma**

Tutundurma; kişisel satış, reklam, tanıtma ve diğer satış artırıcı çabalar olmak üzere dört alt bileşenden oluşmaktadır. İşletmeler çevresel konularla ilgilendiklerini hedef kitlelerine iletme ve işletme imajının çevresel konulara duyarlı olarak algılamasını sağlamak amacıyla çeşitli tutundurma araçlarından yararlanırlar. Yeşil Pazar yönlü bir işletmenin yararlanacağı tutundurma araçlarının da çevreye zarar vermemesi gerekir. Örneğin, büyük ölçekli bir perakende zincirinin mağazada ürünlerin teşhirinde kullandığı malzemenin geri dönüştürülebilir olduğunu açıklaması gibi. (Yüksel, 2009: 24).

Yeşil pazarlama açısından tutundurmanın en çok gözlenen örneği çevreci gruplara ve çevreci faaliyetlere bağışta bulunmak ve bunu kamuoyuna

duyurmaktır. Bir şirketin ya da ürünün yeşil imajını yükseltmek için bağışta bulunmak en etkili yöntemdir. Yeşil pazarlamada tutundurma faaliyetlerine ilişkin bir başka önemli durum yaşanan terim kargaşasıdır. “Biyolojik olarak parçalanabilir”, “geri dönüştürülebilir”, ve “çevreye dost” gibi terimler sert eleştiriler altındadır ve şirketler tarafından daha az kullanılmaktadır. Çünkü kullanılan terimler bazen gerçek durumu yansıtmamaktadır. Tanımlamada ve uygulamada yaşanan zorluklar nedeniyle olumlu tutundurma ile başlayan durumlar şirket aleyhinde olumsuz propagandaya dönüşebilmektedir. Yöneticiler, yeşil ürünleri pazarlarken sürekli kuşkusu artan bir müşteri grubu ile karşılaşmayı beklemelidirler. Bu nedenle resmi bir otorite tarafından verilecek ortak bir simgenin kullanılması önemlidir. Yeşil ürünlerin tanıtımı yapılırken üniversitelerin ve diğer araştırma kuruluşlarının raporlarından yararlanılmalı ve bunlar basın yayın kuruluşlarından kamuoyuna duyurulmalıdır (Ayyıldız & Genç, 2008: 513).

#### **2.3.4. Yeşil dağıtım**

Yeşil dağıtım iç ve dış olmak üzere farklı süreçlerden oluşmaktadır. İç dağıtım tedarikçiler ile gerçekleşen dağıtım faaliyetleri ve işletme içi taşıma faaliyetlerini içermektedir. Dış dağıtım ise ürünün tüketiciye ulaştırılmak üzere fabrikadan çıkışından teslimine kadar olan süreci kapsamaktadır. Hem iç hem de dış dağıtım faaliyetlerinde çevreci konulara dikkat edilmesi yeşil dağıtımın hedeflerindendir. Yeşil dağıtım kapsamındaörneğin, enerji verimliliği, sürdürülebilir kaynaklarla çalışan araçların kullanımı gibi uygulamalar yapılmaktadır (Tayfun & Öçlü, 2016: 188).

#### **2.4. Yeşil tüketici**

Teknolojideki hızlı gelişmeler, doğal kaynakların bilinçsizce kullanılması büyük bir çevre kirliliğine neden olmuştur. Doğa ve insanoğlu her zaman iç içe geçmiş olduğu için doğanın geleceğine ilişkin endişeler insanlık açısından gelecek korkusunu da beraberinde getirmektedir. Bu nedenle tüketiciler giderek daha az kirlilik yaratan, atıkları azaltan, daha fazla geri dönüşüm sağlayan yenilenebilir kaynakların üretimde daha fazla kullanımını ve ürünlerin eko sistem içinde daha

güvenli olmasını talep etmektedirler (Karaca Ş., 2013: 99). Yeşil tüketici; çevreye daha az zarar veren, verdiği zararı telafi eden, çevre koruma kampanyalarına destek veren işletmelerin ürünlerini tercih eden tüketici grubudur. Tüketicilerin daha bilinçli hale gelerek çevre dostu ürünleri ve çevre dostu işletmeleri tercih etmeye başlaması işletmelerin de dikkatini çekmiş; işletmeler bunu bir rekabet avantajı olarak kullanmaya başlamıştır. Bazı işletmeler bunu gerçekten bir fırsat olarak değerlendirip; yeşil tüketici pazarında da yer almak için üretim süreçlerini yeniden gözden geçirmiş, daha temiz, daha yeşil üretim süreçleri tesis etmişlerdir. Sadece üretim süreçlerini yeşil hale getirmekle kalmayıp; ürettikleri ürünün içeriğinde, ambalajında ve kullanıldıktan sonra atıklarının bertaraf edilmesinde de yeşil olma çabasına girmişlerdir. Diğer taraftan bazı işletmeler de yeşil tüketicilerin bu zaafını kullanarak yeşil olduklarını iddia etmeye başlamışlardır(Kuduz, 2011: 332).

Tüketicilerin giderek artan “çevre duyarlılığı” karşısında işletme yönetimlerinin çevre ile ilgili konulara duyarsız kalmaları mümkün değildir. İşletmeler ekonomik bir birim olarak kendi iktisadi hedeflerine ulaşmaya çalışırken aynı zamanda toplumun ekonomi, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarına cevap vermek ve sosyal sorunlara çözüm bulunmasına yardımcı olmak gibi bir fonksiyon da üstlenmektedirler. İşletmeler için rekabetin yoğun olarak yaşandığı ve tüketici ihtiyaçlarının her geçen gün daha fazla karmaşık olduğu günümüzde sayıları devamlı olarak artan çevreye duyarlı tüketicilerin özelliklerinin belirlenmesi ve davranışlarının değerlendirilmesi hayati önem taşımaktadır (Karaca Ş., 2013: 101).

## **2.5. Yeşil Halkla İlişkiler**

Halkla ilişkiler, bir işletmenin müşterilerinin güven ve desteğini kazanmak amacıyla gerçekleştirmiş olduğu faaliyetlere denir.

Yeşil pazarlama stratejilerinin tüketicilere ulaştırılması, onların bilgilendirilmesi ise yeşil pazarlamanın iletişim boyutudur. İnsanların çevrenin korunmasının önemi ve yok olmaya başlayan kaynakların kurtarılması için harekete geçmeleri konusunda bilgilendirilmeleri gerekmektedir. İletişim araçları bu konuda destek

olmaktadır. Yapılması gereken, pazarlama karması içinde yer alan elemanların, iletişim süreçleriyle birleştirilerek, insanlarla buluşmasını sağlamaktır(Özhan, 2009: 109).

Yeşil pazarlama çeşitli halkla ilişkiler faaliyetleri ile desteklenebilir ve tanıtılabilir. Özde işletmenin kurumsal imajını güçlü kılmaya çalışan halkla ilişkiler faaliyetleri, basın toplantıları düzenleyerek ya da çıkan eleştirileri dikkate alarak eğiterek ve konferanslar düzenleyerek yeşil ürünün ya da yeşil işletmenin tanıtımında çok önemli bir yer tutar (Ar A. A., 2011: 143).

## **2.6. Yeşil Sponsorluk**

Son yıllarda doğanın giderek tahrip edilmesi, çevre kirliliğinin artması nedeniyle çevre koruma dernekleri desteklenmekte, vatandaşların bilgilendirilmesine çalışılmakta, çevre konusunda toplantılar düzenlenmekte ve yerel tedbirler alınmasına katkıda bulunmaktadır. Giderek yaygınlaşan çevre sponsorluğu bir taraftan kuruluşlara topluma karşı sorumluluklarını dile getirme imkanı vermekte, diğer taraftan da küçük ve orta boy kuruluşlara geniş olanaklar sunmaktadır. Çevre konusunda yarışmalar düzenlenebilir(resim, fotoğraf, kompozisyon) kampanyalar gerçekleştirilebilir, (ağaç dikme kampanyası gibi) bilgilendirmeye yönelik çalışmalar yapılabilir, (ağaç dikme kampanyası gibi) bilgilendirmeye yönelik çalışmalar yapılabilir, (televizyon programları hazırlamak, kitap yayınlamak, sergi ve dia gösterileri hazırlamak) somut yardım programları hazırlanabilir, (soyu tükenen bitki ve hayvan türlerini korumak) bir spor karşılaşması ya da düzenlenen konserlerin geliri bağışlanabilir. Özellikle üretim aşamaları ya da ürünleri çevre kirliliği veya sağlık riski ile bağlantılı olan kuruluşlar için toplumsal sponsorluk büyük önem taşımaktadır (Ar A. A., 2011: 145).

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### MARİNA İŞLETMELERİNDE ÇEVREYE DUYARLI UYGULAMALAR

Türkiye’de ve dünyada çevreye karşı duyarlılık günden güne artmakta, doğal yaşamın ve buna paralel olarak da denizlerin korunması konusundaki bilinç yaygınlaşmaktadır. Uluslararası Doğa Koruma Birliği (International Union for Conservation of Nature), Dünya Doğayı Koruma Vakfı (World Wild Fund for Natur), Doğal Hayatı Koruma Derneği (Wildlife Conservation Society), Greanpeace, Deniz Çobanı (Sea Shepherd), Deniz Temiz Derneği-TURMEPA gibi çevre koruma örgütleri çoğalmakta ve yaptırım güçleri artmaktadır (Sarı, 2011: 25).

Çevreye ve denizlere karşı toplumsal bilincin yükselmesi, marinaların temizliği, yatların denize verebileceği zararlar gibi önemli konuları da gündeme getirmektedir. Buna örnek olarak Amerika Birleşik Devletleri Çevre Koruma Kurumu (United States Environmental Protection Agency) tarafından yürütülen “Temiz Marinalar” programı ve “Avusturalya Temiz Marina Programı” gösterilebilir. Türkiye’de yalnızca marinalara has bir temiz marina programı bulunmamakla birlikte Türkiye Çevre Eğitim Vakfı (TÜRÇEV) tarafından yürütülen “Mavi Bayrak” programı plajların yanısıra, marina ve yatlara da uygulanmaktadır (Sarı, 2011: 25).

#### 3.1. Deniz Turizmi ve Marina Kavramı

Dünyanın küreselleşmesinde önemli rolü olan denizler, son yıllarda önemi hızla artan deniz turizmi, özellikle turizm endüstrisi için temel bir faktör, dünya ülkeleri için bir cazibe merkezi olmuştur. Denize dönük bir eğlence ve dinlenme endüstrisi olan deniz turizmi, turizm aktiviteleri içerisinde son yıllarda hızla gelişme göstermiştir. Yoğun kent yaşamının getirdiği baskıyla, insanların deniz ve doğa özelemlerinin giderek artması, aktif uğraşlarda bulunma isteği, standart yaşama olan tepkisi, ekonomik refah düzeyinin yükselmesi ve teknolojik gelişmeler, yatçılık ve ona bağlı olarak da yat limanı (marina) endüstrisini hızla geliştirmiştir (Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü, 2013: 1).

Dünyada marina kavramı 1920’li yılların sonlarına doğru ABD’de Ulusal Makine ve Tekne Üreticileri Derneği (National Association of Boat and Engine Manufactureres) tarafından kullanılmaya başlanmış olup, eğlence ve gezi amaçlı yatlar için yapılmış, yatçı ve yatların tüm ihtiyaçlarını karşılayabileceği modern su kenarı tesisleri olarak tanımlanmıştır. Marina kavramı ile ilgili derneğin en geniş tanımı; modern yatçılığa yönelik olarak marina içerisinde hizmetlerin sunulabildiği, yatların güvenli yanaşma yapabildiği, bakım-onarım ve çekme-atma hizmetlerinin itina ile yerine getirildiği, akaryakıt ikmal hizmetlerinin sağlanabildiği, yat sahibi ve yat kaptanlarının karada duş-tuvaletlerini kullanabildiği, yiyecek ve içecek ihtiyaçlarını karşılayabildiği, alış veriş yapabildikleri, ulaşım ve iletişim yerlerine yakın olan kompleks yapılar olarak tanımlanmıştır (aktaran Dikeç, 2015, s. 58).

Günümüzde marinalar yalnızca yatçıların teknelerini barındırabildikleri, yakıt, gıda ve su gibi temel ihtiyaçlarını temin edebildikleri yerler olarak değil, bölgesel sosyo-ekonomik gelişmenin de odak noktası olarak tanımlanmaktadır. Yat limanları, yatçılık endüstrisinin temel altyapısını oluşturduğu gibi ulusal bölgesel ve yerel gelişim planlarında da farklı sektörlerin, sanayi dallarının gelişmelerinde çekici güç olarak planlanmaktadır (Sarı, 2011: 4).

### **3.2. Marinalarda Verilen Hizmetler**

Yat limanlarınca sağlanan hizmet ve ürünler, bos zaman faaliyeti olarak yat seyahatini seçmiş olan turistin harcamalarının bir parçası olarak oluşmaktadır. Yat limanlarında sunulan hizmet ve ürünlerin büyük bir oranını yakıt, motor yağları, su, diğer malzemeler (yiyecek, ekipman gibi), ve onarım hizmetleri oluşturmaktadır (Işık, 2010: 17).

Bir yat limanı kompleksinde bulunması gereken nitelikler ve sunulması gereken hizmetler, Oral (2000) tarafından geniş kapsamlı olarak aşağıdaki şekilde belirtilmiştir;

“rıhtım ve iskele üzerinde elektrik ve su servis kutularında standartlaştırılmış vana ve skot bulunması, ışıklandırmanın iskele ve rıhtımdan farklı olarak tüm liman dahilinde bulunması, yat bağlama yerlerine 200 metreden daha uzak

olmamak üzere her 50 kişiye bir duş ve tuvalet ünitesinin bulunması, katı ve sıvı atık depolama merkezi

(çöp toplama üniteleri rıhtım boyunca her 50 metrede bir yerleştirilmiş olması), tonoz (mooring) sistemi bulunması, güvenlik hizmeti, acil durumlarda müdahale için yedekleme yapabilecek evsafa tekne, tekne atma-çekme ekipmanları (travel lift), rıhtım ve iskelelerde yangınla mücadele ekipmanları ve yangın hidrandı, asgari teknik atölye hizmetlerinin sunulması, tekneler için kara park sahası, akaryakıt istasyonu, meteoroloji ve navigasyon yardım için telsiz istasyonu, kiralık depo ve ambarlar, telekomünikasyon hizmetleri, çamaşır-bulaşık-yelken yıkama yerleri, araba ve treyler park alanı, alışveriş merkezleri, yiyecek ve içecek üniteleri, kamu otoriteleri, gümrüklü depo ve ofisler, yat limanı yönetim binası, personel sosyal tesisi, gemici ve güvenlik kontrol kulüpleri, yat acenteleri irtibat ofisleri, sağlık hizmetleri merkezi, helikopter sahası (heliport), hobi alanları (yüzme havuzu, tenis kortu, basketbol, voleybol sahası vb. spor alanları, çocuk parkı, sauna ve fitness, kondisyon merkezi, konferans ve konser salonları, yat kulübü vb.), çekek yeri, su deposu, payanda depoları, deniz suyu arıtma tesisi”.

### **3.3. Marina Tesisleri ve Kirlilik Kaynakları**

Marina ve çekek sahalarında yapılan yat yanaşma, yakıt alım ve bakım onarım gibi operasyonlar atık ve kirleticilerin oluşmasına sebep olurlar. Bununla birlikte marina ticari alanlarındaki restoran, bar ve alışveriş merkezleri de katı ve sıvı atıklar üretmektedirler. Bu nedenle önlem alınmadığı takdirde marinalarda çevre için kuvvetli ve çeşitli potansiyel kirlilik kaynakları mevcuttur (Dölgen, Alpaslan, & Serifoglu, 2003: 58). Bu yüzden, marinalarda atık kaynaklı kirliliğin önlenmesi ve bu atıkların çevreci kriterler çerçevesinde geri dönüşüme kazandırılması önem arz etmektedir. Diğer taraftan marina sahası içerisinde yat bakımı, yağmur suyu ve diğer nedenlerden ötürü oluşan kirliliğin de önlenmesi gerekmektedir.

### **3.4. Türkiye ve Dünya'daki Marinalarda Çevreci Uygulamalar**

Türkiye ve dünyada marina sayısının günden güne artması, özellikle yatlardan ve marinalardan kaynaklanan kirliliğin önemli bir şekilde artmasına sebep olmuştur.

Marina işletmeleri, hükümetlerin ve çevreye duyarlı tüketicilerin talepleri doğrultusunda dünya çapında çeşitli çevreci uygulamalar gerçekleştirmektedirler. Diğer taraftan kendi işletme bünyelerinde marina faaliyetleri sonucu çevreye zarar veren unsurları ortadan kaldırmak için çaba sarf etmektedirler.

#### **3.4.1. Mavi bayrak**

Mavi Bayrak, çevre bilgi ve eğitime, su kalitesine, emniyet ve hizmetlere ve çevre yönetimine ilişkin belirli kriterleri karşılayan plajlara ve marinalara verilir. Mavi bayrak, dünya çapında turistler ve tur operatörleri tarafından kalitenin simgesi olarak görülmektedir. Mavi Bayrak Programı, çevre bilincini arttırmak ve turistler, yerel halk, plaj ve marina yönetimi ile personel arasında iyi çevre uygulamalarını artıracak şekilde tasarlanmıştır (Hoballah, 2007: 2).

Mavi Bayrak, kriterlerde belirtilen bir standarda ulaşan kumsallara ve marinalara verilen özel bir eko-etikettir. Şu anda Avrupa, Güney Afrika, Fas, Tunus, Yeni Zelanda, Kanada ve Karayipler dahil olmak üzere 41 ülkede uygulanmakta olan uluslararası bir programdır. Mavi Bayrak Programı, bağımsız kâr amacı gütmeyen kuruluş olan Çevre Eğitimi Vakfı'na (FEE) aittir ve bu kuruluş tarafından işletilmektedir. TURCEV (Türkiye'de Çevre Eğitimi Vakfı)'de programının uygulanmasından sorumlu olan bir FEE üyesi bulunmaktadır (Türkiye Çevre Eğitim Vakfı (TÜRÇEV), 2016).

TÜRÇEV (Türkiye Çevre Eğitim Vakfı) marinalar için mavi bayrak alınabilmesi için kriterleri aşağıdaki şekilde belirtmektedir (Türkiye Çevre Eğitim Vakfı, 2014: 7-25);

##### **Çevre Eğitimi ve Bilgilendirme**

1. Marinayı kullananlara, yakın çevre eko-sistemleri ile hassas ve doğal alanlar hakkında bilgi verilmelidir.
2. Marina ve çevresinde uyulacak çevre davranış kuralları marinada sergilenmelidir.
3. Mavi Bayrak Programı ve Mavi Bayrak Kriterleri hakkında bilgi marinada sergilenmelidir.

4. Marina; kullanıcıları, marina personeli ve ziyaretçilerine yönelik olarak bir sene boyunca en az üç çevre bilinçlendirme etkinliği planlamalı ve bunları gerçekleştirmelidir.

5. Marina yönetimince, yat sahiplerine yatlarda mavi bayrak uygulaması konusunda bilgi verilerek teşvik edilmelidir.

#### Çevre Yönetimi

6. Marinada çevresel denetimleri yapmak ve bir çevre yönetim sistemini kurmak amacıyla Marina Yönetim Komitesi oluşturulmalıdır.

7. Marinada çevre politikası ve planı olmalıdır. Bu plan su, atıklar ve enerji tüketimi; sağlık ve emniyet sorunları ve çevre dostu ürünlerin kullanımı konularında referans oluşturmalıdır.

8. Hassas alanlarda ilgili yönetim kriterlerine uyulmalıdır

9. Tehlikeli atıklar için (boya, solvent, bottan kazınan boyalar, anti-fouling gibi) yeteri miktarda, iyi tanımlanmış ve ayrı ayrı toplama imkanları bulunmalıdır. Toplanan atıklar lisanslı bir toplama merkezine götürülmelidir.

10. Yeteri miktarda ve iyi kontrol edilen çöp kutuları ve/veya çöp konteynırları olmalı, lisanslı bir taşıyıcı araçla toplanmalı ve lisanslı bir alana bırakılmalıdır.

11. Marinada kağıt, plastik, metaller gibi geri dönüşebilen atıklar için ayrı ayrı toplama imkanı olmalıdır.

12. Marinada sintine suyu çekme (pompalama) olanakları olmalıdır.

13. Marinada tuvalet suyu çekme (pompalama) olanakları olmalıdır.

14. Marinada tüm binalar imar planına uygun ve bakımlı, doğal ve yapay çevre ile bir bütünlük içinde olmalıdır.

15. Yönlendirme levhaları ile işaret edilmiş, yeterli miktarda ve temiz sağlık olanakları, duş ve içme suyu bulunmalı, atık sular lisanslı bir arıtma tesisine ulaştırılmalıdır.

16. Eğer marina yat bakım, onarım ve yıkama olanaklarına sahipse bu alanlardan kaynaklanacak kirletici faktörler; kanalizasyon sistemine ve marina alanına girmemeli ve doğal çevreyi etkilememelidir.

17. Sürdürülebilir ulaşım araçlarının kullanımı teşvik edilmelidir.

18. Özel olarak düzenlenmiş alanların dışında araç kullanımı ve park yapılmasına izin verilmemelidir.

#### Güvenlik ve Hizmetler

19. Yeterli sayıda, yerleri yönlendirme levhaları ile açıkça belirlenmiş ve ulusal otoritelerce standardı kabul edilmiş cankurtaran, ilkyardım ve yangın söndürme ekipmanları bulunmalıdır.

20. Deniz kirlenmesi, yangın ve diğer kazalar için acil durum planı ve emniyet tedbirleri hazırlanarak marinada bir panoda sergilenmelidir.

21. Marinada bulunan güvenlik önlemleri konusunda panolar aracılığıyla bilgi verilmelidir.

22. Yat bağlama noktalarında ulusal standartlara uygun elektrik ve su servis noktaları bulunmalıdır.

23. Engelliler için olanaklar olmalıdır.

24. Marinadaki olanaklar ve yerlerini gösteren bir harita, panoda sergilenmelidir.

#### Su Kalitesi

25. Marinanın kara kısmı ve deniz suyu fiziksel olarak temiz olmalıdır (yağ lekeleri, kanalizasyon atığı, çöp veya diğer kirlenme belirtileri olmamalıdır).

#### **3.4.2. Marinalarda ISO 14001 çevre yönetim sistemi**

ISO (International Organization for Standardization) tarafından yetkilendirilmiş kuruluşlarca, belirlenen çevre yönetim sistemi kalite standartlarını yerine getiren kuruluşlara verilen kalite belgesidir. Marinanın faaliyetleri nedeniyle çevreye vereceği zararları en aza indiren, hammadde ve enerji tüketimini azaltarak finansal açıdan yarar sağlamalarına destek olan standarttır. Marinada çevre risk analizinin yapılarak, amaç ve hedeflerin belirlenmesi, çevre yönetim programının

yapılarak periyodik olarak yeniden gözden geçirilmesini, uygunsuzlukların tespiti ve sürekli iyileştirmeye dayalı yönetim sistemidir. Kuruluş istenilen prosedürleri uygulayıp yetkili kuruluşlar tarafından denetlendikten sonra, uygun görüldüğü taktirde ISO 14001 çevre yönetim sistemi sertifikası ile belgelendirilmektedir (Atasoy, 2010: 49).

### **3.4.3. Altın çıpa ödülü**

Merkezi İngiltere'de bulunan Yat Limanları Birliği (The Yacht Harbour Association - TYHA) tarafından, otel sınıflandırılmasında kullanılan “yıldız” benzeri bir ödül yat limanları için 3, 4 ve 5 altın çıpa ödülleri olarak verilmektedir. Söz konusu kuruluş yat limanlarının oteller gibi sınıflandırılması için “Kıyı ve İçsu Yat Limanlarının Tasarımı, İnşası ve İşletilmesi için Pratik” adlı kitapçığı yayınlamıştır. Yat limanları tarafından yapılan başvuruları değerlendirerek gerekli araştırma ve incelemeleri tamamlayan Yat Limanları Birliği ilgili yat limanını uygun altın çıpa ile ödüllendirmektedir. Türkiye’de bu kuruluş tarafından ödüllendirilmiş tüm yat limanları 5 Altın Çıpa’ya sahiptir. Bu gibi bir uygulama ise yat limanının hizmet kalitesini belgelendirmesini ve farklılık yaratılmasını sağlamaktadır (aktaran Işık, 2010, s. 16).

Bu derecelendirme yönteminde başvuruda bulunan marinalar, merkezden gönderilen ve tespiti yapabilecek ehliyeti olan denetleyiciler tarafından yerinde gezilerek ve incelenerek, Altın Çıpa Ödülü Tespit Tutanağı üzerinde notlandırılıp genel skor yüzdelik oranına göre dereceye sokulmaktadırlar. Altın Çıpa Ödülü Tespit Tutanağı, herbiri en ince detaylara kadar inen toplam 123 madde içeren on bölümden oluşmaktadır. Bu bölümler aşağıdaki gibidir (aktaran Sarı, 2011, s. 46):

- Genel iskele düzeni, yanaşma ve yerleşim
- Müşteri işlem ve ilişkileri
- Tesisler
- Hizmetlerin sunumu
- Sağlanan ekipmanlar
- Sağlık ve Güvenlik

- Çevre politikası
- Marina içi genel bakım onarım
- Alınmış lisans ve sertifikalar
- Personelin yeterliliği

#### **3.4.4. Amerika’da temiz marina programları**

Amerika’da ‘‘Temiz Marina Programı’’, özel marinalar, hükümet ve yat kulüplerinin katıldığı ortak bir iş birliğidir. Bu program, sularımızı çeşitli kirliliklerden korumak için marina tesisleri idaresi programı yaratmak için geliştirilmiştir. Eğitimimiz ve uyguladığımız program boyunca sertifika edinmek isteyen marina işletmeleri, yat kulüpleri ve yerel limanlar ile çalışma yapıyoruz. Bunun karşılığında, onlar diğerlerine danışmanlık yapmak için yardımcı oluyor ve sertifikalı temiz marina üyeliğinin gelişmesi için sinerji yaratılmış oluyor (Taylor, 2017).

(Taylor) 2017’de belirtildiği üzere, Amerika’da pekçok eyalette farklı ‘‘temiz marina programları’’ uygulanmaktadır. Bu programlara üye marinalar, hem çevreci uygulamalarını geliştirmekteler hem de bu kuruluşlardan çevreci kriterlere uyduklarına dair sertifika almaktadırlar. Türkiye’de mavi bayrak üyeliğinden farklı olarak buna benzer bir program ve sertifikasyon sistemi bulunmaması önemli bir eksiklik olarak görülmektedir. Çünkü bu programlar marinalarda çevreye duyarlı yönetim sistemlerinin uygulanmasını ve gelişmesini sağlamaktadır.

#### **3.4.5. IMCI Mavi yıldız sertifikasyonu**

Uluslararası Deniz Sertifikasyon Enstitüsü (IMCI), AB'ye bağlı, bağımsız ve kar amacı gütmeyen bir derneğin bir parçasıdır (Manigel, 2011: 123). Marinaların mavi yıldız belgesi olarak sertifikalandırılması da Uluslararası Deniz Sertifikasyon Enstitüsü (IMCI) tarafından gerçekleştirilmektedir.

Marinalar için Blue Star Sertifikası bir derecelendirme sistemine dayanmaktadır. Sistemdeki derecelendirme, 1 ila 5 yıldız arasında değişir. Bu tür bir sistem pek

çok sektörde yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu nedenle turistlerde bu simgeleri ve anlamlarını bilmektedirler (Manigel, 2011: 123).

#### **3.4.6. Sertifikalandırma süreci**

Sertifikalandırma için öncelikle yetkili IMCI denetleyicisi tarafından denetleme gerekmektedir. Yetkili denetçi, gerekli tüm yönleri kontrol ederek işletmeleri inceler. Eğer bir marina hak kazanır ise , sertifika IMCI merkez ofisi tarafından belgeler tamamlanarak teslim edilmektedir (Manigel, 2011: 124).

Mavi Yıldız sertifikalı marinalar, hem internette hem de medyada yayınlanmaktadır. IMCI ana sayfasında bütün mavi yıldızlı marinalar ülkelerine göre listelenmektedir. Marinalar, kendi web siteleri ve broşürlerinde de bunu göstermektedirler. Sertifikalı tüm marinalarda görünür şekilde sertifika statüsünü ve geçerlik süresini belirten bir duvar plakası ile gösterilmektedir (Manigel, 2011: 124).

#### **3.4.7. ICOMIA Temiz marina programı**

ICOMIA (Uluslararası Marina Derneği Konseyi) Marinalar Grubu, marinaların, tekne depolama tesislerinin, tekne yolculuğuna erişimin ve ilgili altyapının dünya çapında geliştirilmesi ve en iyi uygulama yönetimlerinin yardımıyla bilgi paylaşımını iyileştirmeyi amaçlamaktadır (ICOMIA (Uluslararası Marina Derneği Konseyi), 2017).

ICOMIA'nın Temiz Marinalar Programı, ulusal veya bölgesel temiz marina programlarının geliştirilmesini teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Yeterlilik kriterleri, böyle bir programın içermesi gereken en düşük standartları belirler ve endüstrinin küresel bir yaklaşım sergileyeceğini garanti eder (ICOMIA (Uluslararası Marina Derneği Konseyi), 2017).

#### **3.5. Marina Faaliyetlerinin Çevreye Etkilerinin Yönetimi**

Marinalar çevreci uygulamalara uyum sağlayıp bu uygulamaları günlük operasyonları için standart haline getirdikçe ve bu anlayışı tekne severlere aşıladıkça kıyı bölgeleri daha iyi korunacaktır. Marina personeli de tekneçiliğin çevreye etkilerini anladıkça müşterilere vermiş oldukları hizmetlerde çevreye

etkileri azaltmak için daha fazla sorumluluk alacaklardır. Böylece insanlar, yüzme, balık tutma gibi rekreasyonel aktivitelerle kıyı sularını kullanabilecektir. Pek çok aktivite kirliliğe yol açabilmektedir. Marina içerisinde teknecilik faaliyetleri, araba kullanma ve hatta köpek gezdirmek bile çevreyi kirletebilir. Köpeklerin gezdirilişi sonucu oluşan pislikler sonrasında yağmur yağdığına nehirleri, gölleri ve okyanusları kirletebilir (Massachusetts Clean Marina Guide, 2001: 1.1).

### **3.5.1. Marinalarda atık yönetimi**

Marina ve teknecilik operasyonlarında özel ve ticari yatların bakımı, istiflenmesi, yakıt operasyonları, temizleme işlemleri , tekne yapımı ve bakım faaliyetleri kirlilik yaratabilecek atıklar ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca restoranlar, barlar, kafeler, duşlar ve tuvaletler gibi yatçılar için ticari ve eğlence amaçlı yapılar da atıklar oluşturmaktadır. Bu yüzden, marina çevresi için pek çok kaynaklı kirlilik potansiyeli bulunmaktadır. Eğer gerekli önlemler alınmaz ise büyük miktarda kirlilik yaratabilecek tehlikeli sonuçlar ortaya çıkacaktır (Dolgen, Alpaslan, & Serifoglu, 2003: 58).

Marinada pek çok aktivite sonucu oluşan atıklar şu şekilde sınıflandırılmaktadır; (1) yakıt ve petrol ürünleri atıkları; (2) tehlikeli maddeler; (3) tuvalet suyu; ve (4) katı atıklar. Yakıt, yağ ve diğer petrol ürünleri atıkları temel olarak yatların sintine, depolama tankları veya bakım tesislerinden gelmektedir. Yakıt operasyonları genellikle petrol kirliliğinin temel kaynağıdır ve kaza sonucu sızıntı ile birlikte çevreye ciddi zarar verebilecek riskler bulunmaktadır. Özellikle benzin sızması patlamaya ve yangına sebep olabilir. Bunun olabileceği diğer kaynak ise bakım ve onarım motorlarının karterinden yağın sızması sonucu oluşur. Çözücüler, anti-friz, boyalar, petrol içerikli ürünler alkalın tuzu, deterjanlar gibi maddeler çevre için tehlikelidir ve bu maddeler tekne boyama ve yıkama gibi işlemlerde marina tesislerinde rutin olarak kullanılmaktadır (Dolgen, Alpaslan, & Serifoglu, 2003: 58).

#### **3.5.1.1. Marinalarda katı atık yönetimi**

İnsanların faaliyetleri gibi marinalar ve teknelerde atık üretmektedir. Çöp ve diğer katı atıklar insana ve yaban hayata zararlı olabilir. Naylon misinalar, plastik kaplar gibi bazı plastikler, balık ve kuşlar tarafından yenilir veya bu hayvanlara dolaşabilmektedir. Açıkta bırakılmış yemek çöpleri sinekleri çeker ve bu da çevreye zarar verir (Massachusetts Clean Marina Guide, 2001: 2.6).

İlave olarak, yüzen tahtalar gibi büyük parça çöpler de tekneler zarar verebilir. Çarpışmaya sebebiyet vererek hasarlara neden olabilirler. Yüzen plastik torbalar motor soğutucusunun içine girerek motorların aşırı ısınmasına sebep olabilir veya teknenin pervanesine de takılabilirler. Genellikle katı çöplerle ilgili en açık problem estetikdir. Sudaki yüzen kâğıt bardaklar ve sigara izmaritleri çirkin görüntüye yol açarak okyanusun güzelliğini ve insanların teknelerinde keyif alma tecrübelerini azaltmaktadır (Massachusetts Clean Marina Guide, 2001: 2.7).

Marinalar katı atıkları kontrol etmek için şu en iyi yönetim uygulamalarını gerçekleştirmelidir (Indiana Clean Marina Guidebook, 2017: 51):

Çöp haznelerini marina içerisinde kullanım için geçit yolları gibi uygun yerlere yerleştiriniz. Bunun için geçiş trafiğinin yoğun olduğu, teknelerin giriş çıkış yaptığı, satış makinelerinin bulunduğu köpek yürüyüş alanları ve araba park yerlerine giden yolları seçiniz. Çöp haznelerinin yanlışla devrilmesi ve suya düşmesine karşı bulundukları yere sabitlendiğinden emin olunuz. Bu alanlara ışıklandırma sağlayınız.

Mümkünse, zararlılara karşı üstü kapalı çöpleri kullanınız. Konteynerlerin sık sık boşaltıldığından emin olun. Konteynerlerin dolmadığından veya çöplerin dışarı bırakılmadığından emin olmak için bu alanları günlük olarak teftiş edin.

İş verenleri uygun çöp konteyner protokolü hakkında yönlendirin. Onlara çöp alımı ve atımı konusunda uygulama yaptırın. Onlara, plastik poşetlerin uçtuğunu o yüzden geri dönüştürülebilir konteynerlerin ve tekrar kullanılabilir torbaları kullanmalarını hatırlatınız. Teneke kutuların yüzüklerini atmadan önce kesmelerini söyleyiniz. Lokasyondaki tekneçileri eğitmek için ve konteynerlerin kullanılması için gereken işaretleri belirtiniz.

Çöp kutusunun yanına cam, plastik ve metal için geri dönüşüm kutuları yerleştirin. Geri dönüşüm programı kurulması konusunda geri dönüşüm yöneticilerine ulaşın. Geri dönüşüm kutularının farklı renk ve şekilde olmasını sağlayın. Bu şekilde çöp tenekelerinin hangi geri dönüşüm atığı olduğu daha iyi anlaşılacaktır.

Kışlama ambalajlarını geri dönüşüme kazandırın.

Kullanılmış misinaların geri dönüşüm için toplanmasını teşvik edin.

#### **3.5.1.2. Yatlardan sintine suyu alımı**

Yağlı sintine suyunu denize boşaltmak deniz hayatına zarar verir. O yüzden sintine suyu hiçbir şekilde denize boşaltılmamalıdır.

Marinada sintine suyu çekme (pompalama) olanakları olmalıdır (Türkiye Çevre Eğitim Vakfı, 2014: 16);

Sintine suyu çekme/pompalama tesisleri yağlı sintine suyunu ve yağlı atıkların içerisinde suyu ayrıştırma özelliğine sahip olmalıdır.

Sintine suyu çekme/pompalama tesisi marina içinde veya marinaya yakın alanlarda bulunmalıdır. Tesisler tüm potansiyel kullanıcıların kullanımına açık olmalıdır.

#### **3.5.1.3. Yatlardan pis su alımı**

Marinada pis suyu çekme (pompalama) olanakları olmalıdır (Türkiye Çevre Eğitim Vakfı, 2014: 16);

Pis suyu atık alım tesisleri; sabit bir pis su pompalama istasyonu, mobil pis suyu pompalama tesisi veya pis su deposu çamuru pompalama vanası içerebilir.

Pis suyu çekme/pompalama tesisi tüm kullanıcıların kolaylıkla ulaşabileceği şekilde marina içerisinde veya çok yakınında bir yerde olmalıdır. Tesisler tüm tekne/yat sahiplerinin erişimine açık olmalıdır.

Sabit pompalama istasyonu marinanın merkezinde bir noktada bulunmalı ve (daha fazla derinlik ve genişlik ihtiyacı olan büyük yatlar da dahil olmak üzere)tüm yatların rahatlıkla ulaşabileceği şekilde konumlandırılmalıdır.

Pis su tankı atık kabul tesisi ulusal yasalara uygun olmalıdır.

#### **3.5.1.4. Marinadaki atıkların geri dönüşümü**

Her işveren, günlük hayatlarında evlerinde veya işlerinde olmak üzere geri dönüşüm yapmıştır. Geri dönüşüm marinalar için de önemlidir. Marinalarda üretilen çöpün çoğu cam, plastik, kağıt ve metal gibi ev çöpleriyle aynıdır. Yıllar boyunca, kış sezonu için yatların üzerini kapatmak için folyo kullanımı dramatik bir şekilde artmıştır. Marina folyo kaplamaları, atık endişesi yaratmakta ve geri dönüşüm fırsatlar sunmaktadır. Folyo kaplamaları, çevreye zarar vermeden toprakta çözülebilir değildir. Kara tarafında atık oluşturur çünkü sadece bir kere kullanılabilir. Yüksek kalite plastik olduğundan mevcut pazarlar için geri dönüşüm için fırsat yaratmaktadır (Indiana Clean Marina Guidebook, 2017: 50).

Teknelerdeki kullanılmış yağ, içerisindeki katkıları ve kirleticileri arıtılıp yeni kullanılacak yağ olarak tekrar geri dönüştürülebilir. Kullanılmış yağ, uygun petrol üretilmesi için de tekrar işlenebilir (The Ocean Conservancy, 2017: 19).

Atık yağ geri dönüşümünün, karalarda ve sularda yağ atıklarının minize edilmesi, depolanması ile ilgili risklerin azaltılması ve şirketlerin gelecek maliyetlerinin azaltılması gibi büyük yararları vardır. Marinalar, kullanılmış yağların toplanıp belirlenen alanlara getirilmesi gibi yağ geri dönüşüm programları uygulayabilirler. Tamir tesisi olan pek çok hizmet kuruluşu ve yağ değişim tamirhaneleri, sizin kullanılmış yağlarınızı ücret talep etmeden kabul edecektir (The Ocean Conservancy, 2017: 17).

Marinalar, yağ filtrelerini geri dönüşeme kazandırarak yardımcı olabilirler. Yağ filtreleri, çelikten olduğu için geri dönüştürülebilirler. Günümüzde bunlar, tenekeler, arabalar, araçlar ve inşaat maddeleri gibi çelik ürünlerine dönüştürülmektedir (The Ocean Conservancy, 2017: 19).

Kullanılmış yağların ve petrol içerikli ürünlerin tasviyesi de önemlidir. Yağ emmiş maddeler yağ geri dönüşüm kutularında sıkılabilmektedir. Yağdan arındırılmış pamuklar ve yastıklar tekrar kullanılabilir. Yağ emmiş olan pamuklular veya yastıklar gibi materyaller geri dönüşüm kutusunun içindeki ikinci bir kutuya atılmalıdır (The Ocean Conservancy, 2017: 19).

Marinalar, teknelerdeki kullanılmış yağın doğru toplanması için teknecilere aşağıdaki tavsiyeleri iletmelidir (The Ocean Conservancy, 2017: 20);

- Tekne motorundaki yağı, karterdeki yağın 2 katı kadar olan bir tava yardımıyla boşaltın. Boşaltma işlemi düzgün akması için yağ ılık olduğunda yapılmalıdır. Yağ boşaltmaya yağ az bir şekilde damla damla gelmeye başlayıncaya kadar devam edin.

Yağ boşaltma aparatını değiştirin ve sonra yağ tavasını, yağı güvenli bir şekilde konteynera boşaltabileceğiniz bir yere götürün. Damlayanları bir bez ile silin.

Bir huni kullanarak yağı kapağı iyice kapanabilen bir plastik şişeye boşaltın.

Temizleyici, çamaşır suyu, veya anti friz gibi diğer otomobil sıvısı taşıması için kullanılmış şişeler kullanmayın- Bunların içinde yağı kirletebilecek kalıntılar olabilir.

Boya kutuları, diğer metal kutular veya yakıt konteynerlarını kullanmaktan sakının.

### **3.5.2. Yağmur suyu ve yatların tamir-bakım operasyonlarından kaynaklanan kirliliğin yönetimi**

Kaldırımdaki park alanları, bakım binaları, tekne bakım alanları, ve diğer su geçirmeyen yüzeyler üzerinden gelen yağmur suları, önemli bir kirlilik kaynağı olabilmektedir. Marinada yağmur suyu hareketi sonucu çevreyi kirletebilecek potansiyel kirleticiler şunlardır; yağlar, yakıtlar, çözücüler, kumlar, boya çipleri, bakırlar ve ağır metaller. Eğer kontrol edilmez ise bu kirleticiler, marinanın içerisinde suya akarak su kalitesinin düşmesine sebep olur. Suyun dibine inen metal ve yağlar organizmalar tarafından tüketilir. Sonunda, bu kirlilik biyokümülyasyon denen süreçle belirtilen oranlarda besin zincirine geçer. Aşırı gübre kullanımı besinlerin suya ulaşmasına neden olur. Bu, suda yaşayan bitki çeşidini artırarak suyun kirlenmesine yol açabilir. Ev hayvanı pislikleri de suya ulaşarak besin kirlenmesine ve patojenlerin suya ulaşmasına sebep olabilir. Ayrıca, bazı kirleticiler tekne üzerinde yüzeysel hoş olmayan film çizgilerine

sebepler olur veya kötü kokulara yol açar (Indiana Clean Marina Guidebook, 2017: 33).

Marinalarda yağmur suyu kaynaklı kirliliği azaltmak için kullanılması gereken en iyi yönetim uygulamaları aşağıdaki listede belirtilmiştir (Indiana Clean Marina Guidebook, 2017: 35);

Tekne bakım ve onarımını mümkün olduğunca üstü kapalı atölyelerde gerçekleştirin. Bu, çalışma alanını rüzgardan ve yağmurdan koruyacaktır. Lokalde yer alan kirlenmenin kolay temizlenmesini sağlayacaktır.

Eğer atölye binaları yok ise, kumlama ve zımparalama işlemlerini püskürtme kabini veya muşamba içerisinde gerçekleştirin. Bu zımparalamadan sonra kalıntıların yayılmasını önleyecektir. Çalışma, havanın açık ve rüzgarsız olan günlerden yapılmalıdır. Toz ve kalıntılar günlük olarak temizlenmelidir.

Tekne bakım ve onarım alanları net bir şekilde belirlenmelidir. Bu alanlar su kenarından uzakta olmalıdır. Bakım çalışmalarının belirtilen çalışma alanı dışında bir yerde yapılmasına izin verilmemelidir. Teknenin altının örtü ile kaplanması tavsiye edilen bir uygulama olmalıdır. Eğer mümkünse çalışma alanı rüzgardan korunmalıdır.

Su akıntısındaki kirleticileri geçirgen minder veya filtre bezleri ile yakalanıp filtreleyin. Muşambalar hazır bir şekilde mevcut olmalı ve tekne kuru havuzlamadan önce kızıağın altına yerleştirilmelidir. Eğer rüzgar veya yağmura maruz kalınması söz konusu değilse plastik muşambalar kullanılabilir. Bunlar kolay bir şekilde süpürülüp temizlenebilir. Eğer çalışma alanı havadan etkileniyorsa kumaş perdeler daha iyi bir seçenektir. Bu perdeler kalıntıları daha iyi tutacaktır. Alan günlük olarak süpürülmelidir. Toz ve kalıntılar perde üzerinden asla uçmamalıdır. Tente üzerini süpürmeden atığın tehlikeli olup olmadığını saptamalısınız. Tehlikeli atıklar marinadaki normal çöp kutularına atılamaz.

Tekne bakım alanlarını, akıntı kirliliğini minimize etmek için tasarlayın. Gövde bakımlarını, beton altlık gibi geçirimsiz yüzeyler üzerinde gerçekleştirin. Altlık

mevcut değil ise, perde gibi geçici yer kaplamaları etkili olabilir. Alanlar en az günlük olarak temizlenmeli ve vakumlanarak sprlmelidir.

Teknelerdeki boyları çıkarmak için vakumlar monte edilmiş zımparaları kullanın. Boya tozları ve kalıntıları vakumlanarak iş gerçekleştirilir ve kirlilik ihtimali azalır. Daha az temizleme işlemine gerek duyulacak ve temizleme işlemini gerçekleştirecek kişiler için daha az solunacak partiküller olacaktır. Vakumlu zımpara makinesinin kullanılmasından emin olmak için rıhtım kuralları bildirilmeli ve vakumlu zımpara makinesi kiralama için mevcut olmalıdır. Marina personeli zımpara makinesinin kullanılması konusunda eğitilmelidir.

Ortak yönetim stratejilerinin uygulaması aşağıdaki şekilde kolay olacaktır (The Ocean Conservancy, 2017: 32);

Çevreye duyarlı temizleme ve bakım ürünlerini müşteriler için mevcut hale getirin.

Teknecilere atık bataryalarını ve kullanılmamış fişeklerini koymaları için dışarıda net bir şekilde işaretlenmiş kutu yerlerini sağlayın ve bu kutuları düzenli olarak boşaltın

Amonyak, amaşır suyu, sodyum hipoklorit ve petrol damıtma maddeleri içeren temizleyicilerin ve deterjanların çevreye verdiği zarar konusunda teknecileri eğitin.

İlave olarak, misafirler ve müşteriler için şu tavsiyeleri(bunları satın alma el ilanlarına ekleyebilirsiniz) iletin (The Ocean Conservancy, 2017: 32);

Teknenizi her sudan çıkardığınızda belirlenen bir alanda tatlı su ile yıkayın ve durulayın.

Eğer teknemiz suda ise tatlı su kullanarak elinizle yıkayın. Hatırlayın: daha az güçlü materyallerle daha sık temizleme, çevreye daha duyarlı olacaktır.

Fosfat içermeyen, biyolojik olarak parçalanabilir deterjan ve temizleyicileri kullanın.

Bataryalardan ve fişeklerden uygun şekilde kurtulun. Bataryalar marina personeline verilmeli veya yerel idare/hükümet geri dönüşüm merkezlerince

alınmalıdır. Fişekler marina personeline veya kolluk kuvvetlerine verilmelidir. Bataryaları ve fişekleri çöp kutusuna atmayınız. Onlar zehirli atıklardır!

### **3.5.3. Yakıt ve yağların depolanması ve sızmalarının önlenmesi**

Yakıt ve yağlar su kalitesine, yaban hayata ve habitatlarına ve de yerel ekonomilere ciddi zarar verebilmektedir (The Ocean Conservancy, 2017: 16). Bütün petrol ürünleri suda yaşayan canlılar için zehirlidir. Bunlar sudaki oksijeni azaltır ve genel olarak su kalitesini düşürür. Hem yakıt hem de yağlar, küçük miktarlarda bile suda yaşayan canlılar için ölümcül olabilecek zehirli hidrokarbon ve ağır metaller içermektedir (The Ocean Conservancy, 2017: 17).

Teknelerdeki yağlar, kirli balast suyundan, yağ tanklarından, sintine suyundan, kirli sulardan, kirlenmiş motordan ve petrol kalıntılarından gelebilmektedir. Denizcilik aktiviteleri sonucu denize giren yağın yüzden ellisi, karada atık alım eksikliklerinin sonucu olarak teknedeki mazot çamurundan ve sintine suyundan gelmektedir (The Ocean Conservancy, 2017: 16). Sintine pompaları yağın direk olarak suya boşaltılmasına sebep olur. Teknedeki motor içerisindeki sintinede yağ emici pedler kullanın. Bu pedler, yerel yat tedarik dükkanlarında veya tekne kataloglarında bulunabilir. Sintine alanlarını, pedlerin yağ emiciliğini devam ettirmek için ve yağlanmış pedleri çıkarmak için uygun olarak kontrol edin (The Ocean Conservancy, 2017: 18).

Sıvı yakıt, tekrar dolum esnasında suya girer fakat tekne operasyonu esnasında da sızma olabilir. Tekne motorları kirliliği hakkında raporlar, temel olarak 2 zamanlı motorlar üzerine odaklanmıştır. İki zamanlı motorlarda aynı anda giriş ve çıkış portları bulunmaktadır, bu ham yakıtın egzoz portundan sızmasına sebep olur (The Ocean Conservancy, 2017: 16).

Yakıt satışları, marina işletmelerinin temel satış gelirleri arasındadır. Depolama tanklarının rutin olarak denetlenmesi güvenli bir iştir ve yasalara göre gereklidir. Motorin ve benzin, yer altı ve yer üstündeki tanklarda depolanır. Tankların sağlamlığı, hortumların ve başlıkların durumu ve ikinci ekipmanları içeren - tankların çeviren yol gibi incelemelerin yapılması günlük denetimin bir parçasıdır. Yer altı tankındaki sızmaların tespit edilmesi, mevcut tank seviyesinin

ölçülere yakıt satışlarıyla kıyaslanmasıyla gerçekleştirilir (The Ocean Conservancy, 2017: 19).

Otomatik kapanan petrol pompası başlıklarının kullanılması, tankların taşması sonucu oluşabilecek potansiyel kirliliği azaltmak için etkin bir yoldur. Diğer ise yakıt sızması önleyici eklentilerini işletmenize yerleştirmeniz olacaktır (The Ocean Conservancy, 2017: 19).

Teknenin yakıt tankının havalandırmasına eklenen bu pahalı olmayan konteynerler yakıt tankının taşması sonucu akacak olan petrolü toplamaktadır (The Ocean Conservancy, 2017: 19).

Yağ ve yakıt yönetimi stratejileri uygun transfer ve deniz çevresindeki kapsamındaki petrol ürünleri üzerine odaklanmıştır. Aşağıda petrol ürünlerinin güvenli bir şekilde tutulması ve transferi için spesifik yönetim uygulamaları belirtilmiştir (The Ocean Conservancy, 2017: 16);

Aktarım ekipmanları ve hortumlar tamiri ve bakımı yapılmış, iyi işler durumda olmalıdır.

Dağıtım hortum başlıkları sıkı bir şekilde bağlanmış ve kullanılmadığında dikey olarak asılmış olmalıdır.

Hortumda kalan artıklar yere ve suya boşaltılmamalıdır.

Güvenli darbe valflerin dağıtıcılarda kullanılmalıdır.

Marina işletmesi yetkilileri, yakıt dolum esnasında bulunmalı ve acil kapatma aygıtlarına direk ulaşım imkanları olmalıdır.

Otomatik kapanan pompa başlıkları ve havalandırmada yakıt/hava ayırıcıları, havalandırma koruyucuları veya tekne içinde yakıt tankı kullanımını teşvik edin.

Net bir şekilde işaretlenmiş ve düzenli olarak toplanacak atık yağ, kullanılmış yağ veya yakıt filtresi toplama haznelerini sağlayın.

Yağ emici pedler yağlandığı zaman yağ ve yakıt ile kirlenmiş sintine suyunu pompalamak için marinalarda yağ ve su ayırıcılarının mevcut olmasını sağlayın.

Yağ ve yakıt kullanan makinaların belirli yerlerine sınırlama körüğü yerleştirin.

Yakıt rıhtımında sızmaların silinebilmesi için emici pedleri hazır bir şekilde bulundurun. Pedler ve emiciler ile birlikte dökülme tepkisi arabaları yakıt dolumu esnasında dolum yerinde hazır bulunmalıdır.

Kişisel teknelere yakıt dolumu için sabit kızak sağlayın, bu sallanmayı elimine edecek ve yakıt sızmalarını minimize etmek için tekneyi belirli bir seviyede tutacaktır.

Dökülme ve yakıt dolumu aktivitelerindeki tehlikeleri önemle belirten broşür ve tabelalar sağlayın. Müşteriler tarafından alınması gereken önlemleri detaylandırın. Müşterilerin temizleme masrafları için sorumlu olduklarını not edin. Bu kavramları güçlendirmek için tekne atölyeleri yapılabilir.

Küçük teneke kutuları doldururken geçirimsiz, yanmaz tutma tepsileri sağlayın. Mümkünse, ürün tepsileri hemen yakıt depolarına geri gönderilmelidir.

Boru tesisatı için ikincil muhafaza (çift duvar boru hattı) ve dağıtım bölgesi altındaki bir toplama kanalı sağlayın.

#### **3.5.4. Yakıt sızmasının kontrolü**

Yat limanında uygun dökülme kontrol ekipmanlarının bulunması önemlidir. Dökülme kontrol ekipmanı veya "dökme kitleri", yakıt ve bakım alanları da dahil olmak üzere potansiyel tahliye alanlarına yerleştirilmelidir. Bu kitler emici malzeme, süpürgeler, kürekler, büyük plastik poşetler ve lastik eldivenlerden oluşur. Bu eşyalar, yerel tekne sandığı mağazalarında veya tekne kataloğunda bulunabilir. Bu ekipman, dökülmeden sonra atık konteynırları olarak kullanılabilecek davul veya kova gibi mühürlenebilir kaplarda saklanmalıdır. Bir serbest bırakmaya hızlı ve uygun bir şekilde yanıt vermek iş yerlerine ve çevreye olumsuz etkileri büyük ölçüde azaltacaktır (United States Coast Guard Auxiliary, 2017).

#### **3.5.5. Marinalarda su kalitesi değerlendirilmesi**

Su kalitesi izleme ve değerlendirmesi, ortamın su kalitesini, su kalitesi probleminin kapsamı ve nedenlerini belirlemek için veya marinateda uygulanan en iyi yönetim uygulamalarının etkinliğini ölçmek için kullanılabilir. Suda

Çözünmüş oksijen konsantrasyonu marinanın sağlığının iyi bir göstergesidir. Bu sayı, balıklar ve diğer su yaşamı için yeterli oksijen olup olmadığını gösterir. Düşük özünmüş oksijen konsantrasyonu sayısı, fazla miktarda çürüme olduğunu veya muhtemelen suyun yüzeyindeki yağ veya diğer maddelerin gaz alışverişi yapmasını engellediğini gösterebilir. Suyun şeffaflığı, marina su kalitesinin iyi bir göstergesi olabilir. Erozyon, su akışı, alglerin açılması ve alttaki çökelti yeniden süspanse edildiğinde şeffaflık azalabilir (Indiana Clean Marina Guidebook, 2017: 23).

Pek çok durumda, bir marina suyunun sağlığı hakkında bilgi toplamak için su kalitesi örnekleme, izleme ve modelleme gerekli değildir. Marina içerisindeki suyun durumunu değerlendirmek için su bitkilerinin marinadaki ve çevresindeki görünüşü, marina ve çevrenin ördek ve kazlar tarafından kullanılması, alt tortulların görünüşü, rıhtıma yakın suyun genel berraklığı ve balık bolluğu gibi görsel incelemeler gerekli bilgiyi sağlayabilir. Bu tip teftişler, günlük operasyonların seyri boyunca marinaya en az masrafla marina personeli tarafından uygulanabilir (Indiana Clean Marina Guidebook, 2017: 25).

Bir marina havzasında su kalitesinin korunması öncelikle havzadaki su devridaimi ile belirlenmektedir(Tsinker, 1992). Bir marina düzgün bir şekilde temizlenmezse, kirleticiler su ve / veya çökeltilerde kabul edilemez seviyelere konsantre olacak ve biyolojik kaynakları etkileyecektir (US Environmental Protection Agency: 11). Marinalardaki su akış oranları giriş kanalı ve havzaların uygun tasarımı ile en üst düzeye çıkarılabilir. Örneğin, marina havzası ve kanal derinliği, su akışını kolaylaştırmak için açık suya doğru kademeli olarak artacak şekilde tasarlanmalıdır. Aksi takdirde, suyun durgunlaştığı ve tortu biriken yerlerde, izole edilmiş derin delikler oluşturulabilir (Indiana Clean Marina Guidebook: 20). Marin havzası ve giriş kanalının yeterli miktarda su akışını sağlayacak şekilde yapılandırılmadığı yerlerde su dolaşımını ve su kalitesini artırmak için mekanik havalandırıcılardan yararlanın. Yat limanı gelişimi için uygun olan ve olmayan alanları belirtin(Indiana Clean Marina Rehber: 21).

### 3.5.6. Yatçıların eğitilmesi ile ilgili uygulamalar

Yatçılıkla ilgili çevre yönetimi uygulamaları yatçılar ile elektronik ortamda, çekek sahası içerisindeki uyarı panoları yoluyla, tekneler karaya çıkmadan önce imzalanan çekme atma kontratının eki olarak ve marina ön bürosunda broşürler aracılığı ile paylaşılabilir. Yat marketler, yat fuarları ve ağızdan ağıza iletişim de çevre yönetimi uygulamalarının paylaşımı için etkili yöntemlerdendir (Gordon & Matuk, 2012: 47).

Marinalarda müşterilerin çevreci uygulamalarla ilgili yeteri kadar bilgisi yoktur. Bu aşamada, marinalarda çevre uygulamaları ile ilgili marina personeline gerekli eğitimlerin verilmesi önem taşımaktadır.

Marina personeline atık yönetim uygulamaları ile ilgili konularda verilmesi gereken eğitimler (Gordon & Matuk, 2012):

Marinanın çevre yönetim politikaları hakkında personel bilgilendirilmelidir.

Atık alım tesislerinin yerleri, çalışma saatleri ve kapasiteleri hakkında personel bilgilendirilmelidir.

Personel, atık alım tesislerinin kullanımı konusunda eğitilmelidir. (Yatçılar bu tesisleri kendileri kullanacaklar ise)

Olası bir yakıt sızıntısının pontonlarda ve denizde nasıl takibinin yapılabileceği; yağ/yakıt ya da çevreye zararlı kirleticilerin kaynakları ve deterjanların kullanılması konularında personel eğitilmelidir.

Denizi kirleten bir marina kullanıcısının ne şekilde uyarılacağı ve böyle durumlarda otoritelerinin sınırları hakkında personele eğitim verilmelidir

Kiracı ve yatçılara yönelik, çevre yönetim uygulamaları ile ilgili yeterli sayıda tabela, broşür, sosyal medya materyali, aylık yayınlar ve toplantılar organize edilmeli.

Hazırlanan çevre uyarı tabelaları doğru noktalara yerleştirilmeli.

Tekne ve çekme-atma kurallarında çevre yönetimi uygulamaları yer almalı

### 3.5.7. Tatlı su yönetimi uygulamaları

Türkiye’de suyun durumu ve yönetimi oldukça hassas ve önemli bir konudur. Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi (UNFCCC) tarafından benimsenen iklim senaryoları, Türkiye’nin de içinde yer aldığı bölgede kuraklık etkilerinin belirginleşeceğini, var olan yağışların düzensiz karakter göstereceğini söylemekte ve bundan dolayı suyun depolanmasında sorunlar yaşanacağını altını çizmektedir (Doğa Koruma Merkezi, 2013: 1). Bu nedenle su israfının önlenmesi için Türkiye’de marinalarda da su tasarrufunun yapılması önem arz etmektedir.

Aşağıda sıralanan basit adımlar ile marinalarda su sarfiyatı azaltılabilir (Akaltan, 2016: 66):

Pedestallerdeki su sızıntılarını ve su tesisatındaki olası kaçaklar düzenli olarak kontrol edilerek giderilmeli.

Marina genelindeki tüm hortumlara su tabancası takılmalı.

Bitki ve çimler sadece gerektiğinde sulanmalı. Düzleşen çimler ve solmaya başlayan bitkilerin sulama zamanı gelmiş demektir. Buharlaşmayı önlemek için sulama sabah erken saatlerde ya da akşam serinliğinde yapılmalıdır. Bu yolla %50’ye varan oranlarda tasarruf sağlanabilir.

Yeşil alanlar sık sık ve az az sulanmak yerine yoğun ama uzun aralıklarla sulanmalıdır. Yoğun sulama bitkilerin yer altı sularını emmelerine yarayacak daha güçlü kökler geliştirmesini sağlar.

Peyzaj, su gereksinimi yakın bitkilerden seçilmelidir. Bu uygulama peyzaj bakımını azaltır, bitkilerin daha uyumlu olmasını sağlar ve sudan tasarruf ettirir.

Mümkün olduğunca az gübre kullanılmalıdır.

Böceklerle mücadele ilaçlamalar sadece gece saatlerinde yapılmalıdır. Böylece arılara zarar verilmesinin önüne geçilebilir.

Peyzaj, yerel bitki türlerinden seçilmelidir. Bu türler bölgenin iklim koşullarına uyumlu olurlar ve daha az gübre ile tarım ilacına ihtiyaç duyarlar.

Çok büyük çim alanlar, daha az sulama ihtiyacı olan çalılık, yabani çiçekler ve ağaçlar ile düzenlenebilir.

Su tüketimi düzenli olarak kayıt edilmelidir. Mümkünse her ponton, peyzaj sulama, tuvaletler, idari bina gibi ayrı ünitelere ayrı sayaçlar yerleştirilip olası kaçaklar ve aşırı tüketimler vakit kaybetmeden tespit edilmelidir.

### **3.5.8. Enerji yönetimi uygulamaları**

Marina operasyonlarının istenilen düzeyde gerçekleştirilebilmesi için enerji kullanımı büyük önem taşır. Marinalar ve yatlar yüklü miktarlarda elektrik tüketirler. Tüketilen elektriğin büyük bir kısmı atmosfere karbondioksit salınımına yol açan fosil yakıtların kullanımı ile elde edilmektedir. Bu nedenle harcanan elektrik miktarını azaltmak, fosil yakıtların küresel ısınmaya etkilerini azaltacaktır (Akaltan, 2016: 59).

Marinalarda enerji tüketimini azaltmak için aşağıdaki önlemler alınabilir (Akaltan, 2016: 59):

Mümkün olduğunca güneş ışığı doğal aydınlatma olarak kullanılmalıdır. Bunun yanında güneş ışınları ofisi çok ısıtıyorsa perde ile pencereler kapatılabilir. Bir ofisi soğutma, ofisi aydınlatmadan çok daha fazla enerji gerektirecektir.

Işığın yansımalarını arttırmak için ofis duvarları açık renklere boyanmalıdır.

Aydınlatmada normal ampullerin yerine “LED” ampuller tercih edilmelidir. LED ampuller %70’e varan oranlarda enerji tüketimini azaltabilir.

Tek kullanımlık piller yerine şarj edilebilir piller tercih edilmelidir.

Harekete duyarlı alıcılar tuvalet ve banyo gibi ünitelerde aydınlatmanın açık unutulmasının önüne geçecektir.

Klimaların filtre temizliği ve bakımı düzenli olarak yerine getirilmelidir. İki yıl ya da daha uzun süre filtresi temizlenmeyen bir klima iki kata kadar daha fazla enerji tüketebilir.

Tasarruflu duş başlıkları kullanılarak elektrik ile ısıtılan su kullanımında enerji tüketiminden tasarruf sağlanacaktır.

Mümkünse diz üstü bilgisayarlar tercih edilmelidir. Dizüstü bilgisayarlar, masaüstü bilgisayarlara göre beş kat daha az enerji tüketirler.

Bilgisayar monitörleri kullanılmadıkları zaman kapanacak şekilde ayarlanmalıdırlar.

Elektronik ekipmanların kullanılmadıkları zamanlarda elektrik bağlantılarının kesilmesi gerekir.

Güneş, rüzgâr ve dalga enerjisi gibi yenilenebilir enerji kaynakları ile elektrik elde edilmesi marinaların çevreye olan etkilerini önemli derecede azaltacaktır

### **3.6. Marinalarda Çevreci Uygulamalarla İle İlgili Ulusal ve Uluslararası Mevzuat**

Marinalarda çevre yönetimi uygulamaları ile ilgili ulusal ve uluslararası mevzuat ve düzenlemeler mevcuttur. Ayrıca çevre ile ilgili uluslararası standartlar da bulunmaktadır.

#### **3.6.1. Marinalarda çevresel uygulamalarla ilgili uluslararası mevzuat**

Küresel ısınma, kaynakların azalması, çevre kirliliği, sosyal etkiler ve birçok benzer etki nedeniyle marinalar çevre uygulamaları ile ilgili sürdürülebilir önlemler alma gereksinimi duymaktadır. Tablo 1’de verilen çevre uygulamaları ile ilgili ulusal ve uluslararası örgütler tarafından belirli belgeler ile tesis ve işletmelerde belli standardizasyonlar belirlenmiştir (Tuğdemir, Soğukpınar, Özbolat, & Cerit, 2016: 337):

Tablo 1 : Türkiye’nin Taraf Olduğu Çevre ile İlgili IMO Sözleşmeleri ve Uluslararası Sözleşmeler

| Sözleşme Adı | Açıklama                                                                           |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| MARPOL 73/78 | Denizlerin gemiler tarafından kirletilmesini önlenmesine ait uluslararası sözleşme |
| CLC 92       | Petrol kirliliği zararlarından doğan hukuki sorumluluk                             |

|                      |                                                                                      |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| IOPC-FUND 92         | Petrol kirliliği zararları için uluslararası tazminat fonu kurulmasına dair sözleşme |
| LDC-1972             | Atıklar tarafından denizlerin kirletilmesinin önlenmesine ilişkin sözleşme           |
| OPRC-990             | Petrol kirliliğine karşı hazırlıklı olma, mücadele ve işbirliğine dair sözleşme      |
| OILPOL-1954          | Denizlerin petrol ile kirlenmesi önlemeye ilişkin sözleşme                           |
| Barselona Sözleşmesi | Akdeniz'in kirliliğe karşı korunması sözleşmesi                                      |
| Bükreş Sözleşmesi    | Karadeniz'in kirliliğe karşı korunması sözleşmesi                                    |

MARPOL 73/78 Sözleşmesinin baş kısmında genel hükümler, sorumluklar, değişikliklerin yapılması yöntemleri gibi hususları içeren bir sözleşme kısmı bulunur. Sözleşmenin bir parçası olan Protokol 1, zararlı maddeleri içeren olayların rapor edilmesi hususlarını, Protokol II ise ülkeler arasındaki anlaşmazlıklarda başvurulacak hakemlik müessesesini düzenler. Sözleşmenin teknik hükümlerini içeren 5 eki olup, bunlara 1997 Protokolü ile 6. Ek eklenmiştir (Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, 2005). Bu ekler aşağıdaki şekilde listelenmiştir;

Ek I – Petrol Kirliliğinin Önlenmesi Kuralları

Ek II - Dökme Halde Taşınan Zehirli Sıvı Maddelerden Kaynaklanan Kirliliğinin Önlenmesi Kuralları

Ek III - Denizde Paketli Halde Taşınan Zararlı Maddelerden Kaynaklanan Kirliliğin Önlenmesi Kuralları

Ek IV- Gemilerden Kaynaklanan Pis Su Kirliliğinin Önlenmesi Kuralları

Ek V – Gemilerden Kaynaklanan Çöp Kirliliğinin Önlenmesi Kuralları

Ek VI – Gemilerden Kaynaklanan Hava Kirliliğinin Önlenmesi Kuralları

### **3.6.2. Marinalarda çevreci uygulamalarla ilgili ulusal mevzuat**

#### **3.6.2.1. 2872 sayılı çevre kanunu**

Bu Kanunun amacı, bütün canlıların ortak varlığı olan çevrenin, sürdürülebilir çevre ve sürdürülebilir kalkınma ilkeleri doğrultusunda korunmasını sağlamaktır (Mevzuatı Geliştirme ve Yayın Genel Müdürlüğü, 2017, s. 5909).

İlgili kanunun 2. maddesinde evsel, endüstriyel, tarımsal ve diğer kullanımlar sonucunda kirlenmiş veya özellikleri kısmen veya tamamen değişmiş sular “atık su” olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımlamada tatlı suyun, atık su sayılabilmesi için, su özelliğinin ne kadar değişmiş olması gerektiği belirlenmediğinden ülkemizde tekne yıkamalarında kullanılan tüm deterjanlar Çevre Kanunu’na göre yasaklanmıştır. Diğer bir deyişle, güvertelerde tatlı su haricinde bir temizleyici ile yıkama yapılmamalıdır (aktaran Akaltan, 2016, s. 24).

Çevre Kanunu’nun 11.maddesinde marina ve benzeri, kıyı tesislerinin gemi ve diğer deniz araçlarında oluşan petrollü, yağlı katı atıklar ve sintine, kirli balast, slaç, slop gibi sıvı atıklar ile evsel atık su ve katı atıkların alınması, depolanması, taşınması ve bertarafı ile ilgili işlemleri ve tesisleri ile ilgili yükümlülükleri belirlenmiştir (aktaran Akaltan, 2016, s. 24).

#### **3.6.2.2. Mavi kart uygulaması**

Mavi Kart Sistemi; bayrağı ne olursa olsun yatlar; tekneler ve atık bildirim yükümlülüğü bulunmayan tüm gemilerin atıklarının takibini sağlamak amacıyla elektronik ortamda veri girişinin ve kontrolünün sağlanacağı uygulamadır (Yavuz, 2016: 21). 2872 sayılı çevre kanununa göre; yatlardan atık alımı mavi kart sistemi ile elektronik ortamda kontrol edilmektedir.

Mavi Kart Sistemi; küçük deniz araçlarının operasyonel faaliyetlerinden kaynaklanan atıklarının (Sintine, atık yağ, atıksu ve çöp) takibini sağlamak amacıyla elektronik ortamda veri girişinin ve kontrolünün sağlanabildiği web tabanlı ve online bir gemi atık takip uygulamasıdır (Yavuz, 2016, s. 22). Gelecek

dönemde Türkiye’deki bütün marinaların mavi kart uygulamasına dahil olması beklenmektedir.

Mavi Kart Sisteminin Uygulanmasından Elde Edilen Kazanımlar (Yavuz, 2016: 23);

Gemi atıklarının elektronik ortamda online olarak takip edilebilmesi sağlanmıştır. Toplanan atıkların envanter bilgileri çıkarılmaktadır. Gemilerin atık verme frekanslarının takibi sonucu; gemiye yanaşmaksızın ve gemileri durdurmaksızın denetim ve kontrol imkanı sağlanmaktadır. Gemilerin atıklarının bekletmeksizin alınması sağlanmaktadır. Uygulama alanlarında bilinçlendirme ve görünürlüğün arttırılmasını sağlamaktadır.



## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### MUĞLA İLİ MARİNALARINDA ÇEVRECİ UYGULAMALAR VE YEŞİL PAZARLAMA ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

#### 4.1. Araştırma Konusunun Alanı ve Kapsamı

Tüketicilerin giderek artan “çevre duyarlılığı” karşısında işletme yönetimlerinin çevre ile ilgili konulara duyarsız kalmaları mümkün değildir. İşletmeler ekonomik bir birim olarak kendi iktisadi hedeflerine ulaşmaya çalışırken aynı zamanda toplumun ekonomi, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarına cevap vermek ve sosyal sorunlara çözüm bulunmasına yardımcı olmak gibi bir fonksiyon da üstlenmektedirler. İşletmeler için rekabetin yoğun olarak yaşandığı ve tüketici ihtiyaçlarının her geçen gün daha fazla karmaşık olduğu günümüzde sayıları devamlı olarak artan çevreye duyarlı tüketicilerin özelliklerinin belirlenmesi ve davranışlarının değerlendirilmesi hayati önem taşımaktadır. (Karaca Ş. , 2013: 101).

Yeşil pazarlama, tüketicilerin ihtiyaç ve isteklerini yerine getirirken işletmenin de hedeflerine ulaşmasını sağlayacak doğa ile dost ürünlerin üretilmesini, fiyatlandırılmasını, dağıtımını ve tutundurulmasını içeren ve ürününün kullanım sonrasını da kapsayan pazarlama faaliyetlerini ifade eder (Çabuk, Nakipoğlu, & Keleş, 2008: 87). Günümüzde işletmeler, çevresel sorunlara duyarlı olmadan varlıklarını sürdüremeyeceklerinin farkındadırlar. İşletmelerin yapacakları her türlü faaliyetin çevre boyutunu iş stratejilerine ve uzun vadeli planlarına almaları kaçınılmazdır. Yapılan bu tür çevresel faaliyetler ve yeşil pazarlama, çoğu işletme tarafından dikkate alınır hale gelmiştir (Atay & Dilek, 2013: 203). Aynı şekilde çevre ile ilgili konular, marinalar için de gün geçtikçe daha önemli bir hale gelmektedir. Günümüzde marinaların hem sayısı hem de yat bağlama kapasiteleri artmakta bununla birlikte artan atık miktarı ve oluşan kirliliğin yönetimi önem verilen konuların başında gelmektedir. Çevreyi koruma bilinci arttıkça özellikle marinaların müşterileri olan yatçıların, çevreye duyarlı hizmet ve ürünleri satın alma eğilimleri de artmaktadır. Bu noktada marinaların hizmet üretirken çevreye duyarlı ürünler geliştirmeleri gerekmektedir.

Marina ve çekek sahalarında yapılan yat yanaşma, yakıt alım ve bakım-onarım gibi operasyonlar, atık ve kirleticilerin oluşmasına sebep olurlar. Bununla birlikte marina ticari alanlarındaki restoran, bar ve alışveriş merkezleri de katı ve sıvı atıklar üretmektedirler. Bu nedenle önlem alınmadığı takdirde marinalarda çevre için kuvvetle ve çeşitli potansiyel kirlilik kaynakları mevcuttur (Akaltan, 2016). Bu kirliliklerin önlenmesi ve atıkların etkin yönetimi, marinalardaki çevreci uygulamaların en önemli amacı haline gelmiştir.

Marina işletmeleri, müşterilerine çevreci özelliklerini vurgulamak için çeşitli uygulamalara dahil olmaktadır. Bu uygulamalardan en yaygın olanı mavi bayrak programıdır. Atasoy (2010)'da belirtildiği üzere mavi bayrak; Uluslararası Çevre Eğitim Vakfı (Foundation for Environmental Education-FEE) koordinasyonunda ve ülkemizde TÜRÇEV(Türkiye Çevre Eğitim Vakfı) tarafından marinalara verilen bir ödüldür. Sarı (2010)'da belirtildiği üzere mavi bayrak almak isteyen marinaların belirli kriterleri yerine getirmeleri gerekmektedir. Bunun yanında Atlay (2008)'e göre marinaların 'Altın Çıpa' ödülü alması da çevreci kriterleri yerine getirdiğini belgelemektedir.

Araştırma kapsamında Muğla ili sınırları içerisinde bulunan 29 marinadan 20'sinde bulunan marina yöneticileri ile görüşmeler gerçekleştirilmiş, ilgili işletmelerde çevreci uygulamalar tespit edilerek bu uygulamaların bir yeşil pazarlama unsuru olarak ne şekilde ön plana çıkarıldığı ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Araştırma kapsamında marinalardaki çevreci uygulamalar, yeşil pazarlama açısından incelenmiştir. İşletme yöneticilerine yeşil pazarlama uygulamalarının nasıl geliştirileceğine dair önerilerde bulunulmuştur.

#### **4.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi**

Akaltan (2016) tarafından marinada çevreci uygulamalar yönetimi, başta atık yönetimi olmak üzere irdelenmiştir. Bunun yanında bu çevreci uygulamaların yeşil bir ürün olarak müşterilere sunulması ayrı bir önem taşımaktadır. Bu çalışmada "literatürdeki" marinalardaki çevreci uygulamaların "yeşil bir ürün" olarak müşterilere nasıl sunulduğunun ortaya konulması amaçlanmıştır.

Litaratürde, turizm endüstrisi bağlamında konaklama ve yiyecek-içecek sektörlerindeki yeşil pazarlama uygulamalarına yönelik çalışmalar yer almakta ancak marina işletmelerindeki yeşil pazarlama uygulamalarına yeterince yer verilmemektedir. Bu çalışma ile literatürdeki bu boşluk doldurulmaya çalışılmış ve marina işletmeleri yöneticilerine, yeşil pazarlama uygulamaları ile ilgili bir çerçeve sunulmuştur.

Bu çalışmanın amacı, marina işletmelerinin yeşil pazarlamaya dönük uygulamalarını belirlemektir. Bu temel amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevaplar aranacaktır:

Marinaların yeşil ürün olarak planlama ve geliştirme süreci nasıldır?

Marinaların satış ve pazarlamasında ‘‘Çevreci Marina’’ özelliğinin rolü nedir?

Marinalardaki müşteriler çevresel konularda bilgilendiriliyor mu?

Marinalara dışarıdan mal ve hizmet sağlayan tedarikçiler ve marina içerisinde faaliyet gösteren işletmeler için aranan çevreci kriterler nelerdir?

Marina operasyonları ve faaliyetlerinde müşterilerin çevre ile ilgili hassasiyetlerine önem veriliyor mu?

Marinanın başta mavi bayrak olmak üzere sahip olduğu çevreci ödüllerin müşteri tercihlerine etkisi var mıdır?

Marinaların çevreci özelliğinin satış fiyatlarına etkisi var mı?

#### **4.3. Araştırmanın Kısıtları**

Muğla ilindeki marinalarda çevreci uygulamalar ve yeşil pazarlama üzerine yapmış olduğumuz araştırmada görüşmelerin yüz yüze yapılması planlanmıştır. Ancak marina yöneticilerinin iş yoğunluğu görüşmelerin tamamının yüz yüze gerçekleştirilmesini imkansız kılmıştır. Görüşmelerin 16 tanesi yüz yüze yapılırken, diğer geriye kalan 4 görüşme de telefon ile gerçekleştirilmiştir. Diğer taraftan bütün görüşmelerin marina yöneticileri ile yapılması planlanmıştır. Ancak gene marina müdürlerinin yoğunlukları sebebi görüşmelerin 3 tanesi marinalardaki ‘‘sorumlu’’ pozisyonundaki kişiler ile gerçekleştirilmiştir. Diğer 17 görüşme, marina müdürleri ile direk olarak gerçekleştirilmiştir.

Görüşmeler esnasında açık uçlu sorular yöneltilmiş bu sorulara verilecek cevaplarda konunun dağılmaması için alt sorular da yöneltilerek katılımcının konuyla ilgili fikir ve düşüncelerinin ayrıntılı bir şekilde ortaya koyulması sağlanmaya çalışılmıştır.

#### **4.4. Araştırma Yöntemi**

Araştırma yöntemi olarak bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden olan ‘‘yarı yapılandırılmış görüşme tekniği’’ kullanılmıştır. Tüknöklü(2000)’e göre bu görüşme tekniğinde araştırmacı görüşmenin akışına göre alt sorular sorarak kişinin yanıtları açmasını sağlayabilir bunun yanında eğer görüşülen kişi belli soruların yanıtlarını başka sorularda vermiş ise araştırmacı, bu soruları sormayabilir. Bu yönü ile yarı yapılandırılmış görüşme araştırmacıya esneklik sağlamaktadır.

Katılımcılar ile yüz yüze ve telefon ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmeler süresince katılımcıların verdiği cevaplar kayda geçirilmiştir. Yüz yüze görüşme tekniğinin tercih edilmesi, katılımcıların verdiği cevapların daha iyi analiz edilmesi imkanını sağlamıştır. Görüşme esnasında katılımcılara açık uçlu sorular da yöneltilerek çeşitli konular hakkında farklı fikirlerin ortaya koyulması amaçlanmıştır.

Katılımcılara yöneltilmek üzere görüşme sorularının bulunduğu bir form hazırlanmıştır. Bu formdaki soruların hazırlanmasında Seyhan (2010)’da yer alan görüşme formundan faydalanılmıştır. Marina yöneticileri ile ön görüşmeler ve değerlendirmeler yapıldıktan sonra bu görüşme forumundaki bir otel için hazırlanmış sorular, marinalara uygun olacak şekilde revize edilmiştir.

##### **4.4.1. Evren ve Örneklem**

Araştırmanın evreni, Muğla il sınırları içerisinde bulunan tüm marinaların çevre ile ilgili uygulamalarından sorumlu olan yöneticileridir. Araştırma evreninin Muğla ili seçilmesinin nedeni, bu bölgede çok fazla sayıda marina bulunması ve bu marinalarda özellikle yaz aylarında yoğun bir yat trafiği yaşanmasıdır. Ayrıca araştırmacının Muğla il sınırları içerisinde ikamet etmesi, araştırmanın daha kolay yürütülmesine katkı sağlamıştır. Dikeç (2016)’ya göre Türkiye genelinde

marina sayısı 63'tür. Diğer taraftan Deniz ticaret odası (2016) 'ya göre Muğla ilindeki marina sayısı 29'dur. Araştırma kapsamında Muğla ilinde bu ilgili 29 marinanın yöneticileri ile irtibat kurularak geri dönüşler sağlanmış ve görüşmeyi gerçekleştirmek için alanında yetkin 20 kişiden oluşan örneklem grubu meydana getirilmiştir.

#### **4.4.2. Veri Toplama Yöntemi, Veri Toplama Araçları ve Verilerin Toplanması**

Bu tezin ilk 3 bölümünde ikincil veri kaynaklarından yararlanılarak ulusal ve uluslararası raporlar, lisansüstü tezler, makaleler, internet veri tabanları ve kitaplar incelenmiştir ve bunların hepsi kaynakça bölümünde listelenmiştir. Araştırmada veri toplama tekniği olarak yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılmıştır. Görüşme tekniğinin tercih edilmesinin nedeni, işletmelerin çevreci uygulamaları ile ilgili daha derin ve detaylı bilgi alınmak istenmesidir. Veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Bu görüşme formları ile 15.04.2017 – 01.05.2017 tarihleri arasında marina yöneticileri ile mülakatlar gerçekleştirilmiştir.

#### **4.5. Araştırma Bulguları**

Görüşme gerçekleştirilen katılımcılarla ilgili profil bilgileri aşağıdaki Tablo 2'de belirtilmiştir.

Tablo 2 : Katılımcıların Profil Bilgileri

| Katılımcı Kod Numarası | PROFİL BİLGİLERİ |                       |          |                              |                           |
|------------------------|------------------|-----------------------|----------|------------------------------|---------------------------|
|                        | Yaş              | Sektör Tecrübesi(Yıl) | Cinsiyet | Mezuniyet Durumu             | Deniz Ehliyet Yeterliliği |
| A1                     | 39               | 15                    | Erkek    | Turizm ve Otel İşletmeciliği | Usta Gemici               |
| A2                     | 47               | 30                    | Erkek    | Lise mezunu                  | Amatör Denizci Belgesi    |
| A3                     | 32               | 7                     | Erkek    | Deniz İşletmeciliği          | -----                     |

|     |    |    |       |                                   |                           |
|-----|----|----|-------|-----------------------------------|---------------------------|
|     |    |    |       | Yönetimi<br>(Lisans)              |                           |
| A4  | 67 | 20 | Erkek | Yüksek Ticaret<br>(Lisans)        | Yat Kaptanlığı            |
| A5  | 42 | 20 | Erkek | Gemi İnşaatı<br>Mühendisliği      | Amatör Denizci<br>Belgesi |
| A6  | 42 | 20 | Erkek | Gemi İnşaatı<br>Mühendisliği      | Amatör Denizci<br>Belgesi |
| A7  | 42 | 17 | Erkek | Su Ürünleri<br>Fakültesi          | Amatör Denizci<br>Belgesi |
| A8  | 37 | 9  | Kadın | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği   | -----                     |
| A9  | 38 | 8  | Erkek | Uluslararası<br>Ticaret           | Amatör Denizci<br>Belgesi |
| A10 | 49 | 8  | Erkek | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği   | Amatör Denizci<br>Belgesi |
| A11 | 38 | 18 | Erkek | Lise Mezuniyeti                   | Usta Gemici               |
| A12 | 59 | 31 | Erkek | İşletme                           | Yat Kaptanlığı            |
| A13 | 35 | 8  | Erkek | Spor Akademisi                    | Amatör Denizci<br>Belgesi |
| A14 | 37 | 15 | Erkek | Deniz Elektronik<br>ve Haberleşme | Yat Kaptanlığı            |
| A15 | 38 | 20 | Erkek | Peyzaş                            | Usta Gemici               |
| A16 | 35 | 7  | Erkek | İlk Öğretim                       | Yat Kaptanlığı            |
| A17 | 54 | 2  | Erkek | Tıp Fakültesi                     | Yat Kaptanlığı            |
| A18 | 55 | 16 | Erkek | İktisat                           | Yat Kaptanlığı            |
| A19 | 33 | 4  | Erkek | Denizcilik<br>İşletmeleri         | Amatör Denizci<br>Belgesi |

|     |    |   |       |                           |       |
|-----|----|---|-------|---------------------------|-------|
| A20 | 38 | 7 | Erkek | Denizcilik<br>İşletmeleri | ----- |
|-----|----|---|-------|---------------------------|-------|

#### 4.5.1. İşletmelerin çevre politikaları

Katılımcılara ilk olarak “*Marinanızın çevre politikası nedir?*” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların tamamı, bu soruya çevreye duyarlı bir işletme olduklarını belirterek yanıt vermişlerdir. Doğal güzelliklerin ön planda olduğu turistik bir il sınırları içinde olduklarından bu güzelliklerin korunması ve gelecek nesillere aktarılması için çevreye duyarlı olmaya çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Diğer taraftan katılımcıların gene tamamı, ulusal mevzuatta yer alan çevre ile ilgili düzenlemelere uymak için yoğun çaba harcadıklarını ve bu konuda ilgili kamu kuruluşları tarafından düzenli olarak denetlendiklerini belirtmişlerdir.

#### 4.5.2. İşletmelerin atık ve geri dönüşüm uygulamaları

Katılımcılara, “*İşletme bünyenizde atık ve geri dönüşüm uygulamalarınız nelerdir?*” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların tamamı, bu soruya yatlardan sintine ve kirli atık su alımı yapılmakta olduğunu, işletme bünyelerinde toplanan bu atıkların geri dönüşüme kazandırılmaya çalışıldığını belirtmişlerdir. Yatlardan alınan sintine suyu, atık depolanma alanında bekletilmekte sonrasında lisanslı atık alım şirketlerine teslim edilerek bertarafı sağlanmaktadır. Aynı şekilde yatlardan pis su alımı yapılarak bu suyun kanalizasyon şebekesine aktarılması sağlanmaktadır. Ancak katılımcıların tamamı, işletmelerinde pis suların arıtılarak geri dönüşüme kazandırılması için bir arıtma sistemlerinin olmadığını belirtmişlerdir.

Katılımcıların tamamı, marinada atık olarak oluşan boya kutuları, yağ kutuları, yağlar, motor yağları, filtreler, florasanlar ve ampüller gibi atıkların da depolanarak ilgili atık şirketlerine bertaraf edilmek üzere teslim edildiğini belirtmişlerdir. Bunun için marina sahalarında hem evsel atıkların hem de tehlikeli atıkların ayrıştırılması için atık alanları oluşturulmuştur. Bu alanlarda her atığa uygun farklı kod uygulaması yapılarak atıkların ayrıştırılıp bertaraf edilmesi sağlanmaktadır.

Katılımcıların tamamı, marina sahasında atıkların geri dönüşüme kazandırılması için cam, plastik ve metal için oldukları üzerlerinde belirtilen geri dönüşüm kutuları oluşturduklarını belirtmişlerdir.

Görüşme yapılan 3 marina yöneticisi, atık ayrıştırılması konusunda gereken hassasiyeti gösterdiklerini ancak atıkların belediye kuruluşuna teslim edilmesi sırasında yerel belediye kuruluşlarının, atıkların ayrıştırılmasına gereken özeni göstermediğini ve verilen atıkları ‘‘ayrı ayrı’’ değil, toplu şekilde alıklarını ifade etmişlerdir. Bu bağlamda, atıkların ayrıştırılması ve geri dönüşüme kazandırılmasında ilgili belediyelerin üzerine düşen görevi yerine getirmediği görülmektedir.

Marina yöneticilerinden 2 tanesi de marinalarda atık yönetiminin önemli olduğunu ancak denizde oluşan kirliliğin büyük bir çoğunluğunun marinalar değil, kara kaynaklı olduğunu vurgulamıştır. O yüzden, kara kaynaklı kirliliğin önüne geçilmesi için de gerekli önlemlerin alınması ve denetimlerin yapılması gerektiğini belirtmişlerdir.

Marina yöneticilerinden bir diğeri ise yağ atık alımında mevzuatsal olarak marinaların daha fazla ücret ödemek zorunda bırakıldığını belirterek bu durumdan aşağıdaki ifadesi ile yakınmıştır:

*‘‘ Yatlardaki atık yağlar ve kara taşıtlarındaki atık yağlar aynı türden yağlardır. Ancak buna karşın yatlardan alınan atık yağlar, Marpol’e tabi olduğu için atık alımında sadece belirli firmaların bu atık alım hizmetini verebiliyor olması hakkaniyet açısından adil değil. Sonuçta aynı türden bu yağların alımını, kara taşıtlarından atık alımı yapan şirketler de yapabilmeli. Yağ atıklarının alınması için marinalar, kara taşıtları işletmelerine göre daha fazla ücret ödemektedirler. Kara taşıtları ve yatlardan çıkan yağın farklı olarak değerlendirilmesini mevzuatsal bir hata olarak görmekteyiz. Bu da marinaları mali olarak zorlamaktadır. ’’*

#### **4.5.3. Enerji tasarrufları**

Katılımcılara ‘‘İşletme bünyenizde enerji tasarrufu yapılıyor mu?’’ sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya katılımcıların tamamından ‘‘evet’’ yanıtını vermiştir.

Buna ilave olarak gene katılımcıların tamamı, enerji tasarruflu ampüllerin kullanıldığını ve su ısıtmada da güneş enerjisinden yararlanıldığını belirtmiştir. Buna karşın, katılımcıların 11 tanesi binalarda ısı yalıtımı olduğunu belirtirken, geriye kalan 9 katılımcı binalarında herhangi bir ısı yalıtımı bulunmadığını ifade etmiştir.

Görüşme yapılan marinalardan sadece bir tanesi, bina yapımında çevreci danışmanlık aldıklarını ve buna paralel olarak bina yapımında enerji tasarruflu, uzun ömürlü ve çevreye duyarlı yapı malzemeleri kullandıklarını belirtmişlerdir.

Katılımcıların 12 tanesi, liman sahasında karbon salınımı az olan ve enerji sarfiyatını önleyen elektrikli golf araçlarını kullandıklarını belirtmiştir.

Katılımcılardan 2 tanesi marina pontonlarının üzerinde elektrik sayaçlarının koyulmasından sonra yatçıların ne kadar elektrik tükettiklerinin farkına varması ile elektrik tüketimlerinin azaldığını belirtmişlerdir.

#### **4.5.4. Su tasarrufları**

Görüşme yapılan marina yöneticilerinin tamamı, marinalarında su tasarrufunun yapıldığını belirterek işletme bünyesinde tekne yıkamalarında su tabancalarının, tuvalet ve lavabolarda ise fotoselli muslukların kullanıldığını belirtmişlerdir.

Marina yöneticilerinden 6 tanesi, tatlı su kullanımında farklılık yaratarak deniz suyu arıtma tesisleri kurduklarını, bu sayede şehir şebekesi suyuna ihtiyaç duymadan denizden arıttıkları suyu kullanarak su kaynaklarını koruduklarına vurgu yapmışlardır.

Muğla yöresinde su fiyatlarının yüksek olmasının, marina işletmelerini su tasarrufu yapmaya zorlamakta olduğu da 2 marina yöneticisi tarafından ifade edilmiştir.

Görüşme yapılan işletmeler içerisinde tekne bakım onarımı yapılabilen 11 işletmenin tamamında bahçelerin sulanması, tekne altlarının yıkanması ile oluşan atık suyun arıtılıp tekrar kullanılması ile gerçekleştirilmektedir.

#### 4.5.5. Ekolojik faaliyetler

Katılımcılara “İşletme içindeki ekolojik faaliyetleriniz nelerdir?” sorusu yöneltilmiştir. Bu konuda katılımcılardan 15 tanesi, bitki ve hayvan popülasyonunun ve yeşil alanların korunmasına yönelik faaliyetleri olduğunu belirtmişlerdir. Marina işletmelerinin bitki ve hayvan türlerini korumaya yönelik farklı uygulamaları aşağıdaki şekildedir:

İşletmelerden bir tanesi, marina içerisinde eskimiş toprak saksılarının denize yerleştirilmesini sağlayarak ahtapotların buralara yuva yapmalarını sağladıklarını ifade etmiştir. Aynı işletme, marina içerisinde posidonia (deniz çayırları) alanlarının korunmasına da özen gösterdiğini belirtmiştir.

Gene ahtapot yuvalarına benzer şekilde bir diğer marina işletmesi de dalgakıranın altına su ürünleri mezunu uzman kişilerce balıklar için yuva yapmalarına imkan tanıyacak “yapay resif” projesi üzerinde çalıştıklarını belirtmişlerdir.

Görüşme yapılan marina yöneticilerinden bir diğeri, müşterileri olan yatçılara bölgelerinde yaşayan Akdeniz foklarının yaşam alanlarının nerede olduğu konusunda bilgi vermeye yönelik toplantı yaptıklarını belirtmiştir. Bu toplantılarda bu alanlarda, nerede demirlenmemesi gerektiği gibi konularda bilgi vererek Akdeniz foklarının yaşam alanlarının olumsuz etkilenmemesi için çaba harcadıklarını ifade etmişlerdir.

Görüşme yapılan işletmelerden 7 tanesi, işletmenin ağaçlandırılmasında ve peyzaj çalışmalarında endemik ağaç türlerinin ekilmesini sağladıklarını belirtmişlerdir. Bu işletmelerde sığla, kauçuk, güllük ağacı gibi nesli tükenen ağaç fidesi dikimi yapılmıştır.

#### 4.5.6. Tekne bakımından kaynaklanan kirliliğin önlenmesi

Katılımcılara “Marina işletmelerine tekne bakımından kaynaklanan kirliliği önlemeye yönelik uygulamalarınız nelerdir?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların sadece 11 tanesi, işletmelerinde tekne bakımı yapıldığını belirtmiştir. Bu 11 marina işletmesi, tekne bakımı sırasında tekne altlarına naylonlar serilerek kazıma sırasında düşen boya parçalarının burada toplandığını

ve daha sonra bu boya parçalarının tekrar geri dönüşüme kazandırılmak üzere atık alanında depolandığını belirtmişlerdir. Gene 11 marina yöneticisinin tamamı, tekne boyama işleminin naylonda kurulan bir çadır içerisinde yapıldığını belirtirken katılımcıların sadece 2 tanesi kapalı tekne bakım atölyesine sahip olduğunu ve bu kapalı atölyeleri de ihtiyaç duyulduğunda kullandıklarını belirtmişlerdir. Indiana Clean Marina Guidebook (2017)' de belirtildiği üzere tekne bakım çalışmalarının çevreye zarar vermemesi için kapalı atölyelerde yapılması gerekmektedir. Ancak görüleceği üzere sadece 2 marina işletmesi kapalı atölyeye sahip olup bu atölyeleri de boyama gibi işlemler için ihtiyaç duyulduğunda kullanmaktadırlar. Indiana Clean Marina Guidebook (2017)'de belirtildiği üzere kapalı atölyelerin kullanılmaması tekne bakımından kaynaklanan kirliliğin artmasına yol açmaktadır.

Ziyaret edilen marinalarda yapmış olduğumuz gözlemlere göre tekne bakımı gerçekleşen 11 marinanın 7 tanesinde tekne bakımının marina içerisinde izole edilmemiş alanlarda yapıldığı gözlemlenmiştir. Indiana Clean Marina Guidebook 2017 'de belirtildiği üzere tekne bakımının bu şekilde marina içerisinde izole edilmeyen alanlarda yapılması hem marina içerisinde kirlenmesine yol açmakta hem de kullanılan kimyasal malzemelerden ötürü müşteriler sağlık açısından zarar görmektedir. Diğer taraftan marinanın içerisinde sosyal alanların yanında tekne bakımı yapılmasının görüntü ve gürültü kirliliğine yol açtığı gözlemlenmiştir. Tekne bakımının marina içerisinde izole edilmiş alanlarda yapılması gerektiği sonucuna varılmıştır.

Görüşmelerde tekne bakımının yapıldığı 11 marina yöneticisi, tekne boyasının kazınması esnasında çevrenin kirlenmesinde önleyici rolü olan vakumlu zımparanın kullanılmasını desteklediklerini ancak tekne sahiplerine vakumlu zımpara kullanılmasını zorunlu kılmadıklarını ifade etmişlerdir.

Görüşme yapılan marina yöneticilerinin tamamı, tekne yıkanmasında deterjan kullanılmasına izin vermediklerini ifade ederek tekne yıkanmasında sadece tatlı su kullanılmasına müsaade ettiklerini belirtmişlerdir.

#### 4.5.7. Yağmur suyundan kaynaklanan kirliliğin önlenmesi

Katılımcılara “*Yağmur suyundan kaynaklanan kirliliği önlemek için ne tür çevre koruyucu uygulamalar yapılmaktadır?*” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların tamamı, yağmur suyunun işletmenin içindeki ve dışındaki mazgallara aktığını buradan da şehir kanalizasyon sistemine veya dere yatağı aracılığıyla denize aktarıldığını belirtmişlerdir. Indiana Clean Marina Guidebook (2017)’de belirtildiği üzere tekne bakım operasyonları üstü kapalı alanlarda yapılmaz ise yağmur suyu ile karada tekne bakımından oluşan kirlilik denize ulaşabilmektedir. Katılımcıların tamamı, bu konuda hiçbir önlem almadıklarını belirtmişlerdir. Indiana Clean Marina Guidebook, (2017)’de tekne bakım alanlarının kıyıdan uzak bir yerde olması gerektiği belirtilirken ziyaret edilen marinaların çoğunda buna uyulmadığı gözlemlenmiştir.

Görüşme yapılan marina yöneticilerinin tamamı, işletme yakınında oluşan yağmur sularının tekrar geri dönüşüme kazandırılmasını sağlayacak herhangi bir arıtma sisteminin bulunmadığını belirtmişlerdir. Görüşme yapılan yöneticilerden bir tanesi, böyle bir sistemin kurulmasının işletme için ciddi maliyetleri olacağını ifade etmiştir.

#### 4.5.8. Yeşil tüketici

Katılımcılara, “*Çevreye duyarlı müşteri kitlesi kimlerden oluşmaktadır?*” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların tamamı, yatçılık sektöründe çevreye duyarlı ürün ve hizmet tercih eden kitlenin çoğunluğunun yabancı yatıcılardan oluştuğunu belirtirken Türk yatçılar arasında da çevreye duyarlılığın günden güne artmakta olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcılardan 6 tanesi, çevreye duyarlı yat malzemeleri satışının da günden güne artmakta olduğuna vurgu yaparak marina sektöründe “çevreci müşterileri” çekebilmek için işletmelerin çevre ile ilgili uygulamalarını gözden geçirmeye başladıklarını ifade etmiştir.

Görüşme yapılan marina yöneticilerinden bir tanesi, yabancı yatçıların Türk yatıcılardan daha çevreye duyarlı olduğunu anlatırken Türk yatçıların, atıkların kaynağında ayrıştırılması gerektiğini daha yeni yeni öğrenmekte olduğunu belirtirken yabancı yatçılar için ise bunları onlara öğretmeye bile gerek kalmadan

kendilerine direk olarak gelip ‘‘Atık kutuları nerede?’’ şeklinde soru yönelttiklerini ifade etmiştir. İlave olarak, ilgili marina yöneticisi, yabancı yatçıların kendi ülkelerinde kamu tarafından zorunlu kılınan bir takım düzenlemelerden dolayı çevre konusunda duyarlı bir şekilde yetiştikleri için çevre ile ilgili gerçekleştirdikleri uygulamaları da gayet ‘‘olması ve kabul edilmesi gereken’’ şeklinde yorumladıklarını belirtmiştir.

Görüşme yapılan marina yöneticilerinden 5 tanesi, bulundukları Fethiye’nin Göcek bölgesinin bir ÖÇK(Özel Çevre Koruma) bölgesi olması sebebiyle işletmelerini tercih eden müşterilerin çoğunluğunun ‘‘bozulmamış bir doğa’’ içerisinde tatil yapma ihtiyacı içerisinde olan çevreci bir müşteri kitlesinden oluştuğunu ifade etmiştir. Göcek şehrinin, kendi adında yaratmış olduğu bozulmamış doğa ve temiz deniz gibi özellikleri ile ön plana çıktığını vurgulamışlardır.

Katılımcılardan 12 tanesi, müşterilere çevre ile ilgili anket yapılarak geri bildirim almadıklarını belirtmişlerdir. Bu işletmelerde, müşterilerden çevresel konularla ilgili geri bildirim alınmaması önemli bir eksiklik olarak görülmüştür. Marina işletmeleri, müşterilerin çevresel konularda fikir ve düşüncelerini göz önünde bulundurmadan gelecekteki çevre politikalarını uygun şekilde belirleyemezler. Bu yüzden, müşterilerden çevre konularında geri bildirim alınması büyük önem taşımaktadır.

#### **4.5.9. Mavi bayrak ve 5 altın çıpa ödülü**

Katılımcılara ‘‘Mavi bayrak ve 5 altın çıpa ödülünüz var mı, bu ödüllerin marinaların çevreci özelliğini ön plana çıkardığını düşünüyor musunuz?’’ sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların 7 tanesi, marinalarının mavi bayrak sahibi olduğunu, 6 tanesi de ‘‘5 Altın Çıpa’’ ödülü sahibi olduklarını belirtmiştir. Diğer taraftan katılımcıların 18 tanesi, ‘‘Mavi Bayrak’’ veya ‘‘5 Altın Çıpa’’ ödülü sahibi olmanın bir marinanın çevreci özelliğini ön plana çıkarmasında etkili olduğunu belirtmiştir. Buna karşın, marina yöneticilerinden bir tanesi, ‘‘Mavi Bayrak’’ ve ‘‘Altın Çıpa’’ ödül sistemini etik bulmadığını belirterek aşağıdaki ifadeleri sunmuştur:

*“ Mavi bayrak ve altın çıpa gibi ödülleri almak için ülkemizde ödül başına ücret verilmektedir. Biz bunu etik bulmamaktayız. Marinalar ve diğer kuruluşlar içerisinde ödülü hak eden ve hak etmeyen firmalar vardır. Ödülü hak eden firmalar bizce çevre konularında teşvik almalıdır. Bu teşvik vergi, enerji desteği konusunda olabilir ve hatta devlet alan kirasını çevreci tesislere daha uygun yapabilir. Bildiğiniz üzere teknelerde de mavi bayrak vardır. Bir tekne mavi bayrak alabilmek için 200 euro civarında bir ücret ödemektedir. Bunun üstüne ilave olarak bu tekne sahibi, daha çevreci malzemeler kullanarak ve bunu ispat etmek için diğer teknelere göre daha fazla harcama yükümlülüğü altına girmektedir. Bu gibi kişileri, devletin ödüllendirerek bu kişilere ekstra bir masraf getirilmemesi gerekiyor. Mavi bayrak ödülü alınması için tekne başına bir ücret ödenmesini ve marinalardan ücret alınmasını etik bulmamaktayız. ”*

Bir diğer marina yöneticisi de işletmeleri için mavi bayrağa gerek olmadığını belirtirken, altın çıpa için de benzer bir ödül sisteminin yurt içinde de olmasının gerekliliğini aşağıdaki ifadesi ile vurgulamıştır:

*“ Mavi bayrağın yurt dışında çok fazla bilinirliği olduğunu düşünmüyoruz. Mavi bayrak daha çok plajlar için düzenlenen bir ödül olarak düşünülmektedir. Bir marinanın mavi bayrak sahibi olması pazarlama değeri anlamında çok fazla prim yapmayabilir. Gereksiz yere masraf oluşmasını istemediğimiz için altın çıpa için de başvuru yapmadık. Altın çıpaya eşdeğer benzer bir ödül düzenlemesinin yurt içinde yapılması için çalışmalar da bulunmaktayız”*

Görüşme yapılan marina yöneticilerinden 18 tanesi, mavi bayrak ve 5 altın çıpa gibi ödüllere sahip olunmasının, marinanın çevreci özelliğinin ön plana çıkarılmasında olumlu etki yarattığını ifade etmişlerdir. Görüşme sonuçlarına göre mavi bayrak veya 5 altın çıpa sahibi olan 8 işletme, sahip oldukları bu ödülleri, işletme içerisindeki panolarda ve işletme önünde bulunan bayrak flaması ile gösterdiklerini diğer taraftan müşterilere verdikleri ön büro hizmetlerinde ve web sitelerinde de bu sahip oldukları ödüllere vurgu yaptıklarını belirtmişlerdir. Ancak bir diğer marina yöneticisi ise bazı müşterilerin mavi bayrak ve 5 altın çıpa gibi ödüllerin ne anlama geldiğini halen ‘bilmediklerini’ ve bu amaçla ‘müşterilere eğitim verilmesi gerektiğine’ vurgu yapmıştır.



Şekil 1 : Mavi Bayrak Panosu



Şekil 2 : Marinada Okullar İçin Düzenlenen Mavi Bayrak Etkinliği

#### 4.5.10. Marinalarda yeşil ürün planlama ve geliştirme

Katılımcılara ‘‘Marinanızın yeşil ürün olarak planlama ve geliştirme süreci nasıldır? sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların tamamı, marinalarda çevre ile ilgili yasal mevzuata uyum sağlamaya çalıştıklarını ve gene çevre ile ilgili müşterilerin beklentilerini dikkate alarak hareket ettiklerini belirtmişlerdir.

Görüşme yapılan marina yöneticilerinin tamamı, çevreci müşteri kitlesinin gelişmesi için yatçıların çevre konusunda bilinçlendirilmesi gerektiğini belirtmiştir. Çevresel konularda bilinçlenme için eğitimin şart olduğunu belirten bir diğer marina yöneticisi de aşağıdaki şekilde ifadesini sunmuştur:

*‘‘Yeşil pazarlamayı etkin kılmak için müşterilerin bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Çevreye duyarlı uygulamaların bir lüks değil, bir ihtiyaç olduğunun müşterilere anlatılması gerekmektedir. Çevre bilinci olmayan müşterilere marinalarda çevre uygulamalarının geliştirilmesi nedeniyle fiyatların artırılacağını belirttiğinizde bunu anlamak istemeyeceklerdir. O yüzden, bu çevre bilincinin bütün müşterilerde oluşturulması gerekmektedir. Deniz sektörüyle ilgilenen kesim ülke nüfusuna oranla daha küçük bir kitle olduğu için bu kitleye eğitim verilmesi ve bilinçlenmenin sağlanması daha kolay olacaktır. Ülkemizde yatçıların çoğu liman bölgelerine yakın yerde ikamet etmektedirler. Yatçılara liman şehirlerine yakın bölgelerde eğitim verilip sertifikasyon sağlanır ise bu, bilinçlenmeye katkı sağlayacaktır. Ayrıca denizcilik ile ilgili eğitim yerlerinde girilen sınavlarda bu eğitimlerle ilgili soruların sorulması da denizde çevre bilincinin oturmasına katkı sağlayacaktır. Bu sayede çevre bilinci olan bir kitlenin oluşması sağlandığında bu kitlenin çevresel ürünlere ve uygulamalara talebi ve ilgisi artacaktır. Bu bilinçlendirmenin sağlanabilmesi için ulusal bir proje ortaya konulmalıdır.’’*

#### 4.5.11. Yeşil tedarikçiler ve yeşil ürün kullanımı

Katılımcılara ‘‘Marinanıza mal ve hizmet sağlayan tedarikçilerde aranan çevreci kriterler nelerdir?’’ sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılardan 10 tanesi marinaya satın aldıkları ürünlerin ve ambalajlarının geri dönüşüme kazandırılabilir olmasına önem verdiklerini belirtmişlerdir. Diğer taraftan katılımcıların 5 tanesi,

almış oldukları gıda ürünlerinin tanınmış markalar olmasını, hijyenik standartlarının bulunmasına ve tarım bakanlığı onaylı olmasına önem verdiklerini belirtmiştir. Buna karşın işletmelerin tamamı, gıda ile ilgili herhangi bir denetim sistemlerinin bulunmadığını belirtmişlerdir. Diğer taraftan işletmeler, satın alınan ürünlerin “organik” olması konusunda da herhangi bir kriterlerinin olmadığını belirtmişlerdir. Turizm sektöründe müşteriler, gıda ürünleri tüketiminde insan sağlığına zararlı olmayan “organik gıda” ürünleri tercih etme eğilimindedirler. Oteller başta olmak üzere pek çok turizm işletmesinde organik gıda ürünleri, müşterilere bir seçenek sunulurken marinalarda böyle bir seçeneğin müşterilere sunulmuyor olması önemli bir eksiklik olarak görülmektedir.

Marina yöneticileri ile yaptığımız görüşmelerde marina içinde bulunan dükkan kiralayan işletmelerin tedarik ettikleri ürünlerin “çevreye ve insan sağlığına duyarlı” olup olmadığı konusunda dükkan sahiplerinin kendilerinin sorumlu olduğunu, marinaların bu konuda herhangi bir denetim yapmadığını belirtmişlerdir. Marina işletmeleri içerisinde bulunan dükkan kiralayan işletmelerin, sunmuş oldukları ürünlerde çevreye ve insan sağlığına zararlı olmayan nitelikte olmalıdır. O yüzden, bu işletmelerin de bu kriterlere uyup uymadıkları konusunda marina işletmesi tarafından denetime tabi tutulmaları gerekmektedir.

Katılımcılara “*Marinanızda çevreye duyarlı tekne malzemesi satışı yapılmakta mıdır?*” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılardan 9 tanesi marinalarında tekne malzemesi satışı yapılmadığını belirtmiştir. Geriye kalan 11 katılımcı marinalarında tekne malzemesi satışı yapıldığını belirtmiştir. Ancak bu 11 marina yöneticisinden 4 tanesi, çevreye duyarlı tekne malzeme satışı yapılmadığını belirtirken 7 marina yöneticisi bu tür malzemelerin satışının yapılmakta olduğunu ifade etmişlerdir.

Görüşme yapılan marina yöneticilerinden 3 tanesi, çevreye duyarlı tekne malzemeleri satışı konusunda çevre bakanlığının bu ürünler için “lisanslama” yapması gerektiğine vurgu yapmışlardır. Böylece piyasada bulunan hangi ürünlerin çevreci olup olmadığı konusunda bilgi karışıklığının son bulacağını ifade etmişlerdir. Bu konuda Çevre Bakanlığının harekete geçmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Bir diğer marina yöneticisi de çevreci malzeme kullanımının

kullanıcıları ceza almaktan kurtarmadığını ifade ederek örneğin, “çevreci deterjan” kullanan müşterilerin yasada deterjan kullanımı yasak olduğu için ceza almaktan kurtulma şanslarının bulunmadığını ifade etmiştir.

Marina yöneticilerinden 4 tanesi, çevreyi korumak adına çevreye duyarlı tekne malzemeleri satışına son derece önem vererek bu malzemelerin kullanılması hakkında gerekli bilgileri düzenledikleri ve bu bilgileri eğitim programları ile müşterilere aktardıklarını belirtmişlerdir. Bu 4 marina yöneticisinden bir tanesi, bu ürünlerin tanıtımı ile ilgili gösterdikleri önemi, aşağıdaki ifadeleri ile sunmuştur:

*“Çevreye duyarlı tekne boyaları ve tekne malzemeleri kullanılmasını müşterilere özendiriyoruz. Özellikle eski zehirli boyaların kurşun oranı çok fazlayken yeni çıkarılan çevreci boyalarda kurşun oranları günden güne azalmaktadır. Yılda bir kere bir boyacı firmanın çevreye duyarlı ürünlerle ilgili eğitim vermesini sağlıyoruz. Bu sayede müşterilerimizin çevreye duyarlı malzemelerin fiyatının artma nedenlerini kavramasını sağlayarak bu ürünlerin tercih edilmesine katkı sağlamaya çalışıyoruz. Ticari işletmeler boya malzemesini kendisi satıyor. Biz satmıyoruz. İnsanlara ne için kurşunlu boya kullanılmaması gerektiğini anlatmaya çalışıyoruz.”*

Bir diğer marina yöneticisi de thick cleaner, kimyasal koruyucular, ve temizleyiciler, yüzey parlaticılar gibi pek çok tekne koruyucu malzemelere müşterilerinin ilgisinin artmasına karşın müşterilere bu ürünlerin doğaya etkileri konusunda bilgi verdiklerini belirtmiştir. Bu ürünlerin denize karıştığında kaç yıl doğada yok olmadan kaldığını, ilgili ürünlerin balıklara, yosunlara ve diğer deniz canlılarına ne gibi zararlar verdiği gibi konuları müşterilerin göz önünde bulundurmasını sağlayarak müşterileri çevre konusunda bilinçli olmaya teşvik ettiklerini ifade etmişlerdir.

Marina yöneticilerinden bir diğeri de kullandıkları kalemelerin dahi uç noktasında tohumları olduğunu bu sayede kalemler bittiğinde toprağa saplandığında kara çam ağacı çıkmasının sağlandığını belirtmiştir. İlgili marina yöneticisi, doğanın

yeşil kalmasına katkı sağlayan bu kalemlerin işletmede kullanılmasına özen gösterdiklerine vurgu yapmıştır.

#### 4.5.12. Yeşil fiyat

Katılımcılara ‘‘Marinanızın çevreci özelliğinin satış fiyatına etkisi var mı?’’ sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılardan sadece bir tanesi, çevreci özelliklerinin satış fiyatına etkisi olduğunu ifade etmiştir. Diğer marinalara göre daha çevreci bir marina olduklarını, bu yüzden fiyatlarının da diğer marinalara göre daha yüksek olduğunu ifade eden bir marina yöneticisi aşağıdaki ifadeleri kullanmıştır:

*‘‘Marinamız diğer marinalara göre daha çevreci bir marinadır. Bunun için çevreci uygulamalar geliştirmek amacıyla çok fazla yatırım yaptık. Marinamızın bağlama ve diğer hizmetlerden aldığı ücret diğer marinalara göre yüzde 10 daha fazladır. Bu fiyat farkından elde ettiğimiz ilave kazanç çevreci uygulamalar için yaptığımız yatırım giderlerini ancak karşılayabilmektedir. İleride belki aradaki bu fark azaltılacaktır. Gelecek de yeşil pazarlama unsurlarını ön planda tutarak vermiş olduğumuz hizmetlerin fiyatlarını artırarak işletmemizi daha karlı hala getirebilmeyi umuyoruz.’’*

Görüşme yapılan işletmelerin 19 tanesi, işletmelerinin sahip olduğu çevreci özelliklerin satış fiyatına herhangi bir etkisinin olmadığını belirtmişlerdir. Bu işletmeler, piyasadaki yoğun fiyat rekabetinden dolayı, çevreci özelliklerine vurgu yaparak fiyatlarını yukarı yönde revize etmeye isteksiz olduklarını ifade etmişlerdir. Diğer taraftan, Muğla’nın Göcek ilçesinde görüşme yapılan 4 farklı marina işletmesinin tamamı, Göcek bölgesinin çevre yapısının doğal ve bozulmamış olmasının, bu bölgedeki marina hizmetlerinin fiyatlarına yukarı yönde etki yaptığını belirtmişlerdir.

Bir diğer marina yöneticisi de yapmış oldukları yatırımlar sonucunda güneş enerjisinden elektrik üretmeye başlayacaklarını bu sayede enerji tasarrufunun sağlanacağını, bunun sonucunda da marinada uyguladıkları fiyatlarda küçük de olsa bir indirim yaparak fiyatlarının ‘‘yeşil’’ olduğuna vurgu yapacaklarını belirtmiştir.

#### 4.5.13. Yeşil marina

Katılımcılara *“Marinanızın satış ve pazarlamasında ‘‘Çevreci Marina’’ özelliğinin rolü nedir?”* sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların 5 tanesi, marinalarının etrafının *“doğa ve ağaçlar ile çevrili”* olmasıyla birlikte bulundukları bölgenin bir ÖÇK(Özel Çevre Koruma) bölgesi olmasının çevreci özelliklerini ön plana çıkarmalarında farklılık yaratan bir unsur olduğunu ifade etmişlerdir. Diğer taraftan 7 farklı marina yöneticisi, sahip oldukları çevreci ödül ve belgelerin işletmelerinin çevreci özelliğini ön plana çıkarmada etkili olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca, marina yöneticilerinin tamamı, uyguladıkları atık programlarının müşteriler tarafından takdir edildiğini ifade etmişlerdir.

Görüşmelerimizde marina yöneticilerinin tamamı, bir marina içerisinde deniz suyu temizlik oranının müşterilerin çevre konusunda en çok dikkat ettiği unsurların başında geldiğini belirtmişlerdir. Bu bağlamda görüşme yaptığımız işletmelerden 10 tanesi, marinalarının içerisindeki deniz suyu kalitesinin son derece yüksek olduğunu vurgulayarak bu özelliklerinin müşterilerini memnun ettiğini ifade etmişlerdir. Ancak buna karşın deniz suyu kalitesinin herhangi bir bilimsel ölçüm yolu ile denetlenmediğini de belirtmişlerdir. Deniz suyu kalitesini, sadece gözlem yoluyla değerlendirdiklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca marina yöneticilerinden 2 tanesi, mavi bayrak kriterleri arasında marina içerisinde deniz suyu kalitesinin değerlendirilmeye alınmamasını önemli bir eksiklik olarak gördüklerini belirtmişlerdir.

Ziyaret edilen marina işletmelerinden 17 tanesi, marina içerisinde deniz suyu kalitesine önem verdiklerini bu amaçla marina içerisinde su sirkülasyonunu sağlayacak yüzer pontonlar kullandıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca gene görüşme esnasında marina yöneticilerinden 2 tanesi, marinanın içerisinde su sirkülasyonunu artırmak amacıyla dalgakıranlar üzerinde beton kültler yerleştirdiklerini belirtmişlerdir. Bu sayede beton kültler arasından giren su sayesinde marina içerisinde su sirkülasyonunun artması sağlanmaktadır.

Gerçekleştirdiğimiz görüşmelerde marina yöneticilerinden 6 tanesi, bulundukları Fethiye, Marmaris ve Bodrum bölgelerindeki deniz kirliliğinden yakılarak bu

durumun, marinacılık ve turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir olmasına engel oluşturduğunu belirtmişlerdir. Marmaris, Bodrum ve Fethiye bölgelerinde şehir merkezindeki doğal limanlar içerisinde su akıntısının fazla olmaması ile birlikte deniz kirliliğinin de artmakta olduğunu ifade edilmiştir. Özellikle Fethiye bölgesinde deniz kirliliğinin temel nedeninin, körfez içine akan akarsular aracılığıyla çeşitli kirletici maddelerin ve tarım ilaçları gibi kimyasalların deniz suyuna ulaşmasından kaynaklandığı katılımcılar tarafından belirtilmiştir.

Marina işletmelerinin tamamı, marina içerisindeki yeşil alanlarının artırılmasını sağlayarak müşterilere çevreci özelliklerini vurgulamaya çalıştıklarını ifade etmişlerdir.

#### **4.5.14. Yeşil yapılar**

Görüşme yapılan marina yöneticilerinden sadece bir tanesi, bina yapım esnasında çevre danışmanlığı aldıklarını bunun sonucu olarak marinanın yapımında çevreye duyarlı doğal ve uzun ömürlü yapı malzemeleri kullanıldığını ifade etmiştir. Ayrıca gene aynı işletme, içerisinde klor içermeyen kendi kendini temizleyen bio-havuz yapımını tamamlamakta olduklarını belirtmiştir. Bu havuz, tamamen klorsuz bir yapıya sahiptir. Havuzun rejanerasyon bölümdeki bitkiler sayesinde suyun arıtması doğal olarak kendi kendine sağlanmaktadır. Sudaki kötü bakterilerin kendi kendine arıtması gerçekleşmektedir. Bu havuzda klor gibi kimyasal asit düzenleyici kullanılmadan müşterilerin içilebilir kıvamda bir su içerisinde yüzmesi sağlanacaktır.

Isı yalıtımı konusunda görüşme yapılan 20 işletmeden 9 tanesi, binalarının *“eski tarihlerde yapıldığını”* ifade ederek herhangi bir ısı yalıtımı kullanılmadığını belirtmişlerdir. İlgili 9 işletmede binaların ısı yalıtımının olmaması, önemli bir eksiklik olarak görülmektedir.

Ziyaret edilen marina işletmelerinden 2 tanesi, marinanın yapımında denize dolgu yapmayarak denize ve doğaya zarar vermemeye özen gösterdiklerini ve bu sayede de marina içerisine su akışının artmasını da sağlayarak marina içindeki suyun her daim temiz kalmasını sağladıklarını ifade etmişlerdir. Aynı şekilde, 3 farklı marina işletmesi de deniz tabanına zarar vermemek ve su akışının devamlılığını

sağlamak için yüzer dalgakıran yapımı gerçekleştirdiklerini belirtirken 17 farklı marina işletmesi de gene aynı amaçla ‘‘yüzer iskele’’ olarak bilinen ponton kullanımını tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

#### **4.5.15. Yeşil işbirlikleri**

Katılımcılara ‘‘Çevreci işbirliği faaliyetleriniz var mı?’’ sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların 14 tanesi çevreci işbirliği faaliyetlerinin olduğunu belirtmişlerdir. Bu konuda ilgili işletmelerden 10 işletme, çevresel konulardaki gelişmeleri takip etmek ve bilgi alışverişi yapmak için başta Türmepa olmak üzere çeşitli çevre derneklerine üyeliklerinin olduğuna vurgu yapmışlardır.

Görüşme yapılan marina yöneticilerinden 7 tanesi, milli eğitim, orman bakanlığı ve yerel belediyelerle işbirliği yaparak ağaç dikme kampanyaları gerçekleştirdiklerine vurgu yapmışlardır. Bu sayede hem öğrenciler hem de toplum da çevre bilincinin oluşmasına katkı sağladıklarını belirtmişlerdir.

İşletmelerden bir tanesi, toplumda çevre bilincinin yaratılmasında farklılık yaratmak adına milli eğitimde engelli öğrenciler için çevre eğitimi ve ağaç dikme kampanyası düzenlediğine vurgu yapmıştır. İlgili işletme, bu faaliyetleri ile engelli öğrencilere çevreci faaliyetler de bulunmak için ‘‘engeller’’ olmadığını öğretmeyi amaçladığını ifade etmiştir.

Görüşme yapılan marina işletmelerinden 5 tanesi, 2017 yılı içerisinde TÜRÇEV(Türkiye Çevre Eğitim Vakfı)’in atık toplama bilincinin artması için düzenlediği ‘‘Atık Pil Toplama Yarışması’’ na katıldıklarını belirtmişlerdir. Bu yarışmaya katılan ilgili 5 işletmeden bir tanesi, Türkiye üçüncüsü olarak ödülleri teslim aldıklarını ve bundan gurur duyduklarını ifade etmişlerdir.

Ziyaret edilen marina işletmelerinden 2 tanesi, mavi bayrak kapsamında tüm Türkiye’deki marinalar arasında en fazla çevre etkinliği düzenleyen marinalar olduklarını belirterek bu konuda da ‘‘En İyi Çevre Etkinliği Düzenleyen Marina’’ ödülünü aldıklarını belirtmişlerdir.

Bir diğer marina müdürü, işletme olarak bitkisel kızartma yağlarının geri dönüşümüne de son derece önem verdiklerini, bu kapsamda milli eğitimle çalışma

yaparak okullardaki öğrencilerden evlerinden kızartma yağı atıklarını getirmesini istediklerini bunun sonucunda öğrencilerin ailelerinin de bitkisel yağların geri dönüşümü konusunda bilinçlenmesine katkı sağlamaya çalıştıklarına vurgu yapmıştır.

Çevreci konferans ve diğer çevre toplantılarının yapılmasına önem veren bir diğer marina müdürü de çevre örgütlerinin ve derneklerinin toplantılarını ve konferanslarını düzenlemeleri için işletmelerine ait konferans salonunu ücretsiz olarak kendilerine tahsis ettiklerini belirtmiştir.

#### Mavi dalga projesi

Görüşme gerçekleştirilen marina müdürlerinden bir diğeri, deniz kirliliğinin önlenmesine verdikleri önemi vurgulamak için mavi dalga projesine dahil olduklarını aşağıdaki ifadeleri ile sunmuştur;

*“Fethiye bölgesinde deniz ticaret odası, Turmepa, İngiliz Seyahat Vakfı ve marinamız ile birlikte oluşturduğumuz blue way (mavi dalga) çalışmamız vardır. Bu projede denizden kazanç sağlayan kesimin çevre konusunda bilinçlendirilmesi için çalışmalar yapmaktayız. Deniz ortamı rüzgar, akıntı ve dalgaların bulunduğu akışkan bir ortamdır. Denizde bir yerde oluşan kirlilik başka bölgeleri de etkileyebiliyor. Bizde bu paydaşların doğru eğitilmesini hedefleyen bir proje geliştirdik. Çünkü marinamızda içeride herhangi bir kirlilik olmasa dahi akıntılarla, rüzgarlarla, akarsular ve karasal kaynaklı nedenlerle tüm marinalarımız kirlenebilecek durumdadır. Dalga kıranlarımız bulunsa dahi bu kirlilik dip akıntılar yoluyla çevremize gelebilir. İşletme olarak sadece kendi bölgemiz değil, çevremizdeki diğer olası riskleri de göz önünde bulundurmamız gerekiyordu. Günöbirlik tur tekneleri, gulet ve bareboat charter tekne çalışanları gibi deniz sektöründe farklı dallarda bu işi yapan insanları da deniz çevresini koruma konusunda bilinçli hale getirmek için çalışmamızı başlattık. Bununla ilgili anketler yapıldı ve broşürler basıldı. Bu çalışmalarımız şu anda halen devam ediyor.”*

#### **4.5.16. Yeşil sponsorluklar**

Katılımcılara “‘Çevreci sponsorluk faaliyetleriniz var mı?’” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılardan 11 tanesi, çevresel sponsorluk faaliyetleri olduğunu belirtmiştir. Bu işletmelerden 4 tanesi, çevre derneklerinin teknelerine ücretsiz bağlama hizmeti verdiklerini ve bu derneklere gerekli ekipman desteği sağladıklarını belirtmişlerdir.

#### **4.5.17. Yeşil iletişim**

Marina müdürleri ile görüşmelerimizde özellikle mavi bayrak ve 5 altın çıpa gibi ödüllere sahip olan marinaların bu çevreci özelliklerini işletme içerisindeki pano ve reklam broşürlerinde vurguladıkları belirtmişlerdir. Görüşme esnasında marina müdürlerinden 3 tanesi işletmelerinin bağlı olduğu holdingin aynı zamanda tv kanalına sahip olduğunu ve bu tv kanallarında sürekli olarak işletmelerinin çevreci özelliklerinin ve hizmetlerinin reklamının yapıldığını belirtmişlerdir.

Görüşme yapılan marina müdürlerinden 8 tanesi, müşterilere yönelik uyguladıkları çevreci eğitimlerin işletmelerinin müşterilere karşı çevreci özelliğini ön plana çıkardığını belirterek bu eğitimlerin yapılmasının önemine vurgu yapmışlardır.

#### **4.5.18. Marina işletmelerinde farklılık yaratan çevreci uygulamalar**

Gerçekleştirdiğimiz görüşmelerde marina yöneticileri, farklılık yaratan çevreci uygulamalar gerçekleştirdiklerini ve bu uygulamalarıyla işletmelerinin çevreci özelliklerini ön plana çıkardıklarını vurgulamışlardır. Bu marina yöneticilerinden bir tanesi, yakın zamanda güneş enerjisinden elektrik elde etme projesi ile enerji tasarrufu sağlayacaklarını böylece fosil yakıtların çevreyi kirletmesini önleyeceklerini ve Türkiye’de bu çevreci özelliği barındıran ilk marina olarak ön plana çıkacaklarını belirtmiştir.

3 marina yöneticisi de işletmelerinde yüzer dalga kıran uygulaması ile marina içerisinde suyun sirkülasyonunu sağlayarak marina içerisindeki deniz suyunun her zaman temiz kalmasını sağladıklarını belirtmişlerdir.

6 marina işletmesi de tatlı su ihtiyaçlarını deniz suyundan arıtarak karşıladıklarını ve böylece tatlı su kaynaklarının korunmasına katkı sağlayarak bu konuda çevreci bir farklılık yarattıklarını ifade etmişlerdir.

Marina yöneticilerinden 2 tanesi, gerçekleştirdikleri *‘farklılık yaratan çevreci uygulamalar’* sayesinde bir yeşil pazarlama unsuru olarak çevreci özelliklerini ön plana çıkardıklarını belirtmişlerdir. Bu işletmeler, marinanın yapımı esnasında deniz dibinde hiçbir dolgu malzemesi kullanmadan marinayı inşaa ettiklerini belirterek *‘dünyadaki sayılı doğal korunaklı marinalar’* olduklarını vurgulamışlardır.

Bir diğer marina işletmesi de farklılık yaratan çevreci uygulamaları ile kendini ön plana çıkarmaktadır. İlgili marinanın en can alıcı özelliği, iskele ve orman arasından yol geçmemesidir. Yani müşteriler iskelelerinden çıkar çıkmaz ormanın içerisine girmektedir. Bu marina yapıların hiçbirisi betonarme değildir. Yapı malzemesi için mümkün olduğunca doğal yapı malzemeleri kullanılmıştır. Marina duvarları yapımında betonarme yerine yığma taş kullanılmıştır. İşletme içerisinde yollar, yerel taşlar kullanarak yapılmıştır. Bir tek otopark bölümünde yol yapımı için beton kullanılmıştır. İlgili marinanın mümkün olduğunca natural olarak kalmasına özen gösterilmektedir. Bitkilerin bakımında kimyasal ilaçlama yapılmamaktadır. Bahçe ve doğal alanlardaki böcek ve solucanlara karşı tavuklar beslenmektedir. Gübre olarak da kalifornia solucanı gübresi kullanılmaktadır. Dolayısıyla Nitrat gibi herhangi bir kimyasal veya toksik atık bırakarak doğaya ve çevreye zarar verecek türde gübre kullanılmamasına özen gösterilmektedir.

#### **4.5.19. İşletmelerin çevreci faaliyetleri ve sahip oldukları belgeler**

Gerçekleştirdiğimiz görüşmelerde katılımcıların vermiş olduğu cevaplara göre işletmelerin çevreci faaliyetleri ve sahip oldukları belgeler aşağıdaki Tablo 3 ve Tablo 4’te belirtilmiştir.

Tablo 3 : İşletmelerin Çevreci Faaliyetleri ve Sahip Oldukları Belgeler I

| <b>Marina İsmi (A1;A10)</b>                                            | <b>A1</b>                           | <b>A2</b>                           | <b>A3</b>                           | <b>A4</b>                           | <b>A5</b>                           | <b>A6</b>                           | <b>A7</b>                           | <b>A8</b>                           | <b>A9</b>                           | <b>A10</b>                          |
|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Mavi Bayrak Ödülü                                                      | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 5 Altın Çıpa Ödülü                                                     | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| ISO 14001                                                              | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Yeşil İşbirlikleri                                                     | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Yeşil Sponsorluk                                                       | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Binalarda Isı Yalıtımı Kullanımı                                       | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| İşletme Çalışanlarına Çevre Eğitimi Verilmesi                          | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Müşterilere Çevre Eğitimi Verilmesi                                    | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Müşterilere Çevre Geri Bildirim Anketi Uygulaması                      | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| İşletme Dışı Ağaçlandırma Faaliyetleri                                 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Endemik Bitki Türlerini Korunma Faaliyetleri                           | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Hayvan Popülasyonu Korunması Faaliyetleri                              | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Çalışanların İşletme Dışı Deniz Dibi temizliği Faaliyetlerine Katılımı | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| İşletme Bünyesinde Deniz Suyu Arıtma Tesisi                            | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| İşletme Bünyesinde Atıksu Arıtma Tesisi                                | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |

Tablo 4 : İşletmelerin Çevreci Faaliyetleri ve Sahip Oldukları Belgeler II

| <b>Marina İsmi(A11;A20)</b>                                            | <b>A11</b>                          | <b>A12</b>                          | <b>A13</b>                          | <b>A14</b>                          | <b>A15</b>                          | <b>A16</b>                          | <b>A17</b>                          | <b>A18</b>                          | <b>A19</b>                          | <b>A20</b>                          |
|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Mavi Bayrak Ödülü                                                      | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 5 Altın Çıpa Ödülü                                                     | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| ISO 14001                                                              | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Yeşil İşbirlikleri                                                     | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Yeşil Sponsorluk                                                       | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Binalarda Isı Yalıtımı Kullanımı                                       | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| İşletme Çalışanlarına Çevre Eğitimi Verilmesi                          | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Müşterilere Çevre Eğitimi Verilmesi                                    | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Müşterilere Çevre Geri Bildirim Anketi Uygulaması                      | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| İşletme Dışı Ağaçlandırma Faaliyetleri                                 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Endemik Bitki Türlerini Korumaya Yönelik Faaliyetler                   | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Hayvan Popülasyonu Korunması Faaliyetleri                              | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Çalışanların İşletme Dışı Deniz dibi temizliği Faaliyetlerine Katılımı | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| İşletme Bünyesinde Deniz Suyu Arıtma Tesisi                            | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| İşletme Bünyesinde Atıksu Arıtma Tesisi                                | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |

## **BEŞİNCİ BÖLÜM**

### **SONUÇ VE ÖNERİLER**

Ülkemizde marina sayıları her geçen gün artmakta ve bunun sonucunda marinaların çevreye etkilerinin kontrol altına alınması, gün geçtikçe daha çok önem verilen bir konu halinde gelmektedir. Marina sayısı ve yat bağlama kapasitesinin artması sonucunda oluşabilecek çevresel sorunların minimize edilmesi, deniz turizminin sürdürülebilirliği açısından da önem arz etmektedir. Sürdürülebilirlik ilkesi gözetilerek ülkemizin turizm açısından değer taşıyan doğal ve tarihi güzelliklerinin korunması gerekmektedir.

Bu çalışmada, marinalardaki çevreci uygulamaların neler olduğu araştırılmış ve bu uygulamaların marina işletmelerince “yeşil bir ürün” olarak ne şekilde ön plana çıkarıldığını ortaya koymak amaçlanmıştır. Son yıllarda, özellikle devletin yaptığı denetimler ve toplumun çevre konusunda bilinçlenmesi sonucunda, marinaların sağladığı ürün ve hizmetlerin yeterli düzeyde çevreci özellikler taşıması gerektiği algısı artmaktadır.

Literatürde marina çevreci uygulamalar üzerine başta atık yönetimi olmak üzere çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Ancak bu çevreci uygulamaların yeşil bir ürün olarak müşterilere nasıl sunulacağı yeterince irdelenmemiştir. Bu çalışmada, marinalardaki çevreci uygulamaların “yeşil bir ürün” olarak müşterilere ne şekilde sunulduğu ortaya konulmuştur.

Literatürde turizm endüstrisi bağlamında konaklama ve yiyecek-içecek sektörlerindeki yeşil pazarlama uygulamalarına yönelik çalışmalar yer almakta ancak marina işletmelerindeki yeşil pazarlama uygulamalarına yeterince yer verilmemektedir. Bu çalışma ile literatürdeki bu boşluk doldurulmaya çalışılmış ve marina işletmeleri yöneticilerine yeşil pazarlama uygulamaları ile ilgili bir çerçeve sunulmuştur.

Bu çalışma, Muğla ili sınırları içerisinde yer alan Bodrum, Marmaris, Datça ve Fethiye ilçelerinde toplam 20 farklı marina işletmesi ile Mart-Mayıs 2017 dönemi tarihlerinde mülakat tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiş nitel bir çalışmadır.

Çalışmada 17 marina yöneticisi ve 3 marina sorumlusu ile görüşülmüştür. Görüşülen kişilerin yaş ortalaması 42,85 yıl, ortalama sektör tecrübeleri ise 12,75 yıldır.

Görüşme yapılan marina müdürlerinden 9 tanesi, işletmelerinin şehir merkezinden uzakta ve doğasının bozulmamış bir bölgede yer almasının, marinalarının çevreci özelliğini ön plana çıkarması için kendilerine fırsat sunduğunu ifade etmişlerdir. Diğer taraftan bu işletme yöneticileri, doğanın sunduğu bu fırsatın, bölgelerindeki yapılaşma ve kirlilik kaynaklarının artması ile ortadan kalkabileceğini ifade etmişlerdir. Deniz turizminde sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi ve marinacılık sektörünün gelişebilmesi için bu gibi doğası bozulmamış bölgelerin korunması gerektiği görülmektedir.

Araştırmamızda katılımcıların tamamı, müşterilerinin çevreci bir kriter olarak öncelikli olarak içerisindeki deniz suyu temiz olan bir marina konaklamayı tercih etme eğiliminde olduğunu belirtmişlerdir. Şehir merkezinden uzakta bulunan 9 marina işletmesi, bu konuda gene avantaj elde etmektedir. Çünkü bu marinalardaki deniz suyunun, şehir merkezindeki marinalara göre daha temiz olduğu, katılımcılar tarafından ifade edilmiştir. Marmaris, Bodrum ve Fethiye gibi şehir merkezlerinde doğal liman içinde akıntı olmaması ve kara kaynaklı kirlilik sebebi ile marinaların deniz suyu kalitesinin düşük olduğu ifade edilmiştir. Marinaların tamamı, işletmelerinin içindeki deniz suyu kalitesini artırmak için çözümler bulmaya çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Bu konuda işletmelerin marina içerisinde su kalitesini artırmak için yüzer ponton ve iskeleler kullandıkları görülmektedir.

Görüşmelerimizde marina yöneticilerinden 6 tanesi, çevreci olma kriterlerini sadece atık yönetimini etkin şekilde uygulamakla sağladıklarını ifade etmişlerdir. Buna karşın, bir marinanın çevreci uygulamaları sadece atık yönetimiyle sınırlı kalmamalıdır. Marinanın işletme faaliyetlerinin de doğaya ve çevreye etkileri sürekli değerlendirilerek bu konuda gerekli önlemler alınmalıdır. Bunun için denizin daha az kirlenmesi, bitki ve hayvan popülasyonunun korunması ve çevre bilinçlenmesinin sağlanması için gerekli çalışmalar yapılmalıdır.

Görüşme yapılan işletmelerin tamamı, yeşil tüketici kitlesinin en başta yabancı yatıcılardan oluştuğunu daha sonra Türk yatçıların geldiğini belirtmişlerdir. Ancak bu konuda çevreye duyarlı müşteri kitlesini belirlemeye yönelik herhangi bir çalışmalarının bulunmadığını belirtmişlerdir. Bu konuda, ‘‘marinalarda çevreye duyarlı müşterilerin’’ tanımlanması ve bu müşteri kitlesinin talep ve beklentilerinin ortaya konulması için gelecekte akademik çalışmaların yapılması gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Marinaların 7 tanesi, mavi bayrak ödülüne sahip olduklarını ve bu ödüle sahip olmakla birlikte ‘‘mavi bayrak etkinlikleri’’ kapsamında ağaç dikimi ve çevre eğitimi başta olmak üzere yeşil sponsorluk ve yeşil işbirliği gibi faaliyetlere katıldıklarını belirtmişlerdir. Görüşmeler sonucunda, mavi bayrak sahibi olan bütün marinaların, yeşil halkla ilişkiler, sponsorluk ve işbirliği gibi konularda kendilerini daha fazla ön plana çıkardığı ve bunu bir ‘‘yeşil pazarlama’’ unsuru olarak kullandıkları tespit edilmiştir.

Mavi bayrak ve 5 altın çıpa ödülleriyle sahip olmak marina işletmelerine çevreci müşterileri kazandırmaktadır. Marina işletmeleri, bu gibi ödüllere sahip olarak çevreci özelliklerini vurgulamalıdır. Buna karşın, bu gibi ödüllerin ücret karşılığı veriliyor olması, marina sektöründe önde gelen kişiler tarafından ciddi şekilde eleştirilmektedir. Diğer taraftan bu ödüllere sahip olan işletmeler, bu ödüllerin ne anlama geldiği konusunda da müşterileri bilinçlendirmek için özel eğitim programları uygulamalıdır.

Marina işletmeleri, farklılık yaratan yeşil pazarlama uygulamaları ile kendilerini ön plana çıkarmaktadır. İşletmeler, yeşil yapılar ve çevreci enerji uygulamaları, bölgelerine özel bitki ve hayvan popülasyonunu korumaya yönelik faaliyetleri, yöre halkı, müşteriler ve okullara yönelik çevreci bilinçlendirme ve eğitim programları ile yeşil pazarlama uygulamalarında farklılık yaratmaktadırlar. Bu farklılık yaratan uygulamalar, ‘‘yeşil müşteri’’ kazanılması konusunda işletmelere rekabet avantajı sağlayacaktır. Çalışmamızda ilgili işletmelerde bu farklılık yaratan uygulamalar ortaya konulmuştur. Çalışmamız sonucunda ‘X’ isimli bir marina işletmesinin, gerçekleştirdiği farklılık yaratan yeşil pazarlama uygulamalarının çoğunu bünyesinde barındırması nedeniyle yeşil pazarlama

uygulamaları konusunda diğer işletmelere göre avantajlı durumda olduğu tespit edilmiştir.

Yeşil pazarlamanın etkin bir şekilde kullanılabilmesi için müşteriler olan yatçıların çevresel konularda bilinçlendirilmesi için eğitim verilmesi gerekliliği, 11 farklı katılımcı tarafından ifade edilmiştir. Müşterilere çevre duyarlılığını kazandırmak amacıyla verilecek bu eğitim, marina dışındaki kuruluşlarda veya marina içerisinde verilebilmektedir. Katılımcılardan 8 tanesi, çevre konusunda işletme içerisinde müşterilere eğitim verdiklerine vurgu yapmıştır.

Katılımcılarla gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda işletmelerin çevreci uygulamaları ve özellikleri değerlendirildiğinde ziyaret edilen işletmelerden 8 tanesi, marinalarını müşterilerin zihninde “çevreci marina” olarak konumlandıklarını belirtmişlerdir. Bu amaç doğrultusunda ilgili marina yöneticileri, yoğun olarak çevreci halkla ilişkiler ve reklam faaliyetleri içerisinde olduklarını ve çevreci bir işletme olduklarını her platformda vurgulayarak dile getirdiklerini ifade etmişlerdir. Aynı şekilde bu işletmeler, çevreci olduklarını gösteren belge ve ödüllere sahip olmak için yoğun çaba harcadıklarını bu amaçla çevre uygulamalarını geliştirmek için yatırımlar yaptıklarını belirtmişlerdir.

Araştırma kapsamında işletme yöneticileri ile yapılan görüşmelerden elde edilen veriler, yapılan alan taraması ve yerinde yapılan gözlemler sonucu marina işletmelerinde yeşil pazarlama uygulamalarının geliştirilmesi için marinalara şu öneriler sunulabilir:

İşletme içerisinde katı, sıvı ve tehlikeli atıkların etkin bir şekilde toplanarak depolanması ve sonrasında geri dönüşüme kazandırılarak bertaraf edilmesi büyük önem taşımaktadır.

Mavi Bayrak, 5 Altın Çıpa ve Iso 14001 gibi ödül ve belgelere sahip olunması ve bunların pazarlamada ön plana çıkarılması bir marina işletmesi için önem taşımaktadır. Diğer taraftan bu ödüllerin ne anlama geldiği konusunda müşterilere bilgi verilmesi için eğitimlerin de düzenlenmesi gerekmektedir.

İşletme içinde ve dışında ağaçlandırma çalışmaları yapılmalıdır. Ayrıca işletme içerisinde endemik bitki türlerinin ekiminin yapılması da işletmenin çevreci özelliğine katkı sağlayacaktır.

İşletmenin bulunduğu yöredeki insanlar ve öğrencilerin katılımıyla ağaç dikme ve çeşitli çevreci faaliyetler gerçekleştirilmelidir. Bu gibi faaliyetlerin gerçekleştirilmesi, müşteriler ve **yerel halkın gözünde** işletmenin çevreci imajının güçlenmesine katkı sağlayacaktır.

İşletme içinde veya yakın çevresinde hangi hayvan popülasyonlarının bulunduğu belirlenmeli ve bu hayvan popülasyonlarının korunması için neler yapılabileceği değerlendirilmelidir.

Marina içinde deniz suyunun temiz kalması için çalışmalar gerçekleştirilmelidir. Bunun için marina içinden dışarıya akıntının oluşmasını sağlayacak yüzer ponton ve dalgakıran yatırımları değerlendirilmelidir.

Müşterilere yakın uzaklıkta ve yeterli sayıda geri dönüşüm kutuları sağlanmalıdır.

İşletmelerin çevreci özellikleri, işletme içerisindeki panolar ve broşürler yardımıyla müşterilere sürekli olarak aktarılmalıdır.

Müşterilere çevre konusunda eğitim verilmeli ve çevre uygulamaları konusunda gönüllülük esasına dayanan organizasyonlar düzenlenmelidir. Müşterilere çevreye duyarlı yat bakım malzemelerinin nasıl kullanılacağı açıklanmalıdır. Müşterilere geri dönüşüm hakkında gerekli bilgiler verilmeli, marina çevresindeki bitki ve hayvan popülasyonunun korunması için de gene müşterilere ne şekilde hareket edebilecekleri açıklanmalıdır.

Müşterilere ve çalışanlara su ve elektrik tasarrufu yapmanın önemi belirtilerek ne şekilde tasarruflar yapılabileceği açıklanmalıdır.

Marina içerisinde atık suyun ve de deniz suyunun arıtılması için gerekli arıtma tesisinin kurulması, işletmenin çevreci özelliğine katkı sağlayacaktır.

Müşterilerin çevre ile ilgili beklentileri konusunda anket veya diğer yöntemlerle geri bildirim alınmalıdır.

Tekne bakım operasyonları, işletme içerisinde izole edilmiş ve denizden uzak bir alanda yapılmalıdır. İşletme içerisinde kapalı tekne bakım hangarları bulunmalıdır.

Türmepa gibi çevreci dernek ve kuruluşlara üye olunmalı ve bu gibi kuruluşların çevreci faaliyetleri yakından takip edilmelidir. Deniz turizminde faaliyet gösteren diğer paydaş işletmeler ve diğer çevreci kuruluşlar ile çevreyi korumaya yönelik çevreci iş birliği gerçekleştirilmesi için stratejiler benimsenmelidir.



## KAYNAKÇA

- Ağacan, İ. (2014). Çevre Kirliliği Sorunları İle Mücadelelerde Türkiye'de Uygulanan Çevre Vergileri ve Çevre Vergisi Bilinci, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, SAÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Sakarya, s.1.
- Akaltan, C. (2016). Marinalarda Çevre Yönetimi Uygulamaları: Türkiye Marinaları Üzerine Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, DEÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla
- Akın, G. (2006). Küresel Isınma, Nedenleri ve Sonuçları *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih- Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 2, 29-43.
- Ar, A. A. (2009). Yeşil Pazarlamadan Kaynaklanan Kazanımlar ve Türk Tekstil Sektöründe Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, UÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa, s. 73.
- Ar, A. A. (2011). *Yeşil Pazarlama*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş.
- Artun, H., & Bakırcı, H. (2012). Ülkelerin Çevre Eğitimine Etki Eden Faktörlerin Değerlendirilmesi *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 2, 365-384.
- Aslan, F. (2007). Yeşil Pazarlama Faaliyetleri Çerçevesinde Kafkas Üniversitesi Öğrencilerinin Çevreye Duyarlı Ürünleri Kullanma Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, KAÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kars, s.17.
- Atasoy, L. (2010). Yat Kaynaklı Atıksuların Phaselis Koyuna Çevresel Etkileri ve Marinalarda Atıksu Yönetimi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, AKDITYK. Fen Bilimleri Enstitüsü, Antalya, s.49.
- Atay, L., & Dilek, S. E. (2013). Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: Ibis Otel Örneği *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1,203-219.
- Ay, C., & Ecevit, Z. (2005). Çevre Bilinçli Tüketiciler *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 2005, 238-263.

Ayyıldız, H., & Genç, K. Y. (2008). Çevreye Duyarlı Pazarlama: Üniversite Öğrencilerinin Çevreye Duyarlı Pazarlama Uygulamaları ile İlgili Tutum ve Davranışları Üzerine Bir Araştırma. *Dergipark*, 2, 505-527.

Baykal, H., Baykal, T. (2008). Küreselleşen Dünya’da Çevre Sorunları *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 , 1-17.

Bayraç, H. (2010). Enerji Kullanımının Küresel Isınmaya Etkisi ve Önleyici Politikalar *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11, 229-260.

Bertan, S. (2008). Turizmin Çevre Üzerinde Yarattığı Etkiler: Pamukkale Örneği *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 , 204-214.

Canım, F. (2015). Yerel Yönetimlerin Yeşil Pazarlama Algılama Farklılıkları Üzerine Bir Araştırma, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *KATÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Trabzon, s. 25.

Çabuk, S., Nakıboğlu, B., & Keleş, C. (2008). Tüketicilerin Yeşil (Ürün) Satın Alma Davranışlarının Sosyo-Demografik Değişkenler Açısında İncelenmesi *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 1, 85-102.

Çamurcu, H. (2005). Dünya Nüfus Artışı ve Getirdiği Sorunlar *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13, 87-105.

Çoban, S., & Sönmez, Y. (2014). Yeşil Pazarlama Karmasına Yönelik Tüketici Tutumlarının Demografik Özelliklere Göre Farklılaşması: Ahi Evren Üniversitesi Örneği *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3, 65-82.

Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü, (2013) Ülkemizde Yat Limanı (Marina) İşletmeciliği, Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, [http://www.ubak.gov.tr/BLSM\\_WIYS/DTGM/tr/Belgelik/guncel\\_haber\\_arsiv/20131212\\_151112\\_64032\\_1\\_64480.pdf](http://www.ubak.gov.tr/BLSM_WIYS/DTGM/tr/Belgelik/guncel_haber_arsiv/20131212_151112_64032_1_64480.pdf)

Deniz Ticaret Odası (2016). Marinalar *Deniz Ticareti*, 8-13.

Deniz, M. H. (2009). Sanayileşme Perspektifinde Kentleşme ve Çevre İlişkisi *İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü Coğrafya Dergisi*, 19,97-105.

Dikeç, G. (2015). Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi: Türkiye'deki Marinalar Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, DEÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, s. 58.

Dilek, S.E. (2007). Turizm İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: Bir Alan Araştırması, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, ÇOMÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Çanakkale, s.107.

Doğa Koruma Merkezi. (2013). *Türkiye'de Suyun Durumu ve Su yönetiminde Yeni Yaklaşımlar: Çevresel Perspektif* . İstanbul : Golden Medya Matbaacılık ve Ticaret A.Ş. .

Doğanay, Ö., & Kırıcıoğlu, İ. (2016). Kaynak - Avantaj Teorisi Perspektifinden Sürdürülebilir Pazarlama *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 17,25-41.

Dolgen, D., Alpaslan, M. N., & Serifoglu, A. G. (2003) Best Waste Management Programs (BWMPs) for marinas. *Journal of Coastal Conservation*, 1,57-63.

Dölgen, D., Alpaslan, M. N., & Serifoglu. (2003). Best Waste Management Programs (BWMPs) for marinas: A case study *Journal of Coastal Conservation*, 9,57-63.

Ekinci, B.T. (2007). Yeşil Pazarlama Uygulamalarında Yaşanan Sorunlar ve Örnek Bir Uygulama, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, MÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul, s.115.

European Commission Environment, (2009) Blue Flag Beach Criteria and Explanatory Notes 2008-2009, <http://ec.europa.eu/ourcoast/download.cfm?fileID=1018>

Gordon, M., & Matuk, V. , (2012) The California Clean Marina Toolkit, A Resource For Environmentally Sound Marina Management and Operation, United

States Environmental Protection Agency – EPA,  
[http://dbw.parks.ca.gov/pages/28702/files/marina-toolkit\[1\].pdf](http://dbw.parks.ca.gov/pages/28702/files/marina-toolkit[1].pdf)

Görkem, D., & Töz, A. (2016). Marina Müşterilerinin Marinalarda Aldıkları Hizmetlerin Kalite Düzeylerine Yönelik Algılarının Analizi *Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 109-135.

Güleç, H. (2016). Dış Ticarete Yeşil Pazarlama Etkileri ve bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *İTİCÜ*. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

Gündoğdu, N. ,(2010) Biyolojik Çeşitliliği Koruma Yöntemleri, Türkiye'nin Anonim Kuşları, [http://www.trakus.org/kods\\_bird/pdf/87564.pdf](http://www.trakus.org/kods_bird/pdf/87564.pdf)

Gündüzalp, A., & Güven, S. (2016). Atık, Çeşitleri, Atık Yönetimi, Geri Dönüşüm ve Tüketici: Çankaya Belediyesi ve Semt Tüketicileri Örneği *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi* 8, 1-19.

Hoballah, A. (2007). 20 Years of Blue Flag. Copenhagen , Denmark.

ICOMIA (Uluslararası Marina Derneği Konseyi), (2017) Clean Marina Programme, ICOMIA (Uluslararası Marina Derneği Konseyi), <http://www.icomia.com/committees/32/default.aspx>.

Indiana Department of Environmental Management, (2008) Indiana Clean Marina Guidebook, [http://www.in.gov/idem/prevention/files/clean\\_marina\\_guide\\_solid\\_waste.pdf](http://www.in.gov/idem/prevention/files/clean_marina_guide_solid_waste.pdf)

Işık, D. A. (2010). Yat Turizminde Holistik Pazarlama ve Türkiye İçin Farklılaştırma Stratejileri, Yayınlanmamış Doktora Tezi, DEÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, s. 16-17.

Kacur, L.L. (2008). Yeşil Pazarlama ve Kayseri'deki İşletmeler Üzerine Bir Uygulama, *ERÜ*. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Kayseri, s.2008.

Karaca, A., & Turgay, O. c. (2012). Toprak Kirliliği *Toprak Bilimi ve Bitki Beslenme Dergisi*, 1,13-19.

Karaca, Ş. (2013). Tüketicilerin Yeşil Ürünlere İlişkin Tutumlarının İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma *Ege Akademik Bakış*, 1, 99-111.

Karataş, A. (2013). Çevre Bilincinin Geliştirilmesinde Çevre Eğitiminin Rolü ve Niğde Üniversitesi Eğitim Fakültesi Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, NİĞÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Niğde, s.257.

Kaypak, Ş. (2011). Küreselleşme Sürecinde Sürdürülebilir Bir Kalkınma İçin Sürdürülebilir Bir Çevre *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13,19-33.

Kaypak, Ş. (2013). Çevre Sorunlarının Çözümünde Küresel Çevre Politikalarının Önemi *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31,17-34.

Kırımhan, S. (2006). *Hava Kirliliği ve Kontrolü*. Ankara: Turhan Kitabevi Ofset Matbaacılık Tesisleri.

Kuduz, N. (2007). Yeşil Pazarlama Faaliyetlerinin Tüketicilerin Satın Alma Davranışlarına Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, SÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Konya, s.332.

Lüy, E., Varınca, K., & Kemirtlek, A. (2007). Katı Atık Geri Kazanım Çalışmaları; İstanbul Örneği. *AB Sürecinde Türkiye’de Katı Atık Yönetimi ve Çevre Sorunları Sempozyumu-TÜRKAY 2007*. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi .

Manigel, U. (2011). IMCI Blue Star Marina Certification — A Transparent System to Indicate the Quality Level of Marinas *Journal of Coastal Research*, 61, 123-125.

Massachusetts Office of Coastal Zone Management, (2001) Massachusetts Clean Marina Guide, Commonwealth of Massachusetts, <http://www.mass.gov/eea/docs/czm/cwq/marinas/cmg-complete.pdf>

Mevzuatı Geliştirme ve Yayın Genel Müdürlüğü,(1983) Çevre Kanunu, *Mevzuatı Geliştirme ve Yayın Genel Müdürlüğü*, <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2872.pdf>

Milli Eğitim Bakanlığı, (2014) Su Kirliliği ve Önlemleri, Mesleki ve Teknik Eğitim Programlar ve Öğretim Metaryalleri, [http://megep.meb.gov.tr/mte\\_program\\_modul/moduller\\_pdf/Su%20Kirlili%C4%9Fi%20Ve%20%C3%96nlemleri.pdf](http://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Su%20Kirlili%C4%9Fi%20Ve%20%C3%96nlemleri.pdf)

Nalbant, E. (2005). İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı. *Celal Bayer Üniversitesi İİBF Yönetim Ve Ekonomi Dergisi*, 1,193-201.

Onurlubaş, E., & Dinçer, D. (2016). *Yeşil Pazarlama: Tüketici Algısı Üzerine Bir Araştırma*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş.

Oral, E. Z. (2000). Yat Limanlarında Yer Seçimi. *III. Ulusal Kıyı Mühendisliği Sempozyumu* (s. 377-388). Çanakkale : İnşaat Mühendisleri Odası.

Orhon, D., Sözen, S., Üstün, B., Görgün, E., & Karahan, Ö. (2002). *Su yönetimi ve Sürdürülebilir Kalkınma* . İstanbul : Tubitak.

Özcan, S. (2007). Küresel Konferanslar ve Çevre Sorunları: Çevre Kalkınma ve Etik Açısından Eleştirel Değerlendirme. *Uluslar arası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi* (s. 761-780). Ankara: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu.

Özhan, P. (2009). İletişim Boyutuyla Yeşil Pazarlama Kavramı ve Bir Kampanya Analizi, *MÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü*. İstanbul, s.109-110.

Özkaya, B. (2010). İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Anlayışının Uzantısı Olarak Yeşil Pazarlama Bağlamında Yeşil Reklamlar *Öneri Dergisi*, 34, 247-258.

Ruşen, K., & Hamamcı C. (1993). *Çevrebilim*. İstanbul: İmge Kitapevi Yayınları.

Sağlam, N. E., Düzgüneş, E., & Balık, İ. (2008). Küresel Isınma ve İklim Değişikliği *Ege Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi*, 1,89-94.

Sarı, F. Ö. (2011). Marina İşletmelerinde Hizmet Yönetimi: Yatçıların Hizmet Kalitesi Algılamaları ile Marinadan Tatminleri, Tekrar Tercih ve Tavsiye Etme Eğilimleri Arasındaki İlişkinin Analitik İncelenmesi. Yayınlanmış Doktora Tezi, *DEÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İzmir, s. 4-46.

Seyhan, G. (2010). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Konaklama İşletmelerinde Çevreye Duyarlı Uygulamalar ve Yeşil Pazarlama; Örnekolay Çalışması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, DEÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, s. 246

Indiana Department of Environmental Management, (2008) Indiana Clean Marina Guide Book, State of Indiana, [https://www.in.gov/idem/prevention/files/clean\\_marina\\_guide\\_water\\_quality.pdf](https://www.in.gov/idem/prevention/files/clean_marina_guide_water_quality.pdf)

T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, (2015) Toprak Kirliliği, T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, <https://www.csb.gov.tr/db/bolu/editordosya/TOPRAK.pdf>

Tanrıvermiş, H., & Mülâyim, Z. (1999). Sanayinin Neden Olduğu Çevre Kirliliğinin Tarıma Verdiği Zararların Değerinin Bıçılması: Samsun Gübre (TÜGSAŞ) ve Karadeniz Bakır (KBİ) Sanayileri Örneği. *Tr. J. of Agriculture and Forestry*, 23, 337-345.

Tayfun, N. Ö., & Öçlü, B. (2016). Çevreci Ürünlerin Tüketicilerin Satın Alma Kararlarındaki Yeri Üzerine Bir Uygulama *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9 , 185-198.

Taylor, R., (2017) Clean Marina Programs, Clean Marinas Program, <http://www.cleanmarina.org/thecleanabout.html>

The Ocean Conservancy, (2001) GOODMATE: Recreational Boating & Marina Manual, The U.S. Coast Guard Auxiliary, <http://pdept.cgaux.org/Documents/Active/Prevention/Training/GoodMateManual.pdf>

Tuğdemir, G., Soğukpınar, H., Özbolat, M., & Cerit, A. G. (2016). Marina İşletmeleri ve Kullanıcıların Sürdürülebilir Çevreye Etkisi: İzmir İçin Kalitatif Bir Çalışma. *III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu* (s. 329-355). İzmir : Dokuz Eylül Üniversitesi .

Turhan, S. (2010). Turizm İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Marmaris Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, MSKÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla, s.13.

Türkiye Çevre Eğitim Vakfı (TÜRÇEV), (2016) Blue Flag Programme, Türkiye Çevre Eğitim Vakfı, [http://www.mavibayrak.org.tr/en/icerikDetay.aspx?icerik\\_refno=10#](http://www.mavibayrak.org.tr/en/icerikDetay.aspx?icerik_refno=10#)

Türkiye Çevre Eğitim Vakfı. (2014) *Marinalar için Mavi Bayrak Kriterleri*, Türkiye Çevre Eğitim Vakfı, [http://www.mavibayrak.org.tr/tr/icerikDetay.aspx?icerik\\_refno=13](http://www.mavibayrak.org.tr/tr/icerikDetay.aspx?icerik_refno=13)

Türkiye Çevre Eğitim Vakfı, (2014) Marinalar için Mavi Bayrak Kriterleri ve Kılavuz Notları, Türkiye Çevre Eğitim Vakfı, [http://www.mavibayrak.org.tr/userfiles/file/Marina%20Kriterleri%20Kilavuz%20Notlar-2014\(1\).pdf](http://www.mavibayrak.org.tr/userfiles/file/Marina%20Kriterleri%20Kilavuz%20Notlar-2014(1).pdf)

Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Tekniği: Görüşme *Dergi Park*, 24, 543-559.

U.S. Environmental Protection Agency, (2015) Management Measures for Marinas and Recreational Boating, U.S. Environmental Protection Agency, [https://www.epa.gov/sites/production/files/2015-09/documents/czara\\_chapter5\\_marinas.pdf](https://www.epa.gov/sites/production/files/2015-09/documents/czara_chapter5_marinas.pdf)

Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı, (2005) 1978 Protokolü ile Değişik, 1973 Tarihli Denizlerin Gemiler Tarafından Kirletilmesinin Önlenmesine Ait Uluslararası Sözleşme (MARPOL 73/78), Ulaştırma Habercilik ve Denizcilik Bakanlığı, <http://imo.udhb.gov.tr/TR/19Marpol.aspx>

United States Coast Guard Auxiliary, (2008) Prevent Spill, United States Coast Guard Auxiliary, <http://a11306.uscgaux.info/response.html>

Massachusetts Department of Environmental Protection, (2016) Bilge Water Handling, <http://projects.geosyntec.com/npsmanual/Fact%20Sheets/Bilge%20Water%20Handling.pdf>.

Uzunoğlu, H. , (2014) Çevremizi Kirleten Atıklar ve Atık Yönetimi, İzmir Ticaret Odası, [http://www.izmir.org.tr/portals/0/argebulten/at%C4%B1klarveat%C4%B1ky%C3%B6netimi\\_handeuzunoglu.pdf](http://www.izmir.org.tr/portals/0/argebulten/at%C4%B1klarveat%C4%B1ky%C3%B6netimi_handeuzunoglu.pdf) .

Üstünay, M. (2008). İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları Çerçevesinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları ve Kimya Sektörüne Yönelik Bir İnceleme, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *TÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Edirne, s.1.

Yavuz, C. T. ,(2016) Mavi Bayrak Eğitimi Kuşadası Marin Deterjan ve Mavi Kart Uygulaması, Türkiye Çevre ve Eğitim Vakfı, [http://www.mavibayrak.org.tr/userfiles/file/4\\_%20Marin%20Deterjanlar%20ve%20Mavi%20Kart-%C3%87evre%20ve%20%C5%9Eehircilik%20Bakanl%C4%B1%C4%9F%C4%B1.pdf](http://www.mavibayrak.org.tr/userfiles/file/4_%20Marin%20Deterjanlar%20ve%20Mavi%20Kart-%C3%87evre%20ve%20%C5%9Eehircilik%20Bakanl%C4%B1%C4%9F%C4%B1.pdf) .

Yumuşak, T. (2016). Rekabetin Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi ve Rekabet Araçları, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *GÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Ankara, s.122.

Yüksel, E. (2009). Yeşil Pazarlamanın Modern Pazarlamadaki Yeri ve Küresel Bazda Değerlendirilmesi: Uygulama Örnekleri. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

## EKLER

### EK 1: GÖRÜŞME FORMU

#### MARİNA İŞLETMELERİNDE ÇEVRECİ UYGULAMALAR VE YEŞİL PAZARLAMA GÖRÜŞME FORMU

Görüşülen Kişinin

|                        |                           |
|------------------------|---------------------------|
| Pozisyonu:             | Eğitim Düzeyi             |
| Sektördeki İş Deneyimi | Deniz Ehliyet Yeterliliği |

İşletmeler Hakkında Bilgiler ve Çevreci Uygulamalarla İlgili Mülakat Soruları

İşletmenizle ilgili genel bilgiler verebilir misiniz?

İşletmenizin çevre politikası nedir?

Yatlardan atık alımına yönelik uygulamalarınız nelerdir?

Enerji ve su kullanımına yönelik tasarruflar yapılıyor mu?

İşletme içindeki ekolojik faaliyetleriniz nelerdir?

İşletmenizin sahip olduğu kalite belgeleri ve ödüller nelerdir?

Yağmur suyu ve tekne bakımından kaynaklanan kirliliği önlemek için marina içerisinde ne tür çevre koruyucu uygulamalar yapılmaktadır?

İşletmenizde yeşil pazarlama ile ilgili uygulamalarınız nelerdir?

Marinanızın yeşil ürün olarak planlama ve geliştirme süreci nasıldır?

Marinanıza mal ve hizmet sağlayan tedarikçilerde aranan çevreci kriterler nelerdir?

Marinanızda çevreye duyarlı tekne malzemeleri satışı yapılmakta mıdır?

Marinanızın çevreci özelliğinin satış fiyatına etkisi var mı?

Mavi bayrak ve 5 altın çıpa ödülünüz var mı, bu ödüllerin marinaların çevreci özelliğini ön plana çıkardığını düşünüyor musunuz?

Marinanızın satış ve pazarlamasında ‘‘Çevreci Marina’’ özelliğinin rolü nedir?

Marina sektöründe çevreye duyarlı müşteri kitlesi kimlerden oluşmaktadır?

Marinanızın halkla ilişkiler ve sponsorluk faaliyetleri var mı?

Marina personeline çevreye duyarlı uygulamalarla ilgili eğitim veriliyor mu?

Müşteriler çevresel konularda bilgilendiriliyor mu?

Müşterilere ve marina personeline çevresel konularla ilgili eğitim veriliyor mu?

Müşterilerden çevresel uygulamalarla ilgili ger bildirim alınıyor mu?



## ÖZ GEÇMİŞ

### KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı: Onur ERDOĞAN

Doğum Yeri: Datça/Muğla

Doğum Tarihi: 1984

Medeni Hali: Bekar

### EĞİTİM BİLGİLERİ

.....

.....

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ DENİZCİLİK İŞLETMELERİ YÖNETİMİ  
BÖLÜMÜ (2008 MEZUNU)

### MESLEKİ BİLGİLER

- 1- Öğretim Görevlisi | Muğla Üniversitesi Datça Kazım Yılmaz MYO –  
Marina İşletme Programı/ Muğla, Türkiye / ( 01.04.2016 – .....)

#### Görevler:

Yat İşletmeleri ve Marina yönetimi alanında eğitim vermek

- 2- Öğretim Görevlisi | Bartın Üniversitesi MYO – Yat İşletme ve Yönetimi  
Programı / Bartın, Türkiye / ( 11.12.2015 – 15.03.2016)

#### Görevler:

Yat İşletmeleri ve Marina yönetimi alanında eğitim vermek

- 3- Lojistik Uzmanı | DORUK TARIM / İzmir, Türkiye / ( 07.01.2014 –  
30.09.2014 )

**Görevler:**

İhracat yurt dışı deniz yolu nakliyesinin organize edilmesi

İhracat evraklarının hazırlanması ve gümrük işlemlerinin takibi

Yurt içi kara nakliyesinin organize edilmesi

Depodaki malların stok takibinin yapılması

4- Lojistik Uzmanı | ENDO ENDUSTRIEL DONANIM/ İzmir, Türkiye /  
05.09.2013 – 06.12.2013

**Görevler:**

Yurt dışı deniz-kara-hava ithalat taşımacılığının organize edilmesi

İthalat evraklarının düzenlenmesi ve gümrük işlemlerinin takibi

Navlun fiyat araştırması yapılması

Yurt içi kara nakliyesinin organize edilmesi

İthal edilen ürünlerin stok takibinin yapılması

5- Lojistik Uzmanı | BELSTAR DENİZCİLİK/ İstanbul, Türkiye /  
21.05.2012 – 24.06.2013

**Görevler:**

Marmara Bölgesinde konteyner sevkiyatlarının organize edilmesi

Navlun ve kara nakliye fiyatlarının belirlenmesi

İlgili ithalat ihracat yüklerinin gümrük işlemlerinin takip edilmesi

İlgili yüklere uygun araç tedarikinin sağlanması

Ekipman kontrolünün yapılması

Yüke hasar gelmesi durumunda ilgili yasal prosedürün takip edilmesi

6- Lojistik Uzmanı | GLOBELINK UNIMAR LOJİSTİK/ İzmir, Türkiye /  
15.03.2012 - 15.05.2012

**Görevler:**

İlgili deniz yolu ihracat yüklerine ait konşimentoların basılması ve diğer bütün taşıma evraklarının hazırlanarak takibinin yapılması

Faturalandırma için ilgili taşıma masraflarının sisteme işlenmesi

Deniz yolu ihracat- ithalat navlun tekliflerinin hazırlanması

7- Lojistik Uzmanı | İNCİ LOJİSTİK/ İstanbul, Türkiye / 07.04.2011 - 31.08.2011

**Görevler:**

İlgili deniz yolu ihracat yüklerine ait konşimentoların basılması ve diğer bütün taşıma evraklarının hazırlanarak takibinin yapılması

Faturalandırma için ilgili taşıma masraflarının sisteme işlenmesi

Deniz yolu ihracat- ithalat navlun tekliflerinin hazırlanması