



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Oğuzhan DALMAZ

TURİSTLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK BİLİNCİ VE SORUMLU TURİZM
DAVRANIŞLARININ YEŞİL SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ:
ANTALYA ÖRNEĞİ

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2024



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Oğuzhan DALMAZ

TURİSTLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK BİLİNCİ VE SORUMLU TURİZM
DAVRANIŞLARININ YEŞİL SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ:
ANTALYA ÖRNEĞİ

Danışman

Doç. Dr. Pınar ÇELİK ÇAYLAK

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2024

T.C.
Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Oğuzhan DALMAZ'ın bu çalışması, jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Doç. Dr. Mehmet BAHAR (İmza)

Üye (Danışman) : Doç. Dr. Pınar ÇELİK ÇAYLAK (İmza)

Üye : Doç. Dr. Derya ÖZİLHAN ÖZBEY (İmza)

Tez Başlığı: Turistlerin Sürdürülebilirlik Bilinci ve Sorumlu Turizm Davranışlarının
Yeşil Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Antalya Örneği

Onay: Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 11/07/2024

Mezuniyet Tarihi : 18/07/2024

AKADEMİK BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Turistlerin Sürdürülebilirlik Bilinci ve Sorumlu Turizm Davranışlarının Yeşil Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Antalya Örneği” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

(İmza)

Oğuzhan DALMAZ





11 / 07 / 2024

TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU BEYAN BELGESİ

Öğrenci Bilgileri	
Adı-Soyadı	Oğuzhan DALMAZ
Öğrenci Numarası	202152104002
Anabilim Dalı	Turizm İşletmeciliği
Programı	Tezli Yüksek Lisans
Danışman Öğretim Üyesi Bilgileri	
Unvanı, Adı-Soyadı	Doç. Dr. Pınar ÇELİK ÇAYLAK
Yüksek Lisans Tez Başlığı	Turistlerin Sürdürülebilirlik Bilinci ve Sorumlu Turizm Davranışlarının Yeşil Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Antalya Örneği
Turnitin Bilgileri	
Ödev Numarası	2402337785
Rapor Tarihi	11.07.2024
Benzerlik Oranı	Alıntılar hariç: %14 Alıntılar dahil: %14
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE, Yukarıda bilgileri bulunan öğrenciye ait tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 84 sayfalık kısmına ilişkin olarak Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esaslarında belirlenen filtrelemeler uygulanarak yukarıdaki detayları verilen ve ekte sunulan rapor alınmıştır. Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir: (X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylarım. () Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esaslarında öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.	
Gerekçe:	
Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlere uygun olarak tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.	
Danışman Öğretim Üyesi Doç. Dr. Pınar ÇELİK ÇAYLAK İmza	

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ.....	iv
TABLOLAR LİSTESİ.....	v
ÖZET.....	vi
SUMMARY.....	vii
ÖNSÖZ.....	viii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM

1.1. Sürdürülebilirlik	3
1.1.1. Sürdürülebilirlik Kavramı	3
1.1.2. Sürdürülebilir Kalkınma Kavramı ve Boyutları	4
1.1.2.1. Çevresel Boyutu.....	7
1.1.2.2. Ekonomik Boyutu	8
1.1.2.3. Sosyo-Kültürel Boyutu.....	8
1.2. Sürdürülebilirlik Bilinci	9
1.2.1. Çevresel Bilinçten Sürdürülebilirlik Bilincine Geçiş	10
1.2.2. Sürdürülebilirlik Bilincinin Boyutları.....	11
1.3. Sürdürülebilir Turizm Kavramı.....	11
1.3.1. Sürdürülebilir Turizmin Gelişimi	13
1.3.2. Sürdürülebilir Turizmin Önemi	14
1.3.3. Sürdürülebilir Turizmin Hedefleri.....	15
1.3.4. Sürdürülebilir Turizmin Boyutları.....	16
1.3.5. Sürdürülebilir Turizmin İlkeleri	17
1.3.6. Sürdürülebilir Turizm ve Sürdürülebilirlik Bilinci.....	18
1.3.6.1. Turistlerin Sürdürülebilirlik Bilinci	19
1.3.7. Turistlerin Sürdürülebilir Turizme İlgisi	20
1.3.8. Sürdürülebilir Turizmin Turistler Üzerindeki Etkileri	21

İKİNCİ BÖLÜM

SORUMLU TURİZM VE YEŞİL SATIN ALMA NİYETİ

2.1.	Sorumlu Turizm	22
2.1.1.	Sorumlu Turizm Kavramı	22
2.1.2.	Sorumlu Turizmin Özellikleri	22
2.1.3.	Sorumlu Turizmin Boyutları	24
2.1.3.1.	Ekonomik Sorumluluk	24
2.1.3.2.	Sosyal ve Kültürel Sorumluluk.....	25
2.1.3.3.	Çevresel Sorumluluk.....	27
2.1.4.	Sorumlu Turist.....	28
2.1.5.	Turistlerin Sorumlu Turizm Davranışları	28
2.1.6.	Sorumlu Turizm ile Sürdürülebilirlik Arasındaki İlişki	30
2.2.	Yeşil Satın Alma Niyeti.....	31
2.2.1.	Yeşil Satın Alma Niyetini Etkileyen Faktörler	32
2.2.1.1.	Çevresel Kaygı.....	32
2.2.1.2.	Çevre Bilgisi	33
2.2.1.3.	Yeşil Aklama	34
2.2.2.	Yeşil Satın Alma Niyeti ile Sürdürülebilirlik Arasındaki İlişki	35
2.3.	Sürdürülebilirlik Bilinci, Sorumlu Turizm ve Yeşil Satın Alma Niyeti İlişkisi	37

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA TASARIMI VE BULGULARI

3.1.	Araştırmanın Konusu ve Önemi.....	39
3.2.	Araştırmanın Amacı	39
3.3.	Araştırma Modeli ve Hipotezleri.....	40
3.4.	Araştırmanın Hipotezleri	40
3.5.	Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları.....	41
3.6.	Araştırmanın Örnekleme Süreci.....	41
3.7.	Veri Toplama Araçları.....	42
3.8.	Verilerin Analizi.....	43
3.9.	Güvenilirlik Analizi.....	44
3.10.	Doğrulayıcı Faktör Analizi	44
3.11.	Demografik Bilgilere Yönelik Bulgular	46
3.12.	Korelasyon Analizi	47

3.13. Karşılaştırmalı Analizler.....	48
3.13.1. Cinsiyete Göre Karşılaştırmalı Analizler	48
3.13.2. Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırmalı Analizler.....	49
3.14. Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları	52
SONUÇ.....	58
KAYNAKÇA.....	62
ANKET FORMU TÜRKÇE.....	80
ANKET FORMU İNGİLİZCE.....	83
ÖZGEÇMİŞ.....	86



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (UN Global Compact, 2023).....	5
Şekil 3.1. Araştırma Modeli	40
Şekil 3.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi	45
Şekil 3.3. Sürdürülebilirlik Bilinci ile Yeşil Satın Alma Arasındaki Doğrusallık	53
Şekil 3.4. Sorumlu Turizm Davranışı ile Yeşil Satın Alma Niyeti Arasındaki Doğrusallık....	54
Şekil 3.5. Hataların Dağılımı.....	55
Şekil 3.6. Eş Varyanslılık.....	56



TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 3.1. Sürdürülebilirlik Bilinci Ölçeği Boyutları ve İfade Numaraları	42
Tablo 3.2. Sorumlu Turizm Davranışı İfade Numaraları	43
Tablo 3.3. Yeşil Satın Alma Niyeti Ölçeği Boyutları ve İfade Numaraları	43
Tablo 3.4. Ölçeklerin Güvenirlilik Analizleri	44
Tablo 3.5. Demografik Bilgiler	46
Tablo 3.6. Korelasyon Analizi.....	47
Tablo 3.7. Cinsiyete Göre Mann Whitney U Testi Sonuçları	49
Tablo 3.8. Eğitim Durumuna Göre Kruskal Wallis Testi Sonuçları.....	49
Tablo 3.9. Sürdürülebilirlik Bilinci ve Eğitim Durumu Mann Whitney U Testi Sonuçları.....	50
Tablo 3.10. Sorumlu Turizm Davranışı ve Eğitim Durumu Mann Whitney U Testi Sonuçları	51
Tablo 3.11. Çarpıklık ve Basıklık Değerleri	53
Tablo 3.12. Değişkenler Arasında Korelasyon Tablosu	54
Tablo 3.13. Uç Değer Analizi Sonuçları.....	55
Tablo 3.14. ANOVA Analizi Sonuçları.....	56
Tablo 3.15. Regresyon Analizi Sonuçları	57

ÖZET

Turizmde sürdürülebilirlik, bireyleri ve toplumu çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel boyutta etkilemektedir. Bu etki sonucunda turistlerin bilgi, tutum ve davranışlarında farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Bilgi, tutum ve davranış gibi boyutları bulunan sürdürülebilirlik bilinci ise ekonominin, ekolojinin ve tüm toplumların eşitsizliğin uzun vadeli geleceğini dikkate alan kararların nasıl alınacağını öğrenme sürecidir. Bu öğrenme süreci sonucu turistlerin sahip oldukları tutum ve davranışlarda şekillenmektedir. Sorumlu turizm ise olumsuz ekonomik, çevresel ve sosyal etkileri en aza indirmek; yerel halk için ekonomik faydalar yaratmak, doğal ve kültürel mirasın korunmasına katkıda bulunmak ve turistlere keyifli deneyimler yaşatmayı amaçlamaktadır. Bireyin çevresel sürdürülebilirlik kavramına ilişkin farkındalığı ve yeşil firmaları, ürünleri veya hizmetleri daha fazla tercih etmesi ise yeşil satın alma niyeti olarak açıklanmaktadır. Yeşil ürün ve hizmetlere olan ilginin artması, tüketicilerin olumlu satın alma niyeti geliştirmelerine ve yeşil kampanyalara katılmalarına yol açmaktadır. Bu noktalardan hareketle, turistlerin sahip oldukları sürdürülebilirlik bilinci, sorumlu turizm davranışı ve yeşil satın alma niyetleri bu tez çalışmasının ana motivasyonudur. Bu araştırmada turistlerin sürdürülebilirlik bilinci ve sorumlu turizm davranışlarının yeşil satın alma niyetleri üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Önemli tatil destinasyonlarından birisi olan Antalya'yı ziyaret eden turistlerle gerçekleştirilen anketlerin sonuçları SPSS programı ile analiz edilmiştir. Değişkenler arasında anlamlı bir ilişki bulunup bulunmadığı ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda, demografik bilgilerin değişkenler üzerindeki etkileri ile sürdürülebilirlik bilinci ve sorumlu turizm davranışlarının yeşil satın alma niyetleri üzerindeki etkisinin incelendiği dokuz hipotez ortaya konmuştur. Turistlerin sürdürülebilirlik bilincinin, sorumlu turizm davranışlarının ve yeşil satın alma niyetlerinin cinsiyete göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Turistlerin eğitim durumuna göre ise sürdürülebilirlik bilincinin ve sorumlu turizm davranışlarının farklılık gösterdiği ancak yeşil satın alma niyetleri arasında bir farklılık olmadığı ortaya çıkmıştır. Turistlerin sürdürülebilirlik bilincinin sorumlu turizm davranışlarını olumlu yönde etkilediği, sorumlu turizm davranışlarının yeşil satın alma niyetlerini olumlu yönde etkilediği ve turistlerin sürdürülebilirlik bilinci ve sorumlu turizm davranışlarının yeşil satın alma niyetleri üzerinde etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilirlik Bilinci, Sorumlu Turizm, Sorumlu Turizm Davranışı, Yeşil Satın Alma Niyeti

SUMMARY

The Impact Of Tourists Sustainability Consciousness And Responsible Tourism Behavior On Green Purchase Intent: The Case Of Antalya

Sustainability in tourism affects individuals and society in environmental, economic and socio-cultural dimensions. As a result of this effect, differences emerge in tourists' knowledge, attitudes and behaviors. Sustainability consciousness, which has dimensions such as knowledge, attitude and behavior, is the process of learning how to make decisions that take into account the long-term future of inequality in the economy, ecology and all communities. As a result of this learning process, the attitudes and behaviors of tourists are shaped. Responsible tourism means minimizing negative economic, environmental and social impacts; It aims to create economic benefits for local people, contribute to the protection of natural and cultural heritage and provide enjoyable experiences for tourists. The individual's awareness of the concept of environmental sustainability and his/her preference for green companies, products or services are explained as green purchasing intention. Increasing interest in green products and services leads consumers to develop positive purchasing intentions and participate in green campaigns. Based on these points, tourists' sustainability consciousness, responsible tourism behavior and green purchasing intentions are the main motivation of this thesis study. In this research, the effect of tourists' sustainability consciousness and responsible tourism behavior on their green purchasing intentions was investigated. The results of the surveys conducted with tourists visiting Antalya, one of the important holiday destinations, were analyzed with the SPSS software. An attempt was made to reveal whether there was a significant relationship between the variables. In this context, nine hypotheses were put forward to examine the effects of demographic information on variables and the effects of sustainability consciousness and responsible tourism behaviors on green purchasing intentions. It was concluded that tourists' sustainability consciousness, responsible tourism behaviors and green purchasing intentions differ according to gender. It has been revealed that sustainability consciousness and responsible tourism behaviors vary according to the educational level of tourists, but there is no difference in their green purchasing intentions. It was concluded that tourists' sustainability consciousness positively affects their responsible tourism behaviors, responsible tourism behaviors positively affect their green purchasing intentions, and tourists' sustainability consciousness and responsible tourism behaviors have an impact on their green purchasing intentions.

Keywords: Sustainability, Sustainability Consciousness, Responsible Tourism, Responsible Tourism Behavior, Green Purchasing Intention

ÖNSÖZ

Türkiye'nin yıllık en fazla yabancı turist ağırlayan destinasyonlarından birisi olan Antalya'da doğup, burada yaşama devam etmeyi büyük bir nimet olarak görüyorum. Her yıl milyonlarca kişi ağırlayan bu coğrafyanın, taşından toprağına, kültüründen tarihine her yeri bir cennet. Ancak sahip olduğumuz bu zenginliği gelecek nesillere aynı şekilde ulaştırmak, bunu korumak ise en büyük vazifemiz olması gerekiyor. Turizmin olumsuz etkilerini en aza indirmek ve sahip olduğumuz kaynakları geleceğe aktarmak adına bu çalışma hem akademiye hem de sektöre bir armağandır.

Yüksek lisans hayatıma hem akademik yönden kendimi geliştirmek hem de yaşadığım yere borcumu ödemek amacıyla başladım. Antalya'da turizm alanında sürdürülebilirliğe çok önem veriyorum. Sahip olduğumuz kaynakların geleceğe aynı şekilde iletilmesini, Antalya'nın tüm coğrafyasının turizmden gerekli payını almasını istiyorum. Tüm bunlar yüksek lisansımı turizm alanında yapmamı teşvik eden unsurlar oldu. Bu unsurlar sonucunda ise yaşadığım tüm zorluklara rağmen pes etmeme engel olan, çıkış yollarını bana her zaman gösteren, bu zorluklara karşı benimle mücadele eden bir kişiyi tanıdım. Günümüzün önemi sürekli olarak artan bir konusu olan turizmde sürdürülebilirlik alanında gerçekleştirdiğimiz bu çalışmanın, başından itibaren en büyük destekçisi, iyileştirilmesi ve sonuçları ile birden çok alana katkı sağlaması için bana sürekli olarak yol gösteren, beni her zaman destekleyen, motivasyonumu sürekli en üst seviyede tutan, iyi bir insan ve örnek bir akademisyen, çok kıymetli hocam, yüksek lisans tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Pınar ÇELİK ÇAYLAK'a içten minnet ve şükranlarımı sunarım.

Yüksek lisans sürecimde beni destekleyen, bana katkı sağlayan, yaşadığım zorluklarda yanımda olan hocalarım Sayın Doç. Dr. Derya ÖZİLHAN ÖZBEY'e, Sayın Doç. Dr. Gül COŞKUN DEĞİRMEN'e tüm içtenliğimle teşekkürlerimi sunarım.

Özellikle hayat boyu eğitim danışmanım olarak rol biçtiğim, bu tez ve yüksek lisansım içinde görüş ve önerileri ile her zaman beni destekleyen, yardımcı olan, her ihtiyacımda yanımda olan çok değerli kardeşim Mustafa ÇİFTÇİOĞLU'na çok teşekkür ederim. Ayrıca bütün eğitim hayatımda her zaman bana destek veren annem, babam, ağabeylerim, yengelerim ve yeğenlerime; veri toplama sürecinde gönüllü olarak destek veren çok değerli kardeşlerim Bahtiyar DALMAZ ve Ramazan UYSAL'a; çalışma süresince manevi olarak yanımda olan sevgili arkadaşlarım İsmail KARAKUŞ'a çok teşekkür ederim.

Oğuzhan DALMAZ

GİRİŞ

Küresel turizm endüstrisi son yıllarda önemli bir genişleme göstererek ekonominin en büyük ve en hızlı büyüyen sektörlerinden biri haline geldi. Bu büyüme, ekonomik kalkınma, istihdam yaratma ve kültürel değişim de dahil olmak üzere çok sayıda faydayı beraberinde getirdi. Ancak aynı zamanda çevresel ve sosyal etkilerine ilişkin endişeleri de gündeme getirerek sürdürülebilir ve sorumlu turizm uygulamalarına olan ihtiyacın giderek daha fazla tanınmasına yol açtı.

Sürdürülebilir turizm, turizm faaliyetlerini çevre üzerindeki olumsuz etkileri en aza indirecek, kültürel mirası koruyacak ve yerel topluluklara fayda sağlayacak şekilde yönetme konusunda giderek daha kritik bir yaklaşım olarak kabul edilmektedir (Mathew ve Sreejesh, 2017; 85). Sürdürülebilirlik bilinci, bireylerin çevresel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik konularını anlamasını, ilgilenmesini ve bunlara bağlılığını ifade etmektedir (Gericke vd., 2019; 37). Sorumlu turizm davranışı ise çevrenin korunmasını, yerel kültürlere saygıyı ve gidilen bölgenin refahını ön planda tutan uygulamaları kapsamaktadır (Rasdi vd., 2019; 51).

Sürdürülebilir turizm bağlamında, turistlerin sürdürülebilirlik bilincinin ve sorumlu turizm davranışlarının yeşil satın alma niyetleri üzerindeki etkisinin anlaşılmasına yönelik artan bir ilgi vardır. Yeşil satın alma niyeti, tüketicilerin olumlu çevresel niteliklere veya sürdürülebilirlik bilgilerine sahip olduğu algılanan ürün veya hizmetleri seçme isteği ve eğilimini ifade eder (Maichum vd., 2016; 1). Turistlerin yeşil satın alma niyetini şekillendiren faktörlerin anlaşılması, turizm sektöründe sürdürülebilir tüketim kalıplarının teşvik edilmesi ve çevre dostu ürün ve hizmetlere olan talebin artırılması açısından çok önemlidir.

Bu araştırmanın odak noktası, turistlerin sürdürülebilirlik bilinci, sorumlu turizm davranışı ve yeşil satın alma niyeti arasındaki ilişkiyi, Türkiye'nin popüler bir turizm destinasyonu olan Antalya örneğine özel bir vurgu yaparak araştırmaktır. Antalya, çarpıcı doğal manzaraları, zengin kültürel mirası ve çeşitli turizm olanaklarıyla ünlüdür ve bu dinamikleri gerçek dünya bağlamında incelemek için ideal bir konumdur.

Antalya'da turistlerin sürdürülebilirlik bilincinin ve sorumlu turizm davranışlarının yeşil satın alma niyetleri üzerindeki etkisini araştıran bu çalışma, sürdürülebilir turizm destinasyonlarındaki tüketici davranışlarına ilişkin değerli bilgiler sunmayı amaçlamaktadır. Spesifik olarak, turistler arasında yeşil satın alma niyetinin belirleyicilerini ortaya çıkarmayı, tüketici tercihlerini etkilemede sürdürülebilirlik bilincinin ve sorumlu turizm davranışının rolünü aydınlatmayı ve destinasyon yönetimi organizasyonları, turizm işletmeleri ve politika

yapıcılar için sürdürülebilir turizm gelişimini teşvik etmek amacıyla pratik öneriler sunmayı amaçlamaktadır.

Bu hedeflere ulaşmak için bu araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılacaktır. Anket aracılığıyla elde edilen veriler, turistlerin sürdürülebilirlik bilinci, sorumlu turizm davranışı ve yeşil satın alma niyeti arasındaki karmaşık ilişkilerin Antalya bağlamında kapsamlı bir şekilde anlaşılmasını sağlamayı amaçlamaktadır.

Ampirik bulguları ve teorik katkıları sayesinde bu tez, sürdürülebilir turizm alanındaki bilgiyi ilerletmeyi ve sürdürülebilir tüketim kalıplarını teşvik etmek ve dünya çapındaki destinasyon alanlarında sorumlu turizm uygulamalarını teşvik etmek isteyen paydaşlar için uygulanabilir bilgiler sağlamayı amaçlamaktadır.



BİRİNCİ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM

1.1. Sürdürülebilirlik

1.1.1. Sürdürülebilirlik Kavramı

1970'lerin başlarında gerçekleştirilen Stockholm Konferansı, sürdürülebilirlik kavramının ilk ortaya çıktığı yerdir (Scoones, 2007; 590). Burada, kalkınma ve büyüme planlarının çevresel bozukluğa veya sosyal çöküntüye yol açabileceğinden yola çıkılarak, çevreyi korumak için gerekli önlemlerin atılmadığı sürece amaçlanan ekonomik büyüme ve kalkınma elde edilemeyeceği konusunda anlaşmaya varılmıştır (Gürer, 2009; 10). Sürdürülebilirlik kavramı ilk defa 1972'de Büyümenin Sınırları isimli kitapta Donella – Dennis Meadows ve Massachusetts Teknoloji Enstitüsü ekipleri tarafından kullanılmıştır (İpeklioğlu, 2021; 3). 1980'lerin sonlarından bu yana, insanlar her yıl dünyanın kaynak üretiminden, o yıl yeniden üretilebilecek olandan daha fazlasını kullanmaktadır. Bir başka deyişle, küresel toplumun ayak izi, dünyanın sağlama kapasitesini aşmaktadır. Bu limit aşımının sonuçları ise çok tehlikelidir. İnsanlığı, daha önce hiç yaşanmamış ve deneyimlenmemiş küresel ölçekte çeşitli sorunlarla karşı karşıya getirmektedir. Bunun ile başa çıkılabilmesi için ise yeni ve farklı bakış açıları, kültürel normlar, alışkanlıklar ve kurumlar gerekmektedir. Bu hasarların düzeltilmesi için de yüzyıllar ve belki de bin yıllara ihtiyaç vardır (Meadows vd., 2005; 3).

Sürdürülebilirlik, bir popülasyon ile çevresinin taşıma kapasitesi arasındaki etkileşim sürecinde, popülasyonun bağlı olduğu çevrenin taşıma kapasitesi üzerinde geri dönülemez, olumsuz etkiler üretmeden tam potansiyelini ifade etmek için geliştiği dinamik bir denge olarak tanımlanmıştır (Ben-Eli, 2005; 3). Bir diğer tanıma göre ise ekonomi için kullanılan bir kaynakta eksilme olmaksızın bu kaynağın devamlılığının sağlanması anlamına gelmektedir (Kaya, 1997; 2). Gladwin, Kennelly ve Krause (1995) ise sürdürülebilirliği toplumun bilimsel, kültürel, sosyal, insan ve doğal kaynaklarının tedbirli bir şekilde kullanılmasını hedefleyen ve buna karşı saygı içerisinde olunmasını gerektiren katılımcı bir süreci ifade ettiğini söylemişlerdir. Sürdürülebilirlik kavramı çevresel boyutun yanında ekonomik, doğal ve sosyo-kültürel boyutlarında tehlikeye girmeden yaşamaya ve iş hayatına devam edilmesi olarak da tanımlanmıştır (Bell ve Morse, 2008; 10).

Çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik boyutlar olmak üzere sürdürülebilirlik üç temel boyuttan oluşmaktadır (Faiz ve Yüzbaşıoğlu, 2019; 1257). Sürdürülebilirlik kavramı, farklı platformlarda ve araştırmalara konu olan pek çok meslek alanının ilgi alanına girse de aramalarda sürdürülebilirliğin bileşenlerini tanımlarken çevresel, ekonomik ve sosyal-kültürel

boyutlara değinilmesi dikkat çekmektedir (Atakan, 2016; 6-7). Çevresel sürdürülebilirlik, insan ihtiyaçları için kullanılan hammaddelerin kaynaklarını korumayı ve zarar görmesini engellemeyi amaçlamaktadır (Menteşe, 2017; 383). Sosyo-kültürel sürdürülebilirlik ise yalnızca sistematik toplum katılımı ve güçlü bir sivil toplum ile başarılabilir. Topluluğun uyumu, kültürel kimlik, çeşitlilik, dayanışma, nezaket, hoşgörü, alçakgönüllülük, şefkat, sabır, hoşgörü, kardeşlik, sevgi, çoğulculuk, genel kabul görmüş dürüstlük standartları, yasalar, disiplin gibi olgular önemlidir ve hepsi sosyal ve kültürel sürdürülebilirlik içindir. Ekonomik sürdürülebilirlik, ekonomik sermayenin istikrarlı olmasını amaçlamaktadır. Yaygın tanımı ise sermayenin korunması veya sermayeyi sağlam tutmak, ticaretin devamlılığını sağlamaktır (Goodland, 1995; 3).

1.1.2. Sürdürülebilir Kalkınma Kavramı ve Boyutları

Sürdürülebilir kalkınma kavramı 1987 yılında yayınlanan ve kısaca Brundland Raporu olarak adlandırılan Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (WCED) tarafından yayınlanan “Ortak Geleceğimiz” adlı bildirge sayesinde önem kazanmaya ve tartışılmaya başlanmıştır. Bu bildirgede sürdürülebilir kalkınma, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden bugünün ihtiyaçlarını karşılayan bir kalkınma olarak tanımlanmaktadır. Brundland Raporu ile sürdürülebilir kalkınma anlayışı kapsamında gerekli değişimlerin gerçekleştirilmesi için küresel bir gündem oluşturulması amaçlanmıştır (WCED, 1987).

Birleşmiş Milletler’in Brundland Komisyonu sürdürülebilir kalkınmayı, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden bugünün ihtiyacını karşılayan kalkınma olarak tanımlamıştır (Brundtland, 1987). Sürdürülebilir kalkınma, doğal çevrenin korunması, uygulanabilir ve dinamik bir ekonominin teşvik edilmesi, sosyal eşitliğin savunulması ve tarihsel-kültürel kökler ve gelenekler için karşılıklı olarak güçlendirici bir şekilde politikaların tasarlanmasını ve uygulanmasını gerektirmektedir (Vellecco ve Mancino, 2010; 2203). Sürdürülebilir kalkınma, çevre politikası ve araştırma alanında açıkça popüler bir konu haline geliyor. Avrupa Komisyonu, tüm politika kararları bağlamında sürdürülebilir kalkınma konusunda artan bir farkındalık göstermiştir: ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel politikalar. Bu bağlamda, sürdürülebilir kalkınma paradigması üç kavramsal sütun üzerine oturmaktadır. Bu sütunlar ekonomik sürdürülebilirlik, sosyo-kültürel sürdürülebilirlik ve çevresel sürdürülebilirliktir (Basiago, 1999; 149; Simion vd., 2013; 780; Munasinghe, 2019; 29). Bu şekilde bir ayırım, daha entegre ve dengeli bir yaklaşımı teşvik etmektedir. Her bir bakış açısı, kendi bölgesel itici güçleri ve hedefleri olan bir alana veya bir sisteme karşılık

gelmektedir. Ekonomi, öncelikle mal ve hizmet tüketimindeki artışlar yoluyla insan refahını arttırmaya yöneliktir. Çevre alanı ise doğal kaynak sistemlerinin bütünlüğünün ve dayanıklılığının korunmasına odaklanmaktadır. Sosyo-kültürel alan da insan ilişkilerinin zenginleştirilmesini ve bireysel-grup isteklerinin gerçekleştirilmesini vurgulamaktadır (Munasinghe, 2019; 29-30).

Birleşmiş Milletler Genel Kurulu Eylül 2015'te, gezegeni korumak, adaletsizlik ve eşitsizlik ile mücadele etmek, yoksulluğa karşı mücadele etmek ve tamamen ortadan kaldırmak hedefi ile 2030 yılında tamamlanacak bir yol haritası çizerek Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarını kabul etmiştir. Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları, 17 küresel hedefi içinde barındıran ve gelişmişlik seviyeleri farklı ülkelere yönelik olan bir eylem planıdır (UN Global Compact, 2023).



Şekil 1.1. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (UN Global Compact, 2023)

Şekil 1'de Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nun 2015 yılında kabul ettiği Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları kapsamında farklı seviyedeki ülkeler için geçerli olan 17 hedef yer almaktadır.

Birinci hedef olan “Yoksulluğa Son”, her yerde yoksulluğun bütün biçimlerinin ortadan kaldırılmasını amaçlamaktadır. İkinci hedef “Açlığa Son” ise dünya üzerinde açlığa son verilmesini, gıdanın güvenliğini, daha sağlıklı ve iyi beslenmenin sağlanmasını, sürdürülebilir tarımı desteklemeyi içermektedir. Üçüncü hedef olan “Sağlıklı Bireyler”, sağlıklı yaşamın dünya üzerinde güvence içerisine alınmasını, her yaşta sağlığın desteklenmesini amaçlamaktadır. Dördüncü hedef olan “Nitelikli Eğitim”, eşitlikçi ve kapsayıcı, nitelikli eğitimin desteklenmesini ve her ferdin yaşamı boyunca öğreniminin desteklenmesini içermektedir. Beşinci hedef “Toplumsal Cinsiyet Eşitliği” ise toplum içerisinde cinsiyet eşitsizliğinin sağlanmasını ve özellikle kadınların ve kız çocuklarının güçlenmesini hedeflemektedir. Altıncı hedef olan “Temiz Su ve Sıhhi Koşullar”, herkesin temiz suya erişimini ve sürdürülebilir yönetiminin güvence altına alınmasını amaçlamaktadır. Yedinci hedef “Erişilebilir ve Temiz Enerji” ise toplumun uygun maliyetli, güvenilir, sürdürülebilir ve modern enerji erişiminin güvence altına alınmasını amaçlamaktadır. Sekizinci hedef “İnsana Yakışı İş ve Ekonomik Büyüme”, sürekli, kapsayıcı ve sürdürülebilir ekonomik gelişmenin, tam ve üretken istihdamın ve herkes için insana yakışır işlerin desteklenmesini amaçlamaktadır. Dokuzuncu hedef “Sanayi, Yenilikçilik ve Altyapı” ise sağlam altyapının inşasını, toplumu kapsayan ve sürdürülebilir sanayileşmenin destek görmesini ve yenilikçiliğin daha ön planda olmasını amaçlamaktadır. Onuncu hedef olan “Eşitsizliklerin Azaltılması” ise ülke içinde ve ülkeler arasında eşitsizliklerin ortadan kaldırılmasını hedeflemektedir. On birinci hedef “Sürdürülebilir Şehir ve Yaşam Alanları”, şehirlerin ve insan yerleşimlerinin kapsayıcı, güvenilir, sağlam ve sürdürülebilir durumda olmasını hedeflemektedir. On ikinci hedef olan “Sorumlu Tüketim ve Üretim”, sürdürülebilir üretim ve tüketim kalıplarının güven içerisinde sağlanmasını hedeflemektedir. On üçüncü hedef “İklim Eylemi”, iklimlerde meydana gelen değişiklikleri ve bu değişikliklerin etkilerini ortadan kaldırmak için mücadele etmeyi ve eylemliliği hedeflemektedir. On dördüncü hedef olan “Sudaki Yaşam”, okyanusların, denizlerin ve deniz kaynaklarının temiz bir şekilde korunmasını ve sürdürülebilir kullanımını amaçlamaktadır. On beşinci hedef “Karasal Yaşam” ise ekosistemlerin korunması ve sürdürülebilirliğini, gelişimini, desteklenmesini, ormanların korunmasını, çölleşmeye karşı mücadeleyi, biyoçeşitlilik kayıplarının engellenmesini hedeflemektedir. On altıncı hedef “Barış, Adalet ve Güçlü Kurumlar”, barışçıl toplumların desteklenmesini, herkesin adalet erişiminin sağlanmasını ve her anlamda etkili, hesap verebilir kurumların inşa edilmesini amaçlamaktadır. On yedinci hedef “Hedefler için Ortaklıklar” ise uygulamaların güçlendirilmesi ve Sürdürülebilir Kalkınma için küresel ortaklıkların canlandırılmasını hedeflemektedir (UN Global Compact, 2023).

1.1.2.1. Çevresel Boyutu

Sanayi devrimi sonrası birçok insan şehirlere göç etmiştir ve bu da çevre üzerindeki baskıları artırmıştır. Hava kirliliği, toprak kaybı, sera gazı salınımları ve doğal hayata verilen zarar atmıştır. Bu süreçte üretim olanakları arttıkça tüketim artmıştır ve doğal kaynakların tükenmesi sorunu ortaya çıkmıştır (Turner, 2008; 397). İklim değişikliği, sera gazlarının atmosferdeki artan yoğunluğu nedeniyle ekosisteme en büyük zararı vermektedir (Peattie vd., 2009; 276).

Sürdürülebilir kalkınma, ekolojik olarak düşünüldüğünde, fiziksel ve biyolojik olarak istikrarlı bir sistem gerektirir. Alt sistemlerin yaşayabilirliği, kapsamlı ekosistemin dünya çapında ayakta kalması için çok önemlidir. Bu nedenle, biyoçeşitliliği korumak çok önemlidir (Munasinghe, 1993; 3).

Daha önce de bahsedildiği gibi insanoğlunun kendi refahı için doğal kaynakları sürekli kullanarak ve çevreyi insanlığın ve diğer canlıların geleceğini tehdit edecek şekilde değiştirerek kaynakların tükenmesine, çevrenin bozulmasına ve kirlenmesine neden olmuştur (Çalan, 2014; 13). Uzun vadede insan refahının sürekli olarak artırılması isteniyorsa, çevre ve doğal kaynakların sürekliliğinin de sağlanması gerekmektedir. Bu bağlamda sürdürülebilirlik ön plana çıkmakta ve doğal kaynakların devamlılığının sağlanması anlamına gelmektedir. Kaynakların kullanım düzeyinin kendini devam ettirme hızını aşmaması ve aynı zamanda kirlenme oranının da doğal kaynakların bu kirlenmeleri faaliyete geçirme hızını aşmamasıdır. Biyolojik çeşitliliğin, insan sağlığı ile hava, su ve toprak kalitesinin, hayvan ve bitki yaşamının korunması bu çevresel sürdürülebilirlik içinde yer alır (Wall vd., 2015; 71). Çevre için sürdürülebilirlik, çevrenin en doğal haliyle kalması için belirli bir şekilde hareket etmektir. İnsan faaliyetleri sonucunda tahrip olan veya yok olan çevrenin yeniden kazanılması için mücadele etmek anlamına gelir (Kaya ve Tomal, 2011; 50).

Çevreyi ve sürdürülebilirliği etkileyen üç önemli faktör vardır. Bunlar sanayileşme, kentleşme ve hızlı nüfus artışıdır. Hızlı nüfus artışı çevre sorunlarına yol açmıştır. Teknolojik gelişme ile kaynak kullanımı artmıştır. Önceleri doğa sınırsız ve özgür olarak kabul edilmekteydi. Ancak daha sonra modern toplumlardaki üretim faaliyetleri ile doğa sınırlı bir sermayeye dönüşmüştür (Toros vd., 1997; 39). Çevre, özellikle sanayi devriminden sonra gelişen ekonomik temelli saldırı olarak ifade edilen sömürden önemli ölçüde etkilenmiştir. Bu açıdan bakıldığında, ekonomik kalkınmanın sürekliliğinin sağlanması için ekolojik sistemin korunması ve sürekliliğinin sağlanması gerekli görülmektedir (Yaylı, 2012; 159).

İnsan yaşamı için sağlanacak gelişme, doğal kaynakların dengeli ve bilinçli bir şekilde kullanılması ve çevre ile uyumu sağlayacak bir kalkınma modelinin geliştirilmesi gerekliliğini

ortaya çıkarmıştır. Bu noktada sanayileşme hedef ve yöntemleri ile yeryüzünün fiziki imkanlarının uyumluluğu, aşırı kaynak israfının önlenerek hem günümüz dünyasındaki insanların adil bir kalkınma hızına ulaşmasını hem de gelecek nesillerin dünyasında kalkınmayı sağlayacak kaynakların var olmasını temin edecek bir sürdürülebilirlik söz konusudur. Bu kalkınma modeli hem sürdürülebilir kalkınmayı hem de çevrenin sürdürülebilirliğini sağlamayı hedeflemektedir (Tıraş, 2012; 66).

1.1.2.2. Ekonomik Boyutu

Ekonomik kalkınma, hizmet ve maddi üretim miktarını artırarak hükümetler için son derece önemli olan insan refahını en üst düzeye çıkarmayı amaçlamaktadır. Doğal kaynakların tüketilmesi nedeniyle oluşacak kaynaklar nedeniyle büyüme sınırlı olabilmektedir. Verimliliğin devamlılığı için ekonomik sürdürülebilirlik yeteneği sadece tarımsal mülkiyette değil, tüm ülke çapında geçerlidir. Bu aşamada verimlilik, her bir girdi birimi için faydalı ürün çıktıının sayısı olarak anlaşılmaktadır (Ciegis vd., 2009; 29).

Sürdürülebilir ekonomik kalkınmaya ulaşmanın temel amacı, geçim kaynaklarının sağlanması, çevresel tahribatın azaltılması, kaynakların bozulmasının, kültürel yozlaşmanın ve sosyal dengesizliğin önlenmesi yoluyla tüm dünyada yaşam standardının yükseltilmesi ve yoksulluğun azaltılması olmalıdır (Bousrih, 2013; 44).

Neo-klasik ekonomistler ekonomik sürdürülebilirliği, ekonomik sermayenin devamlılık eğiliminin sağlanması olarak tanımlamaktadır. Bu yaklaşıma göre ekonomik sürdürülebilirlik, gelir ve tüketimin devam etmesine bağlıdır (Goodland, 1995; 3). Bugünkü nesiller tüketimlerini azaltıp, finansal kaynaklar ve bilgi birikiminden oluşan beşeri sermaye birikimini gelecek nesilleri düşünerek aktarırlarsa, gelecek nesillerin yaşam standartları bugünkü nesillere göre daha yüksek bir seviyeye ulaşabilecek veya aynı seviyede olabilecektir. Bu nedenle, şimdiki nesiller tüketimlerini azaltmalı, tüketimlerinden daha fazla üretmeli ve gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılayabilmek ve yeterli tüketim seviyesine ulaşabilmek için yeterli yatırım yapmalıdır (Kaypak, 2011; 23).

1.1.2.3. Sosyo-Kültürel Boyutu

Toplumsal açıdan bakıldığında, özellikle insan refahının sağlıklı bir çevreden ayrı olarak sürdürülmesi mümkün değildir; bu da ancak dinamik bir ekonomide mümkündür. Kamusal alanda sürdürülebilirlik, toplumdaki bireyler arasında eşitlik, kaynaklara erişimin adil dağılımı, eğitim, sağlık ve güvenlik gibi sosyal haklardan herkesin yararlanmasına bağlıdır. Kaynakların nesiller arası dağılımı kadar, sosyal gruplar arasında adil dağılımı ve fırsat eşitliğini içeren sürdürülebilir bir sistem de önemlidir (Torjman, 2000; 2).

Sosyo-kültürel sürdürülebilirlik, insanların ihtiyaçlarını karşılayarak refahın sağlandığı sürdürülebilir ve zenginleştirici zeminler yaratma süreci anlamına gelmektedir. Sosyal sürdürülebilirlik, kültürel yaşamı ve sosyal olanakları desteklemek için fiziksel mekan örüntüsünü altyapı örüntüsüyle bütünleştirir. (Woodcraft vd., 2011; 16). Sosyo-kültürel sürdürülebilirlik, resmi ve gayri resmi süreçlerin, sistem yapılarının ve ilişkilerin mevcut ve gelecek nesillerin sağlıklı ve yaşanabilir toplumlar oluşturma kapasitesini gerçekten teşvik etmesi koşuluyla gerçekleşebilir. Sosyal açıdan sürdürülebilir toplumlar adil, çeşitli, birbirine bağlı, demokratiktir ve daha iyi bir yaşam kalitesi sağlar (McKenzie, 2004; 3).

1.2. Sürdürülebilirlik Bilinci

Sürdürülebilir kalkınma eğitimi, bireylerin sosyo-politik süreçlere katılmasını ve dolayısıyla toplumlarını sürdürülebilir kalkınmaya doğru taşımalarını sağlayan yeterlilikleri geliştirmeyi amaçlayan bir eğitim vizyonudur (Barth vd., 2016; 2). Sürdürülebilirlik bilinci, UNESCO tarafından 2014 yılında başlatılan sürdürülebilir kalkınma eğitiminin bir sonucu olarak görülmektedir (Gulzar vd., 2023; 2). UNESCO'nun tanımına göre ise sürdürülebilirlik bilinci, ekonominin, ekolojinin ve tüm toplumların eşitliğinin uzun vadeli geleceğini dikkate alan kararların nasıl alınacağını öğrenme sürecidir (Kagawa, 2007; 318). Bir başka tanımda ise sürdürülebilirlik bilinci, çevreye, topluma ve ekonomiye ilişkin sürdürülebilirlik bilgisi, tutum ve davranışlarından oluşan bir kavram olarak tanımlanmıştır (Berglund ve Gericke, 2016; 1117).

Sürdürülebilir kalkınma eğitiminin beklenen bir sonucu olan sürdürülebilirlik bilinci, bilişsel ve duygusal öğrenmenin bir birleşimidir. Kavramsal temelleri bir kenara bırakırsak günlük dilde farkındalık, uyanıklık, uyaranlara tepki verme yeteneği, dikkat gibi pratik ifadelerin yerini bilinç kavramı almaktadır. (Velmans, 1999; 547). Duygular, inançlar ve eylemlerle ilişkili algı ve deneyimleri içeren bir olgunun farkında olma durumuna ise bilinç denir. Bilinç; bilgi, tutum ve davranışları birleştiren bir kavramdır (Berglund ve Gericke, 2016; 1118). Sürdürülebilirlik bilinci bilişsel ve duygusal bir yapı olduğundan bu bilinci geliştirmek, gerçek bilgiyi öğrenmekten ve bilişsel becerileri geliştirmekten çok daha karmaşıktır. Dolayısıyla bilgi, tutum ve davranış kategorileri tarafından temsil edilen psikolojik bir yapıdır. Bu yapı çevresel, sosyal ve ekonomik konulara ilişkin içeriğin yanı sıra bu konulara yönelik bilgi, tutum ve davranışlarla ilgili psikolojik yapıları birleştirdiğinden sürdürülebilirlik hakkındaki bilgiden daha fazlasıdır (Gericke vd., 2019; 37). Sürdürülebilirlik bilinci bireylerin duyguları üzerinde etkiye yol açmaktadır. Böylece bireyleri sürdürülebilir davranışlara yönelik tutumlarını değiştirmeye ve geliştirmeye zorlamaktadır (Pretty ve Ward, 2001; 211).

1.2.1. Çevresel Bilinçten Sürdürülebilirlik Bilincine Geçiş

Çevresel bilinçten sürdürülebilirlik bilincine geçiş, insan faaliyetleri ile doğal çevre arasındaki ilişkinin daha geniş ve daha bütünsel bir şekilde anlaşılmasını temsil etmektedir (Sola, 2014; 333).

Çevresel bilinç; kirlilik, ormansızlaşma, habitat kaybı ve türlerin yok olması gibi çevresel sorunların farkına varılmasıyla başlamaktadır. Çevre bilinci genellikle insan faaliyetlerinin ekosistemler ve biyoçeşitlilik üzerindeki anlık etkilerine odaklanmaktadır. Bireyler belirli çevre sorunları hakkında endişelenmekte ve geri dönüşüm, enerji tüketimini azaltma veya koruma çabalarını destekleme gibi eylemlerde bulunmaktadırlar (Chapin vd., 2000; 237).

Bireyler çevresel bilincini derinleştirdikçe çevresel, sosyal ve ekonomik sistemlerin birbiriyle bağlantılı olduğunu anlamaya başlamaktadırlar. Çevresel sorunların genellikle sosyal adaletsizlikler, ekonomik eşitsizlikler ve sürdürülemez tüketim kalıplarıyla iç içe geçtiğini fark etmektedirler. Bu daha geniş perspektif, çevresel sorunların ele alınmasının altta yatan sistemik sorunların ele alınmasını gerektirdiğinin anlaşılmasına yol açmaktadır (Banzhaf vd., 2019; 186).

Daha önce de belirttiğimiz gibi sürdürülebilirlik bilinci ise insan toplumu ve doğal çevre arasındaki karmaşık etkileşimleri göz önünde bulunduran bir sistem düşüncesi yaklaşımının benimsenmesini içermektedir. Bireyler, insan faaliyetleriyle ilişkili geri bildirim döngülerini, devrilme noktalarını ve istenmeyen sonuçları anlamaya başlamaktadır (Hjorth ve Bagheri, 2006; 75). Çevre sorunlarına yönelik çözümlerin sosyal, ekonomik ve ekolojik boyutlar da dahil olmak üzere tüm sistemi dikkate alması gerektiğini kabul etmektedir. Sürdürülebilirlik bilinci, uzun vadeli düşünme ve planlama ihtiyacının farkına varmayı içermektedir (Gericke vd., 2019; 38). Bireyler, kısa vadeli kazançların veya faydaların genellikle uzun vadeli sürdürülebilirlik pahasına geldiğini anlarlar. Gelecek nesillerin refahına öncelik verirler ve eylemlerinin gezegenin uzun vadede yaşamı destekleme kapasitesi üzerindeki etkilerini göz önünde bulundururlar (Steg ve Gifford, 2005; 61).

Sürdürülebilirlik bilinci, izole çevre sorunlarını ele almanın ötesine geçer ve çevrenin korunması, sosyal eşitlik ve ekonomik kalkınmayı dengeleyen bütünsel çözümler aramaktadır. Bireyler, sürdürülebilir çözümlerin etkili ve adil olabilmesi için çevresel, sosyal ve ekonomik hususları entegre etmesi gerektiğinin farkına varır (Pezzoli, 1997; 550). Sürdürülebilirlik bilinci genellikle çevresel etkiyi azaltmayı ve sürdürülebilir yaşamı teşvik etmeyi amaçlayan kişisel yaşam tarzı değişikliklerine yol açmaktadır. Bu, atıkların azaltılması, yenilenebilir enerji kullanımı, sürdürülebilir tarımın desteklenmesi, korumanın uygulanması ve politika

değişikliklerinin savunulması gibi çevre dostu alışkanlıkların benimsenmesini içermektedir (Gericke vd., 2019; 35).

Sürdürülebilirlik bilinci, bireyleri sürdürülebilirliğin savunucuları ve toplumlarında değişimin temsilcileri olmaya motive etmektedir. Aktivizme katılabilir, çevre örgütlerini destekleyebilir, taban hareketlerine katılabilir veya yerel, ulusal ve küresel düzeylerde sürdürülebilir politikaları savunabilirler (McFarlane ve Boxall, 2003; 82).

1.2.2. Sürdürülebilirlik Bilincinin Boyutları

Günümüzde çevre sorunları ve kaygıları, toplumsal ve ekonomik boyutları içinde barındıran, karmaşık veya kötü sorunlar olarak anlaşılmaktadır. Dolayısıyla çevre sorunları yalnızca çevre ile ilgili problemlere dikkat edilerek çözülemez. Bunun yerine bu sorunların çözümü için toplum ve ekonomi temelli çözümlere ihtiyaç vardır (Le Blanc, 2015; 178). İnsanların sadece çevre bilincini geliştirmeleri değil, aynı zamanda toplumsal ve ekonomik perspektifleri de içeren geniş bir sürdürülebilirlik bilinci geliştirmeleri gerekmektedir (Gericke vd., 2019; 37).

Çevre bilinci, insan bilincinin farklı bileşenlerini yansıtan kapsayıcı bir kavramdır. Bilgi, tutum ve davranış boyutları, çevre bilincinin dolayısıyla sürdürülebilirlik bilincinin farklı uygulamalarını içermektedir. Bu yapılar genellikle endişeler, farkındalık, niyetler ve isteklilik olarak kategorize edilir. Yapılan çalışmalar incelendiğinde bu üç yapının birbirini tamamladığı olumlu bir yön ortaya çıkmıştır. Daha fazla bilgiye sahip olan bireyin, olumlu tutum ve çevre dostu hareket etme isteği vardır (Gericke vd., 2019; 36).

Sürdürülebilirlik bilinci, sürdürülebilirlik olgusunun deneyimini veya farkındalığını ifade etmektedir. Bunlar inançlar, duygular ve eylemler gibi genellikle bireyin kendisiyle ilişkilendirilen deneyim ve algıları içermektedir. Bireyin sahip olduğu bilginin beyne yayılacak kadar iyi bir şekilde bütünleşmesi sonucunda sahip olunan algının bilince dönüştüğü ortaya çıkmıştır (Velmans, 1999; 561).

1.3. Sürdürülebilir Turizm Kavramı

Dünya Turizm Örgütü (DÖ), sürdürülebilir kalkınma kavramlarının turizm stratejilerinde ve gelişiminde uygulanmasını teşvik etmiştir. 1988 yılında, turizm gelişiminin, mevcut turistlerin ve ev sahibi bölgelerin ihtiyaçlarını karşılarken gelecek için fırsatları koruyup geliştirdiğinde sürdürülebilir olduğunu ifade ederek bu ilkeleri resmi olarak birleştirmeyi önermiştir. Turizm gelişimi, kültürel bütünlük, temel ekolojik süreçler, biyolojik çeşitlilik ve yaşam destek sistemleri korunurken ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçların karşılanabileceği şekilde tüm kaynakların yönetimine yol açmaktadır (Speier, 2005; 71-72). Bunun yanında

1990'lı yıllarda turizmde yaşanan gelişmeler ve turizme olan talebin artması sonucunda sürdürülebilirlik ve turizm arasında yakın bir ilişki ortaya çıkmıştır. Brundland Raporu ile başlayan sürdürülebilirlik süreci zamanla çevreye verilen zararlar nedeniyle bu sürece dahil olmuştur (Çalan, 2014; 17). Bu raporda büyük bir sektör olan turizmden hiç bahsedilmemiştir. Bu ihmal, birkaç yıl sonra, 1992'deki Rio Yeryüzü Zirvesinden çıkan ve çevresel ve sosyo-kültürel sorunların hem nedeni hem de potansiyel iyileştiricisi olarak turizme sadece birkaç tesadüfi atıfta bulunan Gündem 21 strateji belgesinde kendini göstermiştir. Diğer bir gelişme ise 1993 yılında hakemli Sürdürülebilir Turizm Dergisi'nin yayın hayatına başlamasıdır (Weaver, 2013; 10). Bu literatürün öncesinde, özellikle Murphy (1985) ve Krippendorf (1987) tarafından kaleme alınan ancak sürdürülebilir turizm terimini açıkça kullanmayan bunun yerine benzer ilkelere sahip ve kitle turizmini savunan toplum temelli turizm ve yumuşak turizm terimlerine atıfta bulunan materyaller bulunmaktadır. 1990'lı yıllardaki çalışmalarda ise sürdürülebilir kalkınma söylemine uygun bir şekilde sürdürülebilir bir turizm sektörüne ulaşmayı sağlayacak stratejiler önerilmiştir. Dünya Turizm Örgütü'nün 2005 yılında sürdürülebilir turizmi, turistlerin, sektörün, çevrenin ve yerel halkın ihtiyaçlarına cevap verirken şimdi ve gelecekteki sosyo-kültürel, çevresel ve ekonomik etkileri dikkate alan turizmdir.

Son yıllarda sürdürülebilir turizm, turistik destinasyonlar için giderek artan bir politik motivasyon haline gelmiştir. Turizm faaliyetleri çeşitli çevresel ve sosyo-ekonomik sorunlara neden olduğundan, sürdürülebilir turizm ilkeleri stratejik destinasyon planlamasına giderek daha fazla entegre edilmektedir (Butler, 1999). Sürdürülebilir turizm stratejisi oluşturmanın temel amacı, belirli bölgelerde sürdürülebilir kalkınma ilkeleri ile turist sayısının arttırılması olarak tanımlanmaktadır. Bu amaca ulaşmak için bölgedeki tüm turizm paydaşlarının koordinasyonlu bir şekilde hareket etmesi gerektiğini, bölge turizm ürününün envanterinin ortaya konulmasını, bu turizm ürününün ve pazarlama faaliyetlerinin şekillendirilmesinde yerel toplulukların ve çevrenin çıkarlarının dikkate alınmasını, strateji üzerinde bir vizyon, misyon ve çerçeve pazarlama planı faaliyetlerinin geliştirilmesini ve stratejinin uygulanmasındaki ilerlemeyi değerlendirmek üzere araçlar geliştirilmesi gerekmektedir (Niedziolka, 2014; 161).

Sürdürülebilirlik, turizm sektörünün uzun vadeli rekabet gücünü arttırmak amacıyla çevre ile sosyal ve ekonomik kalkınmaya ilişkin farklı çıkarları bütünleştirmeye çalışmaktadır (Kernel, 2005; 151). Vellecco ve Mancino (2010; 2205) bu anlamda sürdürülebilir turizmi, turizm politikalarını çevre politikalarıyla uyumlu hale getirip, ev sahibi toplumun kalıcı refahını iyileştirecek ve turistleri memnun ederek belirli bir bölgenin çevresel, sosyal ve ekonomik bütünlüğünü koruyan her türlü turizm faaliyetlerini ifade ettiğini belirtmişlerdir.

1.3.1. Sürdürülebilir Turizmin Gelişimi

Sürdürülebilir turizmin gelişimi incelendiğinde, her biri sürdürülebilirlik ilkelerine yönelik daha derin bir anlayış ve bağlılığı yansıtan birkaç farklı aşamadan geçerek ortaya çıkmıştır (Moscardo ve Murphy, 2014; 2540).

20. yüzyılın sonlarında, çevresel ve sosyal etkilere ilişkin artan farkındalık, 1980'lerde "ekoturizmin" ortaya çıkmasını kolaylaştırmıştır. Bu aşama, doğa temelli deneyimlere ve koruma çabalarına odaklanmayla karakterize edilmiştir. Ekoturizm, gezginlere doğal ortamları keşfetme fırsatları sunmayı, bunların etkilerini en aza indirmeyi ve koruma girişimlerine katkıda bulunmayı amaçlamaktadır (Buckley, 2008; 5).

Özellikle iklim değişikliği ve habitat kaybı gibi sorunlar karşısında çevresel kaygılar ön plana çıkmaya devam ettikçe, 1990'lı yıllardan itibaren sürdürülebilir turizm kavramı şekillenmeye başlamıştır. Bu aşama, çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik hususları planlama ve yönetim süreçlerine entegre eden, turizm gelişimine yönelik daha kapsamlı bir yaklaşıma doğru önemli bir değişime işaret etmektedir (Briassoulis, 2002; 1068). Taşıma kapasitesi, sürdürülebilir kalkınma ve paydaş katılımı gibi temel ilkeler, turizm sektöründeki tartışmaların ve girişimlerin merkezi haline gelmiştir (Martin ve Uysal, 1990; 330).

2000'li yılların başlarında, "sorumlu turizm" ve "toplum temelli turizm" gibi kavramların ilgi görmesi ile sürdürülebilir turizme yönelik daha bütünsel yaklaşımlara doğru daha fazla bir evrime tanık olunmuştur (Spenceley, 2008; 15). Sorumlu turizm, turistleri çevresel ayak izlerini en aza indirmeye, yerel kültürlerle saygı duymaya ve toplumsal kalkınma girişimlerini desteklemeye teşvik eden etik seyahat uygulamalarının önemini vurgulamaktadır (Barry ve Suliman, 2019; 306). Öte yandan toplum temelli turizm, yerel toplulukların turizm faaliyetlerinden aktif katılımcılar ve yararlanıcılar olarak rolünü vurgulamakta, onları turizm girişimlerini sahiplenme ve turizm gelirlerinden doğrudan yararlanma konusunda güçlendirmektedir (Hwang vd., 2011; 331).

Son yıllarda, turizm gelişiminde destinasyon çapında sürdürülebilirliğe olan ihtiyacın giderek daha fazla farkına varılmaktadır. Bu aşamada, bireysel turizm faaliyetlerine dar bir odaklanmadan, turizmin destinasyon ekosistemleri, kültürleri ve ekonomileri üzerindeki daha geniş etkilerini dikkate alan daha kapsamlı bir yaklaşıma geçiş görülmüştür (Sharma, 2019; 21). Destinasyon çapında sürdürülebilirlik, destinasyon yönetiminin tüm yönlerinde sürdürülebilir kalkınmayı teşvik eden stratejiler geliştirmek ve uygulamak için devlet kurumları, yerel topluluklar, turizm işletmeleri ve kar amacı gütmeyen kuruluşlar dahil olmak üzere çeşitli paydaşlar arasındaki işbirliğini içermektedir (Graci, 2012; 26).

İleriye bakıldığında, sürdürülebilir turizmin geleceğinin aşırı turizm, iklim değişikliği ve sosyo-ekonomik eşitsizlik gibi süregelen zorluklarla şekillenmesi muhtemeldir. İleriye dönük olarak, turizm endüstrisindeki paydaşların bu zorlukların üstesinden gelmek ve sürdürülebilirlik hedeflerini ilerletmek için yenilik yapmaya ve işbirliği yapmaya devam etmeleri gerekmektedir. Sürdürülebilir turizmin gelişimini ve onu destekleyen ilkeleri anlayarak paydaşlar, şimdiki ve gelecek nesillerin yararına daha dayanıklı, eşitlikçi ve sürdürülebilir bir turizm endüstrisi oluşturmak için birlikte çalışabilirler (Hwang vd., 2011; 335).

1.3.2. Sürdürülebilir Turizmin Önemi

Sürdürülebilir turizm, genel hedeflerine ulaşmayı amaçlayan çeşitli ayrıntılı strateji ve uygulamaları kapsamaktadır. Karbon emisyonlarını en aza indirmeye, atık oluşumunu azaltmaya ve enerji ve su kaynaklarını korumaya yönelik önlemlerin uygulanmasını içermektedir. Buna bisiklet veya elektrikli araçlar gibi çevre dostu ulaşım seçeneklerinin teşvik edilmesi, yenilenebilir enerji girişimlerinin desteklenmesi ve atık azaltma ve geri dönüşüm programlarının uygulanması da dahildir (Gössling vd., 2005; 420). İklim değişikliği ve diğer dış tehditler karşısında sürdürülebilir turizm, turizm destinasyonlarında dayanıklılık ve uyum kapasitesi oluşturmayı amaçlamaktadır. Bu, afete hazırlık ve risk yönetimi planlarının uygulanmasını, turizm ürünleri ve pazarlarının çeşitlendirilmesini ve çevresel zorluklara dayanabilecek sürdürülebilir altyapıya yatırım yapılmasını içermektedir (Becken ve Hughey, 2013; 80).

Yerel kültürleri korumak ve toplulukları güçlendirmek için sürdürülebilir turizm girişimleri genellikle kültürel miras turizmini teşvik etmeyi, yerel zanaatkarları ve kültürel etkinlikleri desteklemeyi ve turistler ile bölge sakinleri arasındaki özgün etkileşimleri teşvik etmeyi içermektedir (Alvarez-Garcia vd., 2018; 5). Sürdürülebilir turizm, kültürel alışverişi ve çevre bilincini teşvik eden yüksek kaliteli, özgün deneyimler sağlamaya odaklanmaktadır. Bu, bilgili yerel rehberler eşliğinde rehberli turlar sunmayı, yaban hayatı sorumlu bir şekilde izlemeyi ve doğaya dayalı faaliyetleri teşvik etmeyi ve turistlere gönüllü turizm veya topluluk geliştirme projelerine katılma fırsatları sağlamayı içermektedir (Crabtree vd., 1994; 64). Aşırı kalabalıklaşma ve kaynak tükenmesi sorunlarını ele almak için sürdürülebilir turizm stratejileri genellikle taşıma kapasitesi sınırlarının, ziyaretçi yönetim sistemlerinin ve sürdürülebilir turizm sertifikalarının veya standartlarının uygulanmasını içermektedir (Briassoulis, 2002; 1066). Sürdürülebilir turizm girişimleri, doğal ve kültürel kaynakların gelecek nesiller için korunmasını ve muhafaza edilmesini sağlayarak turizm destinasyonlarının uzun vadeli

sağlığına ve yaşayabilirliğine öncelik vermektedir. Bu, korunan alan yönetim planlarının uygulanmasını, koruma irtifaklarının veya miras alanlarının oluşturulmasını ve kalkınmanın yerel ihtiyaçlar ve istekler tarafından yönlendirilmesini sağlamak için toplum öncülüğünde sürdürülebilir turizm planlama süreçlerine dahil olmayı içermektedir (Mathew ve Sreejesh, 2017; 85).

Sürdürülebilir turizm, ekonomik faydaların yerel paydaşlar arasında adil bir şekilde dağıtılmasını sağlamayı amaçlamaktadır. Bu, küçük ölçekli işletmelerin ve yerel olarak sahip olunan işletmelerin teşvik edilmesini, adil işgücü uygulamalarının uygulanmasını ve topluluk içinde girişimciliğin ve beceri gelişiminin teşvik edilmesini içermektedir (Negruşa vd., 2015; 11165). Ek olarak, sürdürülebilir turizm girişimleri, uzun vadeli ekonomik büyümeyi desteklemek için genellikle yollar, sağlık tesisleri ve eğitim gibi yerel altyapı yatırımlarına öncelik vermektedir (Leon-Gomez vd., 2021; 5).

Genel olarak sürdürülebilir turizm, ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel faktörlerin karmaşık etkileşimini ele alan kapsamlı ve bütünlük bir yaklaşım gerektirir. Sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmayı amaçlayan ayrıntılı strateji ve uygulamaları benimseyen turizm destinasyonları, olumsuz etkileri en aza indirirken ve kaynakları gelecek için korurken turizmin faydalarından da yararlanabilirler (Briassoulis, 2002; 1067).

1.3.3. Sürdürülebilir Turizmin Hedefleri

Sürdürülebilir turizmin ekonomik refahı çevre koruma ve kültürel koruma ile dengeleyen bir turizm endüstrisini geliştirmeyi amaçlamaktadır. Sürdürülebilir turizmin temelinde çevre üzerindeki olumsuz etkileri en aza indirme, yerel toplulukları destekleme ve sorumlu seyahat uygulamalarını teşvik etme taahhüdü yatmaktadır (Spenceley, 2005; 136).

Temel hedeflerden biri, doğal ekosistemlerin korunmasını, kirliliğin azaltılmasını ve biyolojik çeşitliliğin korunmasını gerektiren çevrenin korunmasıdır. Sürdürülebilir turizm, ekosistemlerin uzun vadeli sağlığını ve dayanıklılığını sağlamak için karbon ayak izini en aza indirmeye, su kaynaklarını korumaya ve doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımını teşvik etmektedir (May, 1991; 112). Sürdürülebilir turizm, hedef toplulukların kültürel mirasına saygı duymayı amaçladığından, kültürel koruma da aynı derecede önemlidir. Bu, özgün kültürel deneyimlerin desteklenmesini, yerel zanaatkarların ve kültürel girişimlerin desteklenmesini ve turizm faaliyetlerinin yerel gelenek ve göreneklerin bütünlüğünden ödün vermemesini sağlamaktadır (Nocca, 2017; 3).

Toplumsal katılım ve güçlendirme, ekonomik fırsatlar sağlamaya ve yerel sakinler arasında anlamlı katılımı teşvik etmeye odaklanarak sürdürülebilir turizmin ayrılmaz bir

parçasıdır. Sürdürülebilir turizm girişimleri, istihdam yaratarak, küçük işletmeleri destekleyerek ve sakinleri turizm planlama ve karar alma süreçlerine dahil ederek yerel topluluklara fayda sağlamayı amaçlamaktadır (Khalid vd., 2019; 4). Sürdürülebilir turizm yerel ekonomilere adil ve sürdürülebilir bir şekilde katkıda bulunmaya çalıştığından, ekonomik faydalar da bir diğer önemli hedeftir. Bu, yerel işletmeler için gelir elde etmeyi, ekonomik büyümeyi teşvik etmeyi ve daha geniş topluluğa fayda sağlayan turizm ürün ve hizmetlerini teşvik etmeyi içermektedir (Speier, 2005; 74).

Ziyaretçi eğitimi ve farkındalığı, turistleri sorumlu seyahat uygulamalarının önemi ve davranışlarının etkileri konusunda bilgilendirerek sürdürülebilir turizm hedeflerine ulaşmada çok önemli bir rol oynamaktadır. Sürdürülebilir turizm girişimleri, ziyaretçilerin bilinçli kararlar almasına ve çevresel ve sosyal ayak izlerini en aza indirmelerine yardımcı olacak bilgi ve kaynaklar sağlamayı amaçlamaktadır (Gössling, 2002; 541). Turistlerin ihtiyaçlarını yerel halkın ve çevrenin ihtiyaçları ile dengelemeye odaklanan stratejilerle, sürdürülebilir turizm hedeflerine ulaşmak için etkili destinasyon yönetimi ve planlaması esastır. Buna imar ve arazi kullanımı düzenlemelerinin uygulanması, taşıma kapasitesi değerlendirmelerinin yapılması ve sürdürülebilir turizm sertifikasyon programlarının oluşturulması da dahildir (Butler, 1991; 206).

Genel olarak sürdürülebilir turizmin hedefleri, çevreye duyarlı, kültürel açıdan duyarlı, ekonomik açıdan faydalı ve sosyal açıdan kapsayıcı turizmi teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Sürdürülebilir turizm, bu hedefleri takip ederek, gelecek nesillerin yararlanabileceği doğal ve kültürel mirası korurken, turizmin destinasyon topluluklarına olumlu katkıda bulunmasını sağlamayı amaçlamaktadır (May, 1991; 113).

1.3.4. Sürdürülebilir Turizmin Boyutları

Sürdürülebilir turizm, çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik açıdan sürdürülebilir turizm uygulamalarını teşvik etmek için hayati önem taşıyan çok yönlü yönleri kapsamaktadır. Her boyut, turizm endüstrisindeki genel sürdürülebilirlik hedefine kolektif olarak katkıda bulunan farklı ancak birbirine bağlı bir yönü temsil etmektedir (Henry ve Jackson, 1996; 19).

İlk olarak çevresel boyut, ekosistemler ve doğal kaynaklar üzerindeki olumsuz etkileri azaltırken bunların korunmasını ve sürdürülebilir kullanımını teşvik etme zorunluluğunun altını çizmektedir (Johansson vd., 2013; 100). Bu boyut kapsamındaki çabalar arasında biyolojik çeşitliliğin korunması, karbon emisyonlarının azaltılması, su kaynaklarının verimli bir şekilde yönetilmesi, kirliliğin en aza indirilmesi ve sürdürülebilir arazi kullanımı uygulamalarının benimsenmesine yönelik girişimler yer almaktadır (Thomas vd., 2012; 44). Sürdürülebilir

turizm, çevre yönetimine öncelik vererek hassas ekosistemleri korumaya ve turistleri destinasyonlara çeken doğal güzelliği korumaya çalışmaktadır (Farrell ve Runyan, 1991; 28).

İkinci olarak sosyo-kültürel boyut, turizm faaliyetleri sırasında yerel kültürlerin, geleneklerin ve toplum refahının korunmasının önemini vurgulamaktadır. Bu boyutun merkezinde yerel geleneklere saygının teşvik edilmesi, kültürel miras alanlarının korunması ve turistler ile ev sahibi topluluklar arasında anlamlı kültürel alışverişin kolaylaştırılması yer almaktadır (Weaver, 2013; 12). Sürdürülebilir turizm uygulamaları, yerel sakinleri güçlendirmeyi, sosyo-ekonomik faydaları teşvik etmeyi ve kültürel metalaşma ve sosyal bozulma gibi olumsuz sosyo-kültürel etkileri azaltmayı, böylece destinasyon kültürlerinin bütünlüğünü ve özgünlüğünü sağlamayı amaçlamaktadır (Krstic vd., 2008; 125).

Üçüncüsü, ekonomik boyut, adil dağıtım ve uzun vadeli sürdürülebilirliği sağlarken, turizmden elde edilen ekonomik faydaların en üst düzeye çıkarılmasının önemini vurgulamaktadır. Bu boyut, istihdam fırsatları yaratmaya, yerel işletmeleri ve endüstrileri desteklemeye ve turizme bağımlılığı azaltmak için ekonomiyi çeşitlendirmeye yönelik girişimleri kapsamaktadır (Weaver, 2013; 12). Sürdürülebilir turizm, kapsayıcı büyümeyi, turizm gelirlerinin adil paylaşımını ve hedef topluluklarda ekonomik dayanıklılığı ve refahı artıran altyapı ve kalkınma projelerine yatırımı teşvik etmeye çalışmaktadır (Carius ve Job, 2019; 830).

1.3.5. Sürdürülebilir Turizmin İlkeleri

Sürdürülebilir turizm ilkeleri, turizm faaliyetlerinin ekonomik, çevresel, sosyo-kültürel ve etik hususları dengeleyecek şekilde geliştirilmesine ve yönetimine rehberlik etmek için temel bir çerçeve sağlamaktadır. Bu ilkeler, gelecek nesiller için doğal ve kültürel kaynakları korurken turizmin destinasyon topluluklarına olumlu katkıda bulunmasını sağlamak için gereklidir (Moscardo vd., 2013; 540).

Birincisi, çevrenin korunması, doğal ekosistemlerin ve biyolojik çeşitliliğin korunmasını ve muhafaza edilmesini vurgulayan temel bir prensiptir. Bu ilke, kirlilik, habitat tahribatı ve kaynakların tükenmesi gibi turizmle ilişkili olumsuz çevresel etkilerin en aza indirilmesinin önemini vurgularken, bu etkileri azaltan ve ekolojik dayanıklılığı teşvik eden sürdürülebilir uygulamaları teşvik etmektedir (Weaver, 2013; 15).

İkincisi, sosyo-kültürel saygı ve eşitlik, yerel kültürlerin, geleneklerin ve kimliklerin korunmasını ön planda tutan temel ilkelerdir (Robinson, 1999; 381). Sürdürülebilir turizm, kültürel mirasın asıl değerini tanımaktadır ve turistler ile ev sahibi topluluklar arasında saygılı etkileşimi teşvik ederek karşılıklı anlayışı, takdiri ve kültürel alışverişi teşvik etmektedir. Bu

prensip aynı zamanda turizm faydalarının toplumun tüm üyeleri arasında adil bir şekilde dağıtılmasını sağlayarak sosyal eşitlik ve katılım konularını da ele almayı amaçlamaktadır (Jamal ve Camargo, 2014; 15). Ayrıca, yerel topluluklara yönelik ekonomik faydalar, sürdürülebilir turizmin temel ilkesini oluşturur ve turizm gelirlerinin yerel geçim kaynaklarının ve ekonomik kalkınmanın desteklenmesindeki önemini vurgulamaktadır (Sims, 2009; 325). Sürdürülebilir turizm, istihdam fırsatları yaratarak, yerel işletmeleri destekleyerek ve girişimciliği teşvik ederek, yoksulluğun azaltılmasına ve sosyo-ekonomik güçlenmeye katkıda bulunarak hedef topluluklar için ekonomik faydaları en üst düzeye çıkarmaktadır (Mathew ve Sreejesh, 2017; 85).

Toplumsal katılım, yerel halkın turizm planlaması, karar alma ve yönetim süreçlerine aktif katılımını vurgulayan ilkedir. Sürdürülebilir turizm, yerel paydaşların ihtiyaçlarının, çıkarlarının ve isteklerinin dikkate alınıp saygı duyulmasını sağlarken, turizm gelişiminin yönünü şekillendirmede toplumun sahiplenmesinin ve güçlendirilmesinin önemini kabul etmektedir (Khalid vd., 2019; 5).

Çevre eğitimi ve farkındalığı, turistler, yerel topluluklar ve turizm paydaşları arasında çevre yönetimi kültürünü geliştirmeyi amaçlayan temel ilkeleri temsil etmektedir. Sürdürülebilir turizm girişimleri, çevre sorunları hakkında farkındalığı artırmak ve sorumlu seyahat davranışını teşvik etmek için eğitim kaynakları, eğitim programları ve bilgilendirme kampanyaları sağlayarak bireylerin çevresel etkilerini en aza indirecek bilinçli seçimler yapmalarını hedeflemektedir (Butler, 1991; 203). Destinasyon yönetimi ve planlaması, sürdürülebilir turizm sonuçlarına ulaşmada etkili yönetim ve planlama süreçlerinin önemini vurgulayan kritik ilkeler olarak hizmet etmektedir. Sürdürülebilir turizm girişimleri, sürdürülebilir turizm gelişimini teşvik eden, doğal ve kültürel varlıkları koruyan ve destinasyon sakinlerinin genel yaşam kalitesini artıran politikaların, düzenlemelerin ve stratejilerin geliştirilmesini ve uygulanmasını içermektedir (Bramwell ve Lane, 2011; 415).

1.3.6. Sürdürülebilir Turizm ve Sürdürülebilirlik Bilinci

Sürdürülebilir turizm ve sürdürülebilirlik bilinci, turizm endüstrisinde birbirini etkileyen ve güçlendiren simbiyotik bir ilişkiyi paylaşmaktadır. Sürdürülebilir turizm özünde çevrenin korunmasını, yerel kültürlere saygıyı ve faydaların hedef topluluklar arasında adil dağılımını ön planda tutan uygulamaları ifade etmektedir (Boley ve Green, 2016; 38). Diğer taraftan sürdürülebilirlik bilinci, bireylerin çevresel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik konularını anlamaları ve bu endişeleri gidermek için sorumlu davranışlar benimseme

konusundaki kararlılıkları ile ilgilidir. İlişkilerinin önemli bir yönü sorumlu davranışın teşvik edilmesinde yatmaktadır (Gulzar vd., 2023; 5).

Sürdürülebilirlik bilinci turistlerin, işletmelerin ve paydaşların seyahat sırasında sürdürülebilir uygulamaları benimsemeleri için bir katalizör görevi görmektedir. Sürdürülebilirlik konularında bilgili olan turistlerin, çevre dostu konaklama yerleri seçmek veya yerel işletmeleri desteklemek gibi bilinçli kararlar alma ve dolayısıyla sürdürülebilir turizm uygulamalarına katkıda bulunma olasılıkları daha yüksektir. Benzer şekilde, sürdürülebilirliğe öncelik veren işletmeler ve destinasyonlar, sürdürülebilirlik bilincine sahip gezginlerin ilgisini çekerek sorumlu bir turizm kültürünü teşvik etmektedir (Mathew ve Sreejesh, 2017; 88). Sürdürülebilir turizm girişimleri genellikle turistler ve yerel halk arasında sürdürülebilirlik bilincini artırmaya yönelik eğitim programları ve bilinçlendirme kampanyalarını içermektedir. Bu girişimler, sürdürülebilirlik sorunları ve bunların turizmle ilgisi hakkında bilgi sağlayarak anlayışı derinleştirmekte ve sorumlu eylemleri teşvik etmektedir. Dahası, turistlerin ve yerel halkın sürdürülebilirlik odaklı faaliyetlere dahil edilmesi sorumluluk duygusunu ve sürdürülebilir turizm uygulamalarına desteği teşvik etmektedir (Henry ve Jackson, 1996; 20).

1.3.6.1. Turistlerin Sürdürülebilirlik Bilinci

Turistlerin sürdürülebilirlik bilinci, eğitim düzeyleri, sürdürülebilirlik girişimlerine maruz kalmaları, sosyo-ekonomik geçmişleri ve kültürel yetiştirilme tarzları gibi bir dizi faktör tarafından şekillenmektedir (Miller vd., 2014; 28). Eğitim, çevre sorunları, sosyal eşitsizlikler ve turizmde sürdürülebilir kalkınmanın önemi hakkında farkındalığın arttırılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Medya, eğitim programları veya kişisel deneyimler aracılığıyla sürdürülebilirlik girişimlerine maruz kalmak, turistlerin tutum ve davranışlarını önemli ölçüde etkilemektedir (Gericke vd., 2019; 38).

Sürdürülebilir turizme yönelik tutumlar bir dizi inanç, değer ve etik kaygıyı kapsamaktadır. Bazı turistler, eko-sertifikalı veya düşük karbon ayak izine sahip destinasyonlar ve konaklama yerleri arayarak çevrenin korunmasına öncelik verebilir. Diğerleri ise yerel toplulukları desteklemeye, yerel ekonomilere olumlu katkıda bulunan ve dışlanmış nüfusları güçlendiren sosyal sorumluluk sahibi turizm faaliyetlerini tercih etmeye daha fazla önem verebilir (MacNeill ve Wozniak, 2018; 390). Kültürel duyarlılık ve yerli geleneklere saygı, aynı zamanda sürdürülebilir turizm tutumlarının temel unsurlarıdır; kültürel mirasın korunmasının ve kültürler arası anlayışın geliştirilmesinin öneminin farkındadır (Nocca, 2017; 5). Turistlerin davranışları, seyahatleri sırasında sürdürülebilirlik ilkelerine bağlılıklarını yansıtmaktadır. Bu, su ve enerji tüketimini azaltmak, atık oluşumunu en aza indirmek ve sürdürülebilir ulaşım

seçeneklerini desteklemek gibi sorumlu kaynak yönetimini uygulamayı içermektedir. Geri dönüşüm programları, yenilenebilir enerji kaynakları ve organik gıda seçenekleri gibi yeşil uygulamaları uygulayan evre dostu konaklama yerlerini seçmek, turistlerin sürdürülebilir turizme katkıda bulunabilmesinin bir başka somut yoludur (Gericke vd., 2019; 37).

1.3.7. Turistlerin Sürdürülebilir Turizme İlgisi

Sürdürülebilir turizm, ekonomik olarak uygulanabilir ancak ev sahibi toplumun fiziksel evre ve sosyal dokusu gibi kaynakları yok etmeyen turizm olarak tanımlanmaktadır (Briassoulis, 2002; 1065). Sürdürülebilir turizmin önemli bir bileşeni ise turistlerin doğayı daha fazla anlama, takdir etme ve keyif almalarına yol açacak şekilde deneyimleme fırsatlarının sağlanmasıdır. Özellikle sürdürülebilir turizm faaliyetinde bulunan işletmeler ve paydaşlar, turistlerin doğal çevreye ilişkin bilgi ve farkındalığını geliştirecek faaliyetlerde bulunmalı ve atıkların en aza indirilmesi, enerji ve su tasarrufu ile yaban hayatına minimum düzeyde zarar verilmesi gibi uygulamalar yoluyla turistleri çevreyi korumaya teşvik etmesi gerekmektedir. (Lee ve Moscardo, 2005; 546).

Sürdürülebilir turizmin gelişimi, destinasyonlarda turistlerin zevk almasına izin verirken aynı zamanda ev sahibi evre ve kültür üzerinde minimum etkiye sahip olacak şekilde destinasyonların planlanması anlamına gelmektedir. Sürdürülebilir kalkınma da ancak çevrenin ve toplum yaşamının kalitesi süresiz olarak korunabildiğinde gerçekleşir. Bu amaca ulaşmak için, yerel toplumun kalkınmanın tüm aşamalarına dahil edilmesi gerekmektedir. Sürdürülebilir turizm geliştirme projelerinin uygulanması evre, yerel topluluk veya ekonominin diğer sektörleri ile uyum sağlamak için malzeme ve teknik tabanın tasarımı ve inşasından başlar ve turistik faaliyetler olarak devam eder (Mazilu, 2012; 97). Sürdürülebilir turizm ayrıca doğal, ekonomik, sosyal ve kültürel çeşitliliğin korunması ve teşvik edilmesini, yerel kaynakların sürdürülebilir kullanımını, israftan ve aşırı tkettimden kaçınmayı, turizm gelişmelerinin çevresel, sosyal ve ekonomik etkilerinin değerlendirilmesini ve bilgilerin açık bir şekilde açıklanmasıyla turizm etkilerinin izlenmesini sağlamaktadır (Spenceley, 2005; 142). Sonuç olarak sürdürülebilir turizm çevrenin ve kaynakların korunması, yerel toplumun fayda sağlaması ve ekonomik gelişim bakımından bir denge olarak görülmektedir (Alkan, 2015; 6692).

Sürdürülebilir bir turizm destinasyonu, koruma programıyla değerlere, mal ve kaynaklara, kültürel mirasa ve doğal kaynaklara sahip alanları korumaktadır (Vukovic, 2022; 99). Destinasyonun sahip olduğu bu özellikler ile bağdaşan turistlerin bu yerleri ziyaret etmekten hoşlandıkları belirtilmektedir (Stokburger-Sauer, 2011; 1283). Muhteşem doğa

manzaralarını görme, birçok ülkede turizm ürününün çekirdeğini oluşturan mevcut kültürü deneyimleme ve geçmiş kültürlerin eserlerini görme arzusu turistlerin ilgisini önemli derecede çekmektedir (Swarbrooke and Horner, 1999; 36). Bunun yanında teknolojinin hayatın her alanında önemli bir rol oynaması nedeniyle gelişen iletişim olanakları turistlerin turizme olan ilgilerini de etkilemektedir. Bu etkilerden bir tanesi turistlerin sahip oldukları profile yansımakta ve turistleri bilinçli bir birey, kültür yönü güçlü ve çevreye karşı duyarlılığı yüksek bir kişilik haline getirmektedir. Bunun sonucunda ise turistlerin tercihleri doğanın ön planda olduğu, kültürel etkileşimin yüksek ve doğal kaynakların kullanımının sınırlandığı sürdürülebilir turizme doğru kaymaktadır (Ayaş, 2007; 65). Hizmet İhratçılar Birliği (2021) raporunda turistlerin iklim değişikliği, çevreye ve doğal yaşama etkileri konusunda bilinç seviyelerinin arttığı sonucunu paylaşmıştır.

1.3.8. Sürdürülebilir Turizmin Turistler Üzerindeki Etkileri

Sürdürülebilir turizm, çevrenin korunmasına ve muhafaza edilmesine katkıda bulunarak, mevcut turist neslinin ve ev sahibi bölgelerin ihtiyaçlarını karşılarken gelecek nesiller için fırsatları koruyarak ve geliştirerek çevre üzerinde faydalı etkiler yaratmaktadır. Yerel halk için istihdam yaratılır ve turistlere olumlu bir deneyim sunulurken çevresel ve yerel kültür etkilerini en aza indirmektedir (Sharma ve Sharma, 2019; 477). Sürdürülebilir turizmin tanımlarında sıklıkla turistlere yönelik ifadelerde başvuru nokta turistlerin hem ziyaret edilen yerlerin hem de daha genel olarak belirli bir turun ötesinde yaşamlarında sürdürülebilirlik hakkında bilgi edinmeleri, anlamaları ve sürdürülebilirliğe yönelik olumlu tutumlar geliştirmeleri için fırsatlar sağlamaya açık bir şekilde odaklanmaları yer almaktadır. Dolayısıyla sürdürülebilir turizmde kritik unsurlardan birisi ziyaretçi deneyimini geliştirmek, yerinde davranışı yönetmek ve olumlu koruma tutumlarını teşvik etmek vardır (Walker ve Moscardo, 2014; 1175-1176).

Olumlu koruma tutumlarından birisi de çevre yanlısı davranışların gelişmesidir. Çevre yanlısı davranış, bireylerin hem olumlu çevre dostu eylemlerini hem de çevreye zararlı eylemlerden kaçınılmasını ifade etmektedir. Geri dönüşüm, kaynak ve enerji tüketiminin sınırlandırılması, atık üretiminin azaltılması gibi eylemler çevre yanlısı davranışlara örnektir (Parzonko vd., 2021; 2). Hem küresel hem de destinasyon düzeyinde doğal çevre üzerinde olumsuz etkisi olmayan bu turist davranışının yanında bir de toplumun refahı da vardır (Butnaru vd., 2022; 4).

İKİNCİ BÖLÜM

SORUMLU TURİZM VE YEŞİL SATIN ALMA NİYETİ

2.1. Sorumlu Turizm

2.1.1. Sorumlu Turizm Kavramı

Sorumlu turizm, 2002 yılında Cape Town'da Sürdürülebilir Kalkınma Dünya Zirvesi ile birlikte tanımlanmıştır. Bu tanım Cape Town Deklarasyonu ile geniş çapta kabul görmüş ve 2007 yılında Dünya Sorumlu Turizm Günü nedeniyle benimsenmiştir. Sorumlu turizm, insanların yaşaması ve ziyaret etmesi için daha iyi yerler yaratmak ile ilgilidir. Turizmin daha sürdürülebilir hale getirilmesi için işletmecilerin, otelcilerin, hükümetlerin, yerel halkın ve turistlerin sorumluluk almasını ve harekete geçmesini gerektirmektedir (Responsible Tourism Partnership, 2023). Başka bir deyişle sorumlu turizm, olumsuz ekonomik, çevresel ve sosyal etkileri en aza indirmek; yerel halk için ekonomik faydalar yaratmak, doğal ve kültürel mirasın korunmasına katkıda bulunmak ve turistlere keyifli deneyimler yaşatmak olarak tanımlanmaktadır (Kim vd., 2018; 6). Sorumlu turizm, öğrenme ve öğretme, etkiyi en aza indirme ve kurallara uyma ile ekonomik fayda sağlamaya yönelik faaliyetlerdir. Topluluklar arası kültür paylaşımı, hikayelerini anlatma, dayanışma talep etme ve turistler ile yerel halk arasında hoşgörüyü ve daha fazla anlayışı geliştirme fırsatları sunmaktadır (Kang ve Moscardo, 2006; 306).

Literatür incelendiğinde, sosyal ve çevresel açıdan sorumlu ve bilinçli bir turizm olarak tanımlanan alternatif turizm sonrasında daha net ve doğru olduğu için bunun yerine sorumlu turizm kullanılmasına karar verildi. Sorumlu turizm, ev sahibi topluluğun, doğal, yapay ve kültürel ortamına ve farklı grupların çıkarlarına odaklanan her türlü turizmi içermektedir (Fennell ve Malloy, 2007; 152). Ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirliği ele alarak turizmi daha sürdürülebilir hale getirmek için sorumluluk almayı gerektirmektedir. Müşteriler, üreticiler ve hükümetlerin tamamı bu sorumluluğu üstlenmek zorundadır. Sorumlu turizm, mevcut turizmin olumlu noktalarını iyileştirme ve olumsuz noktalarını da azaltma üzerindeki etkilerini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca turizmin daha sürdürülebilir hale getirilmesinden sorumlu olan bireylerle ilgilidir (Goodwin, 2011; 102).

2.1.2. Sorumlu Turizmin Özellikleri

Sorumlu turizm, açıkça turizmi daha sürdürülebilir kılmak için uygulamaya bağlanmıştır. Sorumluluk kavramına ilişkin anlayış, tepki verme yeteneği ile uygulama ve tepki kapasitesinin üç yönü hayal edilmektedir. Tepki kapasitesi, diyaloga girme, çözüm üretme ve

turizmi daha sürdürülebilir kılmak için pratik yapma gibi eylemleri içeren turizm davranışlarıdır (Goodwin, 2011; 103). Bu düşünceyi farklı araştırmacılarda desteklemektedir. Leslie (2012) sorumlu turizmin, başkalarına ve çevreye saygı temellerine dayalı olarak oluşan bir davranışsal özellik olduğunu savunmaktadır. Buradaki sorumluluk sadece yönetsel anlamda değil aynı zamanda turistlerin bireysel uygulamalarına ilişkin sorumlu bir uygulama olduğunu da ifade etmektedir.

Cape Town Deklarasyonunda sorumlu turizmin başlıca özellikleri şu şekilde sıralanmıştır (Responsible Tourism Partnership, 2023):

- Olumsuz ekonomik, çevresel ve sosyal etkileri en aza indirmek;
- Yerel halk için daha fazla ekonomik fayda sağlamak ve ev sahibi toplumların refahını arttırmak;
- Çalışma koşullarını ve endüstriye erişimi iyileştirmek;
- Yerel halkı, yaşamlarını ve yaşam değişikliklerini etkileyecek kararlara dahil etmek;
- Doğal ve kültürel mirasın korunmasına, dünya çeşitliliğinin sürdürülmesine olumlu katkılarda bulunmak;
- Yerel halk ile daha etkileyici ve anlamlı bağlantılar kurarak ve yerel kültürel, sosyal ve çevresel konuların daha iyi anlaşılması yoluyla turistlere daha keyifli deneyimler sunmak;
- Engellilere ve dezavantajlı bireylere erişim sağlamak;
- Kültürel açıdan hassas olmak, turistler ve yerel halk arasında saygı uyandırmak ve yerel gurur ve güveni inşa etmek.

Sorumlu turizm için yeniliği destekleyen çeşitli ekonomik ve toplumsal zorunluluklar vardır. Bu yenilik, yeniliğin sürekliliği, rekabet edebilirlik ve büyümenin anahtarı olduğu son derece rekabetçi bir ortamda turizm firmaları için kritik öneme sahiptir (Williams, 2014; 169). Ayrıca iklim değişikliği, kirlilik ve çevresel bozulma konularının ele alınmasına yönelik artan uluslararası baskı ışığında, çevre sorunları sürekli endişe kaynağı olmaya devam etmektedir. Turizmin çevre üzerindeki etkisi, turizm paydaşlarının çevrenin korunmasına ilişkin uygulamaları iyileştirerek yanıt vermesiyle artan bir küresel ilgiye maruz kalmaktadır. Turizm işletmelerinin çevre üzerindeki etkilerini azaltmak için çevre dostu uygulamaları faaliyetlerine dahil ederek yenilik yapmaları zorunludur (Weeden, 2013; 112-113). Bu tür faaliyetlere örnek olarak enerji tasarrufu, su tasarrufu, atık yönetimi ve çevre temelli ürünlerin kullanımı gösterilebilir. Sosyal yenilik, turizm girişimcilerinin ve işletme sahiplerinin sosyal ihtiyaçların karşılanması veya sosyal sorunların ele alınmasıyla ilgilendiği sosyal girişimcilik ile ilgilidir (Goodwin, 2011; 104).

Sosyal girişimcilik turizmde toplumsal ve ekonomik kalkınmayı teşvik etmenin bir yoludur. Bu bireylerin ve toplumun refahını arttırmak için toplumsal ihtiyaçları alternatiflerden daha etkili bir şekilde eşzamanlı olarak karşılayan ve yeni sosyal ilişkiler veya işbirlikler yaratan yeni veya onaylanmış ürünler, hizmetler, önlemler veya prosedürler tanıtıldığında sosyal inovasyonla bağlantılıdır (Booyens ve Rogerson, 2016; 387). Sorumlu turizm, tüketiciler, tedarikçiler, turizm hizmet sağlayıcıları, hükümetler ve yerel halk gibi ilgili paydaşların karşılıklı işbirliklerinin ortaya çıktığı ve birbirine fayda sağladığı faaliyetleri kapsamaktadır. Bu iş birlikleri sonucu sorumlu turizm ekonomik büyümeye, istihdam yaratılmasına, yerel işletme katılımına, yeni iş alanları yaratılmasına, yerel ürünler için pazarlar yaratılmasına ve yerel halkın katılımına katkıda bulunur (Rasdi vd., 2019; 51). Sonuç olarak sorumlu turizm, turizmi daha güvenli, faydalı ve sürdürülebilir kılmak için işletmeciler, otelciler, hükümetler, yerel halk ve turistler gibi paydaşların sorumluluğunu ve eylemini gerektirmektedir (Mathew ve Sreejesh, 2017; 83).

Toplumsal anlamda sorumlu turizmin etkileri, ev sahibi yerel halk ile ziyaretçiler arasındaki ilişkili formları ve hedefleri tanımlayarak, sosyal dışlanmayı önleme konusundaki potansiyel değerini açıklığa kavuşturur. Sosyal faydanın sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır. Eşzamanlı olarak yerel halkın uyarılmasını, ülkenin vergi gelirlerinin artmasını ve işsizlik oranlarının azalmasını sağlamaktadır (McCabe ve Qiao, 2020; 2). Sorumlu turizm sayesinde yerel topluluk katılımı, doğrudan istihdam fırsatları, işletmelere yönelik doğrudan destek uygulamaları, eğitimler ve halkın farkındalığı gibi toplumsal etkiler ortaya çıkmaktadır (Mathew ve Sreejesh, 2017; 84).

2.1.3. Sorumlu Turizmin Boyutları

2.1.3.1. Ekonomik Sorumluluk

Sorumlu turizm kapsamındaki ekonomik sorumluluk, turizm faaliyetlerinin ev sahibi toplulukların ekonomik refahına sürdürülebilir ve eşitlikçi bir şekilde olumlu katkıda bulunmasını sağlamak için çeşitli stratejileri kapsayan çok yönlüdür. Temelinde yerel katılımı ve faydaları en üst düzeye çıkarırken olumsuz etkileri ve ekonomik sızıntıları en aza indirme taahhüdü yatmaktadır (Hughes ve Scheyvens, 2016; 471).

Ekonomik sorumluluğun önemli bir yönü yerel ekonomik kalkınmanın teşvik edilmesidir. Bu, girişimcilik ve küçük işletme gelişimi için uygun bir ortam yaratılmasını ve yerel toplulukların turizm fırsatlarından yararlanmasını sağlamayı içermektedir (Nel ve Binns, 2002; 186). Destinasyonlar, turizm işletmelerinin yerel sahipliğini ve kontrolünü teşvik ederek,

geçim kaynaklarını destekleyerek ve ekonomik dayanıklılığı teşvik ederek ekonomik faydaların toplum içinde kalmasını sağlamaktadır (Carlisle vd., 2013; 60).

Ekonomik sorumluluğa ulaşmanın temel mekanizmalarından biri yerel sakinler için istihdam fırsatlarının yaratılmasıdır. Bu, sadece iş sağlamanın ötesine geçerek insana yakışır çalışma koşulları, adil ücretler ve beceri geliştirme ve kariyer ilerlemesi fırsatlarının sağlanmasını da kapsamaktadır (Carlisle vd., 2013; 61). Turizm destinasyonları, yerel işe alma uygulamalarına öncelik vererek ve iş gücü eğitime ve kapasite geliştirmeye yatırım yaparak, turizmin istihdam ve gelir yaratma üzerindeki olumlu etkilerini en üst düzeye çıkarmaktadır (Tohmo, 2018; 523).

İstihdam yaratmanın yanı sıra ekonomik sorumluluk, mal ve hizmetlerin yerel kaynaklardan sağlanmasını teşvik ederek ekonomik sızıntıların en aza indirilmesini de içermektedir. Bu, turizm işletmelerini yerel tedarikçilerden malzeme tedarik etmeye teşvik etmeyi, yerel üreticileri ve zanaatkarları desteklemeyi ve turizm ile yerel ekonominin diğer sektörleri arasındaki bağları güçlendirmeyi hedeflemektedir (Guo vd., 2015; 2725). Bu sayede ithalata bağımlılığı azaltarak ve turizm harcamalarını destinasyon içinde tutarak, ekonomik sızıntılar en aza indirilmekte ve turizmin yerel topluluklar için ekonomik faydaları en üst düzeye çıkarılmaktadır (Simpson, 2008; 5).

Sonuçta sorumlu turizm kapsamındaki ekonomik sorumluluk, kapsayıcı ekonomik büyüme ve kalkınma için uygun bir ortam yaratmakla ilgilidir. Destinasyonlar, yerel katılımı, istihdamı ve girişimciliği önceliklendirerek ve ekonomik sızıntıları en aza indirerek, turizmin ev sahibi toplulukların ekonomik refahına olumlu katkıda bulunmasını, geçim kaynaklarını desteklemesini ve dış şoklara karşı dayanıklılığı artırmasını sağlayabilir (Guo vd., 2015; 2726).

2.1.3.2. Sosyal ve Kültürel Sorumluluk

Sorumlu turizm kapsamındaki sosyal ve kültürel sorumluluk, yerel topluluklara fayda sağlayan ve onların sosyo-kültürel değerlerine ve haklarına saygı duyan adil ve kapsayıcı turizm uygulamalarını teşvik etmeyi amaçlayan çok yönlü bir yaklaşımı ifade etmektedir. Bu boyut, ekonomik güçlendirmeden kültürel koruma ve sosyal kapsayıcılık gibi geniş bir yelpazedeki hususları kapsamaktadır (Grimwood vd., 2015; 25).

Ekonomik güçlendirme, turizmin yerel topluluklar için somut faydalar üretmesini sağlamaya odaklanan sosyal sorumluluğun önemli bir yönüdür. Bu, turizm sektöründe yerel istihdam, girişimcilik ve beceri gelişimi için fırsatlar yaratmayı içermektedir (Nel ve Binns, 2002; 189). Destinasyonlar, yerel personelin işe alınmasına öncelik vererek, mal ve hizmetleri yerel tedarikçilerden temin ederek ve topluma ait turizm işletmelerini teşvik ederek, turizm

gelirinin yerel ekonomi içinde tutulmasını en üst düzeye çıkarma, böylece geçim kaynaklarını iyileştirme ve ekonomik sızıntıları azaltma fırsatına sahiptirler (Carlisle vd., 2013; 63).

Kültürel koruma, sorumlu turizm kapsamındaki sosyal sorumluluğun bir diğer temel taşıdır. Ev sahibi toplulukların kültürel mirasına ve kimliğine saygı duymayı ve korumayı gerektirirken aynı zamanda kültürel alışveriş ve takdir fırsatları da sağlamaktadır. Bu, kültürel alanları ve gelenekleri turizmin olumsuz etkilerinden korumaya yönelik önlemlerin uygulanmasını, ziyaretçiler ve ev sahipleri için saygılı ve karşılıklı yarar sağlayan özgün kültürel deneyimlerin teşvik edilmesini ve yerel toplulukların bakış açıları ve kazanımları yeterince temsil edilerek, kültürel gelişimlerinin sağlanması için turizmin gelişimiyle ilgili karar alma süreçlerine dahil edilmesini içermektedir (Nocca, 2017; 3).

Sosyal kapsayıcılık, toplumun tüm kesimleri için erişilebilir ve hoş karşılanan bir turizm endüstrisini geliştirmek için çok önemlidir (McCabe, 2020; 62). Bu, katılımın önündeki engellerin kaldırılmasını ve turizm faydalarının, dışlanmış topluluklar, engelli kişiler ve yerli halklar dahil olmak üzere çeşitli sosyal gruplar arasında eşit bir şekilde dağıtılmasını sağlamayı içermektedir (Galeazzo vd., 2020; 703). Erişilebilir altyapı, kapsayıcı turizm programları ve dışlanmış grupları güçlendiren toplum temelli turizm girişimleri gibi girişimler, turizm sektöründe sosyal kapsayıcılığın desteklenmesine yardımcı olabilir.

Dahası, sorumlu turizm kapsamında sosyal sorumluluğun teşvik edilmesi, cinsiyet eşitliği, insan hakları ve toplum refahı gibi sosyal konuların ele alınmasını gerektirmektedir. Bu, turizm endüstrisinde cinsiyet eşitliğini teşvik eden ve kadınları güçlendiren, tüm bireylerin haklarına ve onuruna saygı gösteren, yaşam kalitesini ve sosyal uyumu artıran, topluluk geliştirme girişimlerini destekleyen politikaların uygulanmasını içermektedir (Swain, 1995; 250).

Bu boyut turistleri ziyaret ettikleri destinasyonların sosyal ve kültürel bağlamı hakkında eğitmeyi, aynı zamanda sorumlu davranışı ve kültürler arası anlayışı geliştirmeyi vurgulamaktadır. Bu, kültürel duyarlılık eğitimi, sorumlu seyahat kuralları ve ziyaretçiler ile ev sahipleri arasında anlamlı etkileşimleri kolaylaştıran kapsamlı kültürel deneyimler yoluyla başarılabilir (Grimwood vd., 2015; 25).

Sonuçta sorumlu turizm kapsamındaki sosyal sorumluluk hem ziyaretçilerin hem de ev sahibi toplulukların hayatlarını zenginleştirirken karşılıklı saygıyı, anlayışı ve işbirliğini teşvik eden turizm deneyimleri yaratmakla ilgilidir. Destinasyonlar, turizm planlaması ve yönetiminde sosyal hususları ön planda tutarak, ilgili tüm paydaşların refahına ve gelişimine katkıda bulunan daha dayanıklı, kapsayıcı ve sürdürülebilir turizm ekonomileri yaratabilir (Grimwood vd., 2015; 27).

2.1.3.3. Çevresel Sorumluluk

Sorumlu turizmde çevresel sorumluluk, koruma ve sürdürülebilirliği teşvik ederken turizm faaliyetlerinin çevre üzerindeki olumsuz etkilerini en aza indirmeyi amaçlayan kapsamlı bir dizi uygulama ve girişimi içermektedir. Özünde, ekonomik büyümeyi çevre koruma ve sosyal sorumlulukla dengelemeyi amaçlayan sürdürülebilir kalkınma ilkelerine bağıllığı bünyesinde barındırmaktadır (Mihalic, 2016; 462).

Çevresel sorumluluğun en önemli yönlerinden biri karbon ayak izinin azaltılmasıdır. Bu, turizm operasyonları, ulaşım ve konaklamayla ilişkili sera gazı emisyonlarını azaltmaya yönelik önlemlerin uygulanmasını içermektedir (Puig vd., 2017; 250). Örnekler arasında enerji verimli teknolojilere yatırım yapmak, güneş veya rüzgar enerjisi gibi yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanmak ve toplu taşıma veya elektrikli araçlar gibi çevre dostu ulaşım seçeneklerini teşvik etmek yer almaktadır (Beer vd., 2017; 2145).

Su tasarrufu bir diğer önemli odak alanıdır. Sorumlu turizm çabaları, su tüketimini en aza indirmeyi ve yerel su kaynakları üzerindeki baskıyı azaltmayı amaçlamaktadır. Bu durum su tasarrufu sağlayan armatürlerin kurulmasını, gri su geri dönüşüm sistemlerinin uygulanmasını ve konukları daha kısa duşlar veya havlu ve nevresimlerin yeniden kullanılması gibi su tasarrufu uygulamalarına katılmaya teşvik etmeyi içermektedir (Spenceley, 2008; 15).

Atık yönetimi çevresel sorumluluk açısından da önemli bir rol oynamaktadır. Turizm işletmeleri atık oluşumunu en aza indirmeye, geri dönüşüm ve kompostlama çabalarını en üst düzeye çıkarmaya ve tek kullanımlık plastik ve ambalaj kullanımını azaltmaya çalışmaktadır. Bazı girişimler arasında geri dönüşüm programlarının uygulanması, yeniden doldurulabilir su istasyonları sağlanması ve organik atıklar için kompostlama olanakları sunulması yer almaktadır (Sharma ve Sharma, 2019; 475).

Doğal yaşam alanlarının ve biyolojik çeşitliliğin korunması aynı zamanda sorumlu turizmde çevresel sorumluluğun temel bir yönüdür. Bu, korunan alanlara saygı gösterilmesini, habitat rahatsızlığının en aza indirilmesini ve sorumlu yaban hayatı izleme uygulamalarını teşvik etmeyi içermektedir. Ek olarak, turizm işletmecileri koruma girişimlerini destekleyebilir, habitat restorasyon projelerine katılabilir ve biyolojik çeşitliliğin korunmasına katkıda bulunan ekoturizm faaliyetlerine katılabilir (Spenceley, 2008; 15).

Ayrıca çevresel sorumluluk, turistler, personel ve yerel topluluklar arasında farkındalığın artırılmasını ve çevre eğitiminin desteklenmesini de içermektedir (Eden, 1993; 1750). Bu, çevresel sorunları, koruma çabalarını ve sürdürülebilir uygulamaları vurgulayan eğitim programları, rehberli turlar veya yorumlayıcı tabelalar sunmayı barındırmaktadır. Sorumlu turizm, çevre sorunlarının daha derinlemesine anlaşılmasını teşvik ederek, bireyleri

bilinçli kararlar alma ve sürdürülebilirliğe yönelik olumlu eylemlerde bulunma konusunda güçlendirmeyi amaçlamaktadır (Han, 2021; 1025).

Genel olarak, sorumlu turizmde çevresel sorumluluk, çevresel etkileri en aza indirmeyi, doğal kaynakları korumayı ve sürdürülebilir uygulamaları teşvik etmeyi amaçlayan çok çeşitli eylemleri kapsamaktadır. Çevresel hususları turizm operasyonlarının tüm yönlerine entegre ederek ve paydaşlar arasındaki işbirliğini teşvik ederek, sorumlu turizm, hem ziyaretçiler hem de toplumlar için turizm deneyimlerinin kalitesini arttırırken, çevrenin uzun vadeli sağlığını ve bütünlüğünü sağlamaya çalışmaktadır (Mihalic, 2016; 461).

2.1.4. Sorumlu Turist

Sürdürülebilirliğin değer kazanması sonucu yerel halkın öne çıkması, kültürel alanın korunması ve doğaya karşı saygının önem kazanmasıyla birlikte turistlerin davranışlarında da farklılıklar ortaya çıkmaya başlamıştır (Toprak, 2023; 11). Sorumlu turizmin turistlere etkisiyle ortaya çıkan sorumlu turist, çevreye en az zarar veren, turistik bölgelerin insanlarını ve kültürlerini en az rahatsız eden ve en fazla faydayı sağlayacak seyahat şekillerini seçen bireyler olarak tanımlanmıştır (Mathew ve Sreejesh, 2017; 84). Parasını, kaynağını bildiği ve bunların satışından kar elde edecek ürün ve hizmetlere harcamaktadır. Konaklama, yemek, ulaşım araçları seçerken, kurumları ziyaret ederken, hediyeelik eşya alırken bu ilkeleri gözetmektedir. Yolculuğa hazırlanmak için zaman ayırmakta ve ziyaret ettiği yerlerde mümkün olduğu kadar uzun süre kalmaktadır. Böylece bu deneyimi kalıcı olabilir ve gerçekten bu deneyimle özdeşleşebilir (Krippendorf, 1987; 132).

Sorumlu bir turist, seyahatinin sosyal, kültürel, çevresel ve ekonomik sonuçlarını göz önünde bulundurarak seyahat konusunda bilinçli bir yaklaşım sergilemektedir. Bu gezginler ziyaret ettikleri destinasyonlara derin bir saygı göstermekte; karşılaştıkları kültürlerin, geleneklerin ve yaşam tarzlarının çeşitliliğini tanımakta ve bunlara değer vermektedir. Aktif olarak kültürel değişim ve kaynaşma fırsatlarını aramakta, yerel toplumlarla saygılı bir şekilde etkileşime girmekte ve farklı bakış açılarından öğrenme şansını benimsemektedirler (McKercher, 2010; 8).

2.1.5. Turistlerin Sorumlu Turizm Davranışları

İnsan hakları konusunda kötü bir sicile sahip olan destinasyonları ziyaret etmeme sorumluluğu, tatil öncesi gidilecek destinasyonu öğrenme ve en azından yerel halkın konuştuğu dilden birkaç kelime öğrenmeye çalışmak başlıca sorumlu turizm davranışına sahip olan turistlerden beklenendir. Bunun yanı sıra yerel halk ile tanışma, onların yaşam tarzlarını öğrenme ve dostluklar kurmaya yönelik turistlerin sorumlu turizm davranışları vardır (Mathew

ve Sreejesh, 2017; 87). Ayrıca doğal yaban hayatını korumak amacıyla sorumlu turizm davranışı olarak canlılardan yapılmış hediyeelik eşyaları bu turistler satın almazlar. Yerel dini inançlara ve kültürel değerlere uyarlar. Personeline düşük ücret ödeyen veya çalışanlarına kötü çalışma koşulları sunan yerel işletmelerden alışveriş yapmazlar. Salgın hastalıkların yayılmaması için gerekli önlemleri alırlar. Yerel ekonomiye mümkün olduğu kadar katkıda bulunurlar (Stanford, 2006; 42).

Turistlerin sahip olduğu sorumlu turizm davranışlarından bir değeri ise çevreye duyarlı davranıştır. Genellikle çevre yanlısı davranışı, yeşil davranışı ve çevre dostu davranışı içeren terimlerle aynı anlamdadır. Çevreye duyarlı davranış, bir çevre koruma mekanizmasıdır ve turistlerin çevreye duyarlı davranışı, çevresel kaynakların tahribatını azaltmak veya önlemek için yapılan turist eylemleridir (Kiatkawsin ve Han, 2017; 77). Önceki çalışmalar, turistlerin çevreye duyarlı davranışlarının birkaç yıldır bir araştırma odağı olduğunu ve turistlerin bu davranışlarını geliştirmenin yollarının geniş ölçekte araştırıldığını iddia ediyordu. Bu çalışmalarda çevreye duyarlı davranış, kişinin çevreyi kişisel olarak korumak için elinden gelenin en iyisini yaptığını ve çevresel kaygıları gidermek için harekete geçtiğini gösteren eylemleri olarak tanımlanmaktadır (Stern, 2000; 409).

Sorumlu turistler seyahatleri boyunca çevresel etkilerini en aza indirmeye kararlı bireylerdir (Cohen, 1978; 216). Atıkları azaltmak, kaynakları korumak, çevre dostu girişimleri desteklemek gibi sürdürülebilir davranışları benimsemektedirler. İster çevre bilincine sahip konaklama yerlerini tercih ediyor, ister koruma faaliyetlerine katılıyor, ister düşük etkili ulaşım seçeneklerini tercih ediyor olsun, doğal çevreye verilen zararı en aza indirecek ve korunmasına katkıda bulunacak uygulamalara öncelik vermektedirler (Miller vd., 2014; 28).

Sorumlu turistler aynı zamanda yerel ekonomileri ve toplulukları desteklemeye öncelik vermekte, seyahat harcamalarının geçim kaynaklarını sürdürme ve ekonomik dayanıklılığı artırmadaki önemini bilmektedirler. Yerel işletmeleri, zanaatkarları ve rehberleri araştırarak, turizm gelirlerinin ziyaret ettikleri kişilere ve yerlere doğrudan fayda sağlamasını sağlamaktadırlar. Topluma dayalı girişimleri ve sürdürülebilir turizm girişimlerini destekleyerek yerel halkın güçlendirilmesine ve refahına katkıda bulunmaktadır (Mathew ve Sreejesh, 2017; 85).

Ayrıca sorumlu turistler, özellikle yaban hayatı etkileşimleri ve kültürel mirasla ilgili olarak seyahat faaliyetlerinin etik sonuçlarının bilincindedir (Burgin ve Hardiman, 2015; 215). Hayvanları sömüren veya onlara zarar veren faaliyetleri desteklemekten kaçınırlar ve bunun yerine hayvan refahını ve korunmasını ön planda tutan sorumlu yaban hayatı deneyimlerini aramaktadırlar. Benzer şekilde, kültürel mirasın korunması ve gelecek nesiller için

korunmasının öneminin bilincinde olarak kültürel alanlara ve eserlere saygı duymaktadırlar (Paquet ve Darimont, 2023; 26).

Sonuç olarak sorumlu bir turist seyahate, sadece gezip görmenin ötesine geçen, dönüştürücü ve zenginleştirici bir deneyim olarak yaklaşmaktadır. Kendilerini ziyaret ettikleri yerlerin koruyucuları olarak görmekte, keşfettikleri destinasyonlar ve karşılaştıkları topluluklar üzerinde olumlu bir etki bırakmaya çalışmaktadırlar. Sorumlu turistler, bilinçli ve etik seyahat uygulamaları aracılığıyla turizm endüstrisinin sürdürülebilirliğine ve refahına katkıda bulunarak herkes için daha sorumlu ve etik bir seyahat yaklaşımını teşvik etmektedirler (Mathew ve Sreejesh, 2017; 85).

2.1.6. Sorumlu Turizm ile Sürdürülebilirlik Arasındaki İlişki

Sorumlu turizm ile sürdürülebilirlik arasındaki karmaşık ilişki, kalıcı ve dengeli turizm gelişiminin sağlanmasının temelini oluşturmaktadır (Butler, 1991; 202). Sorumlu turizm; çevrenin korunması, kültürel koruma, toplumun güçlendirilmesi ve adil ekonomik dağılıma öncelik veren bir dizi uygulamayı kapsamaktadır (Mihalic, 2016; 462). Sorumlu turizm özünde atık azaltma, enerji verimliliği, su tasarrufu ve biyolojik çeşitliliğin korunması gibi önlemleri uygulayarak çevre üzerindeki olumsuz etkileri en aza indirmeyi amaçlamaktadır. Bu çabalar, doğal kaynakların uzun vadeli sürdürülebilirliğine, habitat bozulmasının azaltılmasına, biyolojik çeşitliliğin korunmasına ve ekosistemin dayanıklılığının geliştirilmesine katkıda bulunmaktadır (Noble ve Costa, 1999; 15).

Ayrıca sorumlu turizm, yerel kültürlere, geleneklere ve mirasa saygı gösterilmesine ve korunmasına güçlü bir vurgu yapmaktadır (Mathew ve Sreejesh, 2017; 86). Sorumlu turizm, özgün kültürel deneyimleri teşvik ederek, yerli uygulamaları destekleyerek ve yerel topluluklarla saygılı ve eşitlikçi bir şekilde etkileşim kurarak kültürel çeşitliliğin ve bütünlüğün korunmasına yardımcı olmaktadır. Bu sadece ziyaretçi deneyimini zenginleştirmekle kalmıyor, aynı zamanda kültürel mirasın küreselleşme ve turizm baskıları karşısında canlı ve dirençli kalmasını da sağlamaktadır (Robinson, 1999; 385).

Sorumlu turizm, çevresel ve kültürel hususların yanı sıra toplumun güçlendirilmesine ve ekonomik fayda paylaşımına da öncelik vermektedir (Krstic vd., 2008; 127). Sorumlu turizm, yerel toplulukları karar alma süreçlerine dahil ederek, anlamlı katılımı teşvik ederek ve turizm gelirlerinin adil dağılımını sağlayarak, bölge sakinlerinin kendi gelişimleri üzerinde kontrol sahibi olurken aynı zamanda turizm faaliyetlerinden faydalanma fırsatları yaratmaktadır. Bu destek, sosyal uyumu güçlendirmekte, dış aktörlere bağımlılığı azaltmakta

ve hedef topluluklarda kapsayıcı ve sürdürülebilir büyümeyi teşvik etmektedir (Moscardo vd., 2017; 290).

Ayrıca sorumlu turizm, turistler, yerel topluluklar ve turizm paydaşları arasında sürdürülebilirlik konularında eğitim ve farkındalık yaratmaya yönelik bir platform görevi görmektedir (Poudel vd., 2014; 466). Yorumlayıcı programlar, rehberli turlar ve etkileşimli deneyimler aracılığıyla sorumlu turizm, ziyaretçileri çevre koruma, kültürel miras ve sosyal sorumluluk konusunda eğiterek insan faaliyetlerinin birbirine bağlılığı ve bunların gezegen üzerindeki etkileri hakkında daha derin bir anlayış geliştirmektedir. Bu artan farkındalık, turistleri sorumlu davranışlar benimsemeye teşvik etmekte, yerel koruma çabalarını desteklemekte ve turizm destinasyonlarında sürdürülebilirlik kültürünü teşvik etmektedir (Poudel ve Nyaupane, 2013; 661).

Özetle, sorumlu turizm yalnızca olumsuz etkilerin en aza indirilmesi değil, aynı zamanda çevre, kültür, topluluklar ve ekonomi için olumlu sonuçlar yaratılmasıyla da ilgilidir. Destinasyonlar, sorumlu turizm uygulamalarını benimseyerek sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşabilir, turizmin doğa ve topluluklarla uyum içinde gelişmeye devam etmesini sağlarken aynı zamanda mevcut ve gelecek nesillerin refahına katkıda bulunabilir (Poudel vd., 2014; 467).

2.2. Yeşil Satın Alma Niyeti

Yeşil satın alma niyeti, bireyin çevresel sürdürülebilirlik kavramına ilişkin farkındalığı ve yeşil firmaları, ürünleri veya hizmetleri daha fazla tercih etmesi olarak tanımlanmaktadır (Mas'od ve Chin, 2014; 479-480). Yeşil kavramı, sürdürülebilir kalkınmanın sosyo-kültürel, ekolojik ve ekonomik alt boyutlarından oluşan ekolojik boyutunu içermektedir. Benzer şekilde, bu tür davranışlar aynı zamanda çevresel kaygıyı ve çevrenin korunmasına olan inancı veya yeşil ürün veya hizmetlerin tüketimini de bütünleştirir (Lee vd., 2012; 69). Yeşil ürün ve hizmetlere olan ilginin artması, tüketicilerin olumlu satın alma niyeti geliştirmelerine ve yeşil kampanyalara katılmalarına yol açmıştır (Mas'od ve Chin, 2014; 480). Bu çevresel kaygısı veya çevre bilinci artan tüketicilerin çevreye duyarlı satın alma davranışlarını olumlu yönde etkilediğini gösteren önceki birçok çalışmanın sonuçlarıyla tutarlıdır (Albayrak vd., 2013; 28).

Yeşil pazarlama bağlamında yeşil satın alma niyeti, bireysel değer yargısı olarak tanımlanır; bireyin çevre korumanın değerine ilişkin bilişsel değerlendirmesinden yararlanmaktadır (Wang vd., 2020; 324). Bireyler tanıma uygun olarak, çevresel uygulamaları hayata geçirmeyi tercih ettikleri için genellikle çevre hakkında olumlu görüşlere sahip olduklarını ileri sürmektedirler (Levine ve Strube, 2012; 310). Çevre dostu ürünler veya

hizmetler, geri dönüştürülebilir ambalajlı ürünler satın alma veya biyolojik olarak parçalanamayan çöplerini uygun şekilde imha etme olasılığını algılıyorlar; bu eylemler, çevre kalitesinin iyileştirilmesine toplu olarak ve önemli ölçüde katkıda bulunabilmektedir (Chen ve Chai, 2010; 29). Aynı doğrultuda, muhtemelen aşırı enerji kullanımı ve dayanıksız doğal kaynaklar, gıda ve ürün tedariki, çevre dostu olmayan üretim süreçleri ve çevre felaketlerinden kaynaklanan mevcut çevre sorunlarının ciddiyetinin de farkındadırlar. Bu farkındalık, çevresel sorunların bilincinde olan, doğal kaynakların sınırlı olduğunu ve çevrenin sanıldığından daha kırılgan olduğunu hisseden bireylerin sayısının artmasıyla birlikte artmaktadır. Çevre yanlısı faaliyetlere yönelik olumlu tutumlara aşıl原因 çevre bilincinin varlığı, günlük yaşamlarında çevre yanlısı davranışlara daha sık katılmayı teşvik etmektedir (Vazifehdoust vd., 2013; 2492).

2.2.1. Yeşil Satın Alma Niyetini Etkileyen Faktörler

2.2.1.1. Çevresel Kaygı

Yeşil ürün satın alma niyeti, tüketicilerin satın alma davranışını etkileyen ve gerçek satın alma davranışını tahmin edebilen çeşitli motivasyonları içermektedir. Bu niyet, tüketicilerin alışılmış olanlardan ziyade en iyi çevresel özelliklere sahip ürünleri satın alma eğilimini ifade etmektedir. Bu nedenle yeşil satın alma niyeti, yeşil satın alma davranışlarının tahminini etkileyen önemli bir faktördür (Majid ve Elahe, 2017; 298). Artan ciddi çevre sorunları karşısında, yeşil ürün satın alma niyetini etkileyen faktörlerin araştırılması sadece çevrenin korunması açısından faydalı olmakla kalmayıp aynı zamanda yeşil pazarlamayı da teşvik etmektedir (Zhuang vd., 2021; 5).

Geçmişte yapılan araştırmalarda tüketicilerin yarısından fazlasının çevre bilincine sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Ancak bu sahip olunan çevre bilinci yeşil satın alma niyetini desteklememektedir (Weisstein vd., 2014; 232). Tüketiciler yeşil ürünleri satın alırken çevre bilincinin eksikliği, olumsuz algı, güvensizlik, ürün fiyatlarının yüksek olması, pratikliğin düşük olması gibi çeşitli engellerle karşılaşmaktadır. Yeşil ürün satın almanın temel yönelimi çevre bilinci ise, aslında değerler perspektifinden bakıldığında tüketici değerlerinin çevre yönelimiyle ilişkili özelliklere sahip olup olmadığını ölçmektir (Mainieri vd., 1997; 190). Birkaç araştırmacı çevresel değerlerin geri dönüşüm davranışı ve bireylerin çevreyi korumak için harekete geçme istekliliği ile ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Yeşil tüketim ile doğrudan ilişkilendirilen çevresel değerler, doğrudan çevrenin korunmasına ve çevresel yükümlülüklerle yönelik olumlu veya destekleyici davranışların değerlerini ifade etmektedir. Bu nedenle çevresel değerlerin yeşil satın alma niyeti üzerinde önemli bir etkisi bulunmaktadır (McMillan vd., 2010; 21).

Değer, kişisel bilişsel sistemi etkileyen ve insanların belirli davranışlarına rehberlik eden, insanlar tarafından belirlenen hedeflerin önemine dair kalıcı bir inançtır. Değerler tüketici talebinin, tüketim tutumunun ve tüketim davranışının temel belirleyicileridir (Homer ve Kahle, 1988; 639). Değerler bireyin çevreyi korumak için eyleme geçme isteğini etkili bir şekilde arttırabilen, çevreyle ilgili bir dizi davranış sergileme eğilimini açıklamaktadır. Bu nedenle değerler tüketici davranışını anlamada çok önemli bir değişkendir (Durgee vd., 1996;). Değerler ile tüketicilerin satın alma davranışları arasındaki ilişkiyi inceleyen bir araştırma, tüketicilerin kendi değerleriyle uyumlu ürünlere bağlanıp tercih ettiklerini, bağlanma ve tercihin gerçek satın alma niyetine dönüştüğünü ortaya çıkarmıştır (Kim, 2005; 107).

Çevre koruma davranışlarıyla doğrudan ilişkili olan değerler yani çevresel değerler, çevrenin korunmasına ve çevresel yükümlülüklerle yönelik olumlu veya destekleyici eylemlerdir (McMillan vd., 2010; 22).

2.2.1.2. Çevre Bilgisi

Çevresel bilgi, turizm bağlamında önemli bir rol oynamaktadır; turistleri, işletmeleri ve destinasyon yöneticilerini çevre üzerindeki olumsuz etkileri en aza indirirken yerel topluluklar ve ekosistemler için faydaları en üst düzeye çıkaran sürdürülebilir uygulamalara yönlendirmektedir (Carius ve Job, 2019; 840). Çevre bilgisi özünde biyolojik çeşitliliğin korunmasından iklim değişikliğine uyum stratejilerine kadar geniş bir anlayış yelpazesini kapsamaktadır. Kırılgan ekosistemlerin korunması, kültürel mirasın muhafaza edilmesi ve iklim değişikliği etkilerinin hafifletilmesinin önemi de dahil olmak üzere, turizm faaliyetleri ile doğal dünya arasındaki karmaşık bağlantıların tanınmasını içermektedir (Myers, 1996; 2765).

Turistler için çevre bilgisi, seyahatleri sırasında sorumlu davranış ve karar alma konusunda bilgi sağlamayı ifade etmektedir. Onlara çevre dostu konaklama yerleri seçme, koruma faaliyetlerine katılma ve yerel gelenek ve göreneklere saygı gösterme gücü vermektedir (Ünal vd., 2017; 1099). Ek olarak çevresel bilgi, turistlerin bir destinasyonun doğal ve kültürel kaynaklarına olan takdirini arttırmakta, ziyaret ettikleri yerlere karşı daha derin bir bağ ve yönetim duygusunu teşvik etmektedir (Lee ve Moscardo, 2005; 550).

Turizm endüstrisinde çevre bilgisi, işletmelerin kaynak tüketimini en aza indiren, atık oluşumunu azaltan ve kirliliği azaltan sürdürülebilir uygulamaları benimsemeleri için gereklidir. İşletmeler, enerji açısından verimli teknolojilerin uygulanmasından yerel ürün ve hizmetlerin tedarik edilmesine kadar, pazarda rekabetçi kalırken çevresel performanslarını arttırmak için çevre bilgisinden yararlanmaktadırlar (Trung ve Kumar, 2005; 111).

Destinasyon yöneticileri, sürdürülebilir turizm politikaları ve girişimlerini geliştirmek ve uygulamak için çevresel bilgilere güvenmektedir. Bu, korunan alanların oluşturulmasını, atık yönetimi programlarının uygulanmasını, eğitim ve bilinçlendirme kampanyaları yoluyla sorumlu turizm uygulamalarının teşvik edilmesini ifade etmektedir (Oldekop vd., 2015; 135). Destinasyonlar, çevresel bilgiyi destinasyon yönetimi stratejilerine entegre ederek doğal ve kültürel varlıklarını korumakta, ziyaretçi deneyimlerini geliştirmekte ve yerel toplulukların uzun vadeli refahını desteklemektedirler (Judge ve Douglas, 2002; 245).

Dahası, çevresel bilgi, turizm destinasyonlarının karşı karşıya olduğu karmaşık çevresel zorlukları ele almak için hükümetler, sivil toplum kuruluşları, yerel topluluklar ve özel sektör dahil olmak üzere paydaşlar arasındaki işbirliğini ve ortaklıkları kolaylaştırmaktadır (Halme, 2001; 105). Paydaşlar bilgi, kaynak ve en iyi uygulamaları paylaşarak habitat bozulması, su kıtlığı ve biyolojik çeşitlilik kaybı gibi sorunların üstesinden gelmek için birlikte çalışırsa turizm destinasyonlarının çevresel baskılar karşısında dayanıklılığını ve sürdürülebilirliğini sağlayabilir (Jamal ve Stronza, 2008; 175).

Özetle, çevresel bilgi, sürdürülebilir turizm gelişimi için yol gösterici bir ilke olarak hizmet etmekte ve her seviyedeki paydaşları ekonomik refah, sosyal eşitlik ve çevre korumayı dengeleyen uygulamalara yönlendirmektedir. Çevre bilgisi, turizm ve çevre arasındaki karşılıklı bağımlılığın daha derin anlaşılmasını teşvik ederek, bireylere ve kuruluşlara, mevcut ve gelecek nesiller için doğal ve kültürel mirasın korunmasına ve geliştirilmesine katkıda bulunacak bilinçli kararlar vermesinde yardımcı olmaktadır (Oldekop vd., 2015; 136).

2.2.1.3. Yeşil Aklama

Yeşil aklama, şirketlerin veya kuruluşların kendilerini, ürünlerini veya operasyonlarını yanlış bir şekilde çevre dostu veya sürdürülebilir olarak sunduğu endüstrilerde yaygın olan aldatıcı bir uygulamadır (Delmas ve Burbano, 2011; 55). Bu yanıltıcı tasvir, çoğu zaman abartılı iddialar veya yanıltıcı etiketler içermektedir ve uygulamalarda anlamlı değişiklikler yapmadan, çevre dostu seçeneklere yönelik artan tüketici talebinden yararlanmayı hedeflemektedir (Jong vd., 2017; 80).

Yeşil aklamının yaygın bir şekli, güvenilir standartları karşılamadan çevresel faydalar ima eden yanıltıcı etiketlerin veya sertifikaların kullanılmasıdır. Bu etiketler, iddiaları gerçek eylem veya uygulamalarla desteklemeden çevre dostu izlenimi yaratabilmektedir (Delmas ve Burbano, 2011; 56). Ayrıca şirketlerin, ürünlerinin çevresel özellikleri veya sürdürülebilirlik uygulamaları hakkında belirsiz veya doğrulanamayan iddialarda bulunduğu abartılı pazarlama iddialarına sıklıkla başvurulmaktadır. Bu tür iddialar spesifiklikten yoksun olabilir veya kanıt

sunamayabilir; bu da tüketicileri, ürünün gerçekte olduğundan daha çevre dostu olduğuna inandıracak şekilde yanıltmaktadır (Maronick and Andrews, 2005; 300).

Yeşil aklama, şirketlerin belirli çevresel girişimleri öne çıkarırken, daha az olumlu olan diğerlerini küçümsediği veya göz ardı ettiği seçici raporlamayı da içermektedir. Bu seçici raporlama, şirketin genel çevresel performansı hakkında çarpık bir izlenim yaratmaktadır (Jong vd., 2017; 80). Ek olarak, bazı şirketler küçük ölçekli girişimler veya kozmetik değişiklikler gibi çevresel sürdürülebilirlik üzerinde minimum etkiye sahip olan ancak pazarlama materyallerinde yoğun bir şekilde tanıtılan simgesel sürdürülebilirlik çabalarına katılmaktadır (Gimenez vd., 2012; 151).

Diğer bir taktik ise şirketlerin çevresel sorumluluk konusunda yanlış bir izlenim yaratmak için çevre dostu görseller, semboller veya onaylar kullandığı çağrışım yoluyla yeşil yıkamadır. Bu çağrışımlar anlamlı eylem veya uygulamalarla desteklenemeyebilir ancak şirket veya ürünün yanıltıcı şekilde tanıtılmasına katkıda bulunmaktadır (Du, 2015; 548).

Yeşil aklamaların sonuçları geniş kapsamlıdır çünkü tüketicinin güvenini zedeler, marka güvenilirliğini aşındırır ve çevresel sürdürülebilirliği teşvik etmeye yönelik gerçek çabaları zayıflatır. Yeşil aklamayla mücadele etmek için tüketiciler kendilerini güvenilir eko-etiketler ve sertifikalar konusunda eğitmeli, pazarlama iddialarını eleştirel bir şekilde değerlendirmeli ve şirketlerden şeffaflık ve hesap verebilirlik talep etmelidir. Benzer şekilde şirketlerin özgünlüğe, iddiaları kanıtlarla doğrulamaya ve çevresel etkiyi azaltmak için anlamlı eylemler gerçekleştirmeye öncelik vermesi gerekiyor. Düzenleyici kurumlar ve endüstri gözlemcileri de şeffaflığın güçlendirilmesinde ve aldatıcı yeşil pazarlama uygulamalarının önlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Kennedy, 2010; 1139). Sonuçta yeşil aklamaların ele alınması, şeffaflığı teşvik etmek ve sektörler genelinde sürdürülebilirlik uygulamalarının bütünlüğünü desteklemek için kolektif bir çaba gerektirmektedir.

2.2.2. Yeşil Satın Alma Niyeti ile Sürdürülebilirlik Arasındaki İlişki

Yeşil satın alma niyeti ile sürdürülebilirlik arasındaki ilişki karmaşık ve çok yönlü olup, bireysel tüketici davranışı, pazar dinamikleri, endüstri uygulamaları ve daha geniş sürdürülebilirlik hedefleri arasındaki dinamik etkileşimi temsil etmektedir (Xiao ve Li, 2011; 323). Yeşil satın alma niyeti özünde, tüketicilerin çevresel değerleri ve daha sürdürülebilir bir gelecek için arzularıyla uyumlu ürün veya hizmetleri tercih etme eğilimini ve motivasyonunu ifade etmektedir (Chen ve Chang, 2012; 502).

Yeşil satın alma niyeti, çevresel açıdan sorumlu tüketim davranışının arkasında itici bir güç olarak hizmet etmekte ve pazardaki tüketici seçimlerini ve tercihlerini etkilemektedir (Lin

ve Huang, 2012; 12). Tüketiciler, olumlu çevresel özelliklere sahip olduğu düşünülen ürün veya hizmetleri tercih ederek sürdürülebilirlik girişimlerini desteklediklerini göstermekte ve işletmeleri daha çevre dostu uygulamalar benimsemeye teşvik etmektedir. Talep yönlü bu baskı, yeniliği teşvik edebilir, sürdürülebilir teknolojilere yatırımı teşvik edebilir ve şirketleri tedarik zinciri boyunca çevresel performanslarını iyileştirmeye teşvik edebilir (Stranieri vd., 2017; 12).

Aynı zamanda, yeşil satın alma niyeti tüketiciler arasında çevre sorunlarına ilişkin farkındalığın ve eğitimin desteklenmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Ansar, 2013; 651). İşletmeler ve kuruluşlar, pazarlama kampanyaları, eko-etiketleme girişimleri ve tüketici eğitim programları aracılığıyla tüketici tercihlerinin çevresel etkileri konusunda farkındalığı artırmakta ve bireyleri sürdürülebilirliğe öncelik veren bilinçli kararlar alma konusunda güçlenmektedir (Antonetti ve Maklan, 2014; 118). Yeşil satın alma niyeti, çevresel zorluklar ve çözümler konusunda daha iyi bir anlayışı teşvik ederek, acil sürdürülebilirlik sorunlarının ele alınmasına yönelik bir çevre yönetim kültürü ve kolektif sorumluluk geliştirmektedir (Zhuang vd., 2021; 1).

Dahası, yeşil satın alma niyeti ile sürdürülebilirlik arasındaki ilişki, bireysel tüketici davranışının ötesine geçerek daha geniş ekonomik, sosyal ve çevresel boyutları kapsayacak şekilde uzanmaktadır (Zhuang vd., 2021; 2). Yeşil ürün ve hizmetlere yönelik pazar talebini artırarak, yeşil satın alma niyeti, sürdürülebilirliğe öncelik veren sektörlerde ekonomik büyümeyi ve istihdam yaratılmasını teşvik edebilir. Aynı zamanda doğal kaynakların korunmasına, sera gazı emisyonlarının azaltılmasına ve biyolojik çeşitliliğin korunmasına da katkıda bulunarak daha geniş çevresel sürdürülebilirlik hedeflerini gerçekleştirebilir (Aldieri ve Vinci, 2018; 5).

Ek olarak yeşil satın alma niyeti, sürdürülebilirliği teşvik etmeyi ve çevresel zorlukları ele almayı amaçlayan politika oluşturma ve düzenleyici çerçeveleri etkilemektedir (Chen, 2005; 928). Yeşil ürünlere yönelik güçlü tüketici talebi, hükümetleri çevre dostu ürünlere yönelik vergi teşvikleri, yenilenebilir enerjiye yönelik sübvansiyonlar veya çevre standartlarına ilişkin düzenlemeler gibi destekleyici tedbirleri yürürlüğe koymaya sevk edebilir. Bu politika müdahaleleri sürdürülebilirlik hedeflerini daha da güçlendirebilir ve işletmelerin daha sürdürülebilir uygulamaları benimsemesi için uygun bir ortam yaratmaktadır (Nielsen vd., 2019; 1373).

Özetle yeşil satın alma niyeti ile sürdürülebilirlik arasındaki ilişki çok yönlü ve birbirini güçlendiren bir ilişkidir. Yeşil satın alma niyeti, tüketici davranışını, pazar dinamiklerini, endüstri uygulamalarını ve politika oluşturma süreçlerini daha fazla çevresel sorumluluğa

yönlendirerek sürdürülebilir kalkınma için bir katalizör görevi görmektedir. Bireysel tercihleri sürdürülebilirlik ilkeleriyle uyumlu hale getirerek tüketiciler, mevcut ve gelecek nesiller için çevrenin korunmasını, sosyal eşitliği ve ekonomik dayanıklılığı geliştirmede dönüştürücü bir rol oynayabilir (Lin ve Huang, 2012; 13).

2.3. Sürdürülebilirlik Bilinci, Sorumlu Turizm ve Yeşil Satın Alma Niyeti İlişkisi

Sürdürülebilirlik bilinci, sorumlu turizm ve yeşil satın alma niyeti arasındaki ilişki, turizm endüstrisindeki tüketici davranışlarını anlamada giderek daha önemli hale gelmektedir. Sürdürülebilirlik bilinci, turistlerin seyahat tercihlerinin çevresel, sosyal ve ekonomik etkilerine ilişkin farkındalık ve endişelerini ifade etmektedir (Gericke vd., 2019; 35). Bu bilinç genellikle çevre dostu konaklama yerlerinin seçilmesi, koruma çabalarına katılma ve sürdürülebilirliğe öncelik veren yerel işletmelerin desteklenmesi gibi sorumlu turizm davranışlarına yansır. Bu davranışlar sürdürülebilir bir turizm ekosisteminin geliştirilmesinde çok önemlidir. Üstelik bu uygulamalar ile yeşil satın alma niyetleri arasında dikkate değer bir ilişki vardır. Çünkü bu uygulamalar sürdürülebilir bir turizm altyapısına katkıda bulunmakla kalmıyor, aynı zamanda turistlerin satın alma kararlarını da etkiliyor (Miller vd., 2014; 27). Sorumlu turizme aktif olarak katılan turistlerin, organik gıda, sürdürülebilir hediyelik eşyalar ve çevresel ayak izi azaltılmış hizmetler gibi yeşil ürünleri satın alma tercihini sergileme olasılıkları daha yüksektir. Bu ilişki, satın alma kararlarını şekillendirmede çevre bilincinin rolünü vurguluyor ve turistlerin sürdürülebilirlik bilincinin arttırılmasının turizm sektöründe daha sürdürülebilir tüketim kalıplarını etkili bir şekilde teşvik edebileceğini öne sürüyor. Bu bağlamda turistlerin sürdürülebilirlik bilincini artırmak, turizm endüstrisinde çevresel açıdan daha sorumlu tüketimi teşvik etmede önemli bir strateji olabilir (Miller vd., 2014; 28).

Sürdürülebilirlik bilinci, sorumlu turizm ve yeşil satın alma niyeti karşılıklı olarak birbirini güçlendirerek sürdürülebilir davranışın verimli bir döngüsünü yaratmaktadır. Sürdürülebilirlik bilinci yüksek olan bireyler, sorumlu turizm uygulamalarına katılmaya ve yeşil satın alma niyetlerini ifade etmeye daha yatkındır (Chin vd., 2017; 270). Benzer şekilde, sorumlu turizm deneyimlerine katılmak ve yeşil satın alma seçimleri yapmak, çevresel ve sosyal konulara ilişkin daha derin bir anlayış geliştirerek bireylerin sürdürülebilirlik bilincini daha da derinleştirebilir (Sırakaya-Türk vd., 2013; 120). Sürdürülebilirlik bilinci, bireylerin davranışlarını ve karar verme süreçlerini derinden etkiler, turist ve tüketici olarak seçimlerine rehberlik eder. Sürdürülebilirlik bilincini benimseyen turistler aktif olarak sorumlu turizm deneyimleri aramaktadır, çevre dostu konaklamayı desteklemekte ve değerlerine uygun faaliyetlerde bulunmaktadır (Penz vd., 2017; 10). Benzer şekilde, güçlü bir sürdürülebilirlik

bilincine sahip tüketiciler yeşil ürün ve hizmetlere öncelik vererek pazar talebini artırmakta ve işletmeleri daha sürdürülebilir uygulamaları benimsemeye teşvik etmektedir (Abualfaraa vd., 2020; 18).

Sürdürülebilirlik bilincinin harekete geçirdiği yeşil satın alma niyeti, sürdürülebilir turizm ürünlerine ve yeşil tüketim mallarına talep yaratarak pazar dinamiklerini şekillendirmektedir. Bu talep, işletmeleri sürdürülebilir uygulamaları benimsemeye, çevre dostu ürünler geliştirmeye ve tüketici tercihlerini karşılamak için araştırma ve inovasyona yatırım yapmaya teşvik etmektedir (Luchs vd., 2010; 24). Sorumlu turizm ve yeşil satın alma tercihleri giderek daha yaygın hale geldikçe, işletmeler pazardaki rekabet gücünü ve geçerliliğini korumak için sürdürülebilirliği faaliyetlerine entegre etmek zorunda kalır (Geissdoerfer vd., 2018; 410).

Sorumlu turizmi ve yeşil satın alma seçimlerini savunan sürdürülebilirlik bilincine sahip bireyler, sürdürülebilirliği teşvik etmek için politika değişikliklerini ve kurumsal hesap verebilirlik önlemlerini etkilemede önemli bir rol oynamaktadır (Galeazzo vd., 2020; 705). Tercihlerini tüketici davranışı ve kolektif eylem yoluyla dile getirerek, hükümetlere, işletmelere ve diğer paydaşlara, sürdürülebilir turizm gelişimini ve çevreye duyarlı tüketimi destekleyen politika ve uygulamaları benimsemeleri için baskı uygularlar (Han, 2021; 1022).

Özetle, sürdürülebilirlik bilinci, sorumlu turizm ve yeşil satın alma niyeti arasındaki ilişki dinamik ve çok yönlüdür; her bir kavram diğerini karşılıklı olarak güçlendirir ve teşvik eder. Bireyler arasında sürdürülebilirlik bilincini teşvik ederek ve sorumlu turizm uygulamalarını ve yeşil satın alma davranışını teşvik ederek hem insanlar hem de gezegen için daha sürdürülebilir ve dayanıklı bir geleceğe giden yolu açabilir (Sırakaya-Türk vd., 2013; 122).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA TASARIMI VE BULGULARI

3.1. Araştırmanın Konusu ve Önemi

Turistik destinasyonların uzun vadede karlılığı, onların uzun vadeli sürdürülebilirliği açısından kritik öneme sahiptir. Aşırı kullanılan veya sorumsuz turizm uygulamalarından zarar gören destinasyonlar cazibesini kaybedebilir veya turist ağırlayamaz duruma gelebilir. Destinasyonlar, sorumlu turizmi ve yeşil satın almayı teşvik ederek gelecek nesiller için çekici ve yaşanabilir kalmalarını sağlayabilir (Galeazzo vd., 2020; 710).

Turizmin çevreye, ekonomik istikrara ve sosyal refaha olumlu katkıda bulunmasını sağlamak için sürdürülebilirlik bilinci ve yeşil satın alma eğilimi arasındaki ilişki çok önemlidir. Küresel turizm endüstrisinin gelecekte daha sürdürülebilir bir şekilde ilerlemesine yardımcı olmak için çok önemlidir.

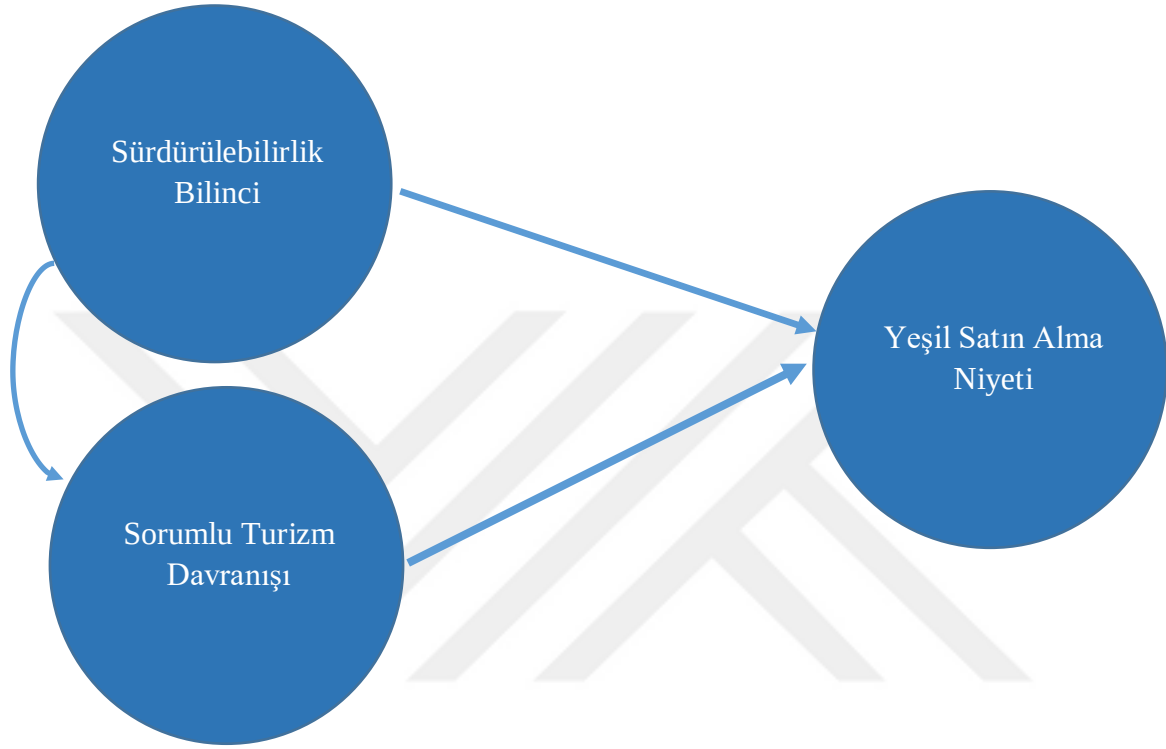
Çevre dostu konaklama yerlerinin seçimi, koruma çabalarına katılım gibi davranışların bilinç haline dönüşebilmesi için sorumlu turizm ile sürdürülebilirlik bilinci arasındaki ilişki de önemlidir. Turizm faaliyetleri, turistlerin sahip olduğu davranışların sorumluluğunun farkına varılması ve bu davranışların bir bilince dönüşmesi sonucu sürdürülebilir bir hale gelebilir. Türkiye'nin en önemli turizm destinasyonlarından birisi olan Antalya ilindeki turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliği hem Antalya için hem ülke ekonomisi için kritik öneme sahiptir. Antalya'yı ziyaret eden turistlerin sürdürülebilirlik bilinci ile sorumlu turizm davranışlarının yeşil satın alma niyetine ilişkisinin ortaya çıkarılması bölgenin sürdürülebilirliğine yardımcı olacaktır.

3.2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışma, turistlerin sürdürülebilirliğe ilişkin farkındalık ve değerlerinin çevre dostu ürün satın alma davranışlarını ve kararlarını nasıl etkilediğini araştırmak ve analiz etmektedir. Çalışma, turistlerin sürdürülebilirlik bilinci, sorumlu turizm uygulamalarına katılımları ve yeşil satın alma eğilimleri arasındaki bağlantıları ortaya koymayı amaçlamaktadır. Ayrıca, sürdürülebilirlik bilincinden etkilenen sorumlu turizm davranışlarının yeşil satın alma eğiliminin artmasına nasıl yol açabileceğini analiz eden çalışma, destinasyonlarının sürdürülebilirliğini arttırmak ve daha geniş çevre koruma çabalarına katkıda bulunmak için turizm pazarlamacılarına, politika yapıcılara ve işletme sahiplerine sürdürülebilirlik eğilimlerini nasıl teşvik edecekleri ve bunlardan nasıl yararlanabilecekleri konusunda fikir sağlamayı da amaçlamaktadır. Turistler arasında sürdürülebilirlik bilincinin geliştirilmesinin

hem çevreye hem de turizm endüstrisine fayda sağlayacak şekilde daha sürdürülebilir tüketim kalıplarını teşvik eden stratejilerin geliştirilmesine katkı sağlamak da çalışmanın diğer hedefleri arasında yer almaktadır.

3.3. Araştırma Modeli ve Hipotezleri



Şekil 3.1. Araştırma Modeli

3.4. Araştırmanın Hipotezleri

Turistlerin sürdürülebilirlik bilincinin ve sorumlu turizm davranışlarının yeşil satın alma niyeti üzerindeki etkisine ilişkin hipotezler şu şekilde belirlenmiştir:

“**H1:** Cinsiyete göre Sürdürülebilirlik bilinci farklılık göstermektedir.”

“**H2:** Cinsiyete göre sorumlu turizm davranışları farklılık göstermektedir.”

“**H3:** Cinsiyete göre yeşil satın alma niyetleri farklılık göstermektedir.”

“**H4:** Eğitim durumuna göre Sürdürülebilirlik bilincin farklılık göstermektedir.”

“**H5:** Eğitim durumuna göre sorumlu turizm davranışları farklılık göstermektedir.”

“**H6:** Eğitim durumuna göre yeşil satın alma niyetleri farklılık göstermektedir.”

"H7: Turistlerin sürdürülebilirlik bilinci, onların sorumlu turizm davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir."

"H8: Turistlerin sorumlu turizm davranışları, yeşil satın alma niyetlerini olumlu yönde etkilemektedir."

"H9: Turistlerin sürdürülebilirlik bilinci ve sorumlu turizm davranışları yeşil satın alma niyetleri üzerinde etkilidir."

Bu hipotezler, sürdürülebilirlik bilinci ile sorumlu davranışlar arasında doğrudan bir ilişkinin yanı sıra bu davranışlardan yeşil satın alma niyetlerine giden bir yol olduğunu öne sürmektedir.

3.5. Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları

2023 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre Antalya'ya havayoluyla gelen yabancı turist sayısı rekor kırarak 15 Milyon 689 Bin 258 olmuştur (Anadolu Ajansı, 2024). Son yıllarda yaşanan bu artış ile birlikte turizm sektörünün çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri de artmıştır. Araştırmada hedef kitle olarak hem yerli hem de yabancı turistler tercih edilmiştir. Araştırmada turistlerin sahip oldukları sürdürülebilirlik bilinci ve sorumlu turizm davranışları ile yeşil satın alma niyetleri arasındaki ilişkileri incelenmiştir. Bu ilişkiyi ölçmek amacıyla araştırmada Antalya'nın belirli bölgelerinde tatil amacıyla bulunan turistler hedef alınmıştır.

Literatürde yer alan birçok çalışma gibi bu çalışmada da bazı sınırlılıklarla karşılaşmıştır. Bunlardan biri, çalışmanın Antalya bölgesini ziyaret eden turistlerden elde edilen verilerle yapıldığı için sonuçları Türkiye kapsamında genelleme yapmak için uygun olmamasıdır. Ayrıca anket çalışmasında milliyete yer verilmediği için analizlerde karşılaştırma yapılamamıştır. Bu da bir diğer kısıtı oluşturmaktadır. Araştırmanın verilerinin toplama sürecinin kış dönemine denk gelmesi potansiyel katılımcı sayısına ulaşmayı zorlaştırmıştır. Veri toplama sürecinde zaman ve maliyet kısıtları da bulunmaktadır.

3.6. Araştırmanın Örnekleme Süreci

Araştırma evrenini Antalya'ya tatil amacıyla gelen yerli ve yabancı turistler oluşturmaktadır. Bu kapsamda Antalya'nın belirli destinasyonlarında yüz yüze anketler uygulanmıştır. Örneklem büyüklüğü Ural ve Kılıç (2006) tarafından ortaya konulan "10.000'den büyük evrenler için 384 sayısı yeterli" görüşüne uygun bir şekilde planlanmıştır. Antalya ilinde tatil amacıyla bulunan 435 turistten ölçme aracımızla yüzyüze olarak veri

toplanmıştır. Ancak yapılan uygulamada 16 ankette eksik bilgilere yer verilmesinden dolayı bu anketler değerlendirmeye alınmamıştır. Analiz sonuçları 419 anket üzerinden çalışılmıştır.

3.7. Veri Toplama Araçları

Araştırmada nicel veri toplama yöntemlerinden birisi olan anket tekniği kullanılmıştır. Verilerin toplanmasında araştırma konusu olan sürdürülebilirlik bilinci, sorumlu turizm ve yeşil satın alma niyetiyle dolaylı ya da doğrudan ilgili olan ve akademik olarak güvenilir kitaplar, makaleler, raporlar ve ilgili ulusal ve uluslararası kuruluşların yayınları kullanılmıştır. Hazırlanan anket formunda demografik bilgi formu ile literatür incelemeleri sonucunda ulaşılan hazır ölçeklerden Gericke vd. (2019) tarafından hazırlanan Sürdürülebilirlik Bilinci Ölçeği, Nekmahmud ve Fekete-Farkas (2020) tarafından hazırlanan Yeşil Satın Alma Niyeti Ölçeği ve Olivar vd. (2023) tarafından geliştirilen Sorumlu Turizm Deneyimi Ölçeği kullanılmıştır. Ölçekler İngilizce'den Türkçe'ye çevrilmiş ve uzman görüşü alınmıştır. Belirli bir grupta ölçek deneme amaçlı uygulanmış ve herhangi bir sorun yaşanmamıştır. Bu süreçler sonucunda uygulamaya geçilmiştir. Analizler için IBM SPSS 24 programı kullanılmıştır.

Anketin ilk bölümünde sürdürülebilirlik bilincine yönelik 27 madde, sorumlu turizm davranışına yönelik 11 madde, yeşil satın alma niyetine yönelik 5 madde yer almaktadır. İkinci bölümünde ise demografik bilgilere yönelik 6 madde yer almaktadır. Araştırmanın hipotezlerinin ölçülebilmesi için ilk bölümde 43 ifadeye yer verilmiştir. Bu ifadelerin tümünde 5'li likert ölçeği kullanılmıştır. Hedeflenen kitlenin yerli ve yabancı turistlerden oluşması nedeniyle anket formu hem Türkçe hem de İngilizce olarak hazırlanmıştır.

Araştırmada kullanılan Gericke vd. (2019) tarafından hazırlanan sürdürülebilirlik bilinci ölçeği bilgi, tutum ve davranış boyutlarından oluşmaktadır. Bu ölçek farklı araştırma amaçlarına yönelik 50 maddelik uzun ve 27 maddelik kısa versiyon şeklinde oluşturulmuştur. Her iki versiyon için güvenirlik ve geçerlik testleri yapılmıştır. Bu araştırmada ise kısa versiyonun kullanılması uygun görülmüştür. Araştırmada ölçeğin kullanılabilmesi amacıyla Gericke ile mail yoluyla görüşülmüş ve gerekli izinler alınmıştır.

Tablo 3.1. Sürdürülebilirlik Bilinci Ölçeği Boyutları ve İfade Numaraları

Boyut Sayısı	Boyutlar	İfade Numarası
1	Bilgi	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
2	Tutum	10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18
3	Davranış	19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27

Olivar vd. (2023) tarafından hazırlanan sorumlu turizm deneyimi ölçeği tek boyutta 11 maddeden oluşmaktadır. Kullanılan ölçeğin geçerlik ve güvenirlik testleri yapılmıştır. Ölçeğin araştırmada kullanılabilmesi için Olivar'dan gerekli izinler mail üzerinden alınmıştır.

Tablo 3.2. Sorumlu Turizm Davranışı İfade Numaraları

Boyut Sayısı	İfade Numarası
1	28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38

Nekmahmud ve Fekete-Farkas (2020) tarafından hazırlanan yeşil satın alma niyeti ölçeği ise tek boyutta 5 maddeden oluşmaktadır. Kullanılan ölçeğin geçerlik ve güvenirlik testleri yapılmıştır. Anketin kullanımı için Nekmahmud'dan mail üzerinden gerekli izinler alınmıştır.

Tablo 3.3. Yeşil Satın Alma Niyeti Ölçeği Boyutları ve İfade Numaraları

Boyut Sayısı	İfade Numarası
1	39, 40, 41, 42, 43

3.8. Verilerin Analizi

Verilerin analizi öncesinde eksik veya hatalı verilerin ayıklanması, düzeltilmesi gibi işlemler ile veriler analize hazır hale getirilmiştir. Veriler arasındaki dağılımların kontrolü sağlanmış ve ölçek değerlendirme bölümüne geçilmiştir.

Araştırma kapsamında toplanan verilerin analizi için IBM SPSS 24 programı kullanılmıştır. Anket formunda kullanılan ölçeklerin geçerliliği ve güvenirliğini ölçmek için faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi, ölçüm yapılarının yapı geçerliliğini değerlendirmek için yaygın olarak kullanılan bir tekniktir (Büyüköztürk, 2002; 475). Bu anlamda ölçeklere yönelik doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Tüm değişkenler için frekans analizi yapılmış, değişkenlerin birbirleri arasındaki korelasyonlar incelenmiştir. Çalışılan veriyi ve konuyu daha iyi tanımak ve açıklamak için karşılaştırmalı fark analizleri yapılmıştır. Verilerin parametrik koşulları sağlamadığı durumda nonparametrik testlerden yararlanılmış, bağımlı değişken üzerinde iki bağımsız değişkenin farkını araştırmak için Mann Whitney U testi, ikiden fazla bağımsız değişkenin farkını araştırmak için Kruskal Wallis testi uygulanmıştır. Daha sonra ölçeklerin farklı çalışmalarda kullanıma potansiyelini doğrulamak ve orijinal yapıya uygunluğunu belirlemek için doğrulayıcı faktör analizi yapılır (Kalaycı, 2010). Bu araştırmada veriler üzerinde doğrulayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Turistlerin sürdürülebilirlik bilinci ve sorumlu turizm davranışlarının birlikte yeşil satın alma niyetleri üzerindeki etkisini araştırmak amacıyla çoklu regresyon analizi yapılmıştır.

3.9. Güvenilirlik Analizi

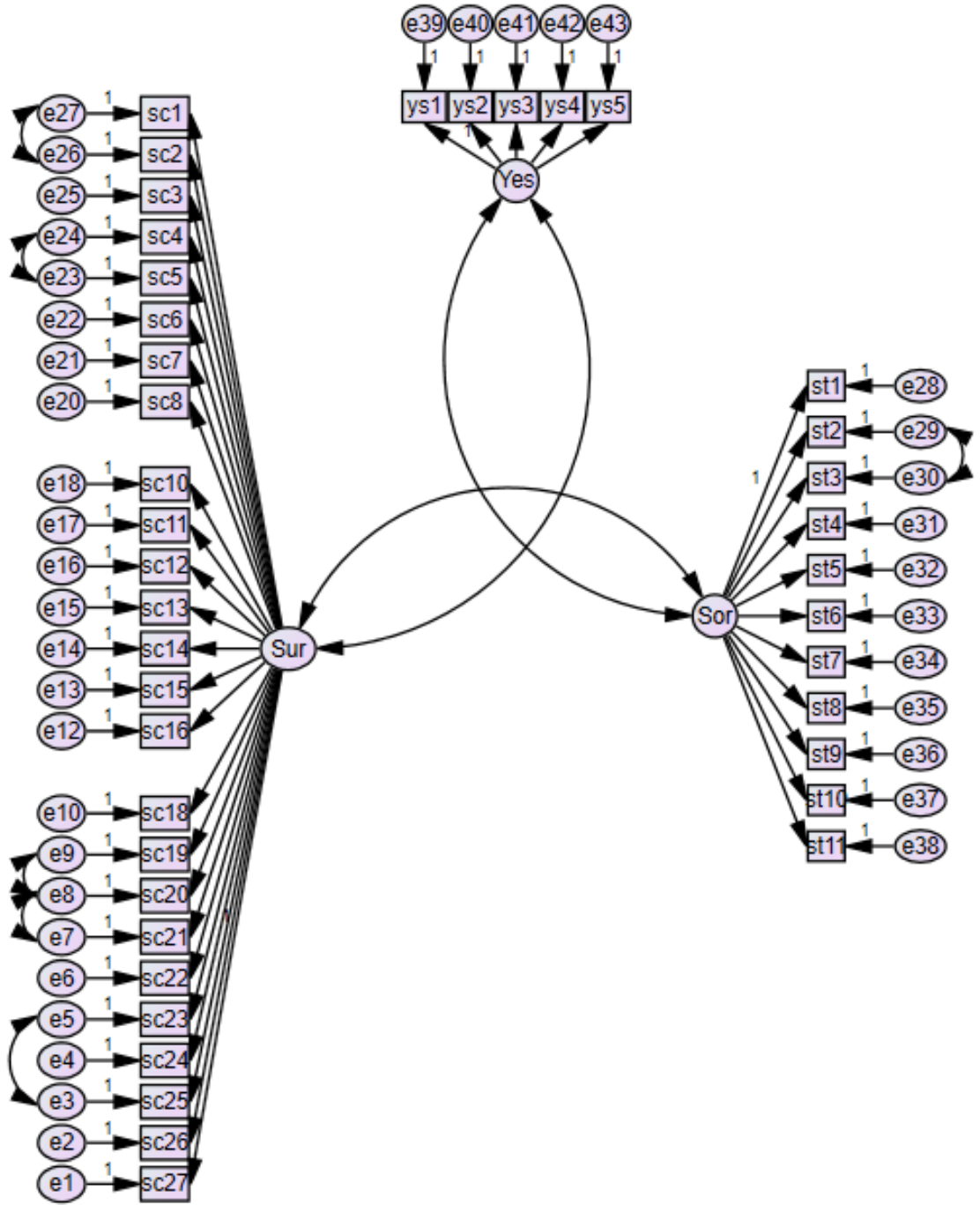
Anket formuna yönelik güvenilirliği ölçmek amacıyla Cronbach Alpha yöntemi kullanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda ölçeğin güvenirlik katsayısı (Cronbach Alpha) 0,949 olarak ortaya çıkmıştır. Analiz sonuçlarına göre Cronbach Alpha katsayısı 0,7'nin üzerinde olan ölçekler güvenilir ölçekler olduğu anlamına gelmektedir (Hair vd., 2011; 145). Yapılan güvenirlik analizinde hem ölçeğin geneline hem de ayrı ayrı ölçeklere ve boyutlarına yönelik Cronbach Alpha yöntemi ile analiz yapılmıştır. Sürdürülebilirlik bilinci ölçeğine yönelik yapılan analizde 27 madde için Cronbach Alpha katsayısı 0,963 bulunmuş olup alt boyutlarından bilgiye yönelik 9 ifade için 0,937; tutuma yönelik 9 ifade için 0,934 ve davranışa yönelik 9 ifade için 0,896 bulunmuştur. Sorumlu turizm deneyimi ölçeğine yönelik 11 madde için yapılan güvenirlik analizinde ise Cronbach Alpha değeri 0,952 olarak ortaya çıkmıştır. Yeşil satın alma ölçeğine yönelik yapılan güvenirlik analizinde ise bu değer 5 madde için 0,933 olarak ortaya çıkmıştır. Yapılan analiz sonucunda araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenirliğinin çok yüksek düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır. Analiz sonuçlarına Tablo 4.1'de yer verilmiştir.

Tablo 3.4. Ölçeklerin Güvenirlik Analizleri

		<i>Cronbach Alpha (a)</i>
Sürdürülebilirlik Bilinci Ölçeği	(SB)	0,963
Sorumlu Turizm Ölçeği	(ST)	0,952
Yeşil Satın Alma Niyeti Ölçeği	(YS)	0,933

3.10. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Doğrulayıcı faktör analizi, önceden belirlenmiş bir modelin veya yapının yanıtları tahmin edildiği gibi ne ölçüde etkilediğini test eden bir analiz şeklidir. Bu analizin temel amacı, önceden belirlenmiş bir faktör modelinin gözlenen bir veri kümesine uyma kabiliyetini ortaya çıkarmaktır. Elde edilen veriler ile ölçeğin geçerlilik durumunu belirlemek için bu analiz kullanılmaktadır.



Şekil 3.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Hair vd. (2011; 104) tarafından önerildiği gibi, araştırma modelinde faktör yüklerinin değerlendirilmesi ve hangi ifadelerin modelden çıkarılması gerektiğini belirlemek için gerekli adımlar atılmıştır. Bu anlamda faktör yükü eşik değer olan 0,4'ün altında olan SB9 ve SB17 ifadeleri modelden çıkartılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi kapsamında ölçüm modelindeki sürdürülebilirlik bilinci ölçeği, sorumlu turizm ölçeği ve yeşil satın alma niyeti ölçeği altında yer alan ifadelerin doğrulanma süreci ele alınmaktadır.

Ölçeğin doğrulayıcı faktör analizine göre yapısal eşitlik model sonucu $p=0$ düzeyinde anlamlı olduğu, ölçeğin maddeleriyle ilişkili olduğu belirlenmiştir. Birinci düzey analiz sonuçlarına göre ölçeğin uyum iyiliği indekslerine bakıldığında $CMIN=2164,088$; $DF=770$ $p=0,0000$; $CMIN/DF=2,811$; $SRMR=0,056$; $RMSEA=0,066$; $CFI=0,902$; $IFI=0,903$ olduğu görülerek kabul edilebilir düzeyde olduğu söylenebilmektedir.

3.11. Demografik Bilgilere Yönelik Bulgular

Katılımcıların demografik özelliklerini ortaya koymak amacıyla frekans analizi yapılmıştır. Analize yönelik sonuçlara aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 3.5. Demografik Bilgiler

Özellikler	Kategori	Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	221	52,7
	Erkek	198	47,3
Doğum Tarihi	1996 ve sonrası	220	52,5
	1981-1995	150	35,8
	1961-1980	47	11,2
	1960 ve öncesi	2	0,5
Medeni Durumu	Evli	136	32,5
	Bekar	283	67,5
Eğitim Durumu	İlköğretim	3	0,7
	Lise	65	15,5
	Lisans	266	63,5
	Yüksek Lisans/Doktora	85	20,3
Meslek	Öğrenci	100	23,9
	Emekli	11	2,6
	Ev Hanımı	11	2,6
	Serbest Meslek	131	31,3
	Memur	88	21
	Çalışmıyor	23	5,5
	Diğer	55	13,1
Gelir Durumu	11.500 TL ve altı	117	27,9
	11.501-22.000	99	23,6
	22.001-30.000	77	18,4
	30.000 TL ve üstü	126	30,1

Katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik yapılan frekans analizi sonucunda katılımcıların %52,7'sinin kadın, %47,3'ünün erkek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Katılımcıların %52,5'ini 1996 ve sonrasında doğanların oluşturduğu, bunu 1981-1995 tarihleri

arasında doğan katılımcıların %35,8'ini oluşturduğu, 1961-1980 tarihleri arasında doğanların %11,2'sini oluşturduğu ve 1960 ve öncesini ise katılımcıların %0,5'ini oluşturduğu görülmüştür. Katılımcılardan %67,5'inin bekar olduğu, %32,5'inin ise evli olduğu analiz sonucunda ortaya çıkmıştır. Eğitim durumu açısından araştırmaya katılanların %63,5'inin lisans mezunu olduğu, %20,3'ünün yüksek lisans veya doktora mezunu olduğu, %15,5'inin lise ve %0,2'sinin ilköğretim mezunu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Serbest meslek sahibi katılımcıların oranı %31,3, öğrenci %23,9, memur oranı ise %21, diğer meslek sahibi katılımcıların oranı %13,1, çalışmayanların oranı %5,5 ve emekli ile ev hanımı katılımcıların oranı ise %2,6'dır.

Katılımcıların %30,1'ini 30.000 TL ve üstü gelir durumuna sahip olanları oluştururken, %27,9'luk kısmını 11.500 TL ve altı gelir durumuna sahip olanlar, %23'6'sını 11.501-22.000 TL ve %18,4'ünü 22.001-30.000 TL gelir durumuna sahip olanlar oluşturmaktadır.

3.12. Korelasyon Analizi

Katılımcı yapısını daha iyi anlamak ve tanımlamak amacıyla demografik değişkenler ve ölçeklerin aralarındaki korelasyonlar incelenmiştir ve sonuçlar Tablo 4.3'te yer almaktadır.

Tablo 3.6. Korelasyon Analizi

		Cinsiyet	Doğum Tarihi	Medeni Durumu	Eğitim Durumu	Gelir Durumu
Cinsiyet	r	1,000	0,033	-0,028	-0,036	0,184
	p		0,500	0,569	0,468	0,000
Doğum Tarihi	r	0,033	1,000	-0,543	0,009	0,416
	p	0,500		0,000	0,854	0,000
Medeni Durumu	r	-0,028	-0,543	1,000	0,004	-0,323
	p	0,569	0,000		0,927	0,000
Eğitim Durumu	r	-0,036	0,009	0,004	1,000	0,272
	p	0,468	0,854	0,927		0,000
Gelir Durumu	r	0,184	0,416	-0,323	0,272	1,000
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	
Sürdürülebilirlik Bilinci	r	-0,214	0,106	-0,074	0,076	0,034
	p	0,000	0,030	0,132	0,118	0,494
Sorumlu Turizm Davranışı	r	-0,204	0,087	-0,095	0,102	0,065
	p	0,000	0,074	0,051	0,038	0,184
Yeşil Satın Alma Niyeti	r	-0,177	0,095	-0,091	0,117	0,016
	p	0,000	0,052	0,063	0,016	0,746

Tablo 4.3’de yaş ile medeni durum arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($r=-0,543$; $p<0,01$), yaş ilerledikçe evli olma durumunun arttığı söylenebilir. Yaş ile gelir durumu arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($r=0,416$; $p<0,01$), yaş ilerledikçe gelir durumunun arttığı düşünülebilir. Medeni durum ile gelir arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($r=-0,323$; $p<0,01$), evli olanların gelir durumunun daha yüksek olduğu düşünülebilir. Eğitim durumu ile gelir arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($r=0,272$; $p<0,01$).

Sürdürülebilirlik bilinci ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($r=-0,214$; $p<0,01$), kadın turistlerin sürdürülebilirlik bilincinin daha yüksek olduğu söylenebilir. Sürdürülebilirlik bilinci ile yaş arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($r=0,106$; $p<0,01$), tursitlerin yaşı ilerledikçe sürdürülebilirlik bilincinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Sorumlu turizm davranışı ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($r=-0,204$; $p<0,01$), kadın turistlerin daha yüksek oranda sorumlu turizm davranışına sahip olduğu sonucuna ulaşılabilir. Sorumlu turizm davranışı ile eğitim arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($r=0,102$; $p<0,01$), turistlerin eğitim durumu yükseldikçe sorumlu turizm davranışına daha fazla sahip olduğu söylenebilir.

Yeşil satın alma niyeti ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. ($r=-0,177$; $p<0,01$), kadın turistlerin yeşil satın alma niyetinin daha yüksek olduğu söylenebilir. Yeşil satın alma niyeti ile eğitim arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($r=0,117$; $p<0,01$), turistlerin eğitim durumu yükseldikçe yeşil satın alma niyetinin daha fazla olduğu söylenebilir.

3.13. Karşılaştırmalı Analizler

Demografik değişkenlere göre sürdürülebilirlik bilinci, sorumlu turizm davranışları ve yeşil satın alma niyetlerinin farklılıklarını araştırmak amacıyla analizler yapılmıştır.

Normal dağılım göstermeyen ikiden fazla bağımsız değişkenin demografik değişkenler ile aralarında farkları araştırmak için Kruskal Wallis testleri, iki bağımsız değişkenin demografik değişkenler ile aralarındaki farkları araştırmak için Mann Whitney U testleri uygulanmıştır. Aralarında fark bulunan değişkenler arasındaki ilişkiler aşağıda verilmiştir.

3.13.1. Cinsiyete Göre Karşılaştırmalı Analizler

Sürdürülebilirlik bilinci, sorumlu turizm davranışları ve yeşil satın alma niyetlerinin cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek için Mann Whitney U testleri yaptığımızda Tablo 4.4’teki sonuçlar bulunmuştur.

Tablo 3.7. Cinsiyete Göre Mann Whitney U Testi Sonuçları

Cinsiyet		N	Mean Rank	Sum of Ranks	Z	p
Sürdürülebilirlik Bilinci	Kadın	221	236,64	52297,50	-4,758	0,000
	Erkek	198	180,27	35692,50		
	Toplam	419				
Sorumlu Turizm Davranışları	Kadın	221	227,81	50346,50	-3,187	0,001
	Erkek	198	190,12	37643,50		
	Toplam	419				
Yeşil Satın Alma Niyeti	Kadın	221	227,87	50359,50	-3,241	0,001
	Erkek	198	190,05	37630,50		
	Toplam	419				

Turistlerin sürdürülebilirlik bilincinin cinsiyete göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmış ve kadın turistlerin sürdürülebilirlik bilincinin daha yüksek olduğu görülmüştür ($p<0,05$). Turistlerin sorumlu turizm davranışlarının cinsiyete göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmış ve kadın turistlerin sorumlu turizm davranışlarının daha yüksek olduğu görülmüştür ($p<0,05$). Turistlerin yeşil satın alma niyetlerinin cinsiyete göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmış ve kadın turistlerin yeşil satın alma niyetlerinin daha yüksek olduğu görülmüştür ($p<0,05$).

Bu sonuçlara göre “H1: Cinsiyete göre Sürdürülebilirlik bilinci farklılık göstermektedir.”; “H2: Cinsiyete göre sorumlu turizm davranışları farklılık göstermektedir.” ve “H3: Cinsiyete göre yeşil satın alma niyetleri farklılık göstermektedir.” hipotezleri kabul edilmektedir.

3.13.2. Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırmalı Analizler

Sürdürülebilirlik bilinci, sorumlu turizm davranışları ve yeşil satın alma niyetlerinin eğitime göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek için Kruskal Wallis testi yapılmıştır. Tablo 4.5’deki sonuçlar bulunmuştur.

Tablo 3.8. Eğitim Durumuna Göre Kruskal Wallis Testi Sonuçları

	Eğitim Durumu	N	Ortalama Rank	Ki-Kare	df	p
Sürdürülebilirlik Bilinci	İlköğretim	3	129,67	10,091	3	0,018
	Lise	65	216,22			
	Lisans	266	198,83			

Sorumlu Turizm Davranışları	YL/Dr	85	243,05	13,040	3	0,005
	Toplam	419				
	İlköğretim	3	69,83			
	Lise	65	229,99			
	Lisans	266	197,79			
	YL/Dr	85	237,86			
	Toplam	419				
Yeşil Satın Alma Niyeti	İlköğretim	3	94,50	6,512	3	0,089
	Lise	65	196,07			
	Lisans	266	207,88			
	YL/Dr	85	231,36			
	Toplam	419				

Turistlerin sürdürülebilirlik bilincinin eğitim durumuna göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,05$). Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu araştırmak için Mann Whitney U testleri yapılmıştır. Tablo 4.6'daki sonuçlar bulunmuştur.

Tablo 3.9. Sürdürülebilirlik Bilinci ve Eğitim Durumu Mann Whitney U Testi Sonuçları

	Eğitim Durumu	N	Ortalama Rank	Toplam Rank	Z	p
Sürdürülebilirlik Bilinci	İlköğretim	3	21,17	63,50	-1,195	0,232
	Lise	65	35,12	2282,50		
	Toplam	68				
	İlköğretim	3	89,17	267,50	-1,026	0,305
	Lisans	266	135,52	36047,50		
	Toplam	269				
	İlköğretim	3	23,33	70,00	-1,461	0,144
	YL/Dr	85	45,25	3846,00		
	Toplam	88				
	Lise	65	176,65	11482,50	-1,001	0,317
	Lisans	266	163,40	43463,50		
	Toplam	331				
	Lise	65	70,45	4579,50	-1,244	0,213
	YL/Dr	85	79,36	6745,50		
	Toplam	150				

Lisans	266	166,91	44398,50		
YL/Dr	85	204,44	17377,50	-2,969	0,003
Toplam	351				

Turistlerin sürdürülebilirlik bilincinin eğitime göre farklılık gösterdiği bu farklılığın - lisans mezunları ile yüksek lisans/doktora mezunları arasında olduğu, yüksek lisans/doktora mezunlarının lisans mezunlarına göre sürdürülebilirlik bilincinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p<0,05$).

Turistlerin sorumlu turizm davranışlarının eğitime göre farklılık gösterdiği görülmüştür ($p<0,05$). Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu araştırmak için Mann Whitney U testleri yapılmıştır. Tablo 4.7'deki sonuçlar bulunmuştur.

Tablo 3.10. Sorumlu Turizm Davranışı ve Eğitim Durumu Mann Whitney U Testi Sonuçları

	Eğitim Durumu	N	Ortalama Rank	Toplam Rank	Z	p
Sorumlu Turizm Davranışları	İlköğretim	3	10,67	32,00	-2,143	0,032
	Lise	65	35,60	2314,00		
	Toplam	68				
	İlköğretim	3	51,50	154,50	-1,872	0,061
	Lisans	266	135,94	36160,50		
	Toplam	269				
	İlköğretim	3	11,67	35,00	-2,272	0,023
	YL/Dr	85	45,66	3881,00		
	Toplam	88				
	Lise	65	186,08	12095,50	-1,891	0,059
	Lisans	266	161,09	42850,50		
	Toplam	331				
	Lise	65	74,31	4830,00	-,295	0,768
	YL/Dr	85	76,41	6495,00		
	Toplam	150				
	Lisans	266	167,76	44624,00	-2,696	0,007
	YL/Dr	85	201,79	17152,00		
	Toplam	351				

Turistlerin sorumlu turizm davranışlarının eğitime göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre lise mezunları ile ilköğretim mezunları arasında bir farklılığın olduğu

ve lise mezunlarının ilköğretim mezunlarına göre sorumlu turizm davranışlarının daha yüksek olduğu görülmüştür ($p<0,05$). Yüksek lisans/doktora mezunları ile ilköğretim mezunları arasında bir farklılığın olduğu ve yüksek lisans/doktora mezunlarının ilköğretim mezunlarına göre sorumlu turizm davranışlarının daha yüksek olduğu görülmüştür ($p<0,05$). Yüksek lisans/doktora mezunları ile lisans mezunları arasında bir farklılığın olduğu ve yüksek lisans/doktora mezunlarının lisans mezunlarına göre sorumlu turizm davranışlarının daha yüksek olduğu görülmüştür ($p<0,05$).

Bu sonuçlara göre “H4: Eğitim durumuna göre Sürdürülebilirlik bilincin farklılık göstermektedir.” ve “H5: Eğitim durumuna göre sorumlu turizm davranışları farklılık göstermektedir.” hipotezleri kabul edilirken “H6: Eğitim durumuna göre yeşil satın alma niyetleri farklılık göstermektedir.” hipotezi reddedilmektedir.

3.14. Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Gerçekleştirilen çoklu regresyon analizi sonucunda, turistlerin sürdürülebilirlik bilinci ve sorumlu turizm davranışlarının birlikte yeşil satın alma niyetlerinin %60,4’ünü açıkladığı (Düzeltilmiş $R^2=0,604$) görülmüştür.

Öncelikle çoklu regresyon analizinin ön koşullarını incelediğimizde aşağıdaki sonuçlar bulunmuş ve verilerin çoklu regresyon analizine uygun olduğu belirlenmiştir.

1. Bağımlı değişken eşit aralıklı veya eşit oranlı ölçme düzeyinde sürekli değişken olmalı, bağımsız değişkenlerin de aynı ya da kategorik olması istenir.
2. Değişkenlerin tamamı normal dağılıma sahip olmalı
3. Değişkenler arasında doğrusal ilişki olmalı (Doğrusallık)
4. Bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantılılık (multicollinearity) olmamalı
5. Gözlem değerleri içinde uç değerler olmamalı
6. Tahminlere ait hatalar normal dağılmalı
7. Eş varyanslılık olmalı (homoskedastiklik)
8. Hatalar birbirinden bağımsız olmalı

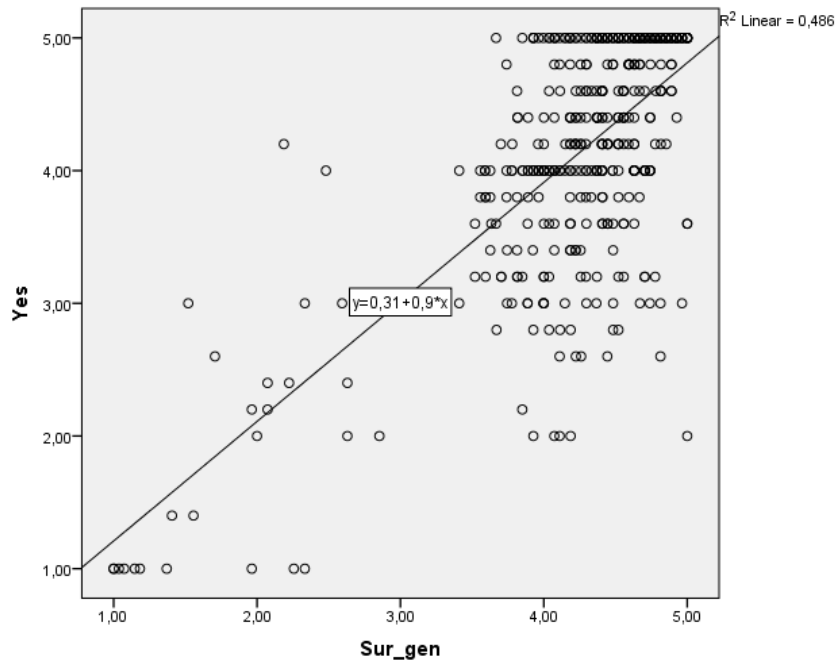
Verilerimizin birinci koşulu eşit aralıklı olduğu için 1. Koşulu sağladığı görülmektedir.

Araştırma verilerinin ölçek puanları hesaplanarak puanların normal dağılım gösterme durumunun tespit edilmesi amacıyla basıklık ve çarpıklık katsayıları incelenmiştir. Hong, Malik & Lee, (2003) -2 ile +7 çarpıklık basıklık değerlerine sahip değişkenlerin normal dağılıma sahip olduklarını belirtmişlerdir. Değerlerin incelenmesi sonucunda Tablo 4.8’de bulunan çarpıklık ve basıklık değerlerinin -2 ile +7 arasında olduğu ve değerlerin normal dağılım gösterdiği görülmektedir.

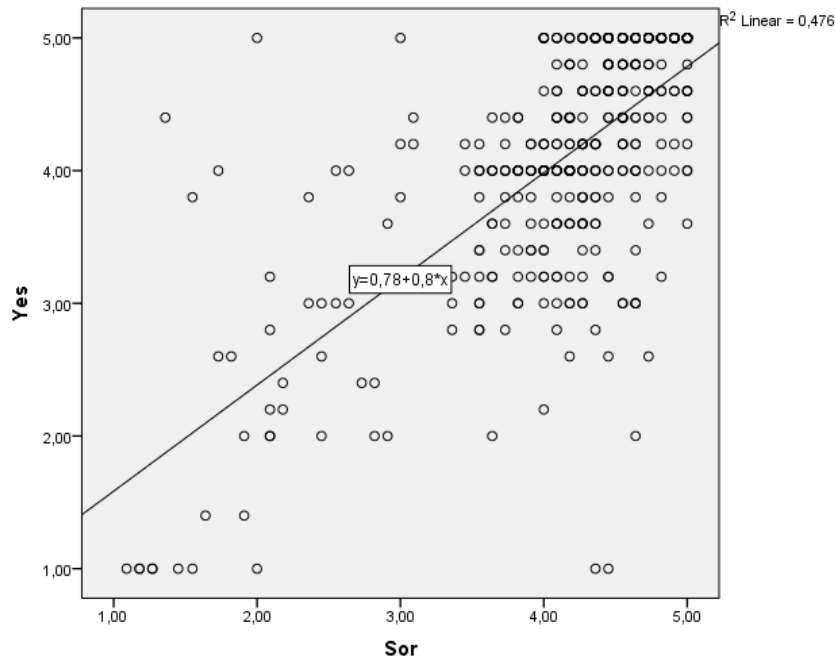
Tablo 3.11. Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

	Çarpıklık	Basıklık
Sorumlu Turizm Davranış	-1,770	3,216
Sürdürülebilirlik Bilinci	-2,421	6,887
Yeşil Satın Alma Niyet	-1,286	1,634

Değişkenler arasında doğrusal bir ilişkinin olup olmadığını anlamak için değişkenlerin doğrusallık grafikleri incelenmiştir. Turistlerin sürdürülebilirlik bilinci ile yeşil satın alma niyeti arasında doğrusal bir ilişki olduğu Şekil 4.2'deki doğrusallık grafiğinde görülmektedir.

**Şekil 3.3. Sürdürülebilirlik Bilinci ile Yeşil Satın Alma Arasındaki Doğrusallık**

Turistlerin sorumlu turizm davranışları ile yeşil satın alma niyetleri arasında doğrusal bir ilişki olduğu Şekil 4.3'deki doğrusallık grafiğinde görülmektedir.



Şekil 3.4. Sorumlu Turizm Davranışı ile Yeşil Satın Alma Niyeti Arasındaki Doğrusallık

Değişkenler arasındaki çoklu bağlantılılık durumunun ortaya çıkarılması için Tablo 4.9'da yer alan değişkenler arasında korelasyon tablosu incelenmiştir. Değişkenler arasındaki korelasyon değerleri %80'in altında kaldığı için çoklu bağlantılılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 3.12. Değişkenler Arasında Korelasyon Tablosu

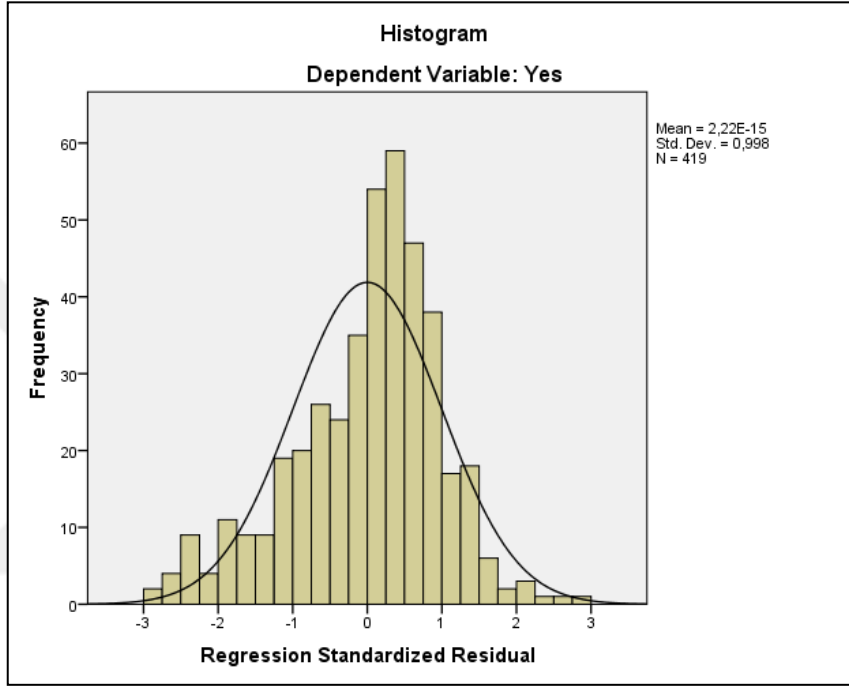
		Yeşil Satın Alma Niyeti	Sorumlu Turizm Davranışı	Sürdürülebilirlik Bilinci
r	Yeşil Satın Alma Niyeti	1,000	0,690	0,697
	Sorumlu Turizm Davranışı	0,690	1,000	0,590
	Sürdürülebilirlik Bilinci	0,697	0,590	1,000
p	Yeşil Satın Alma Niyeti		0,000	0,000
	Sorumlu Turizm Davranışı	0,000		0,000
	Sürdürülebilirlik Bilinci	0,000	0,000	

Değişkenlerin uç değere sahip olup olmadığını incelemek için Tablo 4.10'daki uç değer analizi sonuçları değerlendirilmiştir. Uç değer olmadığını söyleyebilmek için Std. Residuals değerlerinin -3,29 ile +3,29 arasında olması ve Cook's Distance değerinin +1'den küçük olması gerekmektedir. Tablo 4.10'da yer alan değerler incelendiğinde değişkenlerin uç değere sahip olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

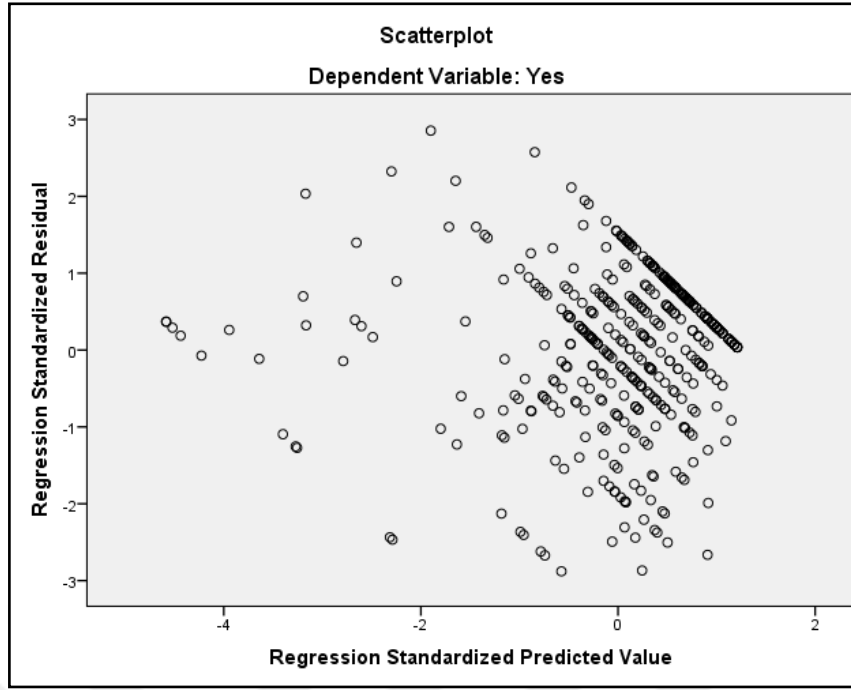
Tablo 3.13. Uç Değer Analizi Sonuçları

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Std. Residual	-2,880	2,855	0,000	0,998
Cook's Distance	0,000	0,191	0,004	0,017

Hataların normal dağılıp dağılmadığı Şekil 4.4'teki hataların dağılımı grafiğinde incelenmiştir. Hataların normal dağılım gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

**Şekil 3.5. Hataların Dağılımı**

Eş varyanslılık koşulunun sağlanıp sağlanmadığı Şekil 4.5'te yer alan eş varyanslılık grafiğinde incelenmiştir. Yapılan inceleme sonucunda grafikte kare şeklinin yer aldığı görülmektedir. Bu durum eş varyanslılık koşulunun sağlandığını ortaya çıkarmaktadır.



Şekil 3.6. Eş Varyanslılık

Hataların birbirinden bağımsız olması koşulu sağlanmaktadır. 2 ile 4 arasında olması ve 2'ye yakın olması istenen Durbin Watson istatistiği 2,060 olarak bulunmuştur.

Tablo 4.11'de ANOVA analizi sonuçlarını incelediğimizde modelin anlamlı olduğu ($p < 0,05$), bağımsız değişkenlerden en az birisinin bağımlı değişken üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 3.14. ANOVA Analizi Sonuçları

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	219,137	2	109,569	319,172	0,000
	Residual	142,809	416	0,343		
	Total	361,946	418			

Sorumlu turizm davranışı ile sürdürülebilirlik bilinci değişkenlerinin yeşil satın alma niyeti üzerindeki etkisinin incelenmesi için regresyon analizi yapılmıştır. Tablo 4.12'de yer alan regresyon analizi sonuçları incelendiğinde, regresyon sabitinin katsayısının -0,375 ($p < 0,05$) olduğu görülmüştür. Sorumlu turizm davranışı katsayısının 0,496 ($p < 0,05$) olduğu, sorumlu turizm davranışlarındaki bir birimlik artışın yeşil satın alma niyetinde 0,496'lık bir artış yaratacağı sonucuna ulaşılmıştır. Sürdürülebilirlik bilinci katsayısının 0,575 ($p < 0,05$) olduğu, sürdürülebilirlik bilincindeki bir birimlik artışın yeşil satın alma niyetinde 0,575'lik bir artış yaratacağı sonucuna ulaşılmıştır. Tolerans değerinin 1'den küçük olduğu VIF değerinin 10'dan küçük olduğu çoklu bağlantılılık sorunu olmadığını göstermektedir.

Tablo 3.15. Regresyon Analizi Sonuçları

	Unstandardized Coefficients		t	Sig.	95,0% CI		Correlations	Collinearity Statistics	
Değişken	B	Std. Error			LL	UL	Zero-order	Tolerance	VIF
(Constant)	-0,375	0,181	-2,075	0,039	-0,730	-0,020			
ST	0,496	0,044	11,211	0,000	0,409	0,583	0,690	0,652	1,534
SB	0,575	0,049	11,662	0,000	0,478	0,672	0,697	0,652	1,534

Regresyon denklemi aşağıdaki şekilde oluşmaktadır.

$$YS = -0,375 + 0,496.ST + 0,575.SC$$

Bu sonuçlara göre "H7: Turistlerin sürdürülebilirlik bilinci, onların sorumlu turizm davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir."; "H8: Turistlerin sorumlu turizm davranışları, yeşil satın alma niyetlerini olumlu yönde etkilemektedir." ve "H9: Turistlerin sürdürülebilirlik bilinci ve sorumlu turizm davranışları yeşil satın alma niyetleri üzerinde etkilidir." hipotezleri sınanmıştır ve kabul edilmiştir.

SONUÇ

Gerçekleştirilen araştırma Antalya'yı ziyaret eden turistlerin sahip olduğu sürdürülebilirlik bilincinin ve sorumlu turizm davranışlarının yeşil satın alma niyetleri üzerindeki etkisini ortaya çıkarmak amacıyla hazırlanmıştır. Daha geniş bir ifadeyle sürdürülebilirlik bilincinin alt boyutları olan sürdürülebilirlik bilgisi, tutumu ve davranış boyutları ile sorumlu turizm davranışları arasındaki ilişkiler incelenmiş, yeşil satın alma niyetinin sürdürülebilirlik bilinci ile sorumlu turizm davranışı arasındaki ilişkide aracılık rolü ele alınmıştır.

Antalya'yı ziyaret eden turistler üzerine gerçekleştirilen çalışmada araştırma modeli ortaya çıkarılmış ve dokuz hipotez oluşturulmuştur. Gerçekleştirilen anket çalışmasında Antalya'yı ziyaret eden 419 yerli ve yabancı turiste ulaşılmıştır.

Toplanan verilerin ardından anket formuna ve verilere yönelik analizler gerçekleştirilmiştir. Güvenirlilik analizi, doğrulayıcı faktör analizi, frekans analizi, korelasyon analizi, karşılaştırmalı analizler ve çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan güvenirlilik analizinde sürdürülebilirlik bilincinin ve alt boyutlarının oldukça güvenilir olduğu, sorumlu turizm davranışının güvenirliliğinin ise oldukça yüksek olduğu ve yeşil satın alma niyetinin güvenirliliğinin de oldukça yüksek olduğu belirlenmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ise ölçeğin maddeleriyle ilişkili olduğu belirlenmiştir. Uyum indekslerine göre ölçeğin kabul edilebilir düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Korelasyon analizi sonucunda ankete katılım sağlayan kadın turistlerin sürdürülebilirlik bilincinin erkeklere göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre sürdürülebilirlik bilincinin kadın turistlerde daha yüksek olduğunu söyleyebiliriz. Ayrıca turistlerin yaşları ilerledikçe sürdürülebilirlik bilinçlerinin de daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Analiz sonucunda kadın turistlerin erkeklere göre daha çok sorumlu turizm davranışına sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Bunun yanında eğitim durumları yüksek olan turistlerin daha çok sorumlu turizm davranışına sahip olduğu sonucuna da ulaşılmıştır. Yapılan analizde kadın turistlerin erkeklere göre yeşil satın alma niyetlerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte turistlerin eğitim durumları yükseldikçe yeşil satın alma niyetleri de yükselmektedir.

Karşılaştırmalı analizler sonucunda turistlerin sürdürülebilirlik bilincinin, sorumlu turizm davranışının ve yeşil satın alma niyetinin cinsiyete göre farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlara göre H1, H2 ve H3 hipotezleri kabul edilmiştir.

Eğitim durumuna göre yapılan karşılaştırmalı analizler sonucunda ise turistlerin eğitim durumuna göre sürdürülebilirlik bilincinin ve sorumlu turizm davranışının farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır. Ancak turistlerin eğitim durumu ile yeşil satın alma niyeti arasında bir farklılık bulunmamıştır. Bu açıdan H4 ve H5 hipotezleri kabul edilirken, H6 hipotezi reddedilmiştir. Turistlerin sorumlu turizm davranışlarının eğitim düzeyleri yükseldikçe farklılaştığı ortaya çıkmıştır. Bu açıdan bakıldığında, yüksek eğitim düzeyine sahip olan turistlerin daha fazla sorumlu turizm davranışı sergiledikleri sonucuna ulaşılmıştır. Aylan (2019) tarafından yapılan araştırmada turizm paydaşlarına yönelik sorumlu turizm algı düzeyini ölçmek amacıyla anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu anket çalışması sonucunda, paydaşların eğitim seviyesi arttıkça sorumlu turizm algılarının da arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Kim vd. (2021) tarafından gerçekleştirilen araştırmada ise eğitim düzeyi yüksek turistlerin daha fazla çevresel davranış gösterime eğiliminde oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Yapılan çoklu regresyon analizi sonucunda ise turistlerin sürdürülebilirlik bilincinin ve sorumlu turizm davranışlarının yeşil satın alma niyetlerinin %60,4'ünü açıkladığı sonucuna ulaşılmıştır. Değişkenlerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin normal dağılım gösterdiği ortaya çıkmıştır. Doğrusallık grafikleri incelenerek değişkenlerin birbirleri arasında doğrusal ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Uç değer analizi ile değişkenlerin uç değer içermediği ortaya çıkarılmıştır. Hataların birbirinden bağımsız olması koşulu sağlanmaktadır ve hataların dağılımı normaldir. Yapılan ANOVA analizinde modelin anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır.

Regresyon analizi sonucunda turistlerin sahip olduğu sorumlu turizm davranışının yeşil satın alma niyetini etkilediği ortaya çıkmıştır. Ayrıca turistlerin sahip olduğu sürdürülebilirlik bilincinin artması veya azalması durumunda yeşil satın alma niyetinin de etkileneceği ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlara göre H7, H8 ve H9 hipotezleri kabul edilmiştir.

Sonuç olarak gerçekleştirilen çalışma ile sürdürülebilirlik bilinci ve sorumlu turizm davranışının yeşil satın alma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu ortaya çıkarılmıştır. Literatürde yer alan çalışmalarda turizm alanında sürdürülebilirlik bilinci ve sorumlu turizm davranışının yeşil satın alma niyeti üzerine etkisini ele alan bir çalışmaya rastlanılmamıştır.

Çalışmada desteklenen ilişkiler turistlerin sahip oldukları sürdürülebilirlik bilincinin tatildeyken yeşil satın alma niyetlerine yönelik etkisinin ne kadar büyük olduğunu göstermektedir. Bu bakımdan sürdürülebilirlik bilinci yüksek bireylerin yeşil satın alma niyetlerinin de bu doğrultuda yüksek olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Yeşil satın alma niyetinin sürdürülebilirlik bilinci ile olan bu pozitif ve anlamlı ilişkisi sonucunda turistlerin tatil destinasyonlarında çevre dostu turizm ürünlerine ve hizmetlerine daha çok yöneldiği sonucu ortaya çıkmaktadır. Ayrıca sadece destinasyonda geçirdiği vakitlerde değil aynı zamanda

destinasyona seyahati sırasında da turistlerin eğer sürdürülebilirlik bilinci yüksek ise çevre dostu ürünler ve hizmetler alma konusunda istekli olduğu sonucuna varılmıştır. Bu ilişki ile turizmde çevreye verilen zararın en aza indirilebilmesi için turistlerin sürdürülebilirlik bilinci kazanması için çalışmalar yapılabileceği önerilebilir.

Sorumlu turizm davranışı ile sürdürülebilirlik bilinci arasındaki ilişkinin anlamlı olması sonucunda sürdürülebilirlik bilincine sahip turistlerin doğal kaynaklara saygı duyma ve kullanımını sınırlandırma, çöp üretimini sınırlandırma, çevre üzerindeki etkiyi en aza indiren ulaşım araçlarını kullanma gibi davranışlara sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunların yanında sürdürülebilirlik bilincine sahip turistlerin yerel halkın çeşitli yönleriyle ve özellikleriyle ilgilenme, insanlara ve yerel geleneklere karşı saygı duyma, yerel halkın geleneklerini ve kültürünü öğrenme, destinasyonun sahip olduğu tarihi ve arkeolojik alanlarını koruma yönünde bir yatkınlığı olduğu ortaya çıkmıştır. Bu turistlerin yerel ve tipik marketlerden alışveriş yaptığı, yerel işletmeleri ve yerel işçi çalıştıran işletmeleri daha çok tercih ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Tüm bunlarla beraber çalışma sonucunda turistlerin cinsiyetinin sürdürülebilirlik bilinci, sorumlu turizm davranışı ve yeşil satın alma niyeti için farklılık göstermesi dikkat çekici bir sonuçtur. Kadın turistlerin erkeklere göre daha fazla sürdürülebilirlik bilincine, sorumlu turizm davranışına ve yeşil satın alma niyetine sahip olması, kadınların geleceği daha fazla düşünmesi, hayatta kalıp çocuğunu veya ailesini koruma güdüsü ve belki de annelik özelliklerinden kaynaklandığı şeklinde yorumlanabilir. Bu sonuç, Akdoğan (2021), D'Souza ve Taghian (2005), Anvar ve Venter (2014), Jain ve Kaur (2006), Aydoğan ve Dinar (2019) tarafından gerçekleştirilen araştırmalardaki kadınların yeşil satın alma niyetinin erkeklere göre daha fazla olması sonucunu desteklemektedir. Cinsiyetin yanında eğitim durumunun artmasıyla birlikte turistlerin sürdürülebilirlik bilincinin ve sorumlu turizm davranışının arttığı sonucuna ulaşılmış ancak yeşil satın alma niyetini anlamlı bir şekilde etkilemediği görülmüştür. Bu durumun zorunlu tüketimden kaynaklandığı şeklinde yorumlanabilir. Örneğin bir turist seyahati sırasındaki tüketiminin ve bu sıradaki ihtiyaçlarını gidermenin sürdürülebilir olabilmesi için ülke genelinde sürdürülebilirlik araçlarının yaygınlaşmış olması gerekmektedir. Bir birey bu sürdürülebilir araçlara kolay ulaşım sağlayamıyorsa veya bu araçlara ulaşım onun için maliyetli oluyorsa tercih edilebilirliği de düşük kalabilmektedir. Bunun sonucunda da bireylerin yeşil satın alma niyetlerinde farklılıklar gözlenebilir.

Son yıllarda sürdürülebilirlik kavramının önem kazanması sonrasında değişen tatil alışkanlıkları ve turist davranışlarının turizm sektörüne etkisi kaçınılmazdır. Bu çalışmanın sonuçlarına göre sürdürülebilirlik bilincine sahip turistlerin tutum ve davranışlarındaki

farklılıklar ortaya koyulmuştur. Bu anlamda sektörde faaliyet gösteren işletmelerin bu sonuçlardan yararlanarak hizmetleri veya ürünleri arasına yeşil hizmet ve ürünleri de eklemeleri etkili olacaktır. Özellikle sürdürülebilirlik bilincine sahip turistlerin sorumlu turizm davranışı sergilediklerinin ortaya çıkmasının sektöre bir sonucu olarak çevreye en az etkisi olan ürün ve hizmetlerin tüketiminin artması, yerel halka yönelimin ortaya çıkması, yerel ve tipik marketlerin önem kazanması gibi etkileri olmuştur. Bu açıdan turizm sektörünün çevre dostu ürün ve hizmetlere yönelmesi bu çalışma kapsamında tavsiye edilebilir. Ayrıca yerel halkın ekonomik açıdan turizmden olumlu bir şekilde etkilenmesi açısından sürdürülebilirlik bilincine sahip turistlere yönelik çalışmalar yapılması uygun olacaktır.

Bu araştırmada, turistlerin sürdürülebilirlik bilinci ve sorumlu turizm davranışının yeşil satın alma niyeti üzerindeki etkisi Antalya'yı ziyaret eden turistlere yönelik yapılan anket çalışması sonucu ortaya çıkarılmıştır.

KAYNAKÇA

- Abualfaraa, W., Salonitis, K., Al-Ashaab, A. and Ala'raj, M. (2020). "Lean-Green Manufacturing Practices and Their Link with Sustainability: A Critical Review" . *Sustainability*, 12: 1-21.
- Akdoğan, L. (2021). *Yeşil Reklamlara Yönelik Tutumun Yeşil Ürün Satın Alma Niyetine Etkisinde Çevresel Sorumluluğun Aracılık Rolü: Y Kuşağı Üzerine Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gaziantep.
- Albayrak, T., Aksoy, Ş. and Caber, M. (2013). "The Effect of Environmental Concern and Scepticism on Green Purchase Behaviour". *Marketing Intelligence and Planning*, 31(1): 27-39.
- Aldieri, L. and Vinci, C.P. (2018). "Green Economy and Sustainable Development: The Economic Impact of Innovation on Employment". *Sustainability*, 10(10): 1-11.
- Alkan, C. (2015). "Sürdürülebilir Turizm: Alaçatı Destinasyonuna Yönelik Bir Uygulama". *Journal of Yasar University*, 10(40): 6692-6710.
- Alvarez-Garcia, J., Duran-Sanchez, A. and Rio-Rama, M.D.C.D. (2018). "Scientific Coverage in Community-Based Tourism: Sustainable Tourism and Strategy for Social Development". *Sustainability*, 10(4): 1-18.
- Anadolu Ajansı, "Antalya, 2023'te 15 milyon 689 bin 258 yabancı turist ağırladı". <https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/antalya-2023te-15-milyon-689-bin-258-yabanci-turistagirladi/3097878#:~:text=K%C3%BClt%C3%BCr%20ve%20Turizm%20%C4%B0l%20M%C3%BCd%C3%BCr%C3%BC,%2C10'luk%20art%C4%B1%C5%9F%20g%C3%B6r%C3%BCld%C3%BC.>, (erişim tarihi: 15.05.2024).
- Ansar, N. (2013). "Impact of Green Marketing on Consumer Purchase Intention". *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(11): 650-655.
- Antonetti, P. and Maklan, S. (2014). "Feelings that Make a Difference: How Guilt and Pride Convince Consumers of the Effectiveness of Sustainable Consumption Choices". *Journal of Business Ethics*, 124: 117-134.

- Anvar, M. and Venter, M. (2014). "Attitudes and Purchase Behaviour of Green Products among Generation Y Consumers in South Africa". *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(21): 183-194.
- Atakan, T. (2016). *The Effect of Design Constituting Sustainability Consciousness in Kindergarten*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yaşar Üniversitesi İç Mimarlık Bölümü, İstanbul.
- Ayaş, N. (2007). "Çevresel Sürdürülebilir Turizm Gelişmesi". *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1): 59-69.
- Aydoğan, S. ve Dinar, N. (2019). "Yeşil Ürün Satın Almada Yeşil Reklam ve Çevre Bilincinin Etkisi". *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(90): 229-252.
- Aylan, F.K. (2019). *Sorumlu Turizmin Destinasyon Rekabetçiliğine ve Yaşam Kalitesine Etkisi Üzerine Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Banzhaf, S., Ma, L., and Timmins, C. (2019). "Environmental Justice: the Economics of Race, Place and Pollution". *The Journal of Economic Perspectives*, 33(1): 185-208.
- Barry, K. and Suliman, S. (2019). "Practices of "Travelling Light" for Secure and Sustainable Aeromobilities". *Journal of Sustainable Tourism*, 28(2): 305-318.
- Barth, M., Michelsen, G., Rieckmann, M. and Thomas, I. (2016). "Introduction". M. Barth, G. Michelsen, M. Rieckmann, and I. Thomas (Ed.). *"Routledge Handbook of Higher Education for Sustainable Development"*. Routledge, London, 1-7.
- Basiago, A.D. (1999). "Economic, Social, and Environmental Sustainability in Development Theory and Urban Planning Practice". *The Environmentalist*, 19: 145-161.
- Becken, S. and Hughey, K.F.D. (2013). "Linking Tourism into Emergency Management Structures to Enhance Disaster Risk Reduction". *Tourism Management*, 36: 77-85.
- Beer, M., Rybar, R. and Kalavsky, M. (2017). "Renewable Energy Sources as an Attractive Element of Industrial Tourism". *Current Issues in Tourism*, 21(18): 2139-2151.
- Bell, S. ve Morse, S. (2008). *Sustainability Indicators: Measuring the Immeasurable?* Routledge, New York.
- Ben-Eli, M. (2005). *Sustainability: Definition and Five Core Principles*. The Sustainability Laboratory, New York.

- Berglund, T. and Gericke, N. (2016). "Separated and Integrated Perspectives on Environmental, Economic and Social Dimensions – An Investigation of Student Views on Sustainable Development". *Environmental Education Research*, 22(8): 1115-1138.
- Boley, B.B. and Green, G.T. (2016). "Ecotourism and Natural Resource Conservation: The 'Potential' for a Sustainable Symbiotic Relationship". *Journal of Ecotourism*, 15(1): 36-50.
- Booyens, I. and Rogerson, C.M. (2016). "Responsible Tourism in the Western Cape, South Africa: An Innovation Perspective". *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 64(4): 385-396.
- Bousrih, L. (2013). "Social Capital, Human Capital and Sustainable Economic Development". *Poznan University of Economics Review*, 3(13): 42-54.
- Bramwell, B. and Lane, B. (2011). "Critical Research on the Governance of Tourism and Sustainability". *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5): 411-421.
- Briassoulis, H. (2002). "Sustainable Tourism and the Question of the Commons". *Annals of Tourism Research*, 29(4): 1065-1085.
- Brundtland, G.H. (1987). "Our Common Future – Call For Action". *Environmental Conservation*, 14(4): 291-294.
- Buckley, R. (2008). *Ecotourism: Principles and Practices*. CABI, Oxfordshire.
- Burgin, S. and Hardiman, N. (2015). "Effects of Non-Consumptive Wildlife-Oriented Tourism on Marine Species and Prospects for Their Sustainable Management". *Journal of Environmental Management*, 151: 210-220.
- Butler, R.W. (1991). "Tourism, Environment, and Sustainable Development". *Environmental Conservation*, 18(3): 201-209.
- Butler, R.W. (1999). "Sustainable Tourism: A State of the Art Review". *Tourism Geographies*, 1(1): 7-25.
- Butnaru, G.I., Nita, V., Melinte, C., Anichiti, A. and Brinza, G. (2022). "The Nexus between Sustainable Behaviour of Tourists from Generation Z and the Factors that Influence the Protection of Environmental Quality". *Sustainability*, 14: 1-17.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). "Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı". *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32(32): 470-483.

- Carius, F. and Job, H. (2019). "Community Involvement and Tourism Revenue Sharing as Contributing Factors to the UN Sustainable Development Goals in Jozani–Chwaka Bay National Park and Biosphere Reserve, Zanzibar". *Journal of Sustainable Tourism*, 27(6): 826-846.
- Carlisle, S., Kunc, M., Jones, E. and Tiffin, S. (2013). "Supporting Innovation for Tourism Development Through Multi-Stakeholder Approaches: Experiences from Africa". *Tourism Management*, 35: 59-69.
- Chapin, F.S., Zavaleta, E.S., Eviner, V.T., Naylor, R.L., Vitousek, P.M., Reynolds, H.L., Hooper, D.U., Lavorel, S., Sala, O.E., Hobbie, S.E., Mack, M.C. and Diaz, S. (2000). "Consequences of Changing Biodiversity". *Nature*, 405: 234-242.
- Chen, C. (2005). "Incorporating Green Purchasing into the Frame of ISO 14000". *Journal of Cleaner Production*, 13(9): 927-933.
- Chen, T.B. and Chai, L.T. (2010). "Attitude towards the Environment and Green Products: Consumers' Perspective". *Management Science and Engineering*, 4(2): 27-39.
- Chen, Y.S. and Chang, C.H. (2012). "Enhance Green Purchase Intentions: The Roles of Green Perceived Value, Green Perceived Risk, and Green Trust". *Management Decision*, 50(3): 502-520.
- Chin, C.H., Chin, C.L. and Wong, W.P.M. (2017). "The Implementation of Green Marketing Tools in Rural Tourism: The Readiness of Tourists?". *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 27(3): 261-280.
- Ciegis, R., Ramanauskiene, J. and Martinkus, B. (2009). "The Concept of Sustainable Development and Its Use for Sustainability Scenarios". *Engineering Economics*, 62(2): 28-37.
- Cohen, E. (1978). "The Impact of Tourism on the Physical Environment". *Annals of Tourism Research*, 5(2): 215-237.
- Crabtree, J.R., Leat, P.M.K., Santarossa, J. and Thomson, K.J. (1994). "The Economic Impact of Wildlife Sites in Scotland". *Journal of Rural Studies*, 10(1): 61-72.
- Çalan, M. (2014). The Difference between Turkish and European Sustainable Tourism and Recommendations to Improve the Turkish Sustainable Tourism. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

- Delmas, M.A. and Burbano, V.C. (2011). "The Drivers of Greenwashing". *California Management Review*, 54(1): 64-87.
- D'Souza, C. and Taghian, M. (2005). "Green Advertising Effects on Attitude and Choice of Advertising Themes". *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 17(3): 51-66.
- Du, X. (2015). "How the Market Values Greenwashing? Evidence from China". *Journal of Business Ethics*, 128: 547-574.
- Durgee, J.F., O'Connor, G.C. and Veryzer, R. W. (1996). "Translating Values into Product Wants". *Journal of Advertising Research*, 36(6): 90-101.
- Eden, S.E. (1993). "Individual Environmental Responsibility and Its Role in Public Environmentalism". *Environment and Planning A: Economy and Space*, 25(12): 1743-1758.
- Faiz, M. ve Yüzbaşıoğlu, H.B. (2019). "Öğretmen Adaylarının Sürdürülebilir Kalkınma Farkındalıkları". *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19(4): 1255-1271.
- Farrell, B.H. and Runyan, D. (1991). "Ecology and Tourism". *Annals of Tourism Research*, 18(1): 26-40.
- Fennell, D.A. and Malloy, D.C. (2007). *Codes of Ethics in Tourism: Practice, Theory, Synthesis*. Channel View Publications, New York.
- Galeazzo, A., Ortiz-de-Mandojana, N. and Delgado-Ceballos, J. (2020). "Green Procurement and Financial Performance in the Tourism Industry: The Moderating Role of Tourists' Green Purchasing Behaviour". *Current Issues in Tourism*, 24(5): 700-416.
- Geissdoerfer, M., Vladimirova, D. and Evans, S. (2018). "Sustainable Business Model Innovation: A Review". *Journal of Cleaner Production*, 198: 401-416.
- Gericke, N., Pauw, J.B., Berglund, T. and Olsson, D. (2019). "The Sustainability Consciousness Questionnaire: The Theoretical Development and Empirical Validation of an Evaluation Instrument for Stakeholders Working with Sustainable Development". *Sustainable Development*, 27(1): 35-49.
- Gimenez, C., Sierra, V. and Rodon, J. (2012). "Sustainable Operations: Their Impact on the Triple Bottom Line". *International Journal of Production Economics*, 140(1): 149-159.

- Gladwin, T.N., Kennelly, J.J., Krause, T.S. (1995). "Shifting Paradigms for Sustainable Development: Implications for Management Theory and Research". *Academy of Management Review*, 20(4): 874-907.
- Goodland, R. (1995). "The Concept of Environmental Sustainability". *Annual Review of Ecology and Systematics*, 26(1): 1-24.
- Goodwin, H. (2011). *Taking Responsibility for Tourism*. Goodfellow Publishers, Leeds.
- Gössling, S. (2002). "Human-Environmental Relations with Tourism". *Annals of Tourism Research*, 29(2): 539-556.
- Gössling, S., Peeters, P., Ceron, J.P., Dubois, G., Patterson, T. and Richardson, R.B. (2005). "The Eco-Efficiency of Tourism". *Ecological Economics*, 54(4): 417-434.
- Graci, S. (2012). "Collaboration and Partnership Development for Sustainable Tourism". *International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 15: 25-42.
- Grimwood, B.S.R., Yudina, O., Muldoon, M. and Qiu, J. (2015). "Responsibility in Tourism: A Discursive Analysis". *Annals of Tourism Research*, 50: 22-38.
- Gulzar, Y., Eksili, N., Celik Caylak, P. ve Mir, M.S. (2023). "Sustainability Consciousness Research Trends: A Bibliometric Analysis". *Sustainability*, 15, 16773.
- Guo, R., Lee, H.L. and Swinney, R. (2015). "Responsible Sourcing in Supply Chains". *Management Science*, 62(9): 2722-2744.
- Gürer, N. (2009). *Dağlık Alanların Kalkınmasında Turizmin Katkısı; Erzurum, Erzincan, Bayburt Bölgesi Örnek Alanı*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Hair, J., Ringle, C.M. and Sarstedt, M. (2011). "PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet". *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2): 139-152.
- Halme, M. (2001). "Learning for Sustainable Development in Tourism Networks". *Business Strategy and the Environment*, 10(2): 100-114.
- Han, H. (2021). "Consumer Behavior and Environmental Sustainability in Tourism and Hospitality: A Review of Theories, Concepts, and Latest Research". *Journal of Sustainable Tourism*, 29(7): 1021-1042.

- Henry, I.P. and Jackson, G.A.M. (1996). "Sustainability of Management Processes and Tourism Products and Contexts". *Journal of Sustainable Tourism*, 4(1): 17-28.
- Hizmet İhratçılar Birliği. (2021). *Hizmet İhracatçılar Birliği (HİB) Sektör Stratejileri: Turizm ve Seyahat ile İlgili Hizmetler Sektör Stratejisi Final Raporu*. HİB. İstanbul.
- Hjorth, P. and Bagheri, A. (2006). "Navigating towards Sustainable Development: A System Dynamics Approach". *Futures*, 38: 74-92.
- Homer, P. M., & Kahle, L. R. (1988). "A Structural Equation Test of the Value-Attitude-Behavior Hierarchy". *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(4): 638-646.
- Hong, S., Malik, M. L., & Lee, M. K. (2003). "Testing Configural, Metric, Scalar, and Latent Mean Invariance Across Genders in Sociotropy and Autonomy Using a Non-Western Sample". *Educational and Psychological Measurement*, 63(4): 636-654.
- Hughes, E. and Scheyvens, R. (2016). "Corporate Social Responsibility in Tourism Post-2015: A Development First Approach". *International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 18(5): 469-482.
- Hwang, D., Stewart, W.P. and Ko, D. (2011). "Community Behavior and Sustainable Rural Tourism Development". *Journal of Travel Research*, 51(3): 328-341.
- İpeklioğlu, G. (2021). *Çevresel Sürdürülebilirlik Bilincine Sahip Markalar ile Tüketici Tercihi Arasındaki İlişki*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Jain, S.K. and Kaur, G. (2006). "Role of Socio-Demographics in Segmenting and Profiling Green Consumers: An Exploratory Study of in India". *International Consumer Marketing*, 18(3): 107-117.
- Jamal, T. and Camargo, B.A. (2014). "Sustainable Tourism, Justice and an Ethic of Care: Toward the Just Destination". *Journal of Sustainable Tourism*, 22(1): 11-30.
- Jamal, T. and Stronza, A. (2008). "Collaboration Theory and Tourism Practice in Protected Areas: Stakeholders, Structuring and Sustainability". *Journal of Sustainable Tourism*, 17(2): 169-189.
- Johansson, T., Hjalten, J., Jong, J. and Stedingk, H. (2013). "Environmental Considerations From Legislation and Certification in Managed Forest Stands: A Review of Their Importance for Biodiversity". *Forest Ecology and Management*, 303: 98-112.

- Jong, M.D.T.D., Harking, K.M. and Barth, S. (2017). "Making Green Stuff? Effects of Corporate Greenwashing on Consumers". *Journal of Business and Technical Communication*, 32(1): 77-112.
- Judge, W.Q. and Douglas, T.J. (2002). "Performance Implications of Incorporating Natural Environmental Issues into the Strategic Planning Process: An Empirical Assessment". *Journal of Management Studies*, 35(2): 241-262.
- Kagawa, F. (2007). "Dissonance in Students' Perceptions of Sustainable Development and Sustainability: Implications for Curriculum Change". *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 8(3): 317-338.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- Kang, M. and Moscardo, G. (2006). "Exploring Cross-cultural Differences in Attitudes towards Responsible Tourist Behaviour: A Comparison of Korean, British and Australian Tourists". *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 11(4): 303-320.
- Kaya, İ. (1997). *Sürdürülebilir Turizm Kalkınması ve Ülkemiz Açısından Bir Değerlendirme*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Kaya, M.F. ve Tomal, N. (2011). "Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı'nın Sürdürülebilir Kalkınma Eğitimi Açısından İncelenmesi". *Eğitim Bilimleri Araştırma Dergisi*, 1(2): 49-65.
- Kaypak, Ş. (2011). "Küreselleşme Sürecinde Sürdürülebilir Bir Kalkınma İçin Sürdürülebilir Bir Çevre". *Karamanoğlu Mehmetbey University Journal of Social and Economic Research*, 1(19): 19-33.
- Kennedy, A. (2010). "Using Community-Based Social Marketing Techniques to Enhance Environmental Regulation". *Sustainability*, 2: 1138-1160.
- Kernel, P. (2005). "Creating and Implementing a Model for Sustainable Development in Tourism Enterprises". *Journal of Cleaner Production*, 13: 151-164.
- Khalid, S., Ahmad, M.S., Ramayah, T., Hwang, J. and Kim, I. (2019). "Community Empowerment and Sustainable Tourism Development: The Mediating Role of Community Support for Tourism". *Sustainability*, 11(22): 1-14.

- Kiatkawsin, K. and Han, H. (2017). "Young Travelers' Intention to Behavior Pro-Environmentally: Merging the Value-Belief-Norm Theory and the Expectancy Theory". *Tourism Management*, 59: 76-88.
- Kim, A., Kim, K.P. and Nguyen, T.H.D. (2021). "The Green Accommodation Management Practices: The Role of Environmentally Responsible Tourist Markets in Understanding Tourists' Pro-Environmental Behaviour". *Sustainability*, 13(4): 2326.
- Kim, M.J., Park, J.Y., Reisinger, Y. and Lee, C.K. (2018). "Predicting Responsible Tourist Behavior". *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 32(4): 5-20.
- Kim, W. C. (2005). "Blue Ocean Strategy: From Theory to Practice". *California Management Review*, 47(3): 105-121.
- Krippendorff, J. (1987). *The Holiday Makers: Understanding the Impact of Leisure and Travel*. Butterworth Heinemann, Oxford.
- Krstic, B., Jovanovic, S. and Jankovic-Milic, V. (2008). "Sustainability Performance Management System of Tourism Enterprises". *Facta Universitatis. Series: Economics and Organization*, 5: 123-131.
- Le Blanc, D. (2015). "Towards Integration at Last? The Sustainable Development Goals as a Network of Targets". *Sustainable Development*, 23(3): 176–187.
- Lee, N., Choi, Y.J., Youn, C. and Lee, Y. (2012). "Does Green Fashion Retailing Make Consumers More Eco-friendly?: The Influence of Green Fashion Products and Campaigns on Green Consciousness and Behavior". *Clothing and Textiles Research Journal*, 30(1): 67-82.
- Lee, W.H. and Moscardo, G. (2005). "Understanding the Impact of Eco-tourism Resort Experiences on Tourists: Environmental Attitudes and Behavioural Intentions". *Journal of Sustainable Tourism*, 19(7): 546-565.
- Leon-Gomez, A., Ruiz-Palomo, D., Fernandez-Gamez, M.A. and Garcia-Revilla, M.R. (2021). "Sustainable Tourism Development and Economic Growth: Bibliometric Review and Analysis". *Sustainability*, 13(4): 1-19.
- Leslie, D. (Ed). (2012). *Responsible Tourism: Concepts, Theory and Practice*. CABI, Glasgow.

- Levine, D.S. and Strube, M.J. (2012). "Environmental Attitudes, Knowledge, Intentions and Behaviors among College Students". *The Journal of Social Psychology*, 152(3): 308-326.
- Lin, P.C. and Huang, Y.H. (2012). "The Influence Factors on Choice Behavior Regarding Green Products Based on the Theory of Consumption Values". *Journal of Cleaner Production*, 22(1): 11-18.
- Luchs, M.G., Naylor, R.W., Irwin, J.R. and Raghunathan, R. (2010). "The Sustainability Liability: Potential Negative Effects of Ethicality on Product Preference". *Journal of Marketing*, 74(5): 18-31.
- MacNeill, T. and Wozniak, D. (2018). "The Economic, Social and Environmental Impacts of Cruise Tourism". *Tourism Management*, 66: 387-404.
- Maichum, K., Parichatnon, S. and Peng, K.C. (2016). "Application of the Extended Theory of Planned Behavior Model to Investigate Purchase Intention of Green Products among Thai Consumers". *Sustainability*, 8: 1-20.
- Mainieri, T., Barnett, E.G., Valdero, T.R., Unipan, J.B. and Oskamp, S. (1997). "Green Buying: The Influence of Environmental Concern on Consumer Behavior". *The Journal of Social Psychology*, 137(2): 189-204.
- Majid, E. and Elahe, B. (2017). "Investigating the Impact of Environmental Attitude on the Decision to Purchase a Green Product with the Mediating Role of Environmental Concern and Care for Green Products". *Management and Marketing Challenges for the Knowledge Society*, 12(2): 297-315.
- Maronick, T.J. and Andrews, J.C. (2005). "The Role of Qualifying Language on Consumer Perceptions of Environmental Claims". *Journal of Consumer Affairs*, 33(2): 297-320.
- Martin, B.S. and Uysal, M. (1990). "An Examination of the Relationship Between Carrying Capacity and the Tourism Lifecycle: Management and Policy Implications". *Journal of Environmental Management*, 31(4): 327-333.
- Mas'od, A. and Chin, T.A. (2014). "Determining Socio-Demographic, Psychographic and Religiosity of Green Hotel Consumer in Malaysia". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 130: 479-489.

- Mathew, P.V. and Sreejesh, S. (2017). "Impact of Responsible Tourism on Destination Sustainability and Quality of Life of Community in Tourism Destinations". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31: 83-89.
- May, V. (1991). "Tourism, Environment and Development: Values, Sustainability and Stewardship". *Tourism Management*, 12(2): 112-118.
- Mazilu, M. (2012). "Sustainable Tourism of Destination, Imperative Triangle Among: Competitiveness, Effective Management and Proper Financing". C, Ghenai. (Ed.). *Sustainable Development – Policy and Urban Development – Tourism, Life Science, Management and Environment*. InTech, Croatia, 85-118.
- McCabe, S. (2020). "“Tourism for All?” Considering Social Tourism: A Perspective Paper". *Tourism Review*, 75(1): 61-64.
- McCabe, S. and Qiao, G. (2020). "A Review of Research into Social Tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Social Tourism". *Annals of Tourism Research*, 85: 1-19.
- McFarlane, B. and Boxall, P.C. (2003). "The Role of Social Psychological and Social Structural Variables in Environmental Activism: An Example of the Forest Sector". *Journal of Environmental Psychology*, 23(1): 79-87.
- McKenzie, S. (2004). "Social Sustainability: Towards Some Definitions". *Hawke Research Institute Working Paper Series*, 27: 1-29.
- McKercher, B. (2010). "Some Fundamental Truths About Tourism: Understanding Tourism's Social and Environmental Impacts". *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1): 6-16.
- McMillan, E.E., Wright, T. and Beazley, K. (2010). "Impact of a University-Level Environmental Studies Class on Students' Values". *The Journal of Environmental Education*, 35(3): 19-27.
- Meadows, D., Randers, J. ve Meadows, D. (2005). *Limits to Growth: The 30-Year Update*. Earthscan, London.
- Menteşe, S. (2017). "Çevresel Sürdürülebilirlik Açısından Toprak, Su ve Hava Kirliliği: Teorik Bir İnceleme". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(53): 381-389.
- Mihalic, T. (2016). "Sustainable-Responsible Tourism Discourse – Towards 'Responsustable' Tourism". *Journal of Cleaner Production*, 111(B): 461-470.

- Miller, D., Merrilees, B. and Coghlan, A. (2014). "Sustainable Urban Tourism: Understanding and Developing Visitor Pro-Environmental Behaviours". *Journal of Sustainable Tourism*, 23(1): 26-46.
- Moscardo, G., Konovalov, E., Murphy, L., McGehee, N.G. (2013). "Mobilities, Community Well-being and Sustainable Tourism". *Journal of Sustainable Tourism*, 21(4): 532-556.
- Moscardo, G., and Murphy, L. (2014). "There Is No Such Thing as Sustainable Tourism: Re-Conceptualizing Tourism as a Tool for Sustainability". *Sustainability*, 6(5), 2538-2561.
- Moscardo, G., Konovalov, E., Murphy, L., McGehee, N.G. and Schurmann, A. (2017). "Linking Tourism to Social Capital in Destination Communities". *Journal of Destination Marketing and Management*, 6(4): 286-295.
- Munasinghe, M. (1993). *Environmental Economics and Sustainable Development*. World Bank Publications Vol. 3, Washington.
- Munasinghe, M. (2019). *Sustainability in the Twenty-First Century: Applying Sustainomics to Implement the Sustainable Development Goals*. Cambridge University Press, New York.
- Murphy, P.E. (1985). *Tourism: A Community Approach*. Routledge, Oxon.
- Myers, N. (1996). "Environmental Services of Biodiversity". *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 93(7): 2764-2769.
- Negruşa, A.L., Toader, V., Sofica, A., Tutunea, M.F. and Rus, R.V. (2015). "Exploring Gamification Techniques and Applications for Sustainable Tourism". *Sustainability*, 7(8): 11160-11189.
- Nekmahmud, M. and Fekete-Farkas, M. (2020). "Why Not Green Marketing? Determinates of Consumers' Intention to Green Purchase Decision in a New Developing Nation". *Sustainability*, 12(19): 1-31.
- Nel, E. and Binns, T. (2002). "Place Marketing, Tourism Promotion, and Community based Local Economic Development in Post-Apartheid South Africa: The Case of Still Bay—The "Bay of Sleeping Beauty"". *Urban Affairs Review*, 38(2): 184-208.
- Niedziolka, I. (2014). "Sustainable Tourism Development". *Regional Formation and Development Studies*, 8(3): 157-166.

- Nielsen, I.E., Majumder, S., Sana, S.S. and Saha, S. (2019). "Comparative Analysis of Government Incentives and Game Structures on Single and Two-Period Green Supply Chain". *Journal of Cleaner Production*, 235: 1371-1398.
- Noble, A.G. and Costa, F.J. (1999). *Sustainable Tourism Resources and Strategies for Western India and the Case of the Shekhawati Painted Walls*. Routledge.
- Nocca, F. (2017). "The Role of Cultural Heritage in Sustainable Development: Multidimensional Indicators as Decision-Making Tool". *Sustainability*, 9(10): 1-28.
- Oldekap, J.A., Holmes, G., Harris, W.E. and Evans, K.L. (2015). "A Global Assessment of the Social and Conservation Outcomes of Protected Areas". *Conservation Biology*, 30(1): 133-141.
- Olivar, K.G., Bulac, C.J.A., Genovia, R.M. and Sarip, N.D. (2023). "The Influence of Ecotourism Performance on Quality Tourism Experience and Sustainable Consciousness". *International Journal of Tourism & Hospitality Reviews*, 10(1): 40-46.
- Parzonko, A.J., Balinska, A. and Sieczko, A. (2021). "Pro-Environmental Behaviors of Generation Z in the Context of the Concept of Homo Socio-Oeconomicus". *Energies*, 14: 1-18.
- Paquet, P.C. and Darimont, C.T. (2023). *Wildlife Conservation and Animal Welfare: Two Sides of the Same Coin?* Cambridge University Press, Cambridge.
- Peattie, K., Peattie, S. and Ponting, C. (2009). "Climate Change: A Social and Commercial Marketing Communications Challenge". *Euromed Journal of Business*, 4(3): 270-286.
- Penz, E., Hofmann, E. and Hartl, B. (2017). "Fostering Sustainable Travel Behavior: Role of Sustainability Labels and Goal-Directed Behavior Regarding Touristic Services". *Sustainability*, 9(6): 1-17.
- Pezzoli, K. (1997). "Sustainable Development: A Transdisciplinary Overview of the Literature". *Journal of Environmental Planning and Management*, 40(5): 549-574.
- Poudel, S. and Nyaupane, G.P. (2013). "The Role of Interpretative Tour Guiding in Sustainable Destination Management: A Comparison between Guided and Nonguided Tourists". *Journal of Travel Research*, 52(5): 659-672.

- Poudel, S., Nyaupane, G.P. and Budruk, M. (2014). "Stakeholders' Perspectives of Sustainable Tourism Development: A New Approach to Measuring Outcomes". *Journal of Travel Research*, 55(4): 465-480.
- Pretty, J. and Ward, H. (2001). "Social Capital and the Environment". *World Development*, 29(2): 209-227.
- Puig, R., Kılıç, E., Navarro, A., Alberti, J., Chacon, L. and Fullana-i-Palmer, P. (2017). "Inventory Analysis and Carbon Footprint of Coastland-Hotel Services: A Spanish Case Study". *Science of The Total Environment*, 595: 244-254.
- Rasdi, A.L.M., Som, A.P.M., Usolludin, H.H. and Nordin, H. (2019). "Responsible Tourism and Quality of Life: Perspective of Local Community". *Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management*, 4(13): 49-56.
- Responsible Tourism Partnership (2023). What is Responsible Tourism? <https://responsibletourismpartnership.org/what-is-responsible-tourism/> (erişim tarihi: 20.12.2023).
- Robinson, M. (1999). "Collaboration and Cultural Consent: Refocusing Sustainable Tourism". *Journal of Sustainable Tourism*, 7(3-4): 379-397.
- Scoones, I. (2007). "Sustainability". *Development in Practice*, 17(4-5): 589-596.
- Sharma, A. (ed). (2019). *Sustainable Tourism Development: Futuristic Approaches*. CRC Press, New York.
- Sharma, K. and Sharma, M. (2019). "Sustainable Tourism: Contribution, Need, Ways and Impact with Special Reference to Jammu and Kashmir". *International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology*, 7(IX): 474-484.
- Sırakaya-Türk, E., Baloğlu, Ş. and Mercado, H.U. (2013). "The Efficacy of Sustainability Values in Predicting Travelers' Choices for Sustainable Hospitality Businesses". *Cornell Hospitality Quarterly*, 55(1): 115-126.
- Simion, I.M., Ghinea, C., Maxineasa, S.G., Taranu, N., Bonoli, A. ve Gavrilescu, M. (2013). "Ecological Footprint Applied in the Assessment of Construction and Demolition Waste Integrated Management". *Environmental Engineering and Management Journal*, 12(4): 779-788.

- Simpson, M.C. (2008). "Community Benefit Tourism Initiatives—A Conceptual Oxymoron?". *Tourism Management*, 29(1): 1-18.
- Sims, R. (2009). "Food, Place and Authenticity: Local Food and the Sustainable Tourism Experience". *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3): 321-336.
- Sola, A.O. (2014). "Environmental Education and Public Awareness". *Journal of Educational and Social Research*, 4(3): 333-337.
- Speier, J.V. (2005). Sustainable Development and Tourism. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Faculty of the School of Policy, Planning and Development University of Southern California, California.
- Spenceley, A. (2005). "Nature-Based Tourism and Environmental Sustainability in South Africa". *Journal of Sustainable Tourism*, 13(2): 136-170.
- Spenceley, A. (2008). *Responsible Tourism: Critical Issues for Conservation and Development*. Anna Spenceley, London.
- Stanford, D. (2006). *Responsible Tourism, Responsible Tourists: What Makes A Responsible Tourist in New Zealand?* Yayınlanmamış Doktora Tezi. Victoria University, Wellington.
- Steg, L. and Gifford, R. (2005). "Sustainable Transportation and Quality of Life". *Journal of Transport Geography*, 13: 59-69.
- Stern, P.C. (2000). "Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior". *Journal of Social Issues*, 56(3): 407-424.
- Stokburger-Sauer, N.E. (2011). "The Relevance of Visitors' Nation Brand Embeddedness and Personality Congruence for Nation Brand Identification, Visit Intentions and Advocacy". *Tourism Management*, 32(6): 1282-1289.
- Stranieri, S., Ricci, E.C. and Banterle, A. (2017). "Convenience Food with Environmentally-Sustainable Attributes: A Consumer Perspective". *Appetite*, 116: 11-20.
- Swain, M.B. (1995). "Gender in Tourism". *Annals of Tourism Research*, 22(2): 247-266.
- Swarbrooke, J. and Horner, S. (1999). *Consumer Behaviour in Tourism*. Butterworth-Heinemann, Oxford.

- Thomas, C.D., Anderson, B.J., Moilanen, A., Eigenbrod, F., Heinemeyer, A., Quaife, T., Roy, D.B., Gillings, S., Armsworth, P.R. and Gaston, K.J. (2012). "Reconciling Biodiversity and Carbon Conservation". *Ecology Letters*, 16(1): 39-47.
- Tıraş, H. (2012). "Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevre: Teorik Bir İnceleme". *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(2): 57-73.
- Tohmo, T. (2018). "The Economic Impact of Tourism in Central Finland: A Regional Input–Output Study". *Tourism Review*, 73(4): 521-547.
- Toprak, İ. (2023). *İstanbul'a Gelen Turistlerin Sorumlu Turizm Algılamaları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Batman Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Batman.
- Torjman, S. (2000). *The Social Dimension of Sustainable Development*. Caledon Institute of Social Policy, Ottawa.
- Toros, A., Ulusoy, M. ve Ergöçmen, B. (1997). *Ulusal Çevre Eylem Planı: Nüfus ve Çevre*. Devlet Planlama Teşkilatı, Ankara.
- Trung, D.N. and Kumar, S. (2005). "Resource Use and Waste Management in Vietnam Hotel Industry". *Journal of Cleaner Production*, 13(2): 109-116.
- Turner, G. (2008). "A Comparison of the Limits to Growth with Thirty Years of Reality". *Global Environmental Change*, 18(3): 397-411.
- UN Global Compact, "Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları". <https://www.globalcompactturkiye.org/surdurulebilir-kalkinma-amaclari/>, (erişim tarihi: 13.11.2023).
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Ünal, A.B., Steg, L. and Gorsira, M. (2017). "Values Versus Environmental Knowledge as Triggers of a Process of Activation of Personal Norms for Eco-Driving". *Environment and Behavior*, 50(10): 1092-1118.
- Vazifehdoust, H., Taleghani, M., Esmaeilpour, F., Nazari, K. and Khadang, M. (2013). "Purchasing Green to Become Greener: Factors Influence Consumers' Green Purchasing Behavior". *Management Science Letters*, 3(9): 2489-2500.

- Vellecco, I. ve Mancino, A. (2010). "Sustainability and Tourism Development in Three Italian Destinations: Stakeholders' Opinions and Behaviours". *The Service Industries Journal*, 30(13): 2201-2223.
- Velmans, M. (1999). "When Perception becomes Conscious". *British Journal of Psychology*, 90(4): 543–566.
- Vukovic, D. (2022). "The Importance of Preserving Destination Space and Local Identity in the Context of Sustainable Development in Tourism". *Croatian Regional Development Journal*, 3(2): 97-113.
- Walker, K. and Moscardo, G. (2014). "Encouraging Sustainability Beyond the Tourist Experience: Ecotourism, Interpretation and Values". *Journal of Sustainable Tourism*, 22(8): 1175-1196.
- Wall, D., Nielsen, U. and Six, J. (2015). "Soil Biodiversity and Human Health". *Nature*, 528: 69-76.
- Wang, L., Wong, P.P.W. and Elangkovan, N.A. (2020). "The Influence of Religiosity on Consumer's Green Purchase Intention towards Green Hotel Selection in China". *Journal of China Tourism Research*, 16(3): 319-345.
- WCED, Special Working Session. (1987). "World Commission on Environment and Development". *Our Common Future*, 17(1): 1-91.
- Weaver, D. (2013). *Sustainable Tourism: Theory and Practice*. Routledge, New York.
- Weeden, C. (2013). *Responsible Tourist Behaviour*. Routledge, London.
- Weisstein, F.L., Asgari, M. and Siew, S.W. (2014). "Price Presentation Effects on Green Purchase Intentions". *Journal of Product and Brand Management*, 23(3): 230-239.
- Williams, A.M. (2014). "Tourism Innovation: Products, Processes and People. A.A. Lew, C.M. Hall and A.M. Williams (Ed.). *The Wiley Blackwell Companion to Tourism*. John Wiley & Sons, 168-177.
- Woodcraft, S., Hackett, T. and Caistor-Arendar, L. (2011). *Design for Social Sustainability: A Framework for Creating Thriving New Communities*. The Young Foundation, London.
- Xiao, J.J. and Li, H. (2011). "Sustainable Consumption and Life Satisfaction". *Social Indicators Research*, 104: 323-329.

- Yaylı, H. (2012). “Çevre Etiği Bağlamında Kalkınma, Çevre ve Nüfus”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15: 151-169.
- Zhuang, W., Luo, X. and Riaz, M.U. (2021). “On the Factors Influencing Green Purchase Intention: A Meta-Analysis Approach”. *Frontiers Psychology*, 12: 1-15.



ANKET FORMU TÜRKÇE

Değerli katılımcı,

Bu anket formu Akdeniz Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda yürütülen bir yüksek lisans tez çalışmasına veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Anketin amacı turistlerin "Sürdürülebilirlik Bilinci, Sorumlu Turizm ve Yeşil Satın Alma Niyeti İlişkisini" ölçmektir. Araştırmanın bilimsel nitelik taşıması sebebiyle çalışmanın güvenilirliği açısından yanıtların doğru olması ve anketin geçerli olabilmesi için soruların tümüne yanıt verilmesi son derece önemlidir. Araştırma kapsamında toplanan veriler kesinlikle gizli tutulacaktır. Gösterdiğiniz ilgi ve ayırdığınız zamandan ötürü teşekkür ederiz.

Oğuzhan DALMAZ

Akdeniz Üniversitesi

Yüksek Lisans Öğrencisi

Sürdürülebilirlik Bilincine Yönelik İfadeler		Kesinlikle Katılmıyorum (1)	Katılmıyorum (2)	Kararsızım (3)	Katılıyorum (4)	Kesinlikle Katılıyorum (5)
1	Su tüketimini azaltmak sürdürülebilir gelişme için gereklidir.	1	2	3	4	5
2	Doğadaki tür çeşitliliğini korumak sürdürülebilir gelişme için gereklidir.	1	2	3	4	5
3	Sürdürülebilir gelişme için, insanların doğal afetlere karşı kendilerini nasıl koruyacakları konusunda eğitilmeleri gerekir.	1	2	3	4	5
4	Toplumlarda anlaşmazlıkların barışçıl bir şekilde çözülmesi sürdürülebilir gelişme için gereklidir.	1	2	3	4	5
5	İnsan haklarına saygı göstermek sürdürülebilir gelişme için gereklidir.	1	2	3	4	5
6	Sürdürülebilir gelişmeyi sağlamak için dünyadaki tüm insanların iyi ve kaliteli eğitime ulaşabilmesi gerekir.	1	2	3	4	5
7	Sürdürülebilir gelişmeyi sağlamak için şirketler çalışanlarına, müşterilerine ve tedarikçi firmalara adil davranmalıdır.	1	2	3	4	5
8	Sürdürülebilir gelişme dünyadaki tüm insanların arasında gıda ve sağlık hizmeti gibi temel insani hakların adil dağıtılmasını gerektirir.	1	2	3	4	5
9	Dünyadaki yoksulluğu bitirmek sürdürülebilir gelişme için gereklidir.	1	2	3	4	5
10	Doğal kaynakları ihtiyacımızdan fazla kullanmak insan sağlığını veya gelecekteki refah seviyemizi tehdit etmez .	1	2	3	4	5
11	Çevreyi korumak için daha katı kanun ve düzenlemelere ihtiyaç olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5
12	İklim değişikliği ile ilgili sorunlar hakkında bir şeyler yapılmasının önemli olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5
13	Nasıl sürdürülebilir yaşanacağı konusunda herkese eğitim verilmesi gerektiğini düşünüyorum.	1	2	3	4	5
14	Bizden sonrakilerin de bugün bizim yaşadığımız kaynak bolluğuna sahip olmalarını sağlamalıyız.	1	2	3	4	5

1. Cinsiyetiniz:	Kadın ()	Erkek ()		
2. Doğum Yılıınız:	1996 ve sonrası ()	1981-1995 ()	1961-1980 ()	1960 ve öncesi ()
3. Medeni Durumunuz:	Evli ()	Bekar ()		
4. Eğitim Durumunuz:	İlköğretim ()	Lise ()	Lisans ()	Yüksek Lisans/Doktora ()
5. Mesleğiniz:	Öğrenci ()	Emekli ()	Ev Hanımı ()	Serbest Meslek ()
	Memur ()			
	Çalışmıyor ()	Diğer: Lütfen belirtiniz.....		
6. Gelir Durumunuz:	11.500 TL ve altı ()	11.501-22.000 ()	22.001-30.000 ()	30.000 TL üzeri ()

ANKET FORMU İNGİLİZCE

Dear participant

This questionnaire was prepared to collect data for a master's thesis study conducted at Akdeniz University, Department of Tourism Management. The aim of the questionnaire is to measure the "Relationship between Sustainability Consciousness, Responsible Tourism and Green Purchase Intention" of tourists. Due to the scientific nature of the research, it is extremely important that the answers are correct in terms of the reliability of the study and that all questions are answered in order for the questionnaire to be valid. The data collected within the scope of the research will be kept strictly confidential.

Thank you for your interest and your time.

Oğuzhan DALMAZ

Akdeniz University

Student of Master Degree

Statements for Sustainable Consciousness		Strongly Disagree (1)	Disagree (2)	Undecided (3)	Agree (4)	Strongly Agree (5)
1	Reducing water consumption is essential for sustainable development.	1	2	3	4	5
2	Preserving species diversity in nature is essential for sustainable development.	1	2	3	4	5
3	For sustainable development, people need to be educated on how to protect themselves against natural disasters.	1	2	3	4	5
4	The peaceful resolution of conflicts in societies is essential for sustainable development.	1	2	3	4	5
5	Respect for human rights is essential for sustainable development.	1	2	3	4	5
6	To ensure sustainable development, all people in the world must have access to good and quality education.	1	2	3	4	5
7	To ensure sustainable development, companies must treat their employees, customers and suppliers fairly.	1	2	3	4	5
8	Sustainable development requires the equitable distribution of basic human rights, such as food and health care, among all people in the world.	1	2	3	4	5
9	Ending world poverty is essential for sustainable development.	1	2	3	4	5
10	Using natural resources in excess of our needs does not threaten human health or our future well-being.	1	2	3	4	5
11	I think stricter laws and regulations are needed to protect the environment.	1	2	3	4	5
12	I think it is important to do something about the problems related to climate change.	1	2	3	4	5
13	I think everyone should be educated on how to live sustainably.	1	2	3	4	5
14	We must ensure that those who come after us have the same abundance of resources that we have today.	1	2	3	4	5

Demographic Information				
1. Gender:				
Female ()		Male ()		
2. Year of Birth:				
1996 and later ()	1981-1995 ()	1961-1980 ()	1960 and before ()	
3. Marital Status:				
Married ()		Single ()		
4. Education Status:				
Primary () ()	High School ()	Bachelor's Degree ()	Master's Degree/PhD	
5. Occupation:				
Student ()	Retired ()	Housewife ()	Self-Employed ()	
Officer ()				
Not working ()	Other: Please specify.....			
6. Income Status:				
11.500 TL and below ()	11.501-22.000 ()	22.001-30.000 ()	30.000 TL above ()	

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI	Oğuzhan DALMAZ
EĞİTİM DURUMU	
Mezun Olduğu Lise	Antalya Kumluca Anadolu Lisesi
Lisans Diploması	Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi İşletme (2,91 / 4)
Tez Konusu	Turistlerin Sürdürülebilirlik Bilinci ve Sorumlu Turizm Davranışlarının Yeşil Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Antalya Örneği
Yabancı Dil	YDS/2023 (45 / 100)
BİLİMSEL FAALİYETLER	
Bilimsel Çalışma	Dalmaz, O., Özilhan Özbey, D. ve Çelik Çaylak, P. (2022). “Covid-19 Sonrası Değişen Tatil Satın Alma Davranışının Karavan Turizmi Ekseninde İncelenmesi: Karavan Turizmi Haberlerinin İçerik Analizi”. İ. Yıldız ve S. Batal (Ed.), <i>Sosyal ve Beşeri Bilimlerde Uluslararası Araştırmalar – III</i> . Serüven Yayınevi, İzmir, 83-97.
İŞ DENEYİMİ	
Çalıştığı Kurum	Ankara Üniversitesi Sağlık, Kültür ve Spor Daire Başkanlığı, Kısmi Zamanlı Çalışan Öğrenci, 2017-2018. Dalmaz Eğitim Sigorta Sağlık Tarım Tic. Ltd. Şti., Direksiyon Usta Öğreticisi, 2019-2023. Kumluca Ticaret ve Sanayi Odası, Muhasebe Memuru, 2023- halen çalışıyor.