



Konaklama İşletmelerinde Çevre Yönetimi Uygulamaları ve Algılanan Kurumsal İtibar Üzerindeki Etkisi: Kayseri ve Nevşehir Otelleri Üzerinde Bir Araştırma

Environmental Management Practices of Accommodation Establishments and Their Effects on Perceived Corporate Reputation: A Research on Hotels of Kayseri and Nevşehir

Ebru AYKAN

Erciyes Üniversitesi
İzzet Bayraktar Sosyal Bilimler Meslek
Yüksekokulu
38039 Melikgazi/KAYSERİ
aykane@erciyes.edu.tr

Burhan SEVİM

Erciyes Üniversitesi
Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
38039 Melikgazi/KAYSERİ
bsevim@erciyes.edu.tr

Özet

Bu çalışmada konaklama işletmelerinin çevre yönetimi uygulamalarını tespit etmek, Kayseri ve Nevşehir'deki otellerin çevre yönetimi uygulamaları arasında farklılık bulunup bulunmadığını belirlemek ve reaktif ve proaktif çevre yönetimi uygulamaları kapsamında ele alınan çevre yönetimi uygulamalarının çalışanlar tarafından algılanan kurumsal itibar üzerindeki etkisini ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu çerçevede 6 hipotez geliştirilmiştir. Yapılan analizlerde çalışmaya katılan otellerin reaktif çevre yönetimi uygulamalarının proaktif çevre yönetimi uygulamalarından daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmüştür. Farklılıkları tespit etmek amacı ile yapılan t testi ve anova analizi sonucunda 0.05 anlamlılık düzeyinde otellerin reaktif çevresel uygulamalarının entegrasyon durumlarına göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Yani, zincir otellerde reaktif çevresel uygulamaların daha yoğun olduğu belirlenmiştir. Regresyon analizi yapılarak otellerin çevre yönetimi uygulamalarının kurumsal itibar algısı üzerindeki etkisi belirlenmeye çalışılmıştır. Analiz sonuçlarına göre reaktif çevre uygulamalarının algılanan kurumsal itibar üzerinde orta düzeyde bir etkisi olduğu ve benzer şekilde proaktif çevre yönetimi uygulamalarının da algılanan kurumsal itibar üzerinde düşük düzeyde etkili olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Çevre Yönetimi, Algılanan Kurumsal İtibar, Konaklama İşletmeleri, Otel

Abstract

Objectives of the present study were to determine the environmental management practices of hospitality businesses, to determine the differences between environmental management practices of hospitality facilities (hotels) of Kayseri and Nevşehir and put forward the effects of environmental management practices implemented within reactive and proactive environmental management implementations on perceived corporate reputation of employees. Along with these objectives, 6 hypotheses were developed. Results revealed that participated hotels had higher rates of reactive environmental practices than proactive environmental practices. The t-test and anova analysis carried out to determine the differences between two provinces revealed significant differences between integration of reactive environmental practices of the hotels ($p < 0.05$). Chain hotels had higher rates of reactive environmental practices. Regression analysis was performed to find out the effects of environmental management practices on perceived corporate reputation. While there was a medium level effect of reactive environmental practices on perceived corporate reputation, proactive environmental practices had low impacts on perceived corporate reputation.

Keywords: *Environmental Management, Perceived Organizational Reputation, Accommodation Establishment, Hotel*

GİRİŞ

İnsanların sınırsız ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla üretim ve tüketim faaliyetlerinin artırılması çevre sorunlarının da ortaya çıkışına neden olmuştur. Çevresel kaynakların sınırsız olarak algılanması ve sanayi devrimi ile gelişen teknolojiler çevresel sorunları daha da artırmıştır. Çevre sorunlarının dünyanın dikkatini çekmesi ise ancak yaşanan çevresel kaza ve felaketler¹ sonucunda olmuştur. Bu kaza ve felaketler sonucunda dünyada çevre bilinci oluşumuna zemin hazırlayacak çalışmalar gündeme getirilmiştir. Bu noktada ülkeler ve işletmeler, ekonomi ve ekolojinin bir denge içerisinde bütünleştirilmesi için, “bireylerin bugünkü ihtiyaç ve beklentilerini gelecek nesillerin ihtiyaç ve beklentilerinden ödün vermeksizin karşılama” (Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu, 1991) olarak ifade edilen sürdürülebilir kalkınmayı sağlamaya yönelmişlerdir. Özellikle 1980’lerin sonlarından itibaren sürdürülebilir kalkınma, çevre koruma ve çevre yönetimi konularındaki gelişmeler ve bu konularda gerçekleşen girişimler ülkelerin, hükümetlerin, endüstri kollarının ve toplumun gün geçtikçe farkındalığını artırmıştır.

Turizm sektörü de sürdürülebilirlik yaklaşımlarından etkilenen sektörler arasında yer almaktadır. Turizm faaliyetleri temel olarak doğal ve temiz bir çevreyi gerektirmektedir. İnsanların yaşadıkları ve çalıştıkları yerler dışındaki alanlara geçici olarak hareketlerini ve bu esnadaki konaklamalarını içeren turizm faaliyetlerinin çevre üzerindeki etkileri oldukça karmaşık, çeşitli (Bohdanowicz, 2006, s. 663) ve çok boyutlu olmaktadır. Turizm sektörü temel olarak konaklama ve ulaşım hizmetlerini içermektedir (Alvarez Gil, Jimenez ve Lorente, 2001, s. 457). Dolayısı ile konaklama işletmelerinin ısıtma, soğutma, aydınlatma, yemek pişirme, temizlik, banyo, yüzme vb. pek çok faaliyeti ile çevreyi etkilemesi söz konusu olmaktadır. Son yıllarda bu çevresel etkilerin fark edilmesi ile bu sektördeki çevre uygulamaları önem kazanmaya

¹ Küresel ısınma, Ozon Tabakasının incelmeye başlaması, Buzulların erimesi, Denizlerin kirlenmesi, Exxon Valdez ve Chernobill Kazaları çevresel felaket ve kazalar arasında sayılabilmektedir.

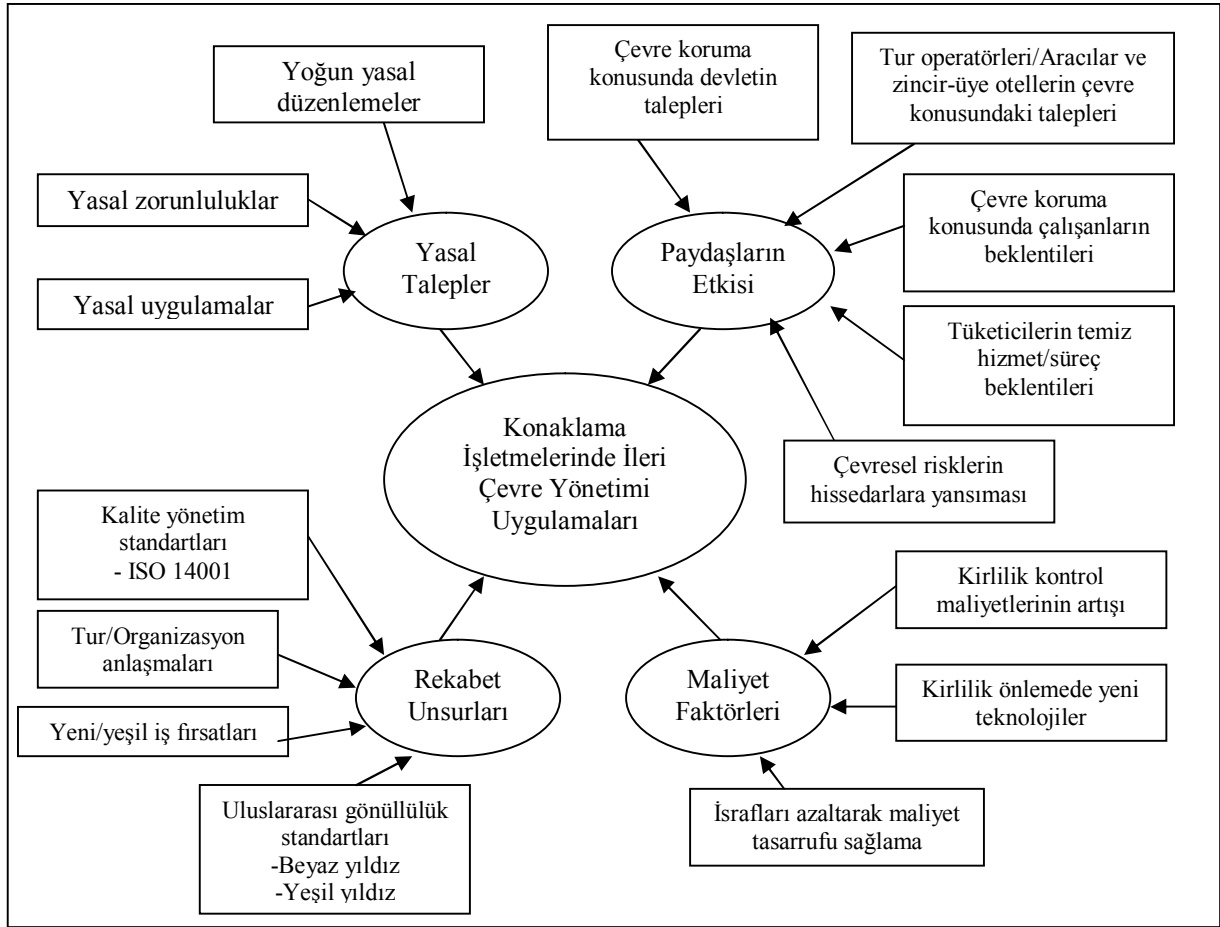
başlamıştır. Fakat bu konudaki literatüre bakıldığında çevre konularında yapılan çalışmaların ağırlıklı olarak üretim işletmeleri üzerinde odaklandığı hizmet işletmeleri üzerinde çalışmaların nispeten yeni başladığı görülmektedir.

İşletmeler için son yıllarda önem kazanan bir diğer kavram da kurumsal itibar kavramıdır. Bir kurumun iç ve dış paydaşlar üzerinde bıraktığı imaj olarak tanımlanabilen bu kavram, işletmelerin sürdürülebilir başarıları üzerinde etkili olmaktadır. Özellikle müşteri tercihlerinin çok çabuk kabuk değiştirdiği günümüz rekabet ortamında hayatta kalabilmek için işletmelerin olumlu izlenimler oluşturması gerekmektedir. Konaklama sektörü de bu anlamda sürdürülebilir rekabet avantajı kazanmak, yeşil müşterileri işletmelerine çekebilmek, faaliyetleri sonucunda oluşan çevresel etkileri minimuma indirip, maliyet tasarrufu sağlayabilmek gibi pek çok nedenden dolayı çevre yönetimi uygulamalarına yönelmişlerdir. Bu tür çevreci uygulamalarla işletmeler olumlu kurumsal itibar oluşturmaktadırlar. Bu noktalardan hareketle çalışma alanı olarak konaklama işletmelerinin çevre yönetimi uygulamaları ve bu uygulamaların kurumsal itibarları üzerindeki etkisi seçilmiştir. Bu amaçla aşağıda öncelikle araştırmanın kavramsal çatısı hakkında bilgi verilmiş daha sonra Kayseri ve Nevşehir'deki konaklama işletmeleri üzerinde yapılan uygulama anlatılmıştır.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Çevre Yönetimi ve Konaklama İşletmelerindeki Uygulamaları

Çevre yönetimi kavramı literatürde üzerinde çok fazla konuşulmuş ancak içi de bir o kadar doldurulmamış bir kavramdır (Akdoğan, 2003, s. 81). Çevre yönetimi kavramının çok yönlü, boyutlu ve disiplinler arası bir kavram olması nedeni ile yeşil yönetim (Carson ve Moulden, 1991), şirket çevreciliği (Banerjee, 2002), ekolojik yönetim (Norton, 1992), çevresel duyarlılık (Ahmet, Montagno ve Firenze, 1998) ve çevreye duyarlı yönetim (Akdoğan, 2003) gibi farklı isimlerle tanımlamaları yapılmıştır. Temel olarak çevre yönetimi kavramı, çevre ile ilgili konuların işletmelerce anlaşılması ve bu konuların karar alma süreçleri ile bütünleştirilmesi (Banerjee, 2002, s. 181) sürecini ifade etmektedir. Bu süreçte işletmeler, öncelikle faaliyetleri sebebi ile çevrede sebep oldukları olumsuz etkiyi azaltmayı amaçlamakta, daha sonra da çevre odaklı uygulamaları tespit edip faaliyete geçirmeye çalışmaktadırlar.



Şekil 1. Konaklama İşletmelerinde Çevre Yönetimi Uygulamalarını Etkileyen/Yönlendiren Güçler

Kaynak: Berry, M.A. ve D.A. Rondinelli (1998). Proactive Corporate Environmental Management: A New Industrial Revolution, Academy of Management Executive, 12(2), s. 40'dan uyarlanmıştır.

Çevresel yönetim uygulamaları, işletmelerin doğal çevreye bakış açısı, yasal zorunluluklar, müşteri beklentileri gibi birçok faktöre bağlı olarak şekillenmektedir. Her işletme belli bir oranda çevre yönetim faaliyeti uygulamakla birlikte bu uygulamaların içeriği, işletmenin gerçekten çevre odaklı mı (proaktif) yoksa sadece yasal zorunluluklar çerçevesinde mi (reaktif) çevreci olduklarının göstergesidir. Bununla birlikte hizmet sektörü için net bir çevre yönetim uygulaması/programı tespit etmek zordur. Çünkü bu sektörde çevresel mevzuat ve yönetmeliklere daha az önem verilmekte ve çevresel konular neredeyse gözardı edilmektedir (Hutchinson, 1996, s. 12). Aynı zamanda konaklama işletmelerinde otellerin çoğunluğunun küçük olması sundukları ürün ve hizmetlerde fiyatlandırma konusunda çok hassas davranmalarını gerektirmektedir. Bu noktada müşterilerine çevresel yönetim maliyetleri için para ödemek isteyip istemediklerini soramamaktadırlar (Kirk, 1995, s. 3). Dolayısı ile oteller kirlenen doğal çevre, artan maliyetler, yasal zorunluluklar, çevreci müşteri beklentileri ve yoğun rekabet arasında sıkışıp kalmaktadırlar. Konaklama işletmelerinde çevre yönetimi uygulamalarını yönlendiren güçler Şekil 1'de gösterilmiştir.

Şekil 1 incelendiğinde konaklama işletmelerinin çevre yönetimi uygulamalarını etkileyen ve yasalar, paydaşlar, rekabet ve maliyet unsurlarından oluşan dört ana grup olduğu görülmektedir. Her işletme bu faktörleri dikkate almakla birlikte işletmelerin çevresel amaçları çerçevesinde bazı işletmeler daha az unsuru dikkate alırken bazı işletmelerin bütün unsurları dikkate aldıkları görülmektedir.

Konaklama işletmelerinin çevre yönetimi uygulamalarında dikkate alınması gereken birbirleri ile bağlantılı fonksiyonlar ve politikalar bulunmaktadır. Kirk (1995, s. 4) bu uygulamaları satın alma politikaları, atık yönetimi ve atıkların imha/bertaraf edilmesi olarak sınıflandırmıştır (Tablo 1). Mensah (2006, s. 418) çevre yönetimi uygulamalarını geri dönüşüm, atık yönetimi, enerji ve su tasarrufu, yasalara uyum, satın alma politikaları ve çevresel eğitim konu başlıkları altında irdellemektedir. Güneş (2011, ss. 47-48) konaklama işletmelerinde çevre yönetimi uygulamalarını çevresel yönetimin unsurları olarak ele almakta su ve enerji kullanımı, geri dönüşüm, atık yönetimi ve doğal (hassas) çevre başlıkları altında sınıflandırmaktadır.

Tablo 1. Konaklama İşletmelerinin Çevre Yönetim Uygulamalarında Kullandığı Politika ve Fonksiyonlar

Satınalma Politikaları	<ul style="list-style-type: none"> ○ Tedarikçilerle ortaklık geliştirme ○ Sürdürülebilir ürünleri tanımlama ○ Çevreye duyarlı paketlemeye sahip ürünlerin tercihi
Atık Yönetimi	<ul style="list-style-type: none"> ○ Faaliyetlerdeki atıkların/israfların azaltılması ○ Atıkların mümkün olduğunca yeniden kullanımı ○ Geri dönüşüm ya da geri kazanıma gönderilebilecek ürünlerin ayrıştırılması
Atıkların İmha/Bertaraf Edilmesi	<ul style="list-style-type: none"> ○ İmha/bertaraf işlemlerini gerçekleştiren işletmelerle işbirliği geliştirme ○ Uygun imha/bertaraf metotları geliştirmek ○ Atıkların imha/bertarafında son çare olarak toprağa gömülme kullanmak

Kaynak: Kirk, David (1995). Environmental Management in Hotels, International Journal of Contemporary Hospitality Management, 7(6), s. 5.

Pek çok çevre yönetimi uygulama/strateji/politika sınıflandırması olmakla birlikte en çok kabul gören sınıflamalardan biri bu uygulamaların teknik ve kurumsal faaliyetler olarak isimlendirildiği sınıflamadır (Alvarez Gil, Jimenez ve Lorente, 2001, s. 457). Teknik faaliyetler; işletmenin kirliliğe neden olan çıktılarının azaltılmasına yönelik uygulamaları (ekolojik ürün satın almak, enerji ve su tasarrufuna yönelmek, eski makineleri işletmenin çevresel etkilerini azaltacak yeni makinelerle değiştirmek vb.) içerirken, kurumsal uygulamalar; daha ileri çevrecilik faaliyetleri ile teknik ölçümlerin uygulanması ve işletmenin yasal işlemlerinde çevreyi dikkate alacağı uygulamaları (çevresel eğitimler verilmesi, çevresel amaçların planlanması ve kontrolü vb.) işaret etmektedir. Benzer şekilde Molina-Azorin ve arkadaşları (2009a), çevre yönetim uygulamalarını basit ve ileri çevre odaklı uygulamalar şeklinde sınıflandırmışlardır. Basit çevre odaklı uygulamalarda enerji ve su tasarrufu sağlama, katı atıkları sınıflandırma, tüketicilerle işbirliği gibi daha çok teknik uygulamalar ifade edilirken ileri çevre odaklı uygulamalarda çalışanların çevresel eğitimi, çevresel faaliyetlerin organizasyonu ya da sponsorluğu ve uzun vadeli çevresel yaklaşım oluşturma gibi kurumsal faaliyetlere odaklanılmaktadır.

Gonzalez-Benito ve Gonzalez-Benito (2005) ise, daha farklı bir bakış açısı ile çevresel yönetim uygulamalarını hiyerarşik bir şekilde sıralamışlardır. Çevresel politikanın açık olarak tanımlanması, uzun vadeli çevresel plan ve araçların belirlenmesi, çevresel sorumlulukların açık bir şekilde belirlenmesi, çevre yönetiminde çalışacak tüm zamanlı elemanların tespiti, yönetici ve çalışanlar için çevresel eğitimlerin verilmesi, çevresel performans değerlendirme ve ölçme sisteminin oluşturulması, acil durumlar için çevresel eylem planının oluşturulması ve çevresel raporların değerlendirilmesi süreçlerini kapsamaktadır.

İşletmelerin çevresel uygulamaları üzerinde; işletme büyüklüğü, işletmenin ISO14001 belgesine sahip olması, yeşil/beyaz yıldız gibi işletmenin çevreye duyarlılık sembollerine sahip olması, işletmenin kurumsallaşma derecesi, yöneticilerin stratejik tutumları, paydaşların baskıları, işletmenin yazılı bir çevre yönetim programının bulunması ve işletmenin faaliyet bölgesi gibi pek çok belirleyici etkili olmaktadır. Örneğin, büyük işletmelerin çevresel yönetime daha fazla finansman, insan ve teknolojik kaynak ayırabilmesi, sosyal ve ekonomik çevrelerinden daha fazla baskı görmeleri ve çevreye duyarlı müşterilerin taleplerini karşılayabilme güçleri bu işletmelerin küçük işletmelere göre daha çevreci olmalarına imkân vermektedir (Gonzalez-Benito ve Gonzalez-Benito, 2006, s. 1357). Benzer şekilde zincir şeklinde işletilen otellerin de aynı baskılar sebebi ile daha çevreci tutum geliştirme eğiliminde oldukları görülmektedir. Literatürde otel sınıfı (3, 4 ve 5 yıldızlı oteller, 1. ve 2. sınıf tatil köyleri), sahiplik şekli (zincir otel, aile işletmesi, şahıs işletmesi, vb.) ve işletme çevre yönetimi uygulamaları arasında anlamlı ilişkiler olduğu görülmektedir (Kirk, 1998; Carmona-Moreno ve Diğ., 2004; Gonzalez-Benito ve Gonzalez-Benito, 2006; Chan, 2008). Örneğin 4 ve 5 yıldızlı büyük otellerin çevresel uygulamalara daha çok yöneldiği görülürken nispeten daha küçük otellerde bu uygulamaların pek yer almadığı anlaşılmaktadır. Çevresel uygulamaların ekonomik anlamda otelleri zorladığı dikkate alındığında bu sonucun anlamlı olduğu düşünülebilmektedir. Benzer şekilde daha kurumsal ve büyük olan zincir otellerde de çevresel uygulamalar daha fazla görülmektedir. Zincir otellerin farklı ülkelerde faaliyet göstermesi, bu ülkelerin çevresel zorunlulukları dikkate almak zorunda kalmaları bu anlamda zincir oteller için gönüllülük gerektiren bir davranışın ötesinde bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır. Bu kapsamda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H1a: Otellerin sınıfı ile reaktif çevresel uygulamaları arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

H1b: Otellerin sınıfı ile proaktif çevresel uygulamaları arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

H2a: Otellerin entegrasyon durumu (zincir otel olma durumu) ile reaktif çevresel uygulamaları arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

H2b: Otellerin entegrasyon durumu (zincir otel olma durumu) ile proaktif çevresel uygulamaları arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Çevre yönetimi konusunda bir harita çizmeye başlamış, yazılı çevre programları bulunan ya da çevre kalite belgelerine sahip otellerin çevresel uygulamalarının daha fazla olması beklenmektedir. Literatürde de bu ilişkiyi destekleyen çalışmalar bulunmaktadır (Brown, 1996; Kirk, 1998; Mensah, 2006; Chan, 2008; Molina-Azorin ve Diğ., 2009a). Çalışmada bu bulguyu test etmek amacı ile aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H3a: Otellerin ISO14001 belgesine sahip olmaları ile reaktif çevresel uygulamaları arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

H3b: Otellerin ISO14001 belgesine sahip olmaları ile proaktif çevresel uygulamaları arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

H4a: Otellerin yazılı çevre programları bulunması ile reaktif çevresel uygulamaları arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

H4b: Otellerin yazılı çevre programları bulunması ile proaktif çevresel uygulamaları arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Otellerin faaliyette bulunduğu yerleşim bölgelerinin kalkınmışlık düzeyi, sosyal baskılar (Gonzalez-Benito ve Gonzalez-Benito, 2006) ve çevre konusunda daha önce yaşanmış olumsuzluklar çevresel uygulamalar üzerinde etkili olmaktadır. İşletmeler üzerinde çevre konusunda yaptırım gücüne sahip, devlet ve hükümet politikaları bu programlar çerçevesinde geliştirilen çevresel kalkınma çalışmaları ülkeden ülkeye değişmekle birlikte aynı ülke içerisinde bölgeden bölgeye de değişmektedir. Dolayısı ile çevresel uygulamalar ve otellerin faaliyet bölgeleri arasında anlamlı farklılıklar bulunması beklenmektedir. Örneğin Mensah (2006), Gana'da Accra Bölgesindeki büyük otellerde proaktif çevresel uygulamalar görüldüğünü ifade ederken, Alvarez Gil, Jimenez ve Lorente (2009) ile Molina-Azorin ve Diğ. ise (2009) İspanya'daki otellerde üç grup (reaktif, temel ve proaktif) çevresel uygulama tespit etmişlerdir. Benzer şekilde Erdoğan ve Barış (2007) da Ankara'daki otellerin reaktif çevresel uygulamalar düzeyinde olduğunu belirlemişlerdir. Bu farklılıklar kapsamında aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H5a: Otellerin faaliyet bölgeleri ile reaktif çevresel uygulamaları arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

H5b: Otellerin faaliyet bölgeleri ile proaktif çevresel uygulamaları arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

1.2. Algılanan Kurumsal İtibar

İtibar, kurumun görünen veya insanlar tarafından değerlendirilen toplam saygınlık değeri ve karakteri olarak ifade edilmektedir (Chaudhuri, 2002, s. 34). Kurumsal itibar, güven, saygınlık ve inanılabilirlik gibi temel değerlerin belli bir zaman sürecinde iç ve dış paydaşlar tarafından algılanması (Köksal, 2011, s. 8); bir işletmenin geçmiş eylemlerini ve farklılığını ortaya koyan, gelecekteki bakış açısını tanımlayan (Carmeli ve Tishler, 2005, s. 10), geleceğe yönelik yargıları olarak değerlendirilebilmektedir.

İç ve dış paydaşlar için işletmenin itibarı farklı anlamlar taşımaktadır. Dış paydaşlar için kurumsal itibar işletmelere piyasada saygınlık kazandıran, piyasa değerlerini artıran, cazibe merkezi kurumlar haline getiren (Sayılı ve Diğ., 2009, s. 655) stratejik değerlendirmeler bütünü olarak algılanırken iç paydaşlar için daha çok işletmenin saygınlığını (Fombrun ve Rindova, 2000) ifade eden soyut bir değer olarak algılanmaktadır. Dolayısıyla, bir işletmenin kurumsal itibarının iyi olması, o işletmenin hem çalışanları, hem müşterileri hem de halk gibi bütün paydaşları gözünde olumlu bir imaj oluşturması anlamına gelmekte ve işletmenin başarısında stratejik bir rol oynamaktadır.

Tablo 2: Kurumsal İtibar Kavramına İlişkin Yaklaşımlar

Yaklaşım	Paydaş Grubu	Odak Noktası
Değerlendirici Yaklaşım	Tek Paydaş (Yatırımcı, yönetici vb.)	Yatırımcı davranışı, CEO'nun düşüncelerine dayalı sıralama, Finansal/Stratejik performans ile itibar bağlantısı vb.
İzlenimsel Yaklaşım	Temel olarak tek paydaş görüşü (Müşteri, çalışan, medya vb.)	İmaj/Kurumsal kimlik, itibarın satın alma niyeti ile bağlantısı, müşterinin gözünde şirket ve satış personelinin imajı, itibarın çalışan özdeşleşmeleri ile bağlantısı vb.
İlişkisel Yaklaşım	Özellikle iç ve dış paydaşlar olmak üzere farklı paydaş gruplarının görüşlerinin karşılaştırılması	Çeşitli paydaşlar, kurumsal itibara ilişkin içsel görüş (kimlik) ve dışsal görüş (imaj) arasındaki bağlantı vb.

Kaynak: Chun, R. (2005). Corporate Reputation: Meaning and Measurement. *International Journal of Management Reviews*, 7(2): 94.

Kurumsal itibar konusunda çeşitli yaklaşımlar bulunmaktadır. Tablo 2’de değerlendirici, izlenimsel ve ilişkisel yaklaşımlar özetlenmektedir (Chun, 2005, ss. 93-94). Değerlendirici yaklaşımda; finansal başarıların değerlendirilmesi ile kurumun itibarı belirlenirken, izlenimsel yaklaşımda itibar, kuruma ilişkin genel izlenim kapsamında kabul edilmektedir. Bu yaklaşımda, itibarın satın alma niyeti, çalışan özdeşleşmeleri ve medya ile bağlantısı gibi tek paydaş grup üzerinde itibarın etkisi incelenmektedir (Köksal, 2011, s. 7). İlişkisel yaklaşım ise farklı paydaşların farklı beklentileri olduğunu kabul eden paydaş teorisine dayanmakta ve itibarın içsel ve dışsal görüşlerin eşit yansımaları olarak görüldüğü ifade edilmektedir. Bu çalışmada izlenimsel yaklaşım kullanılmış çalışanların kendi kurumlarına ilişkin izlenimleri değerlendirilmeye çalışılmıştır.

1.3. Çevre Yönetimi Uygulamaları ve Algılanan Kurumsal İtibar İlişkisi

Kurumların sürdürülebilirliğinde oldukça önemli bir rolü olan itibarın, mal ve hizmet pazarındaki etkisi birbirinden farklı olmaktadır. Hizmet pazarında fiziksel kanıtların kısıtlı olması, güveni ön plana çıkarmakta bu durum da kurumsal itibarı daha önemli hale getirmektedir. Benzer şekilde hizmetin soyutluğuna bağlı olarak müşteriler tarafından hizmet kalitesinin değerlendirilmesi daha zor olmakta, bu nedenle de itibar kaybının etkileri hizmet işletmelerinde daha derin hissedilmektedir (Köksal, 2011, s. 25).

Algılanan kurumsal itibarın, mal ve hizmetler için fazladan psikolojik değer eklemek, dağıtım kanallarında pazarlık gücünü artırmak, çalışanların iş tatminlerini artırmak, işe alımlarda nitelikli elemanların kuruma çekilmesini sağlamak ve tüketicilerin fonksiyonel anlamda benzer şekilde algıladıkları mal ve hizmetler arasında seçim yapmalarına yardımcı olmak gibi işletmeler için pek çok getirileri söz konusu olmaktadır (Dowling, 2001, s. 12). Çevre yönetimi uygulamaları, işletmeler ve tüm paydaşları üzerinde olumlu itibar oluşturma arzusu taşımaktadır. Özellikle örgütsel çevre yönetimi uygulamaları yeşil müşteriler, yöneticiler, halk ve sivil toplum örgütleri üzerinde olumlu izlenim oluşturmaya odaklanırken teknik çevre yönetimi uygulamaları

ise daha çok hükümet ve rakipler üzerinde itibar oluşturmayı hedeflemektedir. Welford (1995) ile Sharma ve Vredenburg (1998) çalışmalarında proaktif çevresel uygulamaların kurumsal itibar üzerinde daha etkili olduğunu ifade etmişlerdir. Bu kapsamda geliştirilen hipotezler aşağıda sıralanmıştır:

H6a: Otellerin reaktif çevre yönetimi uygulamaları algılanan kurumsal itibarlarını pozitif olarak etkilemektedir.

H6b: Otellerin proaktif çevre yönetimi uygulamaları algılanan kurumsal itibarlarını pozitif olarak etkilemektedir.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, Kayseri ve Nevşehir’de faaliyetlerini sürdüren konaklama işletmelerinin çevresel uygulamalarını belirlemek, işletmelerin büyüklüğü, türü, çevre yönetim belgesine/programına sahip olup olmamaları gibi değişkenler ile katılımcı otellerin çevresel uygulamaları arasındaki farklılıkları tespit etmek, bu işletmelerin çevresel uygulamalarının kurumsal itibarları üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Ayrıca farklı mekân ve işletme kültürüne sahip Kayseri ve Nevşehir otellerinin çevresel bilinç ve farkındalıklarının artırılmasına katkıda bulunmak ve çevrenin sessiz yok edicileri (Molina-Azorin ve Diğ., 2009a, s. 516) olarak ifade edilen konaklama işletmelerinin çevresel uygulamaları konusunda, bu konu ile ilgilenen akademisyen, araştırmacı ve ilgili grupları bilgilendirmek amaçlanmıştır.

2.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Kayseri ve Nevşehir’deki oteller oluşturmaktadır. Evrenin tespiti için Kayseri ve Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerinden turizm işletme belgeli otellerin listesi ve iletişim bilgileri temin edilmiştir. Bu verilere göre Kayseri’de 17, Nevşehir’de 50 otel olmak üzere toplam 67 otel bulunmaktadır. Tam sayım yöntemi kullanılan çalışmada; evren kapsamında yer alan otellerin tamamına anket ulaştırılmış ve bu otellerden 57 tanesinden dönüş alınmıştır.

2.3. Veri Toplama ve Analiz Yöntemleri

Araştırmada veri toplamak üzere oluşturulan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde anketi dolduran yönetici ve işletme ile ilgili 11 soru, ikinci bölümde işletmelerin çevre yönetimi uygulamalarını belirlemeye yönelik 18 ifade ve son bölümde işletmelerdeki algılanan kurumsal itibar düzeyini tespit etmeye yönelik 12 ifade yer almıştır. Çalışmada iki ölçek kullanılmıştır. Ölçekler aşağıda açıklanmıştır:

Çevre Uygulamaları: Çalışmada bağımsız değişken olarak ele alınan çevre uygulamaları Alvarez Gil, Jimenez ve Lorente, (2001), Benito ve Benito (2005), Mensah (2006) ve Molina-Azorin ve Diğ.’nin (2009a) ölçeklerinden faydalanılarak oluşturulmuştur. 18 ifadeden oluşan ölçek ile reaktif ve proaktif çevre yönetimi uygulamaları araştırılmıştır. Çevre yönetimi uygulamalarına ilişkin ifadelerde (1) hiçbir zaman, (2) nadiren, (3) bazen, (4) çoğu zaman ve (5) her zamanı ifade eden beşli Likert ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin güvenilirliğini ölçen Cronbach Alfa değeri 0,965 olarak bulunmuştur.

Algılanan Kurumsal İtibar: Algılanan kurumsal itibarı ölçmek için Carmeli ve Tishler (2005) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Ölçek 12 ifadeden

oluşmaktadır. Algılanan kurumsal itibara ilişkin ifadelerde (1) hiçbir zaman, (2) nadiren, (3) bazen, (4) çoğu zaman ve (5) her zamanı ifade etmektedir. Ölçeğin Cronbach Alfa değeri 0,982 olarak hesaplanmıştır.

Elde edilen sonuçlar (0,965 ve 0,982) dikkate alındığında ölçeklerin yüksek güvenilirlikte olduğunu belirtmek mümkündür. Verilerin normal dağılıp dağılmadığı Kolmogorov-Smirnov Testi ile analiz edilmiştir. Analiz sonucunda verilerin anlamlılık değerleri 0,05'den küçük olduğu için verilerin normal dağılmadığı görülmüştür. Bu nedenle verilere logaritmik dönüştürme işlemi yapılmış ve dönüştürme işleminden sonra verilerin normal dağıldığı görülmüştür.

3. BULGULAR

3.1. Demografik Özellikler

Tablo 3. Çalışmaya Katılan Yöneticilerin Demografik Özellikleri

Özellik		f	%	Özellikler		f	%
Cinsiyet	Bay	37	64.9	Eğitim	Lise	6	10.5
	Bayan	20	35.1		MYO	17	29.8
	Toplam	57	100		Lisans	31	54.4
Yaş	21–30	8	14		Y. Lisans	3	5.3
	31–40	24	42.1		Toplam	57	100
	41–50	20	35.1		Görev	Gen. Müd.	11
	51+	5	8.8	Gen. Müd. Yrd.		14	24.6
	Toplam	57	100	Departman Müd.		32	56.1
				Toplam		57	100

Çalışmaya katılan yöneticilerin (Tablo 3) %14'ü 30 yaşının altında %42,1'i 31–40 yaş aralığında ve %35,1'i 41–50 yaş aralığında yer almaktadır. %8,8'i ise 51 yaş ve üzerindedir. Katılımcıların %64,9'unu erkekler oluşturmaktadır. Çalışmaya katılan 57 katılımcıdan 34'ünün lisans ve üzeri eğitim aldıkları görülmektedir. Katılımcıların %19,3'ü otellerde genel müdür, %24,6'sı genel müdür yardımcısı ve %56,1'i ise departman müdürü olarak görev yapmaktadır.

Çalışmaya katılan işletmelerin özelliklerinin gösterildiği Tablo 4'e göre, çalışmada yer alan 57 otelden 6'sı 5 yıldızlı, 19'u 4 yıldızlı, 13'ü 3 yıldız ve aşağısı ve 19'u da özel belgeye sahip otellerden oluşmaktadır. Bu otellerden sadece 1 tanesinin ISO 14001 belgesine sahip olduğu ve benzer şekilde 1 işletmenin de yeşil yıldız bulunduğu tespit edilmiş, beyaz yıldızla sahip işletme bulunmadığı görülmüştür. Katılımcı otellerin %26,3'ünün Kayseri'de, %73,7'sinin ise Nevşehir'de bulunduğu belirlenmiştir. Bu otellerden %21,1'inin zincir otel olduğu, %21,8'inde yazılı çevre programı bulunduğu ve %66,7'sinde çalışanlara çevresel konularda sorumluluklar verildiği tespit edilmiştir. Yazılı çevre programı olan 12 işletmenin 2 tanesi 1 yıldan az bir süredir bu programa sahip iken 9 otelin 1–3 yıldır, 1 otelin ise 7 yıldan fazla bir süredir çevre programına sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4. Çalışmaya Katılan İşletmelerin Özellikleri

Özellik		f	%	Özellikler		f	%
İşletme Türü	5 Yıldız	6	10.5	Faaliyet Bölgesi	Kayseri	15	26.3
	4 Yıldız	19	33.3		Nevşehir	42	73.7
	3 Yıldız ve altı	9	15.8		Toplam	57	100
	Özel Belgeli	23	40.4	Zincir Otel mi?	Evet	12	21.1
	Toplam	57	100		Hayır	45	78.9
ISO14001 Belgesi var mı?	Evet	13	22.8	Yazılı Çevre Programı Var mı?	Toplam	57	100
	Hayır	44	77.2		Evet	12	21.8
	Toplam	57	100		Hayır	43	78.2
Çalışanlara Çevresel Sorumluluk Veriliyor mu?	Evet	6	66.7	Ne Kadar Süredir Çevre Programı Var?	Toplam	55	100
	Hayır	3	33.3		1 yıldan az	2	16.7
	Toplam	9	100		1-3 yıl	9	75
Yeşil Yıldız Var mı?	Evet	1	1.8		7 yıl +	1	8.3
	Hayır	56	98.2	Toplam	12	100	
	Toplam	57	100	Hayır	57	100	
				Toplam	57	100	

3.2. Araştırma Değişkenlerinin Ortalama Değerleri

Çalışmada kullanılan bağımlı ve bağımsız değişkenlerin ortalamaları ve standart sapmaları Tablo 5'te gösterilmiştir:

Tablo 5. Değişkenlerin Ortalamaları ve Standart Sapmaları

Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma
Reaktif Çevre Yönetimi Uygulamaları	4.05	0.67
Proaktif Çevre Yönetimi Uygulamaları	3.42	0.57
Çevre Yönetimi Uygulamaları (Bütün olarak)	3.77	0.57
Algılanan Kurumsal İtibar	3.75	0.41

Çalışmada reaktif çevre yönetimi uygulamalarının (4,05) proaktif çevre yönetimi uygulamalarına (3,42) göre daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu Tablo 5'te görülmektedir. Algılanan kurumsal itibarın da 3,75 ile ortalamanın üzerinde bir skora sahip olduğu belirlenmiştir.

3.3. Korelasyon Tablosu

Çalışmanın sonuçlarına göre otellerdeki çevre yönetimi uygulamaları ve alt boyutları ile algılanan kurumsal itibar arasındaki ilişki Tablo 6'daki gibidir:

Tablo 6. Korelasyon Matrisi

	1	2	3	4
1. Reaktif Çevre Yönetimi Uygulamaları	1			
2. Proaktif Çevre Yönetimi Uygulamaları	0.699*	1		
3. Çevre Yönetimi Uygulamaları (Bütün olarak)	0.927*	0.916*	1	
4. Algılanan Kurumsal İtibar	0.607*	0.470*	0.591*	1

*P<0.01

3.4. Hipotez Testleri

Hipotezleri test etmek amacı ile çalışmaya katılan otellerin çevre yönetimi uygulamalarının demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediği t ve anova testi ile çevre uygulamaları ve algılanan kurumsal itibar arasındaki ilişki regresyon analizi vasıtası ile belirlenmeye çalışılmıştır.

Tablo 7. Çalışmaya Katılan Otellerin Reaktif ve Proaktif Çevre Yönetimi Uygulama Düzeylerinin Otel Türlerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Yapılan Anova Testi Sonuçları

Çevresel Uygulamalar	Otel Sınıfı	n	Ortalama	Std. Sapma	F	p
Reaktif	5 yıldızlı	6	3.52	0.96	1.257	0.29
	4 yıldızlı	19	3.50	0.53		
	3 yıldız ve altı	9	3.69	0.59		
	Özel belgeli	22	3.22	0.70		
Proaktif	5 yıldızlı	6	4.06	0.65	0.717	0.54
	4 yıldızlı	19	4.02	0.66		
	3yıldızlı	9	4.32	0.36		
	Özel belgeli	22	3.98	0.52		

Çalışmaya katılan otellerin çevresel uygulamalarının işletme türlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amacı ile yapılan Anova testi sonuçlarına göre 0.05 anlamlılık düzeyinde bir farklılık görülmemiştir. Dolayısı ile bu konuda geliştirilen H1a ve H1b hipotezleri kabul edilmemiştir.

Otellerin çevre yönetimi uygulamalarının zincir otel olma durumlarına göre farklılaştığını varsayan ikinci hipotezin sonuçları Tablo 8'de gösterilmiştir. Bu sonuçlara göre çalışmaya katılan otellerin proaktif çevre yönetimi uygulamalarının zincir otel olup olmamalarına göre farklılık göstermediği ancak 0,05 anlamlılık düzeyinde bu otellerin reaktif çevre yönetimi uygulamalarının zincir otel olup

olmamalarına göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Zincir otellerde reaktif çevre yönetimi uygulamalarının daha yoğun olduğu belirlenmiştir. Bu durumda H2a hipotezi kabul edilirken H2b hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 8. Çalışmaya Katılan Otellerin Reaktif ve Proaktif Çevre Yönetimi Uygulama Düzeylerinin Entegrasyon Durumlarına Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Yapılan t Testi Sonuçları

Çevresel Uygulamalar	Zincir Otel mi?	n	Ortalama	Std. Sapma	t	p
Reaktif	Hayır	44	4.03	0.46	0.149	0.02
	Evet	22	4.06	0.88		
Proaktif	Hayır	44	3.40	0.62	-0.531	0.13
	Evet	22	3.52	0.85		

Tablo 9. Çalışmaya Katılan Otellerin Reaktif ve Proaktif Çevre Yönetimi Uygulama Düzeylerinin ISO14001 Kalite Belgesine Sahip Olma Durumlarına Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Yapılan t Testi Sonuçları

Çevresel Uygulamalar	ISO14001 Kalite Belgesi Var Mı?	n	Ortalama	Std. Sapma	t	p
Reaktif	Hayır	43	3.98	0.56	0.022	0.88
	Evet	13	4.27	0.57		
Proaktif	Hayır	43	3.36	0.68	0.181	0.67
	Evet	13	3.63	0.60		

Tablo 9’da çalışmaya katılan otellerin reaktif ve proaktif çevre yönetimi uygulama düzeylerinin ISO14001 kalite belgesine sahip olma durumlarına göre karşılaştırılmasına ilişkin yapılan t testi sonuçları gösterilmiştir. 0,05 anlamlılık düzeyinde bu otellerin çevresel uygulamalarının ISO14001 kalite belgesine sahip olma durumlarına göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Benzer şekilde Tablo 10’da da görüldüğü üzere bu işletmelerin yazılı çevre programının bulunması durumuna göre de anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Bu sonuçlar farklılığın bulunduğu varsayımı ile geliştirilen H3a, H3b, H4a ve H4b hipotezinin reddedilmesi sonucunu doğurmuştur.

Tablo 10. Çalışmaya Katılan Otellerin Reaktif ve Proaktif Çevresel Uygulama Düzeylerinin Yazlı Çevre Programı Bulunma Durumlarına Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Yapılan t Testi Sonuçları

Çevresel Uygulamalar	Yazlı Çevre Programı Var Mı?	N	Ortalama	Std. Sapma	t	p
Reaktif	Hayır	43	4.26	0.51	0.012	0.91
	Evet	11	4.00	0.78		
Proaktif	Hayır	43	3.32	0.61	0.610	0.43
	Evet	11	3.93	0.72		

Tablo 11. Çalışmaya Katılan Otellerin Reaktif ve Proaktif Çevre Yönetimi Uygulama Düzeylerinin Faaliyet Bölgelerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Yapılan t Testi Sonuçları

Çevresel Uygulamalar	Faaliyet Bölgesi	N	Ortalama	Std. Sapma	t	p
Reaktif	Kayseri	14	4.20	0.79	1.774	0.18
	Nevşehir	42	4.00	0.47		
Proaktif	Kayseri	14	3.59	0.81	2.479	0.12
	Nevşehir	42	3.37	0.62		

Tablo 11’de gösterilen t testi sonuçlarına göre çalışmaya katılan otellerin çevre yönetimi uygulamaları faaliyet bölgelerine göre farklılık göstermemektedir. Yani Kayseri ve Nevşehir’deki otellerin çevresel uygulamaları benzerlik göstermektedir. Farklılık bulunduğu varsayımı ile geliştirilen hipotez H5a ve H5b de bu sonuçlar çerçevesinde reddedilmiştir.

Tablo 12. Otellerin Reaktif Çevre Yönetimi Uygulamalarının Algılanan Kurumsal İtibar Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Tahminin Standart Hatası	F	Sig.
Algılanan Kurumsal İtibar	0.607	0.369	0.357	0.32	31.56	0.00

P<0.01, Bağımlı Değişken: Algılanan Kurumsal İtibar, Bağımsız Değişken: Reaktif Çevre Yönetimi Uygulamaları

Reaktif çevre uygulamalarının algılanan kurumsal itibar üzerinde p<0,00 anlamlılık düzeyinde % 36,9 oranında etkili olduğu Tablo 12’den anlaşılmaktadır. Anlamlılık düzeyi istatistiksel anlamda yeterli olup reaktif çevre uygulamalarının algılanan kurumsal itibar üzerinde orta düzeyde bir etkisi olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 13. Otellerin Reaktif Çevre Yönetimi Uygulamalarının Algılanan Kurumsal İtibar Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Regresyon Analizinin Katsayı Tablosu

	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış	t	Sig.
	Beta	Standart Hata	Beta		
Sabit	1.980	0.319		6.216	0.00
Reaktif Çevre Yönetimi Uygulamaları	0.437	0.078	0.607	5.618	0.00

Tablo 13'e göre; Beta değerinin pozitif olması ilişkinin doğrusal olduğunu göstermektedir. Bu da reaktif çevresel uygulamalar arttıkça kurumun itibar algısının da arttığı anlamına gelmektedir. Dolayısıyla, H6a hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 14. Otellerin Proaktif Çevre Yönetimi Uygulamalarının Algılanan Kurumsal İtibar Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Tahminin Standart Hatası	F	Sig.
Algılanan Kurumsal İtibar	0.470	0.221	0.206	0.36	15.01	0.00

P<0.01, Bağımlı Değişken: Algılanan Kurumsal İtibar, Bağımsız Değişken: Proaktif Çevre Yönetimi Uygulamaları

Tablo 15. Otellerin Proaktif Çevre Yönetimi Uygulamalarının Algılanan Kurumsal İtibar Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Regresyon Analizinin Katsayı Tablosu

	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış	t	Sig.
	Beta	Standart Hata	Beta		
Sabit	2.767	0.260		10.629	0.00
Proaktif Çevre Yönetimi Uygulamaları	0.288	0.074	0.470	3.875	0.00

Tablo 14 ve 15 incelendiğinde, çalışmaya katılan otellerin proaktif çevre yönetimi uygulamalarının algılanan kurumsal itibarları üzerinde % 22,1 oranında etkili olduğu görülmektedir. Beta değerinin pozitif olması ilişkinin doğrusal olduğunu göstermektedir. Yani, proaktif çevresel uygulamalar arttıkça kurumsal itibar algısı da

artmaktadır. İlişki düşük düzeyde bir ilişkidir ($R=0,470$). Anlamlılık düzeyi $p<0,000$ 'dır. Bu sonuçlar çerçevesinde H6b hipotezi de kabul edilmiştir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Son yıllarda tüm dünyada çevre dostu uygulamalara olan eğilim giderek artmaktadır. Bu doğrultuda özellikle daha eğitilmiş, orta ve yüksek gelirli turistlerin tercihleri doğrultusunda hizmet veren çevre dostu konaklama işletmelerinin sayısı gün geçtikçe artmaktadır (Güneş, 2011, s. 45). Dolayısı ile bölgesel kalkınma çalışmalarında önemli bir yere sahip olan turizm faaliyetlerinin çevreye duyarlı hale getirilmesi de ülkeler için bir misyon haline gelmiştir.

Bu çalışmada konaklama işletmelerinin çevre yönetimi uygulamalarını tespit etmek, Kayseri ve Nevşehir'deki işletmelerin çevre yönetimi uygulamaları arasında farklılık bulunup bulunmadığını belirlemek ve reaktif ve proaktif çevre yönetimi uygulamaları kapsamında ele alınan çevre yönetimi uygulamalarının çalışanlar tarafından algılanan kurumsal itibar üzerindeki etkisini ortaya koymak amaçlanmıştır. Yapılan analizlerde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

1. Çalışmaya katılan işletmelerin reaktif çevre yönetimi uygulamalarının (4,05) proaktif çevre yönetimi uygulamalarından (3,42) daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmüştür. Bu durum, Kayseri ve Nevşehir'de çalışmaya katılan otellerin odağında çevre koruma faaliyetlerinin bulunduğunu ancak önleyici ve gönüllü çevre yönetimi uygulamalarının henüz istenilen seviyeye ulaşmadığını göstermektedir.
2. Yapılan t testi ve anova analizleri sonucunda Kayseri ve Nevşehir'de çalışmaya katılan otellerin çevre yönetimi uygulamalarının otellerin tür, sahiplik durumu (zincir otel, şahıs işletmesi), ISO14001 kalite belgesine sahip olma, yazılı çevre programı bulunma ve faaliyet bölgeleri kapsamında farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır. Sadece 0,05 anlamlılık düzeyinde bu otellerin reaktif çevresel uygulamalarının entegrasyon durumuna (zincir otel olup olmamalarına) göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Yani, zincir otellerde reaktif çevresel uygulamaların daha yoğun olduğunu belirlenmiştir.
3. Regresyon analizi yapılarak otellerin çevre yönetimi uygulamalarının kurumsal itibar algısı üzerindeki etkisi belirlenmeye çalışılmıştır. Analiz sonuçlarına göre reaktif çevre uygulamalarının algılanan kurumsal itibar üzerinde orta düzeyde (%36,9) bir etkisi olduğu benzer şekilde proaktif çevre yönetimi uygulamalarının algılanan kurumsal itibarları üzerinde %22,1 oranında etkili olduğu tespit edilmiştir.
4. Çalışmada konaklama işletmeleri hâlâ reaktif çevre yönetimi uygulamalarını önemsemekte ve dikkate almaktadır. Benzer şekilde Kırk (1995), Erdoğan ve Barış (2007) ve Molina-Azorin ve arkadaşları (2009) çalışmalarında konaklama işletmelerinin henüz daha basit düzeyde çevresel uygulamalara yöneldiklerini ortaya koymuşlardır. Konaklama işletmelerindeki reaktif çevresel uygulamaların müşteriler tarafından daha kolay fark edildiğinin düşünülmesi, otel sahip ve yöneticilerinin çevre konusunda stratejik bilinç eksikliğinin bulunması, bu işletmelerde kurum itibarı üzerinde çevre koruma odaklı reaktif faaliyetleri,

stratejik bir bakış açısı ve gönüllülük esasına dayalı proaktif çevre yönetimi faaliyetlerinde daha etkili görmelerine neden olabilmektedir.

Bu sonuçlar göstermektedir ki konaklama işletmelerinin çevre yönetimi konusunda farkındalıklarının artırılması gerekmektedir. Ekoloji ve ekonomi arasında bir denge oluşturacak sürdürülebilir kalkınma için bu işletmelerin sahiplerinden başlamak üzere eğitimler verilmelidir. Bu kapsamda Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın “yeşil yıldız”, Türkiye Otelciler Federasyonu'nun (TÜROFED) “beyaz yıldız” gibi çevreye duyarlılığı özendirici uygulamalarının bu işletmeler için biraz daha uygulanabilir hale getirilmesi ve desteklenmesi, çevre yönetimi çalışmalarının uzun vadede işletme performansı üzerindeki sonuçlarının ön plana çıkarılması ve bu alanda yapılacak çalışmaların farklı turizm bölgeleri ile çeşitlendirilmesi önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Ahmet, N.U., Montagno, R.U., Firenze., R.J., (1998). “Organizational performance and environmental consciousness: an emprical study”, *Management Decision*, Vol. 36, 57-62.
- Akdoğan, A., (2003). *Çevreye Duyarlı Yönetim ve İşletmecilik*, Kayseri Ticaret Odası Yayınları, Kayseri.
- Alvarez Gil, M.J., Burgos Jimenez, J., Cespedes Lorente, J.J., (2001). “an analysis of environmental management, organizational context and performmance of Spanish hotels”, *Omega*, Vol. 29. 457-471.
- Banerjee, B., (2002). “Corporate environmentalism: the construct and its measurement”, *Journal of Business Research*, Vol. 55. 177-191.
- Berry, M.A., Rondinelli, D.A., (1998). “Proactive corporate environmental management: a new industrial revolution”, *Academy of Management Executive*, Vol. 12, No. 2, 38-50.
- Bohdanawicz, P., (2006). “Environmental awareness and initiatives in the Swedish and Polish hotel industries”, *Hospitality Management*, Vol. 25, 662-682.
- Brown, M. (1996), “Environmental policy in the hotel sector: "green" strategy or stratagem?”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 8, No. 3, 18-23.
- Carmeli, A., Tishler, A., (2005). “Perceived Organizational Reputation and Organizational Performance”, *Corporate Reputation Review*, Vol. 8, No. 1, 13-30.
- Carmona-Moreno, E., Cespedes-Lorente, J., De Burgos-Jimenes, J., (2004). “Environmental strategies in Spanish hotels: contextual factors and performance”, *The Service Industries Journal*, Vol. 24, No. 3, 101–130.
- Carson, P., Moulden, J., (1991). *Green is Gold: Business Talking to Business About the Environmental Revolution*, Harper Business, Toronto.
- Chan, E.S.W., (2008), “Barriers to EMS in the hotel industry”, *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 27, 187–196.

- Chaudhuri, A., (2002). “How brand reputation affects the advertising-brand equity link”, *Journal of Advertising Research*, Vol. 42, 33-43.
- Chun, R., (2005). “Corporate reputation: meaning and measurement”, *International Journal of Management Reviews*, Vol. 7, No. 2, 91-109.
- Claver-Cortes, E., Molina-Azorin, J. F., Pereira-Moliner, J., Lopez-Gamero, M. D., (2007). “Environmental strategies and their impact on hotel performance”, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 15, No. 6, 663-679.
- Dowling G.R., (2001). *Creating Corporate Reputations*. Oxford University Press: Oxford.
- Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu, (1991). *Ortak Geleceğimiz* (3. Baskı), Çev. Belkıs Çorakçı, TÇV Yayını, Ankara.
- Erdoğan, N., Barış, E. (2007). “Environmental protection programs and conservation practices of hotels in Ankara, Turkey”, *Tourism Management*, Vol. 28, 604–614.
- Fombrun, C., Rindova, V., (2000). *The Road to Transparency: Reputation Management at Royal Dutch/Shell*, In Schultz, M. & Hatch, M.J. (Eds.) *The Expressive Organization*, Oxford University Press.
- Gonzalez-Benito, J. ve O. Gonzalez-Benito (2005). “An Analysis of the relationship between environmental motivations and iso14001 certification”, *British Journal of Management*, Vol, 16, No. 2, 133-148.
- González-Benito, J. ve González-Benito O. (2006). “The role of stakeholder pressure and managerial values in the implementation of environmental logistics practices”, *International Journal of Production Research*, Vol. 44, No.7, 1353-1373.
- Güneş, G., (2011). “Konaklama sektöründe çevre dostu yönetimin önemi”, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Vol. 13, No. 20, 45-51.
- Hutchinson, C., (1996). “Integrating environmental policy with business strategy, *Long Range Planning*, Vol. 29, No. 1, 11-23.
- Kirk, D., (1995). “Environmental management in hotels”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 7, No. 6, 3-8.
- Kirk, D. (1998), “Attitudes to environmental management held by a group of hotel managers in Edinburgh”, *Hospitality Management*, Vol. 17, 33-47.
- Köksal, S., (2011). *Müşterilerin Yeşil (Çevreci) İşletmelere Yönelik Kurumsal İtibar Algısı Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Mensah, I., (2006). “Environmental management practices among hotels in the Greater Accra Region”, *Hospitality Management*, 25: 414-431.
- Molina-Azorin, J. F., Claver-Cortes, E., Pereira-Moliner, J., Tari, J. J., (2009a). *Environmental practices and firm performance: an empirical analysis in the Spanish Hotel Industry*, *Journal of Cleaner Production*, Vol. 17, 516-524.

- Molina-Azorin, J. F., Claver-Cortes, E., Pereira-Moliner, J., Tari, J. J., (2009b). “Green management and financial performance: a literature review”, *Management Decision*, Vol. 47, No. 7, 1080– 1100.
- Norton, B. G., (1992). *Ecosystem Healty: News Goals of Environmental Management*, (Edited by R. Costanza, B.G. Norton ve B. D. Haskell), Island Press, Washington.
- Saylı, H., Ağca, V., Kızıldağ, D., Uğurlu, Ö. Y., (2009). Etik, Kurumsal İtibar ve Kurumsal Performans İlişkisini Belirlemeye Yönelik İlk 500 İşletme İçinde Yapılmış Bir Araştırma, 17. Ulusal Yönetim Ve Organizasyon Kongresi, Eskişehir, 654-660.
- Sharma, S., Vredenburg, H., (1998). “Proactive corporate environmental strategy and the development of competitively valuable organizational capabilities”, *Strategic Management Journal*, Vol. 19, 729–753.
- Welford, R., (1995). *Environmental Strategy and Sustainable Development: The Corporate Challenge For The 21st Century*, Routledge, London.

Environmental Management Practices of Accommodation Establishments and Their Effects on Perceived Corporate Reputation: A Research on Hotels of Kayseri and Nevşehir

Ebru AYKAN

Erciyes University
İzzet Bayraktar Vocational School of Social
Sciences, 38039 Melikgazi/Kayseri, Turkey
aykane@erciyes.edu.tr

Burhan SEVİM

Erciyes University
School of Applied Sciences
38039 Melikgazi/Kayseri, Turkey
bsevim@erciyes.edu.tr

Extensive Summary

Accommodation establishments have several impacts on environment because of their heating, cooling, lighting, cooking, cleaning, showering, swimming and etc. activities. Such environmental impacts have recently brought the environmental implementations of the businesses into the agenda. However, most of the literatures on environmental issues are focused on production businesses rather than service businesses.

Corporate reputation is a new concept come into prominence recently. The image left over internal and external stakeholders of a business is defined as the corporate reputation of that business and it has significant effects on sustainable success of operations. Consumer preferences rapidly change in current competitive environment; therefore businesses should always make a hit with their customers. Hospitality industry has also tended to environmental management practices to gain a sustainable competitive advantage, to pull the green-customers to their places, to minimize the environmental impacts of their activities and consequently to get cost-savings. Businesses are able to create a positive corporate reputation with such environment-friendly practices. Moving from this point, environmental management practices of hospitality businesses and effects of such practices on corporate reputation were selected as the topics of the current study.

Objectives of the present study were set as to determine the environmental management practices of the hospitality businesses in Kayseri and Nevşehir Provinces, to determine the differences in environmental management practices of participating businesses based on their size, type, environmental management certification/program like variables and finally to put forward the effects of environmental management practices on corporate reputation.

Therefore, questionnaires were sent to a total of 67 hotels with tourism operation license and operating in Kayseri and Nevşehir Provinces and 57 responses were received.

Following conclusions were drawn from the current analyses:

1. It was observed that participated businesses had higher mean (4.05) for reactive environmental management practices than that for proactive environmental management practices (3.42). Such a case indicates that environment was the focus of the participating hotels in Kayseri and Nevşehir but preventive and voluntary environmental management practices have not reached to desired levels.
2. The t-test and anova analysis were used to determine the differences in environmental management practices of participating hotels in Kayseri and Nevşehir based on size, type, possession (chain hotel, private business), ISO14001 quality certification, written environmental program and activity regions. Significant differences between integration (whether or not they are chain hotel) of reactive environmental practices of the hotels were observed only at $p < 0.05$ level. That means chain hotels have more intense reactive environmental management practices.
3. Regression analysis was performed to determine the effects of environmental management practices on perceived corporate reputation. There was a medium level effect (36.9%) of reactive environmental practices on perceived corporate reputation and such effect of proactive environmental management practices on perceived corporate reputation was observed as 22.1%.
4. Hospitality businesses still emphasize and take reactive environmental management practices into consideration. They also find environmental protection-oriented reactive activities more effective than strategic and voluntary-based proactive environmental management activities. Accommodation enterprises has been a reactive environmental more noticeable practices to be considered by the customers, hotel owners and managers in the strategic environment, lack of awareness of the presence of reactive activities of these enterprises focused on environmental protection on corporate reputation, strategic perspective and proactive environmental management activities on a voluntary basis to see a more effective may cause.

Current results indicate that hospitality businesses should increase their awareness on environmental management issues. Business personnel, including the owner, should be trained for sustainable development creating a well balance between ecology and economy. Within this context, implementations encouraging environmental sensitivity such as “green star” of the Ministry of Culture and Tourism and “White star” of Turkish Hoteliers Federation should be supported more and made more implementable, effects of environmental management practices on business performance should be emphasized and environmental management issues should be diversified for different tourism regions.