



Sorumlu Turizm Kapsamında Eko Etiketler: Mavi Bayrak Örneği

Mustafa Alperen ÇİÇEK ^{1*} , Saniye Gül GÜNEŞ ² 

ORCID 1: 0000-0002-1913-7969

ORCID 2: 0000-0002-5004-6504

¹Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Konya, Türkiye.

²Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Ana Bilim Dalı, Konya, Türkiye.

*e-mail: mustafaalperencicek@gmail.com / rosegunes@gmail.com

Öz

Dünyanın en büyük üçüncü ihracat kategorisi olan turizm sektörü, birçok ülkenin bel kemiği durumundadır. Dünya çapında yaşanan hızlı nüfus artışı, kitlesel ve kontrolsüz turizm hareketleri temeli doğa ve çevre olan turizm sektörünü tehdit etmektedir. Bu bağlamda son yıllarda sürdürülebilirlik ve sorumlu turizm gibi kavramlar oldukça önem kazanmıştır. Sorumlu tutumlarını belgelemek isteyen işletme ve kurumlar eko-etiket programlarına yönelmeye başlamışlardır. Eko-etiketler ile tüketicilerin çevreye zarar vermeyen ürünleri tercih etmesi sağlanırken üreticilerin de çevreye duyarlı üretim gerçekleştirmesi amaçlanmaktadır. Turizm sektöründeki bu eko-etiket geliştirme çalışmaları ilk olarak 1985 yılında ortaya çıkan, Uluslararası Çevre Eğitim Vakfı (FEE) tarafından yönetilen mavi bayrak ile başlamıştır. Türkiye ise ilk olarak 1994 yılında Mavi Bayrak ödülüne sahip olmaya başlamıştır. Mavi bayrak ödülünün Türkiye'deki temsilcisi ise Türkiye Çevre Eğitim Vakfı (TÜRÇEV)'dir. Bu makalede sorumlu turizm, sürdürülebilir turizm, eko-etiket kavramlarına ve eko-etiketlerin ilki olması sebebiyle en önemlilerinden biri olarak görülen uluslararası çevre ödülü Mavi Bayrak'a değinilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sorumlu Turizm, Sürdürülebilir Turizm, Eko-Etiketler, Mavi Bayrak

Eco-Labels in the Context of Responsible Tourism: The Case of Blue Flag

Abstract

Tourism, which is the third-largest export in the world and has a crucial place in many countries. Worldwide rapid population growth, mass and uncontrolled tourism movements are threatening the tourism sector, which is based on nature and the environment. In this context, such as sustainability and responsible tourism concepts have taken importance in the last years. Some businesses and institutions that want to prove their responsible attitudes with documents have started to turn to eco-label programs. With eco-labels, the main purpose is encouraged consumers are preferred products that do not harm the environment, while manufacturers produce environmentally friendly products. This eco-label development studies started in the tourism sector first with the blue flag which born in 1985, managed by the International Foundation for Environmental Education (FEE). As for Turkey, achievers earn the Blue Flag Awards firstly in 1994. The representative of the Blue Flag Awards in Turkey is the Turkish Environmental Education Foundation (TÜRÇEV). In this article, mentioned that the concepts of responsible tourism, sustainable tourism and eco-label which is seen as one of the most important international environmental awards, because it is the first of the eco-labels: the Blue Flag.

Keywords: Responsible Tourism, Sustainable Tourism, Eco-Labels, Blue Flag

Citation: Çiçek, M. A. & Güneş, S. G. (2022). Eco-labels in the context of responsible tourism: The Case of blue flag. *Journal of Protected Areas Research*, 1(2), 104-122.

DOI: 10.5281/zenodo.7386323

1. Giriş

Turizm, durmaksızın değişen, gelişen, heyecan yaratan dinamik bir sektördür. Turistler için neşe, eğlence ve tatmin kaynağı olabilirken yerel toplum için istihdam, işletmeler içinse bir gelir kaynağı olabilmektedir. Turizm, yapabileceği katkılar göz önüne alındığında sürdürülebilir kalkınma için çok özel bir konumdadır (Güneş, 2018, s. 199-207). Dünyanın en büyük endüstri kalemlerinden biri olan turizm sektörü hem toplam küresel gelirin hem de toplam istihdamın %10 gibi önemli bir kısmına sahiptir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin baş gelir kaynaklarından biri haline gelen, ayrıca birçok sektör ile de ilişkili olup bu sektörler katkısı sağlayan bir endüstri olarak büyük önem taşımaktadır. Dünya çapında, milyarlarca uluslararası turist hareketliliği her dönem önemli ölçüde artmaktadır. Bu bağlamda turizmin sürdürülebilirliği söz konusu gelişmekte olan ülkeler için hayati öneme sahiptir (Fışkın, Çakır & Özkan, 2016, s. 231). Tüm dünyada yaşanan nüfus artışı, turizmin artık bir lüksten çok ihtiyaca dönüşmesi, kültürel ve ekonomik olarak her kesimden insanın turizm hareketlerine katılması, her yıl katlanarak artan turist sayısı doğal kaynakların hızla tükenmesine, kirlenmesine ve ekolojik dengenin bozulma tehlikesine yol açmıştır. Bu açıdan sürdürülebilirlik kavramı ve sorumlu turist olma bilinci giderek önem kazanmıştır. Çevre ve doğa ile ilgisi en fazla olan turizm sektörü de sürdürülebilirliğin önemini kavraması gereken ilk sektörlerden biri olmalıdır. Çünkü turizm sektörünün baş yapı taşlarını doğal, temiz, kirlenmemiş, tahrip olmamış bir çevre ve doğa oluşturmaktadır (Ceylan, 2019, s. 66). Bu bağlamda turistlerin çevreye daha az zararlı turizm faaliyetleri gerçekleştirmesine olanak sağlayan ayrıca tercih edecekleri destinasyona, işletmeye ve ürüne karar vermelerinde yardımcı olacak olan eko-etiketler hayatımıza girmiştir. Ayrıca işletmelerin bu etiketleri bir pazarlama aracı olarak kullanması, kendi markalarının reklamını yaparak ürünlerini ön plana çıkarması söz konusu ürünlerin bilinçlenmiş ve sorumlu turistler tarafından daha çok tercih edilmesine imkân tanıyacaktır. Çünkü günümüzde tüketici olarak kabul edilen turist kitlesinin de giderek bilinçlenmeleri sebebiyle çevreye zarar vermeden, içi rahat bir şekilde tatil yapabilecekleri duyarlı işletmeleri tercih edeceği aşikârdır (Düşmezkalender, 2020, s. 265). Eko-etiketler bir çevre etiketidir ve tüketicinin tercihlerinde birçok unsur ile beraber bir karar mekanizması yaratılmasına olanak sağlar. Bir ürünü veya hizmeti tercih ederken çevre üzerinde daha az olumsuz etki gösteren ve çevreye karşı bilinçli şekilde hareket eden hizmetleri tercih etme konusunda dikkat edilmesine ayrıca sorumlu bir turist olunmasına yardım edecek araçlardır (Bozkurt ve Dücan, 2018, s. 69). Sektördeki işletmeler çevreye karşı biz de duyarlıyız diyebilmek adına bu tutumlarını belgelendirmek amacıyla ulusal veya uluslararası eko-etiketleri almak istemektedir. Turizm sektöründeki bu eko-etiket geliştirme çalışmaları ilk olarak 1985 yılında ortaya çıkan mavi bayrak ile başlamış olup, denetimli çevre uygulamaları yoluyla plajların, kıyı bölgelerin sürdürülebilirliğini korumak, gelişimine ön ayak olmak, turist ve turizm çalışanlarını bilinçlendirmek amacı ile medyada tanıtılmıştır (Zielinski & Botero, 2019, s. 15).

1.1. Sorumlu Turizm

Sorumlu turizm; toplum, turistler, işletmeler ve tüm turizm paydaşlarının kazandığı, yerel halk ve çevrenin de kaybetmediği bir turizm yönetim biçimidir (Güneş, 2020, s. 11-12). Günden güne önem kazanan ve bilinirliği artan eko-turizm, toplum temelli turizm, gönüllü turizm, yavaş turizm gibi birçok alternatif turizm türüne bilinçli, sürdürülebilir ve sorumlu bir yaklaşım katmayı hedeflemektedir. Hem geleceğimiz için çevre ve doğa mirasını sürdürülebilir bir şekilde korunmasının hem de tüm turizm paydaşlarının; ilgili bakanlığının, sivil toplum kuruluşlarının, turistlerin, yerel halkın, turizm çalışanlarının ve yöneticilerinin çevre dostu bir bilinçle turizm hareketlerini sürdürmeleri gerektiğini vurgulamaktadır. Sorumlu turizm sadece çevre, doğa, turizm kapsamlı bir kavram olmamakla birlikte insan haklarını da gözeten bir yaklaşımdır. Küresel sorunlarımızdan, kadın-erkek eşitliğine, illegal ve adil olmayan ticaretten, istismarlara, çalışanların haklarından, toplumsal sorunlara kadar bilinç oluşturma çabası içerisinde. 90'lı yılların başlamasıyla süregelen çeşitli toplantılar, etkinlikler ve çalışmalar sorumlu turizm kavramının oluşması ve duyulmasında önemli rol oynamıştır. Sorumlu turizm kavramı ilk olarak 1996 yılından itibaren ve uygulamalara başlayan ilk ülke Güney Afrika olmuştur (Güneş, 2020, s. 11-12). Sorumlu turizm kavramına Güney Afrika'nın Turizmin Gelişimi başlıklı raporunda değinilmektedir. Bu raporda sorumlu turizmin özellikleri şu şekilde sıralanmaktadır (İşçi & Güzel, 2018, s. 14; Aktaş & Kurgun, 2021, s. 1674-1675):

- Turizm hareketinden fayda sağlayan tüm paydaşların, yerel halk başta olmak üzere sürece dahil edilmesi, sürecin planlanmasından, karar alınmasına kadar tüm süreçte aktif olunmasının sağlanması.
- Aşırı tüketimi önleme ve atık yönetimi sağlanarak yerel kaynakların sürdürülebilirliğinin korunması.
- Turizmin yönetiminde, pazarlanmasında ve geliştirilmesinde rekabet yaratacak düzeyde olunması.
- Turizm hareketlerinin her açıdan dikkatle gözlemlenmesi ve değerlendirilmesi sonucunda oluşan bilgilerin tamamen açık bir şekilde tüm paydaşlarla paylaşılması.
- Yerel kaynakların sürdürülebilir bir şekilde kullanılması ve sosyal, kültürel, ekonomik olarak çeşitliliğin desteklenerek sağlanması.
- Ev sahibi kültüre, yerel halka ve doğal değerlere karşı saygılı, sorumlu ve duyarlı olunması şeklinde belirtilmiştir.

2002 yılında, Güney Afrika'nın Johannesburg şehrinde gerçekleşen Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi'nde dünyanın dört bir yanından katılan 20 ülkenin 280 üyesiyle sorumlu turizm yaklaşımı ortaya çıkmıştır. Zirvenin, Destinasyonlarda Sorumlu Turizm konulu konferansı da bu alanda ilk olmuş ve Güney Afrika ilk ev sahipliğini üstlenmiştir. Burada imzalanan Cape Town Sorumlu Turizm Bildirgesi sonucunda tüm turizm paydaşları için; sorumlu bir anlayışın benimsenmesi, karşılaşılan problemlerle bu anlayış bilinciyle ilgilenilmesi, turizm hareketlerinin şeffaf bir şekilde gözetlenebilir ve denetlenebilir olması, böylelikle bu yeni anlayışın herkes için avantaj sağlayacak bir fikir olduğu dile getirilmiştir. Kabul edilen Cape Town Bildirgesi'ne göre sorumlu turizmin vurgulanan özellikleri şunlardır (Güneş, 2020, s. 18; Aktaş & Kurgun, 2021, s. 1975):

- Turizmin getireceği her türlü çevresel, sosyal ve ekonomik olumsuzluğu en aza indirir.
- Yerel halk için ekonomik avantajlar sağlar ve refah düzeyini arttırmaya yönelik bir amaç güder.
- Yerel halkın çalışma şartlarını iyileştirir ve sektöre erişimlerini kolaylaştırır.
- Yerel halkı hayatlarını ve yaşam standartlarını etkileyen her türlü sürece dahil eder ve karar hakkı tanır.
- Dünyadaki doğa çeşitliliğinin sürdürülebilirliğinin yanı sıra doğal ve kültürel mirasın korunmasına fayda sağlar.
- Yerel halkla daha derin ve samimi iletişim kurup sosyal ve çevresel eksiklerin daha iyi anlaşılmasını sağlayarak turistler için daha sağlıklı bir deneyim şansı tanır.
- Herkes için erişilebilir turizm anlayışla fiziksel engeli olan bireylerin turizme erişimine olanak sağlar.
- Yerel kültür ve ev sahibi topluma duyarlı olup turistler ile yerel halk arasında bir köprü inşa ederek karşılıklı saygı, gurur ve güven oluşmasına yer açar.

Sorumlu turizm ayrıca yerel halkın yaşam kalitesini arttırmaya yönelik bir hedef güderek sosyo-ekonomik faydalar ve sürdürülebilir gelişimi sağlanan doğal kaynaklar aracılığıyla bunu sağlamayı amaçlamaktadır. Tüm dünyada teknolojinin etkisi ile bilgiye ulaşmanın son derece kolaylaşması, sosyal medyanın herkes tarafından kullanımı ve topluma etki edecek düzeye gelmesi insanların dolayısıyla turistlerin toplumsal, çevresel, sosyal ve ekonomik açıdan daha bilinçli olmalarını sağlamıştır. Turist kitlesinin değişmesi ve giderek daha çevre bilinci gelişmiş insanların turizm hareketi gerçekleştirirken çevresel etkiyi kriter olarak almaya başlaması turizm sektörünün de bu doğrultuda hareket etmesini kaçınılmaz kılmıştır. Bu bağlamda her geçen gün pazar payını kaybetmek istemeyen destinasyonlar ve tüm paydaşlar stratejilerini çevresel etkiyi düşünerek düzenlemiş ayrıca sektör çalışanları ve yerel halkı çevreye karşı sorumluluk bilincine yönlendirmeye başlamışlardır. Böylece destinasyon yönetiminden, tüm paydaşlara, sektör çalışanlarından, destinasyon halkına kadar

herkesin sorumluluklarının farkında olarak davranması gereken yeni bir anlayışa zemin oluşturmaktadır (Aktaş ve Kurgun, 2021, s. 1674).

Turizm hareketlerinin neye yol açtığının bilincinde olarak yapılmasını vurgulamak amacıyla tartışılan çalışmalar, sürdürülebilir turizm kavramını sorgulama isteği duyurmuş ve bu bağlamda sorumlu turizm kavramının önemi daha çok dile getirilmeye başlanmıştır. Bunun başlıca sebepleri sürdürülebilir turizm ve eko-turizmin oluşan yeni gereksinimler konusunda sınıfta kalması, faydasının giderek azalması olarak düşünülmektedir; sürdürülebilir ve eko-turizmde eksik olan olgu sorumluluk ve bilinç kavramlarıdır (Hacıoğlu & Çelik Yetim, 2019, s. 44-45).

Sürdürülebilir turizm yıllardır üzerinde dikkatle çalışılan bir kavram olmasına karşın sorumlu turizm kavramı daha güncel bir kavramdır (Aykın, 2018, s. 160). Sürdürülebilir ve eko-turizm kavramlarıyla da çokça adı geçen sorumlu turizm kavramının temel farkı turistlerin, yerel halkın, örgütlerin, işletmelerin kısaca harekete dahil olan herkesten yapacakları eylem ve hareketlerin oluşturacağı etkilerden sorumlu olması istenmektedir. Ayrıca sorumlu turizm, eko-turizm gibi bir turizm türü değil, yönetim stratejisidir ve farklı olarak yerel halkın da tüm turizm hareketlerinin bir parçası olması gerektiğini söylemektedir (İşci & Güzel, 2018, s. 13-14).

Turizm sektörü, fazlasıyla kırılgan, çeşitli sürdürülebilirlik risklerine de çok açık olan bir sektördür; kaynakların bilinçsiz kullanımı, çevre dostu politika gütmeyen kuruluşların var oluşu bir anda turizm tercihlerindeki ibreyi değiştirerek turizm talebinde azalmalara yol açabilir. Bu bağlamda turizmdeki üst kurumların, yöneticilerin sürekli olarak bölgenin sürdürülebilirliğini, yenilenmesini gözetmeli ve bölge halkıyla da karşılıklı fayda sağlama niyeti içinde olmalıdır (Musavengane, 2019, s. 786-787). Bu açıdan sorumlu turizm kavramının önemi oldukça fazladır. Bahsedilen tüm bu riskler ve kaygılardan ötürü hem sektörün geleceği açısından hem de sahip olunan doğal güzelliklerin korunması açısından çevreye olumsuz etkileri düşük olan bir turizm yaklaşımının benimsenmesinin kaçınılmaz olduğunun bilincine varılmaktadır. Bu bağlamda gelişen turist bakış açısı ve bilinç sahibi insanların çoğalmasıyla ziyaret edilen destinasyonun çevreye gösterdiği önem bir kriter olmuş ve çevre dostu bir bakış benimseyen sorumlu turizm kavramına da ilgi hızla artmıştır (Güneş, 2018, s. 218-225).

2. Eko-Etiketler

Günden güne turizm hareketleri, çevreyi, doğayı, denizleri, plajları ve daha birçok doğal faktörü gözetmeden ve gerekli tedbirler olmadan aşırı artış göstermiştir. Bunun sonucunda tüm dünyada çevre, doğa, deniz ve plajlar geri döndürülemez bozulmalara maruz kalmakta ve böylece turizm ekosisteminin bozulması hava, deniz ve çevre kirliliği bunlara paralel olarak da kötü manzaralar kaçınılmaz hale gelmektedir (Lucrezi, Saayman ve Van der Merwe, 2015). Turizm, döviz kazançları ve yatırımları yaratmanın yanı sıra, dünyanın dört bir yanındaki birçok toplumda ekonomik çeşitlendirme ve istihdam yaratılması açısından çok önemli bir sektördür. Ancak turizmin gelişimi özellikle gelişmekte olan ülkelerde olmak üzere turizm merkezlerinde önemli toplumsal ve çevresel sorunlar yaratmakta ve farkında olmadan doğanın kaynaklarını tüketmekte önemli rol oynamıştır. Doğal ortamın hayati bir turizm kaynağı olması, turizm gelişimiyle ilişkili olumsuz çevresel etkileri azaltmayı ve giderek daha fazla çevre dostu kalkınma tedbirlerini önemsemeyi kaçınılmaz kılmıştır (Sasidharan, Sirakaya & Kerstetter, 2002, s. 161-174).

Dünya nüfusunun hızlı artışı aynı zamanda üretim ve tüketimin de hızla artmasına yol açmıştır. Dünya çapındaki tüm ülkelerde kontrol dışı tüketimin artması dünyanın ihtiyacı olan hammadde kaynaklarının her geçen gün azalmasına sebep vermektedir. Bu kontrolsüzlüğün doğurduğu çevresel etkileri, çevre bilincinin de oluşmasıyla bir tehdit olarak algılama dürtüsünü beraberinde getirmektedir. İnsanların, özellikle tüketici kesimin bilgilendirilmesi ve farkındalık yaratmak amacıyla alınan önlemlerden biri eko-etiketlerdir. Sürdürülebilirliğin göz önüne alınmadığı her hareket, sorumlu olmayan her ziyaretçi, alınmayan veya geç alınmış tedbirler dünyanın sahip olduğu bu doğal güzellikleri ve ekolojik dengeyi yok etmeye sürükleyecek adımlardır. Bu bağlamda çevreyi, doğayı, denizleri, plajları ve diğer doğal faktörleri önemseyen eko-etiketlerin benimsenmesi son derece önemlidir (Ceylan, 2019, s. 66). Ayrıca söz konusu hizmetin tanıtılmasında eko-etiketlerin etkili bir şekilde kullanılması ve öne çıkarılması çevre bilincinin turistlere kazandırılması bakımından oldukça önemli ve etkili faydalar sağlamaktadır. Özellikle, artan çevresel kaygı ve farkındalığın olduğu bir

dönemde turistik destinasyonları tanıtmak ve rekabet güçlerini artırmak için çevre sertifikaları diğer adıyla eko-etiketler kullanılmaktadır (Capacci, Scorcu & Vici, 2014, s. 1-20).

Son yıllarda pek çok bilinçli tüketici çevre dostu ürünler/hizmetler ve bunları tespit etme yolları konusunda endişe duymaya başlamıştır. Bu endişe kişisel değerler ve insanların çevresel etiketli ürünleri seçtiklerinde sahip oldukları olumlu duygular ve rahat bir vicdan ile desteklenir olmuştur (Prieto-Sandoval, Alfaro, Mejía-Villa ve Ormazabal, 2016, s. 806-818). Ürün ya da hizmetlerinin çevreyi gözettiğini toplum karşısında belgelendirmeyi amaçlayan şirketler bu isteklerini eko-etiket programları ile gerçekleştirebilmekte ve bunu etkili bir pazarlama aracı olarak kullanmaktadır. Eko-etiketleme programları hedef kitleye piyasadaki hangi ürün ve hizmetlerin çevreye daha az zarar verdiği konusunda bilgilendirmeyi hedeflemektedir (Yücel & Ekmekçiler, 2008, s. 321-332).

Çevresel sorunlar elbet tüm sektörlerin başta gelen sorunlarından biri olmasına karşın çevre olmadan turizmin olamayacağı çok açıktır. Çevre ve turizm arasındaki bağlantı doğru orantılıdır, bu nedenle çevrenin kalitesi turizm faaliyetleri üzerinde doğrudan bir etki yaratmaktadır (Dragomir, Mazilu, Dobrescu & Malmere, 2021, s. 118-123). Sürdürülebilir bir çevrenin de ancak sürdürülebilir bir turizmle olacağı ve plansız, kontrolsüz, çevreye saygı duymayan bir turizm anlayışının ekolojik dengeyi ve çevre kalitesini bozacağı önemli bir gerçektir (Öztürk, Tanrısever Yiğit & Çınar Umdü, 2017, s. 375-377). Eko-etiket programları, turizm ürün ve hizmetlerinin çevresel kalitesinin çok yönlü boyutlarını kolay ve okunabilir şekilde tanımlayıp bunu tüketici kesime özetleyebilmektedir. Bu durum özellikle yabancı tüketiciler için genellikle benzer olan turizm destinasyonları hakkında bilgi düzeyini artırmaktadır. Daha güvenilir bilgi sağlamak, destinasyonlar hakkında yeterli bilgiye sahip olmayan turistleri çekebilir. Ek olarak, eko-etiketler yeni sektör kriterlerine yani çevresel konulara duyarlılıkla yaklaşan uygulamalara uygundur (Capacci, Scorcu & Vici, 2015, s. 88-96).

Eko-etiketleme gönüllülük esasına dayalı olup, karşılaştırıldığı diğer ürün ve hizmetlere kıyasla çevreye daha az zararlı etkisi olduğu kabul edilen ürün ve hizmetlere bir ödül olarak verilmektedir. Eko-etiketler söz konusu ürün veya hizmetlere ilişkin temel çevresel kriterleri karşılamak üzere bağımsız olarak ortaya konulan ve tarafsızca gerçekleştirilen bir ödüllendirmedir (Yücel & Ekmekçiler, 2008, s. 321-332). Eko-etiketler hem bir kuruma, hem bir işletmeye hem de belli ürünlere/hizmetlere ayrı ayrı verilebilmektedir. Örneğin, Yavaş Şehir Seferihisar'ın tüm bileşenlerini kapsayan bir sertifikayken, mavi bayrak Seferihisar Sahillerine verilen bir eko-etikettir (Öztürk, Tanrısever Yiğit & Çınar Umdü, 2017, s. 375-377). Terimler arasında bir yanlış anlaşılma yaşanabilmektedir. Eko-etiket ve sertifikasyon birbiri ile karıştırılabilmektedir çünkü genellikle aynı yapıya sahiptirler ve her ikisi de kriterlerin başarısını bir etiket veya logo ile yansıtmaktadır. Aynı şekilde her ikisinin de kriterlerine üç sürdürülebilir başlığı; çevresel, ekonomik ve sosyokültürel olmak üzere dahil etmesi giderek daha yaygın hale gelmektedir. Bununla birlikte, aralarında elbet farklılıklar vardır; sertifikaların kökenleri imalat sanayisine dayanmaktadır ve daha sonra çevresel verimliliğe odaklanan bir yöntem olarak eko-etiketler kullanılmaya başlanmıştır (Arenado Rodríguez, García López ve Jiménez Caballero, 2017, s. 93-110). Eko-etiketler ürüne, hizmetlere ve destinasyonlara uygulanabilir. Eko-etiketler ile işletmeler, tüketicilere çevreye karşı duyarlı olduklarını göstermeyi hedeflemektedirler. Bunun nedeni eko-etiketlerin ürün ve hizmetlerin çevresel faaliyetleri hakkında güvenilir bilgi sağlayan ve gönüllülük esasına dayalı araçlar olarak değerlendirilmeleridir. Eko-etiketleme, turizm ile alakalı hizmet ve turistik ürünlerin baştan sona tüm aşamalarındaki negatif etkileri azaltma eğiliminde olmakla beraber destinasyonların çevre kalitesinin artırılarak iyileştirilmesine yönelik de bir araçtır. Eko-etiket, ekolojik dengeyi olumsuz etkilemeyen bilinçli hizmetlere verilen bir temiz kağıttır (Ceylan, 2019, s. 67).

Çizelge 1. Turizm Sektörü ile Bağlantılı Eko-Etiketler (Fışkın, Çakır & Özkan, 2016, s. 226).

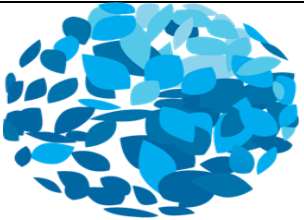
Eko-Etiket	Bölge	Bağlantılı Sektörler
Beluga	Avrupa	Turizm, Ulaştırma
BIO Hotels	Avrupa	Gıda, Turizm
Blue Angel (Mavi Melek)	Uluslararası	Turizm, Taşımacılık, Ambalaj, Tekstil
Blue Flag (Mavi Bayrak)	Uluslararası	Turizm

CarbonNeutralCertification (Sıfır Karbon Sertifikasyonu)	Uluslararası	Multidisipliner
CarbonReductionLabel (Karbon Azaltma Etiketi)	Uluslararası	Multidisipliner
CertifiedGreenRestaurant (Yeşil Restoran Sertifikası)	ABD	Gıda, Turizm
Climatop	Uluslararası	Multidisipliner
EarthCheck	Uluslararası	Turizm, Ulaştırma
EcoHotelsCertified	Avrupa	Turizm
EcoMarkAfrica	Afrika	Turizm, Deniz Ürünleri, Orman Ürünleri, Tarım
EstonianEcotourismQualityLabel	Avrupa	Turizm
EU Ecolabel	Avrupa	Tekstil, Turizm, Elektronik, Orman Ürünleri
Fairfor Life	Uluslararası	Turizm, Gıda, Tekstil
Green Globe Certification	Uluslararası	Turizm, Ulaştırma
GreenKey	Uluslararası	Turizm
GreenLeafEcoStandard	Uluslararası	Turizm
GreenSeal	Uluslararası	Gıda, Turizm
GreenTourism Business Scheme	Uluslararası	Turizm
International EcoCertification Program	Uluslararası	Turizm
LegambienteTurismo	Avrupa	Turizm
Nature's Best Ecotourism	Avrupa	Turizm
NoCO2	Uluslararası	Multidisipliner
Steinbock	Avrupa	Turizm
Viabono	Avrupa	Turizm

Turizm sektöründe bulunan eko-etiketlerin temel amacı çevresel zararı en aza indirmektedir. Ayrıca eko-etiket programları işletmenin imajını ve turistlerin de davranışlarını direkt olarak etkileyebilmektedir. Sektör içinde bulunan işletmeler çevre bilinçlerini belgeledikleri eko-etiketler ile kendilerine de fayda sağlamaktadır. Bu faydalar turizm hizmetlerinin pazarlanması, tanıtılması ve imaj çalışmaları olarak açıklanabilir. Bunun yanı sıra, çevresel etiketlere önem gösteren bilinçli turistler de tatil tercihlerini eko-etikete sahibi işletmelerden yana kullanmaktadır. Turizm eko-etiket programları çoğunlukla işletme tesisi ve çevresi üzerinedir. Bunun başlıca sebebi turistlerin zamanlarının büyük kısmını tesis çevresinde geçirmesi ve konaklama tesislerinin çevresel performanslarını saptamanın daha basit ve gerçekçi olması olarak gösterilebilir (Fışkın, Çakır & Özkan, 2016, s. 226).

Dünya ölçeğinde turizm hareketinin %50'den fazlası Avrupa bölgesinde gerçekleşmektedir. Açık ara turizm eko-etiketlerinin en büyük yayılması da yine Avrupa'dadır (Buckley, 2002, s. 184). Bu bağlamda turizm konulu alınan hareketler ve kararlar Avrupa Birliği üyesi ya da aday ülkeler tarafından alınmaktadır. Dünyada kullanılan birçok eko-etiket ve sertifikasyon sistemi bulunmaktadır (Öztürk, Tanrısever Yiğit & Çınar Umdü, 2017, s. 375-377). Sürdürülebilir turizm ve turizmde çevresel etkiler kapsamında Dünya genelinde uygulanan bazı eko-etiket çeşitleri şunlardır (Ünlüönen, Kızanlıklı & Arslan, 2011, s. 447-448):

Çizelge 2.En Çok Bilinen Uluslararası Eko-Etiketler (Deste, Binbaşıoğlu & Türk, 2018, s. 227-228; Earth Check, 2022; Green Globe, 2022; Gökdeniz, 2017, s. 72; Mavi Bayrak Türkiye, 2022; TÜRÇEV, 2022).

Sertifika Logosu	Sertifika Tanımları
	Mavi bayrak FEE tarafından 1985 yılında başlatılan plaj ve marinalara verilen bir ödül programıdır. İlk olarak Avrupa ülkelerini kapsayan mavi bayrak 2001 yılından itibaren tüm dünyayı yayılmış ve federasyonun ismi de FEE olarak değişmiştir. Türkiye’de ise Türkiye Çevre Eğitim Vakfı (TÜRÇEV) bünyesinde yürütülmektedir.
 EARTHCHECK	Earth Check Kıyaslama ve Sertifikasyon Programı: 1997 yılından beri EC3 Global uluslararası çevre yönetimi ve sertifikasyon kurumu aracılığıyla verilen bir programdır. Dünya genelinde 60 ülkede bulunmakta ve tüm turizm ve seyahat endüstrisini kapsamaktadır. Bronz, gümüş, altın ve platinyum olmak üzere 4 temel kademesi bulunmaktadır.
	GreenGlobe: Yeşil Küre olarak adlandırdığımız 83 ülkeyi kapsayan, merkezi Kaliforniya’da bulunan Yeşil Küre 2022 itibarıyla seyahat ve turizm işletmelerinin sürdürülebilir operasyonları ve yönetimi için sertifika sağlamaya devam etmektedir.
	GreenKey: Yeşil Anahtar Programı çevrenin korunması adına girişimleri ödüllendirerek destekleyen, iklim değişikliğinin önlenmesi ve sürdürülebilir turizme katkıda bulunmayı amaçlayan uluslararası bir eko- etikettir. 1994’de ilk olarak Danimarka’ da uygulanmaya koyulmuştur. Türkiye adına ise 2011 yılından itibaren TÜRÇEV tarafından yürütülmektedir.
	Travelife Turizmde Sürdürülebilirlik: Tur operatörleri, acentalar, oteller ve otel işletmecilerine verilen bir programdır. Travelife dünya çapında 1300’den fazla otelin sahip olduğu uluslararası sürdürülebilir bir sertifikasyon programıdır. Üye ülkelere arasında Türkiye’de yer almaktadır.

Mavi bayrak programı ise genellikle eko-etiketin ne olduğunu açıklamak için iyi bir örnek olarak verilmektedir. Bunun nedeni, programın turizm sektöründe bir performans standardı olarak fazlasıyla etki oluşturulmuş olmasıdır (Klein & Dodds, 2017, s. 41).

3. Mavi Bayrak

Mavi bayrak, dünyada en çok bilinen ve yaygın olarak kullanılan bir plaj ödülüdür (Klein & Dodds, 2017, s. 39). Eko-etiketlerin ilki ve en çok bilineni olan mavi bayrak plajların, plaj çevresinin, denizlerin ve deniz çevresinin korunmasını kapsamaktadır. Programın içerdiği şartları sağlayan plajlar mavi bayrak sahibi olabilmektedir (Zeydan & Gürbüz, 2021, s. 226). İlk olarak 1985 yılında Uluslararası

Çevre Eğitim Vakfı (FEE) tarafından, Fransa plajlarında, sahilde sadece mükemmel suları sürdürülebilir kılmak değil, aynı zamanda çevrenin önem verdiği ve saygı duyduğu alanları korumak için de ortaya çıkmıştır. Bugün bu ikonik sertifikasyon bayrağı, birçok Avrupa ülkesinin kıyılarında yüzlerce noktada dalgalanmaktadır. 1987 yılında da uluslararası alanda geliştirilmeye başlanmıştır. O zamandan bu yana, Avrupa Komisyonu tarafından desteklenen bu özel örgüt, bu kalite rozetini elde etmek isteyen yerel kurumlar tarafından talep edilmektedir. Mavi bayrak yetkililerin pek çok kalabalık şehir plajında ortaya çıkan sorunlara aldığı bir takım önlemler zinciridir. Mavi bayrak için plajları, mükemmel su kalitesi ve sahil bölgesi, hizmetlerinin ve tesislerinin güvenliği ek olarak da çevre eğitimi beklemektedir (Mir-Gual, Pons, Martin-Prieto ve Rodríguez-Perea, 2015, s. 106-107). 1987 yılında 10 Avrupa ülkesini kapsayan 452 mavi bayrak ödülü verilmiştir. Bu şekilde başlayan mavi bayrak programı şu an dünya çapında tüm kıtalardan 48 ülke ve 5042 mavi bayraklı plaj, marina ve turizm teknesiyle faaliyetlerine devam etmektedir (Güneş & Çetin, 2015, s. 5-15).

Uluslararası Çevre Eğitim Vakfı tarafından Birleşmiş Milletler'in 2015-2030 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'ne paralel olarak yürütülen mavi bayrak çalışmaları başvuru süreçlerine paralel olarak hem ulusal hem de uluslararası jüri ile değerlendirilmektedir. Başvuruları başarılı olan yerleri bir takım denetim ve kriterler beklemektedir (Bozkurt & Dücan, 2018, s. 70-73). Mavi bayrak için 2022 kriterleri göz önüne alındığında plajlar için 33, marinalar için 38, turizm tekneleri için 51 ve bireysel yatlar içinse 4 kriter ve 16 davranış kuralı bulunmaktadır. Mavi bayrak, almaya hak kazanan yerler için sadece bir yıl geçerlidir sonrasında aynı şekilde değerlendirme sürecine girip tekrar hak kazanmak gerekmektedir. Mavi bayrağa sahip olduktan sonra da süreç tam olarak bitmiş sayılmamakta, uygunluk denetimleri tüm sene içinde devam etmektedir (Düşmezkalender, 2020, s. 270).

Plajların sürekli olarak kriterlere uyduğundan emin olmak için denetimler yapılır ve gerekli standartları karşılamayan plajlardan mavi bayrak geri çekilebilir. Bu denetimler, plaj yöneticilerinin bilgisi dahilinde bir mavi bayrak temsilcisi tarafından yapılabileceği gibi, plaj yöneticilerinin tanımadığı gönüllüler tarafından da yapılabilir. Mavi bayrak ile ödüllendirilen her plajda bayrak, broşürler, bilgi panoları ve mavi bayrak materyalleri bulunması da gerekmektedir (Klein ve Dodds, 2017, s. 42). Mavi bayrak kapsamındaki plaj ve marinalarda bulundurulması gerekenler şu şekildedir (Mavi Bayrak Türkiye, 2022);

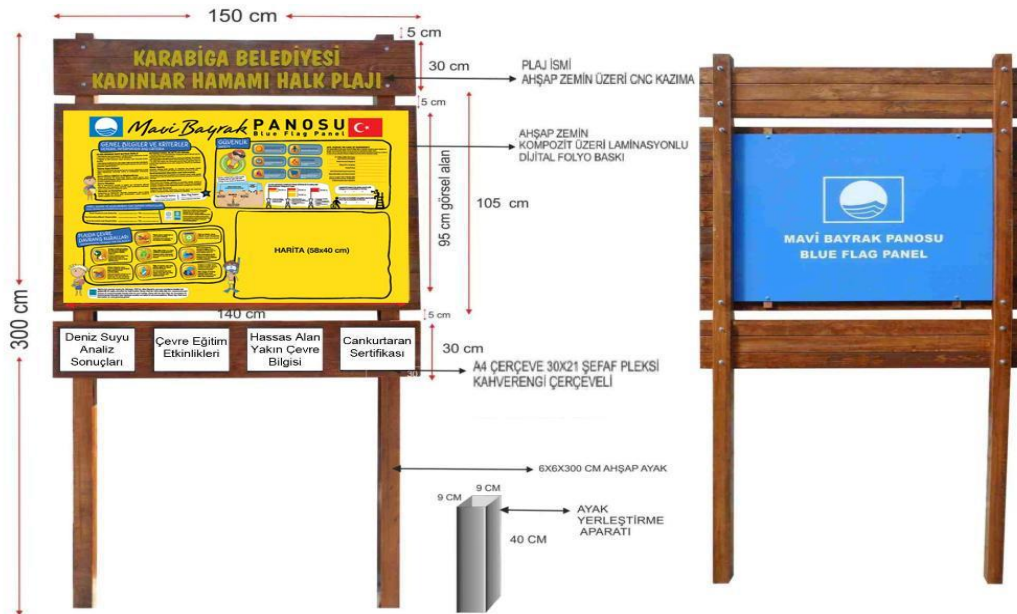
- **Tesislerin kapısına asılmak üzere Mavi Bayrak Plaketi:** Şekil 1'de örnek plaket gösterilmiştir.
- **Mavi Bayrak Bilgi Panosu:** Şekil 2'de örnek pano verilmiştir.
- **Cankurtaran Birimi ve Cankurtaran Malzemeleri:** Plajın büyüklüğüne göre en az bir gümüş bröveli bir cankurtaran çalışma saatleri boyunca görev yapmalıdır. Cankurtaran malzemeleri eksiksiz ve kullanılabilir şekilde cankurtaran istasyonunda bulunmalıdır.
- **İlk Yardım Birimi ve İlk Yardım Malzemeleri:** Belirlenen ilk yardım malzemeleri bir ilk yardım çantasında plajda kolay erişilebilir bir yerde bulundurulması gerekmektedir. Plajda ilk müdahaleyi cankurtaran yapacağından dolayı malzemelerin cankurtaran istasyonunda bulunması gerekmektedir.
- **Çöp Kutuları ve Geri Dönüşüm Kutuları:** Plajın belirli bölgelerine çöp kutuları konulmalı ve düzenli olarak temizliği yapılmalıdır. Geri dönüşüm atıkları için en az 3 çeşit ve plaj görünümüne uygun ayrıştırma kutusu plajın görünür bir yerinde bulunmalıdır. Kutuların üzerinde bulunan etiketlerin birçok dilde ve şekilli olmasına dikkat edilmelidir.
- **Duş-Soyunma Kabini-Tuvalet:** Plajın kolay ulaşılabilir noktalarında ve düzenli olarak temizliği gözetilen duş-tuvalet ve soyunma kabini olanakları bulunmalıdır.
- **Deniz Suyu Analizleri:** 15 günde bir yapılan deniz suyu analizlerini güncel olarak mavi bayrak panosunda mutlaka sergilenmesi gerekmektedir.
- **Yüzme Sınırı:** Yüzme amaçlı kullanılan alanlar ve su sporları için kullanılan alanların güvenlik açısından mutlaka ayrılması gerekmektedir.
- **Engelliler için Olanaklar:** Herkes için erişilebilir turizm anlayışının benimsenmesi gereken mavi bayraklı işletmelerde engelli olanakları da oldukça önemlidir. Plajlar ve marinaların yerine

getirmesi gereken bazı kriterler de engelli bireyler içindir. Bu kriterler plajlar için; her plajda erişim rampaları ve belde çevresinde en az bir mavi bayrak ödüllü plajda standartlara uygun engelli tuvaleti bulunması gerekmektedir. Ayrıca denize giriş olanakları(yüzeybilen engelli şezlongu, iskeleler için asansör, deniz rampası), şezlong ve şemsiye imkanları engelli bireyler için bulundurulmalıdır. Marinalar içinse bu kriterlere ek olarak; kolay erişim ve marinada rahat dolaşabilmek üzere olanaklar bulundurulmalıdır.

- **Çevre Eğitim Etkinlikleri:** Beldede kriterler içerisinde belirtilen çerçevede farklı kategorilerde en az beş etkinlik yapılması ve bunların belgelendirilmesi gerekmektedir. Bu konuda yerel sorumlu koordinasyonunda tesislerle bir araya gelemiyorsa tesis bazında etkinlikler yapılmalıdır.
- **Yönlendirme Levhaları:** Plajda duş-tuvalet-ilkyardım-cankurtaran-telefon-otopark ve benzeri ünitelerin yerlerini belirten uyarı levhaları plajın görünür yerlerine yerleştirilmelidir.
- **Plaj haritası:** Şekil 3'de örnek harita verilmiştir.



Şekil 1. Mavi Bayrak Plaketi(Mavi Bayrak Türkiye, 2022).



Şekil 2. Mavi Bayrak Bilgi Panosu (Mavi Bayrak Türkiye, 2022).



Şekil 3. Örnek Plaj Haritası (Mavi Bayrak Türkiye, 2022).

Ayrıca mavi bayrak kapsamında yapılan çeşitli çevre etkinlikleri de mavi bayrak kriterlerinde oldukça önemlidir. Çünkü ödülle birlikte oluşturulan sistemin korunması ve sürdürülebilirliği ancak sorumlu bir çevre bilinci ile sağlanabilir. Bu bağlamda farkındalık oluşması açısından çevre etkinliklerinin katkısı önemli bir yere sahiptir. Plajlar için en az 5, marinalar için ise en az 3 çevresel eğitim etkinlikleri yapılması zorunludur. Bu etkinlikleri en başarılı şekilde tamamlayan işletmelere ise en iyi çevre eğitim etkinlikleri adı altında ödül de verilmektedir(Mavi Bayrak Türkiye, 2022).

Mavi bayrak sunduğu çevre, deniz ve plaj kalite kriterleri ile insan kullanımına bağlı toprak ve su kirliliğinin artması da dâhil olmak üzere tüm olumsuz etkileri azaltmak, kontrol etmek, bilinçli işletme ve ziyaretçiler oluşturmak amacıyla bir araç olarak belirlenmiştir (Lucrezi, Saayman & Van der Merwe, 2015, s. 211). Ayrıca plaj yönetimi uygulamalarının plajı sadece insan kullanımına yönelik bir rekreasyon kaynağı olarak iyileştirmenin ötesine geçmesi ve plajın doğal bir kaynak olarak korunmasını da ele almaya başlaması esastır. Plaj yönetiminin, fiziksel plaj ortamının iyiliğini insan ihtiyaçlarıyla birlikte bütünleştirmesi de sürdürülebilir bir plaj ve çevre yönetimi açısından önemlidir (Klein & Dodds, 2017, s. 40). Mavi bayrak ödülü kumul koruması, hassas alanlar ve plajları çevreleyen ekosistemler gibi plajların en belirgin doğal yönlerini kapsamaktadır (Ariza, Sarda, Jimenez, Mora & Avila, 2008, s. 47-63).

Mavi bayrak ile ödüllendirilecek gelecek vaat eden plajları dört ana kategoriden oluşan 33 kriter karşılamaktadır bunlar:

- Çevre eğitimi,
- Su kalitesi,
- Çevre yönetimi,
- Güvenlik ve hizmet olarak 4 ana başlık altında toplanmıştır.

Görüldüğü üzere 4 kategoriden 3'ü net olarak çevre odağına sahiptir (Zielinski & Botero, 2019, s. 15).

Çizelge 3. Mavi Bayrak Programının Plaj Kriterleri (Mir-Gual, Pons, Martin-Prieto & Rodríguez-Perea, 2015, s. 107)

Çevresel Eğitim ve Bilgiler	● Mavi bayrak hakkında bilgiler görüntülenmelidir. ● Çevresel eğitim faaliyetleri sunulmalıdır. ● Banyo suyu kalitesi hakkında bilgiler görüntülenmelidir. ● Yerel ekosistem olaylarıyla ilgili bilgiler. ● Plajın farklı tesisleri gösteren bir haritası gösterilmelidir. ● Plajın kullanımını düzenleyen kanunları yansıtan davranış kuralları belirtilmelidir.
Su Kalitesi	● Plaj, su kalitesi örneklerine tamamen uygun olmalıdır. ● Plaj, su kalitesi analizi standartları ve gerekliliklerine tam olarak uymalıdır. ● Atık sular sahil bölgesini etkilememelidir. ● Plaj, biyolojik parametreler ve dışkı bakterileri için mavi bayrak gerekliliklerine uymalıdır. ● Plaj, fiziksel ve kimyasal parametreler için mavi bayrak gerekliliklerine uygun olmalıdır.
Çevre Yönetimi	● Yerel plaj operatörü bir plaj yönetim komitesi kurmalıdır. ● Yerel plaj operatörü, plajın konumunu ve çalışmasını etkileyen tüm düzenlemelere uymalıdır. ● Hassas alan yönetimi olmalıdır. ● Plaj temiz olmalıdır. ● Yosun bitkileri veya doğal kalıntılar plajda bırakılmalıdır. ● Atık bertaraf kutuları, plajda yeterli sayıda bulunmalıdır. ● Geri dönüştürülebilir atık malzemelerin ayrılabilirliği tesisler mevcut olmalıdır. ● Yeterli sayıda tuvalet tesisi sağlanmalıdır. ● Tuvalet veya tuvalet tesisleri temiz tutulmalıdır. ● Tuvalet veya tuvalet tesislerinde kanalizasyon imhası kontrol edilmelidir. ● Plajda kamp, araba kullanma veya atık boşaltma gibi şeylere izin verilmemelidir. ● Köpeklerle plaja erişim ve diğer evcil hayvanlar kesinlikle kontrol edilmelidir. ● Tüm binaların ve plaj ekipmanlarının bakımı uygun şekilde yapılmalıdır. ● Plajın yakınındaki mercan kayalıkları izlenmelidir. ● Sahil bölgesinde sürdürülebilir bir ulaşım aracı tanıtılmalıdır.

Güvenlik ve Hizmet

- Plajda yeterli sayıda cankurtaran ve cankurtaran ekipman bulunmalıdır.
- Plajda ilk yardım ekipmanı bulunmalıdır.
- Kirlilik riskleriyle başa çıkmak için acil durum planları yapılmalıdır.
- Çakışmaları ve kazaları önlemek için plaj kullanıcılarının ve etkinliklerinin yönetilmesi gerekir.
- Plaj kullanıcılarını korumak için güvenlik önlemleri alınmalıdır.
- Plajda bir su kaynağı olmalıdır.
- Tekerlekli sandalye erişimi ve erişilebilirlik özellikleri her mavi bayraklı plajda bulunmalıdır.

Dünya çapında toplam 48 ülkede 5042 plaj, marina ve turizm teknesinde uygulanmaktadır (Blue Flag Global, 2022). Bu ülkeler ve mavi bayraklı plaj, marina ve tekneleri Çizelge 4.'de verilmiştir.

Çizelge 4. Mavi Bayrak Programını Uygulayan Ülkeler (Blue Flag Global, 2022).

Ülkeler	Plajlar	Marinalar	Turizm Tekneleri	Toplam
İspanya	621	103	5	729
Yunanistan	584	15	6	602
Türkiye	531	24	17	572
Fransa	419	117	-	536
İtalya	427	82	-	509
Portekiz	393	18	20	431
Hollanda	59	130	-	189
Danimarka	169	15	-	184
Almanya	45	92	-	137
Meksika	70	2	31	103
Hırvatistan	70	30	-	100
İrlanda	85	10	-	95
İngiltere	80	1	-	81
Kıbrıs	74	2	-	76
Güney Afrika	51	6	4	61
İsrail	54	3	-	57
Polonya	32	9	-	41
Karadağ	38	1	-	39
Belçika	29	8	-	37
Kanada	22	10	-	32
Fas	28	2	-	30
Norveç	18	3	8	29
Brezilya	22	6	-	28
Ukrayna	26	-	-	26
Galler	22	3	-	25
Birleşik Arap Emirlikleri	23	1	-	24
İsveç	7	15	-	22
Dominik Cumhuriyeti	22	-	-	22
Bulgaristan	18	1	-	19
İzlanda	2	2	15	19
Kuzey İrlanda	9	9	-	18
Slovenya	13	2	-	15
Porto Riko	1	2	11	14
Letonya	13	1	-	14
Malta	12	-	-	12

Hindistan	10	-	-	10
Litvanya	8	-	-	8
Japonya	6	1	-	7
Romanya	6	-	-	6
Ürdün	5	1	-	6
Estonya	2	3	-	5
Güney Kore	4	-	-	4
Kolombiya	3	-	-	3
Virjin Adaları	3	-	-	3
Finlandiya	1	1	-	2
Sırbistan	1	-	-	1
Trinidad ve Tobago	-	-	1	1
Şili	1	-	-	1

Turizm sektörünün, Avrupa sektörleri arasında en hızlı gelişen sektör olduğu bilinmekte ve her geçen yıl mevcut akışını yükseltmesi beklenilmektedir. Özellikle yüksek kaliteli çevre ve doğal alanlara olan ilginin hem turistler hem de yerel toplum bazında çevre bilinciyle paralel olarak arttığı bilindiğinden dolayı bu durumda gönüllülük esaslı çevre etiketlerinin çok önemli rol oynayacağı söylenebilmektedir. Turistlerin çevre bilincine sahip destinasyonlara ve turizm işletmelerine yöneleceği ve sürdürülebilir, sorumlu turizm anlayışıyla hareket edecekleri öngörülmektedir. Bu bağlamda mavi bayrak programının kıyı bölgelerde büyük faydalar sağlayacağı aşikardır. Bu faydalar, söz konusu bölge veya işletmenin imajının iyileştirilmesi ve daha çok tercih edilecek olması olarak söylenebilir(Creo & Fraboni, 2011, s. 378-381).

Plajlar, insanları suya ve dolayısıyla çevredeki bölgeye çeken başlıca rekreasyon alanlarıdır. Çok sayıda araştırma çalışmasına göre, kumlu plajlar en çok kullanılan kıyı şeridi türüdür. Açık hava rekreasyon alanlarının gelişimi genellikle plaj ve su olan bölgeye yöneliktir, bu da bölge için turizm hareketleri ve dolayısıyla gelir yaratmaktadır. Plaj turizmi, dünyadaki diğer tüm turizm türlerinden daha fazla rekreasyona ve boş zamana izin veren ekonomik büyümenin hayati bir bileşeni olarak kabul edilmektedir. Aslında plajların ekonomik değeri, sağladıkları ekolojik değerlerden bile daha yüksek olarak algılanmaktadır. Örneğin birçok destinasyonun en bilinen turistik yerleri o destinasyonun yerel plajlarıdır (Klein & Dodds, 2017, s. 40).

Ayrıca yapılan araştırmalar mavi bayrağın ziyaretçinin genel deneyim memnuniyeti üzerinde önemli bir etkisi olduğunu ve plaj tanıtımıyla turistlerin tercih listesine dahil olmakta da dolaylı bir etkisi olduğunu göstermiştir (Dodds & Holmes, 2020, s. 1-7).

Bu bağlamda sürdürülebilir bir çevre, temiz bir deniz ve plaj yönetimi gerektiren sertifikasyonlar hem bilinçli turistleri bölgeye çekecek hem de söz konusu bölgeyi kalkındırmaya yardımcı olacaktır. Plaj yönetimi içinde en çok bilinen ve yaygın olarak kullanılan sertifikasyon programı mavi bayraktır. Mavi bayrak ödülü, çevre temelli bir plaj kalite aracı olarak kullanılmak üzere geliştirilmiştir ve aynı zamanda bir pazarlama aracı olarak da kabul görmektedir (Ariza, Sarda, Jimenez, Mora & Avila, 2008, s. 47-63).

3.1. Mavi Bayrak ve Türkiye

Türkiye mavi bayrak programında başı çeken ülkelerden biridir. Türkiye için mavi bayrak programının ilk uygulanmaya başlandığı tarih 1994 yılıdır. Bu süreçte ilk yılında 6 plaj ve 9 marina ikonik mavi bayrağı almayı başarmıştır. Gün geçtikçe mavi bayrak sayılarında artış göstermeye devam eden Türkiye, 2003 yılına gelindiğinde 140 plaj ve 11 marina gibi inanılmaz bir ivme gösterip dünya çapında en çok mavi bayraklı plaj sayısında 7. Sıraya yükselmiştir. Programın uygulanmaya başlandığı 1994 yılından beri mavi bayraklı plaj, marina ve turizm teknelerinin sayısı her sene artarak gitmeye devam etmiştir. 2015 yılında mavi bayraklı plaj sayısında devasa bir büyüme yaşayan Türkiye, İspanya'nın ardından en çok mavi bayraklı plaja sahip ülke olmuştur (Fışkın, Çakır & Özkan, 2016, s. 241). 2022 yılına gelindiğinde ise toplam 531 plaj ve 24 marina ve 17 turizm teknesi ile kendini ülkeler arasında toplam 572 mavi bayrak sayısı ile 3. Sırada bulmaktadır.

Türkiye olarak plaj ve çevresi için yürürlükte olan tek eko-etiket programı mavi bayraktır. Mavi bayrak bir turizm eko-etiketi olması itibarıyla sürdürülebilir turizmi de konu almaktadır. Programın içerdiği tüm azami şart ve kriterler çevre, doğa ve insan sağlığının gözetilmesi üzerinedir. Mavi bayrak kriterlerinin temeline bakıldığında çevre eğitimi, çevre yönetimi gibi konuların ana başlık olması Mavi Bayrağı sürdürülebilir turizmin de bir temsilcisi yapmıştır. Ayrıca Türkiye ölçekli bakıldığında mavi bayrak programına Kültür ve Turizm bakanlığının yanı sıra Sağlık Bakanlığı aracılığıyla da finansal ve teknik destek sağlanmaktadır. Türkiye’de mavi bayrak ödülüne sahip olmak için başvurular belediyeler vasıtasıyla şehrin mavi bayrak derneklerine, şehirde bir mavi bayrak derneği yok ise direkt olarak TÜRÇEV merkez ofisinden yapılabilmektedir (Güneş & Çetin, 2015, s. 5-15).

Türkiye’de faaliyetlerini Türkiye Çevre Eğitim Vakfı TÜRÇEV’in yürüttüğü mavi bayrak programının uluslararası koordinatörü FEE yani Uluslararası Çevre Eğitim Vakfı’dır. 1993 yılında faaliyete başlayan Türkiye Çevre Eğitim Vakfı’nın başlıca kurulma sebebi mavi bayrak programıdır (Bozkurt & Dücan, 2018, s. 70-73).

Çizelge 5. 2022 Yılı Türkiye İllere Göre Mavi Bayrak Sayıları (Mavi Bayrak Türkiye, 2022).

Şehir	Mavi Bayraklı Plajlar	Mavi Bayraklı Marinalar	Mavi Bayraklı Bireysel Yatlar	Mavi Bayraklı Turizm Tekneleri
Antalya	229	5	1	15
Muğla	111	8	2	-
İzmir	66	4	-	-
Aydın	36	2	-	-
Balıkesir	31	1	2	-
Samsun	13	-	-	-
Çanakkale	12	-	-	-
Mersin	11	1	-	-
Kocaeli	7	-	-	-
Bartın	3	-	-	-
Düzce	2	-	-	-
İstanbul	2	2	-	-
Ordu	2	-	-	-
Sakarya	2	-	-	-
Kırklareli	2	-	-	-
Van	1	-	-	-
Yalova	-	1	-	-
Bursa	1	-	-	-
TOPLAM	531	24	5	15

Türkiye’de her geçen yıl mavi bayrak sayılarının düzenli olarak artış göstermesinin başlıca nedeni çevrenin öneminin ve barındırdığı değerlerin daha açık görülmeye başlanması olarak açıklanabilir. Turizm sektöründeki tüm paydaşların çevreye karşı sorumluluklarının olduğunu görmesi, çevre konulu programların yaygınlaşması açısından önemlidir. Ayrıca eko-etiketli işletmelerin turistler tarafından daha çok tercih edileceğinin bilinmesi de mavi bayrak sayılarının artmasının sebeplerinden biridir. Türkiye’deki şehirler bazlı bakıldığında mavi bayrak alan işletme sayılarını Çizelge 5’e göre inceleyebiliriz. Plaj sıralamasında ilk sırada 229 plaj ile Antalya, ikinci sırada Muğla 111 plaj ile ve üçüncü sırada ise Ege Bölgesi’nin önemli turistik merkezlerinden olan İzmir’in 66 plaj ile yer aldığı görülmektedir. Marina sıralamasına bakıldığında ise ilk sırayı 8 marina ile Muğla’nın aldığı görülmektedir. Antalya’nın aksine marina sıralamasında Ege Bölgesindeki illerin yer almasının başlıca nedeni; bölgenin coğrafi yapısından dolayı yat turizmine yönelik önemli potansiyele sahip olması ve bölgedeki seyahatleri yoğun olarak mavi tur ile gerçekleştirilmesinden kaynaklanmaktadır (Kızıllırmak, 2011, s. 6-7).

Mavi bayrak ödüllerinin turistlerin tatillerine karar verirken önemli bir kriter olarak görülmesiyle turistleri bölgeye çekmek, plajları ve söz konusu destinasyonu tanıtmak için kullanıldığı araştırmalarca gözlemlenmiştir. Dünyanın dört bir yanındaki plajları ziyaret eden milyonlarca kişinin tercihleri incelendiğinde görülen sonuçlar mavi bayrak programının değerinin altını çizmektedir. Gerçekleştirecekleri tatil için plajı önemseyen turistlerin bu programı kriter olarak alacağı kesindir. İyi kalitede plajlar elde etmenin yollarından biri de mavi bayrak gibi plaj ödüllerini uygulamaktır. Mavi bayraklı olan ve mavi bayraklı olmayan plajlar arasında karar verirken bu ödülün fark yaratacağı görülmektedir. Bu da her geçen gün mavi bayrak ödülünü kazanmak ve bu ödülü korumak isteyen işletmelerin sayısını arttıracaktır (Saayman & Saayman, 2017, s. 1436-1447).

4. Sonuç ve Öneriler

Dünyanın en büyük üçüncü ihracat kategorisi olan turizm sektörü (UNWTO, 2020: 4), birçok ülke için çok önemli bir yere sahiptir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde döviz girişi sağlarken, en çok gelir getiren sektör konumundadır. Ancak her geçen gün artan bilinçsiz turizm hareketleri, turizmin temel bileşenlerinden olan çevreyi, doğayı, denizleri, plajları ve daha birçok doğal faktörü gözetmeden ve gerekli tedbirler olmadan aşırı büyümüştür. Bunun sonucunda tüm dünyada çevre, doğa, deniz ve plajlar geri döndürülemez bozulmalara maruz kalmış ve böylece turizm ekosisteminin bozulması hava, deniz ve çevre kirliliğine sebep olmuştur. Turizm pazarının giderek büyümesi ve ülke ekonomilerinde sahip olduğu etki göz önüne alındığında kaynağı kirlenmemiş bir doğa, çevre ve deniz olan turizm sektörünün sürdürülebilirliği gitgide önemli olmaktadır. Bu bağlamda son yıllarda sürdürülebilirlik ve sorumlu turizm gibi kavramlar öne çıkmıştır. Çevre bilincinin ancak sorumlu turizm, sorumlu turist ve sorumlu işletme gibi anlayışların benimsenmesiyle gelişmesi mümkündür. Sürdürülebilirliğin göz önüne alınmadığı her hareket, sorumlu olmayan her ziyaretçi, alınmayan veya geç alınmış her tedbir dünyanın sahip olduğu doğal güzellikleri ve ekolojik dengeyi yok etmeye sürükleyecek adımlardır. Bu bağlamda çevreyi, doğayı, denizleri, plajları ve diğer doğal faktörleri önemseyen eko-etiketlerin benimsenmesi ve yaygınlaştırılması yönünde teşvik edilmeleri son derece önemlidir. Sorumlu tutumlarını belgelemek isteyen işletmelerse eko-etiket programlarına yönelmeye başlamışlardır. Turizm sektöründeki bu eko-etiket geliştirme çalışmaları ilk olarak 1985 yılında ortaya çıkan, Uluslararası Çevre Eğitim Vakfı (FEE) tarafından yönetilen mavi bayrak ile başlamıştır.

Uluslararası bir turizm eko-etiketi olan mavi bayrak uygulaması da bu noktalardan hareketle her geçen gün daha önemli hale gelmektedir. Mavi bayrak, plaj ve deniz çevresinin korunmasına katkı sağlamaktadır. Mavi bayrak’ın sunduğu çevre, deniz ve plaj kalite kriterleri; insan kullanımına bağlı toprak ve su kirliliğinin artması da dâhil olmak üzere tüm olumsuz etkileri azaltmak, kontrol etmek, bilinçli işletme ve ziyaretçiler oluşturmak amacıyla tasarlanmıştır. Bu program aracılığı ile ülkeler, turizm faaliyetlerini çevreye duyarlı olarak gerçekleştirdiklerini ve çevre bilincini geliştirme eğilimi içinde olduklarını göstermektedirler.

Mavi bayrak programını uygulayan ülkeler arasında Türkiye’nin etkin bir yere sahip olduğu ve yıllar içinde en hızlı gelişim gösteren ülkeler içinde yer aldığı görülmektedir. Türkiye ilk olarak 1994 yılında Mavi Bayrak ödülüne sahip olmaya başlamıştır. Mavi bayrak ödülünün Türkiye’deki temsilcisi ise

Türkiye Çevre Eğitim Vakfı (TÜRÇEV)'dir. 2022 verilerine bakıldığında 531 plajı, 24 marinası ve 17 mavi bayraklı turizm teknesiyle Türkiye, küresel mavi bayrak sayılarında 3. Sırada bulunmaktadır. Antalya, Muğla ve İzmir'in ilk sıraları aldığı mavi bayrak uygulamasında sayılar gün geçtikçe artmaktadır. Aynı zamanda bu noktalar turizm açısından önemli çekim merkezleridir. Bu da tüm dünyadan bilinçli turist bir turist kitlesinin Türkiye'ye çekilmesi adına iyi bir imaj yaratmaktadır. Ayrıca Türkiye'nin doğal turizm kaynaklarının sürdürülebilirliği ve korunması açısından da mavi bayrak uygulamasının yayılımı ve bilinirliği son derece önemli görülmektedir. Mavi bayrak programı olumsuz çevresel etkileri azaltmak, çevre, deniz, hava kirliliğiyle başa çıkmak, doğal alanların tahribatları gözetmek ve en önemlisi turizmin doğal kaynaklarını korumak adına önemli bir eko-etikettir. Değişen ve gelişen bilinçli turist kitlelerinin mavi bayraklı işletmeleri tercih edeceği de göz önüne alındığında ekonomik olarak fayda sağlayacağı da kesindir. Diğer birçok ülke gibi Türkiye'de sorumlu tutumunu eko-etiketler, özellikle de mavi bayrak aracılığıyla göstermektedir. Bu anlayış Türkiye'nin hem doğal kaynaklarının sürdürülebilirliği hem de bir turizm destinasyonu olarak tercih edilebilir olabilmesi ve ülke imajı için son derece önemli olacaktır.

Teşekkür ve Bilgi Notu

Makalede ulusal ve uluslararası araştırma ve yayın etiğine uyulmuştur. Çalışmada etik kurul izni gerekmemiştir.

Yazar Katkısı ve Çıkar Çatışması Beyan Bilgisi

Makalede 1. Yazar % 60, 2. Yazar % 40 katkıda bulunmuştur. Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Kaynaklar

- Aktaş, E. ve Kurgun, A. (2021). Sorumlu turizm yaklaşımı ile turistik destinasyonların gelişimi: Foça Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1674.
- Arenado Rodríguez, R., García López, A. ve Jiménez Caballero, J. L. (2017). Has implementing an ecolabel increased sustainable tourism in Barcelona? *Cuadernos de Turismo*, 93–110.
- Ariza, E., Sarda, R., Jimenez, J. A., Mora, J. ve Avila, C. (2008). Beyond performance assessment measurements for beach management: application to spanish mediterranean beaches. *Coastal Management*, 47-63.
- Aykın, S. M. (2018). Avrupa Birliği'nde sürdürülebilir ve sorumlu turizm uygulamaları ve Türkiye. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 160.
- Blue Flag Global (2022). *Blue flag sites*. Erişim Adresi (05.06.2022) Blue Flag: <https://www.blueflag.global/all-bf>.
- Bozkurt, A. ve Dücan, E. (2018). Eko-etiketlerin yerel ekonomiye etkileri. *Uluslararası Ticaret ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 69-73.
- Buckley, R. (2002). Tourism ecolabels. *Annals of Tourism Research*, 183-208.
- Capacci, S., Scorcu, A. E. ve Vici, L. (2014). Eco labels and tourism flows: How much is a blue flag worth? *Quaderni - Working Paper DSE N°917*, 1-20.
- Capacci, S., Scorcu, A. E. ve Vici, L. (2015). Seaside tourism and eco-labels: The economic impact of Blue Flags. *Tourism Management*, 88-96.
- Ceylan, Y. (2019). Sürdürülebilir turizm kapsamında eko etiketler. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 66.
- Creo, C. ve Fraboni, C. (2011). Awards for the sustainable management of coastal tourism destinations: The example of the Blue Flag program. *Journal of Coastal Research*, (61 (10061), 378-381.

- Deste, M., Binbaşıoğlu, H. ve Türk, M. (2018). Konaklama işletmelerinde atık yönetimi ve geri dönüşüm: İnönü Üniversitesi Kale Göl Otel Örneği. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 227-228.
- Dodds, R. ve Holmes, M. R. (2020). Is blue flag certification a means of destination competitiveness? A Canadian context. *Ocean and Coastal Management*, 1-7.
- Dragomir, L., Mazilu, M., Dobrescu, A. ve Malmere, R. (2021). Certification and promotion of sustainable tourism: consumers attitude towards EU Ecolabel. *Forum Geografic*, 118-123.
- Düşmezkalender, E. (2020). Konaklama işletmelerinde çevre dostu yönetim: uygulamalar açısından bir değerlendirme. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Dergisi*, 265-270.
- Earth Check (2022). About. Erişim Adresi (05.06.2022) Earth check <https://earthcheck.org/about/>
- Fışkın, R., Çakır, E. ve Özkan, E. D. (2016). Mavi bayrak uygulamasının önemi, ölçütleri ve ülkelere göre durum analizi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi*, 226-231.
- Green Globe (2022). About: History. Erişim Adresi (05.06.2022) Green Globe <https://www.greenglobe.com/history>.
- Gökdeniz, A. (2017). Konaklama sektöründe yeşil yönetim kavramı, eko etiket ve yeşil yönetim sertifikaları ve otellerde yeşil yönetim uygulama örnekleri. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 71-72.
- Güneş, S. G. (2018). Doğal ve kültürel kaynakların sürdürülebilir kullanımı bağlamında sorumlu turizm. *Uluslararası Kentleşme ve Çevre Sorunları Sempozyumu*, (s. 218-225). Eskişehir.
- Güneş, S. G. (2018). Experiences on sustainable tourism development in Turkey. *4th ICOEST-International Conference on Environmental Science and Technology*, (s. 199-207). Kiev.
- Güneş, S. G. (2020). Sorumlu turizm. S. G. Güneş, ve S. Özdemir Akgül içinde, *Sorumlu Turizm* (s. 11-26). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Güneş, S. G. ve Çetin, M. (2015). Mavi bayrak eko-etiket programı ve Türkiye. *Tabiat ve İnsan* , 5-15.
- Hacıoğlu, T. ve Çelik Yetim, A. (2019). Sorumlu turizm algısının turist davranışlarına etkileri: Fethiye destinasyonuna yönelik bir araştırma. *Turizm ve Araştırma Dergisi* , 44-45.
- İşçi, C. ve Güzel, B. (2018). İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri bakış açısıyla sorumlu turizm. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 13-14.
- Kızılırmak, İ. (2011). Dünyada ve Türkiye'deki turizm işletmelerinde çevre korumaya yönelik uygulamalar: amacı ve önemi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 6-7.
- Klein, L. ve Dodds, R. (2017). Blue flag beach certification: an environmental management tool or tourism promotional tool? *Tourism Recreation Research*, 39-49.
- Lucrezi, S., Saayman, M. ve Van der Merwe, P. (2015). Managing beaches and beachgoers: Lessons from and for the Blue Flag. *Tourism Management*, 211.
- Mavi Bayrak Türkiye (2022). *Mavi bayrak genel*. Erişim Adresi (05.06.2022) Mavi Bayrak Türkiye: http://www.mavibayrak.org.tr/tr/icerikDetay.aspx?icerik_refno=1.
- Mir-Gual, M., Pons, G., Martin-Prieto, J. ve Rodríguez-Perea, A. (2015). A critical view of the blue flag beaches in spain using environmental variables. *Ocean ve Coastal Management* , 106-107.
- Musavengane, R. (2019). Small hotels and responsible tourism practice: Hoteliers' perspectives. *Journal of Cleaner Production* , 786-787.
- Öztürk, S., Tanrısever Yiğit, C. ve Çınar Umdü, D. (2017). Sürdürülebilir turizm kapsamında sertifikasyon ve eko etiketler. 1. *International Sustainable Tourism Congress* (s. 375-377). Kastamonu: Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi.

- Prieto-Sandoval, V., Alfaro, J. A., Mejía-Villa, A. ve Ormazabal, M. (2016). ECO-labels as a multidimensional research topic: Trends and opportunities. *Journal of Cleaner Production*, 806-818.
- Saayman, M. ve Saayman, A. (2017). How Important are blue flag awards in beach choice? *Journal of Coastal Research*, 1436-1447.
- Sasidharan, V., Sirakaya, E. ve Kerstetter, D. (2002). Developing countries and tourism ecolabels. *Tourism Management*, 161-174.
- TÜRÇEV (2022). *Programlar: Yeşil anahtar*. Erişim Adresi (05.06.2022) Türkiye Çevre Eğitim Vakfı: http://www.turcev.org.tr/V2/icerikDetay.aspx?icerik_id=10.
- Ünlüöner, K., Kızanlıklı, M. ve Arslan, E. (2011). Otel işletmelerindeki eko-etiket ve sistem yönetim belgelerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. 12. *Ulusal Turizm Kongresi*, (s. 447-448). Düzce.
- World Tourism Organization (2021), *International tourism highlights, 2020 Edition*, UNWTO, Madrid.
- Yücel, M. ve Ekmekçiler, Ü. S. (2008). Çevre dostu ürün kavramına bütünsel yaklaşım; temiz üretim sistemi, eko-etiket, yeşil pazarlama. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 321-332.
- Zeydan, İ. ve Gürbüz, A. (2021). Turizmde yeşil pazarlama uygulamaları: mavi bayrak ve yeşil yıldızın turistlerin konaklama tercihlerine etkisi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 226.
- Zielinski, S. ve Botero, C. M. (2019). Myths, misconceptions and the true value of Blue Flag. *Ocean and Coastal Management*, 15.

Eco-Labels in the Context of Responsible Tourism: The Case of Blue Flag

Summary

The tourism sector, which is the third largest export category in the world (UNWTO, 2020: 4), has a crucial place for many countries. Day by day increasing unconscious tourism movements had grown excessively without taking necessary precautions and without taking into account the environment, nature, seas, beaches, and many other natural factors, which are the main components of tourism. As a result of this, all over the world, the environment, nature, sea, and beaches have been exposed to irreversible deterioration, due to this deterioration of the tourism ecosystem has caused air, sea, and environmental pollution. Considering the gradual growth of the tourism market and the impact it has on the national economies, the sustainability of the tourism sector, whose source is an uncontaminated nature, environment, and sea, becomes increasingly important. In this context, concepts such as sustainability and responsible tourism come to the forefront in recent years. Possible to develop environmental awareness only by adopting concepts such as responsible tourism, responsible tourist, and responsible business. Every action where sustainability is not taken into account, every visitor who is not responsible for protecting the environment, and every precaution not taken or taken late are steps that will lead to the destruction of the natural beauties and ecological balance of the world. In this context, it is extremely important to encourage the adoption and dissemination of eco-labels that care about the environment, nature, seas, beaches, and other natural factors. Businesses that want to document their responsible attitudes have started to turn to eco-label programs. This eco-label development work in the tourism sector first started with the blue flag, which was born in 1985, and managed by the International Foundation for Environmental Education (FEE).

The blue flag implementation, which is an international tourism eco-label, is becoming more important with each passing day based on these points. The blue flag contributes to the protection of the beach and sea environment. Environment, sea, and beach quality criteria offered by the Blue Flag; It is designed to reduce and control all negative effects and including the increase in soil and water pollution due to human use, and to create conscious businesses and visitors. With this program, countries show that they carry out their tourism activities in an environmentally friendly manner and that they tend to develop environmental awareness.

Turkey has an effective place among the countries that implement the blue flag program and it is inside of the countries that have shown the fastest development over the years. Turkey first time started to have the Blue Flag Award in 1994. The representative of the blue flag award in Turkey is the Turkish Environmental Education Foundation (TÜRÇEV). Looking at the 2022 data, Turkey ranks 3rd in the global blue flag count with its 531 beaches, 24 marinas, and 17 blue flag tourism boats. Numbers are increasing day by day in the blue flag implementation, where Antalya, Muğla, and İzmir take the first places. At the same time, these points are important attraction centers in terms of tourism. This creates a good image for attracting conscious tourists from all over the world to Turkey. In addition, spreading awareness of the blue flag application is considered extremely important in terms of the dissemination and recognition of Turkey's natural tourism resources. The blue flag program is an important eco-label to reduce the negative environmental impacts, cope with the environment, sea, and air pollution, observe the destruction of natural areas, and most importantly protect the natural resources of tourism. Considering that the changing and developing-conscious tourist masses will prefer blue flag businesses, it is certain that it will benefit economically. Like many other countries, Turkey demonstrates its responsible attitude through eco-labels, especially the blue flag. This understanding will be extremely important both for the sustainability of Turkey's natural resources, for being preferable as a tourism destination, and for the country's image.