

29 KASIM 2011 – HİLTON İSTANBUL SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM SEMİNERİ

Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği (TUROB), İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve Boğaziçi Üniversitesi ortaklığıyla 29 Kasım 2011 tarihinde Hilton İstanbul Hotel’de düzenlenen ‘Sürdürülebilir Turizm Yönetimi’ semineri raporu aşağıda sunulmuştur;

Son yıllarda dünya gündemine ‘Sürdürülebilirlik’ kavramı damgasını vurmaktadır. Birleşmiş Milletler Nüfus Fonu (UKFPA) tarafından, Kasım ayı itibarıyla, dünya nüfusunun 7 milyar kişi olduğu açıklanmıştır. Ancak, dünyada 400 milyonu çocuk olmak üzere, 1,5 milyarın üzerindeki insan, yeterli ve sağlıklı içme suyuna sahip değildir. Dünyadaki hastalıkların %80’i susuzluktan kaynaklanıyor ve her yıl 25 milyonun üzerindeki insan, temiz sudan mahrum kaldığı için hastalanarak ölüyor. Gerekli tedbirler alınmayıp, altyapı yatırımları yapılmazsa, gelecek 20 yıl içerisinde yeterli ve sağlıklı suya ulaşamayan insan sayısının 3,3 milyar kişiye ulaşacağı öngörülmektedir.

Özetle, artan nüfusa paralel olarak, temiz su ve beslenme ihtiyacına dikkat çeken uzmanlar, sürdürülebilir bir dünya için kaynakların israf edilmeden kullanılması gerektiğini vurgulayarak, milyarlarca insanı doyurmanın her geçen yıl daha büyük bir soruna dönüştüğüne dikkat çekmektedirler.

Prof. Dr. Ahmet Emre Bilgili - İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürü

Küreselleşme ile şehir turizminin ön plana çıktığını kaydeden İl Kültür ve Turizm Müdürü Prof. Dr. Ahmet Emre Bilgili “Geçmiş yıllarda sosyologlar, küreselleşme ile insanların daha çok seyahat edeceğini söylüyordu. Artık bu öngörü olmaktan çıktı ve bir gerçek haline geldi. Burada yapmamız gereken, kültürel ve yerel değerlerle sürdürülebilir şehirler ve sürdürülebilir turizm yönetimini sağlamaktır. Bakanlık, sivil toplum örgütü ve akademik dünya ile bir arada olduğumuz bu güzel işbirliğinin sürdürülebilir olmasını diliyorum” diye konuştu.

Timur Bayındır-TUROB Başkanı

Yarınlar için kaynakların israf edilmeden kullanılması gerektiğini vurgulayan TUROB Başkanı Timur Bayındır, “Doğal kaynakları, tarihi, kültürü gaddarca kullanıp tüketiyoruz. Artık herkesin, her şeyi biraz daha ekonomik olarak kullanıp, gelecek kuşaklara da bırakıyor olması lazımdır. Sektörümüze baktığımızda, 1980’li yıllarda turizm yatırımlarını başlamasıyla birlikte, turizmi nasıl 12 aya yayabiliriz konusunu dile getirmiştik. Ardından ülke geneline yayılması için çalışmalar yaptık. Son yıllarda da sürdürülebilirlik üzerine çalışmalar yapıyoruz. TUROB’un hayata geçirdiği ‘Yeşillenen Oteller’ sertifikasını alan üye sayımız 40’ı geçti. Yakın zamanda, tüm üyelerimizin almasını hedefliyoruz. İstanbul’un ‘Greening City’ olmasını diliyorum” şeklinde konuştu.

Faruk Boyacı- TUROB Başkan Yardımcısı

Seminerin açılış konuşmasını yapan TUROB Başkan Yardımcısı Faruk Boyacı, şunları söyledi:

“Bir zamanlar nasıl İstanbul’a turist getiririz diye konuşuyorduk. Bugün sürdürülebilir turizm yönetimini konuşuyoruz. Yaptığımız çalışmalarla otellerin bilgi birikimi ve tecrübelerini arttırarak, dünya platformundaki rekabet gücünü arttırmayı hedefliyoruz” dedi.

Bernard Lane - Sheffield Hallam Üniversitesi Öğretim Üyesi ve Journal of Sustainable Tourism Editörü

Sheffield Hallam Üniversitesi Öğretim Üyesi ve Journal of Sustainable Tourism Editörü Bernard Lane, 'Sürdürülebilir Turizm'in uzun vadeli bir kavram olduğunu belirterek, şunları söyledi:

"Sürdürülebilir turizm kavramı, 70'lerde ortaya çıktı. Sürdürülebilirliğin ekonomik sonuçları, çevresel sonuçları ve sosyo-kültürel sonuçları vardır. Çevreye olan etkileri ile ekonomik gelişmenin izlenmesi kolaydır. Toplum ve kültür söz konusu olduğunda ise, bu çok daha zordur. Bu nedenle, işin başında 'Geleneksel kültürlerin korunması için neler yapılabilir?' diye düşünülür. Herhangi bir ülkede, x bir otelde kalındığında, o ülkede bulunduğu nasıl hissedilecek denilerek, sürdürülebilir turizm için yerel insanlar ve kültürel değerlerle etkileşim içinde olmak gündeme geldi. Son dönemlerde sürdürülebilirlik boyutuna, küresel ısınma da eklendi. Nitekim dünyadaki karbon salımının %5'i turizm sektöründen kaynaklanmaktadır ve bu oranın yükselişi devam etmektedir. Özetle, 'sürdürülebilir turizm' uzun vadeli bir kavramdır. Mevcut nesillerin ihtiyaçlarını, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını kısıtlamadan karşılayabilmek demektir. Otelinizin duvarlarının ötesinde düşünmelisiniz. Toplum, gelecek, miras, çevre, doğa, gıda ve suyu düşünmelisiniz. Kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı olmadan sürdürülebilirlik olamaz" şeklinde konuştu.

Sürdürülebilirlik; tasarruf, doğanın korunması ve imajı sağlıyor

Sürdürülebilir turizm için yapılacak çalışmaların pozitif etkilerine değinen Bernard Lane, konuşmasını şöyle sürdürdü:

"Tasarruf etme, para kazanma, satışa pozitif etki, destinasyon imajının iyileştirilmesi, yaratıcı ve korunan bir kent, pozitif hissetme durumunun etkisi ile bilgi ve yetenek edinme imkânı sağlıyor. Bunun dışında sürdürülebilirlik, inovasyon fırsatları veriyor. Turizmciler, daha iyi bir dünya yaratmak için yaptıkları çalışmaları müşterilerine anlatmalıdır. Misafirlerinizi bulduğunuz kentteki ulaşım, geri dönüşüm ve yerel alanlar hakkında mutlaka bilgilendirin. Yerel yiyecekleri kullanın. Çünkü yiyecek transferi olmadığı için karbon salınımına neden olmazsınız. Tur operatörlerini Bde bu şekilde etkileyebilirsiniz. Bu arada, canlı hayvanlar daha fazla karbon salmaktalar. Konuklarınız için, kanatlı hayvan ve sebze fırsatı yaratmalısınız. Sebze, balık ya da kanatlı hayvan sunmak daha sağlıklı olduğu için de modaya uymanızı sağlar" dedi.

Turizm, hayal satan revaçta bir endüstridir

Turizmin hayal satan bir sektör olduğunu kaydeden Bernard Lane, "Turizm, revaçta bir endüstridir. Aynı zamanda, kıyafet gibi modaya bağlıdır. Turizm sektörünün, moda yönünde sürdürülebilir olması, rekabetçi olması gerekmektedir. İnsanlar, tatillerinde mutlu olmayı, değişik deneyimler kazanmayı istiyorlar. Özetle turizm, hayal satan revaçta bir sektördür" şeklinde konuştu.

Sürdürülebilir olmazsanız, sonunuz Yunanistan ve İspanya gibi olabilir

Destinasyon yönetiminin öğrenilmesi gerektiğini anlatan Bernard Lane, "Konaklama tesisleri büyük yatırımlardır ve bu binaların etkin şekilde ekonomi içinde değerlendirilmesi önemlidir. Bu nedenle, destinasyon yönetimini öğrenmek zorundasınız. Sürdürülebilir turizmin gereğini yapmazsanız, sonunuz Yunanistan ve İspanya gibi olabilir. Diğer destinasyonlar, sizi yenebilir. Turizmciler olarak hayatınız sıkıcı bir hale gelebilir"

Paulina Bohdanowicz, Hilton Otelleri Avrupa Çevre Yönetimi Müdürü

Hilton Otelleri Avrupa Çevre Yönetimi Müdürü Paulina Bohdanowicz yaptığı konuşmada, Hilton Worldwide'in sürdürülebilirlik adına gerçekleştirdiği projelerini ve markanın bu konudaki hedeflerini açıkladı.

Sürdürülebilirlik konusunda kendilerine katı hedefler koyduklarını kaydeden Paulina Bohdanowicz, "Hilton olarak, gelişmemizi sürdürebilir olarak devam ettirmeyi hedefliyoruz. Biz firma olarak, kendimize oldukça katı hedefler belirledik. Enerji tüketimi, karbon salınımı ve atıklarımızı yüzde 20, su tüketimimizi ise yüzde 10 azaltmayı hedefledik. Çalışmalarımız başarıyla sürüyor. 2014 yılında, bu hedeflerimize ulaşacağız" dedi.

Sürdürülebilirliğin Hilton Hotelleri için iş modelinin bir parçası olduğuna işaret eden Paulina Bohdanowicz, artan nüfus hızı ve kaynakların tükenmesine paralel olarak, gelecek nesiller için bu çalışmaların yapılması gerektiğini anlattı. Dünyada yeterli ve sağlıklı suya ulaşamayan milyarlarca insanın olduğuna dikkat çeken Paulina Bohdanowicz, "Eğer, odalar temizlenirken, 2 kere şifon çekmek yeterli ise, 4 veya 5 kere çekilmesinin önüne geçiyoruz. Hedefimiz gereksiz yere temiz su israfının önüne geçmektir. Mesela, duştan akan suları yeniden arıtarak, tuvalet temizliğinde kullanıyoruz" şeklinde konuştu.

Yerel kültüre değer veriyor, yerel insanları sürece katıyoruz

Hilton Otelleri olarak, bulundukları ülkelerde, yerel kültüre değer verdiklerini, yerel ürünleri kullandıklarını, bölgedeki insanlara istihdam sağlarken, öğrenciler ile işbirliği içinde olduklarını belirten Paulina Bohdanowicz, yerel kaynaklarla işbirliğinin toplumların güçlenmesi anlamına geldiğini söyledi. Hizmet sektörü olan turizmin hedefinin, konuklarına en iyi hizmet edip, yüksek deneyimler yaratmak olduğunu kaydeden Paulina Bohdanowicz, sürdürülebilir dünya için yaptıkları çalışmaları da misafirleri ile paylaştıklarını açıkladı.

Çalışanların motive edilmesi ayrıca çok önemlidir. Çalışanlar yaptıkları tasarruf çalışmalarının sonucunu görmelidir. İnsanlar yaptığımız çalışmalara katılmıyorsa bir sonuca ulaşamayız. Takım üyelerinin sürece katılımı ve eğitim çok önemlidir. Ekip üyelerinin teşvik edilmesi ve sürece dâhil edilmelidir. Birçok çalışan yaptığı işin sürdürülebilirliğin bir parçası olduğunu bilmiyor.

"Biz sürdürülebilirlik ile ne kazanacağız? Daha az atık üreteceğiz. Elektriğin kilovatının en ucuzu, kullanılmayıp. Eğer iyi uygulamaları kullanırsak bu bize doğrudan para getirir. Yeni teknolojilerin kullanılması önemlidir."

Küresel bir sabun projesi başlattıklarını da ifade eden Paulina Bohdanowicz konuşmasını şöyle sürdürdü:

"Otel konuklarımız, sabunlarının sadece %30'unu kullanabiliyor. Geri kalan %70 ise kalıyor. Hayata geçirdiğimiz proje kapsamında, kullanılmış sabunları toplayıp, yeniden kalıp olarak üretilip fakir ülkelere dağıtıyoruz. Böylece, o ülkelerde hastalıkların önlenmesine katkıda bulunacağız. Aynı zamanda, restoranlar ve otellerimizde artan mobilya veya çarşaf gibi malzemeleri de ihtiyacı olanlara dağıtmak için STK'larla iletişime geçiyoruz. Zira sürdürülebilirliğin en önemli parçalarından biri de yeniden kullanımdır. Hilton olarak bu çalışmaları hayata geçirirken, grup bünyesindeki takım üyelerini, çalışanları ve müşterileri projeye katkı sağlaması için sürecin içine katıyoruz" dedi.

Xavier Font, Leeds Metropolitan Üniversitesi Uluslararası Turizm Çalışmaları Müdürü

Leeds Metropolitan Üniversitesi Uluslararası Turizm Çalışmaları Müdürü Xavier Font, tüketicilerin otel seçimi yaparken, yeşilden çok otelin fiyatına baktığını söyledi. Sürdürülebilir turizm için yapılan çalışmaların, iyi bir iletişim ile otel misafirlerine anlatılması gerektiğini kaydeden Xavier Font, “Londra’da yapılan bir araştırmaya göre, insanların %58’i çevreci bir otelde kalmayı istiyor. %33’lük bir kesimde, otellerin bu çalışmaları kar oranını arttırmak için yaptığını düşünüyor. Burada esas olan, kaynakların israf edilmeden kullanılması konusunda yapılan çalışmaların, otel misafirlerine uygun bir iletişim ile anlatılmasıdır. Tabi bunu anlatırken, misafire ‘çevreci olun’ gibi bir yaklaşım sunmakta, onları rahatsız edebilir. Bunun yerine, kaynakları daha az kullanmak için, çevreci lambalar kullanıyoruz gibi bilgi vermek çok daha anlamlı olacaktır” dedi.

Örneğin otelde, çarşaf ve havlularını her gün değiştirmeyen misafirlere farklı hizmetlerin verilebileceğini anlatan Xavier Font, bu misafirlere yerel bir hediye verilebilir, kullanımları için bisiklet sağlanabilir veya yerel bir etkinliği izlemesi organize edilebilir diye belirtti.

Sürdürülebilir turizm ile marka imajına katkı sağlanabilir

Sürdürülebilir turizm için yapılan çalışmaların marka imajına katkı sağlayabileceğine değinen Xavier Font, şunları söyledi:

“Tatile gelen misafirleriniz, sürekli sizin ‘Ben sürdürülebilir bir otelim’ demenizden rahatsız olurlar. Bu nedenle, sürdürülebilirliği ilgi çekici bir hale getirmelisiniz. Mesela, ‘otelimizde daha çok eğleneceksiniz, benzersiz bir tecrübe yaşayacaksınız’ diyebilirsiniz. Veya otel misafirlerinize, yerel bir ekmek fırını önerebilir, toplu taşıma imkânları hakkında bilgi verebilirsiniz. Bir başka örnek olarak, kamu ulaşımıyla gelenlere ufak indirimler yapabilirsiniz. Neden diye sorduklarında da, toplu taşımanın karbon salınımını azalttığını söyleyebilirsiniz. Size saygı duyacaklardır ve bu da marka imajınıza büyük katkı sağlayacaktır. Aynı zamanda, yerel yiyecekler ve yöresel kıyafetler var ise bunları da anlatabilirsiniz. Tüm bunlar, sürdürülebilirliği oluşturur. Özellikle misafiriniz otele gelmeden bu bilgileri onlara iletmelisiniz. Kısaca, onlara sürdürülebilirlik için yaptıklarını iletmenin farklı bir yolunu bulmalısınız. Zira anlatımlarınızda, ‘Gerçek İstanbul’u ziyaret etmek istiyorsanız, size gerçek İstanbul’u anlatacak bir otelde kalmalısınız’ diyebilirsiniz. Dünyanın en büyük sekizinci zinciri Sol Melia yeşil sertifikası olmayan tedarikçilerle çalışmıyor. Sol Melia bu konuda pazar kaybetmesine rağmen geri adım atıyor. Yeşil bir otelim deyip sakın aşırı lüks tasarımlar yapmayın. Bu her şeyi mahveder” şeklinde konuştu.

Sürdürülebilirliği bilinç oluşturmak ve davranış değiştirmek için de uygulayabilirsiniz. Bazı insanlar çevreci konularla gerçekten ilgileniyor. Asla müşteriye çevreci olun demeyin. Spesifik olun. Müşterilerinize ‘bu tur davranışın bu tur sonuçları olacaktır’ açıklamasında bulunun.

Sürdürülebilir yarınlara için herkese görev düştüğünü de sözlerine ekleyen Xavier Font, “Dünyanın geleceği için herkese görev düşüyor. İsraf edilen kaynaklara ilişkin, karşıdakini suçlamak yerine, önce konuyu kendimize çevirmeliyiz ve sürdürülebilirlik adına farklı ne yapabiliriz diye düşünmeliyiz” dedi.

Jane Ashton, TUI Sürdürülebilir Turizm Geliştirme Müdürü

Sürdürülebilir turizm konusuna hassasiyetle eğildiklerini kaydeden TUI Sürdürülebilir Turizm Geliştirme Müdürü Jane Ashton, “Çevresel etkileri en aza indirmeye çalışıyoruz. Kurum olarak, karbon yönetimine odaklandık. Havayolları, enerji yönetimi ile büyük tasarruf sağladılar. Havacılıkta, daha tasarruflu uçaklar satın alıyoruz. Uçaklarda, bio-yakıtlar kullanılmaya başlandı. Gelecek 3 yıl içinde karbon oranını daha da azaltmış olacağız. Destinasyonlarda, çevresel etkileri en aza indirilmiş tesislerle çalışıyoruz. İş otellerinde, TravelLife konseptine yöneldik” dedi.

Seyahat endüstrisinde kullanılan suyun, karbon emisyonu ile enerji tüketiminin büyük engel olarak karşısına çıktığını anlatan Jane Ashton, karbondan ton başına 2-3 pound gibi para kesimlerine başlandığını söyledi. Kaynakları daha az tüketip maliyetleri düşürmenin yanı sıra, kültürel mirasların korunmasına yönelik stratejiler geliştirdiklerini de ifade eden Jane Ashton, “Misafirlerimize, sürdürülebilir tatil paketleri hazırlıyoruz. Hem yerel kültür ile içi içe olmalarını sağlarken, diğer yandan gittikleri bölgelerde bıraktığı kirliliği en aza indirmeye çalışıyoruz. Aynı zamanda sürdürülebilirlik konusunda yarattığımız farkındalık ile bireyleri bilinçlendirerek daha fazla sürecin içine katılmalarına katkı sağlamış oluyoruz. Nitekim sürdürülebilir kalkınma, herkesin katkısıyla gerçekleşecektir” şeklinde konuştu.

Sürdürülebilirlik için yaptıkları çalışmaların doğaya, çevreye ve sektöre katkılarının yanı sıra, işletme içinde motivasyonu arttırdığını ve verimlilik sağladığını da sözlerine ekleyen Jane Ashton, dünyanın sürekli bir gelişim ve değişim içinde olduğunu, insanların ve toplumların beklentilerinin değiştiğini, dünyanın geleceği konusunda herkesin hassas olduğunu belirterek, “Artık insanlar, bir ürün alırken, o firmanın topluma ve dünyaya katkısı olmasını da istiyor. Katma değer yaratan, değer katan şirketleri tercih etmeye başladılar” dedi.

