

## İŞLETMELERDE ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK BİLİNCİ VE YEŞİL İŞLETMECİLİK UYGULAMALARI İLE İŞLETME BAŞARISI ARASINDAKİ İLİŞKİ<sup>1</sup>

### AWARENESS OF ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY IN ENTERPRISES AND THE RELATIONSHIP BETWEEN GREEN BUSINESS PRACTICES AND BUSINESS SUCCESS

**Burak ŞENOCAK\*, Yeliz MOHAN BURSALI\*\***

\* Mezun Yüksek Lisans Öğrencisi, Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, b-senocak@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-4034-3836>

\*\* Yrd. Doç. Dr., Pamukkale Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, ybursali@pau.edu.tr, <https://orcid.org/0000-00015239-8689>

#### ÖZ

Çalışmanın amacı işletmeleri çevresel sürdürülebilirlik bilinci ve yeşil işletmecilik faaliyetleri açısından incelemektir. Bu yönde ilk olarak işletmeleri, bir çevre standardı olan OEKO-TEX Standart 100 sertifikası almaya yönelen faktörler araştırılmıştır. İkinci olarak işletmelerin işletme fonksiyonlarına ilişkin çevresel faaliyetleri yerine getirme düzeyleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Üçüncü olarak ise yeşil işletmecilik faaliyetleri ile işletmelerin başarı göstergeleri arasında bir ilişki olup olmadığı araştırılmıştır. Bu doğrultuda Denizli'de faaliyet gösteren OEKO-TEX Standart 100 sertifikasına sahip işletmeleri kapsayan bir alan araştırması yürütülmüştür. 54 işletme araştırmaya katılmayı kabul etmiştir. Bulgulara göre işletmelerin OEKO-TEX Standart 100 Sertifikasına sahip olmalarında ekonomik faktörlerin etkili olduğu görülmektedir. İşletmelerin faaliyetlerini büyük ölçüde çevresel sürdürülebilirlik anlayışına uygun olarak gerçekleştirdikleri ve işletmelerin çevre bilincine sahip oldukları görülmektedir. Çevresel sürdürülebilirliğe yönelik yeşil işletmecilik faaliyetleri ile işletme başarı göstergeleri arasında anlamlı bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir.

*Anahtar Kelimeler:* Çevre, Çevresel Sürdürülebilirlik, Yeşil İşletmecilik, Tekstil İşletmeleri.

**Jel Kodları:** M10, M14, Q50, Q56.

#### ABSTRACT

The objectives of study are to examine environmental sustainability awareness, and green business activities. In this respect, firstly, the factors that have led enterprises to obtain an environmental standard Oeko-Tex Standard 100 certificate have been researched. Secondly, attempts have been made to determine the levels of environmental activities related to business functions. Thirdly, it has been investigated whether there is a relationship between green business activities for environmental sustainability and success indicators of the enterprises. In this respect, a field survey covering Oeko-Tex Standard 100 certificates operating in Denizli province was conducted. 54 enterprises agreed to participate in the research. According to findings, it seems that economic factors are influential when companies want to have OEKO-TEX Standard 100 Certificate. It is seen that the enterprises perform their activities to a great extent in accordance with the understanding of environmental sustainability and that the enterprises have environmental awareness. There is a meaningful relationship between the green management activities for environmental sustainability and the business success indicators.

**Keywords:** Keyword, Keyword, Keyword, Keyword.

**Jel Codes:** M10, M14, Q50, Q56.

<sup>1</sup> Bu makale 1. yazarın 2. yazar danışmanlığında Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde gerçekleştirdiği yüksek lisans tez çalışmasından üretilmiştir.

## 1. GİRİŞ

Çevresel sorunlar geçmişten günümüze kadar insan ve doğa için çok önemli bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Sanayi devrimi ile beraber başlayan ve günümüze kadar süren sanayileşme hareketleri ile birlikte hızla artan insan nüfusu, kentleşme ve artan tüketim ihtiyacı kıt kaynakların sorumsuzca ve gereğinden fazla kullanılmasına, çevrenin ve doğal dengenin hızlı bir şekilde yok olmasına yol açmaktadır. İnsan ihtiyaçlarının her geçen gün daha da artması, bazı işletmelerin bu ihtiyaca cevap verme isteği ile kontrolsüzce ve kazanç odaklı bir anlayışı benimseyerek çevreyi tahrip etmelerine neden olmaktadır. Bu anlayış çevre kirliliğine yol açarak doğal dengenin bozulmasına ve işletmelerin ihtiyaç duydukları kıt doğal kaynakların hızla azalmasına ve tamamen yok olmasına neden olmaktadır. Bu durum ise işletmelerin faaliyetlerini çevreye duyarlı bir şekilde yerine getirmeleri hem işletmelerin varlıklarını devam ettirmeleri hem de çevrenin sürdürülebilir bir yaşam alanı olması açısından zorunlu bir hale dönüşmektedir. Ayrıca her geçen gün toplum içinde hızla artan çevre bilinci, müşterilerin çevre hassasiyeti, çevresel olaylara karşı kamuoyunun ilgisi ve gösterilen tepkiler, artık günümüzde işletmelerin çevre ile olan ilişkilerini sorgulamalarını hem bir ihtiyaç hem de zorunluluk olarak gündeme getirmektedir. Bu yüzden işletmelerin içinde de bulunduğu çevrenin yaşanabilirliğinin ve sürekliliğinin sağlanması için işletmelerin yönetim stratejilerini bu değişen koşullara uygun hale getirmeleri gerekmektedir. Bu amaçla işletmeler faaliyetlerini çevresel sürdürülebilirlik anlayışına uygun bir şekilde yerine getirirken çevresel sürdürülebilirlik doğrultusunda yeşil işletmecilik uygulamalarına daha fazla önem vermesi gerekmektedir.

Çevresel sürdürülebilirlik çerçevesinde benimsenen yeşil işletmecilik anlayışı, işletmelerin faaliyetlerini doğal dengeyi koruma amaçlı, çevreye verilen zararın en alt seviyeye indirildiği; işletmelerin üretim, insan kaynakları, pazarlama, finansman ve

Ar-Ge faaliyetlerini çevre odaklı bir şekilde yerine getirdiği modern bir anlayıştır. Bu anlayış işletmelerin çevreye ve topluma karşı olan sorumluluklarını yerine getirmesini sağlarken aynı zamanda ihracat, rekabet gücü, yeni pazarlara girme şansı, müşteri tatmini gibi konularda da önemli avantajlar sağlamaktadır.

Bu çalışmada işletmelerin çevresel sürdürülebilirlik noktasında sahip oldukları bilinç ve çevresel duyarlılığa ilişkin bakış açıları incelenmeye çalışılmaktadır. Ayrıca işletme başarısı üzerinde etkisi bulunan çevresel sürdürülebilirliğe yönelik yeşil işletmecilik faaliyetleri ile işletme başarı göstergeleri arasındaki ilişki çeşitli boyutları ile birlikte ele alınmaktadır. Bu doğrultuda öncelikle genel olarak çevre kavramı, çevre bilinci, çevresel sürdürülebilirlik kavramları ile yeşil işletmeciliğe ilişkin kuramsal bilgiler yer almaktadır. Daha sonra araştırma kısmı ele alınmıştır. Araştırma kısmında Denizli ilinde faaliyet gösteren OEKO-TEX Standart 100 sertifikasına sahip tekstil işletmelerinden anket tekniği ile elde edilen veriler değerlendirilerek analiz edilmiştir. Anket verileri elde edildikten sonra ankete katılan işletmelerin çevresel sürdürülebilirlik bilincine sahip olup olmadığı, yeşil işletmecilik faaliyetlerini çevresel sürdürülebilirliğe uygun bir şekilde ne derece gerçekleştirdiği, işletmelerin uluslararası standartlara sahip OEKO-TEX Standart 100 sertifikasına sahip olmayı istemelerindeki etkili olan faktörler tespit edilmeye çalışılmıştır. İşletmelerin çevresel sürdürülebilirliğe uygun olarak gerçekleştirdiği faaliyetler ile işletme başarı göstergeleri arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla korelasyon ve regresyon analizleri uygulanmış ve bulgular değerlendirilmiştir.

## 2. ÇEVRE KAVRAMI VE ÇEVRE BİLİNCİ

İnsanlar diğer canlılar gibi tek başlarına hayatlarını sürdürüp koruyamazlar. İnsan varlığını devam ettirebilmek için hem doğaya hem de sosyal bir varlık olması sebebiyle etkileşim içerisinde

bulunabileceği diğer canlı varlıklara muhtaçtır. Bundan dolayı insanın çevre ile olan etkileşimi onun aynı zamanda varlığını sürdürebilmesi açısından hayati bir önem taşımaktadır. Bu çevresel farkındalık içinde yaşadığımız ve bize türlü armağanlar sunan doğaya karşı bazı sorumluluklar üstlenmemizi zorunlu kılmaktadır. 20. Yüzyılın sonlarına doğru ortaya çıkan felaketler, tükenmiş tarım alanları, balık yatakları ve ormanlar; kalabalık kent nüfusları, yoksulluk, bulaşıcı hastalıklar ve göçler bölgesel sınırların ötesine geçmeye başlamaktadır. Bizler kendi ihtiyaçlarımızı giderirken, maalesef gelecek kuşakların ihtiyaçları da yok edilmektedir (Hart, 2008: 112). İçinde yaşadığımız 21. yüzyılda doğal kaynakların aşırı ve dengesiz kullanımı sonucu, ortaya çıkan çevre sorunları ve felaketlerin, insanlar dâhil dünyadaki her türlü canlının yaşamını tehdit eden boyutlara ulaştığı, bugün artık herkesçe bilinmektedir (Kızılırmak, 2011: 2).

Teknolojik gelişmelerde yaşanan hızlı artış, doğal kaynakların tükenebilecek kaynaklar olduğunu unutturarak bitip tükenmez kaynaklarmış gibi kullanılmasına neden olmuş ve sonunda büyük bir çevre kirliliği meydana gelmiştir. Doğa ve insanoğlu birbirinden ayrılmaz bir sistem olduğu için doğanın geleceğine dair kaygılar insanlığın gelecek korkusunu da beraberinde getirmektedir (Alagöz, 2007: 1). İnsanoğlunun sürekli yükselme ve güçlenme arzusu para kazanma hırsıyla birleşerek çevreye ait olan değerlerin gün geçtikçe azalmasına yol açmaktadır. İnsanların yaşadıkları çevreye verdikleri zararlar ve doğanın bu zararlara tepkisi son yıllarda artan doğal felaketler ve iklim değişikliklerinde açıkça görülmektedir. Artık gerek bireylerin gerekse kurum ve kuruluşların çeşitli tedbirler alması, çevreye daha fazla önem vermesi ve kaynakları dikkatle kullanması gerekmektedir (Çabuk vd., 2010: 2). Son yıllarda meydana gelen küresel ısınma sorunları, asit yağmurları, tarımsal gıdaların kirlenmesi ve GDO'lu ürünler, içme sularının kirlenmesi gibi birçok neden başta insanlar olmak üzere tüm canlıların hayatlarını riske atmaktadır.

Çevre sorunları, günümüzde en çok tartışılan, çözüm bekleyen ve tüm insanlığı ilgilendiren bir konu haline gelmiştir. Bireylerin bu konuya ilişkin farkındalık geliştirmesi ve buna yönelik tedbirler alması sorunların çözümünde önemli bir adım olarak görülmektedir (Tunç vd., 2012: 227).

Çevre kelimesi etimolojik olarak incelendiğinde en basit olarak etraf, muhit, civar gibi anlamlara gelse de bugün içinde bulunduğumuz süreçte birçok konuya özgün çevre tanımı bulunmaktadır (Demirekin, 2001: 22; Karabulut, 2003: 3; Alım, 2006: 599 Kızılıboğa ve Batal, 2012: 192; Ağacan, 2014: 5; Bal, 2014: 9). Hızla gelişen çağımızda hayatımıza yeni kavramların girmesi ve bu kavramları doğrudan ya da dolaylı bir şekilde etkileyen değişkenlerin ifade edilebilmesi için gerekli olan argümanlar, çevre tanımını genişletmektedir. Günümüzde sosyolojik, ekolojik, ekonomik ve fen bilimi alanlarında kullanılan birçok çevre tanımı bulunmaktadır. Yeşil işletmecilik ve yeşil yönetim kavramları incelenirken sadece tek bir çevre tanımına bağlı kalmadan tüm bu alanlardaki çevre kavramlarının birbirleriyle olan ilişkisinin göz ardı edilmemesi konunun daha iyi bir şekilde anlaşılmasını ve kavranmasını sağlayacaktır. Tüm bu bilgilerin ışığında çeşitli çevre tanımları yapılabilmektedir. 2872 sayılı Çevre Kanunu'nun "Tanımlar" başlıklı 2. maddesine göre çevre, "canlıların yaşamları boyunca ilişkilerini sürdürdükleri ve karşılıklı etkileşim içinde buldukları biyolojik, fiziksel, sosyal, ekonomik ve kültürel ortamı" ifade etmektedir (Kızılıboğa ve Batal, 2012: 192). Çevre insanın yanı sıra canlı organizmaları çevreleyen insan, hayvan, bitki ve mikroorganizmaların hava, su, toprak ile karşılıklı olarak etkileşim halinde bulunmasıdır (Lilian, 2015: 52). Genel bir tanımla çevre, canlı ve cansız varlıkların bir arada buldukları, birbirlerini etkiledikleri ve iletişim içinde yaşadıkları ortamı ifade etmektedir (Demirekin, 2001: 22). İnsanların, kurum ve kuruluşların içerisinde buldukları çevresel ortamda sağlıklı

olabilmeleri için çevre bilincine sahip olmaları gerekmektedir. Çevre bilinci; doğanın daha iyi anlaşılması, sevilmesi ve ona saygı duyulmasını gerektiren bir bakış açısı; doğaya karşı bilinçli olarak sevgi ve saygıyı içeren bir yaklaşımdır (Gök ve Türk (2011: 127) denilebilir ve bu noktada toplumun tüm kesimlerine ama toplumun ve dünyanın kaynaklarını kullanan işletmelere özellikle büyük bir görev düştüğü belirtilebilir.

### 3. ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Çevre, canlıların yaşamsal işlevlerini, biyolojik, ekonomik, sosyal ve kültürel yaşamlarını devam ettirdiği ortamdır. İşletme yönetiminde çevre ise, organizasyonun sınırları dışında kalan her şey olarak tanımlanabilmektedir (Akatay ve Aslan, 2008: 315-316).

Günümüzde işletmelerin, hangi sektörde faaliyet gösterirlerse gösterecekleri çevresel sorunlara duyarlı olmadan varlıklarını devam ettiremeyeceklerini anladıkları ifade edilebilir. Bu değişen yaklaşım doğrultusunda, işletmeler yapacakları her türlü faaliyetin çevre boyutunu iş stratejilerine ve uzun vadeli planlarına almak ve uygulamak zorundadırlar (Atay ve Dilek, 2013: 204). Zira son yıllarda tüketicilerin çevre konusundaki artan bilinçleri, çevreci örgütler, küresel çevre toplantıları ve hükümetlerin çevre programları işletmelerin yeşil işletmecilik anlayışını benimsemesini zorunlu kılmaktadır. Çünkü her türlü pazarda çevresel duyarlılık artık rekabet **üstünlüğü** ve avantajı sağlamaktadır. Öte yandan işletmelerin yeşil işletmeciliği benimsemeleri çevreye duyarlı bir tutumla çevrenin ve tüketicilerin ihtiyaçlarının da karşılanmasını sağlamaktadır. Şöyle ki işletmelerin bu yaklaşımla üretimdeki maliyetleri minimize etmesi (tasarruf politikaları, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı) ve satış karlılığındaki artışlarla beraber tüketim talebindeki artış (tüketicilerin çevreye duyarlı ürünleri tercihi) işletmeler açısından önemli bir avantaj sağlamaktadır. Bu

sebeple çevreye duyarlı işletmeler, sosyal sorumluluk anlayışıyla hem çevre dostu müşterileri memnun etmek hem de rekabet üstünlüğü sağlamak için çeşitli yeşil işletmecilik stratejilerine yönelmişlerdir. İşletmelerin yeşil işletmecilik stratejilerini benimsemesi ve yönetim aşamasını yeşil yönetim anlayışına bağlı kalarak sürdürmesinin işletmelerin daha başarılı bir performans sergilemesine katkı sağlayacağı ifade edilebilir.

Son yıllarda çevresel sürdürülebilirlik anlayışının giderek önem kazanması ve işletmelerin de sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında aktif rol alması, işletmelerin içinde bulunduğu topluma ve çevreye karşı sosyal sorumluluk taşımasını gerekli kılmaktadır. İşletmelerin sosyal sorumluluk anlayışı ile hareket etmeleri çevresel sürdürülebilirliğin sağlanmasına önemli katkılarda bulunacak ve çevre bilincinin gelişmesinde önemli bir rol oynayacaktır. Kaynakların aşırı şekilde tüketilerek gelecek nesillerin unutulması, sadece üretim ve tüketim anlayışının egemen olduğu faaliyetler ve bu faaliyetlerin sonuçları dünyanın giderek tükenmesine ve dünyanın sürdürülebilirliğine karşı açık bir tehdit oluşturmaktadır.

Sürdürülebilirlik, doğal çevreyi ve doğal kaynakları, gelecek nesillerin kullanma hakkını saklı tutarak tüketme ilkesidir. Sürdürülebilirlik, kaynakların zaman içerisinde hem günümüzdeki neslin kendi arasında, hem de günümüzün nesli ile gelecek nesiller arasında adil bir şekilde dağıtımını ifade etmektedir. Sürdürülebilirlik sadece aşırı kaynak tüketiminden kaynaklı bir çevre sorunu değildir aynı zamanda toplumsal, kültürel, ekonomik ve siyasi çözümlere de bağlı olarak gerçekleştirilebilecek bir projedir. İşletmeler geleceğe yönelik olarak sürekliliklerini sağlamak için sürdürülebilirliği stratejilerinin bir parçası olarak görmelidirler (Altuntuğ, 2009: 4; Yanık ve Türker, 2012: 295-296). Çevresel sürdürülebilirlik gelecek kuşakların ihtiyaç duyacağı kaynakların varlığını ve kalitesini tehlikeye atmadan, hem bugünün hem de gelecek kuşakların çevresini oluşturan tüm

çevresel değerlerin sosyal, ekonomik, fiziki vb. alanlarda ıslahı, korunması ve geliştirilme sürecidir (tr.wiktionary.org).

Yeşil ve temiz bir dünya içerisinde yaşamak, çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması ve işletmelerin topluma ve çevreye karşı taşıdığı sosyal sorumluluklar, işletmelerin geleceğe yönelik plan ve beklentilerini ve tüm faaliyetlerini çevreye duyarlı bir şekilde yeniden gözden geçirmesine neden olmaktadır. Tüm bu süreç işletmelerin günümüzün modern bir yönetim sistemi olarak yeşil işletmeciliği benimsemelerini ve eski geleneksel yönetim uygulamalarından vazgeçmelerini zorunlu kılmaktadır. Yeşil işletmecilik işletmenin kurulduğu ilk günden itibaren tüm faaliyet süreçlerini kapsayan ve işletmenin genelini esas alan bir kavram olup, sonraki başlıkta detaylı olarak ele alınmıştır.

#### 4. YEŞİL İŞLETMECİLİK

Son yıllarda hızla gelişen teknoloji ve iletişim olanakları, yaşanan küresel ve bölgesel çevre felaketleri, tüketicilerin artan çevre kaygıları, işletmelerin çevre odaklı stratejiler geliştirmesini zorunlu kılmaktadır. Ulusal ve uluslararası pazarlara girebilmek ve bu pazarlarda kalıcı olabilmek, rakiplere karşı üstün bir rekabet avantajı kazanmak artık bilinen eski yöntemlerle sağlanamamaktadır. Değişen dünyaya uyum sağlamak, tüketicilerin ve toplumun gözünde iyi bir imaj oluşturmak, çevreye dost üretim ve teknolojilerin kullanılması, üretilen ürünün çevreyi kirlenmemesi, çevreci pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi, geri dönüşüm ve vergi teşvikleri gibi araçların üretim maliyetlerini düşürmesi, işletmeleri yeşil işletmecilik uygulamalarına yöneltmektedir.

Günümüzde gittikçe dinamikleşen çevrecilik anlayışı, işletmelere büyük sorumluluklar yüklemektedir. 21. yüzyılın işletmeleri, yeşil işletmeciliği bir felsefe, hatta bir yaşam biçimi haline getirmekten ve gelecek nesillere yaşanabilir bir dünya bırakmaktan öncelikli bir biçimde sorumlu

olmaktadır. Buna bağlı olarak 21. yüzyılın başarılı işletmecilik anlayışının en önemli kaynaklarından biri de, yeşil stratejiler yaratmak ve oluşturmaktır. Çevre kirliliğinde önemli rol sahibi olan işletmeler, insanların bu konuya artan duyarlılıkları neticesinde çevrenin korunmasına özen göstererek, bunu bir rekabet aracı olarak görmektedirler. Çevreye duyarlı olan işletmeler aldıkları çevre dostu semboller ve ödüller aracılığı ile tanınmakta ve tüketiciler tarafından takdir edilmektedirler (Emgin ve Türk, 2004: 2-3; Emhan, 2007: 248). Yeşil işletmecilik kavramsal olarak işletmelerin tüm faaliyet sürecini kapsamakta ve geniş bir anlam içermektedir. Bu sebepten dolayı yeşil işletmeciliği tanımlarken sade ve tek yönlü bir tanım yapılamamaktadır. Araştırmacılar yeşil işletmeciliği tanımlarken işletmeyi genel ve bir bütün olarak ele almışlardır. Yeşil pazarlama, yeşil yönetim gibi kavramlar kısmen yeşil işletmecilik kavramı ile karıştırılsa da yeşil işletmecilik daha geniş anlamda ve işletmenin tüm faaliyetlerini kapsayan bir özellik taşımaktadır. Tüm bu bilgilerin ışığında Nemli (2001: 212-213), yeşil işletmeciliği, ekolojik çevreyi karar alma süreçlerinde önemli bir unsur olarak ele alan, faaliyetlerinde çevreye verilen zararı minimuma düşürmeyi veya tamamen ortadan kaldırmayı amaç edinen ve bu çerçevede, ürünlerin tasarımını, paketlenmesini ve üretim süreçlerini değiştiren, ekolojik çevrenin korunması felsefesini işletme kültürüne yerleştirmeye çalışan, sosyal sorumluluk kapsamında topluma karşı görevlerini yerine getiren işletmelerin benimsediği bir anlayış olarak tanımlamaktadır. Benzer bir tanım olarak yeşil işletmecilik, çevreye en az zarar verecek hatta bu zararı tamamen betaraf edecek alternatifler üzerine odaklanmak, tedarikçilerini ve tedarikçilerini bu zihniyetle seçmek, yeşil ürün ve hizmeti bir pazarlama stratejisi olmaktan öteye götürmek ve yeşil yaşam kalitesinin yaratıcısı olarak tanımlanabilmektedir (Emgin ve Türk, 2004: 6-7).

Şirketler eninde sonunda, dünyamızın ekosistemini eski haline getirmek, sürdürmek ve genişletmek zorundadırlar. Bunun en önemli sebebi yaşamsal ihtiyaçlarını ve biyolojik kaynaklarını çevreyle beraber sürdürmek zorunda olmalarıdır. İnsan ihtiyaçları artıkça ve ihtiyaca olan bakış açısı değiştikçe, bozulan ekosistemin neden olduğu maliyet yükü ile beraber tüketicilerin çevre bilincinin giderek yükselmesi işletmeler üzerindeki baskıları artırmaktadır (Lovins vd., 2008: 81). İşletmelerin yeşil değerine sahip çıkması tüketiciler başta olmak üzere toplumun diğer kesimlerinde de çevre bilincinin gelişmesinde itici bir güç haline gelmektedir. Böylece toplumda çevre bilincinin gelişmesiyle beraber çevrenin korunması daha kolay hale gelebilecektir. Şüphesiz ki bu süreçten en kazançlı çıkacak olan taraf yine işletmeler olacaktır. Shrivastava (1995; 130), yeşil işletmecilik anlayışının işletmelere; sürdürülebilirliğin ve yaşam kalitesinin artırılması gibi amaçlar, çevreye duyarlı ürün tasarımı, kaynakların etkin yönetilmesi, tüketicilerin eğitilmesi ihtiyacı, çevresel maliyetlerin dikkate alınması gibi farklılıklar kazandırdığını öne sürmektedir.

Bu çalışmada yeşil işletmecilik konusuna bağlı alt başlıklar incelenirken bu konulara dair bilgiler genel olarak yeşil işletmecilik çerçevesinde değerlendirilecektir. Söz konusu başlıklar (yeşil pazarlama, yeşil muhasebe, yeşil tüketici...) çok geniş alanlara sahip ve özel uzmanlık gerektiren konulardır. Bu sebeple söz konusu başlıklar çalışmanın temel konusu olan yeşil işletmecilik çatısı altında incelenerek esas konudan fazla uzaklaşmadan ve gereksiz detaylara girmeden genel olarak sunulmaya çalışılacaktır.

#### 4.1. Yeşil İşletmenin Kurulması

Yeşil işletmecilik faaliyetlerinin başlangıcı, işletmelerin kuruluş aşamalarıyla beraber başlamakta, kuruluş yerinin seçimi ve kurulacak tesisin çevresel yeterliliği yeşil işletmecilik açısından ilk adımları oluşturmaktadır. Kurulacak tesisin yer seçiminde çevresel etkilerin dikkate

alınması ve kurulacak binanın çevreye zarar vermeyecek şekilde tasarlanması, yeterli teknoloji ve donanımlara sahip olması geri dönülemeyecek bir çevre felaketinin oluşmasını önceden engellemektedir.

Yer seçimi kararlarında çevre bilincinin önemsenmemesi, doğal çevrenin giderek yok olmasına ve ekonomik kaynakların yenilenme gücünü kaybetmesine sebep olmaktadır. Doğal kaynaklar dikkate alınmadan yapılan fiziki planlar sonucu, doğal değerler yok edilmekte ve taşıma kapasiteleri zorlanarak yenilenemez hale getirilmektedir (Meydan, 2013: 175-176). Yanlış arazi kullanımından doğabilecek çevresel sorunları önlemenin en önemli ve etkili yolu arazi kullanım planı yapılırken çevre düzeninin korunmasının amaçlanmasıdır. Bu amaçla arazi seçimi yapılırken işletme tesisinin kurulacağı alandaki doğal kaynaklar ve ekolojik sistem tespit edilmeli ve işletmenin kuruluş yeri seçimi yapılırken çevreye zarar vermeyecek alanlar üzerinde tercihler yapılmalıdır.

Yeşil işletme karar alma süreçlerinde ekolojik çevreyi önemli ve etkili bir unsur olarak göz önünde bulunduran, çevreye en az zarar verecek ve bu zararı tamamen bertaraf edecek alternatifler üzerinde odaklanan işletmedir (Ceyhan ve Ada, 2015:116-117). Yeşil işletmelerin kurulmasındaki en önemli aşamalardan birisi de kurulacak tesis yapısının çevreye duyarlı, çevre dostu yani yeşil binalar/tesislerden oluşmasıdır. İyi tasarlanmış yeşil binalar, standart binalara göre tesisleşme maliyetlerini düşürmekte, çalışanların verimliliğini arttırmakta, işgörenlerin işe devam sorununu ortadan kaldırmakta ve işe olan bağlılıklarını kuvvetlendirmektedir (Lockwood, 2008: 12). Yeşil binalar çevreye zarar vermeyen, çevre dostu teknoloji ve çevreci tasarımlarla oluşturulmuş yapıları ifade etmektedir. Üretim süreçlerinde çevreye zarar vermeyen teknolojiler kullanan, kaynak ve enerjinin etkin ve verimli bir şekilde kullanılmasını sağlayacak altyapıya sahip, yenilenebilir enerji kaynakları kullanabilen ya da kendi enerjisini üretebilen, atıkları tekrar kazanarak veya sıfır zararlı hale

getiren yeşil binalar çevre düzeninin korunmasına önemli katkılar sağlamaktadır.

#### 4.2. Yeşil Üretim

Üretimlerini gerçekleştiren işletmelerin çevreden elde ettikleri kaynakları etkin ve verimli kullanmaması çevre kirliliğine ve kaynakların giderek tükenmesine yol açmaktadır. İşletmelerin yeşil işletmecilik anlayışı çerçevesinde üretim süreçlerini ve yöntemlerini çevreye duyarlı bir hale getirmesi gerekmektedir. Çevre dostu teknolojinin kullanılması, çevreci inovasyon, geri dönüşüm yöntemleri gibi birçok aracın işletmelerin üretim süreçlerinde kullanılmaya başlaması yeşil üretim anlayışının doğmasına sebep olmuştur.

Yeşil üretim, çevreye zarar vermeyen girdiler kullanan, yüksek verimliliğe sahip olan ve çok az veya sıfır atık içeren ve kirlilik yaratmayan üretim süreçlerini kapsamaktadır. Yeşil üretim atık ve kirliliğin engellenmesi ve azaltılmasını, geri dönüşümü ve yeşil ürün tasarımını içeren faaliyetler çerçevesinde ele alınabilir. Çevreye etkileri minimum veya az olan ürünlerin üretilmesi yeşil üretim için en basit yaklaşımdır (Yavuz, 2010: 77). Şirketler, rakiplerine oranla, daha büyük çevresel faydalar sağlayan ya da çevresel maliyetleri daha düşük olan ürünler yaratabilir ya da bu tür süreçleri kullanabilirler. Böyle çabalar şirket maliyetlerini artırabilmektedir ama öte yandan daha yüksek fiyat talep etmelerini, ek pazar payı elde etmelerini ya da her ikisini birden sağlayabilmelerine olanak yaratmaktadır (Reinhardt, 2008: 56).

Ancak yeşil üretimi daha kapsamlı ve daha aktif hale getirmek için üretim sürecinin her basamağında gerekli işlemlerin yapılması ve tüm işletmenin faaliyetlerini kapsayacak genel bir tutum içerisinde bulunulması gerekmektedir. Yeşil üretim sürecini etkileyen en önemli unsurlardan birisi kaynak kullanımınıdır. İşletmelerin kaynak seçiminde yenilenebilir enerji kaynaklarını (su, hava, güneş, rüzgar...) kullanması hem çevre kirliliğinin azaltılmasını sağlayacak hem de işletmeler açısından uzun vadede

daha az maliyetli kaynak kullanımını sağlayacaktır. Yeşil üretim sürecinde kullanılan kaynak seçimi dışında yeşil mühendislik (çevre mühendisliği) ve Ar-Ge (araştırma ve geliştirme) faaliyetleri de işletmenin yeşil üretim sürecinin daha başarılı ve verimli olmasını sağlayacak önemli etkenlerdir. Yeşil üretim sürecinin en önemli basamaklarından birisi de yeşil teknolojinin (çevre dostu teknoloji) geri dönüşüm teknolojisinin üretim sürecine dâhil edilmesi ve kullanılmasıdır. Şüphesiz ki çevre dostu ürünler üretmek için çevre dostu teknolojinin kullanılması gerekmektedir. Çevre dostu ürünün hammadde aşamasından mamul aşamasına dönüştürülene kadar geçen sürede kullanılan ekipman ve malzemelerin çevreyi kirletmeyen, enerji ve kaynak tasarrufu sağlayan bir teknolojiye sahip olması gerekmektedir. Aynı şekilde ürünün oluşumundan sonra ortaya çıkan atıkların filtrelenmesi veya geri dönüşüm ile tekrar üretime kazandırılması yeşil teknoloji sayesinde olmaktadır. Yeşil üretim olanaklarının belirlenmesindeki bir diğer önemli aşamanın yeşil inovasyon aşaması olduğu söylenebilir. Çevresel inovasyon, sürdürülebilir kalkınmayı destekleyecek şekilde, çevreye verilen zararların azaltılmasını sağlayacak yeni fikir, tutum, ürün ve süreçlerin geliştirilmesi ve uygulanmasıdır (Rennings, 2000: 322).

#### 4.3. Yeşil Pazarlama

İşletmelerin yeşil üretim olanaklarını kullanarak yeşil ürünleri tercih etmeleri, tedarikçilerden tüketiciye uzanan tüm süreçte çevreye uygun faaliyetleri seçmeleri yeşil pazarlama anlayışının doğmasına sebep olmuştur. Yeşil pazarlama sayesinde çevreye olan zarar minimum düzeye indirilmekte, çevreye duyarlı tüketicilerin ilgi ve ihtiyaçları karşılanabilmektedir.

Çevreci pazarlama olarak da bilinen yeşil pazarlama, pazarlama faaliyetlerine doğal çevre ile ilgili boyutların dâhil edilmesi demektir (Crane, 2000: 278). Stanton ve Futrell (1987) ise yeşil pazarlamayı insan ihtiyaçlarını ya da isteklerini karşılamak için gerekli tüm faaliyetlerin doğal çevreye

en az zarar verecek şekilde gerçekleştirilmesi olarak tanımlamaktadır (Almaçık, 2009: 50). McDaniel ve Rylander (1993: 4), yeşil pazarlamayı yeşil tüketicilere ulaşmayı hedefleyen pazarlama stratejilerinin tümü olarak ifade etmektedir. Yeşil pazarlama kavramı tanımlardan da anlaşılabilceği gibi çevre ile pazarlama faaliyetlerinin bütünleştirilerek çevre düzenini korumayı sağlayan bir süreçtir. Düren (2000:209-210), yeşil pazarlama sürecini ürünün ambalajlanmasından atık hale gelinceye kadar geçen sürede çevre kalitesini öngörmek olarak açıklamaktadır.

İşletmeler çevre dostu yeşil ürünü pazara sunmadan önce bazı stratejileri benimsemek zorundadır. İşletmeler pazarlama stratejilerini yeşil ürün odaklı olarak belirlemeli, ürünü pazara sunmadan önce gerekli analizleri yapmalıdır. Yeşil ürün farklılaştırma başarılı bir şekilde yapılamazsa, işletmenin pazarlama stratejisinin de olumsuz yönde etkileneceği söylenebilir. İşletmeler tarafından yeşil ürün farklılaştırmasının başarısı için bazı koşulların yerine getirilmesi gerekmektedir. Birincisi, şirket çevre dostu bir ürün için daha yüksek fiyat ödemeye razı müşterilerin varlığını tespit edebilmelidir. İkincisi, ürünün çevre dostu olduğu inandırıcı bir şekilde tüketicilere anlatılabilmelidir. Üçüncüsü, yatırımından kâr etmesini sağlayacak kadar uzun bir süre kendisini taklitçilerine karşı koruyabilmelidir (Reinhardt, 2008: 57).

#### 4.4. Yeşil Finansman ve Muhasebe

Aarons (1995)'a göre çevre muhasebesi daha fazla çevresel yararlılık elde edebilmek için yeni finansal veya finansal olmayan muhasebe, bilgi ve kontrol sistemleri oluşturmak, şeklinde ele alınmaktadır (Özkoç, 1998: 21). Benzer bir tanıma göre de çevre muhasebesi mali nitelikteki çevresel faaliyetlerin para ile ifade edilmiş şekilde kaydedilmesi, sınıflandırılması, özetlenerek rapor edilmesi ve sonuçların yorumlanmasıdır (Özbirecikli ve Melek, 2002: 83). Çevre muhasebesi uygulamaları işletmeler için sadece bir finansal tablo olarak algılanmamalı,

işletmelerin çevreye ve topluma karşı olan sosyal sorumluluğunu yerine getirmesini sağlayan bir fırsat olarak düşünülmalıdır.

İşletmecilik faaliyetlerinin uygulanmasında çevresel etkilerin göz ardı edilmesi işletmelerin mali yapılarının ve pazar güçlerinin zamanla zayıflamasına neden olmaktadır. İşletmelerin çevre faaliyetlerine yönelik ayırdıkları kaynaklar hala çok düşük düzeyde bulunmaktadır. Günümüzde birçok şirket çevresel faaliyetleri kendilerine mali bir yük getireceği endişesi ile ya uygulamamakta ya da kaçınmaktadır. Yeşil işletmecilik anlayışı çerçevesinde uygulanan yeşil muhasebecilik uygulamaları kaynak ve maliyet tasarrufu sağlayarak, çevre korunmasına yönelik teşvik vergileri ve sübvansiyon uygulamaları ile aslında işletmelere uzun vadede çok daha fazla kazanç sağlamaktadır. Günümüzde birçok ülke çevre korunmasına yönelik uygulamalara karşılık işletmelere vergi teşviki sağlamaktadır. Yeşil muhasebe uygulamalarının en önemli yararının kaynak yönetimini etkin ve verimli bir şekilde uygulayabilmek olduğu söylenebilir. İşletmeler sadece kâr ve zarar hesapları ile ilgilenmemeli, çevreye duyarlı bir tavır almalı ve çevre sorunlarının çözümü için elindeki beşerî, malî, teknik imkânlarının bir kısmını bu amaç için kullanmalıdır.

#### 4.5. Yeşil İnsan Kaynakları ve Halkla İlişkiler

Yeşil insan kaynakları işletme çalışanlarının ve işletmede istihdam edilmesi planlanan kişilerin, işletmenin çevre duyarlılığı çerçevesinde misyonunu temsil edebilecek ve sorumluluğu taşıyabilecek kişilerden oluşturulmasını hedefleyen insan kaynakları faaliyetleridir. Yeşil insan kaynakları bölümünün çevreye karşı duyarlı olabilmesi için çalışanlarda çevre konusunda farkındalık yaratabilmesi, çalışanlarını çevre ile ilgili tehditler ve buna karşı alınması gereken tedbirler konusunda bilgi sahibi olamaya teşvik etmesi, bu konuda çalışanlarının da dâhil olduğu projeler üreterek bu projelerin devamlılığını



sağlaması gerekmektedir. Çevreyle ilgili problemlerin çözümünde iletişimin ve takım çalışmasının önemli rol oynaması, yeşil insan kaynakları yönetiminin yeşil işletmecilik anlayışında önemini ortaya çıkarmaktadır. Günümüzde işletmelerde yeşil işletmecilik faaliyetleri ile ilgili birçok uygulama bu anlayış doğrultusunda şekillenmektedir (Ceyhan ve Ada, 2015: 121).

Son yıllarda işletmeler zarar görmüş bir itibarın müşteri sadakati ve işgören bağlılığına olumsuz etkilerini ve işletmenin finansal refahı ile sürdürülebilirlik amacını nasıl tehdit ettiğini acı derslerle öğrenmişlerdir. Toplumun işletmelere olan güveni azalırken paydaşlar da işletmelerle ilgili karar verme süreçlerinde daha detaycı davranmaktadırlar (Argenti ve Druckenmiller, 2004: 368). Günümüzde kurumsal itibarlar farklı paydaşların sahip olduğu algılamalar veya temel imajlar tarafından belirlenmektedir (Carmeli ve Tishler, 2005: 18). İmaj değişken olduğu gibi işletmeler tarafından kontrol edilememektedir. Medya, devlet düzenlemeleri, endüstri süreçleri ve diğer dışsal etkenler işletmelerin paydaşlar üzerinde yarattığı bakış açılarını etkilemektedir (Gray ve Balmer, 1998: 696). İşletmeler yeşil bir kimliğe sahip olmak için çevrenin korunması ile ilgili etkinlikler düzenleyebilirken bu amaçla düzenlenen etkinliklere katılarak, maddi destekte bulunabilirler. İşletmelerin gerçekçi bir tutumla yapacakları bu tür faaliyetler tüketicilerde çevre bilincinin gelişmesine ve toplum duyarlılığının artmasına da katkı sağlayacaktır (Evli, 2012: 33). Yeşil işletmecilik anlayışına sahip işletmelerin çevreci örgütlerle, basınla, ortaklarla, çalışanlarla, yerel nüfus ve yönetimlerle sürekli ilişki içinde bulunması başlıca halkla ilişkiler faaliyetleri arasında yer almaktadır (Safran, 2004: 54).

#### 4.6. Yeşil Ar-Ge

İşletmeler her geçen gün daha da zorlaşan rekabet koşullarına uyum sağlayabilmek, ürün ve hizmetlerini sundukları pazarlarda

rakiplerine karşı üstünlük sağlayabilmek için teknoloji faaliyetlerinin önemini daha iyi kavramakta, üretim ve hizmet faaliyetlerinde iyileştirme ve yenileme çalışmalarına yer vermektedir. Teknolojik imkan ve kabiliyetlerin geliştirilmesi işletmelerin rakiplerine oranla daha iyi ve daha kaliteli ürün ve hizmetlerin sunulmasını, kaynakların etkin ve verimli bir şekilde kullanılmasını sağlayabilmektedir. İşletmeler sahip oldukları bu teknolojik imkan ve kabiliyetler çerçevesinde faaliyetlerini gerçekleştirirken çevre ile sürekli ve aktif bir şekilde etkileşim halindedirler.

İşletmelerin çevrenin korunması ve doğal dengenin sağlanması için en önemli sorumluluklarından birisi de çevre ile ilgili gerçekleştirdikleri Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) faaliyetleridir. İşletmeler yeşil Ar-Ge kapsamında çevreyi korumaya yönelik yeni projeler geliştirirken, çevreye olan etkileri ölçmekte ve yenileyici çalışmalar yapmaktadır (Ceyhan ve Ada, 2015: 120). Yeşil Ar-Ge faaliyetleri ürünlerin ve hizmetlerin çevreye olumsuz etkilerini azaltan üretim araçlarının kullanımı, işletmenin çevre ile olan ilişkisinin yöntemlerini, faaliyet ölçeklerini ve ürün tasarımlarını kapsayan önemli bir süreçtir (Klassen, 2000; 129). Yeşil Ar-Ge faaliyetleri sayesinde üretim ve hizmet faaliyetlerinde sürekli iyileştirmeler yapılarak çevreye uygun yeni mal ve hizmetler belirlenmekte, yürütülen faaliyetlerin performansı ölçülerek ihtiyaçların belirlenmesi sağlanabilmektedir. Yeşil Ar-Ge faaliyetleri sonucunda işletmeler güçlü ve zayıf yönlerini görebilmekte ve bu doğrultuda faaliyetlerini düzenleyebilmektedir.

#### 4.7. Yeşil Yönetim

Yönetim evrensel bir kavram olup, literatürde çeşitli bilim dallarının konuya yaklaşımlarına göre zengin bir anlam dünyasına sahiptir. Ekonomistlere göre yönetim toprak, sermaye ve işgücü ile birlikte üretim fonksiyonlarından birisi iken, yönetim bilimcilerine göre yöneten ve yönetilenlerden oluşan bir otorite sistemi,

toplumbilimcilere göre ise bir sınıf ve saygınlık sistemidir. Bu sebeple genel olarak yönetim kavramı tek başına kullanılmamakta, işletme yönetimi, finans yönetimi süreç yönetimi, bilgi yönetimi vb. tamlamalar şeklinde kullanılmaktadır (Kuluçlu, 2006: 4). İşletmelerin çevre ile olan ilişkilerini tanımlamak için kullanılan yeşil yönetim kavramı ise genel olarak yeşil işletmecilik kavramıyla eş tutulmakta, literatürde birbirlerinin yerine kullanılmaktadır. Kavram olarak “yeşil işletmecilik” ve “yeşil yönetim” birbirleri ile yakın anlamlara sahip olsa da asla aynı kavramlar olarak kullanılmamalıdır. Yeşil işletmecilik işletmelerin tüm hiyerarşi basamaklarında kendisine etkinlik alanı bulurken; yeşil yönetim anlayışı işletmelerin özellikle en üst hiyerarşi basamağı olan üst yöneticiler tarafından uygulanması gereken özel bir uzmanlık alanı olarak görülmelidir. Yeşil işletmecilik faaliyetlerinin planlanması, örgütlenmesi, uygulanması ve son olarak da denetlenmesi yeşil yönetim anlayışı sayesinde gerçekleşmektedir. Yeşil işletmecilik faaliyetlerinin ana merkezi olan yeşil yönetim anlayışının çıkış noktası; çevrenin koruma anlayışına sahip, çevre ile uyumlu, müşterilerin çevresel beklentilerine cevap veren, uzun vadede ekonomik çıkarlarını düşünen işletmelerin faaliyetlerini yürütme süreci olmuştur.

Çevre koşullarındaki hızlı bozulmalar ve dünyanın sınırlarına yaklaşıldığına dair duyulan endişeler, işletme yöneticilerinin çevreye bakış açılarını değiştirmelerini ve işletme faaliyetleriyle ilgili kararlar alırken çevreyi önemli bir etken olarak değerlendirmelerini gerektirmektedir. Çevrenin korunması amacıyla tüketicilerden gelen istekler de, işletmeleri çevreye karşı daha duyarlı olmaya yönlendirmektedir. Bu kapsamda kaynakların verimli kullanımı, atıkların

azaltılması, geri dönüşüm, çevre dostu tasarım ve ambalajlama gibi teknikler ön plana çıkmaktadır. İşletmelerde çevre bilincinin yerleşmesi ve çevreye duyarlı yönetim sisteminin oluşturulması ilk önce tepe yönetiminin çevre konusunda duyarlı olmasına bağlıdır. İşletme yönetimi tarafından uygulanan çevre yönetim sistemi, planlamadan örgütlemeye, yürütmeye ve kontrole kadar tüm yönetsel işlevlerde ve alınacak kararlarda çevrenin sürekli göz önünde bulundurulmasını sağlamaktadır. Bu amaçla işletme yöneticileri de değişimin gerisinde kalmamak için çevreye karşı daha duyarlı bir yönetim anlayışı geliştirmek durumundadırlar (Nemli, 2001: 212; Özkaya, 2010: 249-250). Dünyada ve ülkemizde yaşanan değişimler, artan çevre bilinci işletmelerin gelenekselleşen yönetim modellerini terk ederek yerine yeşil yönetim gibi daha çevreci yönetim modellerini benimsemesine sebep olmuştur. Tablo 1’de geleneksel yönetim anlayışıyla çevreye duyarlı yönetim anlayışı arasındaki farklılıklar sunulmuştur (Shrivastava, 1995: 130). Buna göre geleneksel yönetim ve çevreye duyarlı yönetim arasında birçok önemli farklılık bulunmakta ve bu farklılıklar işletmelerin devamlılığını sağlamasında hayati önem taşımaktadır. Çevreye duyarlı yönetim anlayışının süreçlerde sağladığı avantajlar günümüzde daha uygun ve geçerli olduğu için işletme yöneticilerinin bu anlayışı benimsemeleri işletmeler için büyük faydalar sağlamaktadır. İlerleyen bölümlerde işletmelerin geleneksel modelleri terk ederek, benimsemekte oldukları yeşil yönetime ilişkin çeşitli konulardan söz edilecektir.

Tablo 1: Geleneksel Yönetim ve Çevreye Duyarlı Yönetim Arasındaki Farklar

Süreç ve Etkinlik Alanı	Geleneksel Yönetim	Çevreye Duyarlı Yönetim
Amaç	Ekonomik büyüme ve kâr Paydaşlara sağlanan getiri	Sürdürülebilir Kalkınma Kaliteli yaşam Paydaşların refahı
Üretim Süreci	Fiyat için tasarlanmış ürünler Gereksiz atık yaratan paketlenme	Çevre dostu ürünler Çevreci tasarımlı ürünler
Organizasyon Süreci	Hiyerarşik yapı Yukarıdan aşağıya karar verme Merkezi otorite	Demokratik ve katılımcı yapı Esnetilebilen hiyerarşi
Çevre duyarlılığı	Çevreye kaynak olarak yaklaşılması Kirlilik ve ürün artıklarının atık olarak değerlendirilmesi	Çevreyle uyum içinde olmak Kaynakların etkin ve verimli kullanılması Kirlilik ve ürün atıklarının azaltılması ve yönetilmesi
İşletme fonksiyonları	Pazarlama tüketimi artırmayı yönelik yapılır Finansman kısa dönemde kârı amaçlar Muhasebe geleneksel maliyetler üzerinde yoğunlaşır. İnsan kaynakları işçi verimliliğini artırmayı hedefler	Pazarlama tüketici eğitimine yönelik yapılı Finansman uzun dönemli sürdürülebilir büyümeyi amaçlar Muhasebe çevreyle ilgili maliyetler üzerinde yoğunlaşır. İnsan kaynakları işyerinde sağlık ve güvenliği sağlamaya çalışır

**Kaynak:** (Shrivastava, 1995: 130)

## 5. ARAŞTIRMA

### 5.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı işletmelerin çevresel sürdürülebilirlik bilinç düzeylerini, çevre duyarlılıklarını ve yeşil işletmecilik faaliyetlerini incelemektir. Bu amaçla ilk olarak işletmeleri, uluslararası bir çevre standardı olan OEKO-TEX Standart 100 sertifikası almaya teşvik eden faktörler araştırılmıştır. İkinci olarak işletmelerin işletme fonksiyonlarına ilişkin çevresel faaliyetleri yerine getirme durumları ve düzeyleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Üçüncü olarak ise çevresel sürdürülebilirlik çerçevesinde sürdürülen yeşil işletmecilik faaliyetleri ile işletmelerin başarı göstergeleri arasında bir ilişki olup olmadığı araştırılmıştır.

### 5.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Denizli ilinde faaliyet gösteren uluslararası bir çevre yönetim standardı olarak kabul gören

OEKO-TEX Standart 100 sertifikasına sahip tekstil işletmeleri oluşturmaktadır. Bu doğrultuda özel sektörde faaliyet gösteren OEKO-TEX Standart 100 sertifikasına sahip 102 tekstil işletmesi olduğu tespit edilmiştir. Belgeye sahip tüm işletmelere ulaşılmaya çalışılmış ancak adres ve isim değişikliği ile yoğun iş temposundan dolayı 54 tekstil işletmesi araştırmaya dahil edilmiştir. Araştırma kapsamında hazırlanan soru formu işletmelerin çevre yönetimden sorumlu üst düzey yöneticilerine ulaştırılmıştır.

### 5.3. Ölçme Araçları ve Analiz Yöntemi

Çalışmada kullanılan anket formu 4 bölümden oluşmaktadır. İkinci, üçüncü ve dördüncü bölümlerde yer alan sorular Karabulut'un (2003) çalışmasından alınmıştır. Anketin birinci bölümünde işletmelerin genel özelliklerine ilişkin 13 ifade; ikinci bölümünde işletmelerin OEKO-TEX Standart 100 Sertifikası almak istemelerinde etkili olan faktörlerin

belirlenmesine ilişkin 12 ifade yer almaktadır. İkinci bölümde hangi değişkenlerin ne derecede etkili olduklarının tespiti için 3'lü likert ölçeği kullanılarak anket ifadeleri “Hiç Etkili Olmadı”, “Kısmen Etkili Oldu”, “Büyük Ölçüde Etkili Oldu” şeklinde düzenlenmiştir. Üçüncü bölümde işletmelerin yeşil işletmecilik faaliyetlerini tespit etmek için 31 ifade yer almaktadır. Bu ifadelerin 12'si üretim, 9'u insan kaynakları, 4'ü pazarlama, 3'ü finansman ve 3'ü de Ar-Ge faaliyetlerine ilişkindir. Üçüncü bölümde yeşil işletmecilik faaliyetlerinin tespiti için 5'li likert ölçeği kullanılarak anket ifadeleri “Hiçbir Zaman”, “Nadiren”, “Yarı Yarıya”, “Büyük Ölçüde” ve “Her Zaman” şeklinde düzenlenmiştir. Anket formundaki son bölümde ise işletmelerin yeşil işletmecilik faaliyetlerinin işletme başarılarına etkisini ölçmek amacıyla 13 ifade yer almıştır. Son bölümde hangi değişkenlerin ne derecede etkili olduklarının tespiti için ölçüm 5'li likert ölçeği kullanılarak “Büyük Oranda Azaldı”, “Çok Küçük Oranda Azaldı”, “Değişmedi”, “Çok Küçük Oranda Arttı” ve “Büyük Oranda Arttı” şeklinde düzenlenmiştir.

Anket tekniği ile elde edilen sayısal veriler SPSS 16.0 istatistik paket programı yardımıyla analiz edilmiştir. İşletmelerin OEKO-TEX Standart 100 sertifikasına almak istemelerinde etkili olan faktörler ile yeşil işletmecilik faaliyetlerini belirlemek amacıyla istatistik analizlerinden ortalama ve standart sapma değerleri tespit edilmiştir. Yeşil işletmecilik faaliyetleri ile işletme başarısı arasındaki ilişkiyi tespit etmek için korelasyon ve regresyon analizler yapılmıştır.

#### 5.4. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi

Ölçeklerin iç tutarlılığını ölçmek için güvenilirlik analizi yapılmıştır. Bu çalışmada ölçeğin güvenilirliği Cronbach Alfa katsayısı ile ölçülmüştür. Alfa katsayısı 0 ile 1 arasında değer alır. Cronbach Alfa katsayısı şu şekilde değerlendirilir: 0-0,4 güvenilir değil, 0,4-0,6 düşük güvenilirlik, 0,6-0,8 oldukça güvenilir, 0,8-1,0 yüksek güvenilirliktir (Gök ve Türk (2011: 135). Ölçeğin tamamına ilişkin Cronbach Alfa katsayısı 0,831'dir. İşletmelerin OEKO-TEX Standart 100 Sertifikası Almasında Etkili Olan Faktörlere ilişkin Cronbach Alfa katsayısı 0,748, İşletmelerin Yeşil İşletmecilik Faaliyetlerine ilişkin Cronbach Alfa katsayısı 0,858, işletme başarısına ilişkin Cronbach Alfa katsayısı 0,887 olarak hesaplanmıştır.

## 6. BULGULAR

### 6.1. Araştırmada Yer Alan İşletmelerin Genel Özelliklerine İlişkin Bulgular

Bu kısımda işletmelerin genel özelliklerine ilişkin bulgular değerlendirilmektedir. Tablo 2'de araştırmaya katılan işletmelerin faaliyete başlama yıllarına ilişkin bilgiler verilmektedir. Araştırmaya katılan işletmelerin faaliyete başlama yıllarına göre dağılımı değerlendirildiğinde işletmelerin %96,3'ünün faaliyete 2010 yılı ve öncesinde başladığı, %3,7'sinin ise faaliyete 2010 yılı ve sonrasında başladığı görülmektedir. Ankete katılan işletmelerin neredeyse tamamı bulunduğu sektörde 10 yılı aşkın süredir faaliyet gösteren tecrübeli işletmelerdir.

Tablo 2: İşletmelerin Faaliyete Başlama Yılları

İşletmelerin Faaliyete Başlama Yılları	İşletme Sayısı	Yüzde
1970 ve Öncesi	1	1,9
1971-1980	5	9,3
1981-1990	14	25,9
1991-2000	26	48,1
2001-2010	6	11,1
2010 ve sonrası	2	3,7
<b>Toplam</b>	<b>54</b>	<b>100,0</b>

Tablo 3’de araştırmaya katılan işletmelerin çalışan sayılarına ilişkin bilgiler verilmektedir. Tablo 3’e göre ankete katılan işletmelerin %7,4’lük kısmı (4 işletme) küçük ölçekli işletme, 57,4’lük kısmı (31 işletme) orta ölçekli ve %35,2’lik kısmı (19

işletme) büyük ölçekli işletmeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Ankete katılan firmaların %92,6’lık kısmını orta ve büyük ölçekli işletmeler oluşturmaktadır.

Tablo 3: İşletmelerde Çalışan Sayısının Dağılımı

İşletmelerde Çalışan Sayısı	İşletme Sayısı	Yüzde
10-49	4	7,4
50-249	31	57,4
250 ve daha fazla	19	35,2
<b>Toplam</b>	<b>54</b>	<b>100,0</b>

## 6.2. İşletmelerin OEKO-TEX Standart 100 Belgesi Almaya Karar Vermesinde Etkili Olan Faktörlere İlişkin Bulguların Değerlendirilmesi

Tablo 4’te katılımcıların OEKO-TEX Standart 100 Sertifikasını almaya karar vermelerinde etkili olan faktörlere (toplumun baskısı, sosyal sorumluluk, çevreyi koruma, ihracatı artırma, firma imajını artırma gibi...) ilişkin bilgiler yer almaktadır. OEKO-TEX Standard 100, uluslararası ve bağımsız bir sertifikasyon sistemidir. OEKO-TEX Standard 100,

tekstil ürünlerinin tüm üretim aşamalarını (ham madde, ara ve son ürün) kapsayan uluslararası bağımsız bir denetleme ve sertifikasyon sistemidir. OEKO-TEX Standart 100, eko-tex 100 ya da öko-tex 100 standardı olarak da adlandırılmaktadır. OEKO-TEX Standard 100 tekstil sektörü ve bu işletmelere ürün temin eden tedarikçiler için, çevre kirliliği ve ekolojik denge için korunması için geliştirilmiş bir standarttır (Kurtoğlu ve Şenol: 2004: 26; İzmir Ticaret Odası, 2010: 11; Örün, 2015: 45; www.oeko-tex.com; www.wikipedia.org)..

Tablo 4: İşletmelerin OEKO-TEX Standart 100 Belgesi Almaya Karar Vermelerinde Etkili Olan Faktörlere İlişkin Ortalamalar

OEKO-TEX Standart 100 Sertifikasını Almada Etkili Olan Faktörler		
İhracatı artırma	<b>2,8704</b>	,33905
Müşteri tatmini sağlama	<b>2,8519</b>	,40782
Firma imajını geliştirme	<b>2,8148</b>	,51667
Rekabet avantajı sağlama	<b>2,7963</b>	,52771
Ürün kalitesini artırma	<b>2,7778</b>	,53787
Çevreyi koruma/çevresel maliyetlerin azaltılması	<b>2,6667</b>	,67293
Sosyal Sorumluluk Anlayışı	<b>2,6111</b>	,68451
Rakiplerin bu sertifikaya sahip olması	<b>2,5741</b>	,66167
Çalışan tatmini sağlama	1,8148	,89177
Maliyeti azaltma	1,5926	,81307
Toplumun Baskısı	1,3704	,62333
Sivil Toplum Kuruluşlarının Baskısı	1,2593	,52071

Tablo 4’te işletmelerin OEKO-TEX Standart 100 Sertifikasını almaya karar vermelerini etkileyen faktörler incelendiğinde ihracatı artırmak, müşteri tatmini sağlamak, firma imajını geliştirme,

rekabet avantajı sağlamak, ürün kalitesini artırmak, çevreyi korumak, sosyal sorumluluk anlayışı ve rakiplerin bu sertifikaya sahip olması faktörlerinin karar verme sürecinde ortalamasının üzerinde oldukları görülmektedir. Diğer yandan

toplumun ve sivil toplum kuruluşlarının baskısı maliyeti azaltma ve çalışan tatmini sağlamak faktörlerinin karar verme sürecinde ortalamanın altında oldukları görülmektedir. Ekonomik faktörlerin büyük ölçüde etkili olduğu görülmektedir.

### 6.3. Yeşil İşletmecilik Faaliyetlerine İlişkin Bulguların Değerlendirilmesi

Araştırmanın bu bölümde araştırmaya katılan tekstil işletmelerinin çevresel sürdürülebilirlik çerçevesinde işletme fonksiyonlarına göre yeşil işletmecilik faaliyetlerine ilişkin bilgiler yer almaktadır. İşletmelerin yeşil işletmecilik anlayışına uygun olarak gerçekleştirdikleri tüm faaliyetlerine ilişkin bulguların genel ortalamaları Tablo 5’de sunulmuştur.

Tablo 5: İşletmelerin Yeşil İşletmecilik Faaliyetlerine İlişkin Ortalamalar

Yeşil İşletmecilik Faaliyetlerine İlişkin Ortalamalar	Ortalama	Standart Sapma
Ar-Ge Faaliyetleri	3,7778	,89020
İnsan Kaynakları Faaliyetleri	3,6646	,81749
Üretim Faaliyetleri	3,4105	,42364
Pazarlama Faaliyetleri	2,8565	,78998
Finansman Faaliyetleri	2,2716	1,28379
<b>Yeşil İşletmecilik Uygulamaları</b>	<b>3,4113</b>	<b>,75112</b>

Tablo 5’e göre 3,4113 ortalama ile araştırmaya katılan işletmelerin genel olarak faaliyetlerini büyük ölçüde çevresel sürdürülebilirlik anlayışına uygun olarak gerçekleştirdikleri görülmektedir. Üretim faaliyetleri (3,4105), insan kaynakları faaliyetleri (3,6646), Ar-Ge faaliyetlerinin (3,7777) araştırmaya katılan işletmeler tarafından büyük ölçüde çevresel sürdürülebilirlik anlayışına uygun olarak gerçekleştirildiği görülmektedir. Buna karşın pazarlama faaliyetleri (2,8564) ve finansman faaliyetlerinin (2,2716)

işletmeler tarafından çevresel sürdürülebilirlik anlayışına uygun olarak tatmin edici bir şekilde uygulanmadığı görülmektedir.

### 6.4. Yeşil İşletmecilik Faaliyetlerini Uygulayan İşletmelerin İşletme Başarı Göstergelerine İlişkin Bulguların Değerlendirilmesi

Yeşil işletmecilik faaliyetlerini uygulayan işletmelerin işletme başarısına ilişkin ortalama değerleri Tablo 6’da sunulmuştur.

Tablo 6: Yeşil İşletmecilik Faaliyetlerini Uygulayan İşletmelerin İşletme Başarılarına İlişkin Ortalama Değerleri

Yeşil İşletmecilik Faaliyetlerini Uygulayan İşletmelerin, İşletme Başarı Göstergelerine İlişkin Ortalamalar	Ortalama	Standart Sapma
Müşteri Tatmini	<b>4,8148</b>	,43758
Firma İmajı	<b>4,6481</b>	,58785
Rekabet Gücü	<b>4,6296</b>	,55952
Yeni Pazarlara Girme Şansı	<b>4,6111</b>	,59611
Pazar Payımız	<b>4,5556</b>	,60397
Satış Miktarı	<b>4,5000</b>	,66588
Ürün Kalitesi	<b>4,4630</b>	,77003
İhracat Oranı	<b>4,4444</b>	,63444
Verimlilik	<b>4,1852</b>	,84840
Karlılık	3,9815	,90054
Ürün Fiyatları	3,8704	,89118
Maliyetler	3,6111	,71154
Çalışan Tatmini	3,3889	,71154

Tablo 6'ya göre işletmelerin çevresel sürdürülebilirlik anlayışına uygun bir şekilde gerçekleştirdikleri yeşil işletmecilik faaliyetlerinin işletme başarısına katkı sağladığı düşünülen alanlardaki tüm değerleri ortalamanın üzerindedir. Özellikle çevresel sürdürülebilirliğe yönelik faaliyetlerin yeni pazarlara girme şansı, firma imajı, ürün kalitesi, müşteri tatmini ve rekabet gücü gibi alanlara büyük oranda olumlu katkı sağladığı görülmektedir.

### 6.5. Yeşil İşletmecilik Faaliyetleri İle İşletme Başarı Göstergeleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulguların Değerlendirilmesi

İşletmelerin yeşil işletmecilik faaliyetleri ile işletme başarı göstergeleri arasındaki ilişki korelasyon ve regresyon analizleri ile test edilmiş ve bu ilişkilerin anlamlı olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. İşletmelerde yeşil işletmecilik faaliyetleri ile işletme başarı göstergeleri arasında ilişkiye yönelik yapılan korelasyon analizi Tablo 7'de sunulmuştur.

Tablo 7: Yeşil işletmecilik Faaliyetleri İle İşletme Başarı Göstergeleri Arasındaki Korelasyon Analizi

Korelasyon Testi Sonuçları		PP	YGS	ÜF	Fi	ÜK	MT	K	V	RG	İO	SM
Yeşil İşletmecilik Faaliyetleri	r	,178	<b>,408**</b>	<b>,274*</b>	,262	,161	<b>,315*</b>	,203	<b>,305*</b>	<b>,271*</b>	,174	<b>,302*</b>
	P	,197	,002	,045	,056	,244	,020	,142	,021	,041	,209	,026
Üretim	r	,165	<b>,330**</b>	,133	<b>,280*</b>	-,063	,261	,141	,172	,241	,116	,156
	P	,204	,015	,339	,040	,651	,057	,308	,214	,080	,402	,260
İnsan Kaynakları	r	,247	<b>,388**</b>	,197	,209	,205	,240	,102	<b>,345*</b>	,229	,183	,257
	P	,072	,004	,153	,129	,137	,080	,465	,011	,096	,185	,060
Pazarlama	r	-,191	,089	<b>,269*</b>	,025	,005	,193	,094	-,093	,054	-,027	,068
	P	,166	,524	,049	,859	,974	,161	,498	,502	,700	,848	,626
Muhasebe-Finansman	r	-,154	-,012	<b>,356**</b>	-,001	-,064	,119	-,006	,159	,009	-,161	,042
	P	,265	,930	,018	,993	,646	,392	,968	,251	,947	,245	,762
Ar-Ge	r	<b>,469*</b>	<b>,381**</b>	<b>,371**</b>	<b>,432**</b>	<b>,417**</b>	<b>,430**</b>	<b>,336*</b>	<b>,410**</b>	<b>,431**</b>	<b>,509**</b>	<b>,447**</b>
	P	,000	,004	,006	,001	,002	,001	,013	,002	,001	,000	,001

**PP:** Pazar Payı, **YGS:** Yeni Pazarlara Girme Şansı, **UF:** Ürün Fiyatları, **Fi:** Firma İmajı, **UK:** Ürün Kalitesi, **MT:** Müşteri Tatmini, **K:** Karlılık, **V:** Verimlilik, **RG:** Rekabet Gücü, **IO:** İhracat Oranı, **SM:** Satış Miktarı

\*\*p<0,01  
\* p<0,05

Tablo 7'de de görüldüğü üzere elde edilen faaliyetleri ile bazı işletme başarı analiz sonuçlarına göre yeşil işletmecilik göstergeleri arasında anlamlı bir ilişki

olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tablo 8’de yeşil işletmecilik faaliyetleri ile işletme başarı faktörleri arasındaki anlamlı ilişki gösterilmektedir.

Tablo 8: Yeşil İşletmecilik Faaliyetleri ile İşletme Başarı Faktörleri Arasındaki İlişki

Yeşil İşletmecilik Faaliyetleri	<b>YGS</b> ** r=,408 p=,002	<b>UF</b> * r=,274 p=,045	<b>MT</b> * r=,315 p=,020	<b>V</b> * r=,305 p=,021	<b>RG</b> * r=,271 p=,041	<b>SM</b> * r=,302 p=,026						
Üretim	<b>YGS</b> ** r=,330 p=,015	<b>FI</b> * r=,280 p=,040										
İnsan Kaynakları	<b>YGS</b> ** r=,388 p=,004	<b>V</b> * r=,345 p=,011										
Pazarlama	<b>UF</b> * r=,269 p=,049											
Muhasebe-Finansman	<b>UF</b> ** r=,356 p=,018											
Ar-Ge	<b>PP</b> * r=,469 p=,000	<b>YGS</b> ** r=,381 p=,004	<b>UF</b> ** r=,371 p=,006	<b>FI</b> ** r=,432 p=,001	<b>UK</b> ** r=,417 p=,002	<b>MT</b> ** r=,430 p=,001	<b>K</b> * r=,336 p=,013	<b>V</b> ** r=,410 p=,002	<b>RG</b> ** r=,431 p=,001	<b>IO</b> ** r=,509 p=,000	<b>SM</b> ** r=,447 p=,001	
PP: Pazar Payı, YGS: Yeni Pazarlara Girme Şansı, UF: Ürün Fiyatları, FI: Firma İmajı, UK: Ürün Kalitesi, MT: Müşteri Tatmini, K: Karlılık, V: Verimlilik, RG: Rekabet Gücü, IO: İhracat Oranı, SM: Satış Miktarı ** p<0,01 * p<0,05												

Uygulanan korelasyon analizinin sonucuna göre %99 güven aralığında yeşil işletmecilik faaliyetleri ile işletmenin yeni pazarlara girme şansı (r=0.40, p=0.002 ve p<0.05 anlamlık seviyesinde) orta derecede, pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır. %95 güven aralığında çevresel sürdürülebilir faaliyetler ile müşteri tatmini (r=0.31, p=0.020), verimlilik (r=0.30, p=0.021) ve satış miktarı (r=0.30 p=0.026) arasında orta kuvvette pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

Analiz sonucuna göre %95 güven aralığında çevresel sürdürülebilir faaliyetler ile ürün fiyatları (r=0.27, p=0.045) ve rekabet gücü (r=0.27, p=0.041) arasında düşük kuvvette pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

Yeşil üretim faaliyetleri ile işletme başarı göstergeleri arasında yapılan korelasyon analizine göre %99 güven aralığında yeşil üretim faaliyetleri ile yeni pazarlara girme şansı (r=0.33, p=0.015) arasında orta



kuvvette, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. %95 güven aralığında yeşil üretim faaliyetleri ile firma imajı ( $r=0.28$ ,  $p=0.040$ ) arasında ise düşük kuvvette, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Analize göre işletmelerin yeşil üretim faaliyetlerine daha fazla önem vermeleri işletmelerin yeni pazarlara girme şansını artırarak firma imajını güçlendirmektedir.

Yeşil insan kaynakları faaliyetleri ile işletme başarı göstergeleri arasında yapılan korelasyon analizine göre %99 güven aralığında yeşil insan kaynakları faaliyetleri ile yeni pazarlara girme şansı ( $r=0.38$ ,  $p=0.004$ ) arasında orta kuvvette, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. %95 güven aralığında yeşil insan kaynakları faaliyetleri ile verimlilik ( $r=0.34$ ,  $p=0.011$ ) arasında ise orta kuvvette, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Analize göre işletmelerin yeşil insan kaynakları faaliyetlerinin daha fazla çevreye duyarlı hale getirilmesi işletmelerin yeni pazarlar bulma şansını artırarak işletmelerin verimliliklerini de arttırmaktadır.

Yeşil pazarlama faaliyetleri ile işletme başarı göstergeleri arasında yapılan korelasyon analizine göre %95 güven aralığında yeşil pazarlama faaliyetleri ile ürün fiyatları ( $r=0.26$ ,  $p=0.049$ ) arasında düşük kuvvette, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Analize göre işletmelerin yeşil pazarlama faaliyetlerinin daha sık uygulanması ürün fiyatlarının küçük bir miktarda artmasına yol açmaktadır.

Yeşil finansman faaliyetleri ile işletme başarı göstergeleri arasında yapılan korelasyon analizine göre %99 güven aralığında yeşil finansman faaliyetleri ile ürün fiyatları ( $r=0.35$ ,  $p=0.018$ ) arasında orta kuvvette, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. İşletmelerin çevresel sürdürülebilirliğe yönelik faaliyetlerinde çevre ile ilgili harcamalarında yıllık bütçeden kaynak aktarılması az da olsa maliyetleri yükseltirken, uzun vadede çevre ile ilgili

hesapların ayrı bir hesap planında takip edilerek finansal raporların değerlendirilmesi işletme başarısına olumlu katkılar sağlayacaktır.

Yeşil Ar-Ge faaliyetleri ile işletme başarı göstergeleri arasında yapılan korelasyon analizine göre %99 güven aralığında yeşil Ar-Ge faaliyetleri ile yeni pazarlara girme şansı ( $r=0.38$ ,  $p=0.004$ ), ürün fiyatları ( $r=0.37$ ,  $p=0.006$ ), firma imajı ( $r=0.43$ ,  $p=0.001$ ), ürün kalitesi ( $r=0.41$ ,  $p=0.002$ ), müşteri tatmini ( $r=0.43$ ,  $p=0.001$ ) verimlilik ( $r=0.41$ ,  $p=0.002$ ), rekabet gücü ( $r=0.43$ ,  $p=0.001$ ) ve satış miktarı ( $r=0.44$ ,  $p=0.001$ ) arasında orta kuvvette, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda %99 güven aralığında yeşil Ar-Ge faaliyetleri ile ihracat oranı ( $r=0.50$ ,  $p=0.000$ ) arasında yüksek kuvvette, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca %95 güven aralığında yeşil Ar-Ge faaliyetleri ile pazar payı ( $r=0.46$ ,  $p=0.000$ ) ve karlılık ( $r=0.33$ ,  $p=0.013$ ) arasında orta kuvvette, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Analize göre yeşil Ar-Ge faaliyetlerinin uygulanması ürün maliyetlerinin az da olsa artmasına neden olurken yeni pazarlara girme şansının, firma imajının, ürün kalitesinin, müşteri tatmininin, verimliliğin, rekabet gücünün, ihracat oranının, satış miktarının ve pazar payının pozitif yönde artmasını sağlamaktadır. Analiz sonucuna göre yeşil Ar-Ge faaliyetlerinin uygulanması neredeyse tüm işletme başarı göstergelerinde olumlu katkılar sağlamaktadır. İşletmelerin başarılarını daha çok arttırabilmeleri ve devam ettirebilmeleri için yeşil Ar-Ge faaliyetlerine daha fazla önem vermeleri gerekmektedir.

#### **6.6. Yeşil İşletmecilik Faaliyetleri ile İşletme Başarısı Arasındaki İlişkiye Yönelik Regresyon Analizi Bulgularının Değerlendirilmesi**

İşletmelerin çevresel sürdürülebilirlik faaliyetleri çerçevesinde gerçekleştirdikleri yeşil işletme faaliyetleri ile işletme başarı göstergeleri arasında anlamlı bir ilişkinin varlığına yönelik basit doğrusal regresyon

analizi uygulanarak, yeşil işletmecilik faaliyetlerinin işletme başarı göstergelerini ne şekilde etkilediği tespit edilmeye çalışılmıştır. Yeşil işletmecilik faaliyetleri ile işletme başarı göstergeleri arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla uygulanan regresyon analizi Tablo 9’da sunulmuştur.

Tablo 9: Yeşil İşletmecilik Faaliyetleri ile İşletme Başarısı Arasındaki İlişkiye Yönelik Basit Doğrusal Regresyon Analizi

Bağımsız Değişkenler	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t Değeri	P Değeri
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit) <b>Genel Faaliyetler</b>	3,182	,343		9,266	,000
	,356	,097	,455	3,681	,001
	R=,455 R <sup>2</sup> =,207		F=13,550 p=,001		
(Sabit) <b>Üretim</b>	3,368	,416		8,102	,000
	,292	,113	,337	2,578	,013
	R=,337 R <sup>2</sup> =,113		F=6,647 p=,013		
(Sabit) <b>İnsan Kaynakları</b>	3,477	,272		12,760	,000
	,259	,073	,444	3,573	,001
	R=,444 R <sup>2</sup> =,197		F=12,768 p=,001		
(Sabit) <b>Pazarlama</b>	4,325	,160		26,994	,000
	,036	,051	,097	,704	,485
	R=,097 R <sup>2</sup> =,009		F=,495 p=,485		
(Sabit) <b>Muhasebe-Finansman</b>	4,399	,134		32,938	,000
	,012	,049	,034	,244	,808
	R=,034 R <sup>2</sup> =,001		F=,060 p=,808		
(Sabit) <b>Ar-Ge</b>	3,167	,226		14,008	,000
	,334	,058	,622	5,723	,000
	R=,622 R <sup>2</sup> =,386		F=32,753 p=,000		

Tablo 9’deki değerlere bakıldığında yeşil işletmecilik anlayışına uygun olarak gerçekleştirilen tüm faaliyetler işletme başarısını pozitif yönde (B=,356) ve anlamlı (p<0,05) bir şekilde etkilemektedir. Diğer bir ifade ile yeşil işletmecilik

faaliyetlerinin bir birim artması işletme başarısını 0,356 birim arttıracaktır. Varyans değerine bakıldığında (R<sup>2</sup>=,207) yeşil işletmecilik faaliyetleri işletme başarısının %20,7’sini açıklamaktadır.

Tablo'ya göre yeşil işletmecilik anlayışına uygun olarak gerçekleştirilen üretim faaliyetleri işletme başarısını pozitif yönde ( $B=,292$ ) ve anlamlı ( $p<0,05$ ) bir şekilde etkilemektedir. Diğer bir ifade ile yeşil üretim faaliyetlerinin bir birim artması işletme başarısını 0,292 birim arttıracaktır. Varyans değerine bakıldığında ( $R^2=,113$ ) yeşil üretim faaliyetleri işletme başarısının %11,3'ini açıklamaktadır.

Tablo 9'daki değerlere bakıldığında yeşil işletmecilik anlayışına uygun olarak gerçekleştirilen insan kaynakları faaliyetleri işletme başarısını pozitif yönde ( $B=,259$ ) ve anlamlı ( $p<0,05$ ) bir şekilde etkilemektedir. Diğer bir ifade ile yeşil insan kaynakları faaliyetlerinin bir birim artması işletme başarısını 0,259 birim arttıracaktır. Varyans değerine bakıldığında ( $R^2=,197$ ) yeşil insan kaynakları faaliyetleri işletme başarısının %19,7'ünü açıklamaktadır.

Tabloya göre yeşil işletmecilik anlayışına uygun olarak gerçekleştirilen pazarlama ( $B=,036$  ve  $p=,485$ ) ve muhasebe-finansman ( $B=,012$  ve  $p=,808$ ) faaliyetlerinin  $p<0,05$  anlamlılık seviyesinde işletme başarısı ile arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılamamaktadır.

Tablo 9'daki değerlere bakıldığında yeşil işletmecilik anlayışına uygun olarak gerçekleştirilen Ar-GE faaliyetleri işletme başarısını pozitif yönde ( $B=,334$ ) ve anlamlı ( $p<0,05$ ) bir şekilde etkilemektedir. Diğer bir ifade ile Ar-Ge faaliyetlerinin bir birim artması işletme başarısını 0,334 birim arttıracaktır. Varyans değerine bakıldığında ( $R^2=,386$ ) yeşil Ar-Ge faaliyetleri işletme başarısının %38,6'ini açıklamaktadır.

## 7. SONUÇ

Günümüzde sanayileşme hareketleri ile beraber tüketim ve üretim olanaklarının hızla artması, kıt olan doğal kaynakların bilinçsizce ve sorumsuzca kullanılması doğal dengenin giderek bozulması çevre kirliliğine yol açmakta ve canlı yaşamını tehdit etmektedir. İnsanlar ve diğer canlılar için kritik bir önem taşıyan bu süreç

toplumun, müşterilerin ve işletmelerin çevre karşısında duyarlılıklarının artmasına ve çevreyi korumak için yeni bir sosyal sorumluluk anlayışının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Her geçen gün, tüketiciler çevre hassasiyeti göstererek yeşil tüketiciler haline gelirken, işletmeler çevresel sürdürülebilirliğe uygun olarak yönetim stratejilerinde yeşil işletmecilik ve yeşil yönetim anlayışını benimsemektedir. Çevreye verilen zararın insan ve diğer canlıların hayatını doğrudan tehdit etmeye başlaması, çevre duyarlılığının gelişerek çevre sorunlarının her geçen gün yerel sınırları da aşarak küresel bir tehdit haline gelmesine yol açmaktadır.

Bölgesel sınırları aşarak küresel bir tehdit haline gelen çevre sorunları karşısında devletler, uluslararası kuruluş ve organizasyonlar bu konuya dikkat çekmek amacıyla hem yerel hem de uluslararası alanda çeşitli çevre konferansları ve etkinlikler düzenleyerek birtakım kararlar almaktadır. Bu kararlar içerisinde yasal düzenlemeler ve yaptırımlar, uluslararası standartların belirlenmesi gibi birçok düzenleme ile sürdürülebilir bir yaşam alanı oluşturularak çevrenin korunması amaçlanmaktadır. Çevresel sürdürülebilirliğin korunması amacıyla alınan kararlar elbette işletmeleri de çok yakından ilgilendirmektedir. İşletmeler içinde yaşadıkları çevreye ve topluma karşı çeşitli görev ve sorumluluklara sahiptir. Özellikle son yıllarda işletmelerin çevreye karşı olan tutumlarında bilinçsizce davranması, çevreyi kirletmesi ve doğal dengenin bozulmasına yol açması kamuoyunda ciddi tepkilere neden olmaktadır. Çevreyi kirleten işletmeler önemli bir imaj kaybına uğramakta ve gerek yasalar gerekse toplum tarafından cezalandırılarak önemli maddi ve manevi kayıplara uğramaktadır. Ayrıca son yıllarda çevrenin korunması için işletmeler için zorunlu tutulan yasal yükümlülükler, sahip olunması gereken çevre yönetim standardı sertifikaları işletmeleri çevre konusunda daha duyarlı davranmaya teşvik etmektedir. Uluslararası alanda ithalat ve ihracat yapan birçok işletme alınan bu kararlar doğrultusunda ürettikleri ürünleri

satabilmek ve yeni pazarlara açılabilme amacıyla çevre yönetim standardı belgelerine sahip olmayı artık zorunlu görmektedir. Özellikle AB ülkeleri ile ticarete bulunan ülkemizdeki tekstil işletmeleri AB tarafından istenen çevre standartlarına uymak için OEKO-TEX Standart 100 gibi çevre yönetim standardı sertifikalarına ihtiyaç duymaktadır.

İşletmelerin OEKO-TEX Standart 100 Sertifikasını almaya karar vermelerini etkileyen faktörler incelendiğinde işletmelerin bu sertifikaya sahip olmak istemelerinde ekonomik faktörlerin oldukça önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İşletmelerin bu sertifikaya sahip olmak istemelerindeki en önemli nedenler ihracatı artırmak, rekabet avantajı ve müşteri tatminini sağlamak, firma imajını geliştirmek ve ürün kalitesini artırmak gibi ticari faktörlerdir. İşletmelerin sosyal sorumluluk anlayışı ve sivil toplum kuruluşlarının baskısı gibi faktörlerin ise fazla etkili olmadığı görülmektedir. Bu sonuca göre işletmeler çevreye karşı görev ve sorumluluklarının ötesinde çevreye karşı olan tutumlarını belirlemelerinde ekonomik ve ticari kaygılarını daha ön planda tutmaktadır.

İşletmelerin çevresel sürdürülebilirliğe yönelik faaliyetlerine ilişkin bulgular değerlendirildiğinde işletmelerin tüm faaliyetlerini büyük ölçüde çevresel sürdürülebilirlik anlayışına uygun olarak gerçekleştirdikleri görülmektedir. Özellikle üretim faaliyetleri, insan kaynakları faaliyetleri ve Ar-Ge faaliyetlerinin işletmeler tarafından büyük ölçüde çevresel sürdürülebilirlik anlayışına uygun olarak gerçekleştirildiği görülmektedir. Pazarlama faaliyetleri ve finansman faaliyetlerinin ise işletmeler tarafından çevresel sürdürülebilirlik anlayışına uygun olarak tatmin edici bir şekilde uygulanmadığı tespit edilmiştir. İşletmeler çevre için finansman ve pazarlama faaliyetlerine işletmeye ek maliyet getirdiği gerekçesi ile yeterli düzeyde önem vermemektedir. İşletmelerin sürdürülebilir çevre stratejilerini başarılı bir şekilde uygulayabilmeleri için pazarlama ve

finansman faaliyetlerini daha sık ve etkin bir şekilde sürdürmeleri gerekmektedir.

Çevresel sürdürülebilirliğe yönelik faaliyetler ile işletme başarı göstergeleri arasındaki ilişkiye yönelik elde edilen sonuçlara göre işletmelerin çevresel sürdürülebilirliğe yönelik tüm faaliyetlerinin işletme başarı göstergeleri üzerinde olumlu değişimlere neden olduğu belirtilebilir. Analize göre işletmelerin uyguladıkları çevresel sürdürülebilirliğe yönelik yeşil işletmecilik faaliyetleri ile yeni pazarlara girme şansı, ürün fiyatları, müşteri tatmini, verimlilik, rekabet gücü ve satış miktarı arasında anlamlı ve pozitif bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Yeşil üretim faaliyetleri ile yeni pazarlara girme şansı ve firma imajı arasında; yeşil insan kaynakları faaliyetleri ile yeni pazarlara girme şansı ve verimlilik arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Yeşil üretim faaliyetleri sonucunda işletmeler çevreye duyarlı yeşil ürünler üreterek bu ürünlerle yeni pazarlar elde edebilecektir. İşletmeler çevreye duyarlı üretim anlayışı ve yeşil ürünleri sayesinde firma imajını daha da güçlendirebilecektir. Yeşil insan kaynakları faaliyetleri ile çalışanlar çevreye karşı daha duyarlı hale gelerek işletmeye olan bağlılıkları ve motivasyonları artacaktır. Çevresel sürdürülebilirlik çerçevesinde uygulanan pazarlama ve finansman faaliyetleri ile ürün fiyatları arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir. İşletmeler için çevreye yönelik ayrı bir pazarlama stratejisinin geliştirilmesi ve çevre için ek kaynak ayrılması işletmeler açısından ek bir maliyet olarak görülmektedir. Ancak işletmelerin bu konuda kısa vadeli kazanımlar yerine uzun vadeli stratejiler ve politikalar üreterek uzun vadede kazanımlar elde etmeyi tercih etmesi gerekmektedir. Uygulanan korelasyon analizinden elde edilen sonuca göre yeşil Ar-Ge faaliyetleri ile işletmenin tüm başarı göstergeleri arasında anlamlı ve pozitif bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre Ar-Ge faaliyetlerinin bir işletmenin başarısı üzerinde ne derece önemli bir etki oluşturduğu görülmektedir. Uygulanan Ar-

Ge faaliyetleri tüm işletme başarı göstergelerini pozitif bir şekilde etkilemektedir. İşletmeler başarılarını arttırmak için Ar-Ge faaliyetlerine oldukça önem vermeli ve imkânlar dâhilinde uzman kişiler tarafından oluşturulan ayrı bir Ar-Ge merkezine sahip olmalıdır. Son yıllarda teknolojinin hızla gelişmesi, her ürünün ve hizmetin kolayca üretilerek temin edilmesi işletmelerin yeni ürün ve hizmetlere ihtiyaç duymasına neden olmaktadır. Ar-Ge faaliyetleri ile yeni ve çevre dostu ürünlerin geliştirilmesi işletmelerin yeni pazarlara girebilmesine ve rakipleri karşısında önemli bir rekabet avantajı kazanmasına yol açacaktır.

İşletmeler içinde yaşadıkları toplumun ve çevrenin bir parçası olduğunu unutmamalıdır. İşletmeler varlıklarını devam ettirebilmeleri için içinde yaşadıkları çevreye ve topluma karşı çeşitli sorumluluklara sahiptir. İşletmeler sosyal bir sorumluluk anlayışı olarak faaliyetlerini ve yönetim stratejilerini çevre ile uyumlu hale getirerek çevrenin ve doğal dengenin

korunmasına öncülük etmelidir. Bu amaçla işletmeler tüketiciler ve toplum ile sıkı bir işbirliği içerisinde olmalıdır. İşletmeler çevreye karşı olan görev ve sorumluluklarını yerine getirebilmeleri için teşvik edilmeli ve desteklenmelidir. İşletmeler kendi çalışanlarını çevre konusunda eğitmeli, üretim sürecinde yenilenebilir enerji kaynakları kullanılmalı, çevre dostu teknolojiler tercih edilerek atık yönetim sistemi ve geri dönüşüm programları uygulamalıdır. İşletmelerin çevresel sürdürülebilirlik anlayışına uygun olarak yeşil işletmecilik ve yeşil yönetim anlayışını benimsemesi doğal çevrenin korunmasını sağlayarak, dünyanın daha yaşanılabilir bir yer olmasını sağlayacaktır. İşletmeler çevrenin korunmasını sağlayarak varlıklarını daha uzun süre devam ettirebilecektir. Her geçen gün işletmelerin, toplumun ve tüketicilerin bilinçlenmesi, çevreye karşı daha duyarlı bir hale gelmesi, doğal dengenin ve çevrenin korunması için önemli katkılar sağlayacaktır.

#### KAYNAKÇA

1. AĞACAN, İ. (2014). Çevre Kirliliği Sorunları İle Mücadelelerde Türkiye’de Uygulanan Çevre Vergileri ve Çevre Vergisi Bilinci, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
2. AKATAY, A. ve ASLAN, Ş. (2008). “Yeşil Yönetim ve İşletmelerin İso 14001 Sertifikası Almaya Yönelten Faktörler”, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10(1): 313-339.
3. ALAGÖZ, S. E. (2007). “Yeşil Pazarlama Ve Eko Etiketleme”, İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi, Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sayı: 11:1-12.
4. ALIM, M. (2006). “Avrupa Birliği Üyelik Sürecinde Türkiye’de Çevre ve İlköğretimde Çevre Eğitimi”, Kastamonu Eğitim Dergisi, 14(2): 599-616.
5. ALNIAÇIK, Ü. (2009). “Tüketicilerin Çevreye Duyarlılığı Ve Reklamlardaki Çevreci İddialar”, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 18(2): 48-79.
6. ALTUNTUĞ, N. (2009). “Sürdürülebilir Müşteri Değerinin Psikolojik ve Sosyolojik Boyutu: Bireysel Ve Toplumsal Karakter”, Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 10(2): 1-17.
7. ARGENTI, P. A. ve DRUCKENMILLER, B. (2004). “Reputation and the Corporate Brand”, Corporate Reputation Review, 6(4): 368-374.
8. ATAY, L. ve DİLEK, E. (2013). “Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: İbıy Otel Örneği”, Süleyman Demirel Üniversitesi, İ.İ.B.F Dergisi, 18(1):203-219.

9. BAL, K. (2014). Liman İşletmelerinde ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi Standardı Ve Uygulama Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Okan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
10. ÇABUK, S., İnan, H. ve Südaş, H.D. (2010). “Gıda Perakendecilerinin Çevre Duyarlılığı Üzerine Bir İnceleme”, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, 10(3):1-10.
11. CARMELI, A. & TISHLER, A. (2005). “Perceived Organizational Reputation and Organizational Performance”, Corporate Reputation Review, 8(1):13-30.
12. CEYHAN S. ve ADA, S. (2015). “İşletme Fonksiyonları Açısından Çevreye Duyarlı İşletmecilik”, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 1(26):115-137.
13. CRANE, A. (2000), “Facing The Backlash: Green Marketing and Strategic Reorientation in The 1990s”, Journal Of Strategic Marketing, Vol:8, 277-296.
14. DEMİREKİN, H. (2001). Isparta İlinde Çevre Sorunlarına Duyarlılık Analizi, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
15. EMGİN, Ö. ve TÜRK Z. (2004). “Yeşil Pazarlama (Green Marketing)”, Mevzuat Dergisi, Sayı: 78, 1-13
16. EMHAN, A. (2007). “Başarılı İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Kavramına Bakış Açısı”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 6(22): 247-258.
17. EVLİ, S. (2012). Atıkların Geri Kazanımı İle Satışlar Ve Müşteri Sayısı Arasındaki İlişki, Yüksek Lisans Tezi, Hitit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çorum
18. GRAY, E. R. & BALMER, J. M. T. (1998). “Managing Corporate Image and Corporate Reputation”, Long Range Planning, 31(5): 695-702.
19. GÖK, A. ve TÜRK, M. (2011). “Perakendeci İşletmelerde Çevreyi Koruma Bilinci Üzerine Bir Araştırma”, Süleyman Demirel Üniversitesi, İ.İ.B.F Dergisi, 16(2): 125-152.
20. HART, S.L. (2008). “Yeşilleşmenin Ötesi: Sürdürülebilir Bir Dünya İçin Stratejiler”, Yeşil İş Stratejisi (çev: Ahmet Kardam), Harvard Business Review Dergisinden Seçmeler, Mess Yayıncılık, 2008, İstanbul.
21. İZMİR TİCARET ODASI (2010). AR-GE Bülten - Tekstil Sektöründe Çevre Akımı: Ekolojik Tekstil, İzmir .
22. KARABULUT, E. (2003). İşletmelerde Çevre Bilinci ve Yeşil Yönetim Uygulamalarının İşletme Başarısının Katkısını İncelmeye Yönelik Bir Araştırma. (Yayımlanmamış Doktora Tezi) İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
23. KIZILBOĞA, R. ve BATAL, S. (2012). “Türkiye’ de Çevre Sorunlarının Çözümünde Yerel Yönetimlerin Rolü ve Önemi”, Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(20): 191-212.
24. KIZILIRMAK, İ. (2011). “Dünyada ve Türkiye'deki Turizm İşletmelerinde Çevre Korumaya Yönelik Uygulamalar: Amacı ve Önemi”, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 2: 1-12.
25. KLASSEN, R.D. (2000), “Exploring the Linkage Between Investment in Manufacturing and Environmental Technologies”, International Journal of Operations and Production Management, 20(2): 128-131.
26. KULUÇLU, E. (2006). “Yönetimin Denetiminden Denetimin Yönetimine” Sayıştay Dergisi, Sayı: 63: 3-37
27. KURTOĞLU, N. ve ŞENOL, D. (2004). “Tekstil ve Ekolojiye Genel Bakış, Karsinojen ve Allerjik Etki Yapabilen Tekstil Kimyasalları”, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Fen ve Mühendislik Dergisi, 7(1): 26-31.

28. LILIAN, U.O. (2015). "Are Environmental Rights Human Rights? Issues And Responses", *Journal Of International Human Rights Law*, 1(1): 48-64
29. LOCKWOOD, C. (2008). "Yeşil Binalar İnşa Etmek", *Yeşil İş Stratejisi* (çev: Ahmet Kardam), *Harvard Business Review Dergisinden Seçmeler*, Mess Yayıncılık, 2008, İstanbul.
30. LOVINS, A.B., LOVINS L.H. & HAWKEN, P. (2008). "Doğa Kapitalizmi İçin Bir Yol Haritası", *Yeşil İş Stratejisi* (çev: Ahmet Kardam), *Harvard Business Review Dergisinden Seçmeler*, Mess Yayıncılık, 2008, İstanbul.
31. MCDANIEL, S. W. & RYLANDER D. H. (1993). "Strategic Green Marketing", *Journal of Consumer Marketing*, 10(3): 4-10.
32. MEYDAN, S. G. (2013). " Kent Planlama Sürecinde Çevre Bilinci ve Kentsel Rant İlişkisi", *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 6(1): 175-179
33. NEMLİ, E. (2001). "Çevreye Duyarlı Yönetim Anlayışı", İstanbul Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, Sayı:23-24:211-234.
34. ÖRÜN, E. (2015). "Giysiler ve Çocuk ve Sağlığı: Ne Giysin? Nasıl Yıkansın?", *Turgut Özal Üniversitesi, Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Dergisi*, Sayı:58 :43-49.
35. ÖZBİRECİKLİ, M. ve MELEK, Z. (2002). "Çevre Muhasebesi ve Çevresel Maliyetlerin Maliyet Muhasebesi Sistemine Etkileri ve Bir Araştırma", *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Sayı: 14: 85-90.
36. ÖZKAYA, B. (2010). "İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Anlayışının Uzantısı Olarak Yeşil Pazarlama Bağlamında Yeşil Reklamlar", *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öneri Dergisi*, 9(34): 247-258.
37. ÖZKOL, A. E. (1998). "Çevre Muhasebesi", *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(1): 15-26.
38. REINHARDT, F.L. (2008). "Çevre Sorununu Somutlaştırmak", *Yeşil İş Stratejisi* (çev: Ahmet Kardam), *Harvard Business Review Dergisinden Seçmeler*, Mess Yayıncılık, 2008, İstanbul.
38. RENNINGS, K. (2000). "Redefining Innovation Eco-Innovation Research and the Contribution from Ecological Economics", *Ecological Economics*, Vol: 32, 319-332.
39. SAFRAN, B. (2004). *Ekolojik Yönetim: İşletme Yönetiminde Çevre Duyarlılığının Geliştirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
40. SHRIVASTAVA, P. (1995). "Eccentric Management For A Risk Society", *Academy of Management Review*, 20(1): 118-137.
41. TUNÇ, A.Ö., ÖMÜR, G.A. ve DÜREN, A.Z. (2012). "Çevresel Farkındalık", *İstanbul Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 47: 227-246.
42. YANIK, S. ve TÜRKER, İ. (2012). "Sürdürülebilirlik Ve Sosyal Sorumluluk Raporlamasındaki Gelişmeler (Tümleşik Raporlama)" *İstanbul Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 47:291-308.
43. YAVUZ, V.A. (2010). "Sürdürülebilirlik Kavramı ve İşletmeler Açısından Sürdürülebilir Üretim Stratejileri", *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(14):, 63-86.