



## SÜRDÜRÜLEBİLİR SİSTEMLER: 2010-2020 YILLARI ARASI LİTERATÜR İNCELEMESİ

**Ezel ÖZKAN<sup>1,a,\*</sup>, Yıldız ŞAHİN<sup>1,b</sup>**

<sup>1</sup>Kocaeli Üniversitesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, Kocaeli, Türkiye

<sup>a</sup>ozkanezel92@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2638-3674

<sup>b</sup>yildiz.sahin@kocaeli.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6283-5340

### ÖZET

Dünyada sanayileşme ve teknolojiye gelişmelerle birlikte fosil yakıtların kullanımı doğaya zararı artırmıştır. Bu etkenlerin neden olduğu iklim değişikliği sebebiyle, çevreci ve sürdürülebilir olan konular önem kazanmıştır. Bu çalışmada sürdürülebilir sistemler hakkında literatüre dayalı araştırmalar verilmektedir. Bu konu ile ilgili yapılan literatür incelemesinde, Türkiye’de 2010-2019 yılları arasında yayınlanan çalışmalar altı başlık altında incelenmiştir. Bunlar yeşil tedarik zinciri, yeşil lojistik, yeşil pazarlama, yeşil ekonomi, yeşil enerji ve yeşil tesislerdir. İlgili alanlarda gerçekleştirilen çalışmalarda kullanılan yöntemler ve uygulamalar değerlendirilmiştir. Çalışmanın ilgili alanda çalışma gerçekleştirecek olan araştırmacılara yön göstereceği düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Sürdürülebilirlik, yeşil kavramlar, literatür incelemesi

### ABSTRACT

With the industrialization and technological developments in the world, the use of fossil fuels has increased the damage to nature. Due to the climate change caused by these factors, environmentally friendly and sustainable issues have gained importance. In this study, literature-based research on sustainable systems is given. In the review of the literature on this subject, studies published between the years of 2010-2019 in Turkey were examined under six headings. These are green supply chain, green logistics, green marketing, green economy, green energy and green facility. The methods and practices used in the studies carried out in the relevant fields were evaluated. It is thought that the study will guide researchers who will work in the relevant field.

**Keywords:** Sustainability, green concepts, literature review

\*Sorumlu Yazar (Corresponding Author)

**Atf (Citation):** Özkan, E., Şahin, Y., “Sürdürülebilir Sistemler: 2010-2020 Yılları Arası Literatür İncelemesi”, UMÜFED Uluslararası Batı Karadeniz Mühendislik ve Fen Bilimleri Dergisi, 3(1): 18-47, 2021.

Geliş (Received): 13/12/2020

Kabul (Accepted): 15/04/2021

Yayın (Published): 09/07/2021

## 1. GİRİŞ

1970'lerden bu yana, enerji krizi ve küresel ısınma, tüm gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ortak problemi haline gelmiştir [1]. Fakat son yıllarda çevresel sorunlarla ilgili endişeler artmaktadır. İklim değişikliği etkileriyle birlikte ülkelerin aldıkları önlemler, işletmelerin ve kuruluşların çevresel ayak izlerini azaltmaya ve çevresel açıdan sürdürülebilir faaliyetlerini iyileştirmeye çalışmasına neden olmuştur [2].

Paris Anlaşması kapsamında küresel sıcaklık artışını 1.5°C-2°C'ye sınırlamak için taahhütte bulunan tüm ülkeler, dünyadaki bu sıcaklık hedefine nasıl ulaşabilir? 2018 yılında Hükümetler arası İklim Değişikliği Panelinde (IPCC), hedeflenen sıcaklığı sağlamak için “toplumun her alanında hızlı, geniş kapsamlı ve benzeri görülmemiş değişikliklerin” olması gerektiğini tespit etmiş ve enerji, sanayi, binalar, ulaşım ve şehirlerde köklü değişiklikler olması gerektiği sonucuna ulaşmışlardır [3].

Sürdürülebilirlik kavramı kaynakların dikkatli bir şekilde kullanılarak gelecek nesle aktarılması anlamına gelmektedir. Daha iyi bir dünya için sürdürülebilirlik kavramı, toplumsal açıdan ve işletmeler açısından çok önemlidir [4].

Sürdürülebilirlikle ilgili çalışmalar incelendiğinde; yeşil bina, yeşil hastane, yeşil otel, yeşil restoran, yeşil lojistik, yeşil pazarlama, yeşil tedarik zinciri, yeşil ekonomi, yeşil enerji, yeşil bilişim, yeşil siyaset, yeşil reklam gibi birçok alanda çalışmalar yapılmıştır.

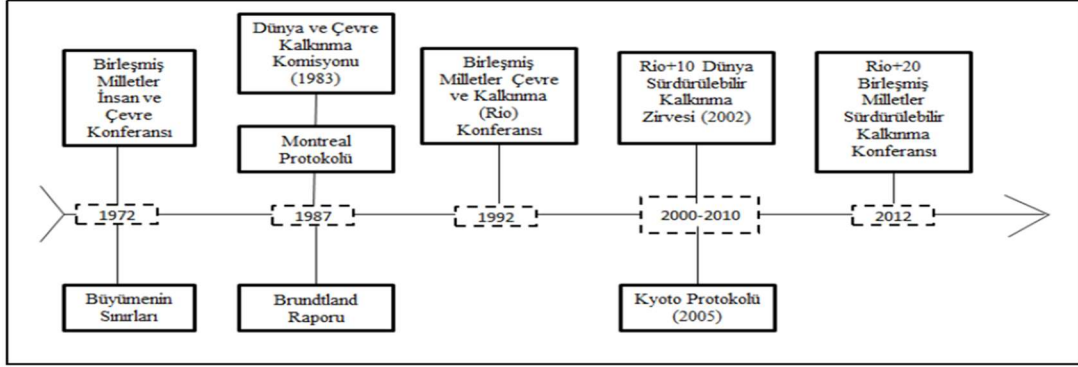
Bu çalışmada Türkiye’de 2010-2019 yılları arasında yeşil tedarik zinciri, yeşil lojistik, yeşil pazarlama, yeşil ekonomi, yeşil enerji ve yeşil tesis konularını içeren çalışmalar incelenmiştir. Çalışmalarda kullanılan yöntem ve uygulamalar değerlendirilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde, sürdürülebilirlik kavramı, üçüncü bölümde sürdürülebilir sistemler ile ilgili yapılan literatür çalışmalarına, son bölüm olan sonuç kısmında ise genel bir değerlendirme ve önerilere yer verilmiştir.

## 2. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Sürdürülebilirlik, uzun süreli olarak ekonomik, çevre ve toplum sağlığı anlamına gelmektedir. Ölçülemez ve ulaşılamaz bir hedef olarak kabul edilmektedir [5].

Sürdürülebilirlik, ilk olarak 1972 yılında Birleşmiş Milletler İnsan ve Çevre Konferansında alınan kararla Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) kurulmuştur. Dünya ve Çevre Kalkınma Komisyonu (1983) ve Montreal Protokolü (1987) ‘den sonra Brutland Raporuyla

sürdürülebilir kalkınma kabul edilmiştir. 1992 yılında Rio Konferansı'nda 21. yüzyılın konusu olarak belirlenmiştir. 2002 yılında Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi ve Kyoto Protokolü (2005) ile küresel ısınmanın neden olduğu iklim değişikliğiyle mücadele adımları belirlenmiştir. 2012 yılında Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Konferansı yapılmıştır. Şekil 1 'de sürdürülebilirlik kavramının kronolojik sırayla gelişimi gösterilmiştir [6].



Şekil 1. Sürdürülebilirlik kavramının kronolojik sırayla gelişimi

### 3. SÜRDÜRÜLEBİLİR SİSTEMLER

Türkiye' de yayımlanan makaleler incelendiğinde, sürdürülebilirlik ile ilgili yapılmış çalışmalar altı grupta değerlendirilmiştir. Bunlar; yeşil tedarik zinciri, yeşil lojistik, yeşil pazarlama, yeşil ekonomi, yeşil enerji ve yeşil tesis gruplarıdır.

#### 3.1. Yeşil Tedarik Zinciri

Yeşil uygulamaların temel amacı SC (tedarik zinciri) eko-verimliliği teşvik etmek veya arttırmak olan GSCM (yeşil tedarik zinciri yönetimi) bağlamındaki eylemleri ifade eder. Avantajı, olumlu bir kurumsal imaj oluşturulması ve genellikle pazar payında ve kârlılığında artışlara yol açan mevcut mevzuata tam olarak uyulmasının sağlanması ile elde edilir [7]. İncelenen çalışmaların çoğunda çözüm aracı olarak çok kriterli karar verme yöntemlerinin ya da hipotez testleri gibi istatistiksel yaklaşımların kullanıldığı görülmüştür.

**Tablo1.** Yeşil tedarik zinciri literatür çalışması

Yazar (Lar) / Yıl	Yapılan Araştırma
Özkaya ve Kazançoğlu (2020)	Lojistik firmalarını yeşil tedarik zinciri seçimini etkileyen kriterleri belirlemek amacıyla yapmış oldukları çalışmada ulusal ve uluslararası politika, rekabet koşulları, şirket politika ve yönetimin bakış açısının, teknolojinin gelişimi, şirket plan ve stratejileri, müşterilerin ve ekonomik baskıların önemli etkenler olduğu sonucuna ulaşmışlardır [8].
Yıldız (2020)	Yeşil tedarik zincirini yönetiminin 191 firma üzerinde etkisini incelemek amacıyla yapmış olduğu çalışmada yapısal eşitlik modelini kullanmıştır. İç çevre yönetimi ve eko tasarımın çevresel performansı olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır [9].
Gelmez (2020)	Konya ilinde Otomotiv sektöründe olan işletmeler için yaptığı analizde yeşil tedarik zinciri ile çevresel performans ve işletme performansı arasında aynı yönlü bir ilişki olduğunu belirlemiştir [10].
Engin ve Paksoy (2019)	Üç farklı amacı aynı anda optimize etmeyi hedefleyen bir tedarik zinciri ağı tasarlamış ve bunun için de karma tamsayı doğrusal programlama modeli geliştirmişlerdir [11].
Coşkun ve Bozyiğit (2019)	Mersin ilinde kimya sektöründe olan 25 firmanın yeşil tedarik zinciri uygulamalarını incelemiştir. Çalışma sonucunda firmaların yeşil uygulamalarını maliyetli buldukları ve yasal zorunlulukları yerine getirdiği sonucuna ulaşmışlardır [12].
Çınar ve Uygun (2019)	Belirledikleri beş farklı kriter için 3 farklı yeşil tedarikçi değerlendirmesi yapmışlardır. Çalışmada belirsiz durum için değerlendirmeleri incelemek istediklerinden dolayı bulanık AHP yöntemini kullanmışlardır [13].
Yaprak ve Doğan (2019)	Yeşil tedarik zinciri yönetimi ve yönetimin tercih edilmesinde etkili olan faktörleri ve zorlaştıran etkenleri incelemiştir [14].
Yarlıkaş ve Can (2019)	İstanbul ve Kocaeli illerinde bulunan iki ayrı işletme için yeşil tedarik zinciri uygulamalarını etkileyen faktörleri belirlemek için SWARA ve Copeland yöntemlerini kullanmışlardır [15].
Baki (2018)	Literatür taraması ve uzman görüşleri ile YTYZ'ne geçiş ve uygulama esnasında karşılaşılan engellerin belirlenmesi amacıyla yapmış olduğu çalışmada 24 farklı engel olduğu sonucuna ulaşmıştır [16].
Daldır ve Tosun (2018)	Uygun yeşil tedarikçi seçimi için bulanık AHS (Analitik Hiyerarşi Süreci) ve bulanık WASPAS (Bütünleşik Ağırlıklı Toplam ve Çarpım) yöntemini kullanmışlardır [17].
Güner ve Şenocak (2018)	Yeşil tedarikçi seçimi problemi için MACBETH ve Taguchi kayıp fonksiyonlarından oluşan yeni bütünleşik bir yaklaşımı tekstil endüstrisinde uygulamışlardır [18].
Denizhan vd. (2017)	Doğu Marmara'da makine imalatı sektöründe yer alan firmaların yeşil tedarikçi seçiminin klasik tedarikçi seçimine göre farklılığını belirlemek için AHP ve bulanık AHP yöntemini kullanmışlardır [19].
Demirci vd. (2017)	Mersin ilinde bireysel çevresel farkındalık ve yeşil tedarik zinciri ile bireysel farkındalık arasındaki ilişkiyi tanımlayıcı araştırma modeli ve hipotez testleri ile incelemiştir [20].
Gök ve Arıcı (2017)	Yeşil tedarik zinciri yönetimi uygulamalarını teorik olarak analiz etmek amacıyla yapmış oldukları çalışmada süreç bazlı sistemlerin ve yalın üretim sistemiyle ilgili yapılan yeşil tedarik zinciri uygulamalarının daha olumlu etki sağlayabileceği sonucuna ulaşmışlardır [21].
Uygun vd. (2017)	İşletmeleri yeşil tedarik zinciri yönetimi açısından Bulanık Bilişsel Haritalar (BBH) yöntemiyle değerlendirmişlerdir [22].
Güzel ve Demirdöğen (2016)	Yeşil tedarik zinciri ile işletme performansı arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla Marmara Bölge'sinde bulunan 102 işletme müdürü ile gerçekleştirdikleri anket değerlendirmeleri için yapısal eşitlik modelini kullanmışlardır [23].
Atrek ve Özdağoğlu (2016)	İzmir'de yeşil tedarik zinciri uygulamalarını araştırmak amacıyla alüminyum doğrama sektöründe faaliyet gösteren işletmeleri mülakat tekniği ile incelemiştir [24].

Tablo 1 (devamı)

Koska vd. (2016)	Yeşil tedarik zinciri yönetimi uygulaması önündeki engellerin belirlenmesi amacıyla AHP yöntemini kullanmışlardır. Araştırma sonucuna göre; finans, teknoloji, bilgi ve dış kaynak faktörleri arasında işletmenin yeşil tedarik zinciri uygulamalarına engel çıkarabilecek en önemli faktör dış kaynak olarak belirlenmiştir [25].
Emek ve Doğan (2015)	Yeşil ters lojistik durumu ile yeşil tedarik zinciri yönetiminin kabul edilmesi ve uygulamalarıyla birlikte ortaya çıkan bir takım uyumsuzlukları araştırmışlardır Çalışmada hipotez testleri ve ANOVA yöntemi ile analiz gerçekleştirilmiştir [26].
Güzel ve Demirdöğen (2015)	İşletmeler için yeşil tedarik zinciri faaliyetlerini açıklayarak yapılması gerekenleri belirtmişlerdir [27].
Ergülen ve Büyükkökük (2014)	Çevre yönetiminin gelişimini sanayileşmenin başladığı yıllardan itibaren kronolojik sıralamaya göre değerlendirmişlerdir [28].

### 3.2. Yeşil Lojistik

Yeşil lojistik sistemler; işletme, müşteri, toplumsal çevre ve siyasi yapı ile doğrudan yakın ilişki içerisindedirler. Bununla birlikte yeşil tedarikçiler ile talep edenler arasında kurulmuş olan ilişkiler doğrultusunda, mal ve hizmet üretimlerinin beklenen zamandaki hareketinin mümkün hale getirildiği, hem tüketiciler hem de toplumsal açıdan kalkınmaya hizmet eden çevreci uygulamalar olarak açıklanabilir [29].

Görgülü vd. (2020), karma tamsayı doğrusal programlama modeli geliştirerek yeşil lojistik açısından değerlendirme yapmışlardır [30]. Dişkaya ve Dinçer (2018), yeşil lojistik yönetimi için karbon salınımını azaltmak ve birincil enerji kaynaklarının daha az tüketilmesini sağlamak amacıyla rotalama çalışması yapmışlardır [31]. Korucuk (2018) yapmış olduğu çalışmada Ankara'da bulunan devlet, özel ve üniversite kategorilerindeki toplam 31 hastanede, yeşil lojistik uygulamaları sayesinde hastane işletmelerinin performansı ve rekabet edebilirlik yeteneği üzerindeki etkisini incelemiştir [29]. Koç ve Özceylan (2018), yeşil lojistik bağlamında araçların çevreye zararlarını azaltmak amacıyla geliştirilen rotalama problemlerini incelemiştir [32]. Gülmez ve Rad (2017), sürdürülebilirlik ve lojistik konularını çevresel, sosyal ve ekonomik olmak üzere sürdürülebilirliğin üç farklı açısından incelemiştir [33]. Yangınlar ve Sarı (2017) yapmış oldukları çalışmada sağlık işletmelerinin yeşil lojistik faaliyetlerini uygulama sebeplerini araştırmışlardır [34]. Doğru ve Fışkın (2016) yapmış oldukları çalışmada yeşil lojistik eğilimi ile lojistik performans arasındaki ilişkiyi lojistik hizmet sağlayıcılar açısından ortaya koymayı amaçlamışlardır [35]. Gültaş ve Yücel (2015) yapmış oldukları çalışmada Malatya Büyükşehir Belediyesince desteklenen ve Türkiye'de ilk kez kullanılan yerli üretim Trambüs taşıtlarını incelemiştir [36]. İncaz (2015), yeşil lojistik kavramı ve yeni yaklaşımları incelemiştir [37].

### 3.3. Yeşil Pazarlama

Yeşil, yıllardır dünya çapındaki kuruluşlar için artan bir ilgi alanı olmuştur. “Yeşil pazarlama” terimi halen akademik araştırma alanında en çok tartışılan konulardan biridir. Yeşil pazarlama, sürdürülebilir iş stratejisi için önemli bir araç haline geldiğinden, şirketler daha iyi bir iş performansı elde etmek için yeşil pazarlama uygulamalarını benimsemişlerdir [38].

**Tablo 2.** Yeşil pazarlama literatür çalışması.

Yazar (Lar) / (Yıl)	Konu	Yapılan araştırma
Akdoğan vd. (2020)	Ürün	Çorum ilinde AVM'ye gelen müşterilere yaptıkları anket sonucunda çevresel kaygı ile ekolojik bilinçli tüketici arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır [39].
Akçadağ ve Ellibes (2020)	Pazarlama	Kocaeli'nde bulunan bir alışveriş merkezinde çalışan mağaza yöneticilerine yaptıkları anket değerlendirmesi ile mağaza yöneticilerinin yeşil pazarlama kavramına karşı tutumlarını incelemişlerdir [40].
Gök ve Yüzgeç (2020)	Pazarlama	Elazığ ilinde Çimento sektöründe faaliyet gösteren bir işletmenin yeşil pazarlama faaliyetlerini incelemişlerdir [41].
Gedik (2020)	Pazarlama	Yeşil pazarlama stratejilerinin yeşil pazarlama unsurları ve müşteri ilişkilerine bağlı olarak farklılık gösterip göstermediğini araştırmışlardır [42].
Gürdin (2020)	Pazarlama	Web of Science' da yayınlanan yeşil pazarlama ile ilgili makaleleri VOSviewer bilimsel haritalama tekniğini kullanarak bibliometrik analiz yapmıştır. Analiz sonucunda en çok yayın yapan ülkenin Amerika olduğu ve en çok tekrarlanan kelimenin sürdürülebilirlik olduğu sonucuna ulaşmıştır [43].
Boz vd. (2020)	Pazarlama	Kütahya ilinde yeşil pazarlama algısının tüketiciye olan etkisini incelemişlerdir [44].
Uygun ve Özkul (2020)	Pazarlama	Yeşil otel deneyine sahip turistlere yaptıkları anket ile yeşil pazarlama stratejilerinin oteller üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Çalışma sonucunda turistlerin yeşil otellere olan algılarının kısmen etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır [45].
Özcan ve Özgül (2019)	Pazarlama	Yeşil pazarlama kavramı, gelişimi, aşamaları ve geleneksel pazarlama yöntemi ile karşılaştırması ile ilgili literatür araştırması yapmışlardır [46].
Özdemir ve Özeltürkay (2019)	Pazarlama	Adana ilinde yaşayan tüketicilerin yeşil pazarlama ile eko etiketli ürünlere olan algılarını incelemişlerdir [47].
Atılgan (2019)	Pazarlama	Yeşil pazarlama ile ilgili olarak yeşil fiyatlandırmaya dair literatür araştırması yapmıştır [48].
Akdemir ve Akbulut (2019)	Pazarlama	Muğla'da bulunan otellerin yöneticilerine ulaşarak yaptıkları anket sonucunda elde ettikleri verilere korelasyon analizi uygulayarak yeşil pazarlama stratejilerinin rekabet avantajına olan etkisini incelemişlerdir [49].
Çatı ve Öcel (2019)	Pazarlama	Düzce ilinde yaptıkları çalışmada yeşil pazarlama ile tüketici faaliyetleri arasındaki etkileşimi ölçmeyi amaçlamışlardır [50].
Çakıroğlu vd. (2019)	Ürün	Giresun Üniversitesi öğrencilerine yapmış oldukları anket ile genç tüketicilerin yeşil ürünlere olan algısını ölçmeyi amaçlamışlardır [51].
Çetin ve Korucuk (2019)	Satın alma	Kafkas Üniversitesinde görevli akademisyenleri anket uygulaması ile yeşil satın alma davranışlarını incelemişlerdir. Çalışma sonucunda yeşil satın alma davranışları ile çevresel duyarlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu belirlemişlerdir [52].
Yasa ve Cop (2019)	Pazarlama	Belçika'da yapmış oldukları çalışmada kadınların yeşil pazarlama algısına bağlı olarak plastik poşet kullanımının daha az olduğu sonucuna ulaşmışlardır [53].



Tablo 2 (devamı)

Yaşar ve Saydan (2019)	Pazarlama	Van ilinde yapmış oldukları çalışmada demografik faktörlerin bireylerin çevre bilinci ve yeşil ürünlerine olan etkisini incelemişlerdir. Çalışma sonucunda demografik faktörlerin etkili olduğunu belirlemişlerdir [54].
Çabuk ve İnan (2019)	Pazarlama	Türkiye’de yolcuların yeşil hava yollarına olan tutumlarını incelemişlerdir. Yaptıkları çalışma sonucunda yüksek gelir grubunda olan yolcuların yeşil hava yollarına yönelik davranışlarının olumlu olduğunu belirlemişlerdir [55].
Çelik ve Canoğlu (2019)	Pazarlama	ULAKBİM veritabanında sürdürülebilir çevreci pazarlama konusunda yayınlanan makalalar için bibliometrik analiz yöntemini kullanarak incelemişlerdir. Çalışmada tek yazarlı makalelerin çoğunlukta olduğu ve en çok Ki-kare yönteminin tercih edildiğini belirlemişlerdir [56].
Öndoğan (2018)	Pazarlama	Yeşil pazarlamanın önemini ortaya koyabilmek amacıyla yapmış olduğu çalışmada hazır giyim sektöründe yeşil pazarlama uygulamalarını incelemiştir [57].
Aydın ve Tufan (2018)	Satın alma	‘Sürdürülebilirlik’ ve ‘yeşil’ kavramlarına bağlı olarak, Y kuşağı ve milenyum kuşağının yeşil ve sürdürülebilirliğe olan ilgisini araştırmışlardır [58].
Aksoy (2018)	Pazarlama	Yeşil tüketicilerin tutumlarını belirlemek amacıyla yapmış olduğu çalışmada yeşil pazarlama doğrultusunda çevreye duyarlı ürün kullanımı konusunda bir eğilim ve çevresel kaygı olduğu sonucuna ulaşmıştır [59].
Çekiç ve Altuğ (2018)	Reklam	Kurum ve kuruluşların, yeşil imaj oluşturabilmek ve bu imajı aktarabilmek doğrultusunda web sitelerini nasıl kullandıklarını araştırmışlardır. Bununla birlikte firmaların web sitelerinde çevreci algıyı destekleyen öge ve ifadeleri ne oranda kullandıklarını ortaya koymuşlardır [60].
Küçükkancabaş ve Esen (2018)	Satın alma	Trakya Bölgesi’nde tüketicilerin yeşil satın alma davranışında, yaş faktörünün çevreci kaygılar üzerindeki etkisi ile yeşil satın alma davranışları arasındaki ilişki arasında düzenleyici bir etkiye sahip olduğu ortaya konulmuştur. Bunun yanı sıra yaş düzeyi arttıkça bu ilişkinin daha da güçlendiği sonucuna ulaşmışlardır [61].
Kaya (2018)	Reklam	Markaların sosyal medyayı kullanım amaçları incelenerek, bu araçların daha çok çevre dostu ürün ve hizmetlerini öne çıkarmak, gerçekleştirdikleri çevre dostu ve doğal yaşamı desteklemeye yönelik etkinlikleri duyurmak, çevreci özel gün ve haftalarla ilgili paylaşımlarda bulunmak ve bunun yanı sıra müşterileriyle kurduğu etkileşimi arttırmak amaçlı kullandığı sonucuna ulaşmıştır [62].
Sarıtaş (2018)	Satın alma	Burdur’da yaşayan tüketicilerin yeşil satın alma davranışının artması algılanan tüketici etkinliğini pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır [63].
Sarıtaş (2018)	Ürün	Uluslararası Ticaret bölümü öğrencileri için yapılan değerlendirmeler dikkate alınarak çevreye duyarlı ürün bilinci ölçeğinin alt boyutları arasındaki yaş ve ekolojik bilinç değişkenleri arasında; sınıf düzeyleri ile geri dönüşümlü ve çevreye duyarlı ürün kullanım eğilimi değişkeni ve yine sınıf düzeyleri ile çevresel sorumluluk bilinci değişkeni arasında bir farklılık tespit etmişlerdir [64].
Çakır (2017)	Ürün	Yeşil ürün grupları çerçevesi içerisinde marka oluşturma ve markalama kararlarında, pazarlama stratejilerini etkileyecek olan ve işletmelerin de uygulanabilecek olduğu yöntemleri incelemiştir [65].
Çetinkaya ve Özceylan (2017)	Satın alma	Gaziantep Üniversitesi’nde öğrenim gören 380 lisans ve lisansüstü öğrencisi ile gerçekleştirilen çalışmada yeşil satın alma davranışları incelenmiş ve analizler sonrasında tüketicilerin demografik özellikleri ile yeşil satın alma davranışları arasında anlamlı ilişkiler olduğunu sonucuna ulaşmışlardır [66].
Gedik vd. (2017)	Pazarlama	Düzce Üniversite’sinde yapmış oldukları çalışmada, öğrencilerin alışveriş yaparken sırasıyla kalite, fiyat, işlevsellik, marka ve çevresel etkiye önem verdiği sonucuna ulaşmışlardır [67].
Gürdin (2017)	Pazarlama	Motorlu taşıtların vergilendirilmesinin yeşil pazarlamaya etkisini incelemiştir [68].
Karahan vd. (2017)	Pazarlama	Fırat Üniversitesi’nde gerçekleştirilen çalışmada öğrencilerin değerlendirmeleri doğrultusunda; doğal kaynakların kullanılmasında tasarruflu olunması ve kirlenmemesi gerekliliği, ülkemizdeki çevre kirliliğini önleyici tedbirlerin yetersiz olduğu düşüncesinin hâkim olduğunu belirlemişlerdir [69].

Tablo 2 (devamı)

Korkmaz vd. (2017)	Ürün	Lisans düzeyindeki öğrencilerle ilgili yaptıkları çalışmada kişilerin birbirleri ve sosyal çevre etkisi ile yeşil ürün satın alma davranışları arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır [70].
Korkmaz vd. (2017)	Pazarlama	Otellerin uyguladıkları yeşil pazarlama seviyelerinin otelin sahipliğine ve sınıfına göre farklı olduğu sonucuna ulaşmışlardır [71].
Korkmaz ve Atay (2017)	Pazarlama	Otel işletmelerinin yeşil pazarlama uygulamalarını araştırmak amacıyla yaptıkları çalışmada yeşil pazarlama ile kurumsal itibarın arttığı ve rekabet avantajı imkânı sağladığı sonucuna ulaşmışlardır [72].
Nas (2017)	Pazarlama	İstanbul'da yeşil pazarlama anlatılarının kapalı sitelerin marka vaatlerini iletme biçimlerini incelemiştir [73].
Alkaya vd. (2016)	Satın alma	Ordu Üniversitesi öğrencilerinin çevresel duyarlılıkları incelendiğinde kişisel ve ekolojik duyarlılığın birlikte yeşil ürün satın alma davranışı için etkili olduğunu belirlemişlerdir [74].
Başol vd. (2016)	Tüketici	Erasmus staj ve öğrenim hareketliliği programı çerçevesinde değişim gerçekleştirmiş öğrenciler ile Türk öğrenciler arasındaki yeşil ürün tüketim eğilimleri farklılıkları incelenmiştir. Çalışma sonucunda farklı ülkelerdeki genç tüketicilerin birbirlerine yakın yapıları olduğunu belirlemişlerdir [75].
Çakmak ve Özkan (2016)	Tüketici	Üniversite öğrencilerinin ekolojik bilinciyle birlikte ekolojik ürün satın alma farkındalığını belirlemek amacıyla yapmış oldukları çalışmada çevresel bilinci daha yüksek olan öğrencilerin çevre bilinci düşük olanlara nazaran yeşil tüketime daha fazla önem verdiği sonucuna ulaşmışlardır [76].
Özgüven ve Ölçü (2016)	Pazarlama	Üniversite öğrencileri arasında yaptıkları çalışmayla satın alma davranışları ile çevrecilik arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir [77].
Gedik vd. (2016)	Pazarlama	Düzce Üniversite'sinde gerçekleştirdikleri çalışmada sürdürülebilirlik kavramının öğrenciler için önemli olduğu ve öğrencilerin çevre yönetim standartları olan firmaları diğer firmalara göre daha fazla tercih ettiklerini belirlemişlerdir [78].
Leblebici ve Delice (2016)	Reklam	Yeşil reklamlara yönelik tutumların çevresel duyarlılık üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmada iki etken arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır [79].
Şahin vd. (2016)	Pazarlama	Kahramanmaraş'ta yapmış oldukları çalışmada, tüketiciler için yeşil ürün algısının en çok gıda ürünlerinde, en az ise otomotiv sektöründe önemsendiği sonucuna ulaşmışlardır [80].
Akbaş (2016)	Pazarlama	Turizm sektöründeki işletmelerin genç tüketici üzerindeki yeşil pazarlama algılarını belirlemişlerdir [81].
Onurlubaş (2016)	Ürün	İstanbul ilindeki ailelerin yeşil ürün satın almasında medya faktörünün mesleğe göre, gelir faktörünün ise Güvenirlilik-Çevrecilik Bilincine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşmışlardır [82].
Aslan ve Çınar (2015)	Pazarlama	Kafkas Üniversitesi öğrencilerinin yeşil satın alma davranışlarını incelemek amacıyla yapmış oldukları çalışmada öğrencilerin yeşil pazarlama faaliyetleri hakkında yeterince bilgiye sahip olmadıkları bu sebeple çevre dostu ürünleri satın almada kararsız olduklarını belirlemişlerdir [83].
Tellan (2015)	Pazarlama	Çevreciliğin pazarlama uzmanlarının ilgileneceği bir konudan daha önemli yani toplumsal bir hareket olduğunu vurgulamışlardır [84].
Gedik vd. (2015)	Pazarlama	Düzce orman ürünleri sanayi işletmelerinin yeşil pazarlamayla ilgili düşünce ve davranışlarını incelemişlerdir [85].
Oflaç ve Göçer (2015)	Tüketici	Türkiye'deki genç tüketicilerle ilgili yaptıkları çalışmada yeşil tüketim ve yeşil tüketici kavramlarının yaygınlaştırılması ve benimsenmesi amacıyla eko-etiketlerin etkin bir araç olarak kullanılması gerektiği sonucuna ulaşmışlardır [86].
Armağan ve Karatürk (2014)	Pazarlama	Tüketicilerin çevreye duyarlı ürünleri kullanma eğilimlerini tespit etmek amacıyla yapmış oldukları çalışmada çevreci eğilimlere ait alt boyutlar belirlenmiş, demografik faktörlerle arasında ilişkiler saptamışlardır [87].



Tablo 2 (devamı)

Büyükmert vd. (2013)	Ürün	Adnan Menderes Üniversitesi Nazilli İİBF ve Nazilli Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin çevre ve çevre dostu ürünlere yönelik ilgilerini ölçme ve kıyaslama amacıyla faktör, t-testi ve Anova analizleri kullanmışlardır [88].
Kızıloğlu vd. (2013)	Ürün	Ziraat fakültesi öğrencilerinin çevre dostu gıda ürünleri hakkında düşünce ve davranışlarını belirlemek amacıyla yapmış oldukları çalışmada öğrencilerin çevreyi ve sağlıklarını korumak istedikleri sonucuna ulaşmışlardır [89].
Yılmaz (2013)	Pazarlama	Yaptığı çalışmada, Sivas ili halkının çevreye duyarlı ve yeşil ürünleri kullanmaya dikkat ettikleri sonucuna ulaşmıştır [90].
Atay ve Dilek (2013)	Pazarlama	Turizmde yeşil pazarlamaya ve yeşil otelciliğe ilişkin örnek bir turizm işletmesini incelemişlerdir [91].
Duru ve Şua (2013)	Pazarlama	İstanbul Aydın Üniversite'sinde yapmış oldukları çalışmada “Çevreye Duyarlı Ürün Bilinci” ile sınıf düzeyi, ailenin meslek türü, anne ve babanın eğitim düzeyi ve ailenin gelir düzeyi arasında bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir [92].
Zülfikar (2013)	Tüketici	İstanbul'da yaşayan tüketiciler için kendileri ve yakın çevrelerini çevreci algıladıkları gibi unsurlar ve paradigmaların önemli olduğunu tespit etmiştir [93].
Erbaşlar (2012)	Pazarlama	Yeşil pazarlama hakkında bilgiler vererek önemini anlatmıştır [94].
Akyüz ve Akyıldız (2012)	Pazarlama	Türk tüketicilerinin çevre dostu ürün satın alma davranışlarının, Cinsiyet, Medeni Durum, Yaş, Mesleki Durum ve Eğitim Durumu gibi demografik faktörlerin dışında sadece Gelir Durumu faktörü anlamlı bir farklılık gösterdiğini tespit etmişlerdir [95].
Köksal ve Ulusu (2012)	Reklam	İstanbul'da Bahçeşehir ve Marmara Üniversitelerinde eğitimine devam eden lisans ve lisansüstü öğrencilerine yönelik yaptıkları çalışmada yeşil reklama olan algılarını belirlemeye çalışmışlardır [96].
Kükreler (2012)	Reklam	Eskişehir'de çevreye duyarlılıkları düşük ve yüksek olan iki tüketici grubunun yeşil reklamlara yönelik davranışları arasında fark olduğunu tespit etmiştir [97].
Özkaya (2012)	Reklam	Yeşil pazarlama ile yeşil reklam arasındaki ilişkiyi incelemiştir [98].
Ar ve Tokol (2011)	Pazarlama	Türkiye'de tekstil sektöründeki ihracat yapan firmaların yeşil pazarlama stratejilerine hangi faktörlerin neden olduğunu incelemişlerdir [99].
Ayyıldız ve Genç (2010)	Pazarlama	Karadeniz Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü dördüncü sınıf öğrencileri üzerinde yapılan çevreyle ilgili düşünce, çevresel davranış ve çevre sorunlarına ilişkin fikirlerini ortaya koymuşlardır [100].
Özdemir vd. (2010)	Ürün	Kırşehir, Ankara ve İstanbul'da yaşayan bireylerin satın alma davranışlarında yaş, cinsiyet ve eğitim değişkenlerine göre gruplar arasında çevreci tüketim açısından anlamlı farklılıklar bulunduğunu tespit etmişlerdir [101].
Türk ve Gök (2010)	Pazarlama	İşletmelerin sosyal sorumluluğu olan ve çevreye duyarlılık açısından işletmelerin yeşil pazarlama yaklaşımını incelemişlerdir [102].
Seyhan ve Yılmaz (2010)	Pazarlama	Turizm sektöründe yer alan “Calista Luxury Resort”e göre değerlendirmeler yaparak yeşil pazarlama faaliyetlerini incelemişlerdir [103].

### 3.4. Yeşil Ekonomi

“Yeşil Ekonomi”, “Yeşil Ekonomik Büyüme” ve “Düşük Karbon Ekonomisi” kavramları 1980'li yıllarda başlamıştır ve 2008 yılında küresel mali krizinden sonra gittikçe önemli bir hale gelmiştir. Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP, 2011) yeşil ekonomiyi, düşük karbonlu ve verimli kaynak kullanımı olan insan refahı ve sosyal eşitliği iyileştirirken çevresel olumsuzlukları ve ekolojik kısıtlıkları önemli ölçüde azaltan bir ekonomi olarak tanımlamıştır.

Dünya Bankası (Dünya Bankası, 2012) yeşil ekonominin dört etkisini açıklamıştır. Bunlar; girdi etkisi (artan üretim faktörleri), verimlilik etkisi (üretimi üretim sınırına yaklaştırmak), teşvik etkisi (ekonomiyi kriz zamanlarında teşvik etmek ) ve bir inovasyon etkisi (teknolojilerin gelişmesini ve benimsenmesini hızlandırmak) [104].

Türkiye’de yeşil ekonomi alanında yapılan çalışmalar kronolojik olarak incelendiğinde; Al (2019), Türkiye’nin 2000-2015 yılları arasındaki yeşil ekonomi endeksini 22 farklı değişkene bağlı olarak hesaplamıştır. Hesaplama sonucunda çevresel performansın son yıllarda artmakta olduğunu belirlemiştir [105]. Akar (2019), Franchising stratejisini yeşil ekonomi ve küreselleştirme açısından incelemiştir [106]. Denek (2019), sürdürülebilir kalkınma yaklaşımı hakkında literatür analizi yapmıştır [107]. Görmüş (2019), İngiltere’de yeşil ekonominin istihdam üzerindeki etkisini incelemiştir. Analiz sonucunda cinsiyet değişkeninin anlamlı farklılar oluşturduğunu tespit etmiştir [108]. Purkis (2019), araştırma makalesinde yeşil ekonominin ekolojik krize çare olamayacağı sonucuna ulaşmıştır [109]. Çiloğlu (2018) yapmış olduğu çalışmada küreselleşme sürecinin geçmişten günümüze gelişim aşamasıyla beraber, artan çevre kirliliği sonucunda çevreci politikaların dönüşümsel süreci incelemiştir [110]. Şahin (2018), Avrupa Birliği ülkeleri için sürdürülebilir büyüme ile yeşil ekonomi arasındaki ilişkiyi analiz etmiştir. Çalışmada ekonomik büyüme ile ileri teknoloji ihracatı arasında olumlu bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır [111]. Yalçın (2016) yapmış olduğu çalışmada sürdürülebilir kalkınma için yeşil ekonomi ve mali politikalar hakkında çalışma yapmıştır [112]. Özçağ ve Hotunluoğlu (2015) yapmış oldukları çalışmada yeşil ekonominin geleneksel büyüme ve kalkınmaya göre içeriğini, stratejilerini ve yeniliklerini ortaya koymayı amaçlamışlardır [113]. Erkan ve arkadaşlarının (2013) yeşil ekonominin turizmle olan ilişkisi ile birlikte yeşil turizmin ülke ekonomisine nasıl bir katkı sağlayacağını ortaya koymak istemişlerdir. Çalışmada yeşil turizmin swot analizini çıkarmışlardır [114]. Kuşat (2013) yapmış olduğu çalışmada ülkelerin ekonomik kalkınmaları için zarar verdikleri çevre nedeniyle yaşadıkları negatif dışsallıkları incelemiştir [115].

### 3.5. Yeşil Enerji

Yeşil enerji, sürdürülebilir yani sürekli olarak doğal süreçlerde var olan enerjiden elde edilen enerjidir. Bu kaynaklar; güneş enerjisi, rüzgâr enerjisi, jeotermal enerji, hidrolik enerjisi, biyokütle enerjisi ve hidrojen enerjisidir. [116].

Yeşil çatı, binaların enerji performanslarını artırarak, şehirlerin hava kalitesi ve ekolojisini iyileştirerek, aynı zamanda yağmur suyu sorunlarına da çözümler üreten önemli inovasyon sistemleridir [117].

Yeşil enerji alanıyla ilgili çalışmalar incelenmiştir. Yenilenebilir enerji kaynakları ile ilgili çalışmalara yer verilmemiştir. Dağtekin ve arkadaşlarının (2018) GAP Bölgesi için yeşil enerjiyi temel alan ve tüm alt sektörlerde de kullanılabilirliğini belirlemek amacıyla yapmış oldukları çalışmada yenilikçi ve entegre yaklaşım sayesinde oluşturulacak tedarik, paydaş ve değer zinciri dikkate alınarak sürdürülebilir ve yeşil bir kalkınma modelinin nasıl oluşturulacağı detaylı olarak anlatılarak ve bu amaçla yeni uygulama/iş modelleri önermişlerdir [118]. Ulusoy (2017) yapmış olduğu çalışmada yenilenebilir enerjinin şu an geldiği noktadan bahsedilirken yenilenebilir enerji hakkında yapılan son çalışmalardan, mali ve finansal teşviklerden, dünyada ve ülkemizde yapılan destek programlarından ve yeni bir finansman yolu olan Yeşil Sertifikalar kavramı hakkında bilgiler vermiştir [119]. Akpınar Külekçi (2017) yapmış olduğu çalışmada geçmişten günümüze yeşil çatı sistemlerinin tarihsel süreci incelemiş, yeşil çatıların bileşenleri, yeşil çatı tipleri hakkında bilgiler vermiştir [120]. Uslu (2016) yapmış olduğu çalışmada Türkiye'deki yeşil enerji potansiyelini ortaya koyarak ülke ekonomisi için yeşil enerji yani yenilenebilir enerji potansiyeli olan iller ile ilgili bilgi vermeyi amaçlamıştır [116]. Ekşi ve Uzun (2016) yapmış oldukları çalışmada İstanbul iklim şartları için yeşil çatı sistemini bazı kriterlere göre incelemişlerdir. Bunlar; ısı yalıtımı, su tutma, yüzeysel akış, bitki büyüme durumu. Çalışmada yeşil çatı sisteminin ısı verimliliği açısından %77 tasarruf sağladığı sonucuna ulaşmışlardır [121]. Büyükmihçi ve arkadaşlarının 2015 yılında yapmış oldukları çalışmada yeşil çatı sistemlerinin tarihi binalarda uygulanabilirliğini incelemişlerdir [122]. Barış ve arkadaşlarının 2012 yılında yapmış oldukları çalışmada Ankara Ankamall Alışveriş Merkezi örneği için yeşil çatı sistemleri kullanıldığında ortaya çıkabilecek olumlu etkileri incelemişlerdir [123]. Erdal (2012) yapmış olduğu çalışmada Türkiye'de yeşil enerji potansiyeli ve istihdam potansiyelini incelemiştir [124].

### 3.6. Yeşil Tesis

Sürdürülebilir yapının ilk tanımı 1994 yılında Charles Kibert tarafından yapılmıştır. Ekolojik ilkeleri ve kaynakların verimli kullanımını göz önünde bulundurarak, sağlıklı bir bina ortamının oluşturulması ve yönetilmesi" olarak tanımlamıştır. Sürdürülebilir yapı için altı ilke belirlenmiştir. Bunlar [125]:

- Minimum kaynak tüketimi

- Maksimum yeniden kaynak kullanımı
- Yenilenebilir ya da geri dönüştürülebilir kaynakların kullanımı
- Doğal çevrenin korunması
- Sağlıklı ve toksik olmayan bir ortamın oluşturulması
- Bina çevresinin kalite takibinin yapılması

İncelenen çalışmalarda, yeşil tesisler olarak hastane, bina, restoran, liman ve otel uygulamaları değerlendirilmiştir. Bu tesislerin ortak özellikleri katı atıkları azaltan, enerji tasarrufu sağlayan çevre dostu olmalarıdır.

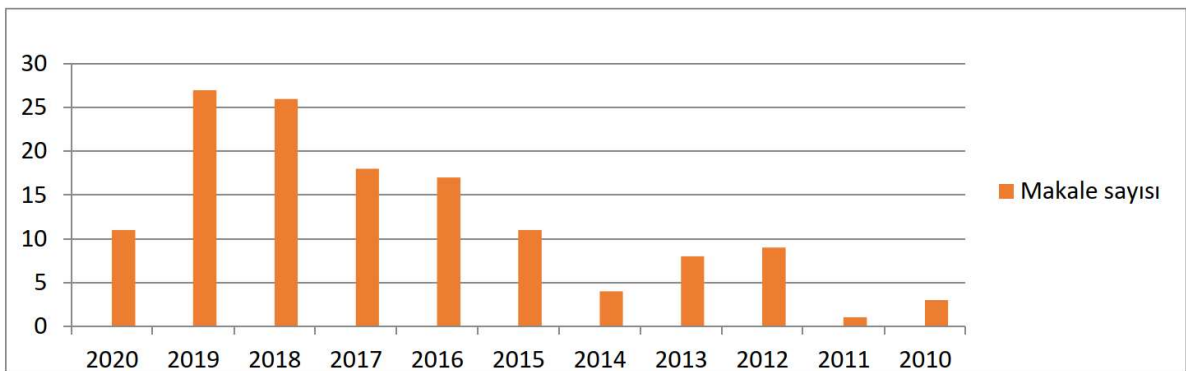
Çalışmalar incelendiğinde; Ekergil ve Savaş (2019), yeşil hastanelerde maliyet hesaplamalarının nasıl yapıldığını araştırmışlardır. Çalışmada çevreci maliyet hesaplamalarının nasıl yapılacağını belirlemişlerdir [126]. Çilhoroz ve Işık (2019) yapmış oldukları çalışmada dünya genelinde en sık kullanılan yeşil hastane sertifika sistemleri olan BREEAM for Healthcare, LEED for Healthcare ve Australian Green Star sertifika sistemleri üzerinde durmuşlardır [127]. Uğur ve Leblebici (2019) yapmış oldukları çalışmada Türkiye’de altın ve platin sertifikaya sahip iki binayı, yeşil bina olmalarından kaynaklı olan etkilerini incelemişlerdir. Çalışma sonucunda; yıllık enerji tasarruf miktarının, altın sertifikalı binada 242 \$/m<sup>2</sup> ve platin sertifikalı binada ise 255 \$/m<sup>2</sup> olabileceği sonucuna ulaşmışlardır [128]. Aras (2019) yapmış olduğu şehirlerin sürdürülebilirliğinin yeşil çatı ile olan ilişkisini incelemiştir. Dünyadan ve Türkiye’den örnekler ile yeşil çatı hakkında bilgiler vermiştir. Şehirlerin sürdürülebilirliği açısından yeşil çatının avantajlarını değerlendirerek, karşılaştırmalı analizler yapılması ve Türkiye’deki uygulamalar için altyapı oluşturmayı hedeflemişlerdir [129]. Uruk ve Külünkoğlu (2019), yeşil bina enerji sertifikasyonu; Breeam, Leed ve DGNB gibi sertifikasyon sistemlerini inceleyerek yeni binaların enerji sarfiyatını planlamışlardır [130]. Korucuk ve Memiş (2019) yapmış oldukları çalışmada İstanbul İli’nde yeşil liman sertifikası alan işletmelerde yeşil liman uygulamalarının performans faktörlerinin belirlenmesi ve önceliklendirilmesi için Dematel yöntemini kullanmışlardır [131]. Kılıç ve Güdük (2018) yapmış olduğu çalışmada İstanbul’da bulunan bir kamu hastanesinde yeşil hastane hakkında çalışanların, hastaların ve hasta yakınlarının beklentilerini incelemek ve bu beklentileri demografik özelliklere göre incelemişlerdir [132]. Özdemir Karaca ve arkadaşlarının 2018 yılında yapmış oldukları çalışmada sürdürülebilir sağlık hizmetleri ve yeşil hastane kavramlarına açıklayarak bu iki kavram arasındaki ilişkiyi belirlemişlerdir [133]. Yıldız ve

arkadaşlarının 2018 yılında yapmış oldukları çalışmada Kara Harp Okulu (KHO) eğitim ve öğretim sisteminin modernizasyonu kapsamında inşası tamamlanan, yeşil bina sertifikası almamış, ancak birçok özelliği itibarıyla yeşil bina vasfı taşıyan bir eğitim binası, LEED'in okullar için geliştirdiği değerlendirme sisteminin ana başlıkları altında incelemiştir [134]. Nebati ve Ekmekçi (2018) yapmış oldukları çalışmada AVM'lerin yeşil bina performansını ölçmek için 2 basamaklı bir model önermişlerdir. İlk aşamada AHP yöntemiyle kriterleri ağırlıklandırmışlardır. Daha sonra PROMETHEE yöntemiyle İstanbul'da faaliyet gösteren 4 AVM'nin performans ölçümünü yapmışlardır [135]. Süklüm (2018) yapmış olduğu çalışmada yeşil otelcilik uygulamaları maliyetler açısından değerlendirilmiş uygulamaların hem çevreye faydası hem de işletmelere maliyet avantajı olduğu sonucuna ulaşmıştır [136]. Işık ve Barlak (2018) yapmış oldukları çalışmada İstanbul bölgesinde bulunan 3,4 ve 5 yıldızlı 76 konaklama işletmelerindeki bölüm yöneticilerine anket uygulanarak yeşil inovasyona bakış açıları, yeşil inovasyon beklentileri, çevre duyarlılığı ve işletmenin uyguladığı yeşil inovasyon uygulamaları araştırmışlardır [137]. Doğan ve Ertaş (2018) çevreye duyarlı olan tesislerde çevresel maliyetlerin tesislerin rekabet gücüne etkisi olup olmadığı belirlemek amacıyla Yeşil yıldız listesinde yer alan 64 tesisin yöneticilerine ve çevre sorumlularına anket yöntemi ile sorular yöneltilmiştir. Faktör analizi ve korelasyon analiziyle çevresel maliyetler ile rekabet gücünün aynı yönlü bir ilişkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır [138]. Ertaş ve Hüseyinli (2018) Türkiye'deki yeşil otel uygulamalarında müşteri davranışını incelemek amacıyla yapmış oldukları çalışmada tüketicilerin yeşil uygulamalara yönelik bilgilerinin yetersiz olduğu sonucuna ulaşmışlardır [139]. Kurnaz ve Özdoğan (2018) İstanbul'da bulunan restoranlarda yeşil uygulamaların nasıl yürütüldüğü ve neler yapıldığını keşfetmek amacıyla yapmış oldukları çalışmada yeşil restoranların fiziki çekicilikleri, menü zenginliği, coğrafi konumları, dış görünüş ve atmosferleri diğer restoranlardan ayıran özellikler olduğu sonucuna ulaşmışlardır [140]. Kement ve Çavuşoğlu (2017) yeşil yıldızlı otelleri tercih eden müşterilerin, otelin müşterilerde bıraktığı etkilerini incelemek amacıyla yapmış oldukları çalışmada otelin estetik algısının eğlenceye göre daha etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır [141]. Kurnaz ve Özdoğan (2017) yapmış oldukları çalışmada DINESERV modelinden uyarlanan GRSERV modelini kullanarak, İstanbul'da bulunan yeşil restoranları belirleyerek restoranların kalitelerini ölçmüşlerdir. Çalışma ile yeşil restoranları tercih eden müşterilerin restoranların hizmet kalitesini iyileştirmeleri gerektiğini tespit etmişlerdir [142]. Koşar Danışman ve Özalp (2016) yapmış oldukları çalışmada küresel ısınmanın etkilerinin azaltılması için yeşil liman uygulamalarının rolünü belirlemeyi amaçlamışlardır. Araştırma sonuçlarında yeşil liman

uygulamalarının daha verimli olması amacıyla öneriler vermişlerdir [143]. Hoşgör (2015) dünyada da uzun zamandır kullanılmakta olan yeşil binalar hakkında bilgiler vererek yeşil binaların sağlıkla olan ilişkilerini incelemişlerdir. Türkiye’de yeşil hastane örneklerinin artması gerektiği ve yeşil hastane sertifikası almış hastane sayısının artması gerektiğini önermişlerdir [144]. Erdede ve Bektaş (2014) yapmış oldukları çalışmada, sürdürülebilirlik, ekoloji ve çevre dostu bina kavramlarını açıklayarak birbirleriyle olan ilişkilerini araştırmışlardır [145]. Mesci (2014) çevre dostu otellerin ekonomik avantajlarını belirlemek amacıyla yapmış olduğu çalışmada otellerin, tasarruf ve kaynakların verimli kullanılması açısından ekonomilerine katkı sağladığı sonucuna ulaşmıştır [146]. Terekli ve arkadaşlarının 2013 yılında yapmış oldukları çalışmada yeşil hastane hakkında bilgi vererek yeşil hastanenin uygulanabilirliğini ve çevreye ve kuruma olan katkılarını incelemişlerdir [147]. Dilek ve Atay (2012) yapmış oldukları çalışmada Antalya ve çevresinde bulunan beş yıldızlı otellerin, yeşil otel ve yeşil pazarlama ilişkilerini incelemişlerdir [148]. Anbarcı ve arkadaşlarının 2012 yılında yapmış oldukları çalışmada dünyada uygulanan yeşil bina sertifika sistemleriyle Türkiye’de uygulanan Binalarda Enerji Performansı Yönetmeliğini incelemişlerdir [149].

### 3.7. Sürdürülebilir Sistemler ile İlgili Yapılan Çalışmalar Hakkında Sayısal Veriler

Çalışma kapsamında altı ana başlıkta incelenen tüm çalışmalar dikkate alınarak sayısal analizler gerçekleştirilmiş ve elde edilen sonuçlar Şekil 2 ve Şekil 3’te yıllara göre makale sayıları ve sürdürülebilirlik ile ilgili çalışmaların konulara göre dağılımı açısından grafiksel olarak sunulmuştur. Ayrıca çalışma kapsamında incelenen tüm çalışmaların %47’sini oluşturan Yeşil Pazarlama çalışmalarının yıllara göre dağılımı da Şekil 4’te verilmiştir.

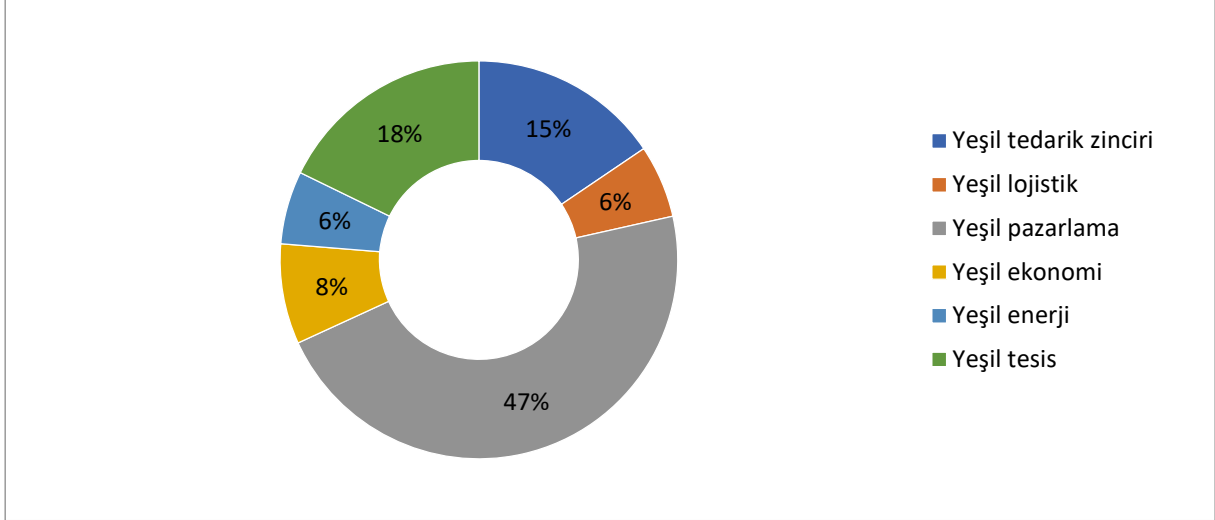


Şekil 2. Yıllara göre sürdürülebilirlik ile ilgili makale sayısı

Şekil 2’de 2010-2019 yılları arasında Dergipark’ta yayınlanan ve yeşil kavramlarını içeren makale sayılarının yıllara göre dağılımı incelenmiştir. Şekilde görüldüğü gibi en çok

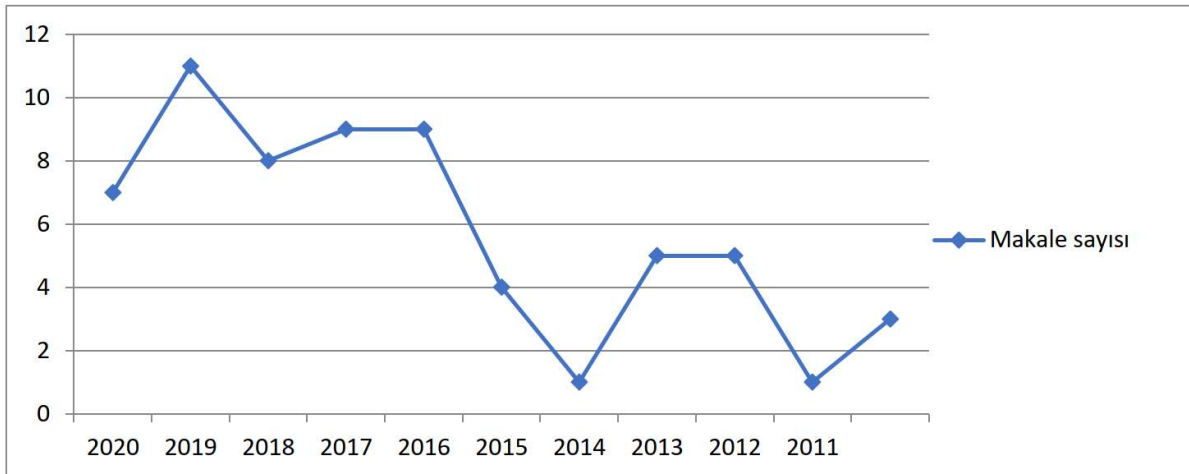


sayıda çalışmanın 2019 yılında yayımlandığı belirlenmiştir. 2020 yılı itibarıyla ilgili alanda yapılan yayınların bir miktar azalmış olduğu görülmektedir. Bunun nedeninin, tüm dünyada etkileri yaygın şekilde hissedilen COVID-19 pandemi sürecinin 2020 yılı içinde gerçekleştirilen yayınların odak noktası olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.



Şekil 3. Sürdürülebilirlik ile ilgili çalışmaların konulara dağılımı

Şekil 3’de yeşil kavramı içeren makalelerin çalışma kapsamında incelenen altı konu başlığına göre dağılımı gösterilmiştir. Yeşil pazarlama ile ilgili çalışmaların %47 gibi yüksek bir oranla en başta geldiği, daha sonra sırasıyla yeşil tesis, yeşil tedarik zinciri, yeşil ekonomi, yeşil enerji ve yeşil lojistik konularında çalışmaların yapıldığı görülmüştür.



Şekil 4. Yeşil pazarlama ile ilgili çalışmaların yıllara göre dağılımı

Çalışmada en büyük paya sahip araştırma konusu olan yeşil pazarlamanın yıllara göre dağılımı incelenerek Şekil 4’te verilmiştir. Grafik incelendiğinde makale sayısının yıllara göre

dalgalanma gösterdiği görülebilmektedir. Bu alanda gerçekleştirilen çalışmaların özellikle 2019 yılında yoğunlaştığı, 2020 yılında ise çalışma sayısının 11'den 7'ye düştüğü anlaşılmaktadır. 2019 ve 2020 yıllarına ait toplam makale sayılarını gösteren Şekil 2'ye bakıldığında bahsedilen bu düşüşün sadece pazarlama ile ilgili çalışmalarda olmadığı genel bir azalma olduğu sonucuna varılabilmektedir.

#### 4. SONUÇLAR ve ÖNERİLER

Sürdürülebilirlik son yıllarda giderek daha önemli hale gelmektedir. Sürdürülebilirliğin amacı, hem insan eliyle oluşturulan hem de doğal çevrenin korunması, insanların ve kaynakların devamlılığının sağlanmasıdır. Sürdürülebilirlik üç bileşen boyutu ile ifade edilmektedir. Bunlar; ekonomik, sosyal ve çevre boyutudur. Sürdürülebilirliğin bahsedilen bu üç boyutun her biri açısından da birçok faydası vardır. Sürdürülebilir şehir gelişiminde iklim değişikliğine uyum sağlama ve düşük karbon uygulamaları hükümetlerin önemli politikalarını oluşturmaktadır [150]. Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de sürdürülebilir sistemlerin önemi giderek fark edilmekte ve ilgili alanda çok sayıda çalışma gerçekleştirilerek konu detaylıca ve çok boyutlu olarak irdelenmektedir.

Bu çalışmada sürdürülebilir sistemler yeşil tedarik zinciri, yeşil lojistik, yeşil pazarlama, yeşil ekonomi, yeşil enerji ve yeşil tesis olmak üzere altı ana başlık altında incelenerek bu konularda yapılan çalışmalar hakkında bilgiler verilmiştir. Çalışmada Dergipark'ta 2010-2020 yılları arasında yeşil kavramını içeren çalışmalar kullanılmıştır.

Literatür incelendiğinde ilgili alanda giderek daha fazla çalışmanın gerçekleştirildiği ve en çok sayıda çalışmanın 2019 yılında yapıldığı belirlenmiştir. Bu ivmenin sonraki yıllarda da giderek artan şekilde devam edeceği ve sürdürülebilirlik kavramının tüm alanlarda ilgi odağı olacağı düşünülmektedir. Tüketim odaklı ve eksilenin tamamlanmadığı bir yaşam şeklinin hem bireysel hem toplumsal hem de dünya ülkeleri açısından çok daha uzun yıllar boyu devam etmeyeceği açıkça gözükmemektedir. Diğer yandan gelişmişlik kavramının sürdürülebilirlik ile bütünleştirilmesinin gerekliliği de ortadadır. Gerçekleştirilen bu çalışma ile sürdürülebilirlik konu başlığı altında mevcut çalışmalar incelenerek konunun ülkemizde nasıl irdelendiği ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Gerçekleştirilen çalışmaların çoğunun yer aldığı pazarlama başlığı altındaki literatür incelendiğinde, tüketicilerin yeşil ve sürdürülebilir kavramlara bakış açısını ortaya koymaya yönelik araştırmalar yapıldığı ve bu anlamda farklı bir tüketim bilincinin oluştuğu dikkat

çekicidir. Araştırmalar göstermektedir ki, yeşil pazarlama alanındaki çalışmalarda en çok kullanılan araştırma yöntemleri ise hipotez testleri, istatistiksel analizler ve çok kriterli karar verme teknikleridir.

Bununla birlikte hem üretim, hem dağıtım ve ayrıca tüketimi dikkate alan yeşil tedarik zinciri ve yeşil lojistik başlıklarında gerçekleştirilen çalışmaların daha çok mevcut durum analizine yönelik, aynı zamanda sürdürülebilirliğin ilgili sistemlere entegre edilebilirliği noktasındaki zorlukların araştırıldığı çalışmalar olduğu söylenebilir. Enerji ve tesislerin sürdürülebilirliği açısından inceleme yapıldığında maliyet unsurunun ön planda olduğu ve sürdürülebilirliğin farklı tesisler açısından sağladığı tasarrufların araştırıldığı çalışmalar dikkat çekmektedir.

Gerçekleştirilen literatür incelemesi sonucunda sürdürülebilirlik kavramı araştırmaları altı farklı bölümlendirme ile detaylandırılmıştır. Her bir alt bölüm açısından sürdürülebilirliğin yerleştirilmesi ve yaygınlaştırılması için yol haritası ve yöntem önerilmesi konusunda eksikler olduğu görülmüştür. Sonraki çalışmaların bu alanda yapılması literatüre önemli katkı sağlayacaktır. Bununla birlikte çalışmanın yeşil enerji bölümünde yenilenebilir enerji türleri araştırmaya dahil edilmediğinden araştırmanın yeşil enerji türleriyle genişletilmesi önerilebilir. Tüm bu değerlendirmeler sonucunda çalışmanın getirdiği bakış açısı ile ilgili alanda çalışma yapmak isteyen araştırmacılara yol göstereceği ve katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## KAYNAKLAR

- [1] Geng, Y., Ji, W., Wan Z., Lin, B. ve Zhu Y., “A Review of Operating Performance in Green Buildings: Energy Use, Indoor Environmental Quality and Occupant Satisfaction,” *Energy and Buildings*, vol. 183, pp. 500-514, (2018).
- [2] Asadi, S. ve Dahlan H. M., “Organizational Research in The Field of Green IT: A Systematic Literature Review From 2007 to 2016,” *Telematics and Informatics*, vol. 34, no. 7, pp. 1191-1249, (2017).
- [3] Gianfrate G. ve Peri M., “The Green Advantage: Exploring The Convenience of Issuing Green Bonds,” *Journal of Cleaner Production*, vol. 219, pp. 127-135, (2019).
- [4] Küçükoğlu, M. T., “The Mediating Role of Green Organizational Culture Between Sustainability and Green Innovation: A Research İn Turkish Companies,” *Business & Management Studies: An International Journal*, vol. 6, no.1, pp. 64-85, (2018).

- [5] Asmelash, A. G. Ve Kumar, S., “Assessing Progress of Tourism Sustainability: Developing and Validating Sustainability Indicators,” *Tourism Management*, vol.71, pp. 67-83, (2019).
- [6] Küçükoğlu, M., “Sürdürülebilirlik ve Yeşil Yenilik Perspektifinde Türk İşletmelerin İncelenmesi,” *Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul*, (2012).
- [7] Sellitto, M. A., Hermann, F. F., Blezs, Jr, A. E., ve Barbosa-Póvoa, A. P., “Describing and Organizing Green Practices in the Context of Green Supply Chain Management: Case Studies,” *Resources, Conservation and Recycling*, vol. 145, pp. 1-10, (2019).
- [8] Özkaya, B., Kazançoğlu, İ., “Lojistik İşletmelerini Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimine Yönlendiren Etkenlerin Değerlendirilmesi”, *Journal of Yaşar University* , 15 (59) , 490-502, (2020) .
- [9] Yıldız, B., “Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi Uygulamalarının Performans Üzerindeki Etkisinin Yapısal Eşitlik Modeli İle Analizi”, *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , 4 (1) , 1-22, (2020).
- [10] Gelmez, E., “The Mediation Role of Environmental Performance in the Effects of Green Supply Chain Management Practices on Business Performance”, *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi* , (19) , 606-613, (2020).
- [11] Engin, B. ve Paksoy, T., “Yeşil Tedarik Zincirinde Tam Zamanında Dağıtım Modellemesi,” *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, c. 22, s. 1, ss. 93-103, (2019).
- [12] Coşkun, S., Bozyiğit, S., “Yeşil Tedarik Zinciri Uygulamaları Üzerine Kimya Sektöründe Bir Alan Araştırması”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 21 (2) , 605-637, (2019).
- [13] Çınar, A., Uygun, Ö., “Sezgisel Bulanık AHP Yöntemiyle Yeşil Tedarikçi Seçimi”, *Journal of Intelligent Systems: Theory and Applications* , 2 (2) , 24-31, (2019).
- [14] Yaprak, İ., Doğan, N., ”Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi: İlgili Literatüre Dayalı Bir Mevcut Durum Analizi”, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi* , 15 (4) , 1143-1165, (2019).
- [15] Yarlıkaş, S., Can, Z., “Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimini Etkileyen Faktörlerin Önem Sıralamalarının SWARA ve Copeland Yöntemleri ile Belirlenmesi”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* , 14 (3) , 899-924, (2019).

- [16] Baki, R., “Literature Review on Green Supply Chain Management Concept and Problems During It’s Implementation,” The Journal of International Scientific Researches, vol.3, no. 2, pp. 114-122, (2018).
- [17] Daldır I. ve Tosun, Ö., “Bulanık Waspas ile Yeşil Tedarikçi Seçimi,” Uludağ University Journal of The Faculty of Engineering, c. 23, s.4, ss. 193-208, (2018).
- [18] Güner Gören H. ve Şenocak, A., “Macbeth Based Taguchi Loss Functions Approach For Green Supplier Selection: A Case Study in Textile Industry,” Textile and Apparel, vol. 28, no. 2, pp. 90-97, (2018).
- [19] Denizhan, B., Yalçın, A. ve Berber, Ş., “Analitik Hiyerarşi Proses Ve Bulanık Analitik Hiyerarşi Proses Yöntemleri Kullanılarak Yeşil Tedarikçi Seçimi Uygulaması,” Nevşehir Bilim Ve Teknoloji Dergisi, c. 6, s. 1 , ss. 63-78, (2017).
- [20] Demirci, A., Çalışkan, A., Yelok, Y., “Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi Ve Çevresel Sürdürülebilirlik Olgusuna İlişkin Farkındalık Düzeyinin Ölçülmesi: Mersin İli Örneği”, The International New Issues in Social Sciences , 5 (5) , 601-626, (2017).
- [21] Gök, M. ve Arıcı, T., “Yenilikçi Süreç Yönetiminde Yalın Üretim Sistematiği,” Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, c. 10, s. 1, ss. 62-73, (2017).
- [22] Uygun, Ö., Erkan, E. ve Demir, H., “Bulanık Bilişsel Haritalar Kullanılarak Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi İçin Bir Değerlendirme Modeli,” Akademik Platform Mühendislik Ve Fen Bilimleri Dergisi, c. 5, s. 3, ss. 26-34, (2017).
- [23] Güzel, D., Demirdöğen, O., “Tedarik Zinciri Bütünleşmesi, Yeşil Tedarik Zinciri Uygulamaları ve İşletme Performansı Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma”, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , 6 (2) , 362-394, (2016).
- [24] Atrek, Y. ve Özdağoğlu, Y., “Yeşil Tedarik Zinciri Uygulamaları: Alüminyum Doğrama Sektörü İzmir Örneği,” Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, c. 14, s. 2, ss. 13-25, (2016).
- [25] Koska, A., Göksu, N. ve Sünbül, M.B., “Yeşil Tedarik Zinciri Uygulamasının Önündeki Engeller: Analitik Hiyerarşi Prosesi Yöntemi İle Kipaş Kâğıt Fabrikasında Bir Uygulama,” Journal of Social and Humanities Sciences Research, c. 3, s. 6, ss. 142-156, (2016).
- [26] Emek, M. Ve Doğan, B., “Yeşil Yayılım Tedarik Zinciri Yönetimi / Diffusion of Green Supply Chain Management,” Mukaddime, c. 5, s. 2, ss. 141-159, (2015).
- [27] Güzel, D., Demirdöğen, O., “Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi”, The International New Issues in Social Sciences , 1 (1) , 45-70, (2015).

- [28] Ergülen, Y. ve Büyükkeklik, A., “Çevre Yönetiminde Yeni Bir Yaklaşım Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi,” Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, c. 10, s. 1-2, ss. 33-50, (2014).
- [29] Korucuk, S. “Yeşil Lojistik Uygulamalarının Rekabet Gücü ve Hastane Performansına Etkisinin Lojistik Regresyon Analizi İle Belirlenmesi: Ankara İli Örneği,” Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, c. 19, s. 1, ss. 280-299, (2018).
- [30] Görgülü, H., Paksoy, T., Çalık, A., “Kapalı Döngü Tedarik Zincirinde Yeşil Lojistik Ve Yer Seçimi İçin Bir Karma Tamsayılı Programlama Modeli Önerisi”, Verimlilik Dergisi , (3) , 201-217, (2020).
- [31] Dişkaya, F., Dinçer, S., “Yeşil Lojistik Yönetiminde Araç Rotalama Optimizasyonu İçin Bir Model Önerisi”, Beykoz Akademi Dergisi , 6 (1) , 29-46, (2018).
- [32] Koç, Ç., Özceylan, E., “Yeşil ve Elektrikli Araç Rotalama Problemleri Üzerine bir Literatür Taraması ve Araştırma Öngörülleri”, Gaziantep University Journal of Social Sciences , 17 (3) , 1041-1053, (2018).
- [33] Gülmez, Y., Rad, S., “Green Logistics For Sustainability”, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi , 13 (3) , 603-614, (2017).
- [34] Yangınlar G. ve Sarı K., “İşletmeleri Yeşil Lojistik Uygulamalarına Zorlayan Sebepler Üzerine Bir Araştırma,” Trakya University Faculty of Economics and Administrative Science, c. 6, s. 1, ss. 101-121, (2017).
- [35] Doğru, A. ve Fışkın, C., “Relationship Between Green Logistics Tendency and Logistics Performance: A Comparative Case Study on Logistics Service Providers,” Turkish Journal Of Maritime And Marine Sciences, vol. 2, no. 1, pp. 27-36, (2016).
- [36] Gültaş, P. ve Yücel, M. “Yeşil Lojistik: Yeşil Ulaşım Hizmetleri Malatya Büyükşehir Belediyesi Örneği,” Akademik Yaklaşımlar Dergisi, c. 6, s. 2, ss. 70-83, (2015).
- [37] İncaz, S., “Lojistik Ve Sürdürülebilirlik Bağlamında Yeni Yaklaşımlar”, Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi , 3 (1) , 149-162, (2015).
- [38] Chen H. C. ve Yang, C. H., “Applying a Multiple Criteria Decision-Making Approach To Establishing Green Marketing Audit Criteria,” Journal of Cleaner Production, vol. 210, pp. 256-265, (2019).
- [39] Akdoğan, L., Durmaz, Y., Değirmenci, B., “Algılanan Tüketici Etkililiğinin Ekolojik Bilinçli Tüketici Davranışı Üzerine Etkisi: Çevresel Kaygının Aracılık Rolü”, Akademi Sosyal Bilimler Dergisi , 7 (20) , 95-117, (2020).



- [40] Akçadağ, M., Ellibeş, O., “Mağaza Yöneticilerinin Yeşil Pazarlama Karmasına Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi: Kocaeli Alışveriş Merkezi Uygulaması”, *PressAcademia Procedia*, 11 (1) , 101-109, (2020).
- [41] Gök, A., Yüzgeç, Z., “Yeşil Pazarlama Açısından Çimento Sanayisindeki Uygulamalar: Elazığ’da Örnek Olay İncelemesi”, . *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 30 (1), 159-176, (2020).
- [42] Gedik, Y., “Yeşil Pazarlama Stratejileri ve İşletmelerin Amaçlarına Etkisi”, *International Anatolia Academic Online Journal Social Sciences Journal* , 6 (2) , 46-65, (2020).
- [43] Gürdin, B., “Yeşil Pazarlamanın Bilimsel Haritaların Görselleştirilmesi Tekniğiyle Bibliyometrik Analizi”, *Econder International Academic Journal* , 4 (1) , 203-231, (2020).
- [44] Boz, D., Duran, C., Başköy, S., “Yeşil Pazarlama Faaliyetlerinin Tüketiciler Üzerindeki Etkileri”, *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi* , 15 (22) , 1346-1372, (2020).
- [45] Uygun, E. ve Özkul, E., “Kişisel Değerlerin Yeşil Pazarlama Faaliyetlerinde Bulunan Otel İşletmelerine Yönelik Tutumlar Üzerindeki Etkileri”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 23 (43) , 613-652, (2020).
- [46] Özcan, H., Özgül, B., “Yeşil Pazarlama Ve Tüketicilerin Yeşil Ürün Tercihlerini Etkileyen Faktörler”, *Türkiye Mesleki ve Sosyal Bilimler Dergisi* , (1) , 1-18, (2019).
- [47] Özdemir, Z. ve Yaşa Özeltürkay, E., “Tüketicilerin Çevre Konusundaki Bilinçlerinin Eko – Etiketli Gıdalar için Daha Fazla Ödeme İsteklilikleri Üzerindeki Etkisi: Adana İli Örnekleme”, *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , 23 (1) , 77-100, (2019).
- [48] Atılğan, K., “Stratejik Yeşil Pazarlama Bağlamında Yeşil Fiyatlandırma Literatürünün İncelenmesi”, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 28 (3) , 50-58, (2019).
- [49] Akdemir, R. ve Akbulut, O. “Yeşil Pazarlama Stratejilerinin Rekabet Avantajına Etkisinin İncelenmesi: Muğla İlinde Yer Alan 4 Ve 5 Yıldızlı Otel İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma” , *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18 (72) , 1676-1687, (2019).
- [50] Çatı, K. ve Öcel, Y., “Yeşil Pazarlama Faaliyetleri Çerçevesinde Çevreci Bilinç Düzeyinin Çevreci Davranış Üzerine Etkisi: Düzce İli Örneği”, *Gaziantep University Journal of Social Sciences* , 18 (4) , 1412-1431, (2019).

- [51] Deniz Çakıroğlu, A., Özcan, A., Çakıroğlu, M., “Genç Tüketicilerin Yeşil Ürünlere Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi: Giresun Üniversitesinde Bir Uygulama”, Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi , 11 (20) , 75-88, (2019).
- [52] Aslan Çetin, F. ve Korucuk, N., “Yeşil Pazarlama Bağlamında Yeşil Ürünlere İlişkin Tüketici Satın Alma Davranışı; Kafkas Üniversitesi Örneği”, Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi , 10 (19) , 250-289, (2019).
- [53] Yasa, Y. Ve Cop, R., “Yeşil Pazarlama Anlayışında Tüketicilerin Plastik Poşet Kullanımına Yönelik Bakış Açıları: Belçika Örneği”, Gazi İktisat ve İşletme Dergisi , 5 (1) , 34-45, (2019).
- [54] Yaşar, L. Ve Saydan, R., “Çevre Bilinci Ve Çevreci Ürün Satınalma Davranışında Demografik Faktörlerin Etkisi: Van İli Örneği”, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi , 4 (8) , 126-143, (2019).
- [55] Çabuk, S., Güreş, N., İnan, H., Arslan, S., “A Survey on the Attitudes of Passengers Towards Green Airlines”, Journal of Yaşar University , 14 (55) , 237-250, (2019).
- [56] Çelik, O., Canoğlu, M., “Ulakbim Veri Tabanında Sürdürülebilir Ve Çevreci Pazarlama Konusunda Yayımlanmış Makalelerin Bibliyometrik Analizi”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , 28 (3) , 24-36, (2019).
- [57] Öndoğan, E., “Hazır Giyim Sektörü Ve Yeşil Pazarlama,” Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, c. 27, s. 2, ss. 97-110, (2018).
- [58] Aydın, S. ve Tufan, F., “Sürdürülebilirlik ve Yeşil Kavramları Bağlamında Y Kuşağının Satın Alma Davranışları,” Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, c.11, s.2, ss. 397-420, (2018).
- [59] Aksoy, H., “Yeşil Pazarlama Çerçevesinde Tutum-Davranış Uyuşmazlığına Akli Hareket Kuramı İle Yaklaşım,” Pazarlama İçgörüsü Üzerine Çalışmalar, c. 2, s. 1, ss. 13-24, (2018).
- [60] Çekiç Akyol, A. ve Altuğ, T., “Kurumsal Yeşil İmajın Kurumsal Web Sitelerinde Aktarımı: Arçelik Ve Bosch Örneği,” İnif E- Dergi, c. 3, s. 1, ss. 194-212, (2018).
- [61] Küçükkancabaş Esen, S. ve Biner Uysal, N., “Yeşil Satın Alma Davranışının İncelenmesi: Çevresel Kaygının, Algılanan Tüketici Etkinliğinin Ve Demografik Faktörlerin Etkileri,” Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, c.19, s.2, ss. 205-229, (2018).
- [62] Kaya, F., “Yeşil Paylaşımlar: Yeşil Markaların Sosyal Medya Paylaşımları,” İnif E- Dergi, c.3, s.2, ss. 213-233, (2018).

- [63] Sarıtaş, A., “Yeşil Satın Alma Davranışının Algılanan Tüketici Etkinliğine Etkisinde Çevresel Kaygının Aracılık Rolü,” Sosyal Araştırmalar Ve Davranış Bilimleri Dergisi, c.4, s.5, ss. 47-71, (2018).
- [64] Sarıtaş, Y., “Gençlerin Yeşil Ürünlere İlişkin Tutumlarının Bazı Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi,” Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, c.22, s.2, ss. 557-580, (2018).
- [65] Çakır, M., “Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Marka Ve Markalama Kararları,” Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, c.5, s.9, ss. 333-378, (2017).
- [66] Çetinkaya, C. ve Özceylan, E., “A Survey on University Students’ Attitudes on Green Products: A Case Study in Gaziantep University,” Gaziantep University Journal Of Social Sciences, vol.16, no.1, pp. 289-302, (2017).
- [67] Gedik, T., Kurutkan, M. ve Çil, M., “Yeşil Pazarlama Algısı ve Yeşil Satın Alma Davranışı: Düzce Üniversitesi Örneği,” Düzce Üniversitesi Ormancılık Dergisi, c.10, s.1, ss. 1-13, (2017).
- [68] Gürdin, B., “Yeşil Pazarlama Yaklaşımıyla Motorlu Taşıtların Çevre Vergisi Kapsamına Alınması,” Uluslararası Beşeri Ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi, c. 1, s. 1, ss. 39-49, (2017).
- [69] Karahan, M., Görgün, B. ve Oktay, A., “Üniversite Öğrencilerinin Yeşil Pazarlama Ve Çevre Farkındalık Düzeyleri: Fırat Üniversitesi Örnekleme,” Fırat Üniversitesi Harput Araştırmaları Dergisi, c.4, s.2, ss. 57-76, (2017).
- [70] Korkmaz, M., Atay, L. ve Yıldırım, H., “Yeşil Ürün Satın Alma Davranışı, Kişilerarası Etkilenme Eğilimi Ve Sosyal Etki Arasındaki İlişki: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma,” Seyahat Ve Otel İşletmeciliği Dergisi, c.14, s.3, ss. 40-52, (2017).
- [71] Korkmaz, H. ve Atay, L., “Otel İşletmelerinde Yeşil Pazarlama ve Çevre Sertifikalarının Değerlendirilmesi,” Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, c.9, s.4, ss. 113-126, (2017).
- [72] Korkmaz, H. ve Atay, L., “Otel İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamalarının Rekabet Avantajına Ve İşletme Performansına Etkisi,” Sosyal Ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi, c.17 s.38, ss. 176-203, (2017).
- [73] Nas, A., “Between the Urban and The Natural: Green Marketing of Istanbul’s Gated Community Projects,” İdealkent, c.8, s.22, ss. 396-422, (2017).

- [74] Alkaya, A., Çoban, S., Tehci, A. ve Ersoy, Y., “Çevresel Duyarlılığın Yeşil Ürün Satın Alma Davranışına Etkisi: Ordu Üniversitesi Örneği,” Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, c.0, s.47, ss. 121-134, (2016).
- [75] Başol, O., Dülgeroğlu, İ. ve Öztürk Başol, R., “Genç Tüketicilerin Yeşil Tüketim Davranışı: Uluslararası Algı Farklılıkları - Green Purchase Behavior of Young Consumers: International Perception Differences,” Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, c. 8, s. 15, ss. 1-16, (2016).
- [76] Çakmak, A. ve Özkan, B., “Üniversite öğrencilerinin Ekolojik Farkındalıkları İle Yeşil Tüketim Alışkanlıklarının Farklı Değişkenler Perspektifinden Karşılaştırılması: İnteraktif Bir Uygulama,” İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, c. 5, s. 8, ss. 3144-3170, (2016).
- [77] Özgüven Tayfun, N. ve Ölçü, B., “Çevreci Ürünlerin Tüketicilerin Satın Alma Kararlarındaki Yeri Üzerine Bir Uygulama,” Niğde Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, c. 9, s. 3, ss. 185-198, (2016).
- [78] Gedik, T., Kurutkan, M. ve Çil, M., “Yükseköğretim Öğrencilerinin İşletmelerden Yeşil Pazarlama Beklentileri Analizi: Düzce Üniversitesi Örneği,” Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, c. 4, s. 1, ss. 1-22, (2016).
- [79] Leblebici Koçer, L. ve Delice, T., “Yeşil Reklamlara Yönelik Tutumların Çevresel Duyarlılığa Etkisi: Çevresel Kaygının Aracılık Rolü,” Humanities Sciences, c. 11, s. 2, ss. 112-139, (2016).
- [80] Şahin, A., Meral, H. ve Aytıp, Y., “Yeşil Pazarlamada Tüketici Algısı: Kahramanmaraş Kent Merkezi Örneği,” Anadolu Tarım Bilimleri Dergisi, c. 31, s. 1, ss. 60-71, (2016).
- [81] Akbaş, L., “Turizm İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamalarının Genç Tüketiciler Açısından Değerlendirilmesi: Isparta İlinde Bir Araştırma,” Journal of Strategic Research in Social Science, c. 1 s. 1, ss. 53-62, (2016).
- [82] Onurlubaş, E., “Tüketicilerin Yeşil Ürün Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörler,” Yalova Sosyal Bilimler Dergisi, c. 6, s. 11, ss. 70-106, (2016).
- [83] Aslan, F. ve Çınar, R., “Yeşil Pazarlama Faaliyetleri Çerçevesinde Kafkas Üniversitesi Öğrencilerinin Çevreye Duyarlı Ürünleri Kullanma Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma,” Kafkas Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, c. 6, s. 9, ss. 169-184, (2015).
- [84] Tellan, D., “Pazarlama İletişimi Ekseninde Çevrecilik: Yeşil Kurum, Marka Ve Halkla İlişkiler,” Atatürk İletişim Dergisi, s. 9, ss. 77-90, (2015).

- [85] Gedik, T., Çil, M., Başak, Z. ve Yıldız, Ş., “Düzce Orman Ürünleri Sanayi İşletmelerinin Yeşil Pazarlama Konusunda Tutum Ve Davranışlarının İncelenmesi.” Düzce Üniversitesi Bilim Ve Teknoloji Dergisi, c. 3, s. 2, ss. 633-643, (2015).
- [86] Oflaç, B. ve Göçer, A., “Genç Tüketicilerin Algılanan Çevresel Bilgi Düzeyleri Ve Eko-Etiketli Ürünler Karşı Yaklaşımları Üzerine Bir Çalışma,” Gazi Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, c. 17, s. 2, ss. 216-228, (2015).
- [87] Armağan, E. ve Karatürk, H., “Yeşil Pazarlama Faaliyetleri Çerçevesinde Aydın Bölgesindeki Tüketicilerin Çevreye Duyarlı Ürünleri Kullanma Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma,” Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi, c. 6, s. 1, ss. 1-17, (2014).
- [88] Doğan, H., Acayıp, E. ve Büyükmert, A., “Eğitimde Yeşil İnsan Tüketimde Yeşil Ürün: Nazilli İİBF Ve Nazilli MYO Öğrencilerine Yönelik Bir Duyarlılık Analizi Çalışması,” Sosyal Ve Beşeri Bilimler Dergisi, c. 5, s. 2, ss. 152-162, (2013).
- [89] Kızıloğlu, R., Kızılaslan, H. ve Gökçe, C., “Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Öğrencilerinin Yeşil Gıda Ürünleri Hakkındaki Bilgi, Görüş Ve Tutumları Üzerine Araştırma,” Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi, s. 6, ss. 19-30, (2013).
- [90] Yılmaz, Ş., “A Research on Investatigation of Consumers’ Attitudes on Green Products,” Ege Academic Review, vol. 13, no. 1, pp. 99-111, (2013).
- [91] Atay, L. ve Dilek, S., “Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: Ibis Otel Örneği,” Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, c. 18, s. 1, ss. 203-219, (2013).
- [92] Duru, M. ve Şua, E. “Yeşil Pazarlama Ve Tüketicilerin Çevre Dostu Ürünleri Kullanma Eğilimleri,” Düzce Üniversitesi Ormancılık Dergisi, c. 9, s. 2, ss. 126-136, (2013).
- [93] Zülfikar, H., “Hanelerin yeşil ürün ve hizmet tercihlerinde etkin unsurlar üzerine bir inceleme,” İstanbul Journal of Sociological Studies, c. 0, s. 48, ss. 57-73, (2013).
- [94] Erbaşlar, G., “Yeşil Pazarlama,” Mesleki Bilimler Dergisi, c. 1, s. 2, ss. 94-101, (2012).
- [95] Akyüz, A. ve Ayyıldız, H. “An Investigation on Turkish Consumers’ Ecological Purchasing Behaviours on Cities Basis in Terms of The Demographic Variables,” Global Journal of Economics and Business Studies, vol. 1, no. 1, pp. 33-46, (2012).
- [96] Köksal, D. ve Ulusu, Y., “Yeşil Reklama Yönelik Tutum: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama,” Journal of Yaşar University, c. 7, s. 27, ss. 4642-4669, (2012).

- [97] Kükreler, O., “Tüketicilerin Çevresel Sorumluluklarının Yeşil Reklamlara Yönelik Tutumlarına Etkisi: Eskişehir Örneği,” *Journal of Yaşar University*, c. 7, s. 26, ss. 4505-4525, (2012).
- [98] Özkaya, B., “İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Anlayışının Uzantısı Olarak Yeşil Pazarlama Bağlamında Yeşil Reklamlar - Green Advertisements in The Context of Green Marketing As An Extension of the Social Responsibility Understanding of Companies”, *Öneri Dergisi* , 9 (34), 247-258, (2012).
- [99] Ar, Ö. ve Tokol, P., “Effects of Reasons of Applying Green Marketing by Businesses on Applications of Green Marketing. *Paradoks Ekonomi*,” *Sosyoloji Ve Politika Dergisi*, vol. 7, no. 1, pp. 9-29, (2011).
- [100] Ayyıldız, H. ve Genç, K. “Çevreye Duyarlı Pazarlama: Üniversite Öğrencilerinin Çevreye Duyarlı Pazarlama Uygulamaları İle Tutum Ve Davranışları Üzerine Bir Araştırma,” *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, c. 12, s. 2, 505-527, (2010).
- [101] Özdemir, H., Özcan, M. ve Altuntaş, B., “Tüketicilerin Çevreci İşletmelere Ve Ürünlere Karşı Tutumları: Ankara, İstanbul Ve Kırşehir İllerinde Bir Uygulama,” *Social Sciences*, c. 5, s. 4, ss. 353-366, (2010).
- [102] Türk, M. ve Gök, A., “Yeşil Pazarlama Anlayışı Açısından Üretici İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu,” *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, c. 9, s. 32, ss. 199-220, (2010).
- [103] Seyhan, G. ve Yılmaz, B.S., “Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama: Calısta Luxury Resort Hotel,” *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, c. 11, s. 1, ss. 51-74, (2010).
- [104] Pan, W., Pan, W., Hu, C., Tu, H., Zhao, C., Yu, D., Xiong, J. ve Zheng, G. “Assessing The Green Economy in China: An Improved Framework,” *Journal of Cleaner Production*, vol. 209, pp. 680-691, (2019).
- [105] Al, İ., “Sürdürülebilir Kalkınma Ve Yeşil Ekonomi: Türkiye İçin Bir Endeks Önerisi”, *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 12 (1) , 112-124, . (2019).
- [106] Akar, S., “Durumsallık Teorisi Açısından Yeni Ekonomi ve Yeşil Ekonomi: Franchising Stratejisi Üzerine Bir İnceleme”, *Ekonomi İşletme ve Yönetim Dergisi* , 3 (2) , 176-207, (2019).
- [107] Denek, S., “Sürdürülebilir Kalkınmadan Sürdürülemez Çevreye Doğru: Çevre – Kalkınma İkilemi”, *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , 21 (3) , 817-842, (2019).



- [108] Görmüş, A., “Yeşil Ekonominin İstihdam Üzerindeki Yansımaları ve Yeşil İşler: Cinsiyet Temelli Bir Modelleme ile İngiliz İşgücü Anketinden Bulgular”, *Journal of Social Policy Conferences* , (76) , 29-66, (2019).
- [109] Purkis, S. “Can The Green Economy be a Solution for The Ecological Crisis?”, *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 8 (2), 1-19, (2019).
- [110] Çiloğlu, T., “Yeşil Ekonomi Ve Küreselleşme: Karşılıklı Etkileşim ve Dönüşümsel Süreç,” *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, c. 1, s. 1, ss. 42-48, (2018).
- [111] Şahin, D., “Yeşil Ekonomi Ve Sürdürülebilir Büyüme İlişkisi: Avrupa Birliği Ülkeleri İçin Ampirik Analiz”, *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , 9 (18) , 561-573, (2018).
- [112] Yalçın, A., “Sürdürülebilir Kalkınma İçin Yeşil Ekonomi Düşüncesi ve Mali Politikalar,” *Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6 (1), 749-775, (2016).
- [113] Özçağ, Y. ve Hotunluoğlu, Y., “Kalkınma Anlayışında Yeni Bir Boyut: Yeşil Ekonomi,” *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, c. 13, s. 2, ss. 303-324, (2015).
- [114] Erkan, Ç., Tutar, F., Tutar, E. ve Eren, M., “Yeşil Ekonomi ve Turizm,” *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, c. 5, s. 1, ss. 62-72, (2013).
- [115] Kuşat, N., “Yeşil Sürdürülebilirlik İçin Yeşil Ekonomi: Avantaj ve Dezavantajları – Türkiye İncelemesi,” *Journal of Yaşar University*, c. 8, s. 29, ss. 4896-4916, (2013).
- [116] Uslu, Y., “Türkiye’de Yeşil Enerji,” *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, c. 12, s. 2, ss. 384-392, (2016).
- [117] Uruk, Z. ve Külünkoğlu İslamoğlu, A., “Breeam, Leed ve DGNB Yeşil Bina Sertifikasyon Sistemlerinin Standart Bir Konutta Karşılaştırılması,” *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, s. 15, ss. 143-154, (2019).
- [118] Dağtekin, Y., Sirer, M., Mutlu, N., Pınarcıoğlu, M. ve Yeşilata, B., “ GAP Bölgesinde Karbon-Nötr Ekonomiye Geçişte Yeşil Enerji Teknolojilerine Yönelik Değer Zincirinin Kurulması,” *Harran Üniversitesi Mühendislik Dergisi*, c. 3, s. 3, ss. 127-132, (2018).
- [119] Ulusoy, T., “Yenilenebilir Enerji Finansmanına Güncel Yaklaşımlar,” *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, c. 18, s. 1, ss. 433-443, (2017).
- [120] Akpınar Külekçi, E., “Geçmişten Günümüze Yeşil Çatı Sistemleri ve Yeşil Çatılarda Kalite Standartlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma,” *Ata Planlama ve Tasarım Dergisi*, c. 1, s. 1, ss. 35-53, (2017).

- [121] Ekşi, M. ve Uzun, A., “Yeşil Çatı Sistemlerinin Su ve Enerji Dengesi Açısından Değerlendirilmesi,” Journal of The Faculty of Forestry İstanbul University, c. 66, s. 1, ss. 119-138, (2016).
- [122] Büyükmihçı, G., Salgın, B. ve Özkan, A., “Yeşil Çatı Çözümlerinin Tarihi Dokularda Geleneksel Çatı Örtüsü Olarak Uygulanabilirliği Üzerine Bir İnceleme,” Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Fen Bilimleri Dergisi, c. 31, s. 2, ss. 163-171, (2015).
- [123] Baris, M., Shakouri, N. ve Zolnoun, S., “Yeşil Çatılar (Ankara Ankamall Alışveriş Merkezi Yeşil Çatı Proje Önerisi),” Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi, c. 9, s. 1, ss. 33-44, (2012).
- [124] Erdal, L., “Türkiye’de Yenilenebilir Enerji Yatırımları Ve İstihdam Yaratma Potansiyeli,” Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, c. 4, s. 1, ss. 171-181, (2012).
- [125] Carvalho, J. P., Bragança, L. ve Mateus, R., “Optimising Building Sustainability Assessment Using BIM,” Automation in Construction, vol. 102, pp. 170-182, (2019).
- [126] Ekergil, V. ve Savaş, A., “Yeşil Hastanelerde Çevre Maliyetleri ve Maliyet Hesaplarının Sınıflandırılması”, Muhasebe ve Finansman Dergisi , (83) , 45-60, (2019).
- [127] Çilhoroz, Y. ve Işık, O. “Yeşil Hastane Sertifika Sistemleri,” Sağlık Bilimleri ve Meslekleri Dergisi, c. 6, s. 1, ss. 161-169, (2019).
- [128] Uğur, L. ve Leblebici, N., “Leed Yeşil Bina Sertifika Sisteminin Taşınmaz Değeri Üzerindeki Etkilerinin İrdelenmesi,” Teknik Dergi, c. 30, s. 1, ss. 8753-8776, (2019).
- [129] Aras, B., “Kentsel Sürdürülebilirlik Kapsamında Yeşil Çatı Uygulamaları,” MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, c. 8, s. 1, ss. 469-504, (2019).
- [130] Uruk, Z., Külünkoğlu İslamoğlu, A., “Breeam, Leed ve DGNB Yeşil Bina Sertifikasyon Sistemlerinin Standart Bir Konutta Karşılaştırılması”, Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi, (15), 143-154, (2019).
- [131] Korucuk, S. ve Memiş, S., “Yeşil Liman Uygulamaları Performans Kriterlerinin Dematel Yöntemi İle Önceliklendirilmesi: İstanbul Örneği,” Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi, c. 7, s. 16, ss. 134-148, (2019).
- [132] Kılıç, C. ve Güdük, Ö., “Yeşil Hastane Kavramı Ve Türkiye’deki Son Kullanıcıların Beklentileri Üzerine Bir Hastane Örneği,” Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi, c. 7, s.1, ss. 164-174, (2018).

- [133] Özdemir Karaca, P., Atılgan, E. ve Zekioğlu, A., “Sağlık Hizmetlerinde Sürdürülebilirlik Bağlamında İnovatif Bir Uygulama: Yeşil Hastaneler,” Ejevoc (Electronic Journal of Vocational Colleges), c. 8, s. 2, ss. 77-87, (2018).
- [134] Yıldız, S., Gültekin, B. ve Savural, E., “Kara Harp Okulu Laboratuvar Merkezi Binasının Yeşil Bina Özellikleri Açısından İncelenmesi,” Kara Harp Okulu Bilim Dergisi, c. 27, s. 2, ss. 29-51, (2018).
- [135] Nebati, E. ve Ekmekçi, İ., “Alışveriş Merkezleri İçin Yeşil Bina Performans Ölçüm Model Önerisi,” Gazi Mühendislik Bilimleri Dergisi, c. 4, s. 3, ss. 241-255, (2018).
- [136] Süklüm, N., “Yeşil Otellerin Maliyetler Açısından Değerlendirilmesi,” Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, c.11, s. 1, ss. 375-394, (2018).
- [137] Işık, C. ve Barlak, S., “Otel Yöneticilerinin Yeşil İnovasyon Algıları: İstanbul İli Örneği,” Journal of Tourism Intelligence and Smartness, c. 1, s. 1, ss. 14-26, (2018).
- [138] Doğan, Ö. ve Ertaş, F., “Çevreye Duyarlılığın Rekabet Gücüne Etkisi: Yeşil Yıldızlı Oteller Üzerine Bir Uygulama,” Maliye ve Finans Yazıları, s.110, ss. 217-233, (2018).
- [139] Hüseyinli, E. ve Küçükkancabaş Esen, S., “Türkiye’deki Otellerin Çevre Dostu Uygulamalarına Yönelik Müşteri Farkındalığının İncelenmesi,” Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, c. 7, s. 3, ss. 162-175, (2018).
- [140] Kurnaz, A. ve Özdoğan, O., “İstanbul’da Yer Alan Restoranlardaki Yeşil Uygulamaların Değerlendirilmesi,” Yönetim Ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, c. 16, s. 1, ss. 240-257, (2018).
- [141] Kement, Ü. ve Çavuşoğlu, S., “Hafızaya Yönelik Müşteri Deneyimlerinin Müşteri Sadakatine Etkisi: Yeşil Oteller Örneği,” Uluslararası Sosyal ve Eğitim Bilimleri Dergisi, c. 4, s. 8, ss. 172-194, (2017).
- [142] Kurnaz, A. ve Özdoğan, O., “İstanbul’da Yer Alan Yeşil Restoran İşletmeleri Hizmet Kalitesinin Grserv Modeli İle Değerlendirilmesi,” Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, c. 18, s. 1, ss. 75-99, (2017).
- [143] Koşar Danışman, İ. ve Özalp, G., “Karbon Ayak İzinin Azaltılmasında Yeşil Liman Uygulamasının Rolü: Marport Örneği,” Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi, c. 8, ss. 99-166, (2016).
- [144] Hoşgör, H., “Yeşil Hastane Konsepti Ve Türkiye Deneyimi,” Sağlık Bilimleri ve Meslekleri Dergisi, c. 1, s. 2, ss. 75-84, (2015).

- [145] Erdede, S. ve Bektaş, S., “Ekolojik Açıdan Sürdürülebilir Taşınmaz Geliştirme Ve Yeşil Bina Sertifika Sistemleri,” Harita Teknolojileri Elektronik Dergisi, c. 6, s. 1, ss. 1-12, (2014).
- [146] Mesci, Z., “Otellerin Çevreci Uygulamalarının Değerlendirilmesi: Yeşil Yıldızlı Bir Otel İşletmesinde Örnek Olay Çalışması.” Seyahat Ve Otel İşletmeciliği Dergisi, c. 11, s. 1, ss. 90-102, (2014).
- [147] Terekli, G., Özka, O. ve Bayın, G., “Çevre Dostu Hastaneler: Hastaneden Yeşil Hastaneye,” Ankara Sağlık Hizmetleri Dergisi, c. 12, s. 2, ss. 37-54, (2013).
- [148] Dilek, S. ve Atay, L., “Antalya’daki Beş Yıldızlı Otellerin Yeşil Otelcilik Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma.” Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, c. 13, s. 2, ss. 61-90, (2012).
- [149] Anbarcı, M., Giran, Ö. ve Demir, İ., “Uluslararası Yeşil Bina Sertifika Sistemleri İle Türkiye’deki Bina Enerji Verimliliği Uygulaması,” Engineering Sciences, c. 7, s. 1, ss. 368-383, (2012).
- [150] Tufan, M. Z ve Özel, C., “Sürdürülebilirlik Kavramı ve Yapı Malzemeleri için Sürdürülebilirlik Kriterleri,” Uluslararası Sürdürülebilir Mühendislik Ve Teknoloji Dergisi, c. 2, s. 1, ss. 6-13, (2018).