

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Aydolu ALGIN

ÇEVREYE DUYARLI İŞLETMECİLİK UYGULAMALARININ REKABET
ÜSTÜNLÜĞÜNE ETKİLERİ: ANTALYA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ FİRMALARI
ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

İşletme Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2015

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Aydolu ALGIN

ÇEVREYE DUYARLI İŞLETMECİLİK UYGULAMALARININ REKABET
ÜSTÜNLÜĞÜNE ETKİLERİ: ANTALYA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ FİRMALARI
ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Danışman

Prof. Dr. Fulya SARVAN

İşletme Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2015

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Aydolu ALGIN'ın bu çalışması, jürimiz tarafından İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Doç. Dr. Sibel MEHTER AYKIN (İmza)

Üye (Danışmanı) : Prof. Dr. Fulya Deniz SARVAN (İmza)

Üye : Yrd. Doç. Dr. Eren ÖZDEMİR (İmza)

Tez Başlığı: Çevreye Duyarlı İşletmecilik Uygulamalarının Rekabet Üstünlüğüne Etkileri:
Antalya Organize Sanayi Bölgesi Firmaları Üzerine Bir Araştırma

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.

Tez Savunma Tarihi : 30/06/2015

Mezuniyet Tarihi : 02/07/2015

Prof. Dr. Zekeriya KARADAVUT
Müdür

İÇİNDEKİLER

ŞEKİL LİSTESİ	iv
TABLOLAR LİSTESİ	v
KISALTMALAR LİSTESİ	vi
ÖZET	vii
SUMMARY	viii
ÖNSÖZ	ix
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA ve ÇEVREYE DUYARLI İŞLETMECİLİK

1.1 Sürdürülebilir Kalkınma Kavramı	5
1.1.1 Sürdürülebilir Kalkınmanın Amaç ve Hedefleri	6
1.1.2 Sürdürülebilir Kalkınmanın Tarihsel Gelişimi	7
1.1.3 Sürdürülebilir Kalkınmanın Temel İlkeleri	10
1.1.4 Sürdürülebilir Kalkınmanın Boyutları	11
1.1.5 Sürdürülebilir Kalkınma Politikaları ve Stratejileri.....	12
1.2 Dünyada ve Türkiye’de Çevre Politikaları ve Hukuksal Düzenlemeler.....	15
1.2.1 Uluslararası Çevre Politikaları ve Hukuksal Düzenlemeler	15
1.2.1.1 Avrupa Birliği Çevre Müktesebatı	17
1.2.1.2 Kyoto Protokolü	18
1.2.1.3 BM Binyıl Zirvesi	18
1.2.1.4 Dünya Kalkınma Zirvesi	19
1.2.2 Türkiye’de Çevre Politikaları	19
1.3 Çevreye Duyarlı İşletmecilik Anlayışı	22
1.3.1 Çevreye Duyarlı İşletmecilik.....	22
1.3.2 İşletmeleri Çevreye Duyarlı Stratejiler Geliştirmeye İten Sebepler	23
1.3.3 Çevreye Duyarlı İşletmecilik Anlayışının Gelişimi	26
1.3.4 Çevre Yönetim Sistemleri	27
1.4 Çevreye Duyarlı İşletmecilik Kavramları.....	31
1.4.1 Yeşil Ekonomi	31
1.4.2 Yeşil İşletmecilik ve Yeşil Yönetim.....	31
1.4.3 Yeşil Pazarlama	32
1.4.4 Yeşil Ürün	33
1.4.5 Yeşil Ambalaj ve Yeşil Etiketleme	34

1.4.6	Yeşil Fiyatlama.....	37
1.4.7	Yeşil Reklam	39
1.4.8	Yeşil Tüketici	40
1.4.9	Yeşil Çalışan (Yeşil Yakalılar).....	41

İKİNCİ BÖLÜM

ÇEVREYE DUYARLI İŞLETMECİLİK UYGULAMALARININ REKABET ÜSTÜNLÜĞÜNE ETKİLERİ

2.1	Sürdürülebilir Rekabet Üstünlüğü	42
2.1.1	Sürdürülebilirliğin Rekabet Üstünlüğüne Sağladığı Avantajlar	44
2.2	Rekabet Üstünlüğü Sağlayan Sürdürülebilir İşletme Faaliyetleri.....	46
2.2.1	Çevreye Duyarlı Üretim	46
2.2.1.1	Eko-Verimlilik	50
2.2.1.2	Yaşam Döngüsü Analizi.....	51
2.2.1.3	Sıfır Yayımlı Fabrika	52
2.2.2	Çevreye Duyarlı Pazarlama	53
2.2.2.1	Çevreye Duyarlı Ürün Tasarımı (Eko-Tasarım)	54
2.2.2.2	Çevreye Duyarlı Dağıtım ve Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi.....	55
2.2.2.3	Çevreye Duyarlı Tutundurma.....	56
2.2.2.4	Çevreye Duyarlı Fiyatlandırma.....	57
2.2.3	Çevreye Duyarlı İnsan Kaynakları Yönetimi	57
2.2.4	Çevreye Duyarlı Muhasebe ve Finansman	57
2.2.5	Çevreye Duyarlı Rekabet.....	59
2.3	Çevreye Duyarlı İşletmecilik Uygulamalarının Rekabet Üstünlüğüne Etkileri Üzerine Görgül Çalışmalar	61

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ANTALYA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ FİRMALARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

3.1	Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi.....	64
3.1.1	Araştırmanın Amacı	64
3.1.2	Araştırmanın Kapsamı	64
3.1.3	Araştırmanın Yöntemi	65
3.1.3.1	Araştırmanın Evreni ve Örnekleme	65
3.1.3.2	Araştırmanın Veri Toplama Araçları	65

3.1.3.3	Araştırma Verilerinin Değerlendirilmesi	65
3.2	Araştırmanın Bulguları	66
3.2.1	Demografik Veriler.....	66
3.2.2	İşletmelerin Çevreye Duyarlı İşletmecilik Faaliyetlerine İlişkin Bulgular	68
3.2.3	İşletmelerin Çevreye Duyarlı İşletmecilik Faaliyetlerinin İşletme Performansına Etkilerine İlişkin Yönetici Görüşlerine Dayanan Bulgular	72
3.2.4	Korelasyon Analizi	75
3.2.5	Çevreye Duyarlı İşletmecilik Faaliyetlerine Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi..	78
3.2.5.1	Çalışan Sayısı ve Çevreye Duyarlı İşletmecilik.....	78
3.2.5.2	Çevre ile İlgili Çalışan Sayısı ve Çevreye Duyarlı İşletmecilik.....	80
3.2.5.3	Çevre Yönetim Sistemi Belgesi ve Çevreye Duyarlı İşletmecilik	82
3.2.5.4	İşletmelerin Faaliyet Gösterdikleri Sektörler ve Çevreye Duyarlı İşletmecilik	84
3.2.5.5	İşletme Yaşı ve Çevreye Duyarlı İşletmecilik.....	87
SONUÇ		89
KAYNAKÇA.....		94
EK 1- Anket Formu		106
Ö Z G E Ç M İ Ş		110

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 2.1 İşletmelerin Dinamik Bakışı ve Rekabet Avantajları.....	43
---	----

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 3.1 Araştırmaya Katılan İşletmelerin Hizmet Verdiği Sektörlere Göre Dağılımı.....	66
Tablo 3.2 Araştırmaya Katılan İşletmelerin Kuruluş Tarihlerine Göre Hesaplanan Hizmet Yılı Dağılımı	66
Tablo 3.3 Araştırmaya Katılan İşletmelerin Personel Sayısı Dağılımı	67
Tablo 3.4 Araştırmaya Katılan İşletmelerin Çevre ile İlgili Personel Sayılarının Dağılımı	67
Tablo 3.5 Araştırmaya Katılan İşletmelerin Çevre Yönetim Sistem Belgesi Sahipliğine Göre Dağılımı.....	67
Tablo 3.6 Araştırmaya Katılan Yöneticilerin Yaş Dağılımı.....	68
Tablo 3.7 Çevre Yönetim Sistemi ve Politikalarına İlişkin Yanıtların Dağılımı	69
Tablo 3.8 Çevreye Duyarlı Tasarım Faaliyetlerine İlişkin Yanıtların Dağılımı.....	70
Tablo 3.9 Çevreye Duyarlı Tedarik Faaliyetlerine İlişkin Yanıtların Dağılımı	70
Tablo 3.10 Çevreye Duyarlı Üretim Faaliyetlerine İlişkin Yanıtların Dağılımı	71
Tablo 3.11 Çevreye Duyarlı Atık Yönetimi Faaliyetlerine İlişkin Yanıtların Dağılımı	72
Tablo 3.12 Çevreye Duyarlı İKY Faaliyetlerine İlişkin Yanıtların Dağılımı.....	72
Tablo 3.13 Çevreye Duyarlı Faaliyetlerin Kirliliğin ve Atıkların Azaltılması Üzerindeki Etkisi	73
Tablo 3.14 Çevreye Duyarlı Faaliyetlerin Çalışanların Çevre Duyarlılığı Üzerindeki Etkisi..	73
Tablo 3.15 Çevreye Duyarlı Faaliyetlerin Finansal Performans Üzerindeki Etkisi.....	74
Tablo 3.16 Çevreye Duyarlı Faaliyetlerin Rekabet Avantajı Üzerindeki Etkisi.....	75
Tablo 3.17 Korelasyon Matrisi.....	76
Tablo 3.18 Çalışan Sayısı ile Çevreye Duyarlı İşletmecilik Uygulamaları.....	78
Tablo 3.19 Çevre ile İlgili Çalışan Sayısı ve Çevreye Duyarlı İşletmecilik.....	80
Tablo 3.20 Çevre Yönetim Sistemi Belgesi ve Çevreye Duyarlı İşletmecilik	83
Tablo 3.21 İşletmelerin Faaliyet Gösterdikleri Sektörler ve Çevreye Duyarlı İşletmecilik	85
Tablo 3.22 İşletme Yaşı ve Boyutlar	87

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AOSB	Antalya Organize Sanayi Bölgesi
AT&T	Amerikan Telefon ve Telgraf Şirketi
BM	Birleşmiş Milletler
CERES	Certification of Environmental Standarts
EEA	Avrupa Ekonomik Bölgesi
EMAS	Çevre Yönetim ve Denetleme Sistemi
ISO	Uluslararası Standartlar Örgütü
KDV	Katma Değer Vergisi
LCA	Yaşam Döngüsü Analizi
SETAC	Çevresel Toksikoloji ve Kimya Birliği
TEMA	Türkiye Erozyonla, Mücadele, Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı
TÜSİAD	Türk Sanayici ve İşadamları Derneği
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu
UÇES	Ulusal Çevre Stratejisi
UNEP	Birleşmiş Milletler Çevre Programı
WBCSD	Dünya Sürdürülebilir Kalkınma ve İş Konseyi
WCED	Dünya Kalkınma ve Çevre Komisyonu

ÖZET

Hızla tüketilen doğal kaynaklar ve aşırı derecede artan üretim-tüketim döngüsü sonucu çevrede meydana gelen tahribat, bugün insanlığı tehdit eder boyutlara ulaşmış ve çevre sorunları günümüzde dünya gündemini meşgul eden en önemli sorunlardan biri haline gelmiştir. İşletmelerin çevre sorunlarının çözümünde önemli görevleri ve sorumlulukları bulunmaktadır. Çevresel olumsuzlukları en aza indirmek işletmelerin topluma karşı olan sorumluluklarının en başında gelmektedir. Çevreye duyarlı işletmecilik uygulamalarının, kirliliği ve enerji kaynakları kullanımını en aza indirerek, işletmenin imajını olumlu yönde etkileyeceği ve rekabet üstünlüğü kazandıracacağı yönünde araştırma bulguları ve iddialar vardır.

Bu çalışmanın amacı Antalya Organize Sanayi Bölgesi'nde faaliyette bulunan işletmelerin çevreye duyarlı işletmecilik uygulamalarını ve bu uygulamaların işletmenin performansı üzerindeki etkilerini işletme yöneticilerinin görüşlerine dayanarak tespit etmektir. Araştırma, Antalya Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren 200 işletmeyi kapsamaktadır. Araştırma sürecinde bölgede bulunan tüm işletmelere ulaşılmaya çalışılmış, ancak 100 işletmeden olumlu yanıt alınmıştır. Araştırmanın verileri anket yöntemi ile toplanmış, soru formu ilgili literatüre dayanılarak araştırmacı tarafından hazırlanmıştır. Soru formu işletmelerle ilgili demografik veriler, çevreye duyarlı işletmecilik faaliyetleri ve çevreye duyarlı işletmecilik faaliyetlerinin performans etkilerini sorgulayan ve Likert ölçeği biçiminde düzenlenmiş 56 sorudan oluşmuştur.

Saha çalışmasından elde edilen bulgular AOSB' deki işletmelerin, çevreye duyarlı işletmecilik uygulamalarını en azından yasal zorunlulukları karşılayacak ölçülerde gerçekleştirmeye çalıştıklarını göstermektedir. İşletmelerin büyük çoğunluğunun belgelendirilmemiş olmakla birlikte genel olarak ÇYS ve politikalarının olduğu, çevreye duyarlı tasarım, tedarik, üretim, İKY ve atık yönetimi uygulamaları bulunduğu ancak her bir uygulamada önemli eksikliklerinin olduğu görülmüştür. ISO 14001 ÇYS Belgesine işletmelerin sadece dörtte birinin sahip olması dikkat çekmiştir. AOSB' deki işletmelerin henüz çevreye duyarlı faaliyetlerin rekabet üstünlüğüne olumlu etkileri konusunda yaygın bir kanaate sahip olmadıkları görülmüştür. Bu tür faaliyetleri daha çok kirliliği ve atık birikimini azaltan ve itibar kazandıran bir nitelikte görmekte, ancak finansal performans ve rekabet üstünlüğü üzerindeki etkileri açısından çekimser kalmaktadırlar.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, rekabet üstünlüğü, çevreye duyarlı işletmecilik

SUMMARY

**THE EFFECTS OF ENVIRONMENTALLY-CONSCIOUS BUSINESS
APPLICATIONS ON COMPETITIVE ADVANTAGE: A STUDY ON ANTALYA
ORGANIZED INDUSTRIAL SITE CORPORATIONS**

Rapidly consumed natural resources and excessively increasing of production-consumption circulation have caused environmental destruction and reached to the limit which threatens the humankind. So environment problems have become one of the most important problems which occupy the world agenda. Corporations have important duties and responsibilities in the solution of the environment problems. Minimizing the environmental negotiations is one of the most important responsibilities of corporations to society. There are some arguments and research findings which emphasize that environmentally-conscious business practices minimize the pollution and using energy sources and affect the image of the corporation positively.

The main purpose of this study is revealing the environmentally-conscious business practices of corporations located in Antalya Organized Industrial Site and effects of these practices on business performance based on the opinion of corporation managers. The research involves 200 corporations which carry on the business in Antalya Organized Industrial Site. In the research process only 100 corporations answered positively for participating to research. The data collected through survey, the questionnaire has been constituted by the researcher based on the literature. The questionnaire consists of 56 questions which were ordered according to 5-Likert scale and question the demographic variables related to corporations, environmentally-conscious business practices and their effects on business performance.

According to the survey data, corporations located in Antalya Organized Industrial Site try to apply environmentally-conscious business practices at least in extent to fulfil the legal obligations. In general most of the corporations have environmental management system and policies and environmentally-conscious design, supply, production, personnel management and waste management. However each practices have major deficiencies. Just one quarter of the corporations have ISO 14001 certificate. It has been revealed that corporations located in Antalya Organized Industrial Site haven't got a common conviction about the environmentally-conscious business practices on the positive effects of the competitive advantage. They evaluate these kind of practices as the practices which reduce the pollution and waste accumulation and gain the reputation. However they abstain in scope of their effects on financial performance and competitive advantage.

Keywords: Sustainability, Competitive Advantage, Environmentally-Conscious Business Practices.

ÖNSÖZ

Uzun süren tez yolculuğumda, araştırmam boyunca her an sağladığı destek, hoşgörü ve yakın ilgiden dolayı değerli hocam Prof. Dr. Fulya SARVAN' a sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Çalışmalarım süresince desteklerini esirgemeyen, cesaretimin kırıldığı ve sendelediğim anlarda ayağa kalkıp kaldığım yerden devam etmemi sağlayan sevgili aileme teşekkürlerimi sunarım.

Yoğun ve stresli iş ortamına rağmen her zaman yanımda hissettiğim iş arkadaşlarım Çiğdem EREN, Nurgül GÜNAY, Sultan AKÇİMEN, Ayşe ÖZDEMİR ve Hatice ÖZKAN'a verdikleri destek için çok teşekkür ederim. İhtiyaç duyduğum an konuşabildiğim sevgili arkadaşlarım Yrd. Doç. Dr. Bülent AKYAY, Öğr. Gör. Dr. İlkay Kayacan KESER ve Arş. Gör. Tülin SEPETÇİ'ye teşekkürlerimi sunarım. Tüm bu süreçte destek veren arkadaşlarım Hasan UĞUZ, Mustafa ZENGİN, Hande KOÇAK'a teşekkürlerimi sunarım.

Son olarak da sevgili babamın da bugün yanımda olmasını herşeyden çok isterdim. Babacığım bizi yetiştirirken verdiği öğütler her zaman klavuzum olacak ve istediğin gibi bir evlat olarak yaşamaya özen göstereceğim.

Aydolu ALGIN

Antalya, 2015

GİRİŞ

Çevreye duyarlı işletmecilik son yıllarda hızla gelişmekte olan, işletmelerin dünyadaki çevre sorunlarına duyarlı olması gerektiğinden yola çıkan bir yaklaşımdır. İşletmelerin yol açtığı çevresel kirlilik, hem ürün hem de hizmetlerin üretim ve tüketiminde giderek artmaktadır. Gelişmiş ülkelerdeki aşırı tüketim, artan yaşlı nüfus, gelişmekte olan ekonomilerdeki hızlı büyüme, ülkeler arasındaki ekonomik eşitsizlik, ürünlerin giderek kısalan yaşam dönemleri, bu problemin temel nedenleri arasındadır. Çevreye duyarlı işletmecilik, insan arzu ve ihtiyaçlarını tatmin edecek sürdürülebilir çözümler yaratmak için faaliyetlerini gerçekleştirirken, üretim, dağıtım ve tüketim aşamasında çevresel değişkenleri göz önünde bulundurmaktadır. Çevreye duyarlı işletmecilik anlayışı üretim, dağıtım, tüketim, tutundurma, pazarlama vb. işletme fonksiyonlarını içeren bütünsel bir çaba gerektirmektedir.

Çevreye duyarlı işletmeciliği motive eden faktörler, çevresel faydalarla sınırlı değildir. Firmalar uyguladıkları çevreye duyarlı stratejiler ile maliyet tasarrufu sağlayabilir, rekabet avantajı elde edebilir, firmanın imajını zenginleştirebilir, ürünlerin kalitesini artırabilir ve yasal beklentilere cevap verilebilirler. Bu nedenle günümüzde büyük işletmeler çevreye duyarlı işletmecilik anlayışını kamuoyu ve imaj yaratma, örgütü geliştirme, rekabeti teşvik etme yolu olarak görmektedirler. Toyota, çevre dostu bir markayı Prius'u yaratarak rekabet avantajı kazanan şirketlerdendir (www.capital.com.tr/liderlik/yesil-sirket-olma-yarisi). Interbrand'in araştırmasına göre, Prius ile Toyota'nın marka değerini yüzde 47 artarak 28 milyar dolara ulaştırmış ve markada rakiplerinin önüne geçmiştir. Wall-Mart şirketi çevre konusunda negatif olan imajını ortadan kaldırmak için çevre uzmanları ve danışmanlarla çalışmış ve çalışmanın sonunda yenilenebilir enerji kaynaklarını yüzde yüz oranında kullanan, atıkları yeniden kullanıma sokan, sürdürülebilir ürünler üreten çevre dostu bir perakendeci olmuştur. Türkiye'den bir örnek olarak Tetra Pak, geri dönüşümlü içecek ambalajı üretmeye başlamış ve çevreye duyarlılık konusunda önemli bir yatırım gerçekleştirmiştir.

Artan çevre sorunlarına çözüm olarak literatürde öne çıkan sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma kavramları, ekonomik faaliyetlerin sürdürülebilirlik ilkelerine bağlı kalınarak hareket edilmesiyle çevreye verilen zararın en alt düzeye indirilmesine yönelik uygulamaları ön plana çıkarmaktadır. Sürdürülebilirlik anlayışında, pazarlamanın temeli çevre ve kaliteye dayanmaktadır. İşletmeler için rekabet koşulları tüketicilerin yeni bakış açıları ve profilleriyle birlikte zorlaşmaktadır. Tüketiciler artık eskisinden daha bilinçlidir ve daha büyük beklentiler içindedir. Bu beklentileri karşılamak, rakiplerden bu anlamda bir adım önde

olmak, dolayısıyla rekabet üstünlüğü ve avantajı sağlamak işletmenin içinde bulunduğu sektöre yönelik her sistemin alacağı önlemler ve pazarlama faaliyetleri ile mümkündür. Karaca (2013), Tüketicilerin Yeşil Ürünlere İlişkin Tutumlarının İncelenmesine Yönelik araştırmasında, tüketicinin çevreye bilinçli ve çevre dostu ürünleri kullanmaya duyarlı oldukları sonucuna varmıştır. Önemli yönetim bilimciler Porter ve Van der Linde (1995, s.98)) 21. yüzyıla geçişte bir paradigma değişikliğinin gerekliliğine işaret ederek son yirmi-otuz yılda uluslar arası rekabetin dramatik bir biçimde değişime uğradığını, çevreyi iyileştirmenin iş başarısı sayıldığı bir döneme girildiğini ve bundan böyle ancak çevre-kaynak üretimi- yenilik ve rekabetçiliği birbirine bağlayan ekonomik mantık temelinde hareket eden firmaların başarılı olacağını ileri sürmüşlerdir. Ayrıca 1992'de Rio de Janeiro'da toplanan (Çevre ve Kalkınma Birleşmiş Milletler Konferansı-UNCTED) Dünya Zirvesi'nde sunulan, BSCD (Business Council for Sustainable Development) raporunda eko-etkinlik kavramı üzerinde durulmuş, insanın ekonomik faaliyetini dünyanın tahmin edilen taşıma kapasitesi ile uyumlu hale getirmek için bir yaşam döngüsü ve sistem yaklaşımı gerekli görülmüştür (Najam, 2000, s.70)

BSCD raporunda:

- Mal ve hizmetlerin malzeme yoğunluğunun en düşük düzeye indirilmesi
- Mal ve hizmetlerin enerji yoğunluğunun en düşük düzeye indirilmesi
- Toksik yayılımın ortadan kaldırılması
- Malzemelerin yeniden işlenebilirliğinin ilerletilmesi
- Yenilenebilir kaynakların kullanımının en yüksek düzeye çıkarılması
- Ürün dayanıklılığının uzatılması
- Mal ve hizmetlerin servis yoğunluğunun arttırılması olmak üzere yedi yöntem önerilmiştir.

Yukarıda yapılan tespitlere dayanılarak hazırlanan bu tez çalışmasının birinci bölümünde, sürdürülebilir kalkınma ve çevreye duyarlı işletmecilik anlayışı ve bunlarla ilintili kavramlar açıklanmıştır. İkinci bölümde ise işletmenin rekabet üstünlüğünün sürdürülebilirliğinin sağlanmasında etkili olan unsurlar, sürdürülebilir rekabet üstünlüğü ve çevreye duyarlı işletmecilik uygulamalarının rekabet üstünlüğüne etkileri tartışılmıştır. Çalışmanın son bölümü, Antalya Organize Sanayi Bölgesi örneği kapsamında sürdürülebilir kalkınma ve çevreye duyarlı işletmecilik anlayışının performans ve rekabet üstünlüğüne etkilerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. AOSB'de bulunan işletme yöneticilerine, alan yazınında yer alan çeşitli kaynaklardan uyarlanan bir anket formu ile elde edilen veriler analiz edilmiş ve bulguların yorumlanmasıyla çalışma sonlandırılmıştır. Araştırmanın evreni

Antalya Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren 200 işletmeyi kapsamaktadır. Araştırma sürecinde bölgenin tüm firmalarına ulaşılmaya çalışılmış, ancak 100'ünden olumlu yanıt alınmıştır.

Bu çalışmanın bulguları Antalya Organize Sanayi Bölgesi işletmeleri için geçerlidir. Kendine özgü sektörel ve yapısal koşulları nedeniyle bu bulguların Türkiye iş hayatı için genellenebilirliği sınırlıdır. Daha çok küçük ve orta ölçekli sanayi işletmeleri için geçerli olabilecek sonuçlar elde edilmiştir. Çevreye duyarlı işletmecilik uygulamalarının düzeyi ve performans ve rekabetçilik üzerindeki etkilerini tam olarak anlayabilmek için benzer bir araştırmanın farklı sektörlerden ve farklı bölgelerden ve farklı büyüklüklerde firmalara uygulanması gerekir.

BİRİNCİ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA ve ÇEVREYE DUYARLI İŞLETMECİLİK

İnsanoğlu artan tüketim ve üretim ihtiyacını karşılamak amacıyla sınırsız bir kaynak olarak gördüğü doğayı hoyratça kullanmış ve tahrip etmiştir (Mainieri vd., 1997, s. 189). Nüfusun hızla artması ve teknolojik gelişmeler, üretimin artmasına ve doğal kaynakların daha çok kullanılmasına sebep olmuştur (Dunphy vd., 2007, s. 3). Ekonomik, sosyal, teknolojik vb. alanlardaki kalkınma çabaları da çevresel değerlerin ihmal edilmesine neden olmuş; ekolojik denge günden güne bozulmuştur (Tıraş, 2012, s. 58). Hızlı nüfus artışı tüketime olan talebi arttırdığı için çevreyi tehdit eden, türlerin nesillerinin tükenmesine sebep olan tüketim anlayışını arttırmıştır. Sanayileşmenin gelişimiyle birlikte enerji tüketiminde görülen büyük artış, çevreye ciddi zararlar vermiş ve yenilenebilir enerjiye duyulan gereksinim giderek artmıştır.

Tüm bu faktörlerle birlikte sanayileşmenin beraberinde getirdiği küresel ısınma tehdidi, tarım alanlarının verimliliğini ve doğal hayatı tehlikeye atmaktadır. Sanayileşme aynı zamanda kentlere göçe ve dolayısıyla düzensiz yerleşime yol açmaktadır. Nükleer santraller ise kullanılan hammaddelerin üretimi ve zenginleştirilmesi ve santral atıkları nedeniyle önemli çevresel sorunlara sebep olmaktadır. Ayrıca reaktörlerden kaynaklı kaza riskleri ve çevre sorunları da vardır. Dikmen'e göre (2004, s. 31) bu ve bu gibi sebep olduğu diğer zararlar nedeniyle sanayileşme, ülkelerin sürdürülebilir kalkınma üzerine düşünmelerine yol açmıştır. Ekonomik refah ve çevresel kalitenin ülkeler ve işletmelerin ilerleme süreçlerinin birbirlerini tamamlayıcı yönleri olduğu yönünde giderek artan bir fikir birliği oluşmaya başlamıştır (Baden ve Zaffos, 2000, s. 261).

İşletmeler de topluma ve genel olarak da insanlığa ait doğal kaynakları ve çevreyi kullanarak mal ve hizmet üreten organizasyonlardır (Torlak, 2009, s. 139-140). Bu süreçte doğrudan ya da dolaylı, bilerek ya da bilmeyerek işletme faaliyetlerinin yol açtığı çok sayıda çevresel problem vardır, çünkü ekonomik olarak büyüme, üretim ve tüketimi artırma anlayışı, sanayileşmeyle birlikte artan enerji tüketimi, üretim ve dağıtım süreci ve ürün atıkları, çevre ve insan sağlığını tehdit etmektedir (Tıraş, 2012, s. 58). Son yıllarda tüketicilerin artan farkındalığı, işletmelerin ürün ya da hizmetlerinden kaynaklı çevresel bir sorunun kamuoyunda olumsuz bir imaj oluşturması ve küresel rekabet ortamında rakiplerinin bir adım ilerisine geçmelerine olanak tanınması nedeniyle sürdürülebilir kalkınma ve çevreye duyarlı işletmecilik anlayışı büyük önem taşıyan bir konu olarak işletmelerin karşısına çıkmaktadır.

1.1 Sürdürülebilir Kalkınma Kavramı

Sürdürülebilirlik kavramı, dünya kaynaklarının tükenmesi, çevre kirliliği, canlı türlerinin yok olması ve küresel ısınma gibi problemlerle karşı karşıya kalınması sonucu 20. yüzyılın sonlarından itibaren gündeme gelmiştir (Topoyan, 2005, s. 259). Bu doğrultuda sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir gelişme gibi kavramlar işletmeler için hayati önem kazanmıştır. Sürdürülebilirlik, bir toplumun, eko sistemin ya da sürekliliği olması gereken herhangi bir sistemin işlevini kesintisiz, bozulmadan veya sistemle hayati bağı olan ana kaynaklara aşırı yüklenmeden devam ettirebilme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Sarıkaya ve Kara, 2007, s. 222). Sürdürülebilirlik, doğadaki kaynakların korunması ve bunun sayesinde insan yaşamının kalitesinin artırılmasıdır. Sürdürülebilirliğin gerçekleştirilebilmesi ekonomik, çevresel ve toplumsal faktörlerin ve tüm bunların sürdürülebilir gelişme stratejilerine entegrasyonuna eşit düzeyde dikkat edilmesiyle mümkün olmaktadır (Stevens, 2009, s. 3), çünkü Sosyal, ekonomik ve ekolojik amaçların birlikte değerlendirilmesi ve bu amaçların her birinin hem işletme hem de toplumun yararına olacak şekilde düzenlenmesi, sürdürülebilir gelişmeye yardımcı olmaktadır (Bidabad ve Mastorakis, 2014, s. 314).

Guy ve Moore (2005, s. 28)'a göre sürdürülebilirlik kavramı, bir hedef ve bir stratejidir. Bu hedef ve strateji, sosyal adaleti sağlama, ekolojik bütünlük ve dünyadaki tüm yaşam sistemlerini iyileştirmeden yola çıkmaktadır. Temel amaç, gelecek nesilleri riske atmadan, tüm dünyada sosyal ve ekolojik düzeni korumak ve sürdürmektir. Sürdürülebilirlik aynı zamanda, sürdürülebilir geleceğe yönelik bir hareket ve süreci yansıtmaktadır (Aracıoğlu, 2010, s.149). Bu hareket ve süreç kurumsal anlamda gerçek niteliğini kurumsal sürdürülebilirlik kavramıyla bulmaktadır.

Sürdürülebilirlik, temelde ekolojik sistemlerin fonksiyonlarını, süreçlerini ve üretkenliğini gelecekte de devam ettirebilme yeteneği olarak algılanmaktadır (Chapin vd., 1996, s. 1017). Sürdürülebilirlik kapsamında işletmelerin sosyal, çevresel ve ekonomik faktörleri bir bütünlük içerisinde ele almaları ve bu sorumluluk alanlarının arasında bir denge kurmaları gerekmektedir (Sarıkaya vd., 2010, s. 43). Nitekim sürdürülebilirlik, bir işletmenin ekonomik, sosyal ve çevresel alandaki başarısının bir ürünüdür.

Kalkınma ise bir ekonomide halkın değerleri, dünya görüşü, tüketim ve davranış kalıplarında oluşan değişimleri kapsayan, toplumsal ve kuramsal yapıda dönüşüme yol açan büyüme olarak tanımlanmaktadır (www.tdk.gov.tr). Kalkınma aynı zamanda bir ülkenin ekonomik olarak atılım sağlaması ve kişi başına düşen gelirin artırılmasıdır (Özmehmet, 2010, s. 2).

Sürdürülebilirlik ve kalkınma kavramlarının taşıdığı anlamların biraraya gelerek oluşturduğu “sürdürülebilir kalkınma” kavramı ise Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu

(WCED) tarafından, “gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama becerilerinden ödün vermeden bugünün ihtiyaçlarını giderme yeteneği” olarak tanımlanmaktadır (IUCN/UNEP/WWF, 1991). Yücel’e göre (2004, s. 4-5) sürdürülebilir kalkınma kavramının ortaya çıkmasında etken olan önemli faktörler sanayileşme, enerji, nüfus ve çevredir.

Sürdürülebilir kalkınma günümüzden geleceğe aktarılacak olan her türlü fiziksel varlığın doğal çevreden ayrı düşünülmemeyeceğine yönelik bir anlayıştır (Tıraş, 2012, s. 58). Sürdürülebilir kalkınma ayrıca, kalkınmanın bir anlık değil sürdürülebilir olmasının gerekliliğini, süreklilik taşımasını, insan ile doğa arasında denge kurarak doğal kaynakları tüketmeden, gelecek nesillerin gereksinimlerinin karşılanmasını ve gelecek nesillerin de kalkınmasına imkân verecek şekilde bugünün ve yarının planlanmasını ifade etmektedir (Türkiye Çevre Sorunları Vakfı, 1991, s. 71). Sürdürülebilir kalkınma ekolojik denge ile ekonomik büyümeyi birlikte ele alan, doğal kaynakların etkin kullanımını sağlayan, çevresel kaliteye önem veren ve gelecek kuşakların kendi ihtiyaçlarını karşılayabilmelerini tehlikeye sokmaksızın bugünkü kuşakların ihtiyaçlarını karşılayabilen bir modeldir (Gürlük, 2001, s. 9-10). Yani kuşaklararası kaynak kullanım etkinliğine sahip sürdürülebilir kalkınma, doğal sermayeyi tüketmeyen, gelecek kuşakların da gereksinimlerine sahip çıkan, ekonomi ile ekosistem arasındaki dengeyi koruyan ve ekolojik açıdan sürdürülebilir nitelikte olan bir ekonomik kalkınmadır. Dolayısıyla sürdürülebilir kalkınma, mutlaka dikkate alınması gereken ve uzun vadede işletmelere çok büyük yararları olabilecek bir yaklaşım olarak karşımıza çıkmaktadır. Sürdürülebilir kalkınma kavramının daha iyi anlaşılabilmesi için sürdürülebilirlik kavramının amaç ve hedeflerinin neler olduğunun bilinmesi gerekmektedir.

1.1.1 Sürdürülebilir Kalkınmanın Amaç ve Hedefleri

Sürdürülebilir kalkınmanın ana hedefi çevresel etkenlerden kaynaklı olumsuz birçok sonucu en az seviyeye çekmek ve gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek kaynakları korumak ve toplum bilincini arttırmak; bu hedeflerle bağlantılı olarak toplumda gerekli bilinci ve hassasiyeti oluşturabilmektir. İnsana ait eylemler ya da faaliyetlerin hiçbir şekilde doğal çevreden ayrı değerlendirilemeyeceği görüşü üzerine temellenen ve 1987 yılında Ortak Geleceğimiz adı altında yayınlanan raporda (Brundland Raporu) sürdürülebilir kalkınmanın amaçları şöyle sıralanmıştır (UNDP, 2012):

- Biyolojik farklılık kayıplarını ve çölleşmeyi engellemek
- İklim değişiklikleriyle mücadele etmek ve iklim değişikliklerine adapte olmak
- Doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımını sağlamak
- Gelir dağılımını geliştirerek ve istihdam fırsatları oluşturarak fakirlikle savaşmak
- Sağlık hizmetini ve eğitimi geliştirmek ve bunlara ulaşılabilirliği arttırmak

- Temiz suya, güvenli enerji kaynaklarına ve yiyeceklere ulaşılabilirliği arttırmak
- Daha onurlu bir yaşam adına toplumun dezavantajlı bölümlerini özellikle de kadınlar ve gençleri desteklemek.

Ortak Geleceğimiz (Brutland Raporu) Raporu'na göre sürdürülebilir kalkınmanın amaçları doğrultusunda belirlenen sürdürülebilir kalkınma hedefleri ise şunlardır (UNDP, 2012):

- Büyüme canlandırmak,
- Büyümenin kalitesini değiştirmek,
- İş bulma, yiyecek, enerji, su ve sağlık konularındaki temel ihtiyaçları karşılamak,
- Sürdürülebilir bir nüfus düzeyini garanti altına almak,
- Kaynak tabanını korumak ve zenginleştirmek,
- Teknolojiyi yeniden yönlendirmek ve teknolojik riskleri yönetmek,
- Karar verme sürecinde çevre ve ekonomiyi birleştirmek.

Tüm bu ulaşılmak istenen hedef ve amaçlar sonucunda sürdürülebilir bir toplum inşa etmek, insan hayatının niteliğini arttırmak, dünya yüzündeki türlerin çeşitliliğini korumak, gelişim ve koruma entegrasyonu için ulusal bir sistem sağlamak ve küresel bir ittifak oluşturmak önem taşımaktadır (Alagöz ve Yılmaz, 2001). Dolayısıyla toplum genelindeki işletmelerin de, kurumsal varlıklarını devam ettirebilme adına bu konu üzerinde durmaları, sürdürülebilir kalkınma anlayışının tarihsel süreç içerisinde yaygınlaşmasını sağlamıştır.

1.1.2 Sürdürülebilir Kalkınmanın Tarihsel Gelişimi

Sürdürülebilir kalkınma Sanayi Devrimi ile gündeme gelmiş bir kavramdır (Akgül, 2010, s. 135). Artur Young 1804'te yayımlanan, "Hertfordshire'in Tarımına Genel Bakış" (General View of Agriculture of Hertfordshire) adlı kitabında, tarım devletinde, güçlü bir devletin iç gelişiminin, tarımsal alanda sürdürülebilirlik kavramıyla denklik oluşturabileceğine yönelik açıklamalar yapmıştır.

1970-80'li yıllardan itibaren iş dünyasında da kabul görmeye başlayan sürdürülebilir kalkınma anlayışı, yapılan uluslararası toplantılarda dile getirilerek benimsenmeye çalışılmıştır. 1972'de gerçekleşen Birleşmiş Milletler Çevre ve İnsan Konferansı, insan faaliyetlerinin çevreyi nasıl etkilediği üzerinde durulan ilk önemli buluşma olarak tarihe geçmiştir (Turgut, 2001, s.172). Sürdürülebilir kalkınma olgusunun temelleri bu konferansta atılmıştır. Konferans, çevre sorunlarının uluslararası düzeyde ele alındığı ilk büyük konferans olup, çevre bilincinin küresel anlamda oluşumunda önemli rol oynamıştır. Bu konferansta

sürdürülebilir kalkınma terim olarak kullanılmamakla birlikte, sürdürülebilir kalkınma kavramı ilk kez “Roma Kulübü” (Club of Rome) tarafından yayımlanan “Büyümenin Sınırları (1972)” (Limits to Growth) raporunda dile getirilmiştir. Bu raporda 21. yüzyılda insanoğlunu bekleyen tehlikeler düşünüldüğü zaman sürdürülebilir kalkınma kavramı dikkate alınmaya değer bulunmuştur. Birleşmiş Milletler Çevre ve İnsan Konferansı’nın ardından yayınlanan “Stockholm Bildirgesi”nin çeşitli maddelerinde çevre ve ekonomi arasındaki ilişkiye değinilmiştir. Stockholm Bildirgesi, sürdürülebilirliğin oluşumunu gösteren tarihteki önemli gelişmelerden biridir. Bildiride, çevre kirliliği, kaynakların tahribatı, çevreye hasar verme, türleri tehlikeye sokma ve insanın sosyal refahını artırma ihtiyacı üzerinde durulmuştur.

Birleşmiş Milletler tarafından 1983 yılında, dönemin Norveç Başbakanı olan Gro Harlem Brundtland’ın başkanlığında “Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu” kurulmuştur. Bu kuruluşun amaçları arasında, çevre ve kalkınma sorunlarının çözümü için öneriler geliştirmek ve bu alanda uluslararası işbirlikleri oluşturmak yer almıştır (Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu, 1987, s. 27). Bu komisyon, 1984’den 1987’ye kadar olan üç yıl boyunca, sürdürülebilir kalkınma temasını, beş kıtada yapılan toplantılarla milyonlarca insanın tartışmasına açmıştır (Pezzoli, 1997, s. 549). Bu çalışmalar çerçevesinde, yeryüzündeki kritik çevre ve kalkınma sorunlarını değerlendirmek ve gelecek kuşakların yararlanacağı kaynakları tahrip etmeden sürdürülebilir kalkınmayı sağlayabilmek için gerekli koşullar incelenmiş, 1987 yılında WCED tarafından “Ortak Geleceğimiz” (Our Common Future) adlı rapor hazırlanmıştır (Kates vd., 2005, s. 10).

Sürdürülebilir kalkınma bugünkü tanımını tam anlamıyla 1987 yılında BM genel kurulunda sunulan “Ortak Geleceğimiz” adıyla da bilinen “Brundtland Raporu”nda bulmuştur (Tıraş, 2012, s. 63). Bu rapor, sürdürülebilir kalkınmaya yönelik güncel tartışmaların başlama ve dönüm noktası olarak değerlendirilmektedir (www.conspect.nl). Bu raporda sürdürülebilirlik kavramı “bugünkü neslin ihtiyaçlarının, gelecek nesillerin ihtiyaçlarından ödün verilmeden karşılanması” şeklinde tanımlanmış; sürdürülebilir kalkınma ile şimdiki neslin ihtiyaçlarının, gelecek neslin ihtiyaçlarını etkilememesinin amaçlanması ve çevreye karşı duyarlı bir politika benimsenmesi vurgulanmıştır. Aynı zamanda doğal sermaye ve üretim sermayesi dengesinin gözetilmesi ve kirlenerek tükenen doğal kaynakların giderilemez maliyetlerinin karşılanması ve bu kaynakların gelecek kuşaklara kullanılabilir bir şekilde aktarılması gerektiği raporun içerisinde belirtilmiştir. Ek olarak çevresel maliyetlerin adil dağıtılması gereğinin yanı sıra yoksulların ihtiyaçlarının önemi belirtilerek, toplumsal dayanışma ve ekosistemin etkilerini giderme yetersizliğinin de üzerinde durulmuştur. Brundtland Raporu’na göre sürdürülebilir kalkınmanın üç temel unsuru önem taşımaktadır. Bunlar, gereksinimlerin yalnızca ekonomiye indirgenmeyip daha geniş boyutlarıyla düşünülmesi, nesiller arası adaletin dikkate alınması ve

bu adaletin ülke içinde olduğu kadar, ülke dışında da sağlanması gerekliliğidir. Yıldız vd. (2012) bu raporda değinilen konuları şöyle özetlemektedir:

- Çevre sorunlarının diğer sorunlardan ayrılamayacağı, bu sorunların Dünya'daki bütün canlıları tehdit ettiği,
- Doğanın bu hızla tahribi sonucu kalkınmanın bir süre sonra duracağı, sürdürülebilir kalkınmanın ancak bütün ülkelerin ortak çabasıyla gerçekleşebileceği,
- Çevre korunmasına eski yaklaşımların bir fayda sağlamayacağı, bilakis ülkelerin sosyal, ekonomik ve ekolojik istikrarsızlıklarını daha da artıracığı,
- Çevre konusunda en büyük görevin bireye düştüğü, bireylerin katılımcı olmaları, tavır ve davranışlarında değişiklik olması, bunun için de eğitime önem verilmesinin gerektiği,
- Çevresel sorunların giderilmesi veya etkilerinin azaltılması için tüm insanlığın çaba göstermesi gerektiği,
- Teknolojik gelişmelerin sürdürülmesi ve teknolojik yaklaşımın değişmemesi halinde, çevre açısından büyük olumsuzluklar yaşanacağı
- Bu öneriler dikkate alınmadığı takdirde ortak geleceğimizin karanlık olacağı.

“Bruntdland Raporu” ile başlayan sürecin en önemli kilometre taşlarından biri, 1992 yılında çevre ve kalkınmaya ilişkin sorunların çözümü için ortak stratejiler geliştirmek amacıyla Brezilya'nın Rio de Janerio kentinde toplanan Rio Zirvesi (Dünya Zirvesi) olmuştur (Nemli, 2004, s. 8). Bu toplantı, dünyanın ve insanlığın geleceğini tartışmak üzere 173 ülkenin liderlerini biraraya getirmiştir. Zirve sonucunda “Gündem 21” olarak adlandırılan bir eylem planı yayınlanmıştır. Rio Bildirgesi'nde uzun vadeli ve kalıcı bir ekonomik kalkınmanın, çevre koruma bilinci ve sorumluluğu ile birlikte sağlanabileceği vurgulanmaktadır. “Gündem 21” eylem planı, kalkınmanın sosyal, ekonomik ve çevresel yönden nasıl sürdürülebilir olabileceğini ortaya koyan, bütün ülkelerde çevreye duyarlı sürdürülebilir kalkınmayı gerçekleştirmeyi hedefleyen genel bir programdır.

2000 yılında gerçekleştirilen BM genel kurulunda sürdürülebilir kalkınma önemli gündem maddelerinden biri olarak ele alınmış, yapılan genel değerlendirme sonucunda barış, kalkınma, insan hakları, çevre gibi konuların yer aldığı pek çok hedef belirlenmiştir (Aksu, 2011. s. 6). Tarihsel süreç içerisinde sürdürülebilir kalkınmanın öneminin artmasında tüm bu bildirge ve raporlar çok etkili olmuş; sürdürülebilir kalkınmanın nasıl bir yol ve yöntem izlemesi gerektiğini belirleyerek, temel ilkeleri ortaya konmuştur.

Son yıllarda uluslararası çevre hukuku ve düzenlemelerine yönelik olarak gerçekleştirilen faaliyet ve toplantılardan en önemlileri kuşkusuz Kyoto Protokolü, BM Binyıl

Zirvesi ve Dünya Kalkınma Zirvesi'dir. Bu konular çalışmanın ileriki bölümlerinde daha detaylı olarak yer almaktadır.

1.1.3 Sürdürülebilir Kalkınmanın Temel İlkeleri

İnsanoğlunun dünya nüfusunun dokuz milyara yaklaşmasıyla birlikte, sanayi ve kentleşmenin etkileri sonucunda tarım alanlarının ve su kaynaklarının azalması ve yok olmasını engelleme yönünde (Çoban ve Kılıç, 2009, s. 118), kendisini ve çevreyi yok etmemek için çevreyi koruması ve gerekli iyileştirmeleri yapması gerekmektedir. Akgül'e göre (2010, s.142-146) bu noktadan hareket eden sürdürülebilir kalkınma yaklaşımının tam anlamıyla uygulanabilmesi ve başarılı olabilmesi için insanlarda farkındalık oluşturulmalı; sürdürülebilir kalkınmanın temel ilkeleri, çevresel, ekonomik ve toplumsal alanları kapsamalıdır.

Farklı disiplinlerde sürdürülebilir kalkınmanın başarılı olabilmesi üzerine geniş çaplı tartışmalar yapılmıştır (Yavillioğlu, 2001, s. 110). Farklı disiplinlerin sürdürülebilir kalkınmanın başarılı olması için gerekli olan unsurlarını tartışırken buldukları ortak nokta, toplumların potansiyel kaynakları ile sürdürülebilir kalkınmada başarı elde edilebileceği ve kalkınmanın gerçekleştirilmesinin yalnızca içsel ve dışsal dinamiklerin etkili bir şekilde kullanılmasıyla sağlanabileceğidir, çünkü sürdürülebilir kalkınma makro ölçekli düşünülmesi gereken ve toplumun her katmanını ilgilendiren bir yaklaşımdır (Alcaraz ve Bell, 2014, s. 11-12). Akgül'e göre (2010, s. 158) sürdürülebilir kalkınmanın başarı sağlayabilmesi için ekonomik, sosyal ve çevresel birçok faktörün üzerinde durmak ve tümünün işbirliğini sağlamak gerekmektedir, çünkü sürdürülebilir kalkınma, toplumun ekonomik ve sosyal gelişiminin devamlılığının sağlanmasının yanında insanların da daha iyi ve doğru bir şekilde hayatlarını sürdürmeleri için önemlidir.

Sürdürülebilir kalkınmanın en başta içinde yaşanılan ülke temelinde değerlendirilmesi gerekmektedir, çünkü bir ülkede benimsenen bu türlü bir yaklaşım, ülkenin dolayısıyla toplumun alt grupları ve kurumlarını da etkileyecektir (Dagher ve Itani, 2012, s. 106). Bir ülkede sürdürülebilir kalkınmanın sağlanabilmesinin ve başarılı olabilmesinin en başta ekolojik sürdürülebilirlik, ekonomik sürdürülebilirlik ve sosyal sürdürülebilirliğe bağlı olduğu görülmektedir. Bunun yanında Fisunoğlu (1997, s.18), ve Dulupçu (2001, s. 20)'ya göre sürdürülebilir kalkınmanın başarılı olabilmesini sağlayan temel ilkeler aşağıdaki gibidir:

- Büyümenin dinamik bir hale getirilmesi ve kalitesinde değişiklikler yapılması,
- İnsanın temel ihtiyaçlarının karşılanması,
- Sürdürülebilir bir nüfus seviyesinin koruma altına alınması,
- Doğal kaynak sürdürülebilirliğinin sağlanması,

- Kurumsal altyapı ve politikaların arasındaki uyumun sağlanması,
- Etkin bir para politikasının uygulanması,
- Sosyal sürdürülebilirliğin sağlanması,
- Bilim ve teknoloji alanlarında gelişimin sağlanması,
- Topluma eğitim yoluyla bilinç kazandırılması,
- Beşeri sermaye indeksinin yükseltilmesi,
- Finansal sürdürülebilirliğin sağlanması,
- Ekonomik ve sosyal politikalar ile çevresel politikaların arasında bir uyumun sağlanması,
- Sürdürülebilirlik politikalarının performans ölçümünün yapılması,
- Sürdürülebilirlik politika uygulamalarının ve sonuçlarının değerlendirilip buna uygun göstergenin tespit edilmesi.

Sürdürülebilir kalkınmanın temel ilkelerinden de anlaşıldığı gibi, sürdürülebilir kalkınma yaklaşımında toplum, ekonomi ve çevre sacayağı öne çıkmaktadır. Bu üç önemli faktör sürdürülebilir kalkınmanın uygulanmasında üç temel değişken durumundadır. Dolayısıyla sürdürülebilir kalkınma anlayışının daha iyi açıklanabilmesi için, bu üç boyutun sürdürülebilir kalkınmadaki önemini ortaya konulması gerekmektedir.

1.1.4 Sürdürülebilir Kalkınmanın Boyutları

Peter Hardi ve Terrence Zdan tarafından 1997 yılında yayımlanan “Assessing Sustainable Development: Principles in Practice” (Sürdürülebilir Kalkınmanın Değerlendirilmesi: Uygulamadaki Prensipler) isimli kitapta sürdürülebilir kalkınmanın boyutları sosyal, çevresel ve ekonomik olmak üzere 3 gruba ayrılmıştır:

- i. Sürdürülebilir kalkınmanın çevre boyutu: Doğal kaynakların bilinçsiz bir şekilde tüketimi, sağlıksız kentleşme, çevreye verilen zararlar, dünyada yaşanan küresel iklim değişiklikleri, suların kirletilmesi, küresel ısınma, bitki ve hayvan türlerinin soylarının tükenmesi, doğal alanların tahribatı ve ozon tabakasının aşınması gibi nedenlerden dolayı çevre kirlenmektedir. Çevreye ve ekolojiye zararı olan bu durumlar, sürdürülebilir kalkınmanın çevre boyutunu oluşturmaktadır. Sürdürülebilir kalkınmanın temel kuralı, doğal yaşam temellerinin uzun süreli olarak güvence altına alınması, ortaya çıkan ekolojik zararların ortadan kaldırılması ve doğanın kendi dinamiği içinde korunmasının sağlanmasıdır. Ayrıca kaynak tüketiminin denetlenmesi ekolojik sorumluluğun vazgeçilmez koşuludur. Bu bağlamda yenilenebilir kaynakların tüketimi yenilenebilir kapasitesinin altında tutulmalı, yenilenemez kaynakların

tüketimi ise yenilenebilir kaynakların gelişme potansiyelinden düşük olmalıdır. Ekolojik bileşenin gereği olarak, kirlilik ekosistemin özümleme gücünü geçmemelidir. Bunun dışında ekolojik sorumlulukta doğal çevrenin yanında kültürel çevrenin korunmasına da özen gösterilmelidir.

- ii. Sürdürülebilir kalkınmanın sosyal boyutu: Sürdürülebilir kalkınma, var olan nüfus kapsamında ve şimdiki nesil ve gelecek nesiller arasında eşitlik ve eşitsizlikleri göz önünde bulundurmalı; kaynak kullanımı, tüketim ve yoksulluk, insan hakları ve hizmetlere ulaşma gibi konular ile ilgilenmelidir. Ergün ve Çobanoğlu (2012, s. 102) da sosyal dayanışmanın varlığı, yani ekonomik gelişmenin sosyal alana yayılmış olmasının, sürdürülebilir kalkınmadan söz edebilmenin şartlarından biri olduğunu öne sürmektedirler.
- iii. Sürdürülebilir kalkınmanın ekonomik boyutu: Ekonomik gelişmeler, sosyal ve çevresel alanlarda insan ile toplumun refahını sağlayan gelişmelerdir (Hardi ve Zdan, 1997). Ekonomik koşullar, bireysel koşulları teşvik etmeli, aynı zamanda bugünkü ve gelecek kuşakların genel yararını da gözetecek biçimde belirlenmelidir. Mengi ve Algan'a göre (2003, s. 8-10) sürdürülebilir kalkınma için ekonomik başarı ve rekabet edebilirlik, bir toplumun ekonomik kapasitesinin, üretim, sosyal ve insan kaynaklarının sürdürülebilirliğine uygun olması ve bu kaynaklardaki artışın sadece nicelik değil, nitelik olarak da sağlanması anlamına gelmektedir. Ayrıca üretim dolayısıyla ortaya çıkan çevre risklerinin ve zararlarının en aza indirilmesi, enerji ve hammadde kullanımının optimal hale getirilmesi önemlidir. Mal ve hizmetlerin üretim ve tüketiminde mümkün olduğu kadar çevreye zarar vermekten kaçınılmalı ve malların tüketimi eşitlik anlayışına dayanmalıdır.

Çevre, toplum ve ekonomi sacayağı üzerinde yükselen sürdürülebilir kalkınma, dünyadaki tüm insanları, kurum ve kuruluşları ilgilendiren geniş kapsamlı bir uygulama olduğu için, bu konuyla ilgili kurum ve kuruluşların yapacağı birtakım düzenleme ve faaliyetler, hükümetlerin benimsediği politikalar kaçınılmaz olarak yasal düzenlemeler ve standardizasyonları da beraberinde getirmiştir.

1.1.5 Sürdürülebilir Kalkınma Politikaları ve Stratejileri

Çevreyle ilgili kaygılar, büyüyen toplum baskısı ve düzenleyici önlemler, insanların dünya genelinde iş yapma biçimlerini değiştirmelerine neden olmaktadır (Akdeniz Ar, 2011, s. 34). Müşteriler, tüketiciler ve hissedarlar, giderek artan bir şekilde, sosyal sorumluluk sahibi işletmelerce sunulan çevreyle dost ürün ve hizmetlere talepte bulunmaktadır. Yatırım

stratejilerinin ve günlük operasyonlarının çevreyle ilgili olarak sürdürülebilir biçimde gerçekleştirildiğini göstermek işletmeler için gittikçe daha fazla önem taşımaktadır.

70'li yılların ortalarından itibaren işletmelerin çevreyle ilgili konulardaki girişim ve politikalarında gözle görülür bir artış olmuştur (Mermet, 2011, s. 7). Bu doğrultuda işletmelerin genel stratejileri içinde yer bulan stratejik çevre yönetimi, yarının müşterilerine zarar vermeden bugünün mal ve hizmetlerini sunarak, işletmenin mevcut performansını arttırmayı amaçlamaktadır. Stratejik çevre yönetimi en başta doğal kaynakları muhafaza etme ve korumayı hedeflemektedir. İşletmelerin çevresel politikaları ve stratejileri ekonomik büyümenin ve çevreyi korumanın, beraber yürütülmesi gerektiğini hatırlatan uygulamalardır. Dolayısıyla, sürdürülebilir kalkınma ile uyumludur ve işletmeler için hayati önem taşımaktadır. Yine de işletmenin içinde bulunduğu ülkenin ekonomik gelişmişlik düzeyi ve çevresel kalite arasında güçlü bir ilişki vardır (Silva, 1997, s. 460). Buna bağlı olarak sürdürülebilir kalkınmada hükümetler sağlıklı bir ekonomi, sosyal eşitliğin önemi ve çevresel kalite olmak üzere üç temel yapıya yönelik olarak çevresel politikalar geliştirmektedir. Bayraktutan ve Uçak'a göre (2011, s. 27, 34) bu doğrultuda gerçekleştirilen sürdürülebilir kalkınma politikası uygulamaları şunlardır:

- i.** Nüfus planlaması: Artan dünya nüfusu kontrol altına alınarak çeşitli planlamalar yapılmalıdır. Aile planlaması, kadınların eğitimi, medya, kitle iletişim araçları ve resmi ders müfredatı aracılığıyla verilen nüfus planlaması ile ilgili eğitimler, insanları bilinçlendirmek için yapılan önemli çalışmalardır.
- ii.** Biyolojik çeşitliliğin korunması: Doğada var olan ormanlar, otlaklar, balık yatakları ve tarım alanları korunmalı ve biyolojik çeşitliliğin gelecek kuşaklara aktarımı sağlanmalıdır.
- iii.** Aşırı tüketimin kontrol altına alınması: Dünyada yaşayan çok sayıda insanın sürekli tüketim halinde olması aşırı tüketime neden olmaktadır. Aşırı tüketim kontrol altına alınmalıdır.
- iv.** Etkin enerji kullanımı: Kullanılan enerjinin çevre üzerinde oluşturduğu olumsuz etkilerin azaltılması gerekmektedir. Yenilenemeyen doğal kaynaklar yerine yenilenebilir kaynaklar kullanılmalıdır.
- v.** Alternatif enerji kaynakları ve enerji ekonomisi: Teknolojinin gelişimiyle birlikte enerji kullanımı da sürekli artmaktadır. Sürekli aynı enerji kaynaklarını kullanmaktansa yerine alternatif enerjiler üretmek gerekmektedir. Güneş enerjisi, rüzgâr enerjisi, biyoyakıtlar, hidroelektrik enerjisi, jeotermal enerji ve hidrojen enerjisi üretimleri yapılmalıdır.

Kopicki vd. (1993), stratejik çevre yönetimi için üç yaklaşım ortaya koymuşlardır. Bu yaklaşımlar; reaktif, proaktif ve değer yaratıcı olarak adlandırılmaktadır:

- i.** Reaktif Yaklaşım: Bu yaklaşımda kaynaklar en az seviyede tutulmaktadır. Geleneksel organizasyon yapısı içinde sorumluluklar bireysel inisiyatiflere dayanır. Yasal zorunluluk ve mevzuata uymak için yanıt stratejileri geliştirilir.
- ii.** Proaktif Yaklaşım: Bu yaklaşımda da kaynaklar en az seviyede tutulur. Organizasyon yapısı olarak üst yönetim kararları uygulanır; fonksiyonel bir yaklaşım söz konusudur (Türk ve Bekiş, 2011, s. 67). Çevre politikası hazırlanıp çevre denetimi yapmak gibi konulara eğilinir. Çevre politikası ve çevre denetimi, geri dönüştürülebilir ve yeniden kullanılabilir girişimlerin temeli sayılmaktadır.
- iii.** Değer Yaratıcı Yeşil Yaklaşım: Büyüközkan ve Vardaroğlu'na göre (2012) bu yaklaşımda çevre yaklaşımını stratejik kararlar alınmaktadır. Tedarik zinciri girişimi ön plandadır. Sistematik ve çevre dostu uygulamalar ve esnek modeller kullanılır. Demonte edilebilir, geri dönüştürülebilir ve yeniden kullanılabilir ürünler tasarlanır. Çevresel yaşam döngüsü analizi yapılır. Süreci, ürünü ve hizmeti değerlendirme olanağı sunulur. Aynı zamanda tedarikçilere atık azaltımı ve çevreye duyarlılık için kararlar sunulur ve bunlar takip edilir.

Sürdürülebilir kalkınma politikalarının çevre ve toplum için en iyisi olacak şekilde gerçekleştirilmesi için uygulanan sürdürülebilir kalkınma stratejilerini Özmehmet (2010) altı ana başlıkta ele almaktadır:

- i.** Geri dönüşüm: Bir malzemenin kullanım süresi bittikten sonra çeşitli yöntemler kullanılarak tekrar hammadde olarak imal edilmesi durumudur. Cam, kâğıt, alüminyum, plastik, motor yağı, pil, beton, elektronik ve organik atıklar geri dönüşebilen maddelerdir. Eken'e göre (2013) geri dönüşüm enerji tasarrufu sağlaması, çevre, hava ve su kirliliğini azaltması bakımından çok önemlidir. Toplumda geri dönüşüm duyarlılığı oluşturmak için öncelikle bilinç ve farkındalık yaratmak önemlidir. Geri dönüşüm için gereken idari ve hukuki düzenlemeler yapılmalıdır. Atıkların düzenli ve sistemli bir şekilde toplanabilmesi için altyapının oluşturulması ve sonrasında uygulamaya geçilmesi gerekmektedir.
- ii.** Çevre: Doğal çevrenin kendine ait olan bir yapısı vardır. Hiçbir canlı doğanın zenginliklerini bu yapıyı olumsuz etkileyecek şekilde kullanamaz.
- iii.** Gelecek: Doğanın zenginlikleri ve kaynakları harcanırken, gelecek nesiller de unutulmamalı ve bu kaynaklar ihtiyaçlar ölçüsünde kullanılmalıdır.

- iv. Hayat Kalitesi: İnsanın sadece maddi değil manevi, sosyal, ruhsal ve kültürel değerlere de bağlı olduğu unutulmamalıdır.
- v. Adalet: Kullanılan kaynakların gelecek nesillere kalması toplumsal adaletin sağlanması açısından önemlidir.
- vi. Tedbirsiz İlkeler: İşletmeler çevreye karşı daha hassas ve faaliyetlerinin çevreye nasıl etkisinin olacağını öngörerek hareket etmelidir.
- vii. Bütünsel Düşünme: İnsan davranışlarının ve işletmelerin faaliyetlerinin sonuçlarının, içinde bulunulan toplumu da etkilediği unutulmamalı, bütünsel düşünerek hareket edilmelidir.

1.2 Dünyada ve Türkiye’de Çevre Politikaları ve Hukuksal Düzenlemeler

Yönetim biçimine ve uygulama ilkeleri içerisinde, çevrenin korunması faktörünün eklenmesi işletmeler açısından yeni bir yaklaşım olarak benimsenmektedir. Kaypak’a göre (2011, s. 22) zaman içerisinde değişen davranış biçimleri, gelişen çevre bilinci, işletmeleri çevreye duyarlı olma konusunda zorlamaktadır. Bunun sonucunda da, çevre yönetim sistemlerine yönelik çeşitli uluslararası standartlar işletmelerin gündemine girmiştir.

1.2.1 Uluslararası Çevre Politikaları ve Hukuksal Düzenlemeler

Uluslararası çevre politikalarının ortaya çıkışında pek çok faktör belirleyici olmaktadır (Hayırsever Topçu, 2007: 16). Bu faktörler bir tarafta somut olarak çevrenin bütüncül bir şekilde anlaşılması, çevre sorunlarının ve çevreyle ilgili yapılan yayınların etkisiyle uluslararası çevresel endişe ve kamusal bilincin artması ve çevreci hareketlerdir. Öte yandan özellikle kalkınma ve çevre ilişkisi, nüfus artışı konularındaki görüş ve tartışmalar uluslararası çevre politikalarının şekillenmesi açısından belirleyici olmuştur. Ulusal ve uluslararası düzeyde yaşanan çevresel sorunların sistematik ve kapsamlı bir şekilde ele alınması, doğal kaynak ve çevre korumada çeşitli çıkarların daha kapsamlı bir uluslararası çevresel yapıya doğru birleşmesine yol açmaktadır. (Irwin, 2001).

Uluslararası düzeyde doğal kaynaklara ilişkin ilk girişimler, bilgi değişimi için toplanan hükümet dışı koruma girişimlerinden ibaret olmuştur. Hükümetlerin bu çabalara dahil olması ilk olarak Batı Avrupa’da ve ABD’de ortaya çıkmıştır (Kaypak, 2011, s. 23). 1960’lar ve 1970’ler geleneksel ve dar koruma politikalarından çevrenin niteliği ile ilgili daha kapsamlı ve farklı endişelere yönelik geçişe tanık olmuştur. 1960 ve 1970’lerde kalkınma ve çevre ilişkisi üzerinden giden tartışmaların temelinde kalkınma ve doğal kaynaklar ilişkisi yer almaktadır.

1972 yılında “Büyümenin Sınırları (Limits to Growth) Raporu”nun yayımlanması ve Stockholm’de gerçekleştirilen BM Çevre Konferansı bu alanda atılan ilk küresel adımlardır (Aksu, 2011, s. 11). Sürdürülebilir kalkınma kavramının ilk resmi tanımının yapıldığı Brundtland Raporu’nun ardından 1992’de Rio Konferansı gerçekleşmiştir. Kyoto Protokolü ile birlikte küresel ısınma ve iklim değişikliği konusunda mücadelenin çerçevesi tespit edilmiştir. 2000 yılında gerçekleştirilen BM Binyıl Zirvesi’nde “Binyılın Kalkınma Hedefleri” belirlenmiştir. 2002 yılına gelindiğinde Rio Konferansı kararlarının uygulanmasında daha etkili sürdürülebilir kalkınma stratejilerinin oluşturulması hedefiyle “Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi” gerçekleştirilmiştir.

Toplumsal alandaki tüm bu gelişmeler, Avrupa ve ABD’de sürdürülebilir kalkınma üzerine yapılan girişimlerin tüm dünyada etkisini hissettirmesine, çeşitli ülkelerde çevre konusunda birtakım yasalar ve örgütlenmeler görülmeye başlanmasına yol açmıştır (Drexhage ve Murphy, 2010, s. 9). Tüm bu yasal düzenlemeler ve örgütlenmeler, insanın yaşadığı çevresine vermesi muhtemel zararları önleme amacı taşımaktadır. Bu düzenlemelerde şu özellikler ön plana çıkmaktadır:

- i. İnsan sağlığının gerek duyduğu ekolojik ortamı korumak,
- ii. Toprak, hava, su, bitki ve hayvanları insan kaynaklı zararlardan korumak,
- iii. Doğada insan kaynaklı zarar ve dezavantajları ortadan kaldırmak.

Uluslararası çevresel politikaların yönetiminde öncelikle uluslararası işbirliği ortamının sağlanması bir gerekliliktir (Mutlu, 2006). Fakat uluslararası çevre politikalarının yönetiminde yaşanan en önemli sorunlardan biri uluslararası çevre politikalarının yönetiminde söz sahibi uluslararası kuruluşların kendi aralarında yaşadıkları yetki ve kaynak paylaşımı sorunlarıdır. Özellikle uluslararası çevresel politikalar bağlamında ortak amaçlar için biraraya gelip işbirliği yapılması, uluslararası kuruluşların sahip olduğu ağır bürokratik yapı nedeniyle mümkün olamamaktadır. Bu durum, kaynakların etkin olmayan bir şekilde kullanılmasına ve çevre konusunda beklenen iyileşmelerin gerçekleşmemesine neden olmaktadır. Birleşmiş Milletler ve benzeri uluslararası kuruluşların yaptırım güçlerinin olmaması, bazı ülkelerin uluslararası ortak çevre politikalarını uygulama konusunda işbirliğine olumsuz yaklaşmasına neden olmaktadır. Benzer şekilde Kılıç’a göre (2001, s. 133) çevre ile ilgili konularda uluslararası düzeyde devletlere çok esnek bir hareket alanının bırakılması, antlaşmalardan ayrılma olanağının tanınması, çevre sorunlarının çözümünde daha çok gönüllülük ilkesinin kurulması gibi nedenler çevresel sorunların giderek artmasına yol açmaktadır. Ayrıca uluslararası çevre koruma amaçlı politikaların ülke ekonomileri üzerindeki maliyet ve rekabet baskılarının da dikkate alınması gerekmektedir.

Uluslararası ölçekli çevre politikaları ve düzenlemeleri, amaçları, hedefleri, belirledikleri politikalar ve kapsamaları doğrultusunda aşağıda sıralanmaktadır:

1.2.1.1 Avrupa Birliği Çevre Müktesebatı

Serbest rekabet ve serbest dolaşımın sağlanması uluslararası ticaret anlamında Avrupa Birliğinin temel unsurları olarak kabul edilmektedir. Bu unsurlar, çevre alanında da ortak girişim ve politikaları zorunlu kılmaktadır, çünkü üye ülkelerin birbirinden farklı çevre politikaları kullanması ve farklı çevresel ölçütlerin belirlenmesi, ülkeler arasında ürünlerin maliyetlerinin farklı olmasına sebebiyet vermektedir (Çokgezen, 2007, s. 106). Fakat çevre kirliliğinin siyasi sınırları tanımayıp, dünyayı tehdit edebilen bir sorun olması Avrupa Birliğini bu konuda ortak bir politika belirlemeye itmiştir, çünkü çevre kirliliği bir ülkeden diğerine kolaylıkla yayılabilir ve bu da Avrupa Birliği için dayanışma, imkanları ortaklaşa şekilde değerlendirme ve çevre kirliliğine karşı ortaklaşa mücadele etme anlamına gelmektedir (İktisadi Kalkınma Vakfı, <http://www.ikv.org.tr>).

Avrupa Birliği'nde Çevre Komisyonu'nun hazırladığı Çevre Eylem Programı, 22 Kasım 1973 tarihinde Konsey ve üye ülke temsilcileri tarafından kabul edilerek Topluluk bildirisi haline getirilmiştir (Duru, 2007). Bu eylem programını, 1977 yılında 2. Çevre Eylem Programı, 1983 yılında 3. Çevre Eylem Programı, 1987 yılında 4. Çevre Eylem Programı, 1993 yılında 5. Çevre Eylem Programı ve 2002 yılında 6. Çevre Eylem Programı izlemiştir. Topluluk kurumlarına çevre sorunları ile ilgili girişimde bulunmak konusunda açık biçimde yetki tanınması ile ilgili hükümlerin Kurucu Antlaşmalara dahil edilmesi, 1987 yılında yürürlüğe giren Avrupa Tek Senedi ile gerçekleşmiştir.

AB çevre politikasının temel uygulama alanları, havanın korunması, yaşamın korunması, suyun korunması, ormanların korunması, atık yönetimi, endüstriyel kirlilik kontrolü ve risk yönetimi, kimyasallar, radyasyondan korunma, iklim değişikliği sektörü, gürültü kaynakları olarak sıralanabilir. Avrupa Birliği çevre politikasının hedefleri ise şunlardır (Budak, 2000, s. 38):

- Çevrenin korunması ve çevre kalitesinin yükseltilmesi,
- Doğanın ve doğal kaynakların, ekolojik dengeye zarar verecek şekilde işletilmelerinden sakınılması ve bunların akılcı bir şekilde yönetilmelerinin garanti edilmesi,
- İnsan sağlığının korunması,
- Kalkınmaya, kalite gereksinimleriyle uyum içinde, özellikle de çalışma şartlarının ve yaşam çevresinin geliştirilmesine yön verilmesi,

- Kent planlaması ve toprak kullanımında çevresel etkilerin daha fazla dikkate alınmasının sağlanması,
- Topluluğun dışındaki devletlerle, özellikle de uluslararası örgütlerle küresel çevre problemlerine ortak çözümler aranması.

6. Çevre Eylem Programı'na ise daha sonra yukarıda sıralanan hedeflere ek olarak dört hareket alanı eklenmiştir (CPS, 2012, s. 14). Bu alanlar, iklim değişikliği, biyolojik çeşitlilik, çevre ve sağlık, kaynak ve atıkların sürdürülebilir yönetimi olarak sıralanmaktadır. Bu program ile çevre meselesinin Avrupa Birliği dış politikasının tüm boyutlarına dahil edilmesi hedeflenmiştir. Genişleme durumunu da göze alarak yeni üyelerle diyalog kurulması ve söz konusu ülkelerde sivil toplum örgütleri ya da iş dünyası ile yakın ilişki kurulması amaçlanan konulardan bazılarıdır. AB, çevre politikalarına dair, uluslararası anlaşmaları güvence altına alacağını da sözünü vermektedir.

Türkiye de çevre ile ilgili birçok yerel ve uluslararası düzenlemelere imza atmıştır. Ayrıca Avrupa Birliği'ne üyelik ve uyum sürecinde Avrupa Birliği'nin çevre standartlarına yönelik çalışmalar yapılmaktadır.

1.2.1.2 Kyoto Protokolü

1997 yılında Japonya'nın Kyoto kentinde BM İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi kapsamında, katılımcı hükümetler tarafından imzalanan Kyoto Protokolü, bugüne kadar imzalanmış en etkili uluslararası çevre işbirliği anlaşması olmuştur (Aksu, 2011, s. 17). Bu anlaşmaya göre dünya ülkeleri gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler olarak iki gruba ayrılmıştır. Gelişmiş ülkelerin sera gazı emisyonlarını 1990 yılındaki seviyesinden aşağı çekmek durumunda olmalarından dolayı, protokol ancak 2005 yılında yürürlüğe girebilmiştir.

Kyoto Protokolü'ne göre gelişmiş ülkelerin atmosfere saldıkları sera gazı miktarının %5,2'ye çekilmesi planlanmıştır; sera gazı miktarını azaltmaya yönelik mevzuatların yeniden düzenlenmesi öngörülmüştür. Ayrıca daha az enerji tüketen teknoloji sistemlerinin endüstriye yerleştirilmesi, alternatif enerji kaynaklarına yönelmesi, fosil yakıtlar yerine başka yakıt türlerinin kullanılması, yüksek enerji tüketen işletmelerde atık işlemlerinin yeniden düzenlenmesi ve daha fazla yakıt tüketen ve karbon üreten kuruluşlardan daha fazla vergi alınması kararlaştırılmıştır.

1.2.1.3 BM Binyıl Zirvesi

2000 yılında New York'ta dünya liderleri BM çatısı altında Binyıl Deklarasyonu'nu yayımlamışlardır (Aksu, 2011, s. 18). Binyıl kalkınma hedefleri yoksulluk ve açlığın ortadan

kaldırılması, temel eğitim hakkı, kadınların konumu ve toplumsal cinsiyet eşitliği, çocuk ölümlerine yönelik tedbirler, anne sağlığını iyileştirmek, salgın hastalıklarla mücadele, çevresel sürdürülebilirlik ve kalkınmaya yönelik küresel ortaklıkların geliştirilmesi gibi sekiz amaç ve bu amaçların altındaki 18 hedeften oluşmaktadır. Hedeflerin 2015 yılına kadar gerçekleştirilmesi öngörülmüştür. Bu hedeflerin büyük çoğunluğu üzerinde tüm taraflar mutabakata ulaşmışlardır.

1.2.1.4 Dünya Kalkınma Zirvesi

2002 yılında BM Çevre ve Kalkınma Konferansı kararları kapsamında, “Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi” gerçekleştirilmiştir (Alkış, 2009, s. 19). Katılımcılar Dünya Zirvesi’nde doğal kaynakların korunması ve buna yönelik eylemlere odaklanmak üzere toplanmıştır. Ülkelerden üretim ve tüketim süreçlerini gözden geçirmeleri, çevresel açıdan doğru olan ekonomik büyümeye bağlılık göstermeleri için beraber çalışmaları istenmiştir. Zirveye 100 ‘den fazla devlet ve hükümet başkanı olmak üzere sivil toplum kuruluşları, finans ve iş dünyası temsilcileri de katılmıştır. Zirve sonunda Johannesburg Bildirgesi ve Eylem Planı olmak üzere iki uluslararası belge kabul edilmiştir (Bozdoğan, 2005, s.1025). Zirve sırasında Uygulama Planı’nda doğal kaynakların korunmasında ekosistem yaklaşımı ve yenilenebilir enerji kaynakları kullanımı üzerinde önemle durulmuştur (www.mfa.gov.tr/dunya-surdurulebilir-kalkinma-zirvesi_johannesburg). Ekosistem yaklaşımı bütüncül bir yönetimle toprak, su ve kaynakların ele alınmasını ön plana çıkarmaktadır. Böylece ekonomik faaliyetlerde çevre unsurunun korunması gündeme gelmektedir.

Uluslararası çevre politikaları ve örgütlenmeler, ülkelerin de kendi içlerinde bu yönde adım atmaları ve gerekli tedbirleri almalarını gerekli kılmıştır. Türkiye’nin bu noktada hem hükümet hem de işletmeler düzeyinde nasıl politikalar ve stratejiler geliştirdiği önemlidir.

1.2.2 Türkiye’de Çevre Politikaları

Türkiye’de sürdürülebilirlik kavramı, buna yönelik uygulamalar ve çevre bilincinin geliştirilmesi konusundaki çalışmalar 1970’li yıllarda başlamıştır (Özmehmet, 2010, s.16). Bu başlangıçta, 1972 yılında Stockholm’de düzenlenen BM zirvesi etkili olmuştur. 1978 yılında çevreyle ilgili yerel ve küresel faaliyetlerle ilgilenmek üzere Başbakanlık Çevre Müsteşarlığı kurulmuştur. İlk defa 1982 Anayasası’nda çevre koruması kavramı ve çevre koruma kapsamına girebilecek birçok konuda hükümler yer almış, bu anayasa ilkelerine bağlı yapılanma süreci içerisinde devlet yönetiminde daha etkili birimler oluşturulmuştur, Devlet Planlama Teşkilatı tarafından hazırlanan beşer yıllık kalkınma planlarında çevre konuları değişik boyutları ile yer almış, Çevre Bakanlığı Kurulmuş, 2872 Sayılı Çevre Kanunu başta

olmak üzere yeni kanunlar ve bu kanunların uygulanmasını sağlayacak yönetmelikler hazırlanarak yayımlanmıştır. Ayrıca çevrenin korunmasını sağlayacak politikalar ve mevzuat geliştirilmiş, bilimsel, teknolojik ve yönetsel anlamda çevresel konularda görev alabilecek insan kaynağı arttırılmıştır (Kırımhan, 2005, s. 146). Bununla birlikte bu yönetmeliklerde sürdürülebilir kalkınmaya yönelik bir ifade yer almamıştır. Oysaki ulusal kalkınma planlarında ve stratejilerde sıkça yer bulan çevresel sorunlar ve bunların sürdürülebilir kalkınma üzerindeki etkisi, bu yönde atılan adımların yalnızca planlamadan daha öteye geçerek uygulanması gerektiğini ortaya koymaktadır (Aksu, 2011, s. 29). Ancak tüm bu çalışmaların faaliyete geçirilmesi noktasında kurumsal yapılanmadan kaynaklı sorunlar, farkındalık eksikliği, enerji verimliliğine ilişkin yatırımların yüksek maliyeti ve küresel işbirliği konusundaki eksiklikler gibi nedenlerden ötürü sürdürülebilir kalkınma daha çok “yazılı anlaşmalar”la sınırlı kalmaktadır.

2003 yılında çevre ile uyumlu sürdürülebilir bir gelişmenin gerçekleşmesine katkıda bulunması amacıyla Deniztemiz Derneği, Türkiye Kalite Derneği, Çevre Koruma ve Ambalaj Atıkları Değerlendirme Vakfı, TEMA, Kimya Sanayicileri Derneği, TÜSİAD ve İstanbul Sanayi Odası tarafından Sürdürülebilir Gelişme İçin Çevre Platformu kurulmuştur (www.insaatforumu.net). Bu platform, işletmelerin kendi çabalarıyla değil, devletler, işletmeler, sivil toplum örgütleri ve bireylerin ortaklaşa çalışmaları sonucunda oluşmuştur. Platform, Türkiye’de çevre, insan sağlığı, hava, su, toprak ve doğal kaynakların korunmasına, çevre konusundaki toplumsal duyarlılığın ve sorumluluk anlayışının geliştirilmesine, çevre politikalarının oluşturulmasına ve uygulanmasına katkıda bulunmak, iyi uygulama örneklerini ortaya çıkarmak üzerine çalışmalar yapmaktadır.

Diğer bir yandan Türkiye’nin AB üyeliği sürecinde çevre mevzuatına uyum konusundaki yükümlülüklerine dair bazı hususlar bulunmaktadır. 25 Temmuz 2003 tarihinde Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türkiye’nin Avrupa Birliği Müktesebatı’nın üstlenilmesine ilişkin “Gözden Geçirilmiş Ulusal Programı”nın çevre alanında halihazırda gerçekleştirilen uygulamalara ve çevre ile ilgili konularda gelecekte öncelik verilecek konulara dair bazı gelişmeler olmuştur (İktisadi İdare Vakfı, <http://www.ikv.org.tr>). Örneğin MEDA Fonu’ndan (Financial and Technical Accompanying Measures-Mali ve Teknik İlave Tedbirler) desteklenen “Türkiye Çevre Mevzuatının İncelenmesi Projesi” 2002 yılında tamamlanmıştır. Proje kapsamında mevcut çevre mevzuatının AB mevzuatı ile karşılaştırılması, eksiklerin saptanması ve yatırım gerektiren direktifler bazında yatırım maliyetlerinin hesaplanması çalışmaları yapılmıştır. Türkiye’nin Avrupa Çevre Ajansı’na ve Avrupa Bilgi ve Gözlem Ağı’na katılımına dair kanun 28 Ocak 2003 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. 2003 yılı Katılım Ortaklığı Belgesi’nin orta vade hedefleri

arasında, sürdürülebilir kalkınma ilkelerinin, tüm diğer sektörel politikaların tanımlarına ve uygulamalarına entegrasyonu hususu yer almıştır.

Türkiye'nin çevre politikasının şekillenmesinde TÜBİTAK kapsamındaki ilgili birimler tarafından oluşturulmuş ve gönüllü kuruluşlar tarafından geliştirilmiş, Ulusal Çevre Stratejisi (UÇES) ve Eylem Planı'nın önemli bir yeri vardır (Çokgezen, 2007, s. 106). UÇES'in temel amacı, Türkiye'de sağlıklı ve yaşanılabilir bir çevre oluşturmaktır. Bunun için, ulusal çevre mevzuatının AB çevre müktesebatıyla uyumlaştırılarak uygulanması ve denetlenmesi sağlanmalıdır. Ulusal Çevre Stratejisi'nin (UÇES) hazırlanmasında şu ilkeler rol oynamaktadır (Çevre ve Orman Bakanlığı, 2006):

- i.** Sağlıklı ve Dengeli Bir Çevrede Yaşama Hakkı: T.C. Anayasasına göre "Herkes sağlıklı ve dengeli bir çevrede yaşama hakkına sahiptir. Çevreyi geliştirmek, çevre sağlığını korumak ve çevre kirlenmesini önlemek devletin ve vatandaşların ödevidir". Çevreyle ilişkili bütün faaliyetlerde bu ilkeye uyulacaktır.
- ii.** Sektörler Arası Entegrasyon: Çevre koruma, ekonomik ve sosyal kalkınmanın unutulmaması gereken bir parçasıdır. Bu ilke ile endüstri, tarım, enerji, ulaştırma eğitim gibi sektörle ilgili politikalarda, çevrenin korunması konusu da dikkate alınacaktır. Sektörle ilgili tüm politikalar ile çevrenin iyileştirilmesi ve korunması için tüm kamu kuruluşlarının, özel sektörün, sivil toplum kuruluşlarının ve akademik çevrelerin yakın işbirliği içinde olması gerekmektedir.
- iii.** Kullanan/Kirleten Öder: Bu ilke, Ulusal Çevre Stratejisi'nin hazırlanmasında dikkate alınan temel ilkelerden biridir. Çevreye zararı olan maddelerin azaltılması veya bu maddelerin çevreye zarar vermesini engellemek amacıyla yok edilmesi için yatırıma ihtiyaç vardır. Bu konuda ekonomik koşulların oluşturulması ve bunların kullanılması son derece önemlidir. Ayrıca, çevre koruma hizmetlerine yönelik yatırımlara kaynak sağlanabilmesi amacıyla verilen hizmetlerin karşılık bulması gerekmektedir.
- iv.** Kirliliği Önleyici Tedbirlerin Alınması: Çevre kirliliğinin yaşanmaması için önceden önlem almak, kirliliğin daha başından ve kaynaktan önlenmesi, çevre kirliliği oluştuktan sonra önlenmesinden çok daha ekonomik bir yoldur. Bu nedenle faaliyetlerin çevrede en az değişikliğe sebep olacak, insan sağlığına ve çevreye en az risk oluşturacak, havayı en az kirletecek ve kullanılan ürünleri yeniden kullanılabilir şekilde olmasına dikkat edilmelidir.
- v.** Doğal Kaynakların Korunması: Yer altından çıkan su, petrol ve maden gibi kaynaklar sınırsız kaynaklar değildir. Sürdürülebilir kalkınmanın temel şartlarından biri de doğal kaynakların sürdürülebilir şekilde kullanılmasıdır. Doğal kaynaklar, jeolojik yapı

tahrip edilmeden ve biyolojik çeşitlilik tehdit edilmeden kullanılmalıdır. Bu şekilde kullanılan kaynaklardan sürdürülebilir ölçüde faydalanmak mümkündür.

- vi.** Sürdürülebilir Kalkınma: Sürdürülebilir kalkınma ilkesi Birleşmiş Milletler tarafından 1992 Yılında Rio De Janeiro’da düzenlenen Çevre ve Kalkınma Konferansında tanımlanmıştır. Buna göre bugünün ve geleceğin nesilleri için çevre kalitesini koruyup iyileştirmek adına ekonomik, sosyal ve teknolojik faaliyetlerin çevre korumayı dikkate alacak şekilde koordineli bir şekilde uygulanması ile sürdürülebilir kalkınma gerçekleştirilebilir. Bu anlamda Ulusal Çevre Stratejisi de ulusal çevre problemlerinin ekonomik ve sosyal kalkınma ile uyum içinde çözülmesi için bir yol haritası olacaktır.
- vii.** Kamu-Özel Sektör İşbirliği: Çevre altyapı tesislerinin finansmanı, yapımı ve işletilmesinde teknik ve finansal güçlükleri aşmak, halka ekonomik ve kaliteli hizmet sunabilmek amacıyla kamu-özel sektör işbirliği geliştirilecektir. Özelleştirmede kamu yararının gözetilmesi ve hizmet bedelinin ödenebilirliğini sağlamak için belediyelerin teknik, idari ve denetim kapasitesi artırılabilecektir.
- viii.** Kamuoyunda Çevre Bilincinin Artırılması ve Halkın Katılımı: Çevre korumanın etkin olarak sağlanabilmesi için kamuoyunda çevre koruma bilincinin yerleştirilmesi gerekmektedir. Ancak tüm toplumun aktif bir şekilde katılımıyla çevre korumanın ve çevre bilincinin yaratılması mümkündür. Bu çerçevede kamuoyunun bilgilendirilmesine ve karar mekanizmasına katılımına önem verilecektir.

UÇES’in temel ilkeleri beraberinde kirliliğin önlenmesi, çevre ve alt yapı hizmetlerine erişimin kolaylaşması ve yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımının teşvik edilmesini getirmesinin yanında, çevre ile ekonomiyi birlikte sürdürülebilir kılabilecek politikaların oluşturulmasında da büyük rol oynamıştır.

1.3 Çevreye Duyarlı İşletmecilik Anlayışı

1.3.1 Çevreye Duyarlı İşletmecilik

Çevreye duyarlı işletmecilik, ekolojik çevreyi karar alma süreçlerinde önemli bir unsur olarak dikkate alan, faaliyetlerinde çevreye verilen zararı en aza indirmeyi veya tamamen ortadan kaldırmayı amaç edinen, bu doğrultuda ürünlerinin tasarım ve ambalajlanmasını ve üretim süreçlerini değiştiren, ekolojik çevrenin korunması felsefesini işletme kültürüne yerleştirmek için çalışan, sosyal sorumluluk kapsamında topluma karşı görevlerini yerine getiren işletmelerin benimsediği bir anlayıştır (Nemli, 2001, s. 212-213; International Institute for Sustainable Development, 2004, s. 6). Düren’e göre (2000, s. 191) çevre dostu yönetim ya da yeşil yönetim olarak da adlandırılabilen çevreye duyarlı işletmecilik anlayışı, işletme

personelinin, yöneticilerin ve hitap edilen tüketicilerin çevrecilik açısından bilinçli ve bilgili olmasını sağlamak, işletme stratejilerini çevre konusunda proaktif yaklaşımı öğrenme üzerine oturtmak demektir.

Çevreye duyarlı işletmecilik anlayışı, işletmelerin tüm faaliyetlerinde çevreyi dikkate alan, çevreye verilen zararı en aza indiren, üretim süreçlerini değiştiren, çalışanlarını çevre duyarlılığı konusunda eğiten, çevreye zarar vermeyen teknolojileri kullanan, ekolojik çevrenin korunması için yeni projeler gerçekleştirmeyi ön planda tutan bir anlayıştır (Karabulut, 2003, s. 51-52). Bu anlayış, işletmelerin rekabet avantajı, maliyetler, verimlilik, kârlılık, firma imajı, ihracat ve pazar payı gibi konularda kazanç sağlamalarına yardımcı olmakta, ayrıca çalışanları motive etmek gibi bir faydası da bulunmaktadır. Bu nedenle çevreye duyarlı yönetim anlayışının işletmelerde benimsenebilmesi ve işletmelerin bu anlayışa uygun faaliyetlerde bulduklarında ne gibi kazançlar elde edecekleri konusunda bilgi sahibi olmaları gerekmektedir (Morrow ve Rondinelli, 2002, s.166).

Çevreye duyarlı işletmecilik anlayışına göre (TÜSİAD, 1998, s. 38), ürünlerin üretim öncesi ve sonrası geçirdiği tüm aşamalarda çevre bilinci ile hareket edilmesi ile birlikte;

- Üretim girdilerinin çevre dostu olması,
- Üretim sürecindeki çevre koruma duyarlılığı (atık yönetimi),
- Ürünün ambalajlanması ile depolama ve taşıma süreçlerindeki çevre duyarlılığı,
- Ürünün tüketim sürecindeki çevre dostu olma özelliklerinin bir bütün olarak ele alınması gerekmektedir.

Çevreye duyarlı işletmecilik anlayışı, kısa ve uzun vadede işletme ve paydaşlarına yönelik fayda sağlamakla birlikte, bu anlayışın benimsenmesinde küresel çapta yaşanan bazı toplumsal, ekonomik ve çevresel gelişmeler etkili olmuştur.

1.3.2 İşletmeleri Çevreye Duyarlı Stratejiler Geliştirmeye İten Sebepler

Günümüzde kaynak kullanımının, atıkların uzaklaştırılmasının, su ve toprak kirliliğinin gelecek nesilleri tehdit ettiğinin farkına varılmasıyla birlikte kuruluşlar, iş dünyasında varlıklarını sürdürebilmek adına, çevre faktörünü kurumsal stratejilerine ve uzun vadeli planlarına dahil etmek zorunda kalmışlardır (Ay ve Yılmaz, 2004, s. 2). Bunun başlıca nedeni işletmelerin paydaş yelpazesinin ve sorumluluk alanının genişlemiş olmasıdır. Bu, hem çevreye duyarlı diğer rakiplerle rekabet açısından hem de çevre konusunda beklentileri gittikçe artan kamuoyunun memnun edilmesi açısından önem taşımaktadır. Bu noktada iletişim ve bilgi teknolojilerindeki gelişmeler, işletmelere birçok avantaj sağlamakla birlikte, aynı zamanda işletmeler için bazı yükümlülükleri de beraberinde getirmiştir (Sarikaya, vd.,

2010, s. 452). İşletmelerin içinde faaliyet gösterdiği toplumda, daha iyi bir ekolojik çevre için kaynakların düzgün kullanılması, iyi koşullarda temin edilmesi ve çevresel önlemlerin belirlenmesi çevreye duyarlı işletmelerin temel amacı haline gelmiştir (Quinn ve Dalton, 2009). Bununla birlikte işletmelerin çevresel konusunda sorumluluk almasının ve değişen tüketici davranışlarına, üretim ve pazarlama süreci inovasyonlarıyla karşılık vermesinin ve son olarak küresel anlamda çevreye duyarlı rakip firmalardan geride kalmak istememesinin altında yatan en temel neden kar oranını arttırmaktır. Dolayısıyla işletmeleri sürdürülebilir olmaya iten güçlere ekonomik açıdan bakıldığında, ticari birer kuruluş olan işletmelerin öncelikli amacının kar elde etmek olduğu bir zamanda, işletmenin varlığını devam ettirebilme adına, çevreye duyarlı işletmecilik anlayışının benimsendiği söylenebilir.

Horbach (2008, s. 164-165) ise işletmelerin çevreye olan bu duyarlılığını üç unsur altında toplamıştır. Bunlardan birincisi, işletmenin teknolojik yetenekleri ve hitap edilen pazarın özellikleri ile ilintili unsurlar; ikincisi, temiz üretime yönelik çevresel bilincin yaratılması, çevre dostu ürünlerin tercih edilmesi gibi pazardan gelen istekler ve baskılar ile alakalı unsurlar ve son olarak çevre politikası, kurumsal yenilikçilik yapısı, bilgi akışı yapısı ve çevre odaklılık gibi kurumsal veya siyasi odaklardan gelen baskı unsurlarıdır.

İşletmeleri çevreye duyarlı yönetim anlayışını uygulamaya iten ve bu anlayışın oluşumuna imkan sağlayan dayanakları Polonsky (1994, s. 3) şöyle sıralamaktadır:

- Fırsatlar
- Sosyal sorumluluk
- Devlet baskısı
- Rekabet baskısı
- Maliyet ve kar unsurları
- Sürdürülebilir gelişme
- Çevre denetimi
- Çevre standartları
- Çevreci grupların baskısı
- Yaşam döngüsü analizi
- Çıkar gruplarının baskısı
- Tedarikçilerin yeşilleşmesi
- Çalışanların yeşilleşmesi
- Yönetimin yeşilleşmesi
- Sağlık ve güvenlik
- Yeşil tüketici baskısı

Çağlar (1996, s. 91) ise işletmeleri çevreye duyarlı faaliyetler göstermeye sevk eden nedenleri şu maddelerle sıralamaktadır:

- Yasal zorunluluklar
- Çevresel bilinç
- İşletmelerde sosyal sorumluluk
- Yetkili kurumların politika ve çalışmaları
- Uluslararası çevresel gelişmeler
- Rekabet ve
- Maliyet faktörleri

Günümüzde yukarıda sayılan maddelerden en fazla dikkat çeken ve işletmenin tüketicilerle kurduğu etkileşimi olumlu yönde etkileyeni “sosyal sorumluluk”tur (D’Amato vd., 2009, s. 4). İşletmeleri çevreye duyarlı stratejiler geliştirmeye zorlayan yalnızca olumsuz durumlar ya da ekonomik unsurlar değil, aynı zamanda kurumsal bir kimlik oluşumunda gerekli olduğu düşünülen sosyal sorumluluk duygusudur (Kuşat, 2012, s. 228). Bu sebeple işletmeler yalnız kar ve zarar hesaplarıyla değil, aynı zamanda çevresel ve sosyal sorumluluk sahibi olarak sosyal sorumlulukla da ilgilenmeleri gerektiğinin farkına varmışlardır. “Sosyal sorumluluk” kavramı bütün bu gelişmelerle birlikte, Toplam Kalite Yönetimi anlayışı ve ISO 9000 kalite güvence sisteminin ortaya çıkması (Martinez-Costa, 2004, s. 3), işletmelerin çevresel, sosyal ve etik performanslarına önem verilmeye başlanmasına paralel olarak ortaya çıkmıştır. Sosyal sorumluluk işletmelerin içinde buldukları toplumda kendileri dışında oluşan ya da kendilerinden kaynaklanan çeşitli sosyal sorunların çözümüne duyarlı olarak, bu sorunların çözümünde etkin bir rol üstlenmesi anlamına gelmektedir (Nalbant, 2005, s. 193).

Sosyal sorumluluğun ortaya çıkışı 1960’lı yıllardan itibaren, işletmelerin yer aldığı sosyal, ekonomik, siyasal, hukuki, psikolojik, doğal ve teknolojik vb. etkenlerin sonucu olmuştur. 1990’lı yıllar ise sosyal sorumluluk kavramının hızla geliştiği yıllar olarak kabul edilmektedir (Akgeyik, 2010, s. 72). Bu dönemden itibaren işletmeler için sosyal sorumluluk anlayışı gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomileri için öncelik sahibi olmuştur. Bu açıdan sosyal sorumluluk faaliyetleri artık işletmelerin başarı kriterleri arasında gösterilmekte ve sadece karlılığa dayanan örgütsel başarı analizi ve değerlendirmeleri yeterli görülmemektedir. İşletmeler sürekli gelişme ve rekabet yetkinliğini geliştirmenin artık sosyal sorumluluk projelerini desteklemekten geçtiğinin farkındadır.

1.3.3 Çevreye Duyarlı İşletmecilik Anlayışının Gelişimi

Çevreye karşı ilginin ve ilk çevrecilik akımlarının Amerika Birleşik Devletleri'nde ve Avrupa'da, doğaya ve doğanın korunmasına gösterilen ilgi şeklinde, 19. yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıktığı görülmektedir (Ay ve Yılmaz, 2004, s. 1). İngiltere'de 1865'de çevrenin ve insanlığın ortak mallarının korunması amacıyla bir dernek kurulmasıyla, Amerika Birleşik Devletleri'nde Sierra Club, Audobon Society gibi çevreyle ilgili gönüllü kuruluşların ortaya çıkışı aynı döneme rastlamaktadır. Bu kuruluşlar o dönemde doğanın değerlerini, ormanlar, bitki ve hayvan türlerini korumak için milyonlarca insanı biraraya toplayabilmişlerdir. Kirliliğin çeşitli türlerini önlemek üzere başlatılan ilk kampanyalar da bu döneme rastlamaktadır. Çevre kirliliğine yol açan kimya endüstrisine yönelik olarak düzenlenen ilk yasanın İngiltere'de 1863'te yürürlüğe girmesinden sonra pek çok ülkede çevreyle ilgili yasalar hızla artmaya başlamıştır (Üstünay, 2008), çünkü çevre sorunlarının artması ve artık önlenemeyecek duruma gelmesi, hem devletlerin hem de işletmelerin işbirliğine gitmesini ve bu tip politikalar yaratıp ona uygun davranmasını zorunlu hale getirmiştir.

Avrupa ülkelerinde çevre ile ilgili kaygılar, 1970'li yıllarda Çevre Bakanlıkları'nın kurulmasını gerektirmiş ve bunu takiben, çevre kanunları hazırlanmıştır. Bu kanunların ana fikri, "kirleten öder" anlayışına dayanmaktadır. 1960 ve 1970'li yıllarda işletmeler çevre konusunda yasal düzenlemelere bile uymazken (Düren, 2000, s. 182), 1980'li yıllardan itibaren reaktif bir yaklaşımla yasal düzenlemelere uyum sağlamaya başlamışlardır. Avrupa Topluluğu çerçevesinde, çevre ile ilgili olarak çıkarılan çok sayıda kanunun neticesinde, 1 Temmuz 1987'de yürürlüğe giren "Avrupa Tek Senedi" içinde, çevre koruma ile ilgili konulara önemli bir bölüm ayrılarak, çevre politikası, Ortak Topluluk Politikaları'na dahil edilmiştir. "Avrupa Tek Senedi Çevre Politikası"nın amaçları üç düzeyde belirlenmiştir:

- Çevrenin kalitesini korumak, sürdürmek, yükseltmek,
- Kişi sağlığının korunması için çalışmalar yapmak,
- Doğal kaynakların düzenli ve akılcı biçimde kullanılmasını sağlamak

1990'lı yıllardan itibaren işletmeler çevre yönetimine proaktif olarak yaklaşmışlardır (Sarkis, 1998, s. 159). Bu yaklaşım ile işletmeler çevre yönetim sistemleri geliştirmişler ve sürdürülebilir rekabet avantajı elde etme yönünde hareket etmişlerdir. Proaktif yaklaşıma göre çevresel yönetim zamanla daha strateji odaklı olmaya başlamıştır. Çevre için oluşturulmuş toplam kalite çevre yönetimi, hayat döngüsü analizleri, yeşil tedarik zinciri yönetimi ve ISO 14000 standartları bu çerçevede ele alınmaya başlamıştır (Nemli, 2000, s. 28). İlk uluslararası

çevreci işletmeler ise doğaseverlerin doğayı ve canlı türlerini, kontrolsüz biçimde artan ticaret ve hızlı kalkınmanın yarattığı tehlikelerden koruma amacıyla ortaya çıkmıştır.

Milletlerarası Ticaret Odası'nın 1991 yılında yayınladığı "Sürdürülebilir Kalkınma İş Bildirgesi" ile çevre duyarlılığının işletmeler düzeyinde gelişmesi sağlanmıştır (Nemli, 2001, s. 211-212). Amerika Birleşik Devletleri ve Kanada'da çevreyi koruma amacı ile çeşitli şirketler ve gruplar tarafından yayınlanan CERES Prensipleri ve Üçlü Sorumluluk ilkeleri gibi rehber niteliğindeki bilgiler, işletmelerin çevreye karşı duyarlı olmasında önemli rol oynamıştır.

2000'li yılların başlarından itibaren işletme yöneticileri, çevreden elde edilen doğal kaynakları verimli kullanma konusunda özensiz davranan, üretim sonucu ortaya çıkan atıkları hiçbir filtreleme işleminden geçirmeden çevreye bırakan anlayışı, kurumsal sürdürülebilirlik temelinden hareketle terk etmişlerdir (Kates vd., 2005, s. 10). Dünya genelindeki çevresel kirliliğin artık tüm insanlığı tehdit eder hale geldiğini fark eden işletmeciler, geri dönüşüm ve yeniden kullanıma özen gösteren, üretimde çevre dostu temiz teknolojiler kullanan ve çevreyi korumayı sadece yasalar gereği değil kurumsal sorumluluk olarak benimseyen bir anlayışa doğru bir geçiş gerçekleştirmişlerdir. Bu durum beraberinde işletmelerin uyum göstermesini zorunlu kılan çevre yönetim sistemlerini getirmiştir.

1.3.4 Çevre Yönetim Sistemleri

Çevre Yönetim Sistemleri (The Environmental Management Systems), farklı sektörlerde faaliyet gösteren işletmeler arasında giderek yaygınlaşan ve gönüllüğe dayanan sertifikasyon planlarıdır (Iraldo vd., 2009, s. 1445). Bu planlar çevresel "mükemmellik" anlamında işletmeleri rakipleri karşısında avantajlı bir pozisyona getiren ve çevresel performanslarını geliştirmelerine yardımcı olan bir nevi üçüncü şahıs garantisi anlamına gelmektedir. Çevreye duyarlı işletmecilik anlayışının tüm dünya genelinde yaygınlaşmasının ardından, bu konuda yapılan pek çok farklı çalışma ve araştırmaya dayanan ve her biri çevreye duyarlı işletmecilik anlayışının farklı bir unsurunu ele alan bu sistemlerden bazıları genel çerçeveleriyle aşağıda verilmektedir:

- i. ISO 14001 Çevre Yönetim Sistem Standardı: İşletmeler için düzenlenen çevre standartları tüm dünyada en fazla ISO 14001 standardı ile bilinmektedir. ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi Standardından sonra ISO 14001'in uluslararası kuruluşlarda tanınması ve uygulanması çok hızlı olmuştur. Kuruluşların çevreye olan etkilerinin belirlenmesini ve böylelikle bu etkilerin ortaya çıkmasını sağlayan faaliyetlerinin kontrol altına alınmasını mümkün kılan bir sistemdir (Akdeniz Ar, 2011, s. 33). ISO 14001 Standardı, kuruluşların ulaşması gereken sayısal hedefler ve performans

kriterlerini belirlemek yerine, “yönetim metodolojisini” tanımlamaktadır (Nemli, 2001, s. 215). ISO 14001 Standardı, etkin bir çevre yönetim sisteminin ana unsurlarını tanımlamakla birlikte, bu unsurlar, organizasyon yapısını, planlama faaliyetlerini, sorumlulukları, prosedürleri, süreçleri ve çevre politikasını geliştirmek, uygulamak ve gözden geçirmek için gerekli kaynakları kapsayan bir yönetim sistemini içermektedir. İşletme, kendi çevre politikasını belirleyerek, yaptığı tüm faaliyetler içerisinde bu politikaya paralel olarak çevre performansını arttıracak amaçlar ve hedefler belirlemektedir. Ayrıca standart, çevre performansının daimi olarak izlenmesini, gözden geçirilmesini ve uygunsuzlukların periyodik kontrollerle belirlenmesini ve düzeltilmesini gerektirmektedir. ISO 14001 serisinin uluslararası piyasalarda hızla yaygınlaştığı görülmektedir.

İşletmelere destekleyici kurum ve kuruluşlar ve devlet politikasını belirleyenlerle birlikte çözüm yolları bulmalarında kılavuzluk eden ISO 14001 çevre yönetim sisteminin, politika ve bağlılık, planlama, uygulama, ölçme ve değerlendirme ve gözden geçirme olmak üzere beş ögesi vardır (www.iso.org). Bu ögeler işletmelerin iyileştirme faaliyetleri için bir standart oluşturmaktadır. Bu nedenden dolayı ISO 14001, çevreyle ilgili konuların, işletmenin bütün faaliyetleri içerisinde yer almasını ve çevresel performansın daimi olarak iyileştirildiğine dair toplum ve işletmeler arasında belli bir güven sağlamayı amaçlamaktadır. 1995 yılından itibaren Avusturya, İsviçre ve Türkiye'nin ISO 14001 standartlarını ulusal standartlar olarak kabul etmiş olmaları bu duruma örnek gösterilebilir.

Türk Standartları Enstitüsü (www.tse.org.tr)'ne göre ISO 14001'in kuruluşlarda geliştirilmesinin amaçları şunlardır:

- Ulusal ve/veya uluslararası mevzuata uyumun artırılması,
- Çevresel performansın artırılması
- Uluslararası rekabette avantaj sağlaması
- Firma itibar ve pazar payının artırılması
- Maliyet kontrolünün geliştirilmesiyle masrafların azaltılması ve verimliliğin artırılması
- Acil durumlara (deprem, yangın, sel vb.) ve kazalara karşı hazırlıklı bulunarak mesuliyetle sonuçlanan kaza vb. olayların azaltılması
- Kirliliğin kaynaktan başlayarak kontrol altına alınması ve azaltılması
- Girdi malzemeleri ve enerji tasarrufu sağlanması
- İzin ve yetki belgelerinin alınmasının kolaylaştırılması

- ISO 14001 tüm dünyaca bilinen ve kullanılan ortak bir dil olduğundan global pazarda kabul edilirliliğin sağlanması.
- ii. EMAS: Stratejik bir çevre yönetim sistemi olarak EMAS-Eko yönetim ve Denetim Programı (Eco-Management and Audit Sheme-EMAS) gösterilebilir (Iralda vd., 2009, s. 1444). 1993 yılında Avrupa Birliği, işletmelerin çevreye duyarlı performanslarının geliştirilmesi doğrultusunda faaliyetlerini kamuya açıklanmalarının sağlanmasına yardımcı olan bu yönetmeliği yayımlamıştır. EMAS, 21 madde ve beş ekten oluşan, çevresel performansı geliştirmeye yönelik bir sistem olarak bilinmektedir. Var olan bu sistemin ticari olarak geniş bir uygulama sahası vardır, çünkü EMAS işletmelere hem hedef kitleleri hakkında bilgi alma hem de işletme hakkında bilgiye erişmek isteyen hedef grupların istediği bilgiyi elde edebilmeleri esnekliğini sağlamaktadır (EMAS Guideline Package, 2001, s. 3). Program, kamu ve özel sektör olmak üzere tüm ekonomik sektörlere açık olarak gerçekleştirilmektedir.

EMAS'ı en fazla benimseyen ülke Almanya olmakla birlikte (Karaca, 2008, s. 246), EMAS, Avrupa Ekonomik Alanı içerisinde yer alan AB ülkeleri, Norveç, İzlanda ve Lihteyştayn'daki çevre üzerinde etkisi olan tüm kuruluşları kapsayan bir çevre yönetimi sistemi olarak kurulmuştur. Programa katılım gönüllü olmakta, aynı zamanda program Avrupa Birliği ve Avrupa Ekonomik Bölgesi (EEA) içerisinde faaliyet gösteren organizasyonlarla büyümektedir. Ayrıca sayısı giderek artan aday ülke de AB'ye giriş hazırlıklarının bir parçası olarak bu programı yürütmektedir. EMAS, ISO 14001 koşullarını içermekle beraber ISO 14001 sertifikası alındığında EMAS sertifikasyonunun tekrar alınmasına gerek olmamaktadır. EMAS Sertifikasyonu aşağıdaki adımlardan oluşmaktadır:

- Kuruluşun tanımlanmasının yanı sıra yapısı, faaliyetleri, ürünleri ve hizmetlerinin değerlendirilmesi,
- Kuruluşun çevre sorunlarının ele alınması,
- Kuruluşun yıllar içerisinde, hammadde, enerji ve su tüketimi, gürültü ve kirlilik emisyonlarının ve atıklarının özetinin çıkarılması,
- Kuruluşun çevre politikası ve yönetim sistemi hakkında bilgi verilmesi.
- EMAS akışının yönetim sistemiyle bütünleşmesi,
- Akreditasyon numarası verilmesi ile EMAS logosunun kuruluş tarafından kullanımının serbest bırakılması.

EMAS'ın hedefleri arasında ise (www.idec.gr):

- İşletmelerin EMAS yönetmeliğinde açıklandığı şekilde Çevre Yönetim Sistemi kurmaları ve uygulamaları,
 - Uygulanacak bu sistemlerin performanslarının sistematik, objektif ve süreli olarak değerlendirilmesi,
 - Çevreci performans hakkında bilginin yanı sıra kamu ve diğer ilgili taraflarla açık bir diyalogun kurulmasının sağlanması,
 - İşletme personelinin eğitimi ve aktif olarak organizasyon içerisinde yer almaları sayılmaktadır.
- iii.** BS 7750: BS7750, çevresel risk ve tahribata (var olan ve potansiyel durumlar) dikkati çekmek üzere geliştirilmiştir. Bu standart ilk olarak Haziran 1992'de yayınlanmış, Ocak 1994'te ise revize edilmiştir (<http://www.quality.co.uk/>). Çevresel yönetim sistemi için geliştirilen bir şartname olan BS7750, işletmelerin çevresel yönetim sistemlerini tanımlamak, performanslarını değerlendirmek ve politika, uygulama, amaç ve hedeflerini belirlemek için kullanılmakta ve sürdürülebilir gelişme için bir katalizör sağlamaktadır. Sistemin konsepti ISO 9000 kalite sisteminin kullanımına benzerdir. BS7750 ayrıca, ISO 14001 ve EMAS ile uyumlu olarak tasarlanmıştır. Standart, işletmelerin çevre yönetim sisteminin gelişimi ve değerlendirilmesi için bir çerçeve sağlamakla birlikte, gönüllülük esasına dayanmakta ve yasal mevzuata uyumu gerektirmektedir.

BS7750 bir işletmenin tepe yönetim tarafından da desteklenen, işletme politikalarını özetleyen ve yalnızca personele değil, kamuya da hitap eden bir çevre politikasının olmasını ve Çevresel Mevzuat ile uyumun netleştirilmiş olmasını gerektirmektedir (Lamming ve Hampson, 1996, s. 46); çünkü çevresel mevzuat işletmeyi etkileyebilmekte ve sürdürülebilir iyileştirme için bir taahhüt anlamına geldiği için işletme üzerinde baskı yaratabilmektedir.

Çevreye duyarlı işletmecilik anlayışı beraberinde çevre yönetim sistemlerinin yanında çeşitli çevreye duyarlı işletmecilik kavramlarını da getirmiştir. Bu kavramlar gerek literatürde gerek saha çalışmalarında gerekse işletmelerin kurumsal pazarlama ve iletişim uygulamalarında sıklıkla tekrar ettikleri kavramlar olmaları nedeniyle çalışmanın bundan sonraki kısmında bu kavramlara yer verilmiştir.

1.4 Çevreye Duyarlı İşletmecilik Kavramları

1.4.1 Yeşil Ekonomi

Yeşil ekonomi, yenilenebilir enerji kaynaklarının ve enerjinin etkin bir şekilde kullanımıyla ekonomik kalkınmanın sağlanabileceği üzerine temellenen bir ekonomik sistemdir (Pearce vd., 1989, s. 4). Yeşil ekonomi anlayışına göre sürdürülebilir kalkınma, iklim değişikliği ve çevre kirliliği son bulduğunda sağlanabilecektir. Sürdürülebilir kalkınma anlayışının altında yatan düşünce, ekonominin, yaşadığımız çevreden ayrı olmadığıdır. Ekonomi ve çevre birbirine bağlıdır; ekonomi çevreyi, çevresel kalite de ekonominin performansını etkilemektedir.

Yeşil ekonomi mantığı, işletmelerin küresel olarak yayılmasındansa, yerel ihtiyaçlar için yerel üretim, yeniden kullanma, azaltma, tamir etme ve dönüştürmeyi savunmaktadır (Kennet ve Heinemann, 2006, s. 76). Diğer yandan yeşil ekonomiye göre, arz ve talep kavramlarının da yeniden formüle edilmesi gerekmektedir, çünkü var olan arz-talep anlayışı sonucunda zengin ülkelerde aşırı tüketim meydana gelmekte ve bu da dünyaya zarar vermektedir. Esasen yeşil ekonomi, neo-liberal ekonomi ve politikaların tam zıttı bir temelden hareket etmektedir.

1.4.2 Yeşil İşletmecilik ve Yeşil Yönetim

Yeşil işletmecilik, ekolojik sisteme en az derecede zarar verecek ve verilen zararı tamamen yok edecek seçenekler üzerine odaklanan bir işletmecilik anlayışıdır (Emgin ve Türk, 2004). Yeşil işletmeciliğin hedefi, işletmenin amaçları, fonksiyonları ve üretim süreçlerinde faaliyetlerin çevreyi ön plana alacak şekilde düzenlenmesidir. Bu sebeple işletme, tedarikçilerini de bu zihniyetle seçmektedir, çünkü yeşil işletmecilik, karar alma unsurlarında ekolojik çevreyi temel alan, faaliyetlerinde çevreye verilen zararı en aza indirme ya da tamamen ortadan kaldırma amacıyla olan ve bu çerçevede ürünlerin tasarımını, paketlenmesini ve üretim süreçlerini değiştiren, ekolojik çevrenin korunmasını işletme kültürüne entegre etmeye çalışan ve sosyal sorumluluk kapsamında topluma karşı görevlerini yerine getiren işletmelerin benimsediği bir anlayıştır. Bunun dışında yeşil işletmecilik, işletmeyi ekonomik olarak güçlendirmek, doğal kaynakların daha etkin bir şekilde kullanılmasını sağlamak ve daha temiz bir üretimin gerçekleşmesi için gerekli teknolojilerin gelişmesine katkıda bulunmaktır.

Yeşil işletmecilik uygulamalarının maliyeti yüksek olsa da pek çok avantajı olduğu görülmektedir (Morrow ve Rondinelli, 2002, s. 166). İşletmenin imajının artması, enerji kaynakları kullanımının en aza indirilmesi, işletmenin çevreye olan olumsuz etkilerinin azalması, rekabet avantajının sağlanması, işletmenin etkinliğinin artması, müşteri ve diğer

baskı gruplarının isteklerine cevap vermek yeşil işletmeciliğin sağladığı avantajlar arasında yer almaktadır. Yeşil işletmecilik anlayışında işletme, ürününü ve hizmetini yalnızca bir pazarlama konusu olmaktan ileri götürmekte ve yeşil sistemle oluşacak yaşam kalitesinin yaratıcısı olmaktadır (Düren, 2000, s. 190), çünkü işletmeler, yeşil işletmeciliğe önem verdiği sürece hem tüketicinin hem de toplumun genelinin çevre konularına verdiği önem daha da artmaktadır. Yeşil işletmeciliğin çıkış noktası sürdürülebilir gelişme anlayışıdır (Karabulut, 2003, s. 47). Nitekim bu kapsamda yapılacak olan sosyal, ekonomik, ekolojik amaçların birlikte değerlendirilmesi ve her bir amacın yararına olacak şekilde faaliyetlerin düzenlenmesi, sürdürülebilir gelişmeye yardımcı olmaktadır.

Yeşil işletmecilik anlayışının kaçınılmaz olarak beraberinde getirdiği yeşil yönetim anlayışı, işletmelerde çevre ile ilgili sorumluluk bulunması ve buna göre hareket edilmesi olarak tanımlanmaktadır (Karabulut, 2003, s. 47). Aynı şekilde, çevrenin korunması ve bununla gelen ekonomik büyüme gibi kavramların uzun vadede birlikte düşünülmesi de yeşil yönetim anlayışının kapsamına girmektedir. Sürdürülebilir gelişme, bu anlayışın çıkış noktasıdır.

Karabulut'a göre (2003: 51, 48) yeşil yönetim anlayışının temel amacı; işletmenin fonksiyon ve organizasyon yapısında ve aynı zamanda üretim sürecinde çevreyi ön plana alarak faaliyetlerinin düzenlenmesidir. Yeşil işletmeciliğin diğer amaçları arasında, söz konusu işletmeleri ekonomik açıdan güçlendirmek, doğal kaynakların daha etkin kullanılmasını sağlamak, emisyon hacmini azaltıp çevre korumanın ve daha temiz üretimin gerçekleşmesini sağlayacak teknolojileri geliştirmek gibi esaslar yer almaktadır.

1.4.3 Yeşil Pazarlama

"Yeşil Pazarlama" kavramı ilk kez ABD'de, Amerikan Pazarlama Derneği'nin 1975'de düzenlediği "ekolojik pazarlama" konulu bir seminerde ortaya çıkmıştır (Aytekin, 2007, s. 3). Bu dernek, söz konusu seminerde yeşil pazarlamanın ilk tanımını yapmıştır. Bu tanıma göre yeşil pazarlama, "kirlilik üzerine pazarlama çalışmaları, enerji tüketimi ve tükenbilir kaynakların tüketiminin olumlu ve olumsuz yanlarını inceleyen bilim dalıdır". Keleş'e göre (2007, s. 27) yeşil pazarlama; sosyal pazarlama, ekolojik pazarlama, çevreci pazarlama ve sürdürülebilir pazarlama olarak da isimlendirilmektedir.

Yeşil pazarlama anlayışı, çevre ile ilgili gerçekleri gizlemek ve üstünü örtmek yerine, bunların üstüne gidip açığa çıkarmayı ve bu şekilde halkın takdirini kazanarak yerini sağlamlaştırmayı hedeflemektedir (Düren, 2000, s. 209). Polonsky'e göre (1994, s. 2) ise yeşil pazarlama, doğal çevreye zarar veren etkilerin azaltılmasıyla birlikte, insan istek ya da

ihtiyaçları için tasarlanmış her bir değişimin yapılmasını kolaylaştırmak ve bunu meydana getirmek için bütün faaliyetlerin düzenlenmesidir.

Yeşil pazarlamanın, geleneksel pazarlamadan anlayış ve uygulama açısından pek çok farkı bulunmaktadır. Yeşil pazarlama ve geleneksel pazarlama arasında gözle görülebilecek en büyük fark konumlandırma aşamasında görülmektedir. Son yıllarda yeşil ürünleri konumlandırmada ekolojik etiketlerin kullanılması çok rastlanır hale gelmiştir. Kullanılan bu etiketler ürün hakkında teknik bilgiler içerir fakat bu, tutundurma amaçlı değildir. Pazarlamanın konusu içinde ve “ürün” teriminin altında yer almaktadır. Geleneksel pazarlamada ise ürün konumlandırılırken etiketten ziyade tutundurmanın üzerinde durulmaktadır. Keleş'e göre (2007, s. 26-27) göre yeşil pazarlama ile geleneksel pazarlama arasındaki farklar şu şekilde sıralanabilir:

- Geleneksel pazarlamada takası gerektiren taraflar işletme ve müşteriler olurken, yeşil pazarlamada işletme ve müşteriye ilaveten çevre de takası gerektirir.
- Geleneksel pazarlamada hedefler müşteri tatmini ve işletmenin hedeflerinin tatmini olarak sıralanabilirken, yeşil pazarlamada bunlara ek olarak sebep olunan ekolojik etkinin en aza indirilmesi de bir hedeftir.
- Geleneksel pazarlamada bir işletmenin sorumluluğu ekonomik bir sorumluluktur. Yeşil pazarlamada ise bu sorumluluk, sosyal bir sorumluluktur.
- Geleneksel pazarlamada pazarlama kararı üretimden ürün kullanımına kadar alınır. Yeşil pazarlamada ise kararlar hammadde sağlamadan başlayarak tüketim sonrasına kadar tüm ürün değer zinciri hesaba katılarak alınır.
- Geleneksel pazarlamada çevreden gelen talepler yasal gereklilik olarak görülürken; yeşil pazarlamada yasaların da ötesine geçip çevre için tasarım yapma söz konusudur.
- Geleneksel pazarlamada, çevreci baskı gruplarıyla pasif bir tutumla, yalnızca kriz yönetimi noktasında yüzleşilirken, yeşil pazarlamada işbirliği ve ilişkileri sürdürmek şeklinde iletişim kurulur.

1.4.4 Yeşil Ürün

Varinli'ye göre (2012, s. 37) bir ürünü oluşturan ambalaj, tasarım, marka, satış sonrası hizmetler gibi unsurların hepsinde yeşil yaklaşımın ön planda tutulması gerekmektedir. Bu doğrultuda yeşil ürün, canlılara zarar vermeyen, yerküreyi kirletmeyen, doğal kaynakları daha az tüketen, geri dönüştürülebilir veya korunabilen ürün olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir ifadeyle yeşil ürün çevreye zarar vermeyen, çevre dostu ürünlere verilen genel addır (Akdeniz Ar, 2011, s. 105-106; Yıldırım, <http://iys.inonu.edu.tr>).

Yeşil ürünler genellikle dayanıklı, toksik madde içermeyen, yeniden işlenmiş maddelerden yapılmış ya da asgari ölçüde ambalajlanmış ürünlerdir (Kardeş, 2011, s. 166). Tabi ki tam anlamıyla çevre dostu ürün yoktur; çünkü her ürün üretim aşamasında depolara, dükkanlara, evlere ve en sonunda çöplere gönderilme sürecinde enerji ve kaynak tüketir, üretim aşamasında çevreyi kirletir. Bundan dolayı “çevre dostu ya da yeşil ürün” göreceli bir kavramdır, alternatifleriyle karşılaştırıldığında doğaya daha az zarar veren ürünleri tanımlamak için kullanılır. Yeşil ürünlerin, ürünün yaşam seyri boyunca çevreye en az zararı verecek şekilde üretilmiş olması gerekmektedir (Deanna, 1994, s. 19). Bir ürünün tasarım ve üretim aşamalarında, maliyet, performans, kalite ve üretilebilirlik önemli amaçlar olarak görülmektedir. Bu amaçlara ek olarak tüketicilerin geri dönüşümlü ve çevreye daha az zarar veren ürünlere karşı duyarlılıkları dikkate alındığında yeşil ürün ve tasarımı için bazı yeniliklerin yaratılması gerektiği ortaya çıkmaktadır.

Ottman’a göre (1998, s. 89) yeşil ürünün birçok özelliği bulunmaktadır. Bu özellikler:

- Küresel çevre sorunlarını azaltma yeteneğine sahiptir.
- Enerji tasarrufu sağlar.
- Kirlilik yaratmaz.
- Kolay tamir edilir.
- Tekrar kullanılacak veya geri dönüşüm sağlayacak şekilde tasarlanır.
- En az ambalajla üretilmiştir.
- Yenilenebilir kaynaklardan üretilmiştir.
- Güvenlik esasına dayalıdır.
- Dağıtım maliyetlerini mümkün olduğunca düşürmek için yerel kaynaklardan üretilmiştir.
- Gerçek ve samimi insan ihtiyaçlarını tatmin etmek için tasarlanmıştır.
- Etiketinde yeterli bilgi sunar.
- İnsan sağlığına zararlı değildir.
- Zararlı maddeler içermez.
- Hayvanlar üzerinde test edilmemiştir.

1.4.5 Yeşil Ambalaj ve Yeşil Etiketleme

Ambalaj, içerisindeki ürünü çarpma, ıslanma, zedelenme gibi oluşacak fiziksel ve dış etkilere korumaya yarayan, ürünün birarada tutulmasını sağlayarak taşıma, depolama, dağıtım, tanıtım ve pazarlama işlemlerinin kolaylıkla yapılmasını sağlayan, metal, kâğıt, karton, cam, plastik, vb. malzemelerden yapılan ve ürünün dış kısmında yer alan kaplamalardır (Akdeniz Ar, 2011, s. 147). Ürünün tüketiciye en ekonomik şekilde

ulaşabilmesi ve depolamanın sağlanması ambalaj sayesinde olmaktadır. Ambalaj, üzerinde bulundurduğu bilgilerle tüketiciye seçim ve kullanım kolaylığı sağlamakla birlikte, aynı zamanda üzerinde yazılı olan ağırlık, fiyat, üretim tarihi, son kullanım tarihi, ürünün içeriği, üretici firma adı, kullanım açıklaması, çevreyle ilgili yenilikler gibi bilgileri içermesiyle de hem tüketiciye hem üreticiye faydalı olmaktadır, çünkü bu bilgiler doğrultusunda tüketici alacağı ürünü tanımaktadır.

GreenBlue (2011)'in Sustainable Packaging Coalition için hazırladığı "Definition of Sustainable Packaging" adlı rapora göre işletmelerin kendi iş sahalarını da dikkate alarak belirledikleri endüstriyel ekolojik hedefleri ve stratejileri, kaçınılmaz olarak ürün ambalajlarının yaşam döngüsü ile yakından ilişkilidir. Bu doğrultuda yeşil ambalaj:

- Kendi yaşam döngüsü boyunca birey ve toplum için yararlı, güvenli ve sağlıklıdır.
- Performans ve maliyette, piyasa kriterlerini karşılar.
- Hammadde, üretim, dağıtım ve geri dönüşüm aşamalarında yenilenebilir enerji kullanır.
- Yenilenebilir ve geri dönüştürülebilir hammadde materyallerini en iyi şekilde kullanır.
- Üretim aşamasında temiz üretim teknolojileri ve uygulamalarını kullanır.
- Ürün yaşam döngüsünde sağlıklı materyallerden yapılıdır.
- Fiziksel olarak da materyal ve enerjiyi en iyi şekilde kullanmak üzere tasarlanmıştır.
- Biyolojik ve endüstriyel kapalı döngüsünde verimli bir şekilde tekrar kullanılabilir.

Yeşil ambalaj içerisinde bulunan bilgiler ürünün çevreye duyarlı nitelikleri hakkında tüketiciyi bilgilendirmektedir (D'Souza vd., 2007, s. 371). Bilgilerin tüketici tarafından anlaşılması için ambalajların üzerinde işaret (örn; geri dönüşüm işareti) ya da yazı (örn; ozon dostu ibaresi) yer almaktadır. Her ne kadar geri dönüşümlü ambalaj uygulaması hem üreticiler hem de tüketiciler için olumlu sonuçlar verse de, birtakım teknik sorunların var olması sebebiyle tüm alanlarda rahatlıkla kullanılamamaktadır.

Yeşil etiketleme ise bir ürünün piyasada bulunan ve aynı kategorideki diğer ürünlerden çevre yönünden daha uygun ve daha üstün olduğunun belirtilmesi konusunda tüketicileri bilgilendirmek amacıyla ürünlerde gönüllü olarak bilgilendirici etiket kullanılmasıdır (Üstünay, 2008, s. 151). Yeşil etiketleme hem tüketicinin gelişen çevre bilincine hitap etmekte, hem de çevreci tutum için ürünlerin ve dolayısıyla işletmelerin sınırlarını zorlamasına destek olmaktadır.

İşletmelerin pazarlama ve reklamlarıyla ilgili özellikle aktif kamuların (çevreci baskı grupları vs.) olumsuz önyargıları bulunmaktadır, çünkü her ne kadar çevreye duyarlı ürün ve hizmet pazarlama ve reklamı olursa olsun, bunların nihayetinde kar amaçlı çabalar olduğu

yönünde olumsuz bir tutum bulunmaktadır (Esty ve Winston, 2008, s. 176). Dolayısıyla işletmelerin çevreye duyarlı işletmecilik anlayışı gereği yaptıkları pazarlama ve tutundurma çabalarını, kar amacını ön plana çıkarmadan yapmaları gerekmektedir. Bu yüzden işletmelerin, yeşil pazarlama yaptığını ve herhangi bir ürünlerinin çevreci özelliği olduğunu belirtmelerinin yolu etiketlerden geçmektedir. Etiketli ürünlerin başarısının sağlanması için ilave maliyet ödemenin göze alınması ve yeterli sayıda tüketicinin olup olmaması işletmeler için önem taşımaktadır, çünkü çevre dostu üretim az sayıda ve mümkün olan en ucuz maliyetle yapıyor olmasına rağmen, genellikle ürün için daha yüksek bir fiyatı gerektirmektedir (Alagöz, 2007, s. 6-7). Yeşil etiketleme aracılığıyla ürünün pazarlama avantajı ile ödüllendirilmesi ve fiyat dezavantajının ortadan kaldırılması sağlanmaya çalışılmaktadır. Eğer uzun süre boyunca etiketli ürün başarılı olmuş ise artan talep sebebiyle fiyatın tekrar düşmesi söz konusu olabilir. Etiketlin bu şekilde bir etkisinin olabilmesi için etiketli ürünlere beklenen talebin artması önemli bir rol oynamaktadır.

Yeşil etiketleme, amaçlarının farklılaşmasına göre üç farklı çeşitte olabilmektedir (Alagöz, 2007, s. 5-6):

- i.** Eko-Etiketleme (Yaşam Döngüsü Etiketleri): Ürünün yaşam eğrisinin analizinde kullanılan etiketler en geniş manada eko etiket şeklinde ifade edilmektedir. Bu etiket analizinin, üretimin bütün ayrıntılarını gösterdiği kabul edilir.
- ii.** Tek Kullanımlık Etiketler: Ürünün belirli bir özelliği ile ilgili bilgi veren etiketlerdir. Örneğin; “Ozon tabakasına zarar vermeyen ürün” gibi.
- iii.** Negatif Etiketler: Tüketicileri maruz kalabilecekleri sağlık ve güvenlik risklerine karşı uyararak amacını taşır. Örneğin “Hiçbir koruyucu katkı maddesi içermez” gibi.

Yukarıdaki üç farklı etiket türünün arasında üzerinde en çok önemle durulması gereken eko-etikettir, çünkü ürünlerinin çevre dostu özelliklerini toplum önünde belgelemek isteyen işletmeler bu amacı “eko etiket” programları aracılığıyla gerçekleştirmekte ve bunu bir pazarlama aracı olarak kullanmaktadır. Eko etiketleme temel olarak, tüketicileri piyasadaki hangi ürünlerin çevreye daha az zarar verdiği ve kendi ürünlerinin çevreye verdiği zararın miktarı konusunda bilgilendirmeyi amaçlamaktadır (Emgin ve Türk, 2004). Eko etiketleme tüketicilerin sağlık ve çevreye olan duyarlılığını arttırmak ve bu yönde zararlı olmayan ürünleri tercih etmelerini sağlamak amacıyla kullanılmakta ve karşılaştırıldığı diğer ürünlere göre çevreye daha az zararlı olduğu kabul edilen ürünlere verilen bir ödül niteliğini taşımaktadır (Alagöz, 2007, s. 5-6).

Bir firmanın eko etiket edinmesi, bu etiketi ürününde bir pazarlama aracı olarak kullanabilme olanağı da sağlamaktadır (Uydacı, 2011, s. 210-211). Bir ürünün çevre için

güvenli ya da dost olup olmadığı eko etiket sayesinde anlaşılmaktadır (Ayyıldız ve Genç, 2008, s. 512). Eko etiket edinilmesi herhangi bir zorunluluk gerektirmediği gibi işletme tarafından gönüllü olarak uygulanmaktadır. Etiketlemenin yapılması ise bağımsız ve tarafsız bir işletme tarafından ya da bir kamu tüzel kişiliği tarafından gerçekleştirilebilir. Bazı ülkelerde bir ya da birden çok etiketleme işletmesi olmakla beraber, etiketleme yaklaşımı ülkeden ülkeye değişmektedir. İşletmeler, uluslararası veya yerel örgütlenmelerin belirlediği çevreci kıstaslara göre değerlendirilmekte (Akdeniz Ar, 2011, s. 156), bu değerlendirme sonucunda, çevreye uyumluluklarına göre eko etiket almaktadırlar. Uluslararası Standardizasyon Örgütü (ISO) 14000 Belgeler Serisi bu standardizasyonu gerçekleştirecek nitelikte hazırlanmıştır. Temel amaç üreticilerin hangi ürünün ne kadar çevreci olduğunu göstermesini sağlamaktır.

1.4.6 Yeşil Fiyatlama

Çevre dostu ürünler üreten bir işletmenin karşılaştığı önemli karar alanlarından biri de, bu ürünün benzeri, ama çevre dostu özelliklere sahip olmayan ürünlerle aynı fiyata mı, daha düşük ya da daha yüksek bir fiyata mı satılacağıdır (Varinli, 2012, s. 41). Çevreye daha az zararlı ürünler, gerek kısa dönem gerekse uzun dönemli olsun, herhangi bir ek finansal getirisi olmadan daha maliyetli olabilmektedir (Polonsky ve Rosenberg, 2001, s. 24-25; Rarick ve Feldman, 2008, s. 116). Bununla birlikte fiyat aynı seviyede tutulduğu zaman, ürünün çevreyle ilgili olumlu özellikleri bir rekabet avantajı unsuru olarak kullanılabilir. Meyer'e göre (2001, s. 319) ürünün fiyatının daha yüksek olduğu durumda, hem farklılaştırılmış yeşil ürünün promosyonuna önem verilmeli, hem de ürün için fazladan para ödemeye istekli tüketiciler var olmalıdır. Ancak tüketiciler yeşil ürünlere daha yüksek ücret ödedikleri için diğer ürünlerle eşit performans göstermesini de beklerler. Ancak eşit performans her zaman olası olmadığı gibi çevreye duyarlı olması adına ürün bileşimini değiştirmek ürünün performansının değişmesine de neden olabilmektedir. Ürünün çevreci özellikleri genellikle gizli bir özellik olduğundan için daha detaylı bir anlatımı gerektirmektedir. Ayrıca yeşil ürünler, diğer ürünlere göre daha zor bulunmakta, bu da araştırma maliyetini arttırmaktadır.

Çevreye duyarlı ürünlerin fiyatlandırmasında pek çok unsur devreye girmektedir (Emgin ve Türk, 2004). Maliyet yeşil fiyat oluşumunda en önemli faktör olmakla birlikte, bu faktör dışında ürünün üretilmesi sırasında kullanılacak çevreci yan ürünlerin sağlanması, taşıma masrafları, kredi bulma, organizasyonel değişim ve üretilen ürünün alınması için yeterli sayıda tüketicinin olup olmaması da fiyatlandırmayı etkileyen faktörler arasında yer almaktadır. Yeşil fiyatlandırma stratejisi içerisinde maliyet tasarrufundan kaynaklı olarak

verilecek düşük fiyat, tüketicinin yeşil ürün kullanımını teşvik edecektir. Ürünün fiyatı pazar seviyesinde veya yüksek olması halinde pazardaki ürünlere oranla farklılaştırıcı pazarlama uygulamalarına önem verilerek ürünün çevreci yönüne vurgu yapılması gerekmektedir.

Çevreye duyarlı ürünlerin fiyat oluşumunu etkileyen faktörleri aşağıdaki başlıklar altında sıralamak mümkündür (Akdeniz Ar, 2011, s. 129):

- i.** Ürün maliyeti: Çevrenin korunması adına yapılan yatırımlar çok fazla harcama yapmayı gerektirdiği gibi, aynı zamanda üretim yöntemlerinin değiştirilmesi, atık yönetimine gidilmesi ve çevreci üretim içerisinde her süreçte kararlı bir tutum sergilenmesi gibi taktikleri de gerektirmektedir. Tüm bu süreçler ürünün oluşumundaki maliyetin artmasına sebep olmaktadır.
- ii.** Çevreci yan ürünlerin tedarik edilmesi: Çevre dostu ürünün oluşumu sırasında kullanılan yan ürünlerin ülkeler arasında farklı sağlayıcılarının olması, ürünlere ek bir maliyet getirmektedir.
- iii.** Taşıma: Tamamlanmış ya da tamamlanmakta olan ürüne ulaşılmasında kullanılan araç ve yöntemler, nakil masrafları gibi olgular, enerji fiyatlarının fazla olması, atıkların en aza indirilmesi gibi durumlar ürün masraflarını yüksek tutmaktadır.
- iv.** Finansman bulma: Gelişmiş ülkelerdeki yatırımcılar çevresel uygulamalarını kullanarak kolaylıkla finansman sağlayabilirler. Bunun nedeni çevreye duyarlı uygulamalara önem veren firmalara daha fazla oranda kredi verilmesidir, çünkü bu durum birçok Avrupa ülkesinde devlet tarafından özendirilen bir uygulama olarak gerçekleştirilmektedir.
- v.** Organizasyonel değişim: İşletmelerin organizasyon yapısına çevreye duyarlı uygulamaları daha fazla entegre etmek adına değişiklikler yapması gerekmektedir. Çevreye duyarlı teknolojilerin kullanılması, atık maliyetlerinin en aza indirilmesi ile ilgili yeni uygulamalarla tanışmak için organizasyon yapısında değişikliklere ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak bu değişim maliyetin de yüksek olmasına ve üretilen ürünün fiyatının da aynı oranda etkilenmesine neden olmaktadır.
- vi.** Tüketici kitlesi: Yukarıda anlatılan maliyet unsurlarının üretilen malın fiyatını etkilemesi nedeniyle, yeşil ürünün fiyatının konvansiyonel ürünlere göre çok daha yüksek olması beklenmektedir. Buna rağmen Cason ve Gangadharan (2002, s. 113) dünyadaki çevre kirliliğine karşı duran ve çevreye duyarlı tüketici sayısının da giderek arttığını öne sürmektedirler. Bu nedenle çevreye duyarlı işletmelerin ürünlerinin tüketici tarafından tercih edilmesi giderek artış göstermektedir.
- vii.** Üretici primleri: Organik üreticilerin ürettikleri ürünler konvansiyonel ürünlere oranla daha yüksek bir maliyete sahip olduğu için, üreticiler var olan masraflarını karşılamak

için bir prim uygulamak durumunda kalmaktadır. Örneğin çiftçilere ödenen primler genelde tüketiciler tarafından ödenen fiyatların küçük bir bölümünü oluşturmakta, aynı zamanda pazarlama, nakliye, ambalaj, işleme ve sigorta masrafları da üretici primleri içerisinde yer almaktadır.

- viii.** Tüketici primleri: Tüketici fiyatları, yerel KDV oranları, farklı dağıtım kanalları ve konvansiyonel ile organik sektörler arasındaki rekabetten etkilendiğinden tüketici fiyat primleri yararlı olabilmektedir. Perakende primleri ürün grubu, ülke ve bölge bazında değişmektedir ve çoğunlukla dağıtım kanallarının daha organize olmasıyla birim başına pazarlama maliyetinin düşeceği düşünülmektedir. Fiyatlar işlenmiş ürünler için önemli oranlarda değişiklik göstermekle birlikte, konvansiyonel ürünler ile birlikte aynı veya düşük maliyetli girdiler için bazen daha düşük olabilmektedir.
- ix.** Yeşil giysilere ilişkin masraf ve fayda algıları: Çevre sorunlarına yönelik farkındalığın arttığı son yıllara kadar “yeşil giysi”lerin ne olduğuna dair kamuoyunda bilindik bir anlayış hakim değildi. Pek çok tekstil işletmesinin eko-etiketi bulunmasına rağmen, bu işletmeler sanayide kendini çevreye duyarlı uygulamalarıyla gösterememiştir. Yeşil giysileri tüketiciye sunmak isteyen işletmeler dört temel faktöre odaklanmaktadır. Bunlar; lif üretimi, bitirme süreçleri, tüketim ve ulaşımdır. Lif üretimi sırasında bilinen bitirme süreçlerinde (örneğin beyazlatma, renklendirme, baskılama, bakım kolaylığında gelişmeler), doğal çevre ve insan için son derece zararlı pek çok kimyasal madde kullanılmaktadır (örneğin ağır-metal boyalar, formaldehid, ve klorin). Özellikle de kullanılan giysi miktarına ve giysi bakımına (yıkama ve ütüleme) bağlı olarak ortaya çıkan müşteri davranışı, daha ileri düzeyde çevrecilerin ürüne yönelik tepkisine yol açmaktadır. Bakım ise, toplam enerji tüketiminin yarısından fazlasına denk gelmektedir. Ulaşım da tekstil zincirinde diğer bir çevresel sorun olmakta, enerji tüketimi ve hava kirliliğine yol açmaktadır.

1.4.7 Yeşil Reklam

Yeşil reklam, ürünün, hizmetin ve/veya işletmenin tamamının çevre sorunlarını dikkate aldığı, çevre kirlenmesinin önlenmesi ve çevrenin iyileştirilmesi için çaba gösterdiği, çevreye zarar vermediği gibi iddialar içeren reklamlardır (Almaçık vd., s. 88). Yeşil reklam, açıkça ya da ima yoluyla, bir ürün/hizmet ile biyo-fiziksel çevre arasındaki ilişkiyi ortaya koyan, bir ürün/hizmete dikkat çekerek ya da dikkat çekmeksizin yeşil yaşam tarzını yücelten, kurumsal çevresel sorumluluk imajını ortaya koyan ya da bunların birkaçını birden gerçekleştiren reklamlar olarak da tanımlanabilir. Su ve enerji tasarrufu sağlayan ürünlerin üretilmesi, geri dönüşümlü ve doğada kendiliğinden çözünen malzemelerin kullanımı ile ilgili

mesajların öne çıkarıldığı reklamlar yeşil reklamlardır. Tüketiciyi bilinçlendirmeye yönelik olması yeşil reklamın en önemli özelliğidir.

1.4.8 Yeşil Tüketici

Yeşil tüketici, “satın alma davranışlarının her aşamasında, çevreye karşı duyarlı olan ve çevre bilinciyle hareket eden, sürdürülebilir çevre şartlarının sağlanması için satın alma gücünü ve tüketici haklarını kullanan, aynı zamanda içinde bulunduğu toplum ve gelecek nesillerin yaşama ortamına karşı sorumlu olduğunu düşünen bireyler” olarak tanımlanmaktadır (Nakıboğlu, 2003, s. 55). Dünyadaki mevcut tüketim hızıyla, gelecekte aynı düzeyde bir yaşam standardını devam ettirecek yeterli kaynağa sahip olunmadığına yönelik farkındalık giderek daha fazla sayıda tüketiciyi “yeşil tüketici” haline getirmektedir. Yani eskiden sadece satın alma ve tüketimle ilgilenen tüketiciler, kıt kaynakları tüketen üretim sürecinin ayrıntılarıyla ve atıkların bertaraf edilmesiyle de ilgilenen bilinçli yeşil tüketiciler haline gelmektedirler, çünkü standart yaşam koşullarını sürdürecekt kaynakların ve yaşam alanlarının giderek azaldığının farkına varan tüketiciler tüketim sürecinde daha hassas davranmaktadırlar. Bireylerdeki bu eğilim doğal olarak "yeşil tüketici" ya da "çevreci tüketici" kavramlarının ortaya çıkmasını sağlamıştır (Elden, 2009, s. 572). Elden'in de (2009) belirttiği gibi, bu tüketici kitlesi satın alma ve tüketim süreçleri hakkında daha fazla endişe duymakta ve üretim süreçlerinde doğal kaynakların kullanımı ve ürünlerin geri dönüşümü gibi konularda daha hassas davranmaktadır.

Yeşil tüketicilerin sayısı arttıkça işletmeler için geniş bir pazar oluşmaktadır (Zinkhan ve Carlson, 1995, s. 2). İşletmeler, yeşil pazarlama stratejileri izleyerek karlılıklarını ve rekabet güçlerini arttırmak için çalışmaktadır (Gökbunar, 1995, s. 5), çünkü çevre bilincine sahip tüketiciler, çevre dostu olmayan ürünleri satın almamaya başlamış; çevreye zarar vermeyen ürünler için ekstra para ödemeye razı duruma gelmişlerdir. Dolayısıyla tüketicilerin çevrenin korunması hususunda gittikçe artan bilinçlenmeleri, “yeşil olmayı” işletme yöneticileri ve özellikle de pazarlamacılar için daha önemli hale getirmektedir. Örneğin yapılan bir araştırmada, yeşil tüketicilerin bir ürün ya da hizmete ihtiyacı olsa, almayı istese ve bunun için alım gücü de olsa, çevreye zararlı ise o ürünü satın almadıkları ortaya konulmuştur (Odabaşı ve Barış, 2002, s. 35). Yani gelecek konusunda ekonomik kriz ve güvensizlik yaşayan tüketiciler, “pazar” tanımı için gereken her özelliğe (ihtiyacı olmak, satın alma isteğinde olmak ve alım gücüne sahip olmak) sahip olsalar bile, çevresel konular sözü konusu olduğunda istenilen davranışı, yani satın almayı gerçekleştirebilmektedirler. Bu durum çevre koşullarının çevresel duyarlılığı yüksek olan tüketici davranışı açısından ne kadar önemli olduğunun göstergesidir.

1.4.9 Yeşil Çalışan (Yeşil Yakalılar)

Dünya genelinde yaşanan finansal ve ekonomik krizler, düşük-karbon salınımına vurgu yapan ekonomileri teşvik etmiş ve ekonomik teşvik paketleri aracılığıyla çevresel altyapılanmayı güçlendirmeye yönelik araştırmaları arttırmıştır (UNEP, 2008). Bu durum, ekonomilerin enerji tüketimi yoğunluklu olarak devam ettirdikleri iş anlayışlarında azaltmaya gitmelerine, ekosistemleri koruma ve iyileştirmeye, atık, israf ve kirliliği en aza indirmeye ve bunların sonucunda yeşil mesleklerin ortaya çıkmasına ve yeşil çalışanlar (yeşil yakalılar) adı altında yeni istihdam fırsatlarına yol açmıştır. Giderek artan çevresel farkındalık özellikle ülkelerin iklim değişimine yönelik dikkatlerinin artmasıyla bağlantılıdır. Bundan dolayı yeni jenerasyon yeşil çalışanların, bu farkındalığa yönelik umut veren bir personel anlayışı olduğu vurgulanmaktadır. Yeşil meslekler ve yeşil çalışanlar, sürdürülebilirliği önemseyen ve çevresel tehditleri hafifletmeye yönelik olan mal ve hizmet üreten yeni sektörlerde yavaş yavaş kendini göstermektedir (Ehmcke vd., 2009, s. 11). Yeşil çalışanlar genellikle ekonominin temel sektörlerinde –tarım, üretim ve hizmet- orta derecede yetenek gerektiren pozisyonlarda çalışmaktadırlar. Sektörde yenilenebilir enerji gibi çevreye zarar vermeyen süreçler daha fazla oranda yeşil meslek ve yeşil istihdam fırsatı yaratmaktadır. Bununla birlikte yeşil meslekler ve yeşil çalışanlar ancak doğru politikalar ve koşullar sağlandığında tam anlamıyla yaygınlaşabilecektir.

Sürdürülebilirlik anlayışı çerçevesinde işletmelerin çevreye duyarlı uygulamalarının genel bir çerçevesini çizdikten sonra, araştırmanın ikinci bölümünde çevreye duyarlı işletmecilik uygulamalarının bir işletmeyi diğer işletmelerden nasıl ve ne yönde farklılaştırdığı ve bu durumun işletmenin rekabet üstünlüğüne etkileriyle ilgili literatüre yer verilecektir.

İKİNCİ BÖLÜM

ÇEVREYE DUYARLI İŞLETMECİLİK UYGULAMALARININ REKABET ÜSTÜNLÜĞÜNE ETKİLERİ

Ülgen ve Mirze'ye göre (2004, s. 47) günümüz serbest piyasa ekonomisinin yapısal dokusunu değiştiren kritik faktörler arasında yer alan en temel öge rekabettir. İşletmeler için rekabet, rekabet gücünü gerektirmektedir. Bir işletmenin rekabet gücü, müşterilerin işletmenin ürettiği ürünlerin alternatifleri karşısında tercih edilmesini sürdürülebilir temelde sağlayabilme yeteneğidir. Sürdürülebilir rekabet üstünlüğü, stratejik yönetim sürecinde, firmaların uzun dönemde hayatlarını devam ettirmelerini sağlamaya yönelik amaçlardan biridir. Bu bağlamda çalışmanın ikinci bölümünde çevreye duyarlı işletmecilik uygulamalarının rekabet üstünlüğüne etkileri üzerinde durulmuştur.

2.1 Sürdürülebilir Rekabet Üstünlüğü

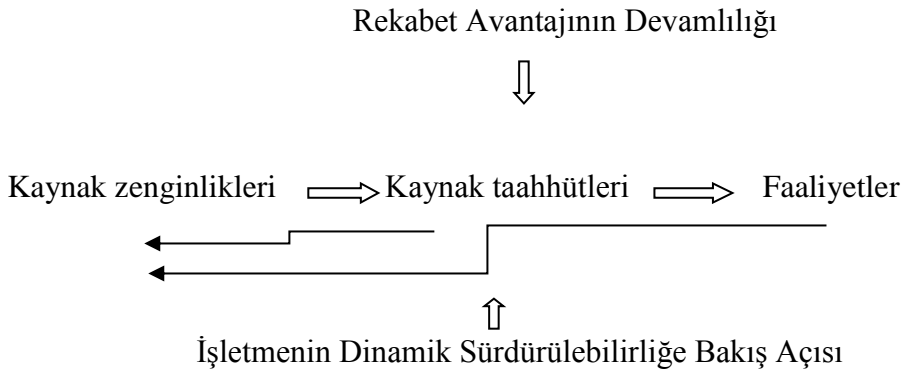
Çevreye duyarlı olmak bir felsefedir ve sürdürülebilir kalkınma anlayışının temelini oluşturmaktadır. Çevreye duyarlı her türlü faaliyet, öncelikle işletmelerin çevreye duyarlı bir kurum felsefesi geliştirmelerine bağlıdır. Bu felsefe beraberinde kaçınılmaz olarak çevreye duyarlı işletmecilik uygulamalarının da başarıyla uygulanmasını getirecektir.

İşletmelerin yalnızca pazardaki varlıklarını sürdürebilmek için adaptasyon modellerine uygun olarak faaliyetlerine devam etmeleri, kriz oluşturabilecek konulara reaktif yaklaşımları ve odaklanmaları yeni stratejik yaklaşımlara ters düşmektedir (Tekin ve Çiçek, 2005, s. 64). Öncelikle işletmenin içsel süreçlerinin değerlendirilmesi, değişimlerin önceden görülerek kaynakların önceliklere göre dağıtılma stratejilerinin uygulanabilmesi ve bundan daha da önemlisi, değişime sürekli liderlik edebilecek rekabet gücünün elde tutulabilmesi gerekmektedir. Kurum değerini yüksek tutabilmek ya da mevcut düzeyde koruyabilmek ancak rakipler tarafından taklit edilemeyen ve uygulama olanağı bulunmayan stratejiler üretmekle mümkündür.

İşletmelerin rakiplerine karşı üstünlük elde etmeye çalışırken ve sürdürülebilirliği göz önünde bulundururken benimsedikleri iki temel yaklaşım vardır. Esasen bu yaklaşım işletmenin çevreye duyarlı üretim anlayışı ve sürdürülebilirlik hakkındaki bakış açısını da ortaya koymaktadır. Shrivastava'ya göre (1994) bu yaklaşımlardan biri olan "normatif yaklaşım"da işletmeler çevreye duyarlı işletmecilik ve sürdürülebilirliği günümüz ve gelecekteki hayat formlarını tehlikeye atmamak ve hatta iyi yönde geliştirmek üzere uygulamaktadırlar. Bir diğer yaklaşım olan "araçsal yaklaşımda ise işletmeler çevreye duyarlı

işletmecilik anlayışı ve sürdürülebilirliği doğal kaynakların kısıtlılığının yeni stratejik kaynaklar ve yetenekler geliştirmek için en önemli itici güçlerden biri olduğu için dikkate almaktadırlar (Hart, 1995).

İşletme yönetimi literatüründe rekabet üstünlüğü avantajının sürdürülebilirliği temel olarak iki teoriye dayanmaktadır. Bunlardan biri “kaynak temelli yaklaşım” iken diğeri “faaliyet temelli yaklaşım”dır. Genel anlamda kaynak temelli yaklaşım işletme kaynaklarını ve kapasitesini; faaliyet temelli yaklaşım ise işletmenin kendi faaliyetlerini vurgulamaktadır. Rodriguez vd.’e göre (2002, s. 136) her iki yaklaşım da “Dinamik İşletme Bakışı Teorisi” (dynamic business view theory) şemsiyesi altında, işletme için değer yaratmak adına birbirleriyle etkileşim halinde olmak durumundadır. Şekil 2.1’de de gösterildiği gibi kaynaklar, kapasite ve faaliyetler rekabet avantajının sürdürülebilirliğinin yaratılmasına olanak vermekte ve mevcut ve potansiyel rakipler tarafından taklit edilme ya da ikame edilmeyi zorlaştırmaktadır. Sürdürülebilir rekabetin avantajları, sürdürülebilir gelişme ile bağlantılı sorumlulukları kabul etmekle mümkün olmaktadır.



Şekil 2.1 İşletmelerin Dinamik Bakışı ve Rekabet Avantajları

İşletmelerin fiziksel varlıklarının olduğu kadar, fiziksel olmayan stratejik varlıklara sahip olarak ve bu varlıkları kontrol ederek rekabet avantajı elde edebileceğine dayanan stratejilerden biri olan “kaynak temelli yaklaşım” (Özer ve Özer, 2012, s. 471) açısından rekabet üstünlüğünün sürdürülebilirliği, işletmenin herhangi bir kaynağının taklit edilmesinin çok zor olmasından dolayı üstün ekonomik performans elde etmesi olarak tanımlanmaktadır (Wiggins ve Ruefli, 2002, s. 82). İşletme değerli yeteneklere sahip olmalı ve bu yetenekler sayesinde tehditleri yok ederek fırsatları değerlendirebilmelidir. İşletmelerin rekabet üstünlüğünü sağlamada etkili olan unsurlar, işletmenin değer zinciri, yetenek ve kaynakları, temel yetkinlikleri ve rekabet ettiği endüstrideki rekabetin yapısıdır. Ayrıca işletmenin sürdürülebilir rekabet üstünlüğü için yeteneklerinin stratejik ikamesinin olmaması ve rekabet üstünlüğünün kaynağının rakipler tarafından taklit edilememesi gerekmektedir (Barney, 1989,

s. 107), çünkü işletmenin kaynağı, geçmişine dayanan, işletmenin değer ve inanç sistemi ile şekillenmiş, kendine özgü koşulların sonucunda oluşmuştur.

Rekabet üstünlüğü açısından önem taşıyan bir diğer unsur olan “değer zinciri”, işletmenin ürün ya da hizmetini tasarlama, üretme, pazarlama ve tutundurması ile ilgili işletme süreçlerini, faaliyetlerini, fonksiyonlarını tanımlamaya yardımcı olmaktadır (İlkuş, 2012, s. 8). Değer zinciri, dönüşüm, inovasyon ve optimizasyon yani eldeki kısıtlı kaynakları en optimum biçimde kullanmak anlamına gelmektedir (Sustainable Packaging Coalition, 2011). Değer zincirinde iki temel faaliyet grubu bulunmaktadır: Destek faaliyetleri ve temel faaliyetler. Destek faaliyetleri ve işletme altyapısı, insan kaynakları yönetimi, teknoloji geliştirme ve satın alma iken, temel faaliyetler; içe yönelik lojistik faaliyetler, üretim faaliyetleri, dışa yönelik lojistik faaliyetler, pazarlama ve satış gibi hizmetlerden oluşmaktadır (Porter, 2008, s. 83). Değer zincirini oluşturan tüm unsurlarda çevreye duyarlı işletmecilik anlayışının ne derece etkili olduğu doğrudan anlaşılmaktadır, çünkü bir işletme üretim ve tasarım aşamasında, pazarlama ve tutundurma süreçlerinde çevreye duyarlı yönetim stratejilerini belirlediği ölçüde etkili olabilecektir. Artık işletmelere ve tüketim süreçlerine çevreye daha duyarlı bir perspektifle yaklaşan tüketiciler, işletmelerin yukarıda sayılan süreçlerde gösterdikleri duyarlılıkları dikkate almaktadır (Duru, 2006, s. 45). İşletmenin altyapısının insan sağlığına ve çevreye zarar vermeden oluşturulması, çevreye duyarlı işletmecilik anlayışını benimsemiş bir perspektife sahip insan gücüyle çalışılması, daha maliyetli olmasına rağmen çevreye minimum zarar verecek şekilde tasarlanmış teknolojilerin kullanılması, rekabet üstünlüğünde çok etkili hususlar olarak işletmelerin karşısına çıkmaktadır.

2.1.1 Sürdürülebilirliğin Rekabet Üstünlüğüne Sağladığı Avantajlar

Muldoon (2006, s. 3) konu iş dünyasına gelince, çevreyi koruyanı ve kirleteni ayırt edebilmenin oldukça zor bir iş olduğuna dikkat çekmektedir. Bir işletme, çevreci bir imaja sahip olmasına rağmen sıkıntılı durumlar yaşadığında insan haklarını veya bazı çevre standartlarını ihlal edebilmektedir. Başka bir şirket “en yeşil” unvanı alırken aynı zamanda “en zehirli” unvanını da taşıyabilmektedir. İşletmelerin “çevre dostu” adı altında yaptıkları faaliyetleri medya aracılığıyla duyurmalarının dışında, bu faaliyetleriyle ilgili bilgilere ulaşabilmek ve kesin olarak emin olabilmek oldukça zordur. İşletmelerin çevreye duyarlı işletmecilik anlayışını bu denli benimsemelerine ya da benimsiyormuş gibi yapmaya çalışmalarına neden olan temel etken, tüketicilerin artan farkındalığı sebebiyle, çevreye dost işletmelerin büyük bir rekabet avantajı elde etmesidir. Yeniden kullanım (yeniden doldurulabilir kaplar), geri dönüşebilir malzemeler (kullanılmış ürünlerin ıslahı) ve kaynak

kullanımını azaltma (üretim sürecinde enerjiyi koruma), işletmeler için maliyet artışına sebep olmakla birlikte, tüketicilerin zihninde işletmenin çevreci bir kuruluş olarak konumlanmasına ve artan büyük yeşil tüketici potansiyelinin elde edilmesine önemli katkılar sağlamaktadır (Aytekin, 2007, s. 11). Bu şekilde tüketiciden destek bekleyen firmalar, çevre dostu ürünlerin daha fazla satılması ve devletten gelen vergi ayrıcalıkları gibi yardımlarla da ürünlerinin maliyetlerini karşılamaktadır (Polonsky ve Rosenberger III, 2001, s. 23).

Dolayısıyla doğanın ve çevrenin önem kazandığı, yeşil ürünlere talebin arttığı bir ortamda işletmelerin rekabet edebilmesi için yeşil yönetim anlayışına önem vermeleri gerekmektedir. Ancak işletmeler içerisinde yeşil yönetimin başarılı bir şekilde uygulanması öncelikle tepe yönetiminin desteğine bağlı olmaktadır (Karabulut, 2003, s. 49). Nitekim yeşil yönetim uygulamalarının başarısı, işletmenin yeşil yönetim vizyonuna sahip olması ve faaliyetlerini çevrenin özelliklerine uygun bir ölçekte gerçekleştirmesiyle ilgilidir. Aynı zamanda bu başarının sağlanması tepe yönetiminin teknolojinin yeşil yönetime duyarlı olarak seçilmesi, geleneksel yönetim anlayışından uzak ve çevre merkezli bir yönetim anlayışının benimsenmesi doğrultusunda çalışmaların yapılmasıyla da doğrudan bağlantılıdır. Bununla birlikte, ekolojik çevrenin stratejik karar alma sürecinin bir parçası haline gelmesi ve çevre politikalarının işletme çapında benimsenmesinde bazı problemler yaşanmaktadır (Lozada, Mintu-Wamsat, 1996, s. 68). Bu nedenle çevreyi korumayı amaç edinen bir işletmede mevcut kültürü çevreyle ilgili program ve projelerin oluşturulmasını kolaylaştırmak üzere değiştirmeye çalışmak işletmenin öncelikleri arasında sayılmaktadır. İşletmeler, ürünlerini çevre ve doğa koruma konseptine uygun biçimde üretme ve sunum ihtiyacı içine girdiklerinden dolayı, bu durum işletmelerin her biriminde değişiklik yapmayı gerektirmekte; ayrıca yeni bir işletme imajı oluşturma anlamına gelmektedir.

Rekabet üstünlüğünün sürdürülebilirliği bazı koşulların yerine getirildiği durumlarda mümkün olmaktadır (İlkus, 2012, s. 4-6). İşletmenin rekabet üstünlüğünün sürdürülebilirliği için ilk hareket eden üstünlüğüne sahip olması önemlidir. İlk hareket eden üstünlüğüne sahip olan işletme, daha sonradan rekabete katılan işletmelerle kıyaslandığında, dağıtım kanallarına erişim, müşterilerle iyi ilişkilerin geliştirilmesi ve olumlu itibar oluşturma gibi konularda daha önde olmaktadır. İşletme, ürün ya da hizmeti ile rakip işletmelerden kalite, benzersizlik, değer ya da maliyet gibi noktalarda farklılaşmaktadır. Esasen algılanan fark, işletmenin rakiplerine kıyasla daha yetenekli olmasından kaynaklanmaktadır. Bununla birlikte çevre odaklı bir strateji doğrultusunda kazanılmaya çalışılan rekabet üstünlüğü kısa dönemde elde edilecek bir üstünlük değildir. Rekabet üstünlüğünün sürdürülebilirliği için algılanan farkın belirli bir zaman dilimi boyunca devam etmesi gerekmektedir. Çevreye duyarlı üretim anlayışına gitmeden önce işletmelerin neyi nasıl yaptıklarını yeniden tasarlama konusunda çaba sarf etmeleri, ürün

ve süreçlerini yeniden oluşturmaları gerekmektedir, çünkü 21. yüzyılda rekabet avantajı için yeniliğin anlamı çok büyüktür. Çevreci bakış açısı aynı zamanda, ürün ve hizmetlere değer katıp müşterileri memnun etmek konusunda işletmelerin önüne yeni fırsatlar da açmaktadır. Bu noktada rekabet üstünlüğü sağlayan sürdürülebilir işletme faaliyetleri işletmeler için küresel ve yerel çapta rakiplerinin önüne geçebilmesinin en önemli unsurları haline gelmiştir.

2.2 Rekabet Üstünlüğü Sağlayan Sürdürülebilir İşletme Faaliyetleri

İşletmeler çevre bilincinin gelişmesinin yansımaları, çevreyle ilgili uygulamalarının üretimi, iletişimi, ürün içeriği, pazarlaması, dağıtımı ve ambalajı gibi ürünü oluşturan diğer bileşenler ve/veya doğanın korunmasına yönelik genel uygulamalar yoluyla gösterebilirler. Fakat günümüzde tüketicinin çevre bilincinin artması, çevreyi koruyucu aktiviteleri desteklemesi göz önüne alındığında işletmelerin çevreyi koruyucu uygulamalarının inandırıcılığı ve dolayısıyla tüketicilerdeki algısı çok önemlidir. Bu bağlamda çalışmanın bundan sonraki kısmında işletmelerin çevreyi korumaya yönelik uygulamalar ve stratejilerine yer verilmekte ve konuyla ilgili genel bir çerçeve çizilmektedir.

2.2.1 Çevreye Duyarlı Üretim

Günümüzde artık üretim süreçlerinde işletme ve çevre ilişkisi ve dolayısıyla üretimin sürdürülebilirliği işletmeler için dikkate alınması gereken önemli bir ölçüt haline gelmiştir. Bu nedenle sürdürülebilir üretim, farklı sürdürülebilirlik yaklaşımlar düzeyinde incelenmektedir. Çevre dostu üretim, tehlikeli atıkları en aza indiren veya tamamen ortadan kaldıran üretim süreçleri ve teknolojilerinin planlanması, geliştirilmesi ve uygulanması çabalarını kapsamaktadır (Sarkis ve Rasheed, 1995, s. 17-19). Çevreye duyarlı üretimin en önemli amacı, geri dönüştürülebilir, yeniden üretilen ya da yeniden kullanılabilir ürünler ortaya koymaktır (Yücel ve Ekmekçiler, 2008, s. 322). Üretim teknolojisi çevreye zarar verme ihtimali olan atık bırakmadan, üretim sürecinde en az doğal madde tüketerek, en az enerji ile istenen ürünü en yüksek verimle üreten bir sistem, ideale yakın “çevre dostu üretim”i gerçekleştirmiş olmaktadır. Bununla birlikte işletmelerin, üretim sistemlerinde kullandıkları madde ve malzemelerde veya süreçte çevreye duyarlı olma amacıyla yaptıkları değişiklikler ve düzenlemeler işletmelere ek masraflar getirerek maliyetlerinin yükselmesine neden olmaktadır (Coşkun ve Karaca (2008, s. 59).

Çevre dostu üretim yaklaşımı, işletmelerin çevreyi korumaya yönelik olarak örgütsel yapılanması ve faaliyetlerini kapsadığı için bu yaklaşımda, çevreye verilmesi muhtemel zararların azaltılması yoluyla üretim süreçlerinin etkinliğinin artırılması amaçlanmaktadır

(Yacooub ve Fresner, 2006). Bunun için atıkların kaynağında engellenmesi ve proaktif bir yaklaşımla işletmenin çevre performansının artırılması hedeflenmektedir. İşletmeler çevre dostu üretimi; ürün tasarımlarını değiştirerek, farklı hammadde kaynaklarına yönelerek, çevreye duyarlı teknolojiler kullanarak ve geri dönüşüm yaparak, ürün kalitesi, verimliliği ve karlılığını arttırmaktadırlar.

Hawken vd. (aktaran Baden ve Zaffos, 2000, s. 267) tarafından işletmeleri sürdürülebilir stratejiler geliştirmeye teşvik eden bir yaklaşım olan “Doğa Kapitalizmi Yaklaşımı”, işletmelerin yalnızca doğal çevreyi korumakla kalmayıp, aynı zamanda karlılık ve rekabet güçlerini de arttırabileceklerini savunan bir stratejidir. Fakat iki yönlü kazanmaya dayanan bu yaklaşımın başarılı olabilmesi için işletme faaliyetlerinde birbiriyle bağlantılı dört konuda değişim sağlanmalıdır. Bu konular; doğal kaynak üretkenliğini arttırmak, kapalı devre üretim sistemleri kullanmak, çözüm temelli iş modellerini benimsemek ve doğa sermayesine yeniden yatırım yapmaktır.

Çevre dostu üretim yaklaşımı, çevreye olumsuz etkisi az olan girdileri kullanan, yüksek verimliliğe sahip olan ve çok az veya sıfır atık içeren ve kirlilik oluşturmayan üretim süreçlerini kapsamaktadır (Florida ve Davison, 2001). Çevre dostu üretim yaklaşımı ayrıca atık ve kirliliğin engellenmesi veya azaltılmasını, geri dönüşümü ve yeşil ürün tasarımını içeren faaliyetleri de içermektedir. Çevre dostu üretim alternatifleri ürün değişikliği, üretim süreçlerinde ve üretim girdilerinde değişiklik, atıkların dahili kullanımı ve daha iyi yönetim olarak çeşitlenmektedir. Çevre dostu üretim deyince işletmeler ve tüketicilerin karşısına çıkan bir başka kavram da “yalın üretim” olmaktadır. Yalın kavramı, üretim ve yönetim süreçleri içerisinde farklı bir bakış açısı ve uygulamayı beraberinde getirmiştir. Yalın üretim, atıklardan, gereksiz faaliyetlerden kurtularak maliyetleri azaltan ve tüketicinin isteklerini zamanında karşılayan bir dizi sistematik yaklaşımın bütünüdür (Vais vd., 2006). Bir üründeki her türlü kusur, sipariş fazlası üretim, fazladan hammadde, yarı mamul ve ürün stokları bulundurmamak gibi faaliyetler israf olarak değerlendirilmektedir. Yalın üretim, üretime yük getiren tüm israflardan arınmayı hedef alan bir yaklaşımdır. İsrafi önlemek ise sürekli iyileştirmeyi gerektirmektedir. Sürekli iyileştirmeye odaklı bir örgüt kültürü doğal olarak üretim sürecindeki kayıpları belirlemeye ve ortadan kaldırmaya odaklanmaktadır. Ayrıca çalışanlar da bu sürece katılmakta, yani işletmenin tüm unsurları yalın üretim sürecine dahil olmaktadır.

İşletmelerin üretim aşaması ve daha sonrasında çevreye duyarlı bir uygulama geliştirebilmek için gerekli olan önemli unsurlar ürün ömrü, geri dönüşebilirlik, geri dönüştürülmüş malzeme ve doğada çözünebilir malzeme olarak 4 başlık altında incelenmektedir (Akdeniz Ar, 2011, s. 109):

- **Ürün Ömrü:** Ürün ömrü, bir ürünün tüketiciler tarafından kullanılabilir olduğu süreci tanımlamak için kullanılan bir kavramdır (Armutak ve Bayındırlı, 1995, s. 205). Bir ürünün ömrü, çevresel şartlara ve tüketiciye satılmadan önce, ilk baştaki kalitesinden ne derece farklılaştığına bağlıdır. Çevre dostu üretimde bir ürünün kullanım ömrünü uzatmanın yolu, dayanıklılığı tekrar ön plana çıkarmanın yanı sıra kolay ayrışabilen ve parçalarının değişebileceği ürünler yaratmadan geçmektedir.
- **Geri dönüşebilirlik:** Yeniden değerlendirilme imkanı olan atıkların çeşitli fiziksel ve/veya kimyasal işlemlerden geçirilip ikincil hammaddeye dönüştürülerek tekrar üretim sürecine dahil edilmesine geri dönüşüm; herhangi bir şekilde kullanım dışı kalan atık malzemelerin çeşitli geri dönüşüm yöntemleri ile hammadde olarak tekrar imal edilebilmesine geri dönüşebilirlik denir (Üstünay, 2008, s. 133). Üründe bileşik malzemeler yerine tek malzeme kullanılarak malzeme çeşitliliğinin azaltılmasının sağlanması geri dönüşümü kolaylaştırmaktadır.
- **Geri dönüştürülmüş malzeme:** Doğada insan yapımı ürünlerin büyük kısmı kendiliğinden yok olmamaktadır. Çevreye duyarlı işletmeler tarafından, bir ürün yok olduktan ya da kullanım ömrü bittikten sonra, yeni bir ürün yapmak üzere kullanılan malzemelere geri dönüşebilir malzemeler denmektedir (GreenBlue, 2011, s. 8). Cam ve alüminyum gibi bazı maddeler, geri dönüştürüldükten sonra aynı özelliklerini muhafaza ettikleri gibi, bazıları plastikte olduğu gibi geri dönüşüm sonrasında ilk işlevlerini yerine getiremezler. Tasarımcılar ilk işlevini yerine getiremeyen bu maddelerin geri dönüştürülmüş formları için yeni kullanım alanları bulmaya çalışmaktadırlar. Örneğin; parklardaki banklar veya işaret levhaları birkaç kez geri dönüştürülmüş plastiklerden yapılmaktadır.
- **Doğada çözünebilir malzeme:** İşletmeler tarafından tamamıyla doğada kendiliğinden yok olan hammaddelerle üretilen malzemelerdir (Üstünay, 2008, s. 88). Üretim aşamasında doğada çözünebilir malzemenin kullanılması çevrenin korunmasına büyük oranda yardımcı olmaktadır.

Çevreye duyarlı üretim yapılmasının ardından, yenilenemeyen doğal kaynakların daha az tüketilmesini ve kirliliğin azaltılmasını hedefleyen ve “3 R” olarak adlandırılan üç önemli unsur bu stratejiyi destekler. Bunlar; Azaltma (Reduce), Yeniden Üretim (Remanufacture) ve Yeniden Kullanım (Reuse)’dir.

- Azaltma:** Azaltma, üretim firmalarının atıkları en aza indirmek için giriştikleri çabaları ifade etmektedir (Benn vd., 2004, s. 4). Atıkların azaltılmasında en önemli unsur kaynakların azaltılmasıdır. Toplam Kalite Yönetimi’nin amaçları arasında yer alan

kaliteli girdi kullanımı ve hurdanın azaltılması, atıkların azaltılması ile doğrudan ilişkilidir. Hurdanın azaltılması meydana gelen atıkları doğrudan azaltırken, hataların azaltılması da, yeniden işleme ihtiyacını azaltıp, ilave enerji kullanımını en aza indirerek dolaylı yoldan atıkları azaltmaktadır. Kaynakların azaltılması faaliyetleri içinde;

- Girdilerin değiştirilmesi,
 - Üretim süreçlerindeki değişiklikler,
 - Ürünlerin yeniden tasarlanması,
 - Kayıpların önlenmesine yönelik iyileştirmeler,
 - Stok kontrolü sayılabilir.
- ii.** Yeniden Üretim: İşlevsel özelliklerinin tamamı ya da bir kısmını kaybetmiş olan ürünlerin çeşitli işlemlerle yeni ürün özelliklerine sahip olması süreci olarak tanımlanan yeniden üretim (Topoyan, 2005, s. 260), parçaların ve donanımın satış ya da üretim aşamasında kullanım amacıyla tamir edilmesi ya da yeniden işlenmesi faaliyetlerini kapsamaktadır (Yüksel ve Çelikoğlu, 2004).
- iii.** Yeniden Kullanım: Geri dönüşüm ve yeniden kullanım terimleri zaman zaman birbirlerinin yerine kullanılmakla birlikte, ikisi arasında farklılık söz konusudur (Peck, www.sfgate.com). Eğer malzeme az miktarda işlemle yeniden kullanılabiliriyorsa yeniden kullanım; malzeme fazla miktarda işlemeye ihtiyaç duyuyorsa geri dönüşüm kavramını kullanmak daha uygundur. Yeniden kullanım genellikle aynı işletmede yapılmaktayken, geri dönüşüm ise kullanılmış ürünleri satın alan ve onları üretiminde tekrar kullanılmak üzere hammadde haline dönüştüren ikinci bir işletmeyi de kapsamaktadır.

Çevreye duyarlı üretim hem firma stratejisinin bir parçası haline gelmeli, hem de işletmenin bütün fonksiyonel alanlarına ve faaliyetlerine entegre edilmelidir. Bu doğrultuda Akdeniz Ar'a göre (2011, s. 117-120) işletmelerin çevreye duyarlı üretim stratejileri aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Doğrudan çevre etkisinin azaltılması
- Yenilenebilir kaynaklar ve hammadde kullanımı
- Kaynak tasarrufu sağlayan ürünler ve ambalajlama
- Doğal kaynakların, habitatların ve tehlikedeki ürünlerin korunması
- Geri dönüştürülmüş içerik kullanımı
- Etkin enerjili ürünler yapmak

- Tüketici ve çevre güvenliğini en yüksek seviyeye çıkarmak
- Ürünleri daha dayanıklı yapmak
- Ürünleri ve ambalajları yeniden kullanılabilir yapmak
- Yeniden üretim, dönüşüm ve onarım için tasarım ürünleri
- Ürünleri güvenle atılabilir hale getirmek
- Ürün ve ambalajı biyolojik olarak parçalanır hale getirmek

İşletmeler açısından sürdürülebilirlik, üretim süreçleri söz konusu olduğunda çevre üzerindeki olumsuz etkileri öne çıkarmaktadır. Bu olumsuz etkiler çevre odaklı üretimde sera gazları, ozon tabakası, hava kalitesi, ormanların tahribatı, çölleşme, kuraklık, tarım, biyolojik çeşitlilik, zehirleyici kimyasallar, yenilenemeyen malzemeler, tehlikeli atık, atık miktarı ve su olarak sıralanan sürdürülebilirlik göstergeleri çerçevesinde ele alınmaktadır (Allwood, 2005). Bu göstergeler dikkate alındığında sürdürülebilir üretim, sera gazı salınımı olmadan, yenilenemeyen ve zehirli materyaller kullanılmadan yapılan bir üretim sürecini ifade etmektedir. Dolayısıyla çevre odaklı stratejilere göre, üretim sürecinde daha az malzeme ve enerji kullanılması gerekmektedir. Ayrıca girdi olarak kullanılan malzemelerde yenilenebilir olanların tercih edilmesi gerekmektedir. İstenmeyen çıktıların azaltılarak daha temiz üretim gerçekleştirilmesi ve çıktılarının geri dönüşüm ve benzeri teknikler kullanılarak tekrar girdi haline dönüştürerek üretimde kullanılması gerekmektedir. Son olarak, tüketim kültürünün bakış açısı olan “kullan-at yenisini al” yaklaşımından uzaklaşmakta, dayanıklı tüketim mallarının kiralanmasıyla, hizmet bedeli karşılığı ürün kullanımı tercih edilmektedir. Çevreye duyarlı üretim denildiğinde “eko-verimlilik”, “yaşam döngüsü analizi” ve “sıfır yayımlı fabrika” kavramlarının üzerinde durmak, çevreye duyarlı üretim stratejilerinin daha iyi anlaşılması bakımından önem taşımaktadır.

2.2.1.1 Eko-Verimlilik

Eko-verimlilik, ekonomik ve ekolojik verimliliğin bileşimi olarak görülmekte ve “daha azla daha fazla” olarak tanımlanmaktadır (Atalay, 2012, s. 6-7). Aynı zamanda ürün geliştirme ile ilintili olarak sağduyulu yaklaşım ve iyi bir iş uygulaması anlamını da taşımaktadır. Dünya Sürdürülebilir Kalkınma ve İş Konseyi’ne (WBCSD) göre, “daha az etkiyle daha çok değer yaratma”, “paralel ekonomik ve çevresel verimlilik” anlamına gelmektedir. Eko-verimlilik, üretimden kaynaklanan çevresel etkileri en aza indirerek atık oluşumunu kaynağında önleme üzerine temellenen ve sadece çevreye değil ekonomiye de yararı olan bir üretim stratejisi ve sürdürülebilir kalkınma aracıdır.

DeSimone ve Popof' a göre (2000'den aktaran Çakar, 2007, s. 86) işletmeler açısından eko verimlilik anlayışının hayata geçirilebilmesi için aşağıda yer alan yedi unsurun üzerinde dikkatle durulması gerekmektedir:

- Mal ve hizmetlerde kullanılan malzeme ve kullanımın yoğunluğu,
- Mal ve hizmet üretiminde kullanılan enerji yoğunluğu
- Mal ve hizmet üretiminde kullanılan hizmet yoğunluğu
- Toksik yayılım
- Malzeme geri dönüşüm oranı
- Yenilenebilir kaynak oranı
- Ürün dayanıklılığı

Yazarlar, eko-verimliliğin amaçlarını ise şöyle sıralamaktadır:

- Hammadde ve enerjiyi daha az kullanma
- Yeniden kullanım ve geri dönüşümü artırma
- Daha az atık oluşturma
- Tehlikeli atık miktarını azaltma.

2.2.1.2 Yaşam Döngüsü Analizi

Yaşam Döngüsü Analizi (Life Cycle Assessment, LCA) günümüzde birçok kuruluş tarafından işletmenin çevresel performansını geliştirme amacıyla uygulanan çevreye duyarlı üretim, kirlilik önleme ve çevre yönetim sistemleriyle ilişkili en önemli tekniktir (Çokaygil ve Banar, 2005, s.2). Yaşam Döngüsü Analizi bir eylemin çevresel tüm boyutlarını, hammaddenin doğadan elde edilışinden başlayarak tüm atıkların doğaya tekrar dönüşüne kadar gerçekleşen süreci değerlendiren bir sistemdir. Yaşam döngüsü analizi, bir ürünün veya üretim sisteminin hammadde aşamasındaki üretimi, kullanımı ve yeni bir ürün elde edilirken çevreye ve doğal kaynakların kullanımına yönelik etkilerini modelleyen sistematik bir yaklaşım olarak nitelendirilmektedir (Balpetek vd., 2012, s. 37-38). Bu nedenden dolayı sürdürülebilir kalkınma için önemli bir yere sahiptir. Elde edilen ürünün çevresel etkilerinin detaylı bir şekilde ortaya çıkmasına yardımcı olan sistematik bir yaklaşımdır.

Yaşam Döngüsü Analizi ilk olarak, katı atık üretimi ve yok edilmesi gibi konuların analizi için 1980'li yıllarda teknik bir yöntem olarak gündeme gelmiştir (Balpetek vd., 2012, s. 40). Bu analiz, 1992 yılında gerçekleştirilen Birleşmiş Milletler Dünya Toplantısı'nda "çevre yönetim sistemlerinde kullanılmakta olan yöntemlerden en yaygın olanı" olarak nitelendirilmiştir. 1996 yılında ISO standartları içinde 14040-14041-14042-14043 serisinde kapsamı belirtilmiştir. 2000 yılında ise Çevresel Toksikoloji ve Kimya Birliği (SETAC) ve

Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP, 2008), dünya genelinde en iyi yaşam döngüsü analizi (LCA) uygulamasını gerçekleştirmek için biraraya gelmiş ve çalışmalar sonucu, Yaşam Döngüsü Analizi'nin dört aşaması belirlenmiş ve geliştirilmiştir. Bu aşamalar şunlardır:

- Hedef ve kapsam tanımı: Yaşam Döngüsü Analizi'nin gerçekleştirileceği sistemin sınırları bu aşama içerisinde belirlenmekte ve çalışmanın kapsamı ortaya konulmaktadır.
- Envanter Analizi: Söz konusu ürünün ham verilerinin toplandığı ve analiz edildiği aşamadır. Ürünün yaşam döngüsü boyunca girdiler (hammadde, su, enerji vb.) ile kullanım sonrası oluşan çıktılar (emisyon, yan ürün, atık vb.) ortaya koyulduğu bölümdür.
- Etki analizleri: Bu aşamada envanter analizi sonucu ortaya çıkan verilerin kullanılması ile hedef ve kapsam tanımı olan birinci aşamada tanımlanan çevresel etki kategorilerine göre çevresel etkiler belirlenmekte ve tartışılmaktadır.
- Yorum: Bu aşamada ise analizi yapılan ürünün çevresel etkileri değerlendirilerek, bu etkilere neden olan faktörler ortaya çıkarılmaktadır.

Yaşam döngüsü analizi, bir ürünü hammadde aşamasında alır ve işe yaradığı sürenin sonunda onun imha edilmesine kadar geçen sürede çevreye yaptığı etkiyi analiz eder (Esty ve Winston, 2008, s. 224). Çevre konusunda firmaların otoportrelerini çıkarmalarında ve verdikleri zararları azaltmanın yollarını bulmalarında kullandıkları en önemli araçlardan biridir. İyi bir yaşam döngüsü değerlendirmesi, kaynak kullanımını azaltmanın yollarını gösterebilir ve değer zinciri boyunca maliyetlerin düşürülmesine yardımcı olabilir. Yaşam döngüsü analizi birçok amaç için kullanılmakla birlikte, bunlardan en önemlileri ürün geliştirme, maliyet azaltımı, karar verme, çevresel zorunluluk ve müşteri istekleridir.

2.2.1.3 Sıfır Yayımlı Fabrika

Sürdürülebilir endüstriler, sürdürülebilir kalkınma yolunda önemli rol oynayacaklardır (Kane, 1997, s.191 aktaran Nemli 2000 s.169). Endüstrilerin çoğu, üretim süreçlerinde kullandıkları tüm kimyasal maddeleri atık olarak boşaltmak yerine, yeniden kullanmak ve dönüştürmek durumunda kalmaktadırlar. Sürdürülebilir endüstrilere ulaşabilmek için malzemelerin günümüzdekine oranla daha fazla bir kısmının geri kazanımdan elde edilmesi gerekmektedir, çünkü geri kazanılmış malzemelerin işlenmesi, yeni malzemelere göre daha az enerji gerektirir. Bu çerçevede yeni bir olgu olarak ‘sıfır yayımlı fabrika’ kavramı ortaya çıkmaktadır. Sıfır yayımlı fabrikalar, sürdürülebilir sanayinin gelecekte var olacak baş yapıtı

olarak nitelendirilmektedir. Bu fabrika projeleri, kirliliği ve kirliliği temizleme maliyetlerini yok ederken, üretim maliyetlerini de azaltmaları nedeniyle çok ilgi çeken bir araştırma konusu haline gelmektedirler.

Sıfır yayımlı fabrikanın ana fikri, üretimin tüm girdi faktörlerini nasıl kullanabileceği sorusuna dayanmaktadır. Örneğin, insan sağlığına ve ekosisteme verecekleri olası zararlar nedeniyle ağır metallerin geri kazanılması büyük önem taşımaktadır.

Örnek olarak, AT&T, hammadde ve malzemelerin fabrikayı sadece bitmiş ürün ya da tehlikesiz atık olarak terk ettiği bir kapalı devre üretim sistemi tasarlamaktadır (Newman, 1992, s.214). Danimarka'da Kalunborg endüstriyel kasabasında çevre dostu endüstriyel ekosistemlerin çok başarılı bir örneği bulunmaktadır (Gertler, Ehrenfeld, 1996, s.48). Burada, bir çimento fabrikası, bir alçıtaşı levha imalatçısı, çiçek üreten birkaç sera, bir atık işletme tesisi ve köye ısı sağlayan bir buhar tesisi birarada çalışmakta ve birbirlerinin atıklarını ve yan ürünlerini hammadde olarak kullanmaktadırlar.

2.2.2 Çevreye Duyarlı Pazarlama

İşletmelerde pazarlamanın fonksiyonu, toplumun istek ve ihtiyaçlarına uygun malların üretilmesini sağlama, üretilen malları satın almaya hazır kılma, satın alma isteği yaratarak topluma yararlı olma ve topluma belirli bir yaşam düzeyi kazandırmaktır (Özkaya, 2010, s. 250-251). Toplumsal pazarlama ise tüketiciden gelen talepleri karşılama ve tüketiciyi memnun etmeye yönelik faaliyetlerin bütünüdür. Toplumsal pazarlama, müşteri memnuniyetinin yanı sıra toplumun ilgi ve ihtiyaçlarını göz önünde bulundurmaktır. Tüketiciyi tatmin etme aşaması ise sosyal sorumluluk anlayışını gerektirir ve bu durum pazarlamanın tüketiciyi koruması ve bilinçlendirmesi gereğiyle ilişkilendirilebilir. Sosyal sorumluluk aracılığıyla pazarlamacılar tüketicileri kazanmaya çalışmaktadır. Bu sebeple pazarlamacılar kar anlayışlarında tüketici lehine değişiklik yapmak durumundadırlar. Zaten çevreye duyarlı pazarlamanın ortaya çıkışı da toplumsal pazarlamadan kaynaklanmaktadır (Akdeniz Ar, 2011, s. 38).

Çevreye duyarlı pazarlama düşüncesine göre işletmeler, pazarlama stratejilerini oluştururken ekolojik faktörleri de göz önünde bulundurmalıdır. Bu nedenle toplum ve fiziki çevreye dair değişimler ve gelişimler, tüketicilerin artan farkındalığı ve bilgiye daha kolay erişebilmeleri gibi nedenler işletmeleri, çevre ve pazar kurallarıyla ilgili yenilik yapmaya yönlendirmiştir. Özellikle son çeyrek asırda, işletmeler pazarlamaya yönelik, kendileri için devrim denebilecek yenilikler yapmışlardır. Peattie (2001, s. 129, 146) bu değişimi, pazarlama disiplini üzerine oldukça farklı etkileri olan üç farklı evrede açıklamakta; bunlardan ilki olarak ekolojik pazarlamanın altını çizmektedir. Ekolojik pazarlama, genel

olarak zararlı olduğu düşünölen bazı ürünler üzerindeki bağımlılığı azaltmaya çalışan bir sistemdir. İkinci olarak çevresel pazarlama sayılmaktadır. Buna göre, yeşil tüketici talebini ve rekabet avantajını kullanarak çevresel hasarı azaltmak ve bunu daha kapsamlı bir şekilde yapmak söz konusudur. Üçüncü ve son evre ise sürdürülebilir pazarlamadır. Bu evrede pazara ve pazarlamaya çok daha radikal bir yaklaşım söz konusudur. Sürdürülebilir bir ekonomi yaratmak adına üretim, tüketim ve tüm çevresel faaliyetlerin maliyetlerini karşılamaya yönelik bir uygulamadır.

2.2.2.1 Çevreye Duyarlı Ürün Tasarımı (Eko-Tasarım)

Eko-tasarım, Çevre Yönetim ve Denetleme Sistemi (EMAS) ve Yeşil Kamu Alımları Eylem Planı'nda öne çıkan girişimlerdir (CPS, 2012, s. 15), çünkü günümüzde, basit bir işletme faaliyeti olmaktan çıkan tasarım, inovasyon aşamasındaki pek çok ülke ve işletme için daha yüksek rekabet gücüne erişmek adına stratejik bir araca dönüşmüştür. Bu nedenle kirliliği önleme teknolojilerinin uygulanması, mevcut üretim süreçlerinde ve ürün tasarımlarında değişimler yapılmasını gerektirmektedir (Üstünay, 2008, s. 93). Eko-tasarımın temel yapısını enerji, malzeme, ambalaj, nakliyeden tasarruf ve depolamayla ilgili hususlar oluşturmaktadır (Selamet, 2012, s. 126-128). Eko-tasarım, alternatif sistemler, teknolojiler ve üretim stratejileri geliştirerek ürünlerin enerji ve çevre performanslarını artırmayı ve böylelikle tüketici tercihlerini etkilemeyi amaçlamaktadır. Eko tasarım “sürdürülebilir dünya için endüstriyel ürün tasarımı” olarak tanımlanmakla birlikte, son zamanlarda sürdürülebilir tasarım prensipleri diğer tasarım alanlarına da yansıtılmaktadır (Yiğit, 2014, s. 255). Endüstriyel tasarım, iç mimarlık, ürün tasarımı ve grafik tasarımı alanlarının yanında mimari, şehir planlama ve mühendislik gibi alanlarda da sürdürülebilirlik ilkeleri görölmektedir.

Bir ürün pazara sürüldüğünde, ürünün yapısında bulunan hammaddeler, kullanım ömrü, enerji kullanımı ve atık haline gelmesi, ürün pazara sunulduğunda artık kontrol edilemeyecek unsurlardır. Fakat bu unsurlar üretimden önce, tasarım aşamasında planlanabilmektedir (Gray ve Bebbington, 2005, s. 3). Proaktif bir yönetim anlayışı esasen bunu gerektirmektedir. Nitekim tüm bu unsurlar sürdürülebilirliğin sınırları içindedir. Bir üründen beklenen yalnızca işlevsellik ve estetikle sınırlı olmadığı için eko-tasarım, ürünü işlevsel bütünlüğü içinde düşünmek anlamı da taşımaktadır. Bir ürün tasarlanırken sadece form geliştirmek değil, aynı zamanda çevresel sürdürülebilirlik adına üretim sürecini ve tüketicideki davranış alışkanlıklarını da değiştirmek amaçlanmaktadır.

2.2.2.2 Çevreye Duyarlı Dağıtım ve Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi

Koban ve Yıldırım Keser'e göre (2007, s. 43) dağıtım, müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere her türlü ürün, hizmet ve bilgi akışının, hammaddenin başlangıç noktasından, ürünün tüketildiği son noktaya kadar olan tedarik zinciri içindeki envanterin, etkin, verimli ve en az maliyetli olacak şekilde akış ve depolanmasının sağlanması, kontrol altına alınması ve planlanması sürecidir.

Dağıtım aynı zamanda değer zinciri içerisindeki tüm materyallerin başlangıçtan sona kadar olan hareketlerinin yönetimidir (Akdeniz Ar, 2011, s. 161). Dağıtımdan sorumlu birçok işletme yöneticisi, gün geçtikçe artan çevreye duyarlılığının farkına varmakta ve rekabet avantajının da çevreyle ilgili faktörlerle yakın ilişkisi olduğu fikrini taşımaktadır, çünkü Uydacı'ya göre (2011, s. 215) tüketiciler tarafından benimsenen çevre koruma anlayışı, üretici işletmelerin yeni dağıtım politikaları oluşturmalarını gerektirmektedir.

Dağıtım ve taşıma ağları yeşil tedarik zincirini etkileyen önemli bir faaliyettir (Sarkis, 2003, s. 399). Çevreye duyarlı dağıtımda, dağıtım noktalarının ve kullanılacak taşıma türünün belirlenmesi, kontrol sistemleri, tam zamanında üretim ve dağıtım politikalarının hem ileriye doğru hem de geriye lojistik ağlarını etkilediği görülmektedir. Taşıyan aracın kullandığı yakıt, taşıma sıklığı, müşterilere olan mesafe, paketleme karakteri (ağırlığı, şekli, malzemesi) de yeşil dağıtım performansını etkileyen faktörlerdendir. Dolayısıyla çevrenin korunması için dağıtım politikası ile ilgili önlemler alınması gerekmektedir (Emgin ve Türk, 2004). Bu önlemler arasında, ürün dağıtımının daha az yakıt sarf edilerek yapılması için gerekli tedbirlerin alınması, satış noktalarının müşterilerin daha az zaman ve yakıt tüketeceği biçimde tasarlanması sayılabilir.

Dağıtımda hedeflenen ilk şey çevre maliyetlerini en aza indirmektir (Polonsky ve Rosenberg, 2001, s. 25). İşletmeler dağıtım maliyetlerini düşürmek için gerek hammadde kullanımını gerekse ambalaj kullanımını iyileştirmeye çalışmaktadır. Böylece daha az yük taşımayla daha az enerji ve hammadde kullanılmış olmaktadır. Bazı sektörlerde ise dağıtım politikası geri dönüşüm kavramı üzerine kurulmuştur. Bu nedenle satın alma ve kullanma süreçlerinin sonunda ürünlerin ve ürün ambalajlarının geri dönüşümünü sağlayacak bir sisteme ihtiyaç duyulmaktadır.

Yeşil tedarik zinciri yönetimi, dağıtımın çevreye zarar vermeden planlanmasıdır (Kardeş, 2011, s. 166). İşletmeler bir ürünü pazara sürerken, ürünün kendisi kadar dağıtıma öncelik göstermeseler de çevrenin korunmasına büyük katkıda bulunan unsurlardan biridir. Çevreye duyarlı işletmeciliğin dağıtım ayağında son zamanlarda yeşil tedarik zinciri kavramı öne çıkmaktadır. İşletmeler Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi'nde çevresel yönetim sistemlerine odaklanarak, çevresel performanslarını geliştirmede ve kendileri ve müşterileri için değer

yaratmak adına tedarikçilerine güvenmektedirler. Genellikle en yaygın Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi uygulamaları tedarikçilerin ürünlerinin çevresel kalitesinin ölçülmesi ve atık sistemleri maliyetinin belli bir sınırın altında tutulması gereken durumlarda çevresel performanslarının değerlendirilmesinden ibarettir.

Çevresel Yönetim Sistemi ve Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi uygulamaları arasındaki ilişkinin, işletmenin çevresel performansı için tamamlayıcı ve önemli bazı etkileri vardır (Iralda vd., 2009, s. 1446), çünkü bu ikisi birarada ve sinerjik bir biçimde uygulandıkları takdirde, işletmenin sürdürülebilirliği tanımlaması ve uygulaması için daha kapsamlı bir araç sunmaktadır.

2.2.2.3 Çevreye Duyarlı Tutundurma

Mucuk'a göre (2001, s. 9) bir işletmenin ekonomik işlevlerini yerine getirerek tüketicilerin taleplerini karşılaması, o işletmeye itibar kazandırmakla birlikte, işletmenin toplumun ahlak kurallarına uyması, sosyo-kültürel çevre için yardım ve destek sağlaması nedeniyle işletmenin toplumda kabul görmesini de sağlamaktadır. Bu durum, işletmelerin kurumsal varlıklarını sürdürebilmeleri açısından son derece önemlidir. Özellikle son yıllarda kamuoyundaki çevre sorunlarına yönelik hassasiyet, işletmeleri çevre ile ilgili imajlarını güçlendirmeye zorlamakta, işletmeler de bunu başarabilmek adına, başta reklam olmak üzere, iletişim ve tutundurma faaliyetlerinde çevreci iddialara yer vermektedir (Alnıaçık vd., 2010, s. 88).

Özellikle geçtiğimiz son yirmi yılda sosyal sorumluluk anlayışının revaçta olması, artan rekabet karşısında reklam faaliyetlerinde de sosyal sorumluluk unsurlarını dikkate alarak hareket etmeyi gerektirmektedir (Özkaya, 2010, s. 254-255). Reklam, işletmelerin pazarlama iletişimi aracı ve kısa zamanda geniş kitlelere ulaşmalarının en etkin yolu ve insanların sosyal, kültürel ve psikolojik yaşantılarında etkileyici bir rol üstlendiği için sosyal sorumluluk çerçevesinde düşünülmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda bir ürünün ya da hizmetin çevre dostu olduğunun vurgulandığı yeşil reklamlarda yeşil renk, doğa, ekolojik bir etiket/ambalaj, çevre dostu bir söylem, çevre dostu yenilenebilir ham madde kullanımı, üretim süreçlerinde çevre dostu bir sürecin izlenmesi gibi unsurlar kullanılabilir (Elden, 2009, s. 575).

Reklam ve diğer tutundurma faaliyetleri aracılığıyla çevre dostu ürünlere dikkat çekilmeye çalışılmaktadır. Bununla birlikte yapılan bazı araştırmalar, yeşil ürünleri satın almaya eğilimi olan tüketicilerin reklamlara şüpheyle yaklaştığını ve marka bağımlılığının da düşük olduğunu göstermektedir (Zinkhan ve Carlson, 1995, s. 5). Dolayısıyla yeşil tüketiciyi hedef alan pazarlamacılar, pazarlama faaliyetlerine şüpheyle yaklaşan, reklamlarda verilmek istenen mesajlara yüzde yüz inanmayan ve işletmelere güvenmeyen bir kitleyle karşıyadırlar.

Yeşil tüketiciler pazarlama yöneticileri için ikna edilmesi zor bir hedef kitle oluşturmaktadır. Bu konuda geleneksel tutundurma anlayışından ziyade çok daha farklı yöntemlerle ve duyarlılık temalı tutundurma faaliyetleri ve onların içerikleri uygulanmalıdır.

2.2.2.4 Çevreye Duyarlı Fiyatlandırma

Çevreye duyarlı işletmecilik anlayışında önemli problemlerden biri de, bu anlayış çerçevesinde ürünlerin fiyatının nasıl belirlenmesi gerektiğidir (Aytekin, 2007, s. 11). İşletmenin, çevre dostu bir ürünü maliyet tasarrufundan kaynaklanan daha düşük bir fiyatla pazara sunması tüketicileri çevre dostu ürünü satın almaya teşvik edecektir, çünkü ürüne olan talep fiyata duyarlıdır ve yeşil bir ürüne biçilen uygun bir fiyat işletme için daha başarılı bir strateji olacaktır. Fiyat aynı seviyede tutulduğu zaman ürünün çevreyle ilgili olumlu özellikleri bir rekabet avantajı unsuru olmakla birlikte, ürünün fiyatının daha yüksek olduğu durumda, hem tutundurma faaliyetlerine önem verilmeli, hem de ürün için fazladan para ödemeye istekli yeşil tüketiciler var olmalıdır.

2.2.3 Çevreye Duyarlı İnsan Kaynakları Yönetimi

Çevre yönetim sisteminin etkili bir biçimde işleminde, çevre politikası ve programlarının başarıyla uygulanabilmesinde insan kaynakları yönetiminin önemli bir yeri vardır (Nemli, 2001, s. 179-181). İşletme kültürü içerisinde ekolojik çevreye duyarlı özelliklerin yer alması ve bunun işletme kültürünün bir parçası olarak benimsenmesi için insan kaynakları uygulamalarında bazı değişiklikler gerekmektedir.

İnsan kaynakları yönetiminin, çevre yönetimi alanında dört temel konuda ön plana çıktığı görülmektedir. Bunlardan ilki, işletmenin çevreye duyarlı olduğunu belli eden bir vizyon sahibi olması ve bu vizyonu, çevreye duyarlı politika ve amaçların takip etmesidir. İkinci olarak ise, personelde gerekli yeteneklerin geliştirilebilmesi için eğitim verilmesidir, çünkü insan kaynaklarında işletmenin çevreye duyarlı uygulamalarına yönelik bilgi ve anlayış eksikliği, işletmede başka inovasyonların yapılmasını engelleyebilmektedir (Yiğit, 2014, s. 255). Üçüncü konu ise, işletmelerin çevre yönetimi programlarının başarı sağlayabilmesi için uygulamaların herkesi kapsaması ve her çalışanın değişim süreci içerisinde bir rol almasıdır. Son aşamada da, çevreyle ilgili hedeflere bağlılığın sağlanması ve çalışanların motivasyonunu arttırmak amacı ile ödül mekanizmalarının kullanılmasıdır.

2.2.4 Çevreye Duyarlı Muhasebe ve Finansman

Çevreye duyarlı muhasebe, bir işletmenin tüm faaliyetlerinin çevreci olarak sınıflandırılması, envanterinin tutulması, envanterdeki değişimlerin izlenmesi, bu değişimlerin

parasal ve/veya fiziksel boyutlarının ortaya konulması ve bunun işletme bilançosuyla bütünleştirilip işletmenin gerçek karlılığının ortaya konulması yönündeki düzenlemelerdir (TÜSİAD, 2005, s. 25). Ekonomi ve çevre arasındaki ilişkiyi açıklığa kavuşturmak amacı ile çevrenin durumu ve gelişimi hakkında makro seviyede bilgi üretilmesi, çevre muhasebesinin kapsamına girmektedir (Altınbay, 2007, s. 3). Çevre muhasebesi, finansal raporlama ve işletme içi ve işletme dışı çevre faktörlerinin de dikkatle uygulanmasını içermektedir.

İşlem muhasebesi perspektifinden yaklaşıldığında ise, çevre muhasebesi, çevresel olaylarla ilgili mali niteliği olan bilgilerin izlenmesi, kaydedilmesi ve raporlanması için kullanılan bir muhasebe çeşididir (Haftacı ve Soylu, 2008, s. 94, 109). Genel anlamda çevre muhasebesi, çevre ve ekonomi arasındaki etkileşim sonucunda çevrede oluşan niteliksel ve niceliksel olumsuzlukların belirlenmesi, belirlenen bu olumsuzlukların fiziksel ve parasal değerlerinin hesaplanarak izlenmesi üzerinde durur. Çevre muhasebesi işlem muhasebesi içinde yer alan ve türsel muhasebeler içinde düşünülebilecek olan bir muhasebe türü olup, çevrenin artan önemi nedeniyle muhasebe sistemi içerisindeki çevresel faaliyet ve maliyetlerinin belirlenebilmesi ve raporlanmasını amaçlayan bir muhasebedir. Çevreci muhasebe, özellikle büyük işletmelerin yönetiminde giderek daha çok yer bulan çevre yönetim sisteminin bir alt sistemi veya çevre yönetim sistemini geliştirmede iyi bir başlangıç noktası olarak görülmektedir.

Çevresel maliyetlerin ve performansın işletme kararlarında ve uygulamalarında bir başvuru aracı olarak değerlendirilen (Kırılıoğlu ve Fidan, 2011, s. 3) çevresel muhasebenin altı boyutu vardır (TÜSİAD, 2005):

- Uygunluk,
- Güvenilirlik,
- Anlaşılabilirlik,
- Karşılaştırılabilirlik,
- Doğrulanabilirlik,
- Süreklilik.

Çevre muhasebesinde çalışmalar ise şu noktalarda yoğunlaşmaktadır (Altuğ, 2008, s. 273-274):

- Çevresel sorumlulukların muhasebe sistemleri ile bütünleştirilmesi,
- Çevre etken ve koşullarının belirlenmesi, bunların olumsuz etkilerinin giderilmesine yönelik muhasebenin katkısının sağlanması,
- Çevresel sorunların giderilmesine dönük maliyet analizleri yapılması.

Çevre muhasebesi ile ilgili tanımlanan finansal bilgilere göre bütün çevresel sorumlulukları işletmelerin uygulayabileceği şekilde düzenlemek ve belli bir hesap altında izlemek gerekmektedir. Çevresel olarak işletmelerin hangi girişimlerde buldukları ve bu girişimler için yapılan harcamaların muhasebeleştirilmesi gerekmektedir. İşletmeler çevresel muhasebeyi (TÜSİAD, 2005, s. 28) aşağıdaki amaçlarla kullanmaktadır:

- i. Kurumun imajını geliştirmek ve toplumlarda yükselen çevre hareketlerine cevap verebilmek,
- ii. Yürürlükte bulunan ve yürürlüğe konulması düşünülen çevre mevzuatına uyum sağlamak,
- iii. Pazar payı ve rekabet gücünü artırmak,
- iv. Birçok farklı paydaş grubuyla olan iletişime katkı sağlamak, bu anlamda, çevrede yaşayan halk, yerel yönetim ve diğer kuruluşlardan emisyon, koku, gürültü gibi konularda alınan şikayet ve uyarıları değerlendirmek,
- v. Yönetimsel riskleri azaltmak,
- vi. Çevreci performans ve halk sağlığına yönelik iyileştirmeler yapmak,
- vii. Kullanılan kaynaklar ve işletme maliyetlerinden sağlayacağı tasarruflar ve sonrasında finansal performansı arttırmak,
- viii. Daha makul değerlerle sigortalanma imkanı sağlamak ve
- ix. Yatırımları çevre dostu faaliyetlere yönleltmek.

2.2.5 Çevreye Duyarlı Rekabet

Günümüzde pek çok işletmenin çevre yönetim sistemini oluşturmasının temel sebebi, sanayileşme ve artan çevre kirliliği ile mücadele isteğidir (Tekin ve Çiçek, 2005, s. 64). Gorz'a göre (1978'den aktaran Duru, 2006, s. 46) geniş çaptaki kitlesel üretimi sürdürmek için, türlü propaganda araçlarıyla tüketim toplumunun güçlendirilmesi sonucu, dünya çapında fiziksel sınırların sonuna gelinmiş ve küresel çapta ekolojik kriz baş göstermiştir. "Tüketici üretim" doğal sınırlarına ulaştığında, yani hammadde ve doğal kaynaklar bitme noktasına geldiğinde küresel bir ekonomik kriz kendini gösterir. Bu noktada ekonomik ve ekolojik sorunların ne derece etkileşim içerisinde olduğu açıkça görülmektedir. Dolayısıyla çevreye duyarlı işletmecilik anlayışının benimsenmesi işletmelerin kurumsal varlıklarını sürdürebilmeleri için bir zorunluluk olmaktadır. İşletmeler bu doğrultuda çevre politikalarını belirlemekte, bu politikalar doğrultusunda sistemi ve yönetim şekillerini değiştirip, eksiklerini gidermekte ve çevreyi korumaya yönelik programları uygulayıp iyileşme ve sürekliliği sağlamaktadırlar. Aynı zamanda toplumun çevre konusunda giderek daha hassas hale gelmesi nedeniyle çevreye duyarlı ürünlere öncelik vermekte ve rakiplerine oranla daha fazla kar

sağlamaktadırlar. Bu sonuç diğer işletmeleri çevre konusunda yapabilecekleri her şeyi yapmaya ve bu konu üzerinde çalışmalarını desteklemeye yöneltmektedir.

İşletmelerin, tüketicilerin çevre ile ilgili endişelerinden faydalanarak rekabet üstünlüğü elde edebilmeleri için, önce değer yaratmaları, daha sonra da müşterileri, tedarikçileri ve diğer ekonomik araçları ele geçirmeleri gerekmektedir (Altuğ, 2008, s. 270). Fakat bunu başarabilmeleri, endüstrinin yapısına, ülkenin yasalarına ve yöneticilerin rekabetin doğasını belirleyebilmedeki yaratıcılıklarına bağlıdır. Dolayısıyla işletmeler çevresel faktörlere duyarlı olup, firmalarını bu faktörlere göre yeniden şekillendirdiklerinde rakiplerine göre bazı üstünlükler elde etmektedirler. En başta piyasa ile iyi ilişkiler kurup müşterilerin gözünde olumlu bir imaja sahip olmaktadır. Haksız rekabete girişmeyip yalnızca toplumun sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan gelişmesine katkıda bulunmayı amaçlamaktadırlar.

Lash ve Wellington'a göre (2007, s. 96) bir işletme kendi sektörü içinde, yeşil ürün stratejileri izleyerek rekabet üstünlüğü elde edebilir, çünkü işletme çevreye duyarlı stratejiler ile performansını yükselttiğinde, pazar payını arttırmakta ve maliyetlerini düşürmektedir. Bunun yanında bir işletme en iyi yeşil teknoloji ile endüstri standardı oluşturabilir ve rekabet üstünlüğü elde edebilir (Barrett, 1991, s. 4). İşletmenin genel çevresi belirsiz ise, işletme genellikle daha proaktif, daha fazla risk alan ve daha yenilikçi stratejiler uygulamaktadır (Benn vd., 2004, s. 27). İşletmenin yenilikçi teknolojileri de proaktif yaklaşımı desteklemektedir. İşletmenin çevresinin karmaşık olduğu durumlarda, proaktif çevre stratejisi geliştirmek zor olsa da, bunun başarıldığı durumlarda işletmenin rekabet üstünlüğü sağlanması mümkün olmaktadır.

Bir işletme kirlilik önleme yeteneği sayesinde proaktif olarak maliyetlerini düşürüp rekabet üstünlüğü sağlar (Türk ve Bekiş, 2011, s. 66). Ayrıca ürün yönetimi yeteneği ile işletmenin ürünlerinin kullanım maliyetlerini düşürür. Son olarak ürün yönetimi yeteneği ile rekabeti önleyerek rekabet üstünlüğü sağlar. Sonuç olarak yeşil işletmecilik anlayışı sayesinde, işletme sürdürülebilir rekabet üstünlüğü elde etme, paydaşlar ile bütünleşme, yüksek mertebede öğrenme ve sürekli teknolojik yenilik yapabilme yetenekleri geliştirebilmektedir.

Sanjay ve Starik'e göre (2004) sürdürülebilir gelişme rekabet açısından, işletmenin büyümesi ve gelişmesi için çevreye olan etkilerinin en aza indirilmesidir. İşletme bu stratejik yetenek sayesinde, gelecek pozisyonunu garanti altına alarak rekabet üstünlüğü sağlamaktadır. Rekabet üstünlüğü sağlamak için sürdürülen diğer faaliyetler, israf önleme, yeşil ürün geliştirme ve yeşil teknolojiler geliştirme üzerine odaklanmaktadır. İşletme tüm bu faaliyetleri gerçekleştirebilecek yeteneği sağlamak için sürekli ilerlemeli ve yenilikler yapmalıdır.

2.3 Çevreye Duyarlı İşletmecilik Uygulamalarının Rekabet Üstünlüğüne Etkileri Üzerine Görgül Çalışmalar

Nemli'nin (2000) "Çevreye Duyarlı İşletmecilik ve Türk Sanayiinde Çevre Yönetim Sistemi Uygulamaları" adlı çalışmasında, "yönetim düşüncesi"nin tarihsel gelişiminde çevrenin yerini, küresel çevresel sorunları ve küresel ve yerel düzeyde çevre bilincinin gelişimini ve sürdürülebilir kalkınma anlayışı çerçevesinde işletmelerin rolünü incelemektedir. Ayrıca işletme stratejilerinin belirlenmesinde çevrenin önemi ve bu stratejilerin işletmelere rekabet avantajı sağladığı fikri vurgulanmıştır. Çalışmanın alan araştırması kapsamında Türk Sanayiindeki ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi uygulamalarını incelemiştir. Bu çerçevede önce araştırmaya katılan kuruluşların çevre yönetim sistemlerinin kuruluş ve işleyişi, çevre dostu üretim, pazarlama ve muhasebe uygulamaları, çevre yönetim sisteminin kalite güvence sistemi ve iş güvenliği sistemi ile ilişkisi konularındaki yaklaşımları değerlendirilmiştir. Sonuç olarak çevresel performanslarını sürekli iyileştiren ve çevresel stratejileri, genel işletme stratejilerinin önceliklerinden biri haline getiren işletmelerin rekabet avantajı kazandığı ortaya konmuştur.

KPMG (www.kpmg.com.tr) adlı danışmanlık şirketinin 2001 yılında yaptığı araştırmaya göre, dünyanın en büyük 250 çokuluslu işletmesinin % 45'i kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili raporlar hazırlamıştır. Eski ekonomik anlayıştaki, maksimum kâr, verimlilik, rekabet gibi yapıtaşlarının yerini, çevre beklentilerine uyum, dürüstlük, şeffaflık ve sorumluluk almıştır. 21.yy'da dünyadaki gelişmelere bakıldığında, kurumsal sosyal sorumluluk, en büyüğünden en küçüğüne, bütün işletmelerin örgütsel faaliyet listesine girmiş durumdadır, çünkü vizyonu olan, çevre ve sosyal konulara yatırım yapan işletmeler için sosyal sorumluluk büyük önem taşımaktadır. Nihayetinde sosyal sorumluluk, iş dünyası tarafından, hızla küreselleşen ekonomide rekabet avantajı yakalamanın, yabancı yatırımcıyı çekmenin bir yolu olarak görülmektedir. Başarılı işletmeler, yalnızca ürün ve hizmetleriyle değil, aynı zamanda topluma yaptıkları katkılarla da fark yaratmakta ve toplumsal saygınlık kazanarak kurumlarının değerini arttırmaktadır.

"An Analysis of Environmentally Conscious Practices in Turkish Companies" başlıklı görgül çalışmada Özer (2009), Türk işletmelerinde çevreye duyarlı yönetim anlayışının ve uygulamalarının değişik faktörlere göre nasıl etkilendiğini, istatistiki verilere dayanarak açıklamaktadır. İşletmelerin çevresel bilincini ölçmek amacıyla yapılan 519 katılımcının olduğu bu çalışmada toplam 34 soruluk bir anket uygulanmıştır. Yapılan anket çalışması sonucunda, çevreyi kirleten potansiyel tedarik zinciri süreçlerine yönelik önlem alındığı, çevre yönetimini destekleyen faktörlerin, farklılaştırmaya dayalı rekabet anlayışının ön planda tutulduğu ve müşterilerin farkındalık seviyesinin yüksek olduğu durumlarda,

çevreye duyarlı uygulamaların farkındalık seviyesinin de olumlu yönde arttığı sonucuna varılmıştır.

Iralda vd. (2009) “Is An Environmental Management System Able to Influence Environmental and Competitive Performance? The Case of the Eco-Management and Audit Scheme (EMAS) in the European Union” başlıklı çalışmalarında çevresel yönetim sistemlerinin işletmelerin çevre ve rekabet performanslarını etkileyip etkilemediğini sorgulamışlar, EMAS sistemini ele almışlardır. Araştırmacıların yürüttüğü ekonometrik analiz, iyi bir şekilde tasarlanmış çevresel yönetim sistemlerinin çevresel performans ve beraberinde teknik ve işletme inovasyonu üzerindeki olumlu etkisini göstermiştir. Fakat aynı sistemin işletmenin pazar performansı, kaynak üretimi ve diğer rekabet üstünlüğü kazanabileceği değişkenler üzerinde çok güçlü bir etkisinin olmadığı ortaya konulmuştur.

Proaktif çevre yönetimi konusunu, uygulamalı çalışmalara kavramsal bir çerçeve sunmak amacıyla rekabetçi üstünlük elde etmede proaktif çevre yönetimi yaklaşımı bağlamında ele alan Türk ve Bekiş (2011), “İşletmelerde Rekabetçi Üstünlük Elde Etmede Önleyici (Proaktif) Çevre Yönetimi Yaklaşımı”nı kavramsal olarak incelemiştir. Sonuç olarak proaktif çevre yönetimi stratejilerinin işletmelerce uygulanmasının kolay bir iş olmadığını, bu stratejilerin başarılı bir şekilde uygulanması için tepe yönetiminin desteğinin ve tüm örgüt çalışanlarının katılımının gerekli olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca, proaktif yaklaşımın geliştirilmesinde işletmeler, hükümet, devletin resmi kurumları, üniversiteler ve sektörün ileri gelen kuruluşlarının işbirliği içinde olması gerektiğini vurgulamışlardır.

Şadiye İlkus (2012) “Rekabet Üstünlüğünün Sürdürülebilirliğinde Yeşil Rekabet Stratejilerinin Rolü” başlıklı çalışmada işletmelerin rekabet üstünlüklerinin sürdürülebilirliğinde yeşil stratejilerinin rolünü ortaya koymayı amaçlamış; bu amaçla beyaz eşya sektöründe İSO 500 sıralamasında yer alan işletmeleri, yeşil stratejilerinin, sürdürülebilir rekabet üstünlüğü yakalamasına yardımcı olacak yetenekler geliştirmelerine katkısı olup olmadığı bağlamında incelemiştir. Ayrıca işletmelerin yeşil faaliyetlerinin, maliyet liderliği stratejisi ve farklılaştırma stratejisi uygulamalarında rekabet üstünlüğü yakalamalarına yardımcı olup olmadığını araştırmıştır. Araştırma sonucunda, beyaz eşya sektöründeki işletmelerin, yeşil stratejileri sayesinde üretim maliyetlerini düşürdükleri ve yeşil stratejileri benimsemelerinden itibaren ürün başına enerji, su ve hammadde tüketimlerini azalttıkları ve bunları verimli ve doğaya daha az zarar veren teçhizata yatırım yapmak ve üretimde oluşan hammadde atıklarını geri dönüştürerek gerçekleştirdikleri görülmüştür. Tüm bu olumlu gelişmeler işletmenin rekabet üstünlüğü elde etmesinde etkili olmuştur.

Çalışmanın bundan sonraki bölümünde çevreye duyarlı işletmecilik faaliyetlerinin, rekabet üstünlüğüne etkilerini belirlemeye yönelik olarak yapılan alan araştırmasının bulgularına ve bu bulguların değerlendirilmesine yer verilmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ANTALYA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ FİRMALARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

3.1 Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi

3.1.1 Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, Antalya Organize Sanayi Bölgesinde faaliyette bulunan işletmelerin çevreye duyarlı işletmecilik uygulamalarını ve bu uygulamaların işletmenin performansı üzerindeki etkileri konusunda işletme yöneticilerinin algılarını tespit etmektir. Bu amaçtan hareketle araştırmanın özel hedefleri firmaların çevreye duyarlı işletmecilik faaliyetlerinin düzeyini, firmaların,

- i. Çevre yönetim sistemi ve politikalarına
- ii. çevreye duyarlı tasarım faaliyetlerine
- iii. çevreye duyarlı tedarik faaliyetlerine
- iv. çevreye duyarlı üretim faaliyetlerine
- v. çevreye duyarlı atık yönetimi faaliyetlerine ve
- vi. çevreye duyarlı insan kaynakları yönetimi faaliyetlerine ne ölçüde sahip olduklarını belirleyerek tespit etmek;

Ayrıca, çevreye duyarlı işletmecilik faaliyetlerinin firmanın performans boyutları üzerindeki etkilerini firma yöneticilerinin,

- i. çevreye duyarlı faaliyetlerin kirliliğin ve atıkların azaltılması üzerindeki etkisi,
- ii. çevreye duyarlı faaliyetlerin çalışanların çevre duyarlılığı üzerindeki etkisi
- iii. çevreye duyarlı faaliyetlerin finansal performans üzerindeki etkisi ve
- iv. çevreye duyarlı faaliyetlerin firmanın rekabet avantajı üzerindeki etkisine ilişkin algılarına dayanarak belirlemektir.

3.1.2 Araştırmanın Kapsamı

Yukarıdaki amaç ve hedeflerden hareketle araştırma sorularının yanıtlanması için yürütülen saha çalışmasının kapsamı, araştırmacının zaman ve mekan kısıtları nedeniyle Antalya Organize Sanayi Bölgesi ile sınırlı tutulmuştur. Araştırma evrenini bu sanayi bölgesinde faaliyet gösteren sanayi firmaları oluşturmaktadır. Kapsamın bu sınırlılığı nedeniyle araştırma bulguları Antalya Organize Sanayi Bölgesindeki firmaları için geçerlidir, farklı sektörler ve coğrafi bölgelerdeki firmalara genellenebilirliği yoktur.

3.1.3 Araştırmanın Yöntemi

3.1.3.1 Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırmanın evreni Akdeniz Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren 200 işletmeyi kapsamaktadır. Araştırma sürecinde bölgenin tüm firmalarına ulaşılmaya çalışılmış, ancak Bölge Yönetimi aracılığı ile ulaşılmaya çalışılan işletmelerden 100'ünden olumlu yanıt alınmıştır. Bu örneklem yüzde 50 oranında bir erişim oranı yansıtmaktadır. Anketler Temmuz 2014 tarihinde tüm işletmelere e-posta yoluyla gönderilmiş ancak hiç geri dönüş olmamıştır. Tüm işletmelere 15 gün aralıkla tekrar e-posta gönderilmiş ve telefon ile iletişim kurularak anketlerin cevaplanması sağlanmıştır. Ağustos 2014'de e-posta yoluyla yaklaşık olarak anketlerin % 25 i ne ulaşım sağlanmış kalan % 75 ine ise anketler basılı olarak işletmelere bırakılarak doldurulması sağlanarak tamamlanmıştır.

3.1.3.2 Araştırmanın Veri Toplama Araçları

Bu betimleyici araştırmanın saha çalışmasında veri toplamak için anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan anket formunun hazırlanmasında ilgili literatürden ve benzer araştırmalardan yararlanılmıştır. İlgili literatür, soru formuna dahil edilmesi gereken temaların belirlenmesi için kullanılmıştır. Soru formunun geliştirilmesinde en fazla esinlenen çalışma, Yüksel'in "İşletmelerin Çevreye Duyarlı Üretim Faaliyetlerinin Ampirik Bir Çalışma ile Değerlendirilmesi" isimli çalışmasıdır. Soru formunda araştırmaya katılan işletmelerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 12 soru, çevre duyarlılığı ile ilgili uygulamalarını belirlemeye yönelik 28 soru, çevre duyarlılığının rekabete etkisini belirlemeye yönelik 16 soru olmak üzere toplam 56 soru yer almıştır.

Anket soruları 5'li Likert ölçeğine göre hazırlanmıştır. Likert ölçeğinde en olumlu seçenek (kesinlikle katılıyorum)5, en olumsuz seçenek ise (kesinlikle katılmıyorum) 1 değeri alacak şekilde sıralanmıştır. Anketi yanıtlayan yöneticilerden kendi firmaları ile ilgili görüşlerini en iyi yansıtan seçeneği işaretlemeleri istenmiştir (Bkz.: EK 1 Anket Formu).

3.1.3.3 Araştırma Verilerinin Değerlendirilmesi

Bu araştırmanın bulgularına temel teşkil eden veriler, çevreye duyarlı işletmecilik uygulamaları ve çevreye duyarlı işletmeciliğin rekabet üstünlüğüne etkileri konusunda ankete katılan işletme üst yöneticilerinin görüşlerine dayanmaktadır. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen anket uygulaması sonucunda elde edilen veriler SPSS 22 programına aktarılmış ve araştırmanın amacı doğrultusunda betimleyici istatistikleri çıkarılmış, ayrıca korelasyon analizi ve t testi analizi gibi istatistiksel analizlere tabi tutulmuştur.

3.2 Araştırmanın Bulguları

3.2.1 Demografik Veriler

Tablo 3.1 'de işletmelerin hizmet verdiği sektörlerin dağılımı verilmiştir. Tabloya bakıldığında çoğunluğu gıda ve tekstil sektörlerinden olmak üzere değişik sektörlerden işletmelerin bulunduğu görülmektedir.

Tablo 3.1 Araştırmaya Katılan İşletmelerin Hizmet Verdiği Sektörlere Göre Dağılımı

Sektör	n	Yüzde
Gıda	23	38,98%
Tekstil	20	33,90%
Makine, Motor, Mobilya Üretimi	16	27,12%
Toplam	59	100,00%

Tablo 3.2.' de araştırmaya katılan işletmelerin kuruluş tarihlerine göre hesaplanan hizmet yılı dağılımları görülmektedir. İşletmelerin yarısından fazlasının 11 yıl ve üstünde tarihçesi olduğu, diğer yarıya yakın kısmının ise bir ile on yaş aralığında olduğu görülmektedir.

Tablo 3.2 Araştırmaya Katılan İşletmelerin Kuruluş Tarihlerine Göre Hesaplanan Hizmet Yılı Dağılımı

İşletme Yaşı	n	%Yüzde
1-5 yıl	15	15,0
6-10 yıl	20	20,0
11 yıl ve üstü	65	65,0
Toplam	100	100,0

Tablo 3.3.'de araştırmaya katılan işletmelerin personel sayısı dağılımı görülmektedir. Bu tablo aynı zamanda bölgedeki firmaların büyüklüklerini yansıtmaktadır. Tablodaki veriler bölgedeki işletmelerin yarısının küçük işletme kategorisinde yer aldığını, diğer yarısının büyük bir kısmını orta büyüklükte işletmeler olmak üzere küçük bir kısmını da büyük ölçekli işletmeler oluşturmaktadır.

Tablo 3.3 Araştırmaya Katılan İşletmelerin Personel Sayısı Dağılımı

Çalışan sayısı	n	Yüzde %
10-49 personel	51	%51
50-249	37	%37
250 ve üstü	12	%12
Toplam	100	100

Tablo 3.4.'de araştırmaya katılan işletmelerin çevre ile ilgili istihdam ettikleri personel sayılarının dağılımı görülmektedir. İşletmelerin yarısının çevre ile ilgili hiçbir personel istihdam etmemiş olması dikkat çekicidir. Yaklaşık dörtte biri bir kişi istihdam etmekte, kalan dörtte biri de iki kişi ve üzerinde personel istihdam etmektedir. Çevre ile ilgili sorumluluklarla ilgilenmek üzere görevlendirilmiş personel bulundurulmasının çevreye duyarlı işletmecilik uygulamalarının düzeyini belirleyeceği dikkate alındığında bu bulgunun Antalya Organize Sanayi Bölgesindeki firmaların en az yarısının bu konuyu uzmanlık düzeyinde ele almadığını gösterdiğini ileri sürebiliriz.

Tablo 3.4 Araştırmaya Katılan İşletmelerin Çevre ile İlgili Personel Sayılarının Dağılımı

Çevre ile ilgili personel	N	Yüzde
Çevre ile ilgili personel yok	45	50,00%
Bir kişi	21	23,33%
İki Kişi	8	8,89%
En az üç kişi	16	17,78%
Toplam	90	100,00%

Tablo 3.5.'de ISO 14001 çevre yönetim sistemi belgesine sahip işletmelerin oranları görülmektedir. Çevreye duyarlı işletmeciliğin olmazsa olmaz ilk adımı olarak görülebilecek ISO 14001 belgesine işletmelerin sadece dörtte birinin sahip olması hayal kırıcı görülmüştür.

Tablo 3.5 Araştırmaya Katılan İşletmelerin Çevre Yönetim Sistem Belgesi Sahipliğine Göre Dağılımı

Çevre Yönetim Sistemi Belgesi (ISO 14001)	N	Yüzde
Yok	61	73,33%
Var	39	26,67%

Tablo 3.6'da anketi yanıtlayan yöneticilerin yaş dağılımı görülmektedir. Tablo 3.6.' da görüleceği gibi, anketi yanıtlayan işletme yetkililerinin büyük çoğunluğu 26-45 yaş arasında yer almaktadır. Bu bulgulardan oldukça genç bir personel kesiminin anketi yanıtlamış olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 3.6 Araştırmaya Katılan Yöneticilerin Yaş Dağılımı

Yaş	N	Yüzde
18-25 yaş	12	13,95%
26-35 yaş	39	45,35%
36-45 yaş	23	26,74%
45 yaş üstü	12	13,95%
Toplam	86	100,00%

3.2.2 İşletmelerin Çevreye Duyarlı İşletmecilik Faaliyetlerine İlişkin Bulgular

Bu başlık altında işletmelerin çevreye duyarlı işletmecilik faaliyetlerini belirlemeye yönelik 28 soru farklı işlevlere göre gruplanarak tablolar halinde sunulmuştur. Bu işlev grupları, çevre yönetim sistemi ve politikaları, çevreye duyarlı tasarım, çevreye duyarlı tedarik, çevreye duyarlı üretim, çevreye duyarlı atık yönetimi, çevreye duyarlı İKY olmak üzere altı başlık altında ele alınmış, ilgili sorulara verilen yanıtların ortalama ve standart sapmalarını gösteren betimleyici istatistikler altı tablo içinde sunulmuştur. Tablo 3.7. işletmenin çevre yönetim sistemi ve politikalarına ne ölçüde sahip olduğunu sorgulayan ifadelerin bulgularını özetlemektedir. Bu grupta 11 ifade yer almaktadır. Tablodaki bulgular incelendiğinde, en yüksek ortalama değerlerin “çevreye zararlı faaliyetlerin risk değerlendirmesi yapılır” ifadesi (4,5253) ile “atık ve çevre yönetim sistemimiz vardır” ifadesinde (4,4479) ortaya çıktığı görülür. Bu ifadelere işletmelerin büyük çoğunluğunun katıldığı anlaşılmaktadır. En düşük ortalama değer ise “sürdürülebilir kalkınmayla ilgili çevresel konuları entegrasyonunu yapan plan ve programlar mevcut” ifadesinde (3,7363) görülmektedir. Bu ifade dışında diğer değerler ortalama 4 ve üzerinde olduğuna göre, Antalya Organize Sanayi Bölgesinde çevre yönetim sistem ve politikalarının önemli ölçüde yayılım göstermiş olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 3.7 Çevre Yönetim Sistemi ve Politikalarına İlişkin Yanıtların Dağılımı

No	İfadeler	n	Ortalama (X)	S.Sapma
1	Sürdürülebilir kalkınmayla ilgili çevresel konuların entegrasyonunu yapan plan ve programlar mevcut	91	3,7363	1,08357
2	Tüm faaliyetler stratejik çevresel değerlendirme prensiplerine uygun yürütülüyor	99	4,2020	,80787
3	Çevreye zararlı faaliyetlerin risk değerlendirilmesi yapılır	99	4,5253	,69021
4	Atık ve çevre yönetim sistemimiz vardır	96	4,4479	,80616
5	Çevreye yönelik faaliyetlerle AB müktesebatı ve ulusal mevzuat takip ediliyor	97	4,0515	1,01418
6	Halihazırda bir çevre politikası ve eylem planı var	97	4,0103	,98420
7	Tüm faaliyetler çevreye duyarlılık temelinde planlanmakta ve önlem alınmaktadır	99	4,3737	,66372
8	Çevre konusunda yeni fikirler hayata geçirilir	97	3,9897	,90709
9	Çevreye duyarlılık konusunda ilgili kurum ve STK'larla işbirliği yapılır	94	3,9681	,93270
10	Çevreye duyarlılık kalite, maliyet, esneklik ve güvenilirlik gibi rekabetçi önceliklerden biridir	98	4,0612	,87126
11	Çevre politikaları, eylem planını denetleyen özel birim var	92	3,9565	1,14751

Tablo 3.8' de işletmelerin tasarım aşamasında çevreye duyarlılık konusunu ne derecede dikkate aldıklarını gösteren bulgular görülmektedir. Bu grupta iki ifade yer almaktadır. Bulgulara göre işletmelerin çoğunun ürün tasarım aşamasında geri dönüşümlü malzemeleri kullandıkları ve atıkların bertaraf edilmesini de ürün tasarım aşamasında planladıkları söylenebilir.

Tablo 3.8 Çevreye Duyarlı Tasarım Faaliyetlerine İlişkin Yanıtların Dağılımı

No	İfadeler	n	Ortalama (X)	S.Sapma
12	Ürünlerin tasarım aşamasında geri dönüşümlü malzeme kullanılır	88	4,2273	,94355
13	Atıkların bertaraf edilmesi ürün tasarım aşamasında planlanır	91	4,3626	,70737

Tablo 3.9’da işletmelerin malzemelerini tedarik ederken çevreye duyarlı faaliyetleri tercih edip etmediklerini gösteren bulgular özetlenmektedir. Bu grupta dört ifade yer almaktadır. Bulgular incelendiğinde en yüksek ortalama değer “girdileri tedarik eden ana firmalardan en az birinin çevre yönetim sistemi belgesi var” ifadesinde (4,1277) olduğu görülür. Buna göre işletmelerin çoğunun girdilerini tedarik eden firmaların çevre yönetim sistemi belgesine sahip olmasını tercih tercih ettikleri söylenebilir. En düşük ortalama değer “tedarik faaliyetleri ve lojistiğin neden olduğu karbon ayak izi hesaplanır” ifadesine ait (2,9012) olduğu görülür. Bu ifadeye işletmelerin büyük çoğunluğunun çekimser kaldıkları anlaşılmaktadır. Karbon ayak izi kavramının henüz bu bölgede yaygınlık kazanmadığı anlaşılmaktadır.

Tablo 3.9 Çevreye Duyarlı Tedarik Faaliyetlerine İlişkin Yanıtların Dağılımı

No	İfadeler	n	Ortalama (X)	S.Sapma
15	Tedarik faaliyetleri ve lojistiğin neden olduğu karbon ayak izi hesaplanır	81	2,9012	1,16838
16	Girdileri tedarik eden ana firmalardan en az birinin çevre yönetim sistemi belgesi	94	4,1277	,93019
17	Enerji ihtiyacı için yenilenebilir enerji kaynakları tercih edilir	85	3,4588	1,05281
18	Girdi tedarik edilen firmaların çevreye duyarlılıklarına dikkat edilir	93	3,6774	1,01254

Tablo 3.10’da işletmelerin üretim aşamasında çevreye duyarlı uygulamalarını gerçekleştirme derecesini gösteren bulgular özetlenmektedir. Bu grupta 6 ifade yer almaktadır. Bulgular incelendiğinde genellikle ortalama değerlerin 4 ve üstünde olduğu görülür. Bu ifadelerle göre işletmelerin büyük çoğunluğunun iş yeri düzeninden başlamak

üzere üretimin tüm aşamalarında çevreye duyarlı faaliyetler gerçekleştirdikleri anlaşılmaktadır. En düşük ortalama değerin ‘‘tutundurma faaliyetlerinde çevreye duyarlı imajı vurgulanır’’ ifadesi (3,8333) olduğu görülür. Bu bulgu işletmelerin tutundurma faaliyetlerindeki çevre duyarlılığının çok yüksek olmadığını göstermektedir. Çevre duyarlılığının henüz yaygın biçimde pazarlanabilir bir olgu olarak görülmediği anlaşılmaktadır.

Tablo 3.10 Çevreye Duyarlı Üretim Faaliyetlerine İlişkin Yanıtların Dağılımı

No	İfadeler	n	Ortalama (X)	S.Sapma
14	İş yeri düzeninin belirlenmesinde çevresel etkiler dikkate alınır	97	4,2577	,82004
19	Üretimde enerji tasarruflu teknolojiler tercih edilir	97	4,1134	,95608
20	Ürünlerde çevreyle ilgili mesaj, işaret, etiket vb. kullanılır	92	4,1957	1,00809
21	İşletme kaynaklı çevre kirliliğine karşı olası senaryolar değerlendirilip önlemler alınmakta	93	4,1398	,90399
28	Hammadde ve enerji tüketiminde veriler toplanır, raporlanır	96	4,0208	,95122
27	Tutundurma faaliyetlerinde çevreye duyarlı imajı vurgulanır	96	3,8333	1,03280

Tablo 3.11’de işletmelerin çevreye duyarlı atık yönetimi faaliyetlerini ne ölçüde gerçekleştirdiklerini sorgulayan ifadelerin bulguları özetlenmektedir. Bu grupta üç ifade yer almaktadır. Tablodaki bulgulara bakıldığında en düşük ortalama değere sahip ifadenin (3,2069) ‘‘müşteri ve son kullanıcıların geri dönüşüm programlarına katılımları sağlanır’’ olduğu görülür. Bu ifadeden işletmelerin önemli kısmının dış paydaşlarıyla paylaştıkları geri dönüşüm programları bulunmadığı anlaşılmaktadır. Bu ifade dışındaki diğer ifadelerin ortalama değerinin 4 ve üzerinde olması işletmelerin büyük çoğunluğunun atık yönetiminde çevreye duyarlı uygulamalara önem verdiklerini göstermektedir.

Tablo 3.11 Çevreye Duyarlı Atık Yönetimi Faaliyetlerine İlişkin Yanıtların Dağılımı

No	İfadeler	n	Ortalama (X)	S.Sapma
22	Atıklar sürdürülebilir çevre politikasıyla yönetilir	96	4,2083	,83246
23	Atığın türüne uygun olarak kaynağında nasıl toplanacağı planlanır	95	4,2947	,71271
25	Müşteri ve son kullanıcıların geri dönüşüm programlarına katılımları sağlanır	87	3,2069	1,06899

Tablo 3.12. işletmelerin çalışanların bilinçlenmesini sağlamak amacıyla çevreye duyarlılık konusunda eğitim ve ödüllendirme sistemlerinin mevcudiyetini sorgulayan ifadelerin bulgularını göstermektedir. Bu grupta iki ifade yer almaktadır. Bulgulara bakıldığında işletmelerin büyük çoğunluğunun periyodik olarak personeline çevre eğitimleri verdikleri ancak çevreye duyarlı girişimleri ödüllendirme uygulamalarının pek yaygın olmadığı anlaşılmaktadır.

Tablo 3.12 Çevreye Duyarlı İKY Faaliyetlerine İlişkin Yanıtların Dağılımı

No	İfadeler	n	Ortalama (X)	S.Sapma
24	Personele çevreye duyarlı işletmecilikle ilgili periyodik eğitim	95	4,0526	,92677
26	Personelin çevreye duyarlı girişimleri ödüllendirilir	92	3,1413	1,06473

3.2.3 İşletmelerin Çevreye Duyarlı İşletmecilik Faaliyetlerinin İşletme Performansına Etkilerine İlişkin Yönetici Görüşlerine Dayanan Bulgular

Soru formunda işletmelerin çevreye duyarlı işletmecilik faaliyetlerinin işletme performansına etkilerine ilişkin yönetici görüşlerini belirlemeye yönelik 16 sorunun yanıtlarını özetleyen bulgular dört performans alanına göre gruplanmış ve her grup bir tablo içinde sunulmuştur. Bu gruplar, çevreye duyarlı faaliyetlerin kirliliğin ve atıkların azaltılması üzerindeki etkisi, çevreye duyarlı faaliyetlerin çalışanların çevre duyarlılığı üzerindeki etkisi,

çevreye duyarlı faaliyetlerin finansal performans üzerindeki etkisi ve çevreye duyarlı faaliyetlerin rekabet avantajı üzerindeki etkisi başlıkları altında toplanmıştır.

Tablo 3.13'de çevreye duyarlı faaliyetlerin kirliliğin ve atıkların azaltılması üzerindeki etkisini yansıtan üç ifadeye alınan yanıtlar özetlenmektedir. Tablodaki bulgular her üç ifadeye alınan yanıtların ortalama değerlerinin 4'den büyük olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, anketi yanıtlayan yöneticilerin bu ifadelere önemli ölçüde katılmış olduklarını ifade etmektedir. Yöneticiler, çevreye duyarlı faaliyetlerin kirliliğin ve atıkların azaltılması üzerindeki etkisi konusunda büyük çoğunlukla olumlu düşünmektedir.

Tablo 3.13 Çevreye Duyarlı Faaliyetlerin Kirliliğin ve Atıkların Azaltılması Üzerindeki Etkisi

No	İfadeler	N	Ortalama (X)	S.Sapma
30	Çevre faaliyetleri kirliliğin kaynağında azaltılması için fırsat sağlar	96	4,1667	,76319
31	Çevre faaliyetleri atık ve hurda oluşumunun azaltılmasında yardımcıdır	99	4,1919	,73785
33	Son üç yılda ambalajların geri dönüşüm oranı arttı	90	4,1556	,80603

Tablo 3.14'de çevreye duyarlı faaliyetlerin çalışanların çevre duyarlılığına etkisini özetleyen iki ifade bulunmaktadır. Tablodaki bulgulara bakıldığında araştırmaya katılan yöneticilerin çevreye duyarlı gelişim ve değişimlerin çalışanlar tarafından önemli ölçüde kabul gördüğünü düşündükleri söylenebilir

Tablo 3.14 Çevreye Duyarlı Faaliyetlerin Çalışanların Çevre Duyarlılığı Üzerindeki Etkisi

No	İfadeler	n	Ortalama (X)	S.Sapma
36	Çevre faaliyetleri çalışanların çevreye duyarlılığını geliştirmiştir	93	3,8495	,72151
37	Çevreye duyarlı gelişim ve değişimler yöneticiler ve çalışanlar tarafından kabul	93	4,0430	,75056

Aşağıda Tablo 3.15'de işletmelerin çevreye duyarlı faaliyetlerinin finansal performansa etkisini yansıtan altı ifadeye alınan yanıtlar özetlenmektedir. Bulgular

incelendiğinde “son üç yılda çevre yasalarına uyumsuzluk nedeniyle oluşan cezalar azaldı” ifadesine verilen yanıtların ortalama değerinin 4 den büyük olması işletme yöneticilerinin bu ifadeye büyük ölçüde katılmış olduğunu göstermektedir. Diğer ifadelerin 4’ün altında olması işletmelerin önemli bir kesiminin çevreye duyarlı faaliyetleri uyguladıklarında finansal performansa etkisi konusunda çekimser kaldıkları görülmektedir.

Tablo 3.15 Çevreye Duyarlı Faaliyetlerin Finansal Performans Üzerindeki Etkisi

No	İfadeler	n	Ortalama (X)	S.Sapma
29	Çevre faaliyetleri genel giderlerin azaltılmasında yardımcı olur	94	3,6596	,98977
32	Son üç yılda birim başına kullanılan doğal kaynaklar azaldı	96	3,4896	,95140
34	Son üç yılda çevre yasalarına uyumsuzluk nedeniyle oluşan cezalar azaldı	87	4,1839	,98274
38	Kirliliği önleme projelerinden elde edilen kazançlar, maliyetleri karşılamaktadır	92	3,3370	,98647
39	Çevreye duyarlı işletmecilik anlayışı finansal performansı olumlu etkilemiştir	94	3,6596	,87441
42	Çevre konularına yatırım yapılıncaya elde edilen kazanç, maliyeti karşılar	92	3,3478	,94270

Tablo 3.16.’da işletmelerin çevreye duyarlı faaliyetlerinin rekabet avantajına etkisini yansıtan beş ifadeye verilen yanıtlar özetlenmektedir. Bulgular incelendiğinde en yüksek ortalama değere sahip “çevreye duyarlı faaliyet itibarı arttırdı” ifadesi dikkat çekmektedir.. İşletmelerin yöneticilerinin, çevreye duyarlı işletmecilik uygulamalarının işletme itibarını arttırdığını düşündükleri anlaşılmaktadır. Ortalama değeri en düşük olan ifade ise “işletmenin çevreye duyarlılık kapsamında ödül, belge vs. vardır” olmuştur. Bu bulgu işletmelerin çevreye duyarlılık uygulamalarını belgelendirme yoluna pek başvurmadıklarını göstermektedir. Nitekim ISO 14001 belgesi örneklemin ancak dörtte birinde bulunmaktadır. Bu gruptaki diğer ifadelerde de çevreye duyarlı uygulamaların rekabet gücüne katkıları konusunda çok yaygın bir katılım olmadığı, ortalamaların kararsızların mevcudiyetini yansıttığı görülmektedir.

Tablo 3.16 Çevreye Duyarlı Faaliyetlerin Rekabet Avantajı Üzerindeki Etkisi

No	İfadeler	n	Ortalama (X)	S.Sapma
35	İşletmenin çevreye duyarlılık kapsamında ödül, belge vs. vardır	81	2,8642	1,26247
40	Çevre konularının dikkate alınması rekabet avantajı kazanılmasında önemli fırsatlar sağlar	97	3,7010	,95922
41	Çevreye duyarlı faaliyetler rakiplere karşı firmaya üstünlük sağlar	94	3,5426	,98007
43	Çevreye duyarlı faaliyet itibarı arttırdı	94	3,9255	,88280
44	Müşterilerin doğa dostu firmaları tercihi firmaya ticari değer katar	94	3,7979	1,00086

3.2.4 Korelasyon Analizi

Soru formunda yer alan çevreye duyarlı işletmecilik uygulamaları ile ilgili altı grup soru ile çevreye duyarlı işletmecilik faaliyetlerinin işletme performansına etkilerine yönelik dört grup soruya verilen yanıtların ortalama değerlerinin birbirleri ile korelasyonuna bakılmış ve aşağıdaki korelasyon matrisi oluşturulmuştur. Bu matris konuyla ilgili alt boyutların birbirleri ile ilişkisini göstermektedir.

Tablo 3.17 Korelasyon Matrisi

Korelasyon Matrisi		Çevre Yönetim Sistem ve Politikaları	Çevreye Duyarlı Tasarım	Çevreye Duyarlı Tedarik	Çevreye Duyarlı Üretim	Çevreye Duyarlı Atık Yönetimi	Çevreye Duyarlı İKY	Çevreye duyarlı faaliyetlerin kirliliğin ve atıkları azaltılması üzerindeki etkisi	Çevreye duyarlı faaliyetlerin çalışanların çevre duyarlılığı üzerindeki etkisi	Çevreye duyarlı faaliyetlerin finansal performans üzerindeki etkisi	Çevreye duyarlı faaliyetlerin rekabet avantajı üzerindeki etkisi
Çevre Yönetim Sistem ve Politikaları	r	1									
	p										
Çevreye Duyarlı Tasarım	r	,594**	1								
	p	,000									
Çevreye Duyarlı Tedarik	r	,732**	,656**	1							
	p	,000	,000								
Çevreye Duyarlı Üretim	r	,565**	,659**	,706**	1						
	p	,000	,000	,000							
Çevreye Duyarlı Atık Yönetimi	r	,669**	,716**	,682**	,646**	1					
	p	,000	,000	,000	,000						
Çevreye Duyarlı İKY	r	,503**	,666**	,490**	,478**	,888**	1				
	p	,000	,000	,000	,000	,000					
Çevreye duyarlı faaliyetlerin kirliliğin ve atıkları azaltılması üzerindeki etkisi	r	,457**	,693**	,579**	,437**	,563**	,623**	1			
	p	,000	,000	,000	,000	,000	,000				
Çevreye duyarlı faaliyetlerin çalışanların çevre duyarlılığı üzerindeki etkisi	r	,497**	,834**	,663**	,478**	,682**	,748**	,847**	1		
	p	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000			
Çevreye duyarlı faaliyetlerin finansal performans üzerindeki etkisi	r	,255**	,235**	,226**	,196**	,621**	,278**	,133**	,196**	1	
	p	,027	,046	,074	,106	,000	,012	,238	,079		
Çevreye duyarlı faaliyetlerin rekabet avantajı üzerindeki etkisi	r	,488**	,643**	,468**	,499**	,887**	,973**	,612**	,724**	,299**	1
	p	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,007	

Tablo 3.17'nin bulgularına göre aralarında anlamlı bir ilişki bulunmayan alt boyutlar şunlardır: Çevreye duyarlı tedarik ile çevreye duyarlı faaliyetlerin finansal performans üzerindeki etkisi arasında anlamlı bir ilişki yoktur ($r=0,226$, $p>0,05$). Çevreye duyarlı üretim ile çevreye duyarlı faaliyetlerin finansal performans üzerindeki etkisi arasında anlamlı bir ilişki yoktur ($r=0,196$, $p>0,05$). Çevreye duyarlı faaliyetlerin kirliliğin ve atıkların azaltılması üzerindeki etkisi ile çevreye duyarlı faaliyetlerin finansal performans üzerindeki etkisi arasında anlamlı bir ilişki yoktur ($r=0,133$ $p>0,05$). Çevreye duyarlı faaliyetlerin çalışanların çevre duyarlılığı üzerindeki etkisi ile çevreye duyarlı faaliyetlerin finansal performans üzerindeki etkisi arasında anlamlı bir ilişki yoktur ($r= 0,196$ $p>0,05$). Bu bulgulardan araştırmaya katılan yetkililerin yanıtlarının çevreye duyarlı işletmecilik faaliyetlerinden tedarik ve üretim ile finansal performansa etki arasında anlamlı bir ilişki yansıtmadığını, ayrıca atık yönetimine etki ile çalışanların çevre duyarlılığı üzerindeki etkisi ile finansal performans etkisi arasında anlamlı bir ilişki yansıtmadığı anlaşılmaktadır.

Diğer tüm boyutlarda beklenildiği üzere anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır. Çevre yönetim sistem ve politikaları ile çevreye duyarlı tasarım arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur($r=0,594$, $p<0,05$). Çevre yönetim sistem ve politikaları ile çevreye duyarlı tedarik arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur ($r=0,732$, $p<0,05$). Çevre yönetim sistem ve politikaları ile çevreye duyarlı atık yönetimi arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur($r=0,669$, $p<0,05$). Çevre yönetim sistem ve politikaları ile çevreye duyarlı İKY arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur($r=0,503$, $p<0,05$). Çevre yönetim sistem ve politikaları ile çevreye duyarlı faaliyetlerin kirliliğin ve atıkların azaltılması üzerindeki etkisi arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur($r=0,457$, $p<0,05$). Çevre yönetim sistem ve politikaları ile çevreye duyarlı faaliyetlerin çalışanların çevre duyarlılığı üzerindeki etkisi arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur($r=0,497$, $p<0,05$). Çevre yönetim sistem ve politikaları ile çevreye duyarlı faaliyetlerin finansal performans üzerindeki etkisi arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur($r=0,255$, $p<0,05$). Çevre yönetim sistem ve politikaları ile çevreye duyarlı faaliyetlerin rekabet avantajı üzerindeki etkisi arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur ($r=0,488$, $p<0,05$). Bu yanıtlardan çevre yönetim sistem ve politikalarının belirleyici bir rolü olduğu ve diğer çevreye duyarlı işletme faaliyetleri ile bunların işletme performansı üzerindeki etkilerini büyük ölçüde belirlediği anlaşılmaktadır.

3.2.5 Çevreye Duyarlı İşletmecilik Faaliyetlerine Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi

3.2.5.1 Çalışan Sayısı ve Çevreye Duyarlı İşletmecilik

Anket çalışmasına katılan işletmelerdeki çevreye duyarlı işletmecilik uygulamaları düzeyinin işletmenin personel sayısına göre farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacı ile varyans analizi uygulanmıştır. Sonuçlar aşağıdaki tabloda özetlenmektedir. Bulgular çevreye duyarlı işletmecilik alt boyutlarının hiçbirinin işletmenin personel sayısına göre farklılık göstermediğini ortaya koymaktadır. Bu bulgudan işletme büyüklüğünün çevreye duyarlı işletmecilik açısından belirleyici olmadığı anlaşılmaktadır.

Tablo 3.18 Çalışan Sayısı ile Çevreye Duyarlı İşletmecilik Uygulamaları

Boyutlar	Çalışan sayısı	N	ortalama (X)	S.sapma	F	p
Çevre Yönetim Sistem ve Politikaları	0-50 personel	45	4,093	0,682	0,201	0,819
	51-100 personel	14	4,129	0,500		
	101 ve üstü	29	4,014	0,625		
	Toplam	88	4,073	0,633		
Çevreye Duyarlı Tasarım	0-50 personel	46	3,983	0,545	2,699	0,073
	51-100 personel	15	3,587	0,630		
	101 ve üstü	25	3,816	0,635		
	Toplam	86	3,865	0,598		
Çevreye Duyarlı Tedarik	0-50 personel	39	3,933	0,631	1,164	0,318
	51-100 personel	13	3,785	0,532		
	101 ve üstü	21	3,667	0,762		
	Toplam	73	3,830	0,658		
Çevreye Duyarlı Üretim	0-50 personel	42	4,090	0,552	1,717	0,186
	51-100 personel	13	3,923	0,656		
	101 ve üstü	25	3,808	0,687		
	Toplam	80	3,975	0,619		

Boyutlar	Çalışan sayısı	N	ortalama (X)	S.sapma	F	p
Çevreye Duyarlı Atık Yönetimi	0-50 personel	36	3,667	0,634	1,241	0,294
	51-100 personel	13	3,400	0,589		
	101 ve üstü	22	3,536	0,669		
	Toplam	71	3,577	0,637		
Çevreye Duyarlı İKY	0-50 personel	51	3,627	0,923	0,075	0,928
	51-100 personel	17	3,255	0,771		
	101 ve üstü	29	3,396	1,027		
	Toplam	97	3,493	0,934		
Çevreye Duyarlı Pazarlama	0-50 personel	49	4,020	0,924	0,778	0,462
	51-100 perosenel	17	3,412	1,176		
	101 ve üstü	28	3,857	1,044		
	Toplam	94	3,862	1,022		
Çevreye duyarlı faaliyetlerin kirliliğin ve atıkları azaltılması üzerindeki etkisi	0-50 personel	51	3,789	0,742	0,468	0,628
	51-100 personel	17	3,749	0,658		
	101 ve üstü	29	3,723	0,818		
	Toplam	97	3,762	0,745		
Çevreye duyarlı faaliyetlerin çalışanların çevre duyarlılığı üzerindeki etkisi	0-50 personel	51	3,997	0,672	0,598	0,552
	51-100 personel	17	3,794	0,697		
	101 ve üstü	29	3,802	0,978		
	Toplam	97	3,903	0,778		
Çevreye duyarlı faaliyetlerin finansal performans üzerindeki etkisi	0-50 personel	41	2,829	1,283	1,096	0,355
	51-100 personel	14	2,643	1,277		
	101 ve üstü	23	3,043	1,186		
	Toplam	78	2,859	1,246		

Boyutlar	Çalışan sayısı	N	ortalama (X)	S.sapma	F	p
Çevreye duyarlı faaliyetlerin rekabet avantajı üzerindeki etkisi	0-50 personel	51	3,578	1,018	0,399	0,754
	51-100 personel	17	3,309	0,710		
	101 ve üstü	29	3,414	1,001		
	Toplam	97	3,482	0,963		

3.2.5.2 Çevre ile İlgili Çalışan Sayısı ve Çevreye Duyarlı İşletmecilik

Anket çalışmasına katılan işletmelerdeki çevre ile ilgili personel sayısının çevreye duyarlı işletmecilik ölçeğine göre farklılıklar gösterip göstermediğini test etmek amacı ile varyans analizi uygulanmıştır. Sonuçlar aşağıdaki tabloda özet şekilde verilmektedir. Bulgular çevreye duyarlı işletmecilik alt boyutlarının hiçbirinin işletmenin çevre ile ilgili çalışan personel sayısına göre farklılık göstermediğini ortaya koymaktadır. Bu bulgulardan hareketle çevre ile ilgili çalışan sayısının çevreye duyarlı işletmecilik uygulamalarında belirleyici olmadığı anlaşılmaktadır.

Tablo 3.19 Çevre ile İlgili Çalışan Sayısı ve Çevreye Duyarlı İşletmecilik

Boyutlar	Çevre ile ilgili personel	n	ortalama (X)	S.sapma	f	p	n
Çevre Yönetim Sistem ve Politikaları	Çevre ile ilgili personel yok	45	4,1911	0,642	0,096	2,207	0,093
	Bir kişi	21	3,7810	0,583	0,127		
	İki Kişi	8	4,1750	0,590	0,209		
	En az üç kişi	16	4,0750	0,584	0,146		
	Total	90	4,0733	0,627	0,066		
Çevreye Duyarlı Tasarım	Çevre ile ilgili personel yok	43	3,8837	0,671	0,102	0,564	0,640
	Bir kişi	21	3,7714	0,483	0,105		
	İki Kişi	8	4,0750	0,489	0,173		
	En az üç kişi	15	3,8000	0,586	0,151		

Boyutlar	Çevre ile ilgili personel	n	ortalama (X)	S.sapma	f	p	n
	Total	87	3,8598	0,597	0,064		
Çevreye Duyarlı Tedarik	Çevre ile ilgili personel yok	39	3,8769	0,688	0,110	1,306	0,497
	Bir kişi	16	3,8125	0,558	0,140		
	İki Kişi	6	4,1667	0,294	0,120		
	En az üç kişi	13	3,5692	0,734	0,204		
	Total	74	3,8324	0,654	0,076		
Çevreye Duyarlı Üretim	Çevre ile ilgili personel yok	42	3,9857	0,636	0,098	0,801	0,172
	Bir kişi	16	3,9000	0,575	0,144		
	İki Kişi	8	4,2500	0,424	0,150		
	En az üç kişi	15	3,8533	0,691	0,178		
	Total	81	3,9704	0,617	0,069		
Çevreye Duyarlı Atık Yönetimi	Çevre ile ilgili personel yok	42	3,5571	0,672	0,104	1,717	0,156
	Bir kişi	15	3,3200	0,291	0,075		
	İki Kişi	7	3,8286	0,658	0,249		
	En az üç kişi	8	3,8500	0,812	0,287		
	Total	72	3,5667	0,639	0,075		
Çevreye Duyarlı İKY	Çevre ile ilgili personel yok	52	3,5413	0,978	0,136	1,096	0,355
	Bir kişi	23	3,1596	0,804	0,168		
	İki Kişi	8	3,9775	0,653	0,231		
	En az üç kişi	17	3,4659	0,987	0,239		
	Total	100	3,4756	0,933	0,093		
Çevreye duyarlı faaliyetlerin kirliliğin ve atıkları	Çevre ile ilgili personel yok	52	3,7517	0,773	0,107	1,500	0,213
	Bir kişi	23	3,7335	0,739	0,154		
	İki Kişi	8	4,0175	0,430	0,152		
	En az üç kişi	17	3,6782	0,762	0,185		

Boyutlar	Çevre ile ilgili personel	n	ortalama (X)	S.sapma	f	p	n
azaltılması üzerindeki etkisi	Total	100	3,7563	0,737	0,074		
	Çevreye duyarlı faaliyetlerin çalışanların çevre duyarlılığı üzerindeki etkisi	Çevre ile ilgili personel yok	52	3,8798	0,806	0,112	0,399
	Bir kişi	23	3,7826	0,654	0,136		
	İki Kişi	8	4,2188	0,490	0,173		
	En az üç kişi	17	3,8529	0,973	0,236		
	Total	100	3,8800	0,782	0,078		
Çevreye duyarlı faaliyetlerin finansal performans üzerindeki etkisi	Çevre ile ilgili personel yok	45	2,8889	1,402	0,209	0,619	0,604
	Bir kişi	18	2,3889	0,778	0,183		
	İki Kişi	7	3,2857	0,951	0,360		
	En az üç kişi	11	3,2727	1,348	0,407		
	Total	81	2,8642	1,262	0,140		
Çevreye duyarlı faaliyetlerin rekabet avantajı üzerindeki etkisi	Çevre ile ilgili personel yok	52	3,5288	0,984	0,136	1,530	0,211
	Bir kişi	23	3,0870	0,943	0,197		
	İki Kişi	8	3,9063	0,654	0,231		
	En az üç kişi	17	3,5735	0,939	0,228		
	Total	100	3,4650	0,960	0,096		

3.2.5.3 Çevre Yönetim Sistemi Belgesi ve Çevreye Duyarlı İşletmecilik

Anket çalışmasına katılan işletmelerdeki ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi belgesinin var olup olmaması ile yeşil işletmecilik ölçeği ortalama puanları arasında farklılıklar olup olmadığının sınanması amacı ile t testi uygulanmıştır. Sonuçlar Tablo 3.20'de özet şekilde verilmektedir. Bulgular incelendiğinde çevre yönetim sistemi belgesine

sahipliğin çevreye duyarlı işletmecilik alt boyutları arasında çevreye duyarlı faaliyetlerin kirliliğin ve atıkların azaltılması üzerindeki etkisi üzerinde etkili olduğu anlaşılmaktadır ($t=2,228$, $p<0.05$). Belgesi olmayan işletmelerin çevreye duyarlı faaliyetlerin kirliliğin azaltılması üzerinde etkisi boyut ortalama değerinin belgesi olmayan işletmelerinkine göre daha düşük olduğu görülmektedir.

Tablo 3.20 Çevre Yönetim Sistemi Belgesi ve Çevreye Duyarlı İşletmecilik

Boyutlar	Kalite Belgesi	n	Ortalama	S.s	t	P
Çevre Yönetim Sistemi ve Politikaları	Yok	55	4,142	0,643	0,295	0,793
	Var	20	4,100	0,501		
Çevreye Duyarlı Tasarım Faaliyetleri	Yok	56	3,939	0,599	1,907	0,068
	Var	17	3,612	0,626		
Çevreye Duyarlı Tedarik Faaliyetleri	Yok	45	3,933	0,667	1,625	0,115
	Var	17	3,624	0,670		
Çevreye Duyarlı Üretim Faaliyetleri	Yok	52	3,954	0,575	0,283	0,784
	Var	17	3,929	0,797		
Çevreye Duyarlı Atık Yönetimi faaliyetleri	Yok	48	3,613	0,658	1,418	0,160
	Var	13	3,554	0,679		
Çevreye Duyarlı İKY Faaliyetleri	Yok	62	3,577	0,905	0,673	0,503
	Var	22	3,236	1,135		
Çevreye duyarlı faaliyetlerin kirliliğin ve atıkları azaltılması üzerindeki etkisi	Yok	59	3,698	0,865	2,228	0,027
	Var	22	3,827	1,352		
Çevreye duyarlı faaliyetlerin	Yok	62	3,842	0,696	1,975	0,058
	Var	22	3,429	0,880		

Boyutlar	Kalite Belgesi	n	Ortalama	S.s	t	P
çalışanların çevre duyarlılığı üzerindeki etkisi						
Çevreye duyarlı faaliyetlerin finansal performans üzerindeki etkisi	Yok	62	3,981	0,733	1,128	0,263
	Var	22	3,534	0,968		
Çevreye duyarlı faaliyetlerin rekabet avantajı üzerindeki etkisi	Yok	51	3,000	1,265	1,065	0,297
	Var	17	2,588	1,417		

3.2.5.4 İşletmelerin Faaliyet Gösterdikleri Sektörler ve Çevreye Duyarlı İşletmecilik

Anket çalışmasına katılan işletmelerin faaliyet gösterdikleri sektörlerin çevreye duyarlı işletmecilik ölçeğine verdiği cevaplara göre farklılıklar gösterip göstermediğini test etmek amacı ile varyans analizi uygulanmıştır. Sonuçlar Tablo 3.21’de özet şekilde verilmektedir. Bulgular çevreye duyarlı işletmecilik alt boyutlarının hiçbirinin işletmenin hizmet verdiği sektöre göre farklılık göstermediğini ortaya koymaktadır. Bu bulgulardan işletmenin hizmet verdiği sektörün çevreye duyarlı işletmecilik açısından belirleyici olmadığı anlaşılmaktadır.

Tablo 3.21 İşletmelerin Faaliyet Gösterdikleri Sektörler ve Çevreye Duyarlı İşletmecilik

Boyutlar	Sektör	n	Ortalama	S.s	F	P
Çevre Yönetim Sistem ve Politikaları	Gıda	23	4,078	0,673	0,172	0,842
	Tekstil	20	4,160	0,621		
	Makine, Motor, Mobilya Üretimi	16	4,188	0,514		
	Toplam	59	4,136	0,607		
Çevreye Duyarlı Tasarım Faaliyetleri	Gıda	24	3,767	0,583	0,394	0,676
	Tekstil	19	3,905	0,743		
	Makine, Motor, Mobilya Üretimi	16	3,925	0,551		
	Toplam	59	3,854	0,625		
Çevreye Duyarlı Tedarik Faaliyetleri	Gıda	19	3,905	0,704	0,040	0,960
	Tekstil	18	3,867	0,739		
	Makine, Motor, Mobilya Üretimi	12	3,833	0,620		
	Toplam	49	3,873	0,684		
Çevreye Duyarlı Üretim Faaliyetleri	Gıda	18	3,900	0,591	1,025	0,366
	Tekstil	19	4,126	0,687		
	Makine, Motor, Mobilya Üretimi	17	3,847	0,594		
	Toplam	54	3,963	0,628		
Çevreye Duyarlı Atık Yönetimi faaliyetleri	Gıda	18	3,411	0,542	1,856	0,168
	Tekstil	17	3,812	0,817		
	Makine, Motor, Mobilya Üretimi	14	3,486	0,519		
	Toplam	49	3,571	0,657		
Çevreye	Gıda	26	3,411	0,732	2,376	0,101

Boyutlar	Sektör	n	Ortalama	S.s	F	P
Duyarlı İKY Faaliyetleri	Tekstil	21	3,879	0,752		
	Makine, Motor, Mobilya Üretimi	18	3,407	0,975		
	Toplam	65	3,561	0,829		
Çevreye duyarlı faaliyetlerin kirliliğin ve atıkları azaltılması üzerindeki etkisi	Gıda	25	3,640	0,952	2,824	0,067
	Tekstil	21	4,238	0,831		
	Makine, Motor, Mobilya Üretimi	18	3,722	0,895		
	Toplam	64	3,859	0,924		
Çevreye duyarlı faaliyetlerin çalışanların çevre duyarlılığı üzerindeki etkisi	Gıda	26	3,835	0,645	0,512	0,602
	Tekstil	21	3,891	0,675		
	Makine, Motor, Mobilya Üretimi	18	3,673	0,773		
	Toplam	65	3,808	0,686		
Çevreye duyarlı faaliyetlerin finansal performans üzerindeki etkisi	Gıda	26	3,962	0,631	0,630	0,536
	Tekstil	21	4,071	0,746		
	Makine, Motor, Mobilya Üretimi	18	3,819	0,737		
	Toplam	65	3,958	0,695		
Çevreye duyarlı faaliyetlerin rekabet avantajı üzerindeki etkisi	Gıda	20	3,000	1,298	0,293	0,747
	Tekstil	18	3,056	1,434		
	Makine, Motor, Mobilya Üretimi	14	2,714	1,204		
	Toplam	52	2,942	1,305		

3.2.5.5 İşletme Yaşı ve Çevreye Duyarlı İşletmecilik

Anket çalışmasına katılan işletmelerin kuruluş tarihlerine göre hesaplanan yaşlarının çevreye duyarlı işletmecilik ve çevreye duyarlı işletmeciliğin performans etkisi üzerinde etkili olup olmadığını test etmek amacı ile varyans analizi uygulanmıştır. Sonuçlar aşağıdaki tabloda özet şekilde verilmektedir. Bulgular işletme yaşının çevreye duyarlı işletmecilik alt boyutlarının hiçbirinde etkili olmadığını yansıtmaktadır. İşletme yaşının çevreye duyarlı işletmecilik uygulamalarında etkili olmadığı anlaşılmaktadır.

Tablo 3.22 İşletme Yaşı ve Boyutlar

İşletme yaşı ve boyutlar		N	Ortalama	s.sapma	F	P
Çevre Yönetim Sistem ve Politikaları	1-5 yıl	15	4,06	0,62	0,64	0,53
	6-10 yıl	20	4,22	0,55		
	11 yıl ve üstü	65	4,03	0,65		
	Toplam	100	4,07	0,63		
Çevreye Duyarlı Tasarım	1-5 yıl	15	3,83	0,49	0,69	0,51
	6-10 yıl	20	3,73	0,70		
	11 yıl ve üstü	65	3,91	0,58		
	Toplam	100	3,86	0,60		
Çevreye Duyarlı Tedarik	1-5 yıl	15	3,82	0,67	0,04	0,96
	6-10 yıl	20	3,88	0,81		
	11 yıl ve üstü	65	3,82	0,61		
	Toplam	100	3,83	0,65		
Çevreye Duyarlı Üretim	1-5 yıl	15	4,00	0,66	0,30	0,74
	6-10 yıl	20	3,86	0,68		
	11 yıl ve üstü	65	4,00	0,60		
	Toplam	100	3,97	0,62		
Çevreye Duyarlı Atık Yönetimi	1-5 yıl	15	3,51	0,69	0,80	0,45
	6-10 yıl	20	3,38	0,77		
	11 yıl ve üstü	65	3,63	0,59		
	Toplam	100	3,57	0,64		
Çevreye Duyarlı İKY	1-5 yıl	15	3,48	0,85	0,04	0,96
	6-10 yıl	20	3,53	0,71		

İşletme yaşı ve boyutlar		N	Ortalama	s.sapma	F	P
	11 yıl ve üstü	65	3,46	1,02		
	Toplam	100	3,48	0,93		
Çevreye Duyarlı Pazarlama	1-5 yıl	15	4,00	0,76	0,39	0,68
	6-10 yıl	20	3,68	1,16		
	11 yıl ve üstü	65	3,84	1,06		
	Toplam	100	3,83	1,03		
Çevreye duyarlı faaliyetlerin kirliliğin ve atıkları azaltılması üzerindeki etkisi	1-5 yıl	15	3,69	0,43	0,09	0,91
	6-10 yıl	20	3,79	0,74		
	11 yıl ve üstü	65	3,76	0,80		
	Toplam	100	3,76	0,74		
Çevreye duyarlı faaliyetlerin çalışanların çevre duyarlılığı üzerindeki etkisi	1-5 yıl	15	3,68	0,68	0,76	0,47
	6-10 yıl	20	4,01	0,70		
	11 yıl ve üstü	65	3,88	0,83		
	Toplam	100	3,88	0,78		
Çevreye duyarlı faaliyetlerin finansal performans üzerindeki etkisi	1-5 yıl	15	2,71	1,49	0,32	0,73
	6-10 yıl	20	2,69	1,38		
	11 yıl ve üstü	65	2,94	1,19		
	Toplam	100	2,86	1,26		
Çevreye duyarlı faaliyetlerin rekabet avantajı üzerindeki etkisi	1-5 yıl	15	3,40	0,95	0,04	0,96
	6-10 yıl	20	3,49	0,79		
	11 yıl ve üstü	65	3,47	1,02		
	Toplam	100	3,47	0,96		

SONUÇ

Çevreye duyarlı işletmecilik, işletmelerin tüm faaliyetlerinde çevreyi dikkate alan, çevreye verilen zararı minimuma indiren, üretim süreçlerini değiştiren, çalışanları çevre duyarlılığı konusunda eğiten, ekolojik çevrenin korunması için yeni projeler gerçekleştirmeyi ön planda tutan bir anlayıştır. Sanayileşme ile ortaya çıkan hızlı üretim ve tüketim çılgınlığı, nüfus artışı, küresel ısınma, artan çevre kirliliği, insanoğlunun geleceğini tehdit eden hastalıklar ve doğal kaynakların tükenme noktasına gelmesi gibi faktörler dünyanın dikkatini bu noktaya çekmiştir. İşletmelerin çevreye zarar veren uygulamalarının önlenmesi için, ürünlerin tasarım aşamasından başlayarak üretim, dağıtım ve verdikleri hizmetlerin tüm aşamalarında çevre konularını değerlendirmeleri gerekmektedir.

Özellikle dünyanın bu konudaki hassasiyetiyle bağlantılı olarak geleceğin işletmeleri çevreye duyarlı işletmeler olacaktır. Bu anlayıştan hareketle, Antalya Organize Sanayi Bölgesinde faaliyette bulunan işletmelerin çevreye duyarlı işletmecilik faaliyetlerinin düzeyini, firmaların;

- i.** çevre yönetim sistemi ve politikalarına
- ii.** çevreye duyarlı tasarım faaliyetlerine
- iii.** çevreye duyarlı tedarik faaliyetlerine
- iv.** çevreye duyarlı üretim faaliyetlerine
- v.** çevreye duyarlı atık yönetimi faaliyetlerine ve
- vi.** çevreye duyarlı insan kaynakları yönetimi faaliyetlerine ne ölçüde sahip olduklarını belirleyerek tespit etmek;

Ayrıca, çevreye duyarlı işletmecilik faaliyetlerinin firmanın performans boyutları üzerindeki etkilerini firma yöneticilerinin,

- i.** çevreye duyarlı faaliyetlerin kirliliğin ve atıkların azaltılması üzerindeki etkisini,
- ii.** çevreye duyarlı faaliyetlerin çalışanların çevre duyarlılığı üzerindeki etkisi
- iii.** çevreye duyarlı faaliyetlerin finansal performans üzerindeki etkisi ve
- iv.** çevreye duyarlı faaliyetlerin firmanın rekabet avantajı üzerindeki etkisine ilişkin algılarına dayanarak belirlemek amacıyla bu çalışma yapılmıştır.

Araştırmanın evreni Akdeniz Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren 200 işletmeyi kapsamaktadır. Araştırma sürecinde bölgenin tüm firmalarına ulaşılmaya çalışılmış, ancak Bölge Yönetimi aracılığı ile ulaşılmaya çalışılan işletmelerden 100'ünden olumlu yanıt alınmıştır.

Anket verilerinden elde edilen demografik bulgular, AOSB’de faaliyet gösteren ve araştırmaya katılan işletmelerin çoğunluğunun gıda ve tekstil sektörlerinden olmak üzere değişik sektörlerde faal olduğunu göstermektedir. İşletmelerin yarısı küçük işletme kategorisinde olup, diğer yarısının büyük bir kısmı orta ölçekli, küçük bir kısmı ise büyük ölçeklidir. İşletmelerin yarısından fazlası 11 yıl ve üstünde tarihçeye sahip iken diğer yarıya yakın kısmı ise bir ile on yaş aralığında tarihçeye sahiptir. İşletmelerin yarısı çevre ile ilgili personel istihdam etmemiş olup, yaklaşık dörtte biri bir kişi istihdam etmiş, kalan dörtte biri ise iki kişi ve üzerinde personel istihdam etmiştir. Çevreye duyarlı işletmeciliğin olmazsa olmaz ilk adımı olarak görülebilecek ISO 14001 belgesine işletmelerin sadece dörtte biri sahiptir. Anketi yanıtlayan yöneticilerin yaşları 26 ile 45 arasında değişmektedir.

Bölgede işletmelerin çevreye duyarlı uygulamaları ne ölçüde benimsediklerini sorgulayan çevre yönetim sistem ve politikalarının mevcudiyetine ilişkin bulgular, çevre yönetim ve politikalarının önemli bir ölçüde yayıldığını göstermektedir. Çevreye duyarlı işletmecilik uygulamalarının önemli basamaklarından biri de ürünlerin tasarım aşamasında, çevreye duyarlılığın gözönünde bulundurulmasıdır. Çevreye duyarlı tasarım faaliyetlerini sorgulayan soruların bulguları, işletmelerin çoğunun ürün tasarım aşamasında geri dönüşümlü malzeme kullandıkları ve atıkların bertaraf edilmesini de ürün tasarım aşamasında planladıklarını göstermektedir. Çevreye duyarlı işletmeciliğin olmazsa olmazlarından biri de çevreye duyarlı tedarik aşamasıdır. Bölgedeki işletmelerin çevreye duyarlı tedarik faaliyetlerini sorgulayan soruların bulguları, karbon ayak izi kavramının henüz bölgede yaygınlaşmadığını göstermektedir. Ancak bölgedeki işletmelerin çoğunun girdilerini tedarik eden firmaların çevre yönetim sistemi belgesine sahip olmasını tercih ettikleri anlaşılmaktadır.

Çevreye duyarlı üretim faaliyetlerini sorgulayan soruların bulguları, AOSB’deki işletmelerin büyük çoğunluğunun işyeri düzeninden başlamak üzere üretimin tüm aşamalarında çevreye duyarlı faaliyetler gerçekleştirdiklerini göstermektedir. Ancak işletmelerin tutundurma faaliyetlerindeki çevre duyarlılığının çok yüksek olmadığı görülmektedir. Çevre duyarlılığının henüz yaygın biçimde pazarlanabilir bir olgu olarak görülmediği anlaşılmaktadır.

İşletmelerde üretilen ürünlerle birlikte, üretim süreçlerinin sonunda çeşitli atık ve emisyonlar oluşmaktadır. Oluşan atık ve emisyonların azaltılmasında ve kirliliğin önlenmesinde işletmelere önemli sorumluluklar düşmektedir. Çevreye duyarlı atık yönetimi faaliyetlerini sorgulayan sorulardan, atığın türüne uygun olarak kaynağında nasıl toplanacağı planlandığı ve atık yönetiminde sürdürülebilir çevre politikalarına önem verildiği tespit edilmiştir. Bununla birlikte işletmelerin önemli bir kısmının dış paydaşlarıyla paylaştıkları geri dönüşüm programlarının olmadığı da anlaşılmıştır. Çevreye duyarlı atık

yönetimine önem veren anlayışa sahip bir işletmenin dış paydaşlarıyla paylaştıkları geri dönüşüm programlarının olmaması dikkat çekicidir.

Çevreye duyarlı işletmecilik uygulamalarında çalışanlarının bu konuda bilinçli olması büyük önem taşımaktadır. Çevreye duyarlı İKY uygulamalarını sorgulayan soruların bulguları, bölgede bulunan işletmelerin önemli bir kısmının çalışanlarına periyodik olarak çevre eğitimleri verdiklerini göstermiştir. Ancak çalışanların çevreye duyarlı girişimlerini ödüllendirme uygulamalarının beklenenin aksine çok yaygın olmadığı anlaşılmıştır. Oysa çalışanlarının çevre konusunda bilinçli davranması için periyodik eğitimler veren işletmelerin, olumlu davranışları özendirmek ve davranış değişikliği yaratmak amacıyla ödüllendirme sistemlerini yaygın bir şekilde kullanmaları, verdikleri eğitimin etkinliğini artırarak, çevreye duyarlı İKY uygulamalarında daha başarılı olmalarını sağlayacaktır.

Çevreye duyarlı faaliyetlerin kirliliğin ve atıkların azaltılması üzerindeki etkisini sorgulayan soruların bulguları, AOSB’de işletme yöneticilerinin, çevreye duyarlı faaliyetlerin kirliliğin ve atıkların azaltılması üzerindeki etkisi konusunda büyük çoğunlukla olumlu düşündüklerini göstermiştir. Çevreye duyarlı faaliyetlerin çalışanların çevre duyarlılığı üzerindeki etkisini ölçen soruların bulgularından, araştırmaya katılan yöneticilerin çevreye duyarlı gelişim ve değişimlerin çalışanlar tarafından önemli ölçüde kabul gördüğünü düşündükleri sonucuna varılmıştır.

Çevreye duyarlı faaliyetlerin finansal performans üzerindeki etkisini sorgulayan sorulara verilen cevaplardan, işletmelerin önemli bir kısmının çevreye duyarlı faaliyetlerin finansal performansa etkisi konusunda kararsız kaldıkları anlaşılmıştır. Firmaların çevreye duyarlı faaliyetleri maliyetleri düşürmek ve satışları arttırmak stratejisinden çok kirliliği önlemekle ilgili yasal zorunlulukları yerine getirmek açısından önemsedikleri düşünülmektedir.

Çevreye duyarlı faaliyetlerin rekabet avantajı üzerindeki etkisini sorgulayan soruların bulgularından, AOSB’de işletme yöneticilerinin önemli kısmının çevreye duyarlı işletmecilik uygulamalarının işletme itibarını artırdığını düşündükleri görülmüştür. Kurumsal itibar işletmelere sürdürülebilir bir pazar payı ve büyüme sağlaması açısından önem arz etmektedir. İşletmelerin çevreye duyarlılık uygulamalarında ödül, belge alma ve çevreye duyarlı faaliyetlerin rakiplere karşı firmaya üstünlük sağlaması gibi konularda kararsız oldukları anlaşılmaktadır. Çevreye duyarlı uygulamaların rekabet gücüne katkıları konusunda çok yaygın bir katılım olmadığı, söylenebilir.

Ürünün hammaddeden başlayarak müşteriye sunulmasına kadar olan süreçte çevresel faktörlerin belirlenmesi ve bu faktörlerin gerekli önlemler ile kontrol altına alınarak çevreye verilen zararın en aza indirilmesi için rehberlik yapan bir standart olan ISO 14001 Çevre

Yönetim Sistemi uluslararası ve ulusal piyasada kendine saygın bir yer edinmek isteyen kuruluşlar için önem arz etmektedir. Ancak işletmelerin çevreye duyarlı uygulamalarını belgelendirme yoluna pek sıklıkla başvurmadıkları anlaşılmıştır: ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi Belgesi örneklemin ancak dörtte birinde bulunmaktadır.

AOSB işletmelerinin çevreye duyarlı işletmecilik uygulamalarını sorgulayan ölçeğin alt boyutları ile çevreye duyarlı uygulamaların performansa etkisini sorgulayan ölçeğin alt boyutlarının korelasyonlarına bakıldığında, araştırmaya katılan yetkililerin yanıtlarının çevreye duyarlı işletmecilik faaliyetlerinden çevreye duyarlı tedarik ve üretim uygulamaları ile işletmenin finansal performansına etkisi arasında anlamlı bir ilişkiyi yansıtmadığı görülmektedir. Diğer tüm boyutlar arasında beklenildiği üzere anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır. İşletme yöneticilerinin verdiği yanıtlardan özellikle çevre yönetim sistem ve politikalarının çevreye duyarlı işletme faaliyetleri üzerinde belirleyici bir rolü olduğu ve işletme performansı üzerindeki etkilerini büyük ölçüde belirlediği anlaşılmaktadır.

İşletmelerin bazı demografik değişkenlerinin çevreye duyarlı işletmecilik uygulamalarının düzeyi üzerinde etkili olup olmadığını belirlemek için varyans analizi ve t testi yapılmıştır. Çalışan sayısı ve çevreye duyarlı işletmecilik uygulamaları arasındaki ilişki varyans analizi ile incelendiğinde, çevreye duyarlı işletmecilik alt boyutlarının hiçbirinin işletmenin personel sayısına göre farklılık göstermediği görülmüştür. Bu bulgudan hareketle işletme büyüklüğünün çevreye duyarlı işletmecilik açısından belirleyici olmadığı anlaşılmıştır.

Çevre ile ilgili istihdam edilmiş personel sayısı ile çevreye duyarlı işletmecilik arasındaki ilişkiye bakıldığında, çevreye duyarlı işletmecilik alt boyutlarının hiçbirinin işletmenin çevre ile ilgili çalışan personel sayısına göre farklılık göstermediği görülmüştür. Bu bulgular çevre ile ilgili çalışan sayısının çevreye duyarlı işletmecilik uygulamalarında belirleyici olmadığını göstermektedir. Nitekim işletmelerin yarısının çevre ile ilgili hiçbir personel istihdam etmediği, yaklaşık dörtte birinin bir kişi istihdam etmekte, sadece kalan dörtte birinin iki kişi ve üzerinde personel istihdam ettiği tespit edilmiştir. Çevre ile ilgili personel istihdam etmeyen işletmelerin çevre ile ilgili uygulamalarını diğer ilgili personele ek görev olarak yüklemiş olduğu anlaşılmaktadır.

Çevre Yönetim Sistemi mevcudiyeti ve çevreye duyarlı işletmecilik arasındaki ilişkiye bakıldığında, çevre yönetim sistemi belgesi olmayan işletmelerin çevreye duyarlı faaliyetlerin kirliliğin azaltılması üzerinde etkisi boyutundaki ortalama değerinin belgesi olan işletmelerinkine göre daha düşük olduğu görülmüştür. İşletmelerin çevre yönetim sistemi belgesine sahipliğinin, kirliliğin ve atıkların azaltılması üzerinde etkili olduğu anlaşılmaktadır.

İşletmelerin faaliyet gösterdikleri sektörler ve çevreye duyarlı işletmecilik uygulamaları arasındaki ilişki incelendiğinde, çevreye duyarlı işletmecilik alt boyutlarının hiçbirinin işletmenin hizmet verdiği sektöre göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. İşletme hizmet yılı ve çevreye duyarlı işletmecilik arasındaki ilişki sorgulandığında, işletme yaşının çevreye duyarlı işletmecilik alt boyutlarının hiçbirinde etkili olmadığı görülmüştür.

Antalya Organize Sanayi Bölgesindeki işletmelerin çevreye duyarlı işletmecilik faaliyetleri genel olarak değerlendirildiğinde, çevreye duyarlı işletmecilik uygulamalarını en azından yasal zorunlulukları karşılayacak ölçülerde gerçekleştirmeye çalıştıkları söylenebilir. İşletmelerin büyük çoğunluğunun belgelendirilmemiş olmakla birlikte genel olarak çevre yönetim sistemi ve politikalarının olduğu, çevreye duyarlı tasarım, tedarik, üretim, İKY ve atık yönetimi uygulamaları bulunduğu ancak her bir uygulamada önemli eksikliklerinin olduğu görülmüştür. Ürünün ilk aşamasından tüketiciye sunulmasına kadar geçen her adımda çevresel etkilerin dikkate alınarak üretimin gerçekleştirilmesini sağlayan ve çevreye duyarlı işletmecilik uygulamalarında büyük etkileri olduğu bilinen ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi Belgesinin AOSB'deki işletmelerin sadece dörtte birinde bulunması, önemli bir eksiklik olarak değerlendirilebilir. Ayrıca işletmelerin yarısının çevre ile ilgili hiçbir personel istihdam etmemiş olması dikkat çekicidir.

Küresel ısınmanın başlıca sorumlusu olarak gösterilen, sera etkisine yol açan gazların oluşumuna neden olan ve fosil yakıtların kullanımıyla atmosfere yayılan karbondioksit salınımının dünyaya bıraktığı zararlar herkes tarafından bilinmektedir. Dolayısıyla işletmelerin bu konuda giderek daha bilinçli olmaları beklenirken karbon ayak izi kavramının AOSB'de yaygınlık kazanmamış olması da diğer bir önemli eksiklik olarak düşünülmektedir.

Hızla gelişen teknoloji ve değişen dünya çerçevesinde çevrenin korunmasında ve çevreye dost yeşil ürünler oluşturmada işletmelere önemli görevler düşmektedir. Gelecekte, ancak bu görevleri yerine getiren işletmeler ayakta kalabilecektir. Bu araştırmanın saha çalışmasının yürütüldüğü AOSB'deki işletmelerin henüz çevreye duyarlı faaliyetlerin rekabet üstünlüğüne olumlu etkileri konusunda yaygın bir kanaate sahip olmadıkları görülmüştür. Bu tür faaliyetler daha çok kirliliği ve atık birikimini azaltan ve itibar kazandıran bir nitelikte görülmekte, ancak finansal performans ve rekabet üstünlüğü üzerindeki etkileri açısından çekimser kalmaktadırlar. Bunun sebebi henüz çevreye duyarlı faaliyetleri bu düzeyde kullanabilen işletme örneklerinin bölgede ve ülkede çok yaygın olmaması olabilir.

Yurt genelinde işletmelerin çevreye duyarlı uygulamalarının rekabet üstünlüğüne etkisi hakkında daha detaylı bilgi edinebilmek için daha geniş kapsamlı araştırmalara ihtiyaç vardır. Yapılacak geniş kapsamlı araştırma işletmelerin çevreye duyarlı uygulamalarının rekabet gücünü artırmaya etkisini saptamak açısından yarar sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Akdeniz Ar, A. (2011). Yeşil Pazarlama. Beta Basım Yayım: İstanbul.
- Akgeyik, T. (2010). “İnsan Kaynakları Yönetimi Boyutuyla Kurumsal Sosyal Sorumluluk (Bir Alan Araştırması)”, Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi. s. 65-106.
- Akgül, U. (2010). “Sürdürülebilir Kalkınma: Uygulamalı Antropolojinin Eylem Alanı”, Antropoloji Dergisi, Sayı: 24, s: 133-164, Ankara.
- Alkış, S. (2009). “Sürdürülebilir Bir Dünya için Coğrafya Eğitimi” Aktif Yayınevi, İstanbul
- Alagöz, M. (2007). “Sürdürülebilir Kalkınmada Çevre Faktörü: Teorik Bir Bakış”, Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi. Sayı:11, Ocak, s: 1-12.
- Alagöz, A. ve Yılmaz, B. (2001). “Çevre Muhasebesi ve Çevresel Maliyetler”, Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi. Yıl:1, Sayı:1-2, Nisan-Ekim.
- Alcaraz, M. S. ve Bell, S. (2014). “Sustainability and The Contribution of Innovation”, OIDA International Journal of Sustainable Development. 07:06, 11-23.
- Alınçık, Ü.; Yılmaz, C.; Alınçık, E. (2010). "Reklamlarda Çevreci İddialar ve Reklam Etkililiği: Basılı Reklamlar Üzerinde Deneysel Bir Araştırma", Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Cilt:10, Sayı:1, s: 85-106.
- Altınbay, A. (2007). “Çevresel Maliyetlerin Raporlanması”, Akademik Bakış Dergisi. 11.
- Altuğ, A. M. (2008). “Çevre Kalitesi ve Çevre Muhasebesi”, Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi. Cilt: XXIV, Sayı: 1, 259-284.
- Allwood, J. (2005). “Survey and Performance Assessment of Solution Methods for Elastic Rough Contact Problems”, Journal of Tribology. 127(1), 10-23.
- Aracıoğlu, B. (2010). “Tüketicilerin, Satın Alma Davranışında Çevre Bilincinin Etkileri”, Ege Akademik Bakış Dergisi. 9, 435-461.
- Armutak, Y. ve Bayındırlı, A. (1995). “Gıdalarda Raf Ömrü Belirleme Yöntemleri”, GIDA. 20 (4), 205-208.
- Atalay, N. (2012). “Türkiye’de Temiz Üretim (Eko-Verimlilik) Alanında Mevcut Durum”, Kalkınmada Anahtar Verimlilik. T.C. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Nisan, Sayı: 280.
- Ay, C. ve Yılmaz, E. (2004). “Yeşil Pazarlama ve Serel Seramik A. Ş.’nin Yeşil Uygulamaları”, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Cilt: 2, Sayı: 2.

- Aytekin, P. (2007). “Yeşil Pazarlama Stratejileri”, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. Cilt: 5, Sayı: 2, s. 1-20.
- Ayyıldız, H. ve Genç, K. Y. (2008). “Yeşil Pazarlama”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi. 7(26): 320-333.
- Baden, J. A. ve Zaffos, J. (2000). “Reviews of ‘Natural Capitalism: Creating the Next Industrial Revolution’ and ‘Hard Green: Saving the Environment from the Environmentalists (A Conservative Manifesto)’”, Journal of Markets & Morality 3. No. 2, Sonbahar, 261-275.
- Balpetek, F. G.; Alay, M.; Özdoğan, E. (2012). “Sürdürülebilir Kalkınma İçin Yaşam Döngüsü Değerlendirmesi ve Tekstil Sanayi”, Tekstil Teknolojileri Elektronik Dergisi. Cilt: 6, No: 2.
- Barney, J. B. (1989). “Firm Resources and Sustained Competitive Advantage”, Management Science, Vol. 35.
- Barrett, S. (1991). “Environmental Regulation for Competitive Advantage,” Business Strategy Review, Bahar 1991, 1-15.
- Bayraktutan, Y. ve Uçak, S. (2011). “Ekolojik İktisat ve Kalkınmanın Sürdürülebilirliği”, Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi. 3(4): 17-36.
- Benn, S.; Dunphy, D. ve Griffiths, A. (2004). “Corporate Change for Sustainability: The Way Ahead”, TELA Environment, Economy and Society. Sayı: 12.
- Bidabad, B. ve Mastorakis, N. (2014). “Overconsumption in Ethic Economics and Sustainable Development”, Recent Advances in Energy, Environment and Financial Planning. 314-322.
- Bozdoğan, R. (2005) “Sürdürülebilir Gelişme Düşüncesinin Tarihsel Arka Planı”
- Budak, S. (2000). Avrupa Birliği ve Türk Çevre Politikası. Büke Yayıncılık, İstanbul.
- Büyüközkan, G. ve Vardaloğlu, Z. (2012). “Analyzing of CPFR Success Factors Using Fuzzy Cognitive Maps in Retail Industry”. Expert Systems with Applications. 39(12), 10438–10455.
- Cason, T. N. ve Gangadharan, L. (2002). “Environmental Labeling and Incomplete Consumer Information in Laboratory Markets”, Journal of Environmental Economics and Management. 43, 113-134.
- Chapin III, F. S.; Torn, M. S. ve Tateno, M. (1996). “Principles of Ecosystem Sustainability”, American Naturalist. Volume 148, Issue 6 (Aralık), 1016-1037.
- Coşkun, A. ve Karaca, N. (2008). KOBİ’lerde Çevresel Maliyetlerin Sınıflandırılmasına Yönelik Bir Öneri: Metal İşletme Sektöründen Bir Uygulama. Ekoloji. 18, 69: 59-65.

- Çağlar, İ. (1996). “İşletmelerde Çevre Yönetimi ve Çevre Yönetimini Yaygınlaştıran Dinamiklerin Belirlenmesi”, Standart Dergisi. Yıl: 35, Sayı: 412, Kasım.
- Çakar, U. (2007). “Çevreci Şirket ve Çevre Muhasebesi”, Mali Çözüm. 2007, 83: 81-94.
- Çoban, A. ve Kılıç, S. (2009). “Türkiye’de Yerel Yönetimlerin Çevreye Yönelik Politikaları: Konya Selçuklu Belediyesi SELKAP Örneği”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 22, 117-130.
- Çokaygil, Z. ve Banar, M. (2005). “Yaşam Döngüsü Analizi ve Standartlar Açısından Bir Değerlendirme”, 6. Ulusal Çevre Mühendisliği Kongresi Bildiri, İstanbul.
- Çokgezen, J. (2007). “Avrupa Birliği Çevre Politikası ve Türkiye”, Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi. Cilt: XXIII, Sayı: 2, 91-115.
- Dagher, G. K. ve Itani, O. S. (2012). “The Influence of Environmental Attitude, Environmental Concern and Social Influence on Green Purchasing Behavior”, Review of Business Research. Volume 12, Sayı, 2, 104-110.
- D’Amato, A.; Henderson, S. ve Florence, S. (2009). Corporate Social Responsibility and Sustainable Business: A Guide to Leadership Tasks and Functions. Center for Creative Leadership: Greensboro, North Carolina.
- Deanna, R. J. (1994). “Environmentally Concious Manufacturing”, World Class Design to Manufacture. Vol. 1, No: 3.
- Dikmen, A. Ç. (2004). “Enerji ve Çevre Ekseninde Ulusal Güvenlik”, Görüş. Eylül, 31-32.
- Drexhage, J. ve Murphy, D. (2010). “Sustainable Development: From Brundtland to Rio 2012”, High Level Panel on Global Sustainability. 19 Eylül 2010, United Nation Headquarters, New York.
- D’Souza, C.; Taghian, M.; Lamb, P.; Peretiatko, R. (2007). “Green Decisions: Demographics and Consumer Understanding of Environmental Labels”, Journal of Consumer Studies. Vol. 31/4, 371-376.
- Dulupcu, M.A. (2004) Sürdürülebilir Kalkınma Politikasına Yönelik Gelişmeler
- Dunphy, D.; Griffiths, A. ve Benn, S. (2007). Organizational Change for Corporate Responsibility. Londra ve New York: Routledge.
- Duru, B. (2006). “Küresel Sermaye Birikimi ve Ekolojik Bunalım”, Birikim. Sayı: 201/Ocak, s. 45-57.
- Duru, B. (2007). “Avrupa Birliği Çevre Politikası”, Avrupa Birliği Politikaları. Der. Çağrı Erhan, Deniz Senemoğlu. İmaj Yayınevi: Ankara.
- Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (1987). Ortak Geleceğimiz. Türkiye Çevre Sorunları Vakfı Yayınları, Ankara.
- Düren, A. Z. (2000). 2000’li Yıllarda Yönetim. Alfa Yayınları: İstanbul.

- Ehmcke, William; Philipson, Graeme ve Kold-Christensen (2009). “Who Are The Green Collar Workers?”, A report by Connection Research, Environment Institute of Australia & New Zealand.
- Elden, M. (2009). Reklam ve Reklamcılık. Say Yayınları: İstanbul.
- EMAS Guideline Package (2001). “Guides on The EMAS Environmental Statement”, Directorate-General Environment. Office for Official Publications of the European Communities.
- Emgin, Ö. ve Türk, Z. (2004). “Yeşil Pazarlama”, Mevzuat Dergisi. 7(78).
- Ergün, T. ve Çobanoğlu, N. (2012). “Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevre Etiği”, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 2012: 101.
- Esty, D. C. ve Winston, A. S. (2008). Yeşilden Altına Akıllı Şirketler Çevreci Stratejiler ile Nasıl Avantaj Yaratır? Çev. N. Göktem, Mediacat, İstanbul.
- Fisunoğlu, H.M. (1997) Tarımsal Üretim Nüfus ve Çevre, Nüfus Çevre ve Kalkınma Konferansı, T.Ç.V.
- Gökbunar, A. R. (1995). “İşletmelerin Çevrenin Korunmasında Sosyal Sorumluluğu”, Ekoloji Dergisi. Ocak-Şubat-Mart, s. 4-6.
- Gray, R. ve Bebbington, J. (2005). “Corporate Sustainability: Accountability and the Pursuit of the Impossible Dream”, Centre for Social and Environmental Accounting Research, Nisan.
- Guy, S. ve S.A. Moore. (2005). Sustainable Architectures Cultures and Nature Europe and North America. UK: Taylor and Franchis Group.
- Gürlük, S. (2001). “Dünya’da ve Türkiye’de Kırsal Kalkınma Politikaları ve Sürdürülebilir Kalkınma”, Uludağ Üniversitesi İktisat Fakültesi Dergisi, Cilt:19, Sayı: 4 Kış Dönemi Aralık 2001, Bursa.
- Haftacı, V. ve Soylu, K. (2008). “Çevresel Bilgilerin Muhasebesi ve Raporlanması”, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. (15) 2008 / 1 : 92-113.
- Hart, S. (1995). “A Natural-Resource-Based View of the Firm”, Academy of Management Review. 20, 986-1014.
- Horbach, J. (2008). Determination of Environmental Innovation-New Evidence from German Panel Data Sources”, Research Policy. 37, 163-173.
- Hardi, P. ve Terrence, Z. (1997). Assessing Sustainable Development: Principles in Practice. Winnipeg: International Institute for Sustainable Development, Avustralya.
- Hayırsever Topçu, F. (2007). “Küreselleşme ve Uluslararası Çevre Politikaları: Yönetimden ‘Yönetişim’e Geçiş Sorunu”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Iraldo, F.; Testa, F. ve Frey, M. (2009). "Is An Environmental Management System Able to Influence Environmental and Competitive Performance? The Case of the Eco-management and Audit Scheme (EMAS) in the European Union", *Journal of Cleaner Production*. 17, 1444-1452.
- Irwin, R. (2001). "Posing Global Environmental Problems From Conservation to Sustainable Development", *The International Political Economy of the Environment Critical Perspectives*. ed. Dimitris Stevis, Valerie J. Assetto, Lynne Rienner Publ., Boulder, s.15-38.
- İlkuş, Ş. (2012). "Rekabet Üstünlüğünün Sürdürülebilirliğinde Yeşil rekabet Stratejilerinin Rolü", *Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Karabulut, E. (2003). "İşletmelerde Yeşil Yönetim Uygulamalarının İşletme Başarısına Katkısını İncelemeye Yönelik Bir Araştırma", *İ.Ü.İşletme Fakültesi Dergisi*. c.33, s. 1.
- Karaca, Ş. (2013). "Tüketicilerin Yeşil Ürünlere İlişkin Tutumlarının İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma", *Ege Akademik Bakış*, c.13, s.1
- Kardeş, İ. (2011). "Markaların Çevre Dostu Uygulamalarının Tüketicinin Marka Tercihi Üzerindeki Etkisi", *Ege Akademik Bakış*. Cilt: 11, Sayı:1, Ocak, 165-177.
- Kates, R. W.; Parris, T. M. ve Leiserowitz, A. A. (2005). "What is Sustainable Development?", *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*. Vol. 47, Sayı: 3, 8-21.
- Kaypak, Ş. (2011). "Küreselleşme Sürecinde Sürdürülebilir Bir Kalkınma İçin Sürdürülebilir Bir Çevre", *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 13 (20): 19-33.
- Kennet, M. ve Heinemann, V. (2006). "Green Economics, Setting the Scene," *International Journal of Green Economics*, Vol 1 issue 2006, ss. 68-102; 71.
- Keleş, C. (2007). "Yeşil Pazarlama Tüketicilerin Yeşil Ürünleri Tüketme Davranışları ve Yeşil Ürünlerin Tüketiminde Kültürün Etkisiyle İlgili Bir Uygulama", *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana*.
- Kılıç, S. (2001) "Uluslararası Çevre Hukukunun Gelişimi Üzerine Bir İnceleme", *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. Cilt: 2, Sayı: 2, Ekim 2001, s.131-150.
- Kırımhan, S. (2005). *Çevre Yönetimi: Nüfus, Kaynak ve Çevre İlişkileri*. Turhan Kitabevi, İstanbul.
- Kırloğlu, H. ve Fidan, M. E. (2011). "İşletmelerde Çevresel Maliyetler ve Bir Uygulama", *İnönü Üniversitesi İİBF Dergisi*. 2(1): 1-24.
- Koban, E. ve Yıldırım Keser H. (2007). *Dış Ticarete Lojistik*. Ekin Kitabevi, Bursa.

- Kopicki, R.; Berg, M.; Legg, L.; Dasappa, V.; Maggioni, C. (1993). *Reuse and Recycling: Reverse Logistic Opportunities*. Oak Brook IL: Council of Logistic Management.
- Kuşat, N. (2012). “Sürdürülebilir İşletmeler İçin Kurumsal Sürdürülebilirlik ve İçsel Unsurları”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*. c. XIV, s. II.
- Lamming, R. ve Hampson, J. (1996). “The Environment as a Supply Chain Management Issue”, *British Journal of Management*. Vol 7, Mart Özel Sayı, 45-62.
- Lash, J. ve Wellington, F. (2007). “Competitive Advantage on a Warming Planet,” *Harvard Business Review*. Vol. 85 Issue 3, March, ss. 94-102; 96.
- Lozada, H. R. ve Mintu-Wimsatt, A. (1996). “Sustainable Development and International Business: A Holistic Perspective”, *Journal of Euromarketing*. 5(3), 65-74.
- Mainieri, T.; Barnett, E. G.; Valdero, T. R.; Unipan, J. B. ve Oskamp, S. (1997). “Green Buying: The Influence of Environmental Concern on Consumer Behavior”, *The Journal of Social Psychology*. 137(2), 189-204.
- Martinez-Costa, M. (2004). “Comparison of TQM and ISO 9000 Effects in Company Performance: An Empirical Study in Spanish Companies”, *Second World Conference on Pom and 15th Annual Pom Conference*. Cancun, Meksika, April 30 - May 3.
- Mengi, A. ve Algan, N. (2003). *Küreselleşme ve Yerelleşme Çağında Bölgesel Sürdürülebilir Gelişme, AB ve Türkiye Örneği*. Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Mermet, L. (2011). “Strategic Environmental Management Analysis: Addressing the Blind Spots of Collaborative Approaches”, *IDDRI*. No: 5, Mayıs.
- Meyer, A. (2001). “What's in it for Customers? Succesfully Marketing Green Clothes”, *Business Strategy and the Environment*. Vol. 10, Sayı: 5, s. 317-330, Eylül/Ekim.
- Morrow, D. ve Rondinelli, D. (2002). “Adopting Corporate Environmental Management Systems: Motivations of ISO 14001 and EMAS Certification”, *European Management Journal*. 20 (2), 159-171.
- Mucuk, İ. (2001). *Pazarlama İlkeleri*. Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Muldoon, A. (2006). “Where The Green Is: Examining The Paradox of Environmentally Conscious Consumption”, *Electronic Green Journal*. Sayı: 23.
- Mutlu, A. (2006). “Küresel Kamusal Mallar Bağlamında Sağlık Hizmetleri ve Çevre Kirlenmesi: Üretim, Finansman ve Yönetim Sorunları”, 21. Maliye Sempozyumu, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Biga İİBF, Antalya.
- Najam, A. (1999/2000). “ World Business Council for Sustainable Development: The Greening of Business or a Greenwash?”, *Yearbook Of İnternational Co-operation on Environment and Development*

- Nakıboğlu, M. A. B. (2003). “Çevreci Pazarlama Anlayışı ve Tüketicilerin Çevreci Tutumlarının Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi ile İlgili Bir Uygulama”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Nalbant, Z. E. (2005). “İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı”, Yönetim ve Ekonomi. Cilt: 12, Sayı: 1, 193-201.
- Nemli, E. (2004). Sürdürülebilir Kalkınma: Şirketlerin Çevresel ve Sosyal Yaklaşımları. Filiz Kitabevi, İstanbul.
- Nemli, E. (2001). “Çevreye Duyarlı Yönetim Anlayışı”, Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi. No: 23-24.
- Nemli, E. (2000). Çevreye Duyarlı İşletmecilik ve Türk Sanayiinde Çevre Yönetim Sistemi Uygulamaları. İstanbul Sanayi Odası, Çevre Şubesi Yayınları, İstanbul.
- Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2002). Tüketici Davranışı. Mediacat Akademi, İstanbul.
- Ottman, J. A. (1998). Green Marketing Opportunity for Innovation. NTC Business Books, NTC Publishing Groups, New York.
- Özer, İ. (2009). “An Analysis of Environmentally Conscious Practices in Turkish Companies”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Özer, A. ve Özer, N. (2012). “Kaynak Temelli Yaklaşım ve Paydaş Yaklaşımı Açısından Entelektüel Sermayenin İMKB’deki Çokuluslu İşletmelerin Finansal Performansına Etkisi”, 16. Finans Sempozyumu. 10-13 Ekim 2012 Erzurum, 471-497.
- Özkaya, B. (2010). “İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Anlayışının Uzantısı Olarak Yeşil Pazarlama Bağlamında Yeşil Reklamlar”, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öneri Dergisi. Sayı: 34, Cilt: 9, s. 247-258.
- Özmehmet, E. (2010). “Dünyada ve Türkiye’de Sürdürülebilir Kalkınma Yaklaşımları”, Journal of Yaşar Üniversitesi, Vol. 3, No: 2.
- Pearce, D.; Markandya, A.; Barbier, E. (1989). Blueprint for Green Economy. London: Earthscan Publications.
- Peattie, K. (2001). “Towards Sustainability: The Third Age of Green Marketing”, The Marketing Review. Vol. 2, Summer, s. 129-146 (18).
- Pezzoli, K. (1997). “Sustainable Development: A Transdisciplinary Overview of the Literature”, Journal of Environmental Planning and Management. Vol. 40, Sayı: 5.
- Polonsky, J. M. (1994). An Introduction to Green Marketing. The Howart Press.
- Polonsky, J. M. ve Rosenberger, P. J. III. (2001). “Reevaluating Green Marketing: A Strategic Approach”, Business Horizons. Vol. 9-10, ss. 21-30.

- Porter, M. E. (2008). "The Five Competitive Forces that Shape Strategy", Harvard Business Review, January 2008, s. 78-94.
- Porter, M., Linde, C.V.D., (1995). "Towards New Conception of the Environment-Competitiveness Relationship", Journal of Economic Perspectives, Vol. 9, Number 4, s.97-118
- Quinn, L. ve Dalton, M. (2009). "Leading for Sustainability: Implementing the Tasks of Leadership", Corporate Governance. 9(1).
- Rarick C. ve Feldman, L. S. (2008). "Patagonia: Climbing to New Highs With A Smaller Carbon Footprint", Journal of the International Academy for Case Studies. Vol. 14, sayı: 7.
- Rodriguez, M. A.; Ricart, J. E. ve Sanchez, P. (2002). "Sustainable Development and the Sustainability of Competitive Advantage: A Dynamic and Sustainable View of the Firm", Sustainable Development and Competitive Advantage. Vol. 11, No: 3, Eylül, 135-146.
- Sanjay, S. ve Starik, M. (2004). Stakeholders, the Environment and Society. Cheltenham: Edward Elgar.
- Sarıkaya, M. ve Z. Kara. (2007). "Sürdürülebilir Kalkınmada İşletmenin Rolü Kurumsal Vatandaşlık", Yönetim ve Ekonomi Dergisi. 14, 221-233.
- Sarıkaya, M.; Erdoğan, M.; Kara, F. Z. (2010). "İnternet Ekonomisi ve Kurumsal Sürdürülebilirlik", Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi. Cilt: 5, No: 2, s. 31-50.
- Sarkis, J. (2003). "A Strategic Decision Framework for Green Supply Chain Management", Journal of Cleaner Production. 11, 397-409.
- Sarkis, J. ve Rasheed, A. (1995). "Greening the Manufacturing Function", Business Horizons. Vol. 38, No: 5.
- Selamet, S. (2012). "Sürdürülebilirlik ve Grafik Tasarım", ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi. Cilt: 8, Sayı: 15, 125-148.
- Shrivastava, P. (1994). "Castrated Environment: Greening Organizational Studies", Organizational Studies. 15, 705-726.
- Silva, E. (1997). "The Politics of Sustainable Development: Native Foret Policy in Chile, Venezuela, Costa Rica and Mexico", Journal of Latin American Studies. Vol. 29. Issue: 2, 457-493.
- Stevens, C. (2009). "Green Jobs and Women Workers", Draft Report (September). International Labour Foundation for Sustainable Development (Sustainlabour).

- Tekin, M. ve Çiçek, E. (2005). “İşletmelerde Rekabet Üstünlüğü Sağlamada Farklı Bir Yaklaşım: Değer Temelli Pazarlama”, V. Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu. İstanbul Ticaret Üniversitesi, 25-27 Kasım, 63-68.
- Tıraş H. H. (2012). “Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevre: Teorik Bir İnceleme”, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İİBF Dergisi, Sayı: 2, 57-73.
- Topoyan, M. (25-27 Kasım 2005). “Yeniden Üretim Sistemleri İçin Sürdürülebilir Ürün Tasarımlarının Oluşturulması”, 5. Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu. İstanbul Ticaret Üniversitesi. İstanbul, 259-264.
- Torlak, Ö. (2009). Pazarlama Ahlakı Sosyal Sorumluluklar Ekseninde Pazarlama Kararları ve Tüketici Davranışlarının Analizi. Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.
- Turgut, N. (Kasım 2001). Çevre Hukuku (Karşılaştırmalı İnceleme), Savaş Yayınları, ANKARA
- TÜSİAD, (2005). “Şirketlerin Yeni Yönetim Aracı: Çevresel Muhasebe”, TÜSİAD Yayın. No: 2005-06/404, Lebib Yalkım Yayınları, İstanbul.
- TÜSİAD, (1998). “Dış Ticarete Koruma Kaynaklı Tarife Dışı Teknik Engeller ve Türk Sanayii İçin Eylem Planı”, Yayın No: TUS AD-T/98-233.
- Türk, M. ve Bekiş, T. (2011). “İşletmelerde Rekabetçi Üstünlük Elde Etmede Önleyici (Proaktif) Çevre Yönetimi Yaklaşımı”, Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi. Cilt: 15, Sayı: 1, Haziran, 65-84.
- Türkiye Çevre Sorunları Vakfı (1991). Çevre Üzerine. Türkiye Çevre Sorunu Vakfı Yayını, Ankara.
- UNEP (2008). Green Jobs: Towards Decent Work in a Sustainable Low-Carbon World. Eylül, Publishing Services Section, United Nations Office at Nairobi (UNON).
- Uydacı, M. (2011). Yeşil Pazarlama. Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Ülgen, H. ve Mirze, S. K. (2004). İşletmelerde Stratejik Yönetim. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Üstünay, M. (2008). “İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Çerçevesinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları ve Kimya Sektörüne Yönelik Bir İnceleme”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Vais, A.; Miron, V.; Pedersen, M. ve Folke, J. (2006). “Lean and Green at a Romanian Secondary Tissue Paper and Board Mill-Putting Theory into Practice”, Resources, Conservation and Recycling. 46, s. 51-52.
- Varinli, İ. (2012). Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar. Detay Yayıncılık, Ankara.
- WCED (1987). “Our Common Future”. Report of the World Commission on Environment and Development.

- Wiggins, R. R. ve Ruefli, T. W. (2002).“Sustained Competitive Advantage: Temporal Dynamics and the Incidence and Persistence of Superior Economic Performance,” Organizational Science, Vol. 13, No. 1, s.82.
- Yacoub, A. ve Johannes, F. (2006). Half is Enough, an Introduction to Cleaner Production. Beyrut, Lübnan: LCPC Press.
- Yavillioğlu, C. (2001). “Ekonomik Kalkınma ve Motivasyon Arasındaki İlişki”, Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi. Cilt: 2, Sayı:3.
- Yıldırım, Y. “Yeşil Pazarlama”,
- Yıldız, K., Sipahioğlu, Ş., Yılmaz,M. (2012). Çevre Bilimi ve Eğitimi. Gündüz Eğitim ve Yayıncılık, Ankara.
- Yiğit, S. (2014). “İnovasyonun Çevreci Yüzü ve Türkiye”, Yönetim ve Ekonomi. Cilt:21 Sayı:1 Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F, 251-265.
- Yücel, F. (2004). “Sürdürülebilir Kalkınmanın Sağlanmasında Çevre Korumanın ve Ekonomik Kalkınmanın Karşılıklı ve Birlikteliği”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Sayı: 11.
- Yücel, M. ve Ekmekçiler, Ü. S. (2008). “Çevre Dostu Ürün Kavramına Bütünsel Yaklaşım; Temiz Üretim Sistemi, Eko Etiket, Yeşil Pazarlama”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi. 7(26): 320-333.
- Yüksel, H. ve Çelikoğlu, C. (2004). “Yeniden Üretim Faaliyetlerinin Planlanması ve Kontrolü İçin Bir Yöntem Önerisi”, 9 Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Cilt:6, Sayı: 3.
- Zinkhan, G. M. ve Carlson, L. (1995). “Green Advertising and the Reluctant Customer”, Journal of Advertising. Vol. 24, Sayı: 2.

İnternet Kaynakları

- Aksu, C. (2011). “Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevre”, Güney Ege Kalkınma Ajansı. www.geka.org.tr Erişim tarihi: 12.12.2014
- “British Standard 7750 Quality Network” <http://www.quality.co.uk/bs7750.htm> Erişim Tarihi: 07. 07. 2014
- Carter, N. (2010). “ISO 14001 Environmental Management Systems”, ISO ve ITC tarafından hazırlanan rapor. <http://www.iso.org/iso/PUB100329.pdf> Erişim Tarihi: 03.08.2014.
- CPS-Corporate & Public Strategy Advisory Group, (2012). “Çevre Hakkında AB Müktesebat Rehberi”, MESS. Ocak, İstanbul & Brüksel. <http://www.mess.org.tr/content/MESS%20-%C3%87evre-Ocak-2012.pdf> Erişim tarihi: 27. 06. 2014

- Çevre ve Orman Bakanlığı, (2006). “AB Entegre Çevre Uyum Stratejisi (UÇES) 2007-2023”, <http://www.abgs.gov.tr/files/SEPB/cevrefaslidokumanlar/uces.pdf> Erişim tarihi: 01.06.2014.
- Eken, E. (2013). “Ulusal Geri Dönüşüm Stratejisi ve Eylem Planı (2013-2016)”, Haziran, Sayı: 294. <http://anahtar.sanayi.gov.tr/tr/news/ulusal-geri-donusum-stratejisi-ve-eylem-plani-2013-2016/493>, Erişim tarihi: 23.02.2015
- EMAS Website, http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm Erişim Tarihi: 03.05.2014.
- Florida, R. ve Davison, D. (2001). “Gaining from Green Management: Environmental Management Systems Inside and Outside the Factory”, <http://www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/Gaining%20from%20Green%20Management.pdf> Erişim Tarihi: 02.10.2014
- GreenBlue (2011). “Definition of Sustainable Packaging”, Sustainable Packaging Coalition. <http://sustainablepackaging.org/uploads/Documents/Definition%20of%20Sustainable%20Packaging.pdf> Erişim Tarihi: 07.06.2014
- “Guidance on the EMAS Environmental Statement” Official Publications of the European Communities. Erişim Tarihi: 07.07.2014
- idec.gr/etiv/documents/Guidance%20on%20the%20EMAS%20environmental%20statement.pdf
- International Institute for Sustainable Development (2004). “Perceptions and Definitions of Social Responsibility”, The ISO and Corporate Social Responsibility. Issue Briefing Note, Mayıs <http://www.iisd.org> Erişim Tarihi: 28.01.2015
- İktisadi Kalkınma Vakfı, “Avrupa Birliği'nin Çevre Politikası” <http://www.ikv.org.tr/pdfs/4f3a608d.pdf>). Erişim tarihi: 01.06.2014.
- IUCN/UNEP/WWF, Caring for the Earth: A Strategy for Sustainable Living, Gland, İsviçre, 1991, s. 10. <http://www.uow.edu.au/~sharonb/STS300/sustain/meaning/defarticle2.html>, Erişim Tarihi: 01.05.2014.
- iys.inonu.edu.tr/webpanel/dosyalar/801/file/sunu%201.pptx, Erişim tarihi: 04.05. 2013.
- Karaca, N. (2008). “Çevre Maliyetleri Yönetimi ve İşletmelere Bakan Yönü”, Fatih Üniversitesi Bildiri Sunumu. s. 246, http://cevre.club.fatih.edu.tr/webyeni/konfreweb/2008_pdf/sayfa246.pdf Erişim Tarihi: 04.12.2014

- Peck, A. “What is Difference Between Reuse, Reduce and Recycle?”,
<http://homeguides.sfgate.com/difference-between-reuse-reduce-recycle-79303.html>
 Erişim Tarihi: 09.09.2014.
- Sustainable Packaging Coalition (2011). “Definition of Sustainable Packaging”, GreenBlue Projesi.
sustainablepackaging.org/uploads/Documents/Definiton%20of%20Sustainable%20Packaging.pdf Erişim Tarihi: 20.02.2015
- “Sürdürülebilir Gelişme Nedir?” Erişim Tarihi: 23.07.2014
<http://www.insaatforumu.net/Yazilar.asp?goster=dos&id=309>
- Türk Standartları Enstitüsü, <http://www.tse.org.tr/hizmetlerimiz/belgelendirme-hizmetleri/sistem-belgelendirme/belgelendirme-yap%C4%B1lan-y%C3%B6netim-sistemleri/ts-en-iso-14001-%C3%A7evre-y%C3%B6netim-sistemi>. Erişim Tarihi: 01.06.2014
- UNDP (2012). “The Sustainable Future We Want”, Annual Report 2011/2012.
http://www.undp.org/content/dam/undp/library/corporate/UNDP-in-action/2012/English/UNDP-AnnualReport_ENGLISH.pdf
www.capital.com.tr/liderlik/yesil-sirket-olma-yarisi: 15.06.2015
www.conspect.nl Erişim Tarihi:15.06.2014
www.kpmg.com.tr Erişim Tarihi: 31.05.2104
www.mfa.gov.tr/dunya-surdurulebilir-kalkinma-zirvesi_johannesburg_-26-agustos---4-eylul-2002_.tr.mfa: 10.06.2015
www.st-andrews.ac.uk/media/csear/discussion-papers/CSEAR_dps-sustain-handcorp.pdf
 Erişim Tarihi: 12.09.2014.
www.tdk.gov.tr Erişim Tarihi: 21.02.2104

EKLER

EK 1- ANKET FORMU

SORU FORMU

Bu soru formu, Akdeniz Üniversitesi İşletme Yüksek Lisans Programı kapsamında yürütülen “Sürdürülebilir Kalkınmayı Destekleyen Yeşil İşletmecilik Uygulamalarının Rekabet Üstünlüğüne Etkileri” başlıklı tez çalışmasının saha çalışmasına yönelik hazırlanmıştır. Bu çalışmanın bulguları tamamen istatistikî olarak değerlendirilecek, firma bilgileri kesinlikle araştırmacıda saklı kalacaktır. Soruları firmanız açısından en doğru bilgilerle yanıtladığınız için teşekkür ederiz. Yanıtlanmış soru formunu aşağıda belirtilen e-posta adresine göndermenizi rica ederiz.

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Fulya SARVAN
Sorularımız için: Aydolu Algin aydolualgin@hotmail.com

Yüksek Lisans Öğrencisi: Aydolu ALGIN
Gsm: 05423619080

1. BÖLÜM

*Aşağıdaki her bir önermenin işletmenizin durumunu ne ölçüde yansıttığını değerlendirerek 5’li ölçek üzerinden en uygun seçeneği işaretleyiniz. 5= Kesinlikle katılıyorum 4= Katılıyorum 3= Kararsızım/Fikrim yok 2= Katılmıyorum 1=Kesinlikle katılmıyorum 0= Firmamızın faaliyet alanıyla ilgili değildir.						
*İşletmemizde çevreye duyarlı işletmecilik gereği:						
1. Sürdürülebilir kalkınmayla ilgili çevresel konuların entegrasyonunu yapan plan ve programlarımız mevcuttur.	5	4	3	2	1	0
2. Tüm faaliyetlerimiz genel Stratejik Çevresel Değerlendirme prensiplerine uygun olarak yürütülmektedir.	5	4	3	2	1	0
3. Çevreye zararlı etkisi olabilecek faaliyetlerimizin risk değerlendirmesi yapılmaktadır.	5	4	3	2	1	0
4. Atık yönetimi ve çevre yönetim sistemimiz vardır.	5	4	3	2	1	0
5. Çevreye yönelik faaliyetlerimiz ile ilgili AB müktesebatı ve ilgili ulusal mevzuat dikkatle takip edilmekte ve gerekli uygulamalar gerçekleştirilmektedir.	5	4	3	2	1	0
6. Halihazırda uygulanmakta olan bir çevre politikamız ve eylem planımız bulunmaktadır.	5	4	3	2	1	0
7. Tüm faaliyetler çevreye duyarlılık temelinde planlanmakta ve gerekli önlemler alınmaktadır.	5	4	3	2	1	0
8. Çevre konusunda yeni fikirler hayata geçirmeye çalışılmakta, çevreye duyarlı uygulamalar için yeni yöntemler aranmaktadır.	5	4	3	2	1	0
9. Çevreye duyarlılık konusunda ilgili kurum, kuruluş ve STK'larla işbirliği yapılmaktadır.	5	4	3	2	1	0
10. Çevreye duyarlılık kalite, maliyet, esneklik, güvenilirlik gibi rekabetçi önceliklerden biri olarak görülmektedir.	5	4	3	2	1	0
11. Çevre politikalarımızı ve çevresel eylem planımızın uygulamasını denetleyen/koordine eden özel bir yetkili/birim vardır.	5	4	3	2	1	0
12. Ürünlerimizin tasarım aşamasında geri dönüşümlü malzemelerin kullanılmasına özen gösterilmektedir.	5	4	3	2	1	0
13. Atıkların nasıl bertaraf edileceği ürün tasarım aşamasında planlanmakta ve önlemler alınmaktadır.	5	4	3	2	1	0

14. İş yeri düzeninin (fabrika yerleşim düzeni) belirlenmesinde çevresel etkileri dikkate alınmaktadır.	5	4	3	2	1	0
15. Tedarik faaliyetleri ve lojistiğin neden olduğu doğrudan ve dolaylı karbon ayak izi hesaplanmakta ve azaltılmaya çalışılmaktadır.	5	4	3	2	1	0
16. Girdilerimizi tedarik eden ana firmalardan en az birinin çevre yönetim sistemi belgesi vardır.	5	4	3	2	1	0
17. Enerji ihtiyacının karşılanmasında yenilenebilir enerji kaynakları tercih edilmektedir.	5	4	3	2	1	0
18. Girdi tedarik edilen firmaların çevreye duyarlılıklarına dikkat edilmektedir.	5	4	3	2	1	0
19. Üretimde enerji tasarruflu teknolojiler tercih edilmektedir.	5	4	3	2	1	0
20. Ürünlerimizde çevreyle ilgili mesaj, işaret ya da etiket (logo, uyarı işareti, geri dönüşümlülük vb.) kullanılmaktadır.	5	4	3	2	1	0
21. İşletmemizden kaynaklı oluşabilecek bir çevre kirliliğine karşı olası senaryolar değerlendirilip gereken önlemler alınmaktadır.	5	4	3	2	1	0
22. Atıklar sürdürülebilir çevre politikasıyla yönetilmekte, kaynağında önleme ve ayrıştırma sonucu, atık miktarı azaltılmaktadır.	5	4	3	2	1	0
23. Atığın türüne (geri dönüştürülebilir, yeniden üretilebilir, tekrar kullanılabilir vb.) uygun olarak kaynağında nasıl toplanacağı planlanmaktadır.	5	4	3	2	1	0
24. Personele çevreye duyarlı işletmecilik ve çalışma ile ilgili periyodik olarak eğitim verilmektedir.	5	4	3	2	1	0
25. Müşterilerin ve son kullanıcıların eğitim, bilgi paylaşımı vb. programlar ile geri dönüşüm programlarına katılımları sağlanmaktadır.	5	4	3	2	1	0
26. Personelin çevreye duyarlı girişimleri ve faaliyetleri ödüllendirilmektedir.	5	4	3	2	1	0
27. Tutundurma faaliyetlerimizde çevreye duyarlı ve sosyal sorumluluğu güçlü firma imajı vurgulanmaktadır.	5	4	3	2	1	0
28. Hammadde ve enerji tüketimi konusunda veriler toplanmakta, izlenmekte ve belli aralıklarla raporlanmaktadır.	5	4	3	2	1	0

2. BÖLÜM

*Aşağıdaki soruları her bir önermenin işletmenizin çevreye yaklaşımını ve aldığı sonuçları ne ölçüde yansıttığını değerlendirerek 5'li ölçek üzerinden cevaplayınız.						
5= Kesinlikle katılıyorum 4= Katılıyorum 3= Kararsızım/Fikrim yok 2= Katılmıyorum 1=Kesinlikle katılmıyorum 0= Firmamızın faaliyet alanıyla ilgili değildir.						
29. İşletmemizde gerçekleştirilen çevre faaliyetleri genel giderlerin azaltılmasında yardımcı olmuştur.	5	4	3	2	1	0
30. İşletmemizde gerçekleştirilen çevre faaliyetleri kirliliğin kaynağında azaltılması için önemli fırsatlar sağlamıştır.	5	4	3	2	1	0
31. İşletmemizin çevre faaliyetleri atık ve hurda oluşumunun azaltılmasında yardımcı olmuştur.	5	4	3	2	1	0
32. İşletmemizde son üç yılda birim başına kullanılan doğal kaynaklar azalmıştır.	5	4	3	2	1	0
33. Son üç yılda ambalajların geri dönüşüm oranı artmıştır.	5	4	3	2	1	0
34. İşletmemizde son üç yılda çevre yasalarına uyumsuzluk nedeniyle oluşan cezalar azalmıştır.	5	4	3	2	1	0
35. İşletmenin çevreye duyarlılık kapsamında kazandığı ödül, belge vs. bulunmaktadır.	5	4	3	2	1	0
36. İşletmemizde gerçekleştirilen çevre faaliyetleri; çevre problemlerinin ve fırsatların belirlenmesinde tüm çalışanların çevreye duyarlılığını geliştirmiştir.	5	4	3	2	1	0
37. Çevreye duyarlı üretim, dağıtım vs. yönelik yeni gelişim ve değişimler yöneticilerimiz ve çalışanlarımız tarafından kabul görmüştür.	5	4	3	2	1	0
38. Kirliliği önleme projelerimiz sonucunda elde edilen kazançlar, bu projeler için katlanılan maliyetleri karşılamaktadır.	5	4	3	2	1	0
39. Çevreye duyarlı işletmecilik anlayışımız finansal performansımızı olumlu etkilemiştir.	5	4	3	2	1	0
40. Çevre konularının dikkate alınması, rekabet avantajı kazanılmasında önemli fırsatlar sağlamaktadır.	5	4	3	2	1	0
41. Çevreye duyarlı faaliyetler rakipler karşısında firmamıza üstünlük sağlamıştır.	5	4	3	2	1	0
42. Çevre konularına önemli yatırımlarda bulunduğumuzda elde edilen kazanç çevre maliyetlerini karşılamaktadır.	5	4	3	2	1	0
43. Çevreye duyarlı faaliyetlerimiz, ürünlerimizin, hizmetlerimizin ve faaliyetlerimizin müşterilerimiz ve toplum gözündeki itibarını arttırmıştır.	5	4	3	2	1	0
44. Müşterilerimizin ‘‘doğa dostu’’ firmaları tercih etmesi firmamıza ticari bir değer katmaktadır.	5	4	3	2	1	0

FİRMA ve SORU FORMUNU YANITLAYAN İLE İLGİLİ BİLGİLER

1. İşletmenizin kuruluş yılı.....
2. İşletmenizin mülkiyet yapısı
() Türk yatırımcı () Yabancı-Türk ortak girişimi () Yabancı yatırımcı
3. İşletmenizin faaliyet alanı nedir?.....
4. İşletmenizin toplam personel sayısı.....
5. İşletmenizde varsa çevre konularıyla ilgili personel sayısı.....
6. İşletmenizin aşağıdaki belgelerden hangilerine sahip olduğunu ve alındığı yılları belirtiniz.

Alınan Belge	Alındığı Yıl
EMAS	
BS 7750	
ISO 9001-2000	
ISO 14000	
ISO 22000	
SA 8000	
Diğer (Lütfen belirtiniz)	

7. Firmadaki göreviniz.....
8. Görev tanımınızda çevre ile ilgili sorumluluklar var mıdır?.....
9. Yaşınız.....
10. En son mezun olduğunuz okul.....
11. Cinsiyetiniz.....
12. Eklemek istediğiniz diğer hususlar
.....
.....
.....

Ö Z G E Ç M İ Ş

Adı ve Soyadı : Aydolu ALGIN
Doğum Tarihi ve Yeri : 06.05.1977 - Yeşilova/Burdur
Medeni Durumu : Bekar

Eğitim Durumu

Mezun Olduğu Lise : Senirkent Lisesi, Isparta, 1993
Lisans Diploması : Akdeniz Üniversitesi, Hemşirelik Fakültesi, Hemşirelik Bölümü, 2000
Yüksek Lisans Diploması : Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Antalya, 2015
Tez Konusu : Çevreye Duyarlı İşletmecilik Uygulamalarının Rekabet Üstünlüğüne Etkileri: Antalya Organize Sanayi Bölgesi Firmaları Üzerine Bir Araştırma
Yabancı Dil : İngilizce

İş Denevimi

Çalıştığı Kurumlar : Akdeniz Üniversitesi Hastanesi (1997-devam ediyor)
E-Posta : aydolualgin@hotmail.com