

1. BÖLÜM

YEŞİL YÖNETİMDE ETİK VE SORUMLULUK

Doç. Dr. Yavuz Tansoy YILDIRIM¹

GİRİŞ

İşletmeler günümüz koşullarında başarılı olabilmek için sadece kar elde etme amacıyla değil, aynı zamanda çevresel ve toplumsal etkileri dikkate alarak faaliyet göstermek zorundadırlar. Çevresel farkındalık ve sürdürülebilirlik, işletmelerin yönetim anlayışlarına etki etmiş, etik ve sorumluluk ilkelerinin işletme stratejilerinde öncelikli olarak belirlenmesini sağlamıştır. Bu oluşum çerçevesinde, Yeşil Yönetim adı verilen yaklaşım, işletmelerin çevreye olan olumsuz etkilerini azaltmayı, doğal kaynakları en yüksek verimlilikte kullanmayı ve toplum ile daha yapıcı ilişkiler geliştirmeyi amaçlayan bir gerçeklik sunmuştur.

Bu bölüm kapsamında, yeşil yönetim, etik ve sorumluluk kavramları tanımlanmış etik ile sorumluluğun birbirini nasıl tamamladığı ve nasıl bir sinerji ortaya çıkardığı açıklanmıştır. Ayrıca, işletmelerin yeşil değerler çerçevesinde karar alırken karşı karşıya kalabilecekleri zorlukları ve bu zorlukları aşabilmek için kullanabilecekleri stratejileri ele alınmıştır. Temel amaç, iş dünyasının gelişen dinamikleri içinde yeşil yönetim, etik ve sorumluluğun nasıl etkili unsurlar haline geldiğini aktarmak ve bu değerlerin işletmelerin uzun vadeli başarısı üzerindeki etkisini belirtmektir.

¹ Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi İşletme Bölümü Öğretim Üyesi, ytyildirim@bandirma.edu.tr

1 YEŞİL YÖNETİM KAVRAMI

Yeşil Yönetim (Green Management), işletmelerin üretim faaliyetlerini sürdürürken çevreye ve ekosisteme olan etkilerini hafifletmeyi ve sürdürülebilirlik noktasında işletme süreçlerine yeşil düşünciyi entegre etmeyi amaçlayan bir yaklaşımdır (Doğan, 2022). Bu yaklaşım, çevresel açıdan ekosistemin sürdürülebilir olmasının yanı sıra işletmelerin rekabet ortamında küresel anlamda başarılı olmalarını da hedeflemektedir. Yeşil yönetim, örgütleri çevresel, sosyal ve ekonomik bileşenler altında bir araya getirerek istikrarlı bir şekilde yönetmeyi amaçlar. Yeşil Yönetim'in temel bileşenleri (Kara, 2019; Özgül, 2023):

Çevresel Performans İyileştirilmesi: İşletmeler, üretim süreçlerini gereksiz israftan arındırmak için çalışırlar. Bu minvalde enerji ve su tüketimini azaltarak, çevreye bırakılan atık miktarını minimize etmek, hava kirliliğini en alt seviyeye düşürmek için çeşitli politikalar geliştirirler. Yenilenebilir enerji kullanımı, geri dönüşüm programları hakkında seminerler, çalıştaylar ve çevre dostu üretim yöntemleri gibi uygulamalar bu kapsamda yer alır.

Ürün ve Hizmet Sürdürülebilirliği: İşletmeler, yaşam döngüsü içerisinde ürün ve hizmetlerini çevresel etki bazında değerlendirebilmektedir. Yine işletmeler ileriye dönük olarak fikir aşamasından tasarım aşamasına kadar çevresel hassasiyeti göz önünde bulundurarak uzun ömürlü ve atık geri dönüşümü rahat malzeme ve parçalar kullanabilmektedir.

Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi: İşletmeler, tedarik zinciri içerisinde faaliyetlerini sürdürürken zincir içerisinde yer alan tüm paydaşların hammaddenin tedariki, üretimi ve dağıtımından ve hatta tedarikçi seçiminden başlayarak her aşamada ekosistem ve çevre kaygısı göz önüne alınarak faaliyetlerini sürdürürler.

Çevresel Strateji Entegrasyonu: Yeşil yönetim, işletmelerin gelecek vizyonu açısından iş süreçlerinde israfın önüne geçerek atık miktarını azaltmayı hedefler ve sürdürülebilirlik adına işletme içerisinde tüm çalışanların katılımına olanak sağlayarak çevresel bir farkındalık sunar.

Eğitim ve Farkındalık: İşletme içerisinde çevresel farkındalığı artırmak ve sürekli hale getirmek için çalışanların ve yöneticilerin ortak çabalarıyla birlikte hareket etmek gerekir. Bu açıdan işletme içerisinde bilgiyi paylaşmak ve katılımı teşvik etmek önemlidir. Eğitim programları, seminerler ve iletişim kampanyaları bu amaçla kullanılabilir.

Performans Ölçümü ve Raporlama: İşletmeler rekabetin yoğun olduğu dönemlerde çevresel performans ölçütlerini düzenli aralıklarla izlemeli, mevcut süreçlerini analiz etmeli ve eksik olduğu konularda kendini geliştirmelidir. Daha sonra elde ettiği bu bilgileri rapor halinde getirerek örgüt içerisindeki tüm paydaşlar ile paylaşılmalıdır.

Yeşil yönetim, işletmelerin çevresel sorumluluklarını yerine getirmelerini ve uzun vadede sürdürülebilir başarı elde etmelerini sağlayan bir yaklaşımdır. Bu yaklaşımın benimsenmesi, hem çevresel etkilerin azaltılmasına hem de işletmelerin toplumsal ve ekonomik katkılarının sürdürülebilir şekilde devam etmesine yardımcı olur (Çilingir ve Erkılıç, 2022).

2 YEŞİL YÖNETİMİN İŞLETMELER AÇISINDAN ÖNEMİ

Klasik yönetim süreçlerini yeşil yönetime adapte eden durum, örgüt içerisindeki yöneticilerin anlayış ve tutumlarındaki farklılıktır (Çakanel vd., 2022:1214). Yeşil yönetim, örgüt içerisinde yer alan üst yönetim, üst yönetime bağlı çalışanların tamamı tarafından yeşil kavramının anlaşılması, geliştirilmesi ve uygulanmasını içeren bir yaklaşımdır. Yeşil yönetimin başarılı bir şekilde uygulanması için gerekli olan bazı ilkeler vardır. Bunlar, işletme içinde yer alan her faaliyetin örgüt içerisindeki tüm kademelere yayılması ve düzenli bir şekilde kontrol edilerek eksik veya hatalı bulunan yönlerinin belirlenerek düzeltilmesi gereken ilkelerdir. Yeşil yönetimin başlıca unsurları; üretim süreçlerinde yenilenebilir enerji, çevre dostu ürünlerin yaygınlaştırılmasını sağlamak, tüketim sonrası çevreye oluşabilecek zararı engellemek amacıyla atıkların geri dönüşümü ve sonradan kullanımı için gerekli bileşenleri tespit ederek dönüştürmektir. Yeşil denetim, ekosistem içerisinde daha temiz çalışma

ortamının oluşturulması için alt yapı sağlamak, yeşil işletme ve yeşil çalışma ortamları hazırlamak, yeşil pazarlama ve yeşil tedarik zincirine yönelik faaliyetleri yaygınlaştırmak şeklinde sıralanabilir (Düren, 2002). Özellikle yenilenebilir enerji kaynakları kullanarak geri dönüşüm ve sonradan kullanımın yaygınlaştırılması en önemli konular arasında yer almaktadır.

Sektör içerisinde her bir işletmenin çevreyle olan ilişkisi farklılık gösterebilir. Bu açıdan işletmelerin mevcut anlamda, örgüt içerisinde yer alan paydaşları çevrenin korunması için ekonomik, sosyal ve politik alanlarda etkin bir şekilde önemli çabalar göstermelidir. Bu noktada gerek küresel gerekse STK (sivil toplum kuruluşları) yoluyla, sürdürülebilir kalkınma anlayışı, sürdürülebilir ekonomik büyümenin temel bileşeni olan işletmelere oldukça önemli sorumluluklar düşmektedir (Düren, 2002).

3 İŞLETMELER VE ÇEVRE ETİĞİ

Çevre etiği, günümüzde genellikle göz ardı edilen hakkında çok bilgi sahibi olunmayan kavramlardan biridir. Bu durumun temel nedenleri arasında, küreselleşmenin etkisiyle çevrenin karmaşık bir yapıya dönüşmüş olması, paydaşların çıkar çatışmaları, insan merkezli etik geleneği ve çevreye dair kuramların insanı ihmal eden yönleri yer almaktadır (Potocan vd., 2016). Çevre etiği, sadece insanı konu almamakla birlikte insan dışı çevreyi de kapsamaktadır.

Yine çevre etiği tek başına bir alan olmamakla birlikte çevre hukuku, çevre disiplini, sosyo-ekonomi, ekoloji ve ekosistem coğrafyası gibi temel alanlarda geniş bir akademik alana hizmet etmektedir (Ramosaj ve Zegiri, 2010).

Bir bütün olarak düşündüğümüzde, çevre etiği insan ihtiyaçlarının karşılanmasından ziyade insanın doğa içerisindeki varlıklar arasında bir değere sahip olup olmadığı hakkındaki tartışmalara cevap arar (Jiang ve Lyu, 2022). Aynı zamanda, çevre etiği, insanın ekolojik çevreyle olan ilişkisini etik değerler etrafında değerlendirerek alınan kararların

bütününü ele alır. Bu kararlar arasında şunlar yer alabilir (Oliphant, 2008):

- İnsan faaliyetleri için ormanları kesmek doğru mudur?
- Alternatif motor teknolojileri mümkünken neden hala petrol kaynaklı araçlar kullanıyoruz?
- Doğadaki diğer türlerin yok olmasına sebep olmak kabul edilebilir mi?
- Gelecek nesillere karşı çevresel sorumluluklarımız nelerdir?
- Çevre ekosistemini korumak amacıyla evrendeki insanların yaşam koşullarını iyileştirmek veya basitleştirmek gerekmekte midir?

Çevre etiğinde farklı konular öne çıksa da genellikle iki temel "değer" vurgusu yapılmaktadır (Seligman, 1989):

Araçsal değer: Yeryüzündeki varlıklar, belirli bir hedefe ulaşabilmek için kaynak olarak görülüyorsa ve bu nedenle değerli bulunuyorsa, araçsal değere sahiptir. Bu varlıkların değeri, var olan amacı gerçekleştirebilme yeteneklerine göre değerlendirilmektedir. Çevre etiği içerisinde araçsal değerlere odaklananlar, doğanın onlara sunduğu fayda ve çıkar ilişkisi temelinde değerlendirme yaparlar.

İçsel değer: Bir varlığın evren içerisinde yarattığı etki dışarıdan bağımsız bir şekilde gerçekleştiriliyorsa, kendi varlığı içinde taşıdığı değer, içsel değerdir. İçsel değeri olan bir varlık, sadece kendisi olarak var olduğu için ve neyi temsil ettiği için değerlidir. Çevre etiği perspektifinden içsel değere vurgu yapanlar ise, çevreyi yarar sağlasın diye düşünmenin yanı sıra bu kavramı etraflı bir şekilde fayda unsurunu göz önüne alarak önemserler.

Çevre etiği genel olarak içsel değer boyutunu ele alır. Çünkü içsel değerler, süreklilik gösterir ve fayda azaldığında veya tamamen durduğunda bile ekolojik çevreye olan tutumda bir değişiklik yaratmayacağı ön görülmektedir. Çevre etiği, ekosistem içerisinde yer alan insan, doğa arasındaki etkileşimi incelediği için, bu etkileşim sırasında insan ile çevre arasında gerçekleşen diyalogun iyi veya kötü olduğu sorularını sormayı gerektirir. Aynı zamanda, çevre etiği, çevreye dair alınan kararları ve bu kararların çevre üzerindeki etkilerini değerlendirir. Bu açıdan, çevre etiği farklı değerleri ve bunların insanın

etik davranışlarına nasıl yansıdığını anlamamıza yardımcı olur (Seligman, 1989).

4 İŞLETMELER VE SOSYAL SORUMLULUK

İşletmeler, içinde bulundukları sektörlerin değer yargılarına, toplumun değerlerine duyarlı olacak şekilde çeşitli alanlarda sorumluluk faaliyetleri yürütmektedirler. Bu faaliyetlerin ortak noktası, çevresel sorumluluk anlayışının gönüllülük ilişkisine dayalı olmasıdır. Hem çevre hem de örgüt için faydalı sonuçlar elde etmek adına, örgüt içerisinde amaçlar belirlenmeli, belirlenen amaçlara yönelik taraflar yönlendirilmelidir (Baxi ve Ray, 2012). Sektör yöneticileri bu faaliyetlerinin gerçekleştirilme gerekçeleri ve ne faydalar sağlayabileceği ile ilgili raporları genel kurula, yatırımcılara açık bir şekilde duyurmalıdır (Borzaga ve Becchetti, 2010). Çevresel sorumluluk faaliyetinin başarısı, seçilen konunun örgütün değerlerini ve belirlenen amaçları doğru şekilde temsil etmesine bağlıdır. Hem örgütün misyon, vizyon ve hedeflerine uygun olmalı hem de toplum tarafından önemli bulunan bir sorumluluk konusu seçilmelidir. Ayrıca etkili bir sorumluluk faaliyeti için konunun dikkat çekici, toplumun değerleri ile uyumlu, çalışanları motive edici, medya ve toplum tarafından kabul gören, kalıcı çözümler sunan bir konu olması gerekmektedir (Bowen, 2013). Bu nedenle, kurumsal çevresel sorumluluk anlayışı, işletmelerin paydaş teorisini benimseyerek tüm faaliyetlerinde tüm paydaşlarına eşit şekilde davranmayı amaçlamaktadır.

Örgütlerin temel olarak beş farklı sorumluluğu bulunmaktadır, bunlar; finansal sorumluluk, hukuki sorumluluk, etik sorumluluk, hayırseverlik sorumluluğu ve kurumsal sosyal sorumluluk olarak sınıflandırılmıştır (May vd., 2007).

Finansal sorumluluk, genellikle ilk akla gelen sorumluluk türüdür; işletmenin kâr elde etme ve gelir kazanma amacını içerir. İktisadi bakış açısında, işletmeler, piyasada talep gören ürün ve hizmetleri sunarak bu faaliyetlerden kâr elde etmeyi hedefler. Finansal sorumluluk sadece işletmenin kendi amaçlarını yerine getirmesiyle sınırlı değildir; aynı zamanda ekonomiye de katkı sağlar. Hukuki sorumluluk ise, işletmenin

faaliyet gösterdiği ülkenin sektörel ve örgütsel düzenlemelerine uygun davranmasını gerektirir. İşletme, hukuki sorumluluğunu tam anlamıyla yerine getirdiğinde, sadece yasalara uymakla kalmaz, aynı zamanda ekonomiye ve topluma karşı da sorumluluğunu yerine getirmiş olur. Hukuki sorumluluk aynı zamanda kurumsal sosyal sorumluluğun etkili bir şekilde yerine getirilmesine katkı sağlayan düzenleyici bir çerçeve sunar (Jonker ve Witte, 2006). Etik sorumluluk ise, işletmelerin toplum tarafından kabul görmüş değerlere göre hareket etmesini gerektirir. Etik sorumluluk altında olan tüm piyasa aktörleri, faaliyetlerinde tüm paydaşlar arasında adalete önem vermelidir ve ahlaki değerleri korumalıdır (Kilcullen ve Ohles Kooistra, 1999). Esasen, etik sorumluluk, resmi hukuki kurallara uyma sorumluluğuyla aynı değerleri korur. Ancak etik sorumluluk ihlali, hukuki sorumluluk ihlali kadar yaptırıma tabi değildir. Gönüllü sorumluluk bağlamında, kuruluşlar sadece etik değerlere uygun davranmakla kalmayıp, toplum yararına projeler geliştirerek ekstra çaba sarf etmelidir. Örgütlerin öncelikle toplum faydasını amaçlayarak faaliyetlerine odaklanmaları beklenir. Bunun yanı sıra, örgütler dezavantajlı bireyler için istihdam oluşturarak da gönüllü sorumluluklarını yerine getirmiş olurlar. Örgütlerin taşıdığı beş farklı sorumluluktan sonuncusu, kurumsal sosyal sorumluluk kavramı altında ele alınır. Kurumsal sosyal sorumluluğun tanımı literatürde değişiklik gösterse de en genel kabul gören tanım, işletme örgütlerinin topluma karşı sorumluluklarını ifade eder. Bu anlayış, örgütün tüm paydaşlarının gereksinimlerini ve değerlerini dikkate aldığı ve karar süreçlerine dahil ettiği bir sorumluluk yaklaşımını temsil eder (Cheema vd., 2020).

5 YEŞİL YÖNETİMDE ETİK VE SORUMLULUĞUN ÖNEMİ

İşletmelerin sürdürülebilirliği, iç çevre (personel, hissedarlar) ile dış çevrenin (toplum, tedarikçiler, rakipler, tüketiciler) uyumlu bir şekilde yönetilmesine bağlıdır. İşletmeler, karar alırken sosyal sorumluluk ve etik bakış açısını gözetmeli ve her adımda bu değerleri ön planda tutmalıdır. Bazı zamanlarda işletmelerin üretim faaliyetleri sonucu çevreye bıraktığı atıklar, kaynakların aşırı tüketimi sonucu doğanın tahrip edilmesi gibi

etkilerle sonuçlanabilir; bu da hükümetleri ve sivil toplum kuruluşlarını harekete geçirir (Visser vd., 2010). Sürdürülebilir kalkınma amaçlayan devletler, STK'lar, sosyo-ekonomik ve ekolojik sürdürülebilirlik anlayışıyla bütünleşmektedir. Bu anlayışı benimseyen işletmeler, "yeşil işletme" olarak varlığını sürdürür (Birch, 2023).

1971'de Ekonomik Kalkınma Komitesi tarafından yayınlanan "İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları" raporu, sosyal sorumluluk kavramının önemini vurgulamaktadır. Bu raporda, işletmelerin üç temel alan üzerine durmaktadır. İç çevre, daha çok ekonomik süreçlerin etkin bir şekilde uygulanmasını sağlarken; toplumun değer yargılarına uygun ekonomik süreçleri gerçekleştirmekle ilgilenir. Dış çevre ise; toplumsal gelişime katkı sağlamayı amaçlar (Ceritoğlu, 2011). Sonuç olarak, işletmelerin sürdürülebilirliği iç ve dış çevre faktörlerinin dengeli bir şekilde yönetilmesine bağlıdır. İşletmelerin sosyal sorumluluk ve etik değerleri gözeterek hareket etmeleri, hem toplumsal hem de çevresel açıdan kazanımlar sağlar. Bu şekilde işletmeler, sadece kâr odaklı değil, aynı zamanda toplum ve çevre odaklı bir tutum sergiler.

Etik ve çevre etiği kavramlarıyla birlikte, işletmelerde sosyal sorumluluk kavramı da dikkat çekmektedir. Ay ve Ecevit (2005) göre, etik, çevre etiği işletmelerin toplumsal sorumluluklarının sağlanmasında önemli bir rol oynar. Carroll'un (1991) "Kurumsal Sosyal Sorumluluk" kavramıyla işletmelerin sadece ekonomik ve yasal değil, aynı zamanda etik ve insancıl boyutlarda da sorumlu oldukları ifade edilmektedir. Özetle, iş hayatında etik ve ahlak ilkeleri her adımda belirleyici rol oynar. İşletmelerin çevreye olan sorumlulukları da çevre etiği çerçevesinde şekillenir.

Gündelik hayatta yaşamın tüm katmanlarında olduğu gibi çalışma hayatında da ahlak, etik ilkeleri oldukça önemlidir. Çünkü alınacak stratejik kararlarda iç çevre dinamikleri (yönetim anlayışı, personel) ile dış çevre dinamikleri (toplumsal kültür, hükümet politikaları) etkileşim halindedir. Etik, toplum içerisinde insanın kişisel ve sosyal ilişkilerinin sürekliliğini sağlayan normlar, kurallar ve değerlerdir. Öte yandan çevre etiği, çevreye dair değerleri ve düşünceleri şekillendiren ilkelere işaret eder (Ada, 2015). Çevre etiği, insanların çevreye karşı taşıdığı

sorumlulukları açığa çıkarır. Özellikle sanayileşmenin etkisiyle canlıların ve doğal alanların zarar görmesi, küresel çapta çevre etiği açısından çeşitli yaklaşımları beraberinde getirmiştir. Bu çevre etiği yaklaşımları, ekosistemin dengesini korumayı amaçlar (Erten Akkoyunlu, 1998). Toplumsal yapıdaki değişim ve ilerleme, işletmelerin geniş sorumluluk alanlarına sahip olmalarına ve daha fazla alanda sorumluluk üstlenmelerine neden olmaktadır. Bu bağlamda, işletmeler öncelikle kurumsal sorumluluk alanlarını belirlemeli ve ekonomik refah, toplumsal iyilik, sosyal adalete odaklanmalıdır (Boran, 2016). Örgüt içerisinde yer alan çalışanlar, diğer katılımcılar toplum içerisindeki müşteri ve diğer paydaşlara karşı da gereken sorumlulukları yerine getirme yükümlülüğü taşımaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk anlayışıyla işletmeler, itibarlarını artırır ve marka bilinirliği önem kazanır; böylece rakiplere göre daha cazip hale gelirler. Yeşil yönetim yaklaşımı sayesinde, geri dönüşüm ve tekrar kullanım ile çevre korunmasına katkı sağlanırken aynı zamanda işletme maliyetleri de düşürülebilir (Ceritoğlu, 2011).

SONUÇ

İş dünyasının sürdürülebilirliği artık sadece finansal kazançla sınırlı değil; çevresel ve toplumsal etkilerin minimize edilmesi, işletmelerin yönetim stratejilerinin merkezine yerleşti (Doğan, 2022). Yeşil yönetim, çevresel, sosyal ve ekonomik faktörleri bir araya getirerek dengeli bir şekilde yönetmeyi amaçlar. İşletmelerin çevresel performansı, ürün ve hizmet sürdürülebilirliği, yeşil tedarik zinciri yönetimi gibi alanlarda taşıdıkları sorumluluklar, toplum ve çevreyle olan etik ilişkilerini belirler. İş dünyası, sadece kendi başarısını değil, aynı zamanda çevresel ve toplumsal iyiliği de hedeflemelidir (Kara, 2019; Özgül, 2023).

İşletmelerin çevre etiği, içsel ve dışsal değerler kavramları etrafında şekillenir. İşletmeler, ürün tasarımı tedarik zinciri yönetimine kadar çeşitli alanlarda doğal çevre ve diğer türlerle olan etik ilişkilerini değerlendirmelidir. Çevre etiği, işletmelerin doğal çevreyle nasıl etkileşime gireceği konusunda yol gösterir (Jiang ve Lyu, 2022; Seligman, 1989). Sosyal sorumluluk, işletmelerin finansal, hukuki, etik ve insancıl sorumluluklarına odaklanır. İş dünyası, sadece kâr amacı

gütmekle kalmayıp aynı zamanda toplumun refahına ve çevrenin korunmasına da katkıda bulunmalıdır. Kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı, toplumsal fayda ve sürdürülebilirlik ilkesini merkeze alır (May vd., 2007; Cheema vd., 2020).

Bu bölümde, yeşil yönetimde etik ve sorumluluğun işletmelerin başarısındaki kritik rol incelenmiştir. Yapılan incelemeye dayanarak, yeşil yönetimde etik ve sorumluluk ilkelerinin gelecekte daha da önem kazanacağı söylenebilir. İş dünyası, sadece kar elde etmek değil, aynı zamanda toplumun refahını artırmayı ve çevreyi korumayı amaçlamalıdır. Yeşil yönetim yaklaşımı, işletmelere sürdürülebilirlikle uyumlu kararlar alarak topluma ve çevreye olan sorumluluklarını yerine getirme fırsatı sunar. Sonuç olarak, işletmelerin sürdürülebilirlikle ilgili etik ve sorumluluk ilkelerini benimsemesi, hem kendi başarısını hem de toplumun ve çevrenin iyiliğini gözetir. Bu değerleri benimseyen işletmeler, gelecek nesiller için daha sağlam bir temel oluşturarak sürdürülebilir bir gelecek inşa edebilirler.

KAYNAKÇA

- Ada, A. A. (2015). Kümeleme Analizi İle AB Ülkeleri Ve Türkiye'nin Sürdürülebilir Kalkınma Açısından Değerlendirilmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (29).
- Ay, C. ve Ecevit, Z. (2005). Çevre Bilinçli Tüketiciler. *Akdeniz İ.İ.B.F Dergisi* (10):238-262
- Baxi, C. V., & Ray, R. S. (2012). *Corporate social responsibility*. Vikas Publishing House.
- Birch, K. (2023). 9 Corporate responsibility. *Business and Society: A Critical Introduction*.
- Boran, T.G. (2016) *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. Beta Yayıncılık 3. Baskı 288
- Borzaga, C., & Becchetti, L. (Eds.). (2010). *The economics of social responsibility: the world of social enterprises* (Vol. 15). Routledge.
- Bowen, H. R. (2013). *Social responsibilities of the businessman*. University of Iowa Press.
- Carrol, A.B (1991). The Pyramid of corporate Social Responsibility. Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Businnes Horizons*, 34(4), 39- 48.
- Ceritoğlu, B.A (2011) “Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve İşletmelerin Çevre Bilinci” Yalın Yayıncılık, İstanbul.
- Cheema, S., Afsar, B., & Javed, F. (2020). Employees' corporate social responsibility perceptions and organizational citizenship behaviors for the environment: The mediating roles of organizational identification and environmental orientation fit. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(1), 9-21.
- Çakanel, Z., İrmiş A., & Çoban Kumbalı, H. (2022). Üniversitelerde yeşil yönetim üzerine bir araştırma. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9(2), 1209-1238.
- Çilingir, F., & Erkiş, E. (2022). Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Yeşil Yönetim Uygulamalarına Yönelik Görüşlerinin İncelenmesi: Trabzon Örneği. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 63-89.
- Doğan, N. (2022). Yeşil Yönetim. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 11(3), 483-492.
- Düren, A. Z. (2002). 2000’li yıllarda yönetim. 2. Baskı. Alfa Basım.

- Erten Akkoyunlu, K. (1998). Çevre Etiği. *Amme İdaresi Dergisi*, (31-1):125-130
- Jiang, Y., & Lyu, X. (2022). Analysis of the Influencing Factors of Enterprise Environmental Ethics on Enterprise Economic Performance. *Discrete Dynamics in Nature and Society*, 2022.
- Jonker, J., & de Witte, M. (2006). Finally in business: Organising corporate social responsibility in five. *Management models for corporate social responsibility*, 1-7.
- Kara, E. (2019). *Yeşil Yönetim ve Çevre Bilinci*. Akademisyen Kitabevi.
- Kilcullen, M., & Ohles Kooistra, J. (1999). At least do no harm: sources on the changing role of business ethics and corporate social responsibility. *Reference services review*, 27(2), 158-178.
- May, S. K., Cheney, G., & Roper, J. (Eds.). (2007). *The debate over corporate social responsibility*. Oxford University Press.
- Potocan, V., Nedelko, Z., Peleckienė, V., & Peleckis, K. (2016). Values, environmental concern and economic concern as predictors of enterprise environmental responsiveness. *Journal of business economics and management*, 17(5), 685-700.
- Ramosaj, B., & Zeqiri, I. (2010). The Development of Creative Management in the Enterprise Environment: The Case of Kosovo.
- Seligman, C. (1989). Environmental ethics. *Journal of Social Issues*, 45(1), 169-184.
- Oliphant, J. (2008), *OCR Religious Ethics for AS and A2*, (J. Mayled, Ed.), Routledge, London.
- Özgül, Ö. Ü. B. (2023). *Yeşil Örgütsel Davranış*.
- Visser, W., Matten, D., Pohl, M., & Tolhurst, N. (2010). *The A to Z of corporate social responsibility*. John Wiley & Sons.