



İşletme Araştırmaları Dergisi
Journal of Business Research-Turk
10/4 (2018) 681-704

Journal Of
Business Research
Turk
www.isarder.org

Araştırma Makalesi

İşletmelerin Yeşil Yönetim Algılarının İşletme Performansı Üzerindeki Etkisini Ölçmeye Yönelik Bir Araştırma¹

A Study to Measure the Effects of Green Management Perceptions on Business Performance

Güzide KARAKUŞ

Necmettin Erbakan Üniversitesi
Havacılık ve Uzay Bilimleri Fakültesi
Havacılık Yönetimi Bölümü
Konya, Türkiye
orcid.org/0000-0002-2897-7222
gkarakus@konya.edu.tr

Meral ERDİRENÇELEBİ

Necmettin Erbakan Üniversitesi
Uygulamalı Bilimler Fakültesi
Bankacılık Bölümü
Konya, Türkiye
orcid.org/0000-0002-7705-6067
merdirencelebi@konya.edu.tr

Özet

Çevreye duyarlı işletmecilik, çevre dostu yönetim olarak da adlandırılabilen Yeşil Yönetim yaklaşımı, işletmelerin faaliyetlerinde çevre odaklı hareket etmeleridir. Çevre odaklı terimi ile ifade edilmek istenen, işletmelerin gerçekleştirdikleri tüm faaliyetlerde çevresel etkileri dikkate almaları, çalışanlarına çevre bilinci konusunda eğitimler vermeleri, çevreye zarar vermeyen ya da olabildiğinde az zarar veren teknolojiler kullanmaları, operasyonel faaliyetlerinde çevresel etkileri minimize etmeye çalışmaları vb. faaliyetlerin tümünü kapsayan anlayıştır. Bu çalışmanın amacı Türkiye’de bir sanayi şehri olan Konya ilinde faaliyet gösteren orta büyüklükte ve büyük işletmelerinin yeşil yönetim konusundaki farkındalıklarının işletme fonksiyonlarına ve performanslarına etkisini ortaya koymaktır. Araştırmada veri toplama metodu olarak anket metodu seçilmiştir. Bu çerçevede 150 işletme araştırma kapsamına alınmış, 83 işletmeden elde edilen veriler analize tabi tutulmuştur. Gerçekleştirilen analizler doğrultusunda işletmelerin yeşil yönetim algıları ile yeşil işletme fonksiyonları alt faktörleri (üretim, muhasebe, lojistik, insan kaynakları ve pazarlama) ve işletme performansının birbirleri ile pozitif yönlü, anlamlı, orta ve yüksek düzeyde bir ilişki içinde olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yeşil Yönetim, Çevre, Sürdürülebilirlik, Sosyal Sorumluluk, İşletme Performansı, Farkındalık, Yeşil İşletme Fonksiyonları.

Gönderme Tarihi 22 Temmuz 2018; **Revizyon Tarihi** 5 Aralık 2018; **Kabul Tarihi** 10 Aralık 2018

¹Bu çalışma Necmettin Erbakan Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri desteği ile yürütülen 171216001 numaralı “Konya’da Faaliyet Gösteren İşletmelerin Yeşil Yönetim Uygulamaları Konusundaki Farkındalık Araştırması” başlıklı proje kapsamında gerçekleştirilmiştir.

Önerilen Atıf/ Suggested Citation:

Karakuş, G., Erdirençelebi, G. (2018). İşletmelerin Yeşil Yönetim Algılarının İşletme Performansı Üzerindeki Etkisini Ölçmeye Yönelik Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10 (4), 681-704.

Abstract

The Green Management Approach, which can also be called environmentally friendly management or environmentally conscious management, is an environment-oriented movement in the activities of the enterprises. Environment-oriented means enterprises' taking environmental impacts into account in all activities carried out, educating employees on environmental awareness, using technologies that do not harm the environment or causing less damage to the environment as far as possible, and trying to minimize environmental impacts in operational activities, etc. that it is an understanding which includes all these activities. The aim of this study is to investigate the influence of the awareness of green at medium-sized and large enterprises operating in Konya province, which is an industrial city in Turkey, on business functions and performances. The survey method was chosen as the data collection method in the study. In this framework, 150 enterprises were included in the study and the data obtained from 83 operations were analyzed. In the direction of the analyzes performed, results of green management perceptions and green business functions sub-factors (production, accounting, logistics, human resources, and marketing) and business performance are found to be positively, meaningfully, moderately, and highly related to each other.

Keywords: Green Management, Environment, Sustainability, Business Performance, Green Business Functions.

Received 22 July 2018; **Received in revised form** 5 December 2018; **Accepted** 10 December 2018

1. Giriş

Dünyadaki kaynakların sınırsızmış gibi kullanıldığı yılların ardından 21. yüzyıl itibarıyla çevre sorunlarının insanların yaşamını ve ekosistemi tehdit eder hale gelmesi devletleri çevre konusunda çalışmalara itmiştir. Hatta ülkelerin kendi başlarına çözüm yolları geliştirmelerinin de yeterli olmayacağı anlaşarak uluslararası işbirlikleri ve çevre politikaları geliştirilmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Son 20 yılda, işletmelerin ürettikleri ürün ve hizmetlerin çevresel ve kaynak bazlı sonuçlarına ve uyguladıkları süreçlere daha fazla dikkat etmeleri yönündeki baskılar katlanarak artmaktadır (Kleindorfer vd., 2005: 482).

Sanayi Devrimi ile birlikte inşa edilen fabrikalar, geliştirilen makine ve teknolojiler, üretim, verimlilik ve karlılıkta artışa katkı sağlarken zararlı atıkları, hava ve su kirliliğini ve azalan kaynak sıkıntılarını da beraberinde getirmiş ve ekolojik dengeyi altüst etmiştir. Nitekim çevresel zararları durdurmak ve düzeltmek noktasında inkar edilemez bir aciliyet doğmuştur (Haden vd., 2009: 1041).

Tam da bu noktada çevresel farkındalığı savunan yeşil yönetim yaklaşımı, işletmelerde sürdürülebilirlik anlayışının doğal bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bugün, operasyonel anlamda "yeşil" kelimesi, doğaya ve çevreye sürdürülebilir etkisi olan yeni teknolojilere ve yeni ürünlere atıfta bulunmak bağlamında sıklıkla kullanılır hale gelmiştir (Simula vd., 2009: 331).

Yeşil kavramı uygulamada yerini yavaş yavaş bulurken sürdürülebilirlik kavramı ile bazen eş kullanılmaktadır. Sürdürülebilirlik kavramı literatürde; "bugünkü neslin ihtiyaçlarının, gelecek nesillerinkinden ödün verilmeksizin karşılanması" biçiminde tanımlanmaktadır. Sürdürülebilirlik, işletmeler açısından ekonomik büyümenin çevresel denge ile birlikte ele alınmasıdır. İşletmeler için doğal kaynakların etkin kullanımını

sağlayarak karlılığı arttırırken aynı zamanda çevresel kaliteye önem vermeyi vurgulamaktadır (www. anahtar.sanayi.gov.tr). Ancak sürdürülebilirlik, ekonomik, çevresel ve sosyal olmak üzere 3 ana boyutta değerlendirilirken yeşil yönetim sürdürülebilirliğin alt boyutlarından biri olarak ele alınmaktadır. Bu yeni yönetim yaklaşımları ile işletmeler paydaşlarına karşı şeffaf ve hesap verebilir olmak zorunda böylelikle de işletme çıkarlarının toplumsal çıkarlar ile çatışmadığı, karlılığın yanı sıra sosyal ve çevresel konuların da şirketlerin sorumluluğu haline geldiği yeni bir dünya düzeni ortaya çıkmaktadır. Özellikle kar elde etmek ve bu kazancı muhafaza etmek yerine kurumsal çevrecilik ve akıllı yönetim gibi kavramlar ön plana çıkarmaktadır (Costello, 2008: 1051).

Bu yeni düzen alışlagelmiş işletmecilik anlayışı ile çelişkiler doğurmaktadır. İşletmeler çevresel farkındalığa ve bilince tam olarak sahip olmamaları nedeniyle “yeşil” olarak adlandırılacak faaliyetleri yasal mevzuatlar gereği zorunluluk dâhilinde veya sosyal sorumluluk kapsamında uygulamaktadırlar. Ancak bu bilincin yaratılması ve yöneticilerin, yalnızca yasal zorunluluklar ve toplumsal baskı nedeniyle yeşil yönetim uygulamalarını hayata geçirmeleri yerine, yeşil yönetimi işletmelerinin stratejik hedeflerini geliştirmekte değerlendirmeleri daha sağlıklı sonuçlar verecektir (Siegel, 2009: 14).

Yeşil yönetim, sürekli iyileştirme üzerine odaklanan bir kavram (Kautto, 2006: 377) olması nedeni ile sürdürülebilirliğinin sağlanmasında önemlidir. Bununla birlikte, sürdürülebilirliği sağlamak için de firmalarda çevresel faaliyetlerin uygulanması zorunluluğu, operasyonel faaliyetlerin yeniden tanımlanması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır (de Burgos & Lorente, 2001: 1553). Uluslararası kapsamda bu değişimi tetikleyen nedenler şunlardır:

1. Çevresel mevzuatların katlanarak artması ve yasal gerekliliklerin yaygınlaşması, çevresel endişeleri ürün geliştirme konularına dâhil edilmesi (Haden vd., 2009: 1044).
2. Çevreye duyarlı "yeşil" tüketicilerin bulunduğu niş bir pazar ortaya çıkması (Pujari, 2006: 76).
3. Çevre örgütlerinin prestijinin artması ve bunların çevreye zarar veren işletmelere karşı harekete geçmeleri doğrultusunda yerel bilinç oluşturmaları (Claver vd., 2007: 606).
4. İşletmelerin doğal kaynakları kullanarak eko-verimliliği sağlarken, üretim maliyetlerini düşürebildiklerini ve kalite yönetimini geliştirebildiklerini keşfetmeleri (Kitazawa & Sarkis, 2000: 245).
5. Günümüzde çevresel performansın yüksek olmasının işletmeler açısından önemli bir rekabet avantajı olarak görülmesi (Porter & Linde, 1995: 145).

Bu değişim sürecinde Türkiye'nin bir sanayi şehri olan Konya'da faaliyet gösteren işletmelerin yeşil yönetim konusundaki algılarının ve uygulamalarının anlaşılması bu çalışmanın temel amacıdır.

2. Kavramsal Çerçeve

İnsanın içerisinde yaşadığı ortam “çevre” olarak adlandırılır. Diğer bir tanıma göre insan ile birlikte tüm canlı ve cansız varlıklar ile canlıları etkileyen fiziksel, biyolojik, kimyasal ve toplumsal nitelikteki bütün etkenler “çevre” olarak tanımlanabilir (Karabulut, 2003: 3). İşletme yönetiminde çevre, bir organizasyonun sınırları dışında

yer alan her şey (müşteriler, tedarikçiler, hizmet sağlayıcılar, fiziksel ortam, devlet vb.) olarak tanımlanmaktadır. Ancak Yeşil Yönetim yaklaşımı ile bakıldığında çevre işletmelerin faaliyetlerini yürütürken etkilendikleri ve etkiledikleri doğal (ekolojik) çevredir (Karabulut, 2003: 3). Aslında yaşanan değişim sonucu açık birer sistem olan işletmeler, stratejik yönetim gereği yapmış oldukları tüm eylemlerde paydaşlarını (müşteriler, tedarikçiler, aracılar, devlet, çalışanlar vb.) göz önünde bulundurarak hareket etmek zorundadırlar.

Kurumsal çevrecilik veya yeşil yönetim 1990'lı yıllarda ortaya çıkmış ve 2000'li yıllarda uluslararası düzeyde popüler bir slogan haline gelmiştir (K.-H. Lee, 2009: 1102). Yeni bir kavram olması nedeniyle literatürde farklı biçimlerde tanımlanmış ve fikir birliği oluşmamıştır. Araştırmacılar ve uygulayıcılar yeşil yönetimi çeşitli şekillerde yorumlamış ve bu durum tanımlamada ve kavramsallaştırmada çeşitli sorunlar ortaya çıkarmıştır. Bazı araştırmacılar yasal standartlara uygunluğu veya kağıt tüketimini azaltmak gibi basit eylemleri yeşil yönetim olarak değerlendirirken, diğerleri, yeşil yönetimin yeni kurumsal stratejileri, örgütsel yeniden yapılanma veya üretim süreçlerinin eksiksiz bir revizyonunu gerektirdiğini ifade etmişlerdir (Haden vd., 2009: 1041). En genel tanımıyla **yeşil yönetim**, “özellikle ürün ve süreç geliştirme faaliyetlerine çevre değişkeninin eklenmesi, operasyonel faaliyetlerden kaynaklanan olumsuz etkilerin azaltılması yoluyla, önceden kurulmuş olan beklentileri ve hedefleri gerçekleştirmek için yapıyı, sorumlulukları, yönergeleri, idari uygulamaları ve operasyonel yönleri değiştirerek örgütsel bağlamda yürütülen tutarlı bir dizi uyarlama veya eylemler bütünüdür” (Molina vd., 2009: 1081).

Haden vd., (2009: 1050)'nin yaptıkları kapsamlı tanıma göre, yeşil yönetim, sürdürülebilirliği sağlamak amacı ve sosyal sorumluluk bilinciyle yenilikçi olabilmek, atık azaltmak ve rekabet avantajı elde etmek için sürekli öğrenen ve gelişen, kuruluşun amaç ve stratejileri ile tamamen entegre olan çevresel hedefleri ve stratejileri benimseyen organizasyon bütününde bir süreçtir.

Dereli & Baykasoglu, (2002: 32) "Yeniden Kazanım" (Recycling), "Çevre Dostu Üretim" ve "Temiz Teknoloji Kullanımı" konuları eksenindeki yayımlarında atıklar ile mücadele edebilmek, çevreyi koruyabilmek ve endüstriyel gelişimi sürdürülebilir kılabilmek için kullanılan yöntem, sistem ya da stratejilerden yaygın olarak bilinenleri aşağıdaki başlıklar ile özetlemişlerdir;

- Temiz teknoloji kullanımı,
- Yeniden kullanım / kazanım / üretim / dönüştürme için tasarım,
- Ürünlerin yaşam çevrimi analizi,
- Çevre dostu tasarım ve imalat,
- Demontaj için tasarım.

Yani işletmelerin çevre korumaya yönelik faaliyetleri düşünüldüğünde ağırlıklı olarak ürüne yönelik değişim ve gelişim çerçevesinde tasarım ve üretime ilişkin faktörlerin çevresel etkilerinin iyileştirilmesi öngörülmüştür. Zamanla bunlara ek olarak ulaştırma ve lojistik sektörüne ilişkin yeşil bakış açısı literatürde yerini almış olmak ile birlikte, pazarlama, insan kaynakları yönetimi, muhasebe, finansman gibi fonksiyonların çevresel bakış açısıyla yürütülmesi yeni yeni araştırılmaya ve tartışılmaya başlanmıştır.

2.1. Yeşil Yönetim Algısının İşletme Fonksiyonlarına Etkileri

İşletmelerin yasal zorunluluk ve paydaş baskısı olmaksızın yeşil yönetim uygulamalarını benimseyebilmeleri ve faaliyetlerine uyarlayabilmeleri için bu çalışmaların kendilerine ne kazandıracağını anlamaları gerekmektedir. İşletmeler çevre korumaya yönelik faaliyetleri genellikle maliyet arttırıcı olarak görmüşlerdir. Ya da paydaş baskılarına karşı sadece sosyal sorumluluk çerçevesinde hareket etmişlerdir. Yeşil yönetim yaklaşımı bir tarafta çevreye yayılan olumsuz etkilerin giderilmesini ve çevrenin korunmasını sağlarken diğer taraftan da işletmeye rekabet avantajı, maliyetlerde düşüş, verimlilik artışı, firma imajında iyileşme, pazar payında ve karlılıkta artış, kurum imajında olumlu etki gibi avantajlar da sağlayacaktır.

Çevresel stratejiler tüm kurumsal fikirlere ve işletme hedeflerine entegre edilmeli, stratejinin her bir ögesi çevresel eylemlere dönüştürülmelidir ki çevresel mali ve rekabetçi performans katkı sağlanabilsin (Garzella & Fiorentino, 2014: 84). İşletmelerin bilmesi gereken çevresel düzenlemelere uygunluk sadece ekolojik hasarın azaltılması için değil ekonomik karın sağlanması için de temel düzeyde önem arz etmektedir (Cosimato & Troisi, 2015: 256). İmalat işletmelerinin yeşil tedarik zinciri yönetimi uygulamalarını benimsemeleri, çevresel performansın ve ekonomik performansın artmasına neden olur ki bu durum da operasyonel performansı dolayısıyla da örgütsel performansı arttırır.

İşletmeler, karlılıklarını arttırmak ve çevreyi korumak arasında bir denge noktası bulmak zorundadırlar (Wu & Wu, 2014: 455). Böylelikle kar elde etmek, varlıklarını sürdürürebilmek ve topluma hizmet etmek hedeflerini topyekûn başarabileceklerdir. İşletmelerin yeşil yönetim anlayışını benimsemeleri ve uygulamaları doğrultusunda elde ettikleri faydalar Porter & Van Der Linde (1995: 145) tarafından iki sınıfta değerlendirilmiştir;

1. Ürün Yararları: Yeşil yönetim uygulamalarının geliştirilmesi ile kalitesi iyileştirilmiş, daha güvenilir, daha düşük maliyetli, ambalaj maliyetleri azaltılmış, üretim sürecinde kaynakların daha verimli kullanıldığı ve atıklarının elden çıkarılma maliyetlerinin azaltıldığı ürünler elde edilebilir.

2. Süreç Yararları: Üretim girdilerinin işlenmesinde daha yüksek verimlilik, yeniden kullanım veya geri dönüşüm imkânları ile maliyet avantajları elde edilecektir. Süreç getirilerinin artması, daha detaylı bir denetim ve bakım sayesinde zaman kayıplarında ve firelerde azalma, enerji kullanımında tasarruf, malzemelerin denetim ve yönetim maliyetlerinde iyileşme, daha güvenilir işyeri koşulları, atık yönetimi, elden çıkarma maliyetlerinde iyileşme, etkin ve verimli süreç yönetimi yeşil yönetim uygulamaları ile süreçlerde elde edilen kazanımlar olarak sıralanabilir.

Yukarıdaki temel yararların yanında tüketicilerde çevre bilincinin yükselmesi nedeniyle, çevresel fayda sağlayan ürünlerin güvenliğine daha fazla dikkat etme eğilimine girmeleri (Yang, 2017: 160), satın alma alışkanlıklarında da değişim yaratmaktadır. Yani yeşil yönetim uygulamaları kullanıcılar da çevre bilincinin artmasını sağlayarak işletmelerin kuruluş hedeflerinden olan sosyal sorumluluk ilkesine de katkı sunmaktadır. Geçtiğimiz yıllarda hem tüketici bilinci, hem de sürdürülebilir veya "yeşil" markalara yönelik tüketici tutumları önemli ölçüde artmıştır (Yang, 2017: 160). Yani yeşil yönetim uygulamaları ürün, süreç, şirket ve marka imajı, tedarikçiler ve ilgili

kurumlarda yaratılan algı ve sürdürülebilirliğe katkı bağlamında topyekûn yararlar sağlayacak bir yönetim biçimidir.

Uluslararası literatürde yeşil yönetim algısı ve uygulamaları ile ilgili çalışmalar son 20 yıl içerisinde önemli bir artış göstermiştir. Garzella & Fiorentino (2014), Haden vd. (2009), Molina-Azorin vd. (2009)'da yeşil yönetimin işletmenin ekonomik performansına etkisi ile ilgili kavramsal çalışmalar gerçekleştirirken Siegel (2009), Kautto (2006), Florida & Davison (2001) ve Handfield vd. (1997)'de, yeşil yönetim faaliyetleri, stratejileri ve yeşil değer zinciri üzerine çalışmalar gerçekleştirmişlerdir. Lee (2009) küçük ve orta ölçekli işletmelerde yeşil yönetim adaptasyon sürecini, Chew & Conejos (2016) yeşil yapılar ile ilgili araştırma yürütmüşlerdir.

Scholz & Voracek (2016) ve H. Lee vd. (2016) otel işletmeciliğinde yeşil yönetim uygulamalarına ilişkin çalışmalar ortaya koymuşlardır. Ragavendran (2015) gerçekleştirdiği kavramsal çalışmada yeşil ürün ve hizmetlerin gerekliliği doğrultusunda yeşil paradigmanın yükselişini kavramsal olarak incelemektedir. Teixeira vd., (2013) Brezilya'da faaliyet gösteren işletmelerin yeşil yönetim uygulamaları, Claver vd. (2007) İspanya'da faaliyet gösteren işletmelerin çevresel performansı üzerine araştırmalar yapmışlardır. Ranganathan (1998) çevresel ve sosyal işbirliğinin ölçülmesi konusunda çalışma yaparken Wu & Wu (2014) Çin'de işletmelerin yeşil yönetim algısını ölçmeye yönelik bir araştırma gerçekleştirmiştir.

Bu çalışmada da Türkiye'de bir sanayi merkezi olan Konya ilinde faaliyet gösteren işletmelerin yeşil yönetim farkındalıklarının / algılarının yeşil işletme fonksiyonlarına etkisi araştırılmıştır. Algı farkındalık ölçümü için yeşil yönetime ilişkin;

- Yeşil yönetim risk / fayda algısı,
- Kontrol gücü ve inanç algısı,
- Niyet ve eylem
- Tutum ve davranış

ölçekleri ile değerlendirilmiştir.

Bu kapsamda geliştirilen araştırma hipotezleri şunlardır:

H₁= Yeşil yönetim algısı yeşil işletme fonksiyonlarını pozitif yönde etkilemektedir.

H_{1a}= Yeşil yönetim algısı işletmelerin üretim faaliyetlerini pozitif yönde etkilemektedir.

H_{1b}= Yeşil yönetim algısı işletmelerin lojistik faaliyetlerini pozitif yönde etkilemektedir.

H_{1c}=Yeşil yönetim algısı işletmelerin pazarlama faaliyetlerini pozitif yönde etkilemektedir.

H_{1d}=Yeşil yönetim algısı işletmelerin insan kaynakları faaliyetlerini pozitif yönde etkilemektedir.

H_{1e}=Yeşil yönetim algısı işletmelerin muhasebe faaliyetlerini pozitif yönde etkilemektedir.

2.2. Yeşil İşletme Fonksiyonlarının ve Yeşil Yönetim Algısının İşletme Performansına Etkileri

İklim değişikliği ve ekolojik dengenin korunması ve daha temiz üretime yönelik yaygın bilinç konusunda küresel endişe sürekli büyümekteyken; emisyonlar, atık su

deşarjı, atık bertarafı ve enerji verimliliği gibi “yeşil” yaklaşımları yaygınlaştırmak ve verimli bir şekilde yönetmek için yasal mevzuatlar üzerinde sürekli çalışılmaktadır (Mustapha vd., 2017: 158).

Yeşil yönetim denilince genellikle ilk akla gelen, çevreci üretim faaliyetleri olarak adlandırılan **Yeşil Üretim**dir. Yeşil ürünler hakkındaki literatür, esas olarak, üretim teknolojileri ve ürünlerin yeşil seviyede kategorize edilmesi üzerine odaklanmaktadır (Yu vd., 2016: 397). **Yeşil üretim**, işletmelerin hedefledikleri üretim performanslarını gerçekleştirirken endüstriyel atıkların azaltılması, enerji ve kıt kaynaklardan tasarruf etmesi ve çevre kirliliğini en aza indirgeyecek biçimde koruma ve enerji tasarrufu ilkeleri benimsemesidir (Zhou vd., 2013: 517). Üreticiler farklı çevreci duyarlılığa sahip tüketiciler için daha az emisyon üreten yeşil ürünler üretebilmekte ancak bu ürünlerin maliyetleri de yüksek olmaktadır. Bu üreticileri çevre dostu ürünler üretmeye teşvik etmek için devlet destekleri uygulanması önemli bir konudur (Yu vd., 2016: 397).

İşletmelerde tasarım denilince yeni ürün, hizmet, süreç, ambalaj, vb. yenilikleri gerçekleştiren fonksiyon akla gelmektedir. Bu kapsamda **Yeşil Tasarım** kavramı, bir ürünün, beklenen ekonomik ve performans hedeflerini sağlamanın yanında, üretiminde kullanılan hammaddeden, ambalajına, ürün yaşam çevrimi boyunca ve sonrasında ortaya çıkabilecek çevresel kirlilik ve atıkların azaltılması konularının da göz önünde bulundurularak tasarlanmasıdır (Kasap & Peker, 2011: 101).

Lojistik modern taşımacılığın kalbidir (Rodrigue vd., 2008: 339). **Yeşil Lojistik** literatürde tersine lojistik olarak da adlandırılmakta olup, ürünleri geri toplamanın ve ürün geri kazanımının sistematik bir şeklidir. Ürünlerin tüketim noktasına teslimatında ürüne ilişkin geri dönüşebilir atık ve bilgilerin orijin noktasına doğru akışlarının yönetimi süreci olarak da tanımlanabilen tersine lojistik literatürde önemli bir yere sahiptir (Karaçay, 2005: 317). Yeşil kavramı, çevre ile uyumluluk önermek ile birlikte 'lojistik' gibi fayda yaratan da bir kavramdır ve bu iki kelime bir araya getirdiğinde çevre dostu ve verimli bir ulaşım ve dağıtım sistemi ortaya çıkmaktadır (Rodrigue vd., 2008: 339).

Literatürde yeşil üretim, tasarım ve lojistik ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde; Campos & Vazquez-brust (2016)'da tedarik zinciri yönetiminde yeşil ile yalnız üretim stratejilerini, Cosimato & Troisi (2015), lojistik işletmelerinin ekolojik zorluklar ile nasıl başa çıkabildiklerini, yeşil ve rekabetçi olabilmek için kullandıkları yeşil teknolojileri, Jaggernath & Khan (2015), literatür araştırması ile yeşil tedarik zincirini, Green Jr vd. (2012) üretim işletmeleri üzerinde yaptıkları araştırmada yeşil tedarik zinciri faaliyetlerinin performans üzerine etkilerini inceledikleri görülmektedir. Zhu vd. (2008) yeşil tedarik zinciri üzerine ölçek geliştirirken, Rodrigue vd. (2008) ve Büyüközkan & Vardaloğlu (2008)'de yeşil lojistik ve tedarik zinciri yönetimi üzerine saha araştırmaları yapmışlardır.

İşletmeler **Yeşil Pazarlama** kapsamında, insanların çevreci yanlarına hitap etmek adına ürünlerinin çevreye olan yararlarını vurgulayan tanıtımlar yapmakta, işletmelerinin çevreye karşı sorumlu bir politika izlediklerini belirterek, çevreye duyarlı bir tüketici profili oluşturmayı hedeflemektedir (Banerjee vd., 1995: 21). Çevresel sorumluluk bilinci ile faaliyet gösteren işletmeler tüketicinin gözünde "çevre dostu işletme" imajı yaratmak ve tüketicilere ürün hakkında çevresel mesajlar vermek amacını taşımaktadırlar. Bunun yanında işletmeler yeşil pazarlamayı müşteri pazarlarından çok sosyal ve finansal pazarları hedef alarak da yapabilmekte (Glorieux-Boutonnat, 2004: 85) ve önemli faydalar sağlamaktadırlar.

Yeşil pazarlama alanında yapılan çalışmalar incelendiğinde; Mohd Suki (2016) yeşil pazarlama ve yeşil marka algısının tüketicinin satın alma davranışı üzerindeki etkisi, vd. (2014) yeşil satın alma isteği, Ar & Tokol (2010) tekstil sektörü ile yeşil pazarlama ilişkisi, Simula vd. (2009) ve Grant (2008) yeşil pazarlamanın önemi konularında araştırmalar gerçekleştirmişlerdir.

İşletmelerin birçoğunun henüz anlayamadığı ve uygulamaya geçiremediği bir yeşil yönetim başlığı yeşil muhasebe ve yeşil insan kaynakları yönetimidir. **Yeşil muhasebe** ile kasıt işletmelerin ana faaliyetlerini gerçekleştirirken çevreyi korumak için yaptıkları harcamaların maliyet hesapları arasında yer almasıdır (Giles, 1995: 3). Ekonomik, sosyal ve çevresel performansa dayanan örgütsel sürdürülebilirlik ve insan kaynakları arasındaki ilişki, yenilik, kültürel çeşitlilik ve çevre gibi yönetimle ilgili unsurları barındırmaktadır (Jabbour & Santos, 2008: 2134). **Yeşil insan kaynakları yönetimi**, karbon ayak izinin azaltılması, doğal kaynakların akılcı kullanımı, geri dönüşüm ve aktif bir atık yönetimi gibi çevresel faaliyetlerin geliştirilmesi doğrultusunda politikalar geliştirmeyi, davranışları ve öğrenme süreçlerini benimsemeyi içermektedir. Yeşil insan kaynakları yönetimi, çevrenin korunması ve yeşil uygulamalara geçiş için çalışanlar ve diğer paydaşlar arasında farkındalık yaratmada merkezi bir rol oynarken çalışanların sürekliliği, şirket ve marka imajı ve diğer paydaşlar ile ilişkilerin geliştirilmesi konularında da işletmeye avantajlar sağlamaktadır (Khurshid & Darzi, 2016: 19).

Khurshid & Darzi (2016), Guerci & Carollo (2016) yeşil insan kaynakları yönetimi konusunda araştırma gerçekleştirirken, Jabbour & Santos (2008) insan kaynakları yönetiminin sürdürülebilirlik üzerindeki etkisi üzerine çalışmışlardır. Owen vd. (1997) ve Giles (1995) yeşil muhasebe ile ilgili çalışmalar gerçekleştirirken Halberg vd. (2005)'de Avrupa'da ki çiftçilerin yeşil muhasebe uygulamalarını incelemiştir.

Bu çalışmada da yeşil insan kaynakları yönetimi ve yeşil muhasebe faaliyetlerinin işletme performansına etkisi araştırılmıştır. Bu kapsamda geliştirilen araştırma hipotezi şudur:

H₂ = Yeşil işletme fonksiyonları işletme performansını pozitif yönde etkilemektedir.

İşletmelerin yeşil stratejilerini fonksiyonel bazda uygulamaları bütünsel fayda sağlamak açısından yetersiz kalmaktadır. İşletmelerin üretim süreçlerinde yeşil stratejiler uygulamasının yanı sıra ürün ve hizmet tedarik ettiği tedarikçilerin de gerçekleştirdikleri faaliyetlerde de çevreyi dikkate almaları ve çevreye zarar vermeyen uygulamalarda bulunmaları (Üstünay, 2008: 234) bütünsellik anlamında önemlidir. Yeşil yönetimi bir işletme politikası olarak belirleyip tüm fonksiyonlarına entegre etmek işletme performansını bütünsel anlamda olumlu yönde etkileyecektir.

Yeşil yönetim ile işletme performansı ilişkisi kapsamında yapılan çalışmalar incelendiğinde; Huang vd. (2014) proaktif yeşil yönetimin işletme performansına etkisini, Wu & Wu (2014)'de yeşil yönetim farkındalığı ve uygulamaları ile işletme performansı arasındaki ilişkiyi, Teixeira vd. (2013)'de yeşil bakış açısının yaratacağı stratejik fırsatları, Molina-Azorín vd. (2009)'da yeşil yönetim ve finansal performans arasındaki ilişkiyi, Akatay & Aslan (2008)'de işletmeleri çevreci faaliyetlere yönelten nedenleri, Claver vd. (2007)'de çevre yönetimi ile işletme performansı arasındaki ilişkiyi, Karabulut (2003)'de işletmelerde çevre bilinci ve yeşil yönetim uygulamalarının işletme performansına etkisini, Porter & Van Der Linde (1995) yeşil ile iş başarısı arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalar yapmış oldukları görülmektedir.

Bu çalışmada da yeşil yönetim algısı (yeşil yönetim risk /fayda algısı, kontrol gücü ve inanç, niyet ve eylem ile tutum ve davranış alt başlıklarında) ile işletme performansı arasındaki ilişki araştırılmıştır. Bu kapsamda geliştirilen araştırma hipotezi şudur:

H₃ = Yeşil yönetim algısı işletme performansını pozitif yönde etkilemektedir.

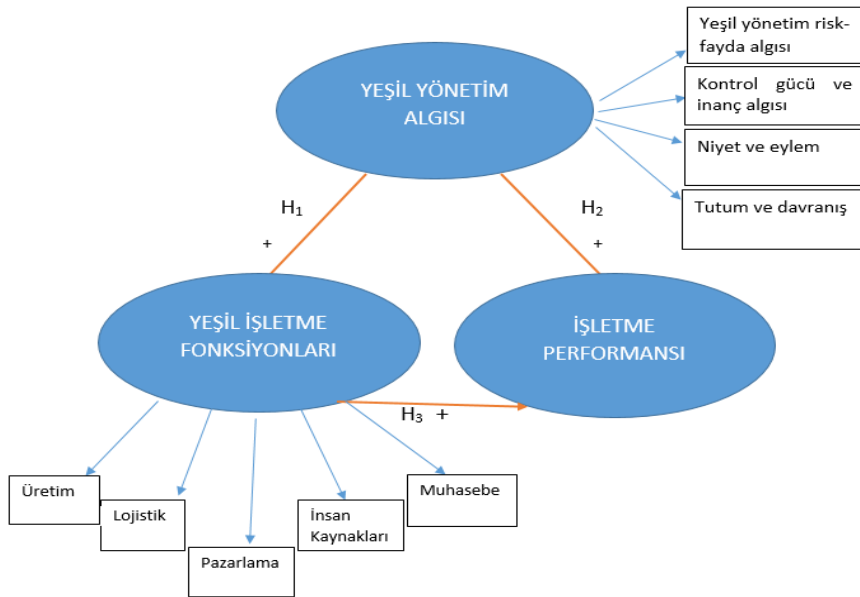
2.3. Metodoloji

2.3.1. Araştırmanın Amacı

Ülkemizde sürdürülebilirlik / yeşil yönetim / ekolojik üretim kavramları gelişmiş ülkelere nazaran geç anlaşılmış olmak ile birlikte yasal mevzuatlar doğrultusunda işletmelere yaygınlaştırılmaya çalışılmaktadır. Ancak konjonktürel göstergeler artık ülkeleri çevreci faaliyetler konusunda daha temkinli olmaya zorlamaktadır. Çünkü bu çalışmaların bir ülke veya bir bölge kapsamında gerçekleştirilmesinin dünyanın ekolojik dengesini koruyabilmede yeterli olabilmesi söz konusu değildir. Bu nedenlerle konu uluslararası boyutta düşünülmekte çevre konusunda çalışan örgütlerin uluslararası yaptırımları ile ülkelere uygulatılmaktadır. Yani çevresel duyarlılık çerçevesinde faaliyet gösteren işletme ve ülke olmak da artık bir tercih değil, zorunluluktur.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'nin bir sanayi şehri olan Konya'da faaliyet gösteren orta ve büyük imalat işletmelerinin **yeşil yönetim** konusundaki algıları, fonksiyonel uygulamaları ve performansları arasındaki etkileşimi ortaya koymaktır (bkz. Şekil 1).

Konya ili özellikle KOBİ ölçeğinde işletmelerinin fazlalığıyla bilinen sanayisi gelişmiş, yurt içi ve yurt dışına üretim yapan konumdadır. Ancak işletmelerin birçoğunun KOBİ olması ve aile işletmesi statüsü yeni ve farklı yaklaşımların uygulanmasında önemli bir ket olarak varlık göstermektedir. Küçük ölçekli işletmelerin yeşil yönetim konusunda ki farkındalığı ve faaliyetleri daha düşük seviyededir. Bu nedenle araştırmanın kapsamı orta ve büyük ölçekli işletmeler olarak belirlenmiştir. Gerçekleştirilen çalışmalar ağırlıklı olarak yeşil lojistik, yeşil tedarik zinciri üzerinde durmuş olmak ile birlikte tüm yönetim fonksiyonlarını içeren ilk çalışma olması ve Konya'da ilk uygulanacak olması çalışmanın özgün yönüdür.



Şekil 1. Araştırma Modeli

2.3.2. Araştırma Yöntemi

Ana Kütle Belirlenmesi ve Örneklem Yöntemi Süreci;

Araştırma amacı doğrultusunda üretim sektöründe yer alan işletmeler esas alınmıştır. Araştırma ile ilgili sınırlandırma yapmak amacıyla, Konya il merkezinde faaliyette bulunan, Konya Sanayi Odası'na kayıtlı ve sektörlerinde (sekiz sektör) ilk yirmiyeye giren öncü imalat işletmeleri ana kütle olarak belirlenmiştir. Bu işletmelerin seçilmesinde temel neden ülke ekonomisinin ilk 100 ve ikinci 100 işletme listelerinde yer almaları olmuştur. Bu listede yer alan işletmeler sektörlerinde özellikle de bölgesel yeniliklere yön veren işletmelerdir. Ana kütle 160 işletmeden oluşmaktadır.

Yeşil Yönetim uluslararası boyutta giderek önemi anlaşılan ve işletmeler tarafından kullanılan bir yönetim biçimi iken ülkemizde yeni yeni öğrenilmeye ve anlaşılmasına çalışılmaktadır. Mikro ve küçük yapıda işletmelerin konu hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları düşünülerek yeşil yönetim konusunda farkındalığın ve uygulamaların incelenmesi için bu konuda kendini daha fazla geliştirebilecek Orta ve Büyük ölçekli işletmeler ele alınmıştır.

Veri Toplama Yöntemi

Çalışmada, bilimsel bulgulara ulaşılması amacıyla veri toplama metodu olarak kişisel görüşmeye dayalı anket metodunun seçilmiştir. Yöntemin cevaplayıcılar ile işbirliği sağlayarak en doğru ve sağlıklı bilgiye ulaşılması ve yüksek geri dönme oranının elde edilmesi açısından yararlı olacağı düşünülmüştür.

Anket formunu cevaplayan kişilerin farklı konumlarda olmalarının konuyla ilgili bilgilerinde değişikliğe yol açabilmesi göz önünde bulundurularak işletme sahibi / genel müdür, genel müdür yardımcısı ya da (üretim, pazarlama vb. departmanlardaki) üst düzey yönetici konumundaki, stratejik kararlarda etkili kişilere anket uygulanmıştır. Geri dönen anket sayısı 85'dir. Anketlerden 2 tanesi eksik doldurulduğundan analize dâhil edilmemiştir. Örneklemenin evreni temsil oranı % 53,1' dir

Anket Sorularının Belirlenmesi ve Test Edilmesi

Çalışmada uluslararası kabul görmüş makalelerde yayınlanmış bulunan benzer konularda kullanılmış ölçekler incelenmiştir. İlk bölümde demografik sorulara yer verilmiş ve nominal ölçekler kullanılmıştır. İkinci bölüm işletmenin yeşil yönetim konusundaki farkındalığını ölçmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır ve Wu & Wu (2014) çalışmasından uyarlanarak Türkiye'deki firmaların özgün yapısındaki özellikleri içeren farklı sorular eklenerek oluşturulmuştur. Üçüncü bölüm işletmenin yeşil uygulamalarını fonksiyonel bazda anlamaya yönelik olarak hazırlanmıştır ve anket soruları Üstünay (2008) tezinden uyarlanarak hazırlanmıştır. Dördüncü bölüm işletmelerin performansını ölçmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır ve Wu & Wu (2014) ve Sezen vd. (2002) çalışmalarından uyarlanarak hazırlanmıştır. İkinci, üçüncü ve dördüncü bölümlerde 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır (1: Kesinlikle katılmıyorum,5: Kesinlikle Katılıyorum).

Anket formunun nihai olarak hazırlanmasından önce sorulardaki eksiklik ya da hataların belirlenmesi için anket formu taslağı ana kütle temsil eden işletmelerin küçük bir bölümünde (10 işletme sahibi) uygulanarak sınanmıştır. Yapılan ön anket neticesinde yeteri kadar anlaşılmayan, birbirine benzer nitelikte bulunan sorularda gerekli düzeltmeler yapılarak anket nihai haline getirilmiş ve uygulanmıştır.

Anket sonuçları bir istatistik analiz programı kullanılarak değerlendirilmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerini belirleyebilmek için betimleyici istatistiklerden

faidalanılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliklerini test etmek için madde-bütün korelasyonlarına bakılmış ve Cronbach's Alpha katsayıları hesaplanmıştır. Ayrıca değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla korelasyon analizinden ve regresyon analizinden yararlanılmıştır.

2.4. BULGULAR

2.4.1. Demografik Bulgular

Araştırma kapsamındaki işletmelerde ankete katılan 83 kişiye ait demografik özellikler Tablo 1.'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans Dağılımı

Parametreler		Frekansı	Yüzde	Parametreler		Frekansı	Yüzde	
Yaş	25-34	12	14,4	Faaliyet Gösterilen Sektör	Makina	23	27,7	
	35-44	30	36,2		Döküm	13	15,7	
	45-54	31	37,3		Otomotiv yan san.	11	13,3	
	55-64	9	10,9		Gıda	9	10,8	
	65-+	1	1,2		Mobilya	8	9,6	
Cinsiyet	Kadın	10	12,0		Demir-metal işleri	9	10,8	
	Erkek	73	88,0		Plastik ürünler	4	4,8	
Eğitim Durumu	İlköğretim	9	10,8		Tekstil	6	7,2	
	Lise	21	25,3		İşletmedeki pozisyon	Sahip	34	41,0
	Lisans	41	49,4			Genel Müd.	11	13,3
	Lisansüstü	12	14,5	Üretim Müd.		11	13,3	
Toplam		83	100,00	Pazarlama Müd.		24	28,9	
				İnsan Kay. Müd.		2	2,4	
				Kalite Müd		1	1,2	
				Toplam		83	100,00	

Tablo 1. de görüldüğü üzere katılımcıların %37,3'ü 45-54 yaş grubu aralığında, %88'i erkek %49,4'ü lisans mezunu ve %41'i işletme sahibi pozisyonundadır. İşletmelerin % 27,7'si makine sektöründe faaliyet göstermektedir.

2.4.2. Veri Toplama Aracının Güvenirlik ve Geçerliği

Anket formunda yer alan ölçeklerin güvenilirliğinin (içsel tutarlılığının) değerlendirilmesinde Cronbach alfa katsayısına bakılmıştır. Cortina (1993), Cronbach alfa değerinin 0.7 değerini aşması gerektiğini belirtmektedir.

Tablo 2. Ölçeklerin Güvenirlik Katsayıları

Ölçek	Ölçüm Aralığı	Madde Sayısı	Cronbach Alfa Katsayısı
Yeşil yönetim algısı	5'li ölçek (1-5 arası)	23	,883
Yeşil işletme fonksiyonları	5'li ölçek (1-5 arası)	20	,904
İşletme performansı	5'li ölçek (1-5 arası)	9	,816

Tablo 2.'de verilerin analizi sırasında toplam puanlarından (ölçeği meydana getiren maddelerin toplam puanı) yararlanılarak ölçeklerin Cronbach alfa katsayıları sunulmuştur. Değerler içsel tutarlılığın oldukça yüksek olduğunu göstermektedir.

2.4.3. Korelasyon Analizi

Yeşil yönetim algısı, yeşil işletme fonksiyonları alt faktörleri (üretim, muhasebe, lojistik, insan kaynakları ve pazarlama) ve işletme performansı arasındaki ilişkileri

araştırmak amacıyla Pearson Korelasyon analizi yapılmıştır. Tek yönlü kuyruk testi ile yapılan analiz sonuçları aşağıdaki tabloda görülmektedir. Sonuçlar % 95 güven aralığında, anlamlılık $p < 0,01$ düzeyinde değerlendirilmiştir.

Tablo 3. Korelasyon Analizi

		Yeşil Üretim	Yeşil Muhasebe	Yeşil Lojistik	Yeşil İnsan Kay.	Yeşil Pazarlama	İşletme Performansı	Yeşil Yönetim Algısı
Yeşil Üretim	PearsoCorrela Sig. (2-tailed) N	1 83						
Yeşil Muhasebe	PearsoCorrela Sig. (2-tailed) N	,712** ,000 83	1 83					
Yeşil Lojistik	PearsoCorrela Sig. (2-tailed) N	,742** ,000 83	,542** ,000 83	1 83				
Yeşil İnsan Kaynakl	PearsoCorrela Sig. (2-tailed) N	,545** ,000 83	,495** ,000 83	,406** ,000 83	1 83			
Yeşil Pazarlama	PearsoCorrela Sig. (2-tailed) N	,772** ,000 83	,515** ,000 83	,556** ,000 83	,635** ,000 83	1 83		
İşletme Performansı	PearsoCorrela Sig. (2-tailed) N	,750** ,000 83	,577** ,000 83	,203* ,045 83	,558** ,000 83	,797** ,000 83	1 83	
Yeşil yönetim algısı	PearsoCorrela Sig. (2-tailed) N	,839** ,000 83	,651** ,000 83	,597** ,000 83	,323** ,003 83	,792** ,000 83	,718** ,000 83	1 83

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tablo 3'deki sonuçlar incelendiğinde, Yeşil yönetim algısı, yeşil işletme fonksiyonları alt faktörleri (üretim, muhasebe, lojistik, insan kaynakları ve pazarlama) ve işletme performansının birbirleri ile pozitif yönlü, anlamlı ve orta ve yüksek düzey bir ilişki içinde olduğu görülmektedir. Sadece işletme fonksiyonları alt faktörlerinden lojistik ile işletme performansı arasında (,203) ve insan kaynakları alt faktörü ile yeşil yönetim algısı arasında pozitif yönlü ama zayıf düzeyde (,323) bir ilişki bulunmaktadır.

2.4.4. Regresyon Analizi

Araştırma kapsamındaki hipotezleri test etmek amacıyla regresyon analizi uygulanmış ve analiz sonuçları Tablo 4, Tablo 5, Tablo 6, Tablo 7, Tablo 8, Tablo 9, Tablo 10 ve Tablo 11 de verilmiştir.

Tablo 4. Yeşil Yönetim Algısının Yeşil İşletme Fonksiyonları Üzerindeki Etkisini Gösteren Regresyon Analizi Sonucu

R	R ²	Sig.	B	Std Hata	t
,780	,609	,000	,839	,049	9,286

Dependent Variable: Yeşil işletme fonksiyonları

Predictors: (Constant), Yeşil yönetim algısı

Tablo 4'de görüldüğü üzere model oldukça anlamlıdır ($p = ,000$). Düzeltilmiş belirleyicilik değeri R^2 , bağımlı değişkendeki değişimin ne kadarının bağımsız değişkenle açıklanabildiği göstermektedir. Yeşil işletme fonksiyonlarındaki artışın % 60,9'un yeşil yönetim algısı ile ilgili olduğu ortaya çıkmaktadır ($R^2 = 0,609$, $p = ,000$).

Yeşil yönetim algısı, yeşil işletme fonksiyonlarını anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir. Bu nedenle, “H₁= Yeşil yönetim algısı yeşil işletme fonksiyonlarını pozitif yönde etkilemektedir” hipotezinin desteklendiği tespit edilmiştir.

Tablo 5. Yeşil Yönetim Algısının İşletmenin Yeşil Üretim Faaliyetleri Üzerindeki Etkisini Gösteren Regresyon Analizi Sonucu

R	R ²	Sig.	B	Std Hata	t
,839	,704	,000	1,215	,088	13,867

Dependent Variable: Yeşil üretim

Predictors: (Constant), Yeşil yönetim algısı

“H_{1a}= Yeşil yönetim algısı yeşil üretim faaliyetlerini pozitif yönde etkilemektedir” hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 6. Yeşil Yönetim Algısının İşletmenin Yeşil Lojistik Faaliyetleri Üzerindeki Etkisini Gösteren Regresyon Analizi Sonucu

R	R ²	Sig.	B	Std Hata	t
,597	,356	,000	1,057	,158	6,689

Dependent Variable: Yeşil lojistik

Predictors: (Constant), Yeşil yönetim algısı

“H_{1b}= Yeşil yönetim algısı yeşil lojistik faaliyetlerini pozitif yönde etkilemektedir” hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 7. Yeşil Yönetim Algısının İşletmenin Yeşil Pazarlama Faaliyetleri Üzerindeki Etkisini Gösteren Regresyon Analizi Sonucu

R	R ²	Sig.	B	Std Hata	t
,792	,627	,000	,684	,059	11,667

Dependent Variable: Yeşil pazarlama

Predictors: (Constant), Yeşil yönetim algısı

“H_{1c}=Yeşil yönetim algısı yeşil pazarlama faaliyetlerini pozitif yönde etkilemektedir” hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 8. Yeşil Yönetim Algısının İşletmenin Yeşil İnsan Kaynakları Faaliyetleri Üzerindeki Etkisini Gösteren Regresyon Analizi Sonucu

R	R ²	Sig.	B	Std Hata	t
,323	,104	,000	,340	,111	3,069

Dependent Variable: Yeşil insan kaynakları yönetimi

Predictors: (Constant), Yeşil yönetim algısı

“H_{1d}=Yeşil yönetim algısı insan kaynakları faaliyetlerini pozitif yönde etkilemektedir” hipotezi çok düşük değer (%10,4) taşısa da desteklenmiştir.

Tablo 9. Yeşil Yönetim Algısının İşletmenin Yeşil Muhasebe Faaliyetleri Üzerindeki Etkisini Gösteren Regresyon Analizi Sonucu

R	R ²	Sig.	B	Std Hata	t
,651	,424	,000	,647	,084	7,714

Dependent Variable: Yeşil muhasebe

Predictors: (Constant), Yeşil yönetim algısı

“H_{1e}=Yeşil yönetim algısı yeşil muhasebe faaliyetlerini pozitif yönde etkilemektedir” hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 10. Yeşil İşletme Fonksiyonlarının İşletme Performansı Üzerindeki Etkisini Gösteren Regresyon Analizi Sonucu

R	R ²	Sig.	B	Std Hata	t
,633	,400	,000	,399	,054	7,351

Dependent Variable: İşletme performansı

Predictors: (Constant), Yeşil işletme fonksiyonları

Tablo 10’da görüldüğü üzere model oldukça anlamlıdır ($p=,000$). İşletme performansındaki artışın % 40’ını yeşil işletme fonksiyonları ile ilgili olduğu ortaya çıkmaktadır ($R^2=0,400$, $p=0,000$). Yeşil işletme fonksiyonları işletme performansını anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir. Bu nedenle, “ $H_2=$ Yeşil işletme fonksiyonları işletme performansını pozitif yönde etkilemektedir.” hipotezinin desteklendiği tespit edilmiştir.

Tablo 11. Yeşil Yönetim Algısının İşletme Performansı Üzerindeki Etkisini Gösteren Regresyon Analizi Sonucu

R	R ²	Sig.	B	Std Hata	t
,718	,516	,000	2,367	,154	15,370

Dependent Variable: İşletme performansı

Predictors: (Constant), Yeşil yönetim algısı

Tablo 11’de görüldüğü üzere model oldukça anlamlıdır ($p=,000$). İşletme performansındaki artışın % 51,6’sının yeşil yönetim algısı ile ilgili olduğu ortaya çıkmaktadır ($R^2=0,516$, $p=0,000$). Yeşil yönetim algısı işletme performansını anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir. Bu nedenle, “ $H_3 =$ Yeşil yönetim algısı işletme performansını pozitif yönde etkilemektedir” hipotezinin desteklendiği tespit edilmiştir.

3. Yönetimsel Sonuçlar

Çevre koruma konusunda bireylerin çevreye verdikleri zarar önemli bir konu olmak ile birlikte daha büyük boyutta ve önemli olumsuz etki yaratan faktör tabii ki üretim yapan işletmelerdir. İşletmeler bir taraftan varlıklarıyla ekonomik gelişmeyi, istihdamı, kalkınmayı sağlarken diğer taraftan da çevreyi kirletmekte, doğal kaynakları yok etmekte ve sürdürülebilir yaşam koşullarını olumsuz yönde etkilemektedirler. Bu çerçevede işletmelerin çevreye duyarlı bir yönetim anlayışı geliştirmeleri önemli bir zorunluluktur.

Bu çalışma doğrultusunda çevreye duyarlı işletmecilik kavramı en genel ifade ile şöyle tanımlanabilir; işletmelerin gerçekleştirdikleri tüm faaliyetlerde çevresel etkileri dikkate almaları, çalışanlarına çevre bilinci konusunda eğitimler vermeleri, çevreye zarar vermeyen teknolojiler kullanmaları, üretim süreçlerinde kaynakları etkin kullanarak çevresel etkileri minimize etmeleri, depolama, ambalajlama ve lojistik faaliyetlerinde çevresel etkileri minimize etmeye çalışmaları, yeşil faaliyetlere harcanan giderlerin muhasebe kayıtlarından izlenebilmesi vb. doğrultusundaki anlayışlarıdır. Yeşil yönetim kavramı ile ilgili literatür araştırması yapıldığında dünya genelinde çok sayıda örnek olduğu ancak Türkiye’de tüm işletme fonksiyonlarını içerecek kapsamda yapılmış bir çalışma olmadığı görülmüştür. Bu nedenle bu çalışmada yeşil yönetim konusundaki uluslararası yayınların uygulamaları ülkemizdeki şartlara uyarlanmış ve Konya ilinde üretim faaliyeti yürüten orta ve büyük işletmelere yönelik bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Çalışmada aşağıda belirlenen sonuçlara ulaşılmıştır:

- Yapılan analizler sonucunda **yeşil yönetim algısı** (yeşil yönetim risk /fayda algısı, kontrol gücü ve inanç, niyet ve eylem ile tutum ve davranış alt başlıklarında),

yeşil işletme fonksiyonları (üretim, muhasebe, lojistik, insan kaynakları ve pazarlama) ve **işletme performansının** birbirleri ile pozitif yönlü, anlamlı ve orta ve yüksek düzey bir ilişki içinde olduğu tespit edilmiştir.

- Sadece işletme fonksiyonları alt faktörlerinden lojistik ile işletme performansı arasında (,203) ve insan kaynakları alt faktörü ile yeşil yönetim algısı arasında pozitif yönlü ama nispeten daha zayıf düzeyde (,323) bir ilişki bulunduğu görülmüştür. Bu durum Konya ilinde faaliyet gösteren işletmelerin çevreci faaliyetleri üretim, tasarım ve pazarlama alanları ile entegre edebildiği ancak lojistik ve insan kaynakları konusunda çevreci düzenlemeleri yeterince anlayamadıkları ile ilişkilendirilebilecek bir durumdur.
- Çalışmanın birinci hipotezi olan “yeşil yönetim algısı, yeşil işletme fonksiyonlarını anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir” kabul edilmiştir. Bu sonuç Wu & Wu (2014)’de yeşil yönetim algısının işletmelerin yeşil uygulamaları ile güçlü bir ilişki içerisinde olduğu bulgusu ile paralellik göstermektedir. Günümüzde işletmeler artık küresel pazarda varlıklarını sürdürebilme savaşı içerisinde inovatif olmak, yeni yönetim yaklaşımlarını benimsemek ve karlılıktan ödün vermek pahasına da olsa paydaşlarını olumlu yönde etkileyecek bir değişimi kabul etmek zorundadırlar. Lee (2009) küçük ve orta ölçekli işletmelerin yeşil yönetim algılarının geliştirilmesi yoluyla stratejik ve organizasyonel değişiklikler ile faaliyetlerini daha çevreci hale getirebileceklerini tespit etmiştir. Bu kapsamda önemli olan işletmelerin yeşil yönetim ile sağlayacağı avantajlar konusunda farkındalıklarının oluşturulmasıdır. Çünkü yeşil yönetimi fayda olarak algılayan işletmeler yeşil işletme faaliyetlerini uygulama konusunda daha hevesli olmaktadır.
- Çalışmanın ikinci hipotezi olan “ yeşil işletme fonksiyonları işletme performansını anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir” kabul edilmiştir. İşletmelerin fonksiyonlarını çevreye duyarlı bakış açısı ile revize etmeleri proseslerde ortaya çıkan firelerin azalması, kaynakların daha dikkatli kullanılması, eğitim faaliyetlerinin geliştirilmesi gibi sonuçları da beraberinde getirecektir. Bu sonuçlar işletme performansını olumlu yönde etkileyecek önemdedir. Bu sonuç, Claver vd. (2007) ve Molina-Azorín vd. (2009) çevresel uygulamaların işletme performansını olumlu yönde etkilediği ve Teixeira vd. (2013) ve Florida & Davison (2001) yeşil yönetim uygulamalarının işletmeye stratejik fırsatlar sunduğu bulgularıyla örtüşmektedir. Handfield vd. (1997)’de belirttiği gibi, işletmelerin başarılı olmak için çevresel yönetim stratejilerinin, ürün tasarımı, satın alma, imalat ve montaj, paketleme, lojistik ve dağıtım alanlarındaki tüm süreçleri içeren değer zincirinin tüm aşamalarına entegre edilmesi gerekmektedir. Benzer şekilde Green Jr vd. (2012) üretim işletmeleri üzerinde yaptıkları araştırmada yeşil tedarik zinciri faaliyetlerinin organizasyonel performansı arttırdığı bulgusunu elde etmiştir. Khurshid & Darzi (2016)’da yeşil insan kaynakları yönetiminin çevrenin korunması ve yeşil uygulamalara geçiş için çalışanlar ve diğer paydaşlar arasında farkındalık konusunda anahtar rol oynadığını belirtmiştir. Ayrıca çalışanların sürekliliğini sağlamak açısından da yeşil uygulamalar avantaj sağlamaktadır. Owen vd. (1997)’de yeşil muhasebenin öneminin giderek arttığını ve kullanıcıları güçlendirdiğini belirtmişlerdir. Simula vd., (2009) müşterilere doğru ve tutarlı biçimde yürütülen yeşil pazarlama faaliyetlerinin müşterilerin satın alma tercihlerini etkilediği sonucuna ulaşmıştır.

- Çalışmanın üçüncü hipotezi olan “yeşil yönetim algısı işletme performansını anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir” kabul edilmiştir. Bu sonuç; Wu & Wu (2014) yeşil yönetim algısı işletme performansını güçlü biçimde etkilemektedir ve Karabulut (2003) işletmelerde çevre bilincinin işletme performansını olumlu etkilediği bulgularıyla eşleşmektedir. Porter & Van Der Linde (1995) yeşil yaklaşımların işletmeye önemli bir rekabet avantajı sağladığı görüşü doğrultusunda, yeşil yönetim konusunda farkındalığı olan işletmelerin yönetsel stratejilerine ve işletme faaliyetlerine çevreci faaliyetleri entegre etmeleri durumunda önemli performans kazanımları elde edecekleri söylenebilir.

Ulaşılan sonuçlar ülkemiz açısından olumlu ve umut vericidir. İşletmelerin yeşil yönetim konusundaki farkındalıklarının varlığı gelecek nesil işletmelerde bu çalışmaların daha yüksek sahiplenme ile gerçekleşeceğini bir göstergesidir. Bu kapsamda devlet ve sivil toplum örgütlerinin üstüne düşen görev yeşil yönetim çalışmalarının ciddiyetle sürdürülmesi, küçük ve orta düzeydeki işletmelere yaygınlaştırılmasıdır.

Gelecek nesillerin de ihtiyaç duyacağı kaynakların tehlikeye atılmadan bugünün ihtiyaçlarının giderilmesi yani sürdürülebilir gelişme sağlanması işletmelerin varlık nedenlerinden biri olmalıdır. Aksi takdirde dünya geri dönüşü olmayan bir noktaya doğru ilerleyecek ve artık yapacak hiç bir şeyin kalmadığı noktada istihdam, ekonomik kalkınma, ürün çeşitliliği, inovasyon vb. kavramlar anlamsız hale gelecektir. Bu kapsamda yasal düzenlemeler, sivil toplum örgütleri ve belki zamanla halk tarafından yapılan baskılar ile işletmelerin gerçekleştirdikleri faaliyetleri çevreye duyarlı hale getirmeleri için itici bir güç olacaktır. Ancak asıl önemli ve fayda doğuracak olan, işletmelerin bunu kendi arzuları ile bir politika, stratejilerinin temeli, ana hedeflerinden biri ve işlerinin bir parçası olarak görebilmeleridir.

4. Sınırlılıklar

Çalışmanın sonuçlarının değerlendirilmesi aşamasında ileride yapılacak çalışmalarda da yol gösterici olması açısından kısıtlar göz önünde bulundurulmuş ve aşağıda belirtilmiştir:

- Çalışmada yeşil yönetim algısı, yeşil işletme fonksiyonları ve işletme performansı arasındaki ilişki Türkiye’de Konya ilinde faaliyet gösteren işletmeler üzerinde araştırılmıştır. Araştırmanın bir il üzerinde gerçekleştirilmesi önemli bir kısıttır. Birden fazla ilde benzer çalışmaların yapılarak karşılaştırmalı olarak sonuçların değerlendirilmesi imkânı daha kapsamlı sonuç ve önerilerin elde edilmesi olanağını doğuracaktır.
- Çalışmanın farklı büyüklükte işletmeler üzerinde gerçekleştirilmemiş olması ayrı bir kısıttır. Küçük işletmelerin yeşil yönetim bakış açılarının anlaşılması yönetsel bulgular açısından farklı yorumlar doğurabilecektir.
- Çalışmanın süresi de diğer bir kısıt olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışma sonuçlarının ve etkilerinin 1. Yıl, 3. yıl ve 5. yıl takibi (satışlardaki, üretim kayıplarındaki, üretim verimliliğindeki, insan kaynaklarının sürekliliği ve bilinç seviyesindeki değişimi vb...) ve karşılaştırılması elde edilen sonuçların geçerliliğini güçlendirecektir.

Kaynaklar

- Akatay, A., & Aslan, Ş. (2008). Yeşil Yönetim ve İşletmeleri ISO 14001 Sertifikası Almaya Yönelten Faktörler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(10), 313-339.
- Ar, A. A., & Tokol, T. (2010). Tekstil sektöründeki İşletmelerin Yeşil Pazarlamadan Kaynaklı Kazanımları. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 31(31). <https://doi.org/10.17755/esosder.60689>
- Banerjee, S., Gulas, C. S., & Iyer, E. (1995). Shades of Green: A Multidimensional Analysis of Environmental Advertising. *Journal of Advertising*, 24(2), 21-31.
- Büyüközkan, G., & Vardaloğlu, Z. (2008). Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi. *Lojistik Dergisi*, 8, 66-73.
- Campos, L. M. & Vazquez-Brust, D. A. (2016). Lean and Green Synergies in Supply Chain Management. *Supply Chain Management: An International Journal*, 21(5), 627-641. <https://doi.org/10.1108/SCM-03-2016-0101>
- Chew, M. Y. and Conejos, S. (2016), Developing a Green Maintainability Framework for Green Walls in Singapore, *Structural Survey*, 34(4/5), pp: 379-406.
- Claver, E., Lopez, M. D., Molina, J. F., & Tari, J. J. (2007). Environmental Management and Firm Performance: A Case Study. *Journal of Environmental Management*, 84(4), 606-619. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2006.09.012>
- Cosimato, S., & Troisi, O. (2015). Green Supply Chain Management: Practices and Tools for Logistics Competitiveness and Sustainability. The DHL Case Study. *The TQM Journal*, 27(2), 256-276. <https://doi.org/10.1108/EL-01-2014-0022>
- Costello, M. W. (2008). 13 Steps to “Green” Your Business. *Business & Economic Review*, (July-September).
- de Burgos Jimenez, J., & Céspedes Lorente, J. J. (2001). Environmental Performance as an Operations Objective. *International Journal of Operations & Production Management*, 21(12), 1553-1572. <https://doi.org/10.1108/01443570110410900>
- Dereli, T., & Baykasoğlu, A. (2002). Atıklar ve Çevreye Etkileri: Mühendislik Cephesinden Çevre Sorunlarına Bakış. *Endüstri Mühendisliği Dergisi*, 13(1), 28-35.
- Florida, R., & Davison, D. (2001). Gaining from Green Management: Environmental Management Systems Inside and Outside the Factory. *California Management Review*, 43(3), 64-84.
- Garzella, S., & Fiorentino, R. (2014). An Integrated Framework to Support the Process of Green Management Adoption. *Business Process Management Journal*, 20(1), 68-89. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-01-2013-0002>
- Giles, Atkinson (1995), Debate on Green Accounting, *Environment*, Vol: 37 (8), 3-5..
- Glorieux-Boutonnat, A. (2004). Can the environmental help boost your marketing? *The Australian Journal of Dairy Technology*, 59(2), 85.
- Grant, J. (2008). Green Marketing. *Strategic Direction*, 24(6), 25-27. <https://doi.org/10.1108/02580540810868041>
- Green Jr, K. W., Zelbst, P. J., Meacham, J., & Bhadauria, V. S. (2012). Green Supply Chain Management Practices: Impact on Performance. *Supply Chain*

- Management: An International Journal*, 17(3), 290-305.
<https://doi.org/10.1108/13598541211227126>
- Guerci, M., & Carollo, L. (2016). A Paradox View on Green Human Resource Management: Insights from the Italian Context. *The International Journal of Human Resource Management*, 27(2), 212-238.
<https://doi.org/10.1080/09585192.2015.1033641>
- Haden, S. S. P., Oyler, J. D., & Humphreys, J. H. (2009). Historical, Practical, and Theoretical Perspectives on Green Management: An Exploratory Analysis. *Management Decision*, 47(7), 1041-1055.
<https://doi.org/10.1108/00251740910978287>
- Halberg, N., Verschuur, G., & Goodlass, G. (2005). Farm Level Environmental Indicators; Are They Useful?: an Overview of Green Accounting Systems for European Farms. *Agriculture, Ecosystems & Environment*, 105(1), 195-212.
<https://doi.org/10.1016/j.agee.2004.04.003>
- Handfield, R. B., Walton, S. V., Seegers, L. K., & Melnyk, S. A. (1997). 'Green' Value Chain Practices in the Furniture Industry. *Journal of Operations Management*, 15(4), 293-315. [https://doi.org/10.1016/S0272-6963\(97\)00004-1](https://doi.org/10.1016/S0272-6963(97)00004-1)
- Huang, Y. C., Wong, Y. J., & Yang, M. L. (2014). Proactive Environmental Management and Performance by a Controlling Family. *Management Research Review*, 37(3), 210-240.
<http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/MRR-09-2012-0196>
- Jabbour, C. J. C., & Santos, F. C. A. (2008). The Central Role of Human Resource Management in the Search for Sustainable Organizations. *The International Journal of Human Resource Management*, 19(12), 2133-2154.
<https://doi.org/10.1080/09585190802479389>
- Jaggernath, R., & Khan, Z. (2015). Green Supply Chain Management. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 11(1), 37-47.
- Karabulut, E. (2003). *İşletmelerde Çevre Bilinci ve Yeşil Yönetim Uygulamalarının İşletme Başarısına Katkısını İncelemeye Yönelik Bir Araştırma*. Yayınlanmış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı İşletme Yönetimi ve Organizasyon Bilim Dalı, İstanbul.
- Karaçay, A. G. G. (2005). Tersine Lojistik: Kavram ve İşleyiş. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(1), 317-332.
- Kasap, G. C., & Peker, D. (2011). Çevreci Bir Yaklaşım: Yeşil Tasarım. *Business and Economics Research Journal*, 2(2), 101-116.
- Kautto, P. (2006). New Instruments—Old Practices? The Implications of Environmental Management Systems and Extended Producer Responsibility for Design for the Environment. *Business Strategy and the Environment*, 388(July), 377-388.
<https://doi.org/10.1002/bse>
- Khurshid, R., & Darzi, M. A. (2016). Go Green with Green Human Resource Management Practices. *International Journal of Research in Commerce and Management*, 7(1), 19-21.
- Kitazawa, S., & Sarkis, J. (2000). The Relationship Between ISO 14001 and Continuous Source Reduction Programs. *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 20. <https://doi.org/10.1108/01443570010304279>

- Kleindorfer, P., Singhal, K., & Van Wassenhove, L. (2005). Sustainable Operations Management. *Production and Operations Management*, 14(4), 482–492. <https://doi.org/10.1111/j.1937-5956.2005.tb00235.x>
- Lee, H., Jai, T.-M. (Catherine), & Li, X. (2016). Guests' Perceptions of Green Hotel Practices and Management Responses on Trip Advisor. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 7(2), 182–199. <https://doi.org/10.1108/JHTT-10-2015-0038>
- Lee, K. H. (2009). Why and How to Adopt Green Management into Business Organizations? The Case Study of Korean SMEs in Manufacturing Industry. *Management Decision*, 47(7), 1101–1121. <https://doi.org/10.1108/00251740910978322>
- Lee Weisstein, F., Asgari, M., & Siew, S. W. (2014). Price Presentation Effects on Green Purchase Intentions. *Journal of Product & Brand Management*, 23(3), 230–239. <https://doi.org/10.1108/JPBM-06-2013-0324>
- Mohd Suki, N. (2016). Green Product Purchase Intention: Impact of Green Brands, Attitude, and Knowledge. *British Food Journal*, 118(12), 2893–2910. <https://doi.org/10.1108/BFJ-06-2016-0295>
- Molina-Azorin, J. F., Claver-Cortes, E., Lopez-Gamero, M. D. & Tari, J. J. (2009). Green Management and Financial Performance: a Literature Review. *Management Decision*, 47(7), 1080–1100. <https://doi.org/10.1108/00251740910978313>
- Mustapha, M. A., Manan, Z. A., & Wan Alwi, S. R. (2017). Sustainable Green Management System (SGMS) - An Integrated Approach Towards Organisational Sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 146, 158–172. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.033>
- Owen, D., Gray, R., & Bebbington, J. (1997). Green Accounting: Cosmetic Irrelevance or Radical Agenda for Change? *Asia-Pacific Journal of Accounting*, 4(2), 175–198. <https://doi.org/10.1080/10293574.1997.10510519>
- Porter, M. E., & Van Der Linde, C. (1995). Green and Competitive: Ending the Stalemate. *Harvard Business Review*, 120–134.
- Pujari, D. (2006). Eco-innovation and New Product Development: Understanding the Influences on Market Performance. *Technovation*, 26(1), 76–85. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2004.07.006>
- Ragavendran, P. S. (2015). Management Ingredients to Embrace the New Paradigm: Green. *European Business Review*, 27(3), 318–333. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2013-0137>
- Ranganathan, J. (1998). Sustainability Rulers: Measuring Corporate Environmental and Social Performance. *Sustainability Enterprise Perspective*, 1-11.
- Rodrigue, J.-P., Slack, B., & Comtois, C. (2008). Green Logistics (the paradoxes of). *The Handbook of Logistics and Supply-Chain Management*”, *Handbooks in Transport*, (July), 339–350.
- Scholz, P., & Voracek, J. (2016). Organizational Culture and Green Management: Innovative Way Ahead in Hotel Industry. *Measuring Business Excellence*, 20(1), 41–52. <https://doi.org/10.1108/MBE-12-2015-0057>
- Sezen, B., Yilmaz, C., & Gezgin, G. (2002). Lojistik İşlevinin Pazarlama ve Üretim Birimleri Arasındaki Bağlayıcı Rolü ve İşletme Performansı Üzerindeki Etkileri.

Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17(2), 133–146.

- Siegel, D. S. (2009). Green Management Matters Only If It Yields More Green: An Economic/Strategic Perspective. *Academy of Management Perspectives*, 23(3), 5–16. <https://doi.org/10.5465/AMP.2009.43479260>
- Simula, H., Lehtimäki, T., & Salo, J. (2009). Managing Greenness in Technology Marketing. *Journal of Systems and Information Technology*, 11(4), 331–346. <https://doi.org/10.1108/13287260911002486>
- Teixeira, A. A., Bello, V. F., & de Oliveira, J. H. C. (2013). Article information: Greening a Brazilian Cotton Seed Processing Company From Challenges to Strategic Opportunities. *World Journal of Science, Technology and Sustainable Development*, 10(2), 123–130. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/20425941311323127>
- Üstünay, M. (2008). *İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları Çerçevesinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları ve Kimya Sektörüne Yönelik Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trakya.
- Wu, S., & Wu, Y. (2014). The Influence of Enterprisers' Green Management Awareness on Green Management Strategy and Organizational Performance Water Conservation ; Use of Renewable Energy. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 31(4), 455–476. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-01-2013-0019>
- Yang, Y. C. (2017). Consumer Behavior towards Green Products. *Journal of Economics, Business and Management*, 5(4), 160–167. <https://doi.org/10.18178/joebm.2017.5.4.505>
- Yu, Y., Han, X., & Hu, G. (2016). Optimal Production for Manufacturers Considering Consumer Environmental Awareness and Green Subsidies. *International Journal of Production Economics*, 182, 397–408. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2016.09.014>
- Zhou, M., Pan, Y., Chen, Z., & Yang, W. (2013). Optimizing Green Production Strategies: An Integrated Approach. *Computers and Industrial Engineering*, 65(3), 517–528. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2013.02.020>
- Zhu, Q., Sarkis, J., & Lai, K. hung. (2008). Confirmation of a Measurement Model for Green Supply Chain Management Practices Implementation. *International Journal of Production Economics*, 111(2), 261–273. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2006.11.029>
- <http://anahtar.sanayi.gov.tr/en/news/is-dunyasi-icin-surduruleability-neden-onemli/457>

A Study to Measure the Effects of Green Management Perceptions on Business Performance

Güzide KARAKUŞ

Necmettin Erbakan University
Faculty of Aviation and Space Sciences
Konya, Turkey
orcid.org/0000-0002-2897-7222
gkarakus@konya.edu.tr

Meral ERDİRENÇELEBİ

Necmettin Erbakan University
Academy of Applied Sciences
Konya, Turkey
orcid.org/0000-0002-7705-6067
merdirencelebi@konya.edu.tr

Extensive Summary

Introduction

Such that, while the factories, built with the Industrial Revolution, have contributed to the increase in production, productivity and profitability of the developed machinery and technologies, they brought with harmful wastes, air and water pollution and decreasing welfare problems and upset the ecological balance. Indeed, it has created an undeniable urgency at the point of stopping and correcting environmental damages (Haden vd., 2009: 1041).

At this point, the green management approach advocating environmental awareness has emerged as a natural outcome of sustainability in businesses. Today, in the operational sense, the word "green" is often used in the context of new technologies and sustainable impacts on nature and environment (Simula vd., 2009: 331).

Green management is important in ensuring sustainability by the fact that it is a concept that focuses on continuous improvement (Kautto, 2006: 377). However, in order to ensure sustainability, the necessity of implementing environmental activities in companies also reveals the necessity of redefining operational activities (de Burgos & Lorente, 2001: 1553). The international reasons for this change are:

1. Expansion of environmental legislation and widespread of legal requirements, inclusion of environmental concerns into product development issues (Haden vd., 2009: 1044).
2. The emergence of a niche market with environmentally sensitive "green" consumers (Pujari, 2006: 76).
3. The increase in the prestige of environmental organizations and their creating local consciousness in the direction of their movement towards environment-damaging businesses (Claver vd., 2007: 606).
4. Businesses discover that they can reduce production costs and improve quality management while ensuring eco-efficiency using natural resources (Kitazawa & Sarkis, 2000: 245).
5. Today, high environmental performance is seen as an important competitive advantage for businesses (Porter & Linde, 1995: 145).

In this study, the effect of the green management awareness of the companies operating in Konya province in Turkey on the green business functions was investigated. Research hypotheses developed in this context include:

H₁= The green management perception affects the green business functions positively.

H_{1a}= Green management perception affects businesses' green production activities positively

H_{1b}= Green management perception affects businesses' green logistics activities positively

H_{1c}= Green management perception affects businesses' green marketing activities positively.

H_{1d}= Green management perceptions affects the green human resources activities positively.

H_{1e}= Green management perception affects businesses' green accounting activities positively.

H₂ = Green business functions affect business performance positively.

H₃ = Green management perception affects business performance positively.

Method

The aim of this study is to investigate the interaction between the **green management** perceptions, functional practices and performances at medium-sized manufacturing enterprises operating in Konya, an industrial city of Turkey.

In the direction of the research, the enterprises in the production sector are taken as the basis. In order to limit the research, the manufacturing enterprises operating in the Konya province center and registered in the Konya Chamber of Industry and takes place the first twenty sectors are determined as the universe.

While Green Management is a form of government that is becoming increasingly important in the international dimension and used by businesses, it is newly tried to learn and understand in our country. Considering that micro- and small-scale enterprises do not have sufficient knowledge about the issue, medium and large-scale enterprises which can develop themselves more in this regard have been dealt with in order to examine the awareness and practices about green management.

In the study, a personal interview method was chosen as the data collection method in order to reach scientific findings. The method is thought to be useful in terms of achieving the most accurate and healthy information access and high return rate by collaborating with respondents.

In the study, the scales used in similar issues published in internationally accepted articles were examined. In the first part, demographic questions were included and nominal scales were used. The second part consists of questions about the management's awareness of green management and it was adapted from the work of Wu & Wu (2014) and different questions which includes the unique structure of the companies in Turkey were added. The third was prepared to understand the green practices of business on functional basis and the survey questions was adapted from the thesis by Ustunay (2008). The fourth chapter consists of questions about measuring the performance of businesses, and prepared adapting the studies by Wu & Wu (2014) and

Sezen et al. (2002). In the second, third and fourth sections, a 5-point Likert scale was used (1: Strongly Disagree, 5: Strongly Agree).

Findings

Demographic Findings

37.3% of participants were in the 45-54 age group, 88% were male, 49.4% were graduate and 41% were business owners. 27.7% of the enterprises operate in the machinery sector.

Regression Analysis

Regression analysis was applied to test hypotheses in the research.

It is found that 60.9% of the increase in green business functions is related to green management perception ($R^2 = 0.609$, $p = .000$). The green management perception affects the green business functions in a meaningful and positive way. For this reason, the hypothesis "H1 = Green management perception affects green business functions positively" is accepted.

"H_{1a}= The green management perception affects green production activities positively." hypothesis was accepted.

"H_{1b}= Green management perception affects green logistics activities positively" hypothesis is accepted.

"H_{1c}=Green management perception affects green marketing activities positively" hypothesis is accepted.

Even if "H_{1d}= Green management perception affects the green human resources activities positively" hypothesis has a lower value (10,4%), it is accepted.

"H_{1e}= green management perception affects green accounting activities positively" hypothesis is accepted.

It turns out that 40% of the increase in business performance is related to green business functions ($R^2 = 0.400$, $p = 0.000$). Green business functions influence business performance in a meaningful and positive way. For this reason, the hypothesis "H₂ = green business functions affect business performance positively" has been accepted.

51.6% of the increase in business performance is related to green management perception ($R^2 = 0.516$, $p = 0.000$). The green management perception affects business performance significantly and positively. For this reason, the hypothesis "H₃ = green management perception affects business performance positively" is accepted.

Discussion

The following results were obtained in the study:

- As a result of the analysis made, it is seen that **green management perception** (green management risk/benefit perception, control power and belief, intention and action with attitude and behavior subheadings), **green management functions** (production, accounting, logistics, human resources and marketing) and **business performance** have a positive, meaningful and moderate and high level of relationship.
- The second hypothesis of the study "green business functions influence business performance in a meaningful and positive way" is accepted. Revising the

functions of businesses with an environmentally sensitive viewpoint will also bring results such as reduction of waste in processes, more careful use of resources, and development of training activities. These outcomes are important to affect business performance positively. This result coincides with the findings by Claver et al. (2007) and Molina-Azorín et al. (2009) that indicates environmental practices affect business performance positively and the studies by Teixeira, Bello, & de Oliveira (2013) and Florida & Davison (2001) that indicates green management practices provide strategic opportunities. As stated by Handfield et al. (1997), in order to be successful, businesses need to integrate environmental management strategies into all stages of the value chain, including all processes in product design, procurement, manufacturing and assembly, packaging, logistics and distribution. Similarly, in his study, Green Jr et al. (2012) found that green supply chain activities increases organizational performance. Khurshid & Darzi (2016) indicated that green human sources play a key role in awareness among employees and other stakeholders for protecting environment and transitioning to green practices. Green practices also provide an advantage in terms of ensuring the continuity of employees. Owen et al. (1997) pointed out that the importance of green accounting is increasing and strengthening its users. Simula et al., (2009) reached the conclusion that green marketing activities that are conducted correctly and consistently affect customers' purchasing preferences.

- The third hypothesis of the study “green management perception has a meaningful and positive affect on business performance is accepted. This result match with the results by Wu & Wu (2014) that indicates green management perception strongly affects the business performance and by Karabulut (2003) that indicates environmental awareness in businesses has a positive effect on the business performance. In the view that green approaches provide a significant competitive advantage to businesses by Porter & Van Der Linde (1995), it can be said that if the businesses aware of green management integrate environmental activities to their activities, they will obtain performance achievement.

The results obtained are positive and promising in terms of our country. The presence of businesses' awareness of green management is an indicator that future work will be carried out with higher ownership. In this context, the duty of the state and non-governmental organizations is to carry out the green management studies seriously and to spread it to small and medium-sized enterprises.

Sustainable development, in other words, meeting the needs of today without endangering the resources future generations may need must be one of the reasons for the existence of businesses. Otherwise, the world will move towards an irreversible situation and at the point that nothing can be done, the concepts such as employment, economic development, product diversity, innovation and so on will be meaningless. In this context, legal regulations, non-governmental organizations and perhaps even the pressures will be a driving force for businesses to conduct environment friendly activities. But, what is important and will be beneficial is that businesses should see this as their policy, basis of their strategies, one and part of their main goals.