

Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Yeşil Örgüt Kültürü*

Green Organizational Culture within the Framework of Sustainability

Zeynep KÖŞKER Alper GÜRER*****

Makale Geliş Tarihi / Received : 30/04/2020
Makale Kabul Tarihi / Accepted : 29/05/2020

ÖZET

Sürdürülebilirlik, bugünün gereksinimlerini, gelecek kuşakların kendi gereksinimlerini karşılayabilme olanağından ödün vermeden karşılamaya dayanan bir yaklaşımdır. Sürdürülebilirlik, ortaya çıktığı ilk andan itibaren içeriği sürekli artan ve bugün birçok alanda farklı boyutlarıyla ele alınan bir kavram haline gelmiştir. Sürdürülebilirliğin öneminin daha fazla anlaşılmasına başlamasıyla birlikte, sürdürülebilirlik politikalarının sadece devlet girişimleriyle değil, özel sektör bağlamında da değerlendirilmesi gerektiği fark edilmiş ve işletmelere de birtakım görevler düşmeye başlamıştır. Bu çerçevede işletmelerin değişen koşullara uyum sağlaması ve sürdürülebilir içerikler üretmesi bir zorunluluk haline gelmiştir. Sürdürülebilirlik, işletmeler açısından genel olarak yeşil işletmecilik ve sürdürülebilir yeşil kültürünün oluşturulabilmesi boyutuyla ise yeşil örgüt kültürü çerçevesinde şekillenmektedir. İşletmeler bu sayede bir taraftan doğal çevrenin sürdürülebilirliğine katkı sağlarken diğer taraftan ekolojik rekabet ortamında kendine yer edinebilmekte, marka itibarını güçlendirmekte ve uzun vadede kar elde ederek kurumsal olarak da kendilerini sürdürülebilir kılabilir. Her geçen gün daha çok işletmenin çevreci değerleri bünyesine dahil etmeye çalıştığı ve böylece sürdürülebilir kalkınmaya da katkı sağladığı görülmektedir. Bu bağlamda çalışma ile yeşil örgüt kültürünün sürdürülebilirlik üzerindeki etkilerini ortaya koymak amaçlanmıştır.

Anahtar Kavramlar: *Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Kalkınma, Yeşil İşletmecilik, Yeşil Örgüt Kültürü*

ABSTRACT

Sustainability is an approach based on meeting today's needs without sacrificing the ability of future generations to meet their own needs. Sustainability has become a concept whose content has been increasing continuously since its first appearance and has been handled with its different dimensions in many areas today. As the importance of sustainability became more and more understood, it was realized that sustainability policies should be evaluated not only by government initiatives, but also in the context of the private sector, and businesses also started to take some responsibilities. Within this framework, it has become imperative for businesses to adapt to changing conditions and to produce sustainable contents. In terms of businesses, sustainability is shaped within the framework of general green business administration and with the creating dimension of sustainable green culture with green organization culture perspective. By this way, businesses can contribute to the sustainability of the natural environment on the one hand, and on the other hand, they can take their place in the ecological competition environment, strengthen their brand reputation and make themselves sustainable by making profit in the long term. It is observed that more and more businesses are trying to incorporate environmentally friendly values to their structures and thus contribute to sustainable development. In this context, it was aimed to reveal the effects of green organizational culture on sustainability.

Keywords: *Sustainability, Sustainable Development, Green Business, Green Organizational Culture.*

* Bu makale, Zeynep Köşker'in, Dr. Öğr. Üyesi Alper Gürer'in danışmanlığında Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalında, tez jürisine sunulmak üzere tamamlama aşamasında olduğu Yüksek Lisans Tezinin bazı kısımlarından oluşturulmuştur.

** Yüksek Lisans Öğrencisi, Kırıkkale Üniversitesi SBE Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, E-mail: zeyneppkosker@gmail.com, **ORCID No:** 0000-0002-1014-0694

*** Dr. Öğr. Üyesi, Kırıkkale Üniversitesi Keskin MYO Yönetim ve Organizasyon Bölümü, E-mail: alpergurur@gmail.com **ORCID No:** 0000-0002-6745-7895

GİRİŞ

İnsanlar, ilk çağlardan günümüze kadar doğal çevreyle sürekli etkileşim halinde olmuş, kimi zaman çevresini etkilemiş kimi zaman da çevresinden etkilenmiştir. İnsanın doğal çevreyi algılama biçimi ve kendini bu çevre içerisinde nerede konumlandığı zamana göre değişen bir olgu olmakla beraber, ekosistemin bir parçası olarak doğaya bağımlı olduğumuz gerçeği her zaman yerini korumuştur. 18. yy’da Sanayi Devrimiyle beraber makine gücünün keşfi, bilinen işgücü anlayışını değiştirmiş ve insan merkezci bir anlayışla doğal kaynakları her türlü tahribatin etkisine açık hale getirmiştir. 20. yy’a gelindiğinde ise, geçen bu süreçte çevreye verilen zararlar kendini hissettirmeye başlamış ve bu zararların tüm insanlığı da etkileyecek olması kabul edilir hale gelmiştir. Bu noktada insanların ekolojik denge, kaynak devamlılığı ve kendi geleceğini kurtarmaya yönelik çözüm arayışlarının bir sonucu olarak, merkezinde “devamlılık” anlayışı olan sürdürülebilirlik kavramı geliştirilmeye başlanmıştır. Günümüzde sürdürülebilirliğin geldiği son noktada, kavram bir yaşam tarzı olarak ele alınmakta ve bu süreçte işletmelere büyük görevler düşmektedir. Bu bağlamda işletmeler, çevreci içerikler üreterek hem yeni bir pazar anlayışı oluşturmakta hem de sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.

Bu çalışma ile, tüketicilerin artık daha fazla bilinçli olduğu ve ekolojik rekabetin gitgide arttığı günümüz dünyasında, yeşil örgütlerin bünyesinde geliştirmiş oldukları çevreci değerlerin - toplumsal anlamda geliştirilmesi gereken bir gerçeklik olarak- sürdürülebilirlik kültürü üzerindeki etkileri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu noktada, işletmelerin kendi içlerinde geliştirmiş oldukları yeşil örgüt kültürünün hem kurumsal sürdürülebilirlik hem de ekolojik sürdürülebilirlik üzerindeki etkilerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda ise ilk olarak “Sürdürülebilirlik” yaklaşımı ele alınmış, ardından “Yeşil Örgüt Kültürü” değerlendirilmiş ve daha sonra da bu iki kavram birlikte analiz edilmeye çalışılmıştır.

1. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Sürdürülebilirliğin, bir kavram olarak ilk defa kullanılması ahşap ve ormancılık üzerinden olmuştur. Kömür’ün yakıt olarak kullanımı henüz yaygınlaşmamış ve Sanayi Devriminin gelişmeleri de henüz yaşanmaya başlamamışken, ahşap çeşitli işlemlerde yakıt olarak yoğun bir şekilde kullanılmaktaydı. Dolayısıyla ağaçlara olan bağımlılık, ormancılıkta bir düzenleme yapılması gerektiği fikrini geliştirmiştir. Bu noktada Sürdürülebilirlik kavramı ilk kez 1713 yılında Hans Carl von Carlowitz tarafından “yaşlı ağaçların kesilmesi ile orman dengesini korumak adına bunların yerine geçecek yeterli sayıda genç ağaç bulundurulması arasında bir bütünlük kurmayı ima edecek” şekilde kullanılmıştır (Pisani, 2006: 85-86). Dolayısıyla sürdürülebilirlik, kökeni çok eski tarihlere dayanmakla birlikte, yirminci yüzyılın son çeyreğinden itibaren sıkça kullanılmaya başlanan şemsiye bir kavram olarak görülebilir.

1952 yılında Londra’da kirli havanın sisle karşılaşması sonucu kent üzerinde hareketsiz kalan hava katmanının kirliliği artırması ve kendini temizleyememesi, 4000 kişinin ölümüne yol açmıştır. Aynı dönemde Tokyo ve New York gibi pek çok kentte de ölümler meydana gelmiştir (Keleş vd., 2015: 116). 1962 yılında Rachel Louise Carson tarafından yazılan ve çevre kirliliğini konu alan Sessiz Bahar (Silent Spring) adlı çalışma Batı dünyasında büyük ses getirmiş, bu çalışmayla sanayileşmenin ekosisteme verdiği zararlar yavaş yavaş sorgulanır hale gelmiştir. Ayrıca 1973 yılında E. F. Schumacher tarafından yazılan “Küçük Güzeldir” adlı eserde, dünyada egemen olan

iktisadi düşünce yapısının yeryüzüne ve insanlığa verdiği zararlar üzerinde durulmuş, mevcut olumsuz durumun aşılması için büyük çabalar harcanması gerektiği belirtilmiş ve bir takım önerilerde bulunulmuştur (Bozlağan, 2005: 1015-1016). 1970’li yıllarda yaşanan petrol krizinde petrol fiyatlarının yükselmesi ile ekonomik büyüme yavaşlamış, çeşitli kurumlar enerjinin daha verimli kullanılabilmesine yönelik stratejiler geliştirmeye başlamışlardır. 1970-1985 yılları arasında ise tüketici hareketleri başlamış ve yasal düzenlemeler artmıştır (Aktaş, 2017: 63). Bu ve benzeri olaylar neticesinde insanoğlu, çevresel konular üzerinde küresel ölçekte önlemler alınması gerektiğini fark etmiş ve çeşitli çözüm stratejileri geliştirilmeye başlamıştır. Bu süreçte ise ekonomik ve sosyolojik gerçekler göz ardı edilmeden, mevcut sistem içerisinde birtakım önleyici politikalar geliştirilerek kaynak devamlılığını sağlamak amaçlanmıştır.

Günümüzde sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınma (*sustainable development*) kavramıyla eş görülmektedir. Sürdürülebilir kalkınma kavramı ilk olarak Birleşmiş Milletler’in 1987’de yayınlattığı “Ortak Geleceğimiz” diğer adıyla Brundlant Raporunda yer almıştır. Raporda yer alan haliyle sürdürülebilir kalkınma, “*bugünün gereksinimlerini, gelecek kuşakların da kendi gereksinimlerini karşılayabilme olanağından ödün vermeksizin karşılayan kalkınma*” şeklinde tanımlanmıştır (UN, 1987: 42/1). Bu kapsamda sürdürülebilirlik, insanların ihtiyaçları karşılanırken kaynakların sınırlı olduğu unutulmadan, bu kaynakların devamlılığını sağlamayı ve gelecek nesillerinde bu kaynaklardan faydalanabilmesi adına ekonomik, sosyal ve çevresel bir bütünlük sağlanması gerektiğini ifade etmektedir.

Sürdürülebilir kalkınma anlayışı, kaynakların korunarak değerlendirilmelerinin, özellikle yenilenebilir kaynakların kendilerini yenileme kapasiteleri aşılmadan üretim süreçlerinde kullanılmalarının, çevreye zarar vermeden kalkınmayı mümkün kılacağı görüşünü savunmaktadır. Bu kapsamda sürdürülebilir kalkınma çevreyle birlikte içerdiği ekonomik, sosyal ve kültürel boyutlarıyla da bugün ve gelecek kuşakların kaynaklardan eşit olarak faydalanmasını ifade etmektedir (Yaylı, 2012: 156).

Sürdürülebilirlikle ilgili gelişmelere paralel olarak ekolojik dengenin korunması için ülkeler işbirliği yapmanın zorunluluğunu fark etmiş ve küresel çapta bazı konferans ve ortaklıklar düzenlenmeye başlamıştır:

Büyüme’nin Sınırları, 1960’lı yıllarda artmaya başlayan sosyal hareketlerin doğurduğu tepki sonucunda sorgulanmaya başlayan kalkınma ideolojisine ilişkin ilk uluslararası tepkidir. 1972 yılında Roma Kulübü tarafından hazırlanan “Ekonomik Büyümenin Sınırları” adlı bu raporda, nüfusun ve tüketimin hızla artış gösterdiği fakat bu artış karşısında doğal kaynakların yetersiz kaldığı vurgulanmıştır (Yaylı, 2007: 924). Bu yönüyle rapor, kaynak kıtlığı ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi çevresel bağlamda gözler önüne sererken, yaşanacak çevre sorunları nedeniyle insanlığın yok olma tehlikesine vurgu yapmaktadır.

Stockholm Konferansı, çevre sorunlarıyla ilgili küresel düzeyde gerçekleştirilen ilk toplantıdır. 1972’de düzenlenen konferansta çevre ve ekonomi arasındaki dengenin nasıl sağlanacağı üzerine tartışmalar yürütülmüştür. Konferans, ekoloji ve kalkınma arasındaki dengeyi ön plana çıkaran “eko-kalkınma” politikası çerçevesinde “insan merkezilik”, ve “gelecek nesillerin kaynaklarının korunması” temel konularını ön plana çıkarmıştır (Yıldırım ve Göktürk, 2004: 453). Konferansın içeriğinden dolayı 5 Haziran “Dünya Çevre Günü” olarak kabul edilmiştir. Konferansta kurumların

sorumluluk yüklenmesi gerektiği, ulusal ve yerel hükümetlerin kendi yetki alanları içerisinde kapsamlı bir çevre politikası oluşturmalarının gereği vurgulanmış, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere yönelik işbirliği çağrısında bulunulmuştur (UN, 1972: 102/203).

Ortak Geleceğimiz (Brundtland Raporu), Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (UNEP) tarafından, 1987’de Birleşmiş Milletler Genel Kuruluna sunulmuştur. Raporun en önemli özelliği ilk defa *sürdürülebilir kalkınma* kavramını dile getirmesidir. Bu doğrultuda ekonomik gelişmeyi devam ettirecek ancak ekosistemdeki kaynak dengesini de riske atmayacak şekilde projeler üretilmesi amaçlanmıştır. Ancak bu tanım birçok tartışmayı da beraberinde getirmiştir. Sürdürülebilir kalkınma görüşü, ekonomik kalkınmanın, çevre ve ekonomi arasında sağlanacak uyum ile çevreye zarar vermeden de mümkün olabileceğini dile getirmesiyle çevreciler tarafından eleştiriler almıştır. Rapora göre insanlığın kalkınmayı sürdürülebilir kılabileceği gücü vardır. Mevcut kaynaklarla bugünün ihtiyaçlarını karşılarken, gelecek kuşakların da kendi ihtiyaçlarını karşılayabilme imkanını elinden almamak mümkündür (UN, 1987: 24.)

Rio Zirvesi (BM Çevre ve Kalkınma Konferansı), diğer adıyla Rio Deklarasyonu, konferansta alınan kararların uygulama metni niteliğindedir. Bu çerçevede “*Sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak için çevre koruma, kalkınma sürecinin ayrılmaz bir parçasını teşkil eder ve bundan bağımsız olarak düşünülemez*” (UN, 1992: a.151/26) şeklinde çevre korumanın önemi belirtilirken devletlerin çevresel mevzuatlarını yürürlüğe koymaları, kirlilikle doğru mücadelelerin başlatılması ve bu noktada işbirliğine açık olunması gerektiği belirtilmiştir. Rio konferansının en önemli özelliği, 108’i devlet ve hükümet başkanı düzeyinde temsil edilen 178 ülkenin katılımıyla geniş düzeyde katılım içermesidir. Rio Konferansında devletlerin yanı sıra iş dünyası temsilcileri, sivil toplum kuruluşları, bilim dünyasından ve basın mensuplarına kadar binlerce katılımcı yer almıştır (Yıldırım ve Göktürk, 2004: 456).

Gündem 21, Rio konferansında sunulan önemli bir belge olarak; sürdürülebilir kalkınma, nüfus hareketliliği, insan sağlığının korunması, biyolojik çeşitlilik, orman kaynakları, bilim ve iş çevresi gibi çeşitli kesimler ve eğitim konularına değinen oldukça geniş kapsamlı bir belgedir. Rio Deklarasyonu gibi Gündem 21’de konferansta alınan kararların uygulama metni niteliğindedir (UN, 1992: a.151/26).

Her ne kadar benzer gibi görünse de her konferans kendinden sonraki oluşuma bir şeyler katmış ve onun üstüne eklenecek içerikler üretmiştir. Stockholm ile Rio arasında ki en önemli farkın, Stockholm’de “sorun kaynaklı” bir anlayış hakimken, Rio’da sürdürülebilir kalkınma ile insan kaynaklarının geliştirilmesini amaçlayan bütünleştirici bir anlayışın hakim olduğu söylenebilir. Hem Rio Deklarasyonu hem de Gündem 21’in en belirleyici özelliği ise “Toplumsal uzlaşma olmadan sürdürülebilir kalkınma hedefine ulaşılamaz” anlayışının ifade edilmesidir. Ayrıca Gündem 21’de tüketim biçimlerinin değiştirilmesine yönelik önerilerde de bulunulmuştur (Yıldırım ve Göktürk, 2004: 457-458).

İlerleyen yıllarda Rio konferansının devamı niteliğinde bir takım konferanslar düzenlenmiştir. 1997’de New York’ta düzenlenen Rio+5 forumunda, sürdürülebilir gelişmeyi “gündem”den “uygulama”ya geçirmek amaçlanmıştır. Bu kapsamda yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, özel sektör temsilcileri, bilimsel araştırma kuruluşları ve daha birçok alandan katılımcılar olmak üzere geniş bir katılımcı grubu oluşturulmuştur (Bozdoğan, 2005: 1023). 2002 yılında ise

Johannesburg’da “*Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi*”, diğer adıyla *Rio+10* konferansı düzenlenmiş ve konferans sonucunda uluslararası anlamda önemli bir belge olan *eylem planı* imzalanmıştır. Bu plan uygulama metni niteliğindedir ve yoksulluğun ortadan kaldırılması, daha sürdürülebilir üretim ve tüketim kalıpları hedefleri içermektedir (UN, 2002: 199/20).

Japonya’nın Kyoto kentinde imzalanan *Kyoto Protokolü*, BM İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi’dir. 16 Şubat 2005 tarihli ve taraf ülkeler için bağlayıcı hükümler içeren Kyoto Protokolü, sera gazlarının emisyonlarının düşürülmesine yönelik alınan kararlar ile uluslararası çevre hukukunun oluşturulmasında önemli bir aşamayı ifade etmektedir (Yaylı, 2007: 931). Protokolde her ülkenin gelişmişlik düzeyine göre bir emisyon sınırlaması getirileceğinden bahsedilmektedir. Protokol, imzalanmış en geniş kapsamlı çevre işbirliği anlaşması olması bakımından dikkat çekicidir (Aksu, 2011: 17).

Son yıllarda çevreyle ilgili yerel, bölgesel ve uluslararası anlamda birçok etkinlik ve konferans düzenlenmektedir. İklim ve çevre sorunu güncelliğini her zaman koruyan bir konu olmakla beraber her geçen gün bu alana yönelik tartışmalar ve fikir önerileri gelişerek artış göstermektedir. Gerek hükümetler düzeyinde uygulanan politikalar olsun, gerekse ulusal veya uluslararası işletmeler bazında olsun sürdürülebilirlikle ilgili uygulamalar yelpazesinin sürekli arttığını söylemek mümkündür.

1.1. Sürdürülebilirliğin Boyutları

Sürdürülebilirlik politikalarını ortaya çıkaran fikirler genellikle ekonomik, çevresel ve sosyal olarak üç boyutlu bir şekilde ilerlemektedir. Daha başka bir ifadeyle sürdürülebilir olmanın üç boyutu vardır. Bu süreçte çevre, sosyal sistem ve ekonomi birlikte işleyen bir çark gibidir.

Ekonomik Boyut: Ekonomi kelimesi basit anlamda düşünüldüğünde, kıt kaynakların en etkin ve en verimli şekilde kullanılmasını içermektedir. Dolayısıyla sürdürülebilirlik ve ekonomi kavramları birbiriyle doğrudan bağlantılıdır. Ekonomi, insanların ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetlerin karşılanmasında doğal kaynakların gereksiz ve aşırı tüketilmeden üretim işlevinin yerine getirildiği sürdürülebilir bir sistemi ifade etmektedir. Ekonomik boyut, çevresel ve sosyal boyutların yanında, çok daha uzun süre pazardaki kalıcılığı vurgulamaktadır (Onaran, 2014: 16). Sürdürülebilirliğin ekonomik boyutu dört ilke çerçevesinde toplanabilir (Baumgartner ve Quass, 2010: 2):

- Konunun odak noktası, insanlarla doğa arasındaki ilişki olmalıdır,
- Uzun vadeli ve özünde belirsiz olan bir geleceğe yönelik stratejiler geliştirmek,
- Şimdiki ve gelecek nesiller arasında olduğu kadar, insanlarla doğa arasındaki adaletin normatif temellerle oluşturulması,
- Doğal kaynakların ve hizmetlerin insan yapımı ikameleri ve tamamlayıcılarıyla karşılanmasında, ekonomik etkinliğe yönelik endişe duymamak.

Çevresel Boyut: Çevresel sürdürülebilirlik düşüncesinin arka planında daha çok 1960’lı yıllarda gündemde olan kalkınmacı ideolojinin yol açtığı sorunlar ile 1970’li yıllarda gelişmeye başlayan çevre hareketleri önemli rol oynamaktadır (Bozlağan, 2005: 1014). Çevresel boyut, çevreye zarar vermeden kendi kaynaklarını yönetebilen bir sisteme vurgu yapmaktadır. Eğer geniş bir tanımını yapacak olursak çevresel sürdürülebilirlik, insanların ihtiyaçlarını karşılamasını

sağlayan ekosistemin dengeli, dayanıklı, esnek ve bağlantılı olma ilkelerini göz önüne alarak ekosistemlerin kendini yenileme kapasitesine dikkat eden ve biyoçeşitliliği azaltmayan eylemlerdir (Morelli, 2011: 6).

Sosyal Boyut: Sürdürülebilirliğin sosyal yönü uzun yıllar ihmal edilmiş, 1980'lerin ikinci yarısına değin ekonomik ve çevresel boyutu daha çok ön planda olmuştur. Ancak son yıllarda sürdürülebilirliğin sosyal boyutu da önem kazanmaya başlamıştır (Şen vd., 2018: 37).

BM'nin 1987'de yayımladığı Ortak Geleceğimiz raporunda, kalkınma ile doğrudan ilgili olan yoksulluk sorununa da değinilmiştir. Bu bağlamda, yoksulluğun aslında mal ve hizmetler mevcut olmasına rağmen ihtiyaçların karşılanamaması durumu olduğu vurgulanmıştır (UN, 1987: 42). Ayrıca BM'ye göre yoksulluk ve eşitsizlik dünya üzerinde devam ettiği sürece gezegenimiz her zaman ekolojik ve diğer krizlere eğilimli olacaktır. Sürdürülebilir kalkınma, herkesin temel ihtiyaçlarını karşılamayı ve daha iyi bir yaşam için tüm fırsatları genişletmeyi gerektirir (UN, 1987: 2/4). Dolayısıyla üretken bir faaliyet hedeflenirken, ürün ve hizmetlerin eşit dağılımı da önemli hale gelmektedir.

Sosyal sürdürülebilirliğin birtakım değerleri vardır. Bunlar; temel hizmetlere erişimde eşitlik, nesiller arası eşitlik, farklı kültürler arasındaki ilişki, yerel düzeyde öne çıkan bir siyasal katılım, topluluğa sahip olma duygusu, topluluğun ihtiyaçlarını karşılayacak bir mekanizma ve politik savunuculuk için sosyal sürdürülebilirliğin kullanılmaması gerektiği şeklinde belirtilebilir (Morelli, 2011: 3).

Kültürel Boyut: “Günlük yaşamın hem zamanın akışı içerisinde sahip olduğu devamlılığı hem de zaman zaman uğradığı kesintiliği ifade eden uygulamaların, söylemin ve materyal ifadelerin önemine vurgu yapan sosyal bir alan olarak tanımlanan kültürel boyut; kültürel mirası ve yaratıcı-kültürel endüstrileri içinde barındırdığından sürdürülebilir kalkınmanın sürücü etmenlerinden biri varsayılmaktadır” (Evren, 2016: 11). Bu özelliği ile kültürel boyut kimlik, kültür, inanç, gelenekler vb. değerleri ön plana çıkarır.

Kültürel boyut, sürdürülebilirlik politikalarının her ülkede aynı düzey ve aynı verimlilikte uygulanamayacağını, toplumların kendi tarihi ve kültürel değerlerinin de bu süreçte önemli bir etken olduğunu vurgulamaktadır. Örneğin, herhangi bir İskandinav ülkesi ile ABD'nin herhangi bir eyaletini ele aldığımızda, bu ülkelerdeki insanların doğaya yükledikleri anlam, doğayla aralarındaki bağ ve tüketim alışkanlıkları birbirinden farklı olduğu için, söz konusu ülkelerin vatandaşlarının sürdürülebilirliği benimseme düzeyleri de farklı olacaktır.

Sürdürülebilirliğin boyutlarıyla ilgili genel olarak belirtilmesi gereken bir nokta, sürdürülebilirliğin çeşitli ekolojik yaklaşımlarda olduğu gibi çevresel boyutun daha ön planda tutulduğu bir anlayıştan uzaklaşarak çok boyutlu bir yapıya bürünmüş olduğudur. Örneğin doğa ve çevreye bütünsel yaklaşan Derin Ekoloji anlayışı, çevre hareketlerinin sanayi toplumuna karşı açtığı savaşta başarısız olduğunu bu nedenle çevreyi korumak için daha eleştirel ve toplumu dönüştürücü bir yol seçilmesi gerektiğini savunmaktadır ve “biyosferik eşitlik” ilkesi ile tüm varlıkları eşit görme eğilimindedir (Yaylı ve Çelik, 2011: 376). Bu yönüyle sürdürülebilirlik kimi zaman mevcut piyasa sistemine hizmet eden bir yaklaşım olarak değerlendirilebilir. Ancak belirtilmesi gereken nokta, sürdürülebilirliğin kapitalist sistemin kar amaçlı stratejilerinden biri olarak algılanmaması

gerektiği; bunun tersine sürdürülebilirlik politikalarının doğru anlaşıldığı ve uygulandığı takdirde kişi ve kurumları çevreci olmaya itecek bir güç olarak görülebilmesinin mümkün olduğudur.

1.2. Sürdürülebilirlik Bakış Açısıyla İşletme Yönetimi

İşletmeler, toplum dinamiklerini etkileyen ve onlardan etkilenen önemli birimlerdir. Sürdürülebilir gelişme sürecinde, sadece devlet düzeyinde yürütülen uygulamalar yeterli olmamakla beraber bugün geldiğimiz noktada işletmeler için sürdürülebilirlik havuzuna dahil olmak zorunlu bir hal almıştır. Bu noktada birçok işletme yöneticisi sürdürülebilirlik faaliyetlerinin, işletmenin eylemlerini devam ettirdiği süre boyunca çevreye karşı sorumlu uygulamaları ve süreçleri içermesi gerektiğini düşünmektedir. Günümüzde “sürdürülebilir” ya da “yeşil” uygulamalar işletme faaliyetlerinde bulunması gereken değerler olmuştur (Demirkol, 2020: 62). Dolayısıyla işletmeler sürdürülebilirliğin bütün boyutlarını bünyesinde barındırarak sürdürülebilir değerlere yönelmektedir. Kurumların sürdürülebilirlikle olan bağlantıları ise dört belirli teori etrafında gelişmiştir. Bunlar: “Kurumsal Sürdürülebilirlik”, “Kurumsal Sosyal Sorumluluk”, “Paydaş Teorisi”, ve “Kurumsal Hesap Verilebilirlik” şeklinde sıralanabilir.

1.2.1. Kurumsal Sürdürülebilirlik

Kurumsal sürdürülebilirlik, toplumsal ve ekonomik zorlukları, çevresel fırsatları ve tehditleri göz önüne alarak, işletmenin ekonomik gerçeklikte vasıflı bir şekilde konumlandırılmasıdır (Erten, 2018: 30). Bu anlamda kurumsal sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınma kavramının işletme düzeyine indirgenmesi şeklinde ifade edilebilir. Kurumsal sürdürülebilirlik kavramı, günümüz işletme yönetimlerinde karşılık bulmakta ve işletmelerin bir kısmı bunu yasal zorunluluktan uygularken bir kısmı maddi nedenlerden dolayı gerekli görmekte ve bir kısmı da yeni kaynaklar oluşturmak amacıyla yapmaktadır (Caymaz vd., 2014: 2). Bugün birçok işletmenin uzun vadede hayatta kalabilmek için kurumsal olarak sürdürülebilir projelere yer verdiği görülmektedir. Bu çerçevede kurumsal sürdürülebilirlik bağlamında uygulanan çevresel bütünleşme faaliyetleri işletmelerde verimliliği arttırmakta, işletmelerin performanslarını yükseltmekte, değişim ve yeniliklere uyumu kolaylaştırmaktadır (Çavuş ve Tancı, 2013: 81).

1.2.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk

“Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS), Avrupa Komisyonu’na göre, şirketlerin gönüllü olarak toplumsal ve çevresel konuları, operasyonlarına ve paydaşları ile olan ilişkilerine entegre ettiği bir kavramken, dünya Sürdürülebilir Kalkınma İş Konseyi’ne göre iş dünyası tarafından çalışanların, onların ailelerinin, halkın ve tüm toplumun hayat standardını yükseltip ekonomik kalkınmaya katkı sağlamaya yönelik verilmiş bir söz olarak tanımlanmaktadır” (Şirketler İçin Sürdürülebilirlik Rehberi, 2014: 11). Bu noktada işletmenin topluma karşı olan sorumluluğu ortaya çıkmaktadır.

Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının, işletmelere önemli kazanımlar sağladığı söylenebilir. Bu kavram, ister gönüllü olarak yapılsın isterse zorunluluktan olsun her durumda kurumun sürdürülebilirlik hedeflerine ve itibarına fayda sağlayan bir durum haline gelmiştir. Sosyal sorumluluk anlayışı sadece yeşil içerikli olmak zorunda değildir; herhangi toplumsal bir alanla da ilişkilendirilebilir. Örneğin, Doğan Gazetecilik, eğitime yönelik yürüttüğü “Baba Beni Okula Gönder” adlı proje ile, 2017 yılının “*İş Dünyası Gözünde En Başarılı 10 KSS Projesi*” kategorisinde ilk sıraya yerleşmeyi başarmıştır (Capital, 2017: 71).

İşletmeler, marka değerleri ve kurumsal itibarlarını koruyabilmek için çevre konusundaki duyarlılıklarını başta STK’lar olmak üzere diğer paydaşların ve toplumun bilmesini önemserler. Bu nedenle işletmelerin sürdürülebilirlik raporları, çevreden gelen taleplere karşı verilen en önemli cevap haline gelmiştir (Şirketler İçin Sürdürülebilirlik Rehberi, 2014: 19-33). Sürdürülebilirlik faaliyetlerinin gelişip ulaştığı noktada işletme ve STK’lar arasında çeşitli işbirlikleri görülmeye başlamıştır. Örneğin, Türkiye’den bir örnekle, 2018 yılında İKEA Türkiye ve TEMA’nın yapmış olduğu “*Evimiz Dünya*” projesi ile İKEA poşetlerinin geliri TEMA Vakfı ve MEB işbirliği ile çocuklara doğa eğitimi olarak geri dönmüştür (TEMA).

1.2.3. Paydaş Teorisi

Kurumsal yönetimin, sürdürülebilirlik ile ilgili önemli bağlantı noktalarından biri de Paydaş Teorisidir. Günümüzde işletmeler, toplumu oluşturan birçok farklı grupla ilişki içindedir ve bu ilişkilerin derecesi, şirket başarısı için oldukça önemli bir etkidir. Bu noktada paydaş teorisi, bir kurumun yalnızca kendi içerisindeki hissedarlarına karşı değil, müşterilerine, çalışanlarına, devlete, doğaya, çevreye, sosyal gruplara ve diğer bütün paydaşlara karşı olan sorumluluğunu ifade etmektedir. “Paydaşlarının beklentilerini değerlendirmeden geleceğe yatırım yapan, çevresel, sosyal ve kurumsal yönetime ilişkin riskleri göz ardı ederek, yalnızca ekonomik sürdürülebilirliğe odaklanan işletmelerin günümüz şartlarında rekabet gücünü koruması veya artırması mümkün değildir” (Şirketler İçin Sürdürülebilirlik Rehberi, 2014: 15).

1.2.4. Kurumsal Hesap Verilebilirlik

Hesap verilebilirlik, OECD tarafından (1999: 25) “kurumsal yönetiminin öncülüğüyle, şirketin stratejik haritasını, yönetim kurulu tarafından yönetimin doğru zamanda etkin denetimini, yönetim kurulunun işletmeye, hissedarlara ve diğer paydaşlara karşı hesap verebilme zorunluluğunu teminat altına alma” şeklinde tanımlanmıştır. Bu noktada hesap verilebilirliğin yanında şeffaflık, işletmelerin uyması gereken ayrı bir ilkedir. Bu kapsamda, gerçekleştirilen eylemlerin nedenlerini açık bir şekilde kamuoyuyla paylaşma yaklaşımının benimsenmesidir (Argüden, 2007: 29). Hesap verilebilirlik, bir işletmenin uzun ya da kısa vadeli planlarında, hem içsel hem de dışsal çevrede alınan kararlarının doğruluğunu paydaşlarına kanıtlayabilme zorunluluğudur.

2. YEŞİL ÖRGÜT KÜLTÜRÜ

Yeşil örgüt kültürü, literatürde yeni bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır ve konuyla ilgili çalışmalar henüz sınırlıdır. Dolayısıyla bu konuyla ilgili çıkarılabilecek yargılar da kısıtlıdır ve ilerleyen yıllarda gelişme potansiyeli içerisinde olduğu tahmin edilmektedir. Yeşil içerikli konular gitgide artmakta ve daha çok alanda karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde işletmelerde çevresel konular iş yürütme süreçlerine daha çok dahil edilmekte, bu konular sadece iş, eylem, faaliyet olarak görülmenin ötesinde bir örgütün amacı, şirket politikası haline gelmektedir. Bu kapsamda, uygulamalarının bütün boyutlarında yeşil olmaya çalışan ve çevreci değerlerle adeta bütünleşmiş olarak gözüken işletmeler bizi yeşil örgüt kavramına götürmektedir.

2.1. Yeşil İşletmecilik

Günümüzde gittikçe artan çevreci anlayış ve bunun bir yansıması olarak, toplumun farklı alanlarında karşımıza çıkan “yeşil” sözcüğü ekolojik bir bakış açısı, sürdürülebilir yaşam tarzı,

değişen bir dünya anlayışı ve yenilikçi çevre koruma düşüncelerini içermektedir. Bu çerçevede yeşil sözcüğü çoğu zaman sürdürülebilirlikle eş anlamlı olarak kullanılmaktadır. Ancak “yeşil anlayış” örgüt kültürü ve işletmeler bağlamında ele alındığında daha farklı ve karmaşık bir konu haline gelmektedir.

Yeşil işletmecilik, çevresel sürdürülebilirlik bağlamında ele alınan bir yaklaşım olarak, işletmelerin faaliyetlerini gerçekleştirirken çevreye verilen zararın en düşük düzeyde tutulmaya çalışıldığı; işletmelerin üretim, insan kaynakları, pazarlama, finansman ve Ar-Ge etkinliklerini, ekosistemi korumaya çalışarak yerine getirdiği modern bir anlayıştır (Şenocak ve Mohan Bursalı, 2018: 162). Nemli (2001: 212-213)’ye göre, yeşil işletmecilik; karar alma süreçlerinde doğal çevreyi önemli bir unsur olarak benimseyen, faaliyetlerinde ekolojik zararı en aza indirmeyi veya tamamen ortadan kaldırmayı hedefleyen, bu bağlamda ürünlerin tasarımını, paketlenmesini, üretim süreçlerini değiştiren, ekolojik çevrenin korunması ve devamlılığı felsefesini işletme kültürüne yerleştirmek için çabalayan sosyal sorumluluklarına sadık işletmeler için kullanılan yaklaşımdır.

İş dünyası ve doğal çevre arasındaki ilişkilerin tarihsel gelişimi, Kurt Fischer ve Johan Schot’un *Environmental Strategies for Industry* (Endüstri İçin Çevreci Stratejiler) adlı kitapta ortaya koydukları şekliyle, 1970’li yıllardan sonra iki evrede gerçekleşmiştir. Bu kapsamda 1970-1985 arası birinci evre “direnenek benimseme” evresi olarak görülürken, 1980’li yılların ortalarından sonlarına kadar olan evre ise “çevresel meseleleri çekingenlik göstermeden benimseme” şeklinde adlandırılmıştır (Walley ve Whitehead, 2001: 100-101). Nemli (2001: 212)’ye göre ise, işletme yöneticileri 2000 ve öncesi yıllarda, ekolojik değerlere karşı çok fazla duyarlılığa sahip değildi. Ancak 2000’li yılların başlangıcından itibaren bu anlayış değişim göstermiş ve işletmeler çevreye karşı duyarlılık geliştirmeye başlamışlardır. Bu kapsamda atıkların geri dönüşümü veya üretim sürecinde çevre dostu teknolojiler kullanımı gibi konular önemli hale gelmiştir. Ayrıca işletmeler bunları sadece zorunluluktan dolayı değil, felsefi olarak benimsemeye başlamışlardır.

İşletmeleri sürdürülebilir olmaya iten dört temel güç vardır. Bunlar yasal gereklilik, kamuoyu güveni, müşteri talebi ve yatırımcı talebi şeklinde belirtilebilir (Menlik, 2013: 11). Ay ve Ecevit (2005: 239)’e göre ise, işletmeleri yeşil olmaya iten başlıca sebepler şunlardır:

- Çevreyle ilgili etkinlikleri rakip firmalar üzerinde bir baskı aracı olarak kullanmak,
- Yeşil pazarlamayı işletme amacına ulaşmada bir fırsat olarak görmek,
- Ortaya çıkan atıkların azaltılması ve geri-dönüşümünde taraflar arası işbirliğinin kolaylaşması,
- Kaynakların verimli kullanımı ve geri kazanım etkinlikleri gibi maliyet azaltıcı çalışmaların önemini fark edilmesi,
- Çevresel konulara hassasiyet göstererek moral seviyelerinin artırılacağını düşünmek,
- Çeşitli merkezi ve yerel yönetimlerle birlikte, kurumların çevre konusundaki kural ve uygulamalara uyma zorunluluklarının olması.

2002 yılında düzenlenen Johannesburg Konferansında, sürdürülebilirlik sürecinde şirketlerin rolüyle ilgili hem küçük hem de büyük şirketleri kapsamak üzere, özel sektörün adil ve sürdürülebilir topluluklar ve toplumların gelişimine katkıda bulunma yükümlülüğü ve kurumsal

hesap verilebilirliğin şeffaflığı konularına vurgu yapılmıştır (UN, 2002: 199/20, 27-29). Bu açıklamanın, işletmelerin sürdürülebilirliğe karşı ilgi duymasında etkili olduğu söylenebilir.

Çevre ile ilgili programlarını sistemli hale getirmek isteyen işletmeler, çevre yönetim sistemleri oluşturmakta ve uygulamaları raporlama yoluna gitmektedirler. Bu kapsamda çevresel performansı yükseltmek, küresel rekabette avantaj sağlamak, kirliliği, kaynağından başlayarak kontrol altına almak ve azaltmak, küresel pazarda onaylanabilirliği sağlamak gibi amaçları olan TS EN ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi Standardı, işletmeler açısından uluslararası anlamda bağlayıcı bir belge haline gelmektedir (TSE, 2004).

2.1.1. Yeşil İşletmelerin Genel Fonksiyonları

Her işletmenin sahip olduğu birtakım işletme fonksiyonları vardır. Yeşil işletmelerde, bu fonksiyonlar çevreci değerlerle uyumlu hale getirilmeye çalışılmaktadır. Bu kapsamda yeşil işletmelerin bazı fonksiyonları şu şekilde belirtilebilir:

Yeşil Üretim: Yeşil üretim kavramı, atık ve kirliliğin engellenmesini veya azaltılmasını, geri dönüşümü ve yeşil ürün tasarımını içeren faaliyetlere gönderme yapmaktadır. Bu anlamda yeşil ürün, tasarımı ve kullanımıyla çevreye olan etkileri minimum düzeyde tutulmaya çalışılan üründür (Yavuz, 2010: 77). Sürdürülebilir bir dünya oluşturmak ve yeşil işletme olabilmek için, bugün dünya genelinde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde kullanılan 3R yaklaşımının etkili bir model olarak kullanıldığı söylenebilir. Bu yaklaşım, “Azaltmak” (Reducing), “Geri Dönüşüm” (Recycling) ve “Yeniden Kullanma” (Reusing) ilkelerine dayanmaktadır. Bu anlayış ile kaynakların bir hayat döngüsünün olduğu kabul edilmekte ve bilinçli tüketim anlayışının her yaş grubundaki tüketicilere benimsetilmesi hedeflenmektedir. (Özkaya, 2010: 250).

Yeşil Yönetim: Yeni bir terim olarak, çevre dostu ürünler üretmek ve yeşil üretim, yeşil araştırma ve geliştirme, yeşil pazarlama yoluyla çevresel etkileri minimize etmek için yapılan uygulamalar şeklinde tanımlanmaktadır. Bu kapsamda yeşil yönetim, işlenmemiş girdilerin ve yenilenemez enerji biçimlerinin kullanımını en aza indirmek, enerji ve malzeme kullanımının azaltılması, geri dönüştürülmüş veya dönüştürülebilir malzemeden daha fazla yararlanılması ve yenileme ile tüketimin telafi edilmesi gibi uygulamaları amaçlamaktadır (Hancıoğlu, 2018: 47-49).

Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimi: Yeşil işletme olmayı hedefleyen bir örgütün geliştirme, uygulama ve devam eden onarımlarla ilgili bütün faaliyetlerini, -çalışanlarını yeşil yapma kapsamında- yürüttüğü insan kaynakları yönetimi anlayışıdır. Bu çerçevede yeşil İKY, çevresel hedeflere ulaşmak ve sürdürülebilirliğe önemli katkılar sağlamak için normal çalışanların yeşil çalışanlara dönüştürülmesi sürecini içermektedir (Opatha ve Arulrajah, 2014: 104). İşletmeler sürdürülebilirliklerini sağlamak için yeşil politika uygulamalarını İKY kapsamında gerçekleştirdikleri faaliyetlerde uygulamalı ve stratejik insan kaynakları kararları ile işletme politikalarında sürdürülebilirliği ön plana almalıdırlar (Demir Uslu ve Kedikli, 2017: 77).

Yeşil Finansman: Doğa dostu ya da doğaya daha az zarar veren ürünlerin kullanılması için finans kuruluşlarınca sağlanan uygun fırsatlarla ürün ve hizmetlerin finanse edilmesidir (Baytören, 2018: 100).

Yeşil İnovasyon: İşletmelerin üretim sırasında ve bu üretimin nihayetinde oluşan çıktının tüketimi sonucunda çevreye verilen zararın minimum düzeye indirilmesi veya tamamen ortadan kaldırılmasına yönelik yenilikçi yaklaşımlarını içermektedir. Ayrıca çevreci inovasyon çalışanlar tarafından işletmenin çevreci performansını geliştirmekte ve rekabet üstünlüğü sağlamaktadır (Turan, 2017b: 140-141).

Yeşil Pazarlama: Bir ürünün pazarlanma sürecinde, toplumun talep ve ihtiyaçlarını karşılamak üzere, talep edilen değişimlerin yapılması sürecinde doğal çevreye en az zararın verilerek gerçekleştirilen faaliyetleri kapsamaktadır. Yeşil pazarlama yaklaşımı, bu anlamda çevre koruma ilkelerine uygun ve çevresel bir sorumluluk taşıyan ürün ve hizmet üretimine odaklanmıştır (Erbaşlar, 2012: 96).

2.2. Yeşil Örgüt Kültürünün Tanımı ve Kapsamı

Günümüzde, yeşil kültürünün iş dünyasına yansımalarıyla, çevresel konular örgüt kültürü bağlamında ele alınabilecek bir konu haline gelmiştir. Bu kapsamda yeşil örgüt kültürü, yeşil kültürü ve örgüt kültürü olmak üzere iki boyutlu bir kavramdır.

Yeşil rengi; refah, gelecek kuşak, barış ve çevre koruma anlamlarını bünyesinde barındırarak, ekosistemin korunmasını hedefleyen çevreci organizasyonlar tarafından kullanılan temsili bir renk olmuştur. Yeşil kültürü, yeşil değerler diyebileceğimiz yeşil bilgi, yeşil alışkanlıklar ve zamanın ruhunu yansıtan yeşil şeylerin oluşturduğu çeşitli unsurların geneli için kullanılan bir kavramdır. Yeşil değerlerin rehberliğinde konular gözlemlenir ve anlaşılır, nesnelere analiz edilir ve kavranır, problemler çözülür ve stratejiler biçimlendirilir (Li vd., 2011: 196-197). Bu kapsamda yeşil kültürü, örgütsel operasyonlara ekonomik bir alternatif olarak, çevre yönetiminde çevresel fayda amaçlayan işletmeler için yeni bir yaklaşımdır (Machado ve Avila, 2019: 4). Doğayla ilişkili faaliyetlerin, aynı zamanda sürdürülebilir bir çevreyi daimi kılmasını amaçlamayan yeşil yaklaşımı, insanların çevreyle ilgili edinmiş oldukları bilincin kurumlarca karşılık bulmasını ifade etmektedir (Aydın ve Tufan, 2018: 402).

Örgüt, “ortak amaçlar doğrultusunda bireylerin çabalarının eşgüdümlendiği bir yönetim fonksiyonu; hedef, insan, teknoloji boyutlarının karşılıklı ilişkisiyle bağlantılı bir sistem; kişiliğini belirleyen ve kendine özgü bir kültürü olan; işleri, pozisyonları, çalışanları ve aralarındaki görev ve iletişim ilişkilerini gösteren bir yapıdır” (Güçlü, 2003: 147). Örgüt kültürü ise, grubun yeni katılan üyelerine his, düşünce ve algıların doğru bir şekilde öğretildiği bir harmonidir; örgütün dış çevreye uyum ve iç bütünleşme sürecinde oluşturduğu ve zaman içerisinde geliştirerek, yeni üyelerine aktardığı temel değerleri içermektedir (Turan, 2017a: 110). Örgüt kültürü, örgüt üyelerinin davranışlarını şekillendiren, örgütte zaman içerisinde oluşmuş ve örgüt üyeleri tarafından genel kabul görmüş bir takım baskın değer ve inançları oluşturmaktadır.

Bu bilgiler ışığında yeşil örgüt kültürü, örgüt üyelerinin doğal çevreye karşı benimsemiş oldukları değerleri, inançları ve davranışları olarak tanımlanabilir (Hadjri vd., 2019: 139). Yeşil işletme olabilmek sadece işletme fonksiyonları bağlamında değil, bir iş yapış şekli olarak örgütsel boyutta da ele alınması gereken bir süreçtir. Sürdürülebilirlik perspektifinde işletme davranışlarının geliştirilmesi için örgüt kültürü ve ikliminin, sergilenen liderlik tarzının, etik kodların varlığının, örgüt yapısının, insan kaynakları yönetimi uygulamalarının ve denetim sistemlerinin planlanması olumlu çıktılar açısından bir gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır (Afacan Fındıklı, 2017: 379).

Bu kapsamda sıradan işletme fonksiyonlarının yanı sıra yeşil örgüt kültürünün de kurumsal kimliğe kazandırılmasının fayda getireceği söylenebilir.

Yeşil örgüt kültürünün oluşumuna katkı sağlayan çeşitli faktörler vardır. Bunlar genel olarak yönetim, örgüt desteği ve insan kaynakları uygulamaları şeklinde belirtilebilir. Bu bağlamda yeşil örgüt kültürünün işletmelerde yaygınlaştırılmasında çalışanların çevre konusundaki kararlara katılımı, motivasyon sağlama, ödüllendirme, eğitim ve geliştirme, iletişimi artırma gibi uygulamalar ön plana çıkmaktadır (Turan, 2017a: 122). Ayrıca işletmeler uzun süreli bir bakış açısına sahip olmak ve varlıklarını sürdürülebilirlik amacıyla çeşitli stratejiler geliştirmektedirler. Bu bağlamda yeşil örgüt kültürü ve çevresel performansları ile birlikte rekabet avantajlarını artırmaları işletmeler açısından kayda değer bir stratejidir (Tepe Küçüköglü, 2014: 66). Tahir vd. (2019: 36)'ne göre ise yeşil örgüt kültürü, çevre değerlerinin örgütsel kültüre dahil edilmesiyle elde edilebilen sürdürülebilir kalkınmanın bir yoludur. Bu kapsamda açık ve net çevresel değerler benimseyip, bunu örgüt kültürüne kazandırmak gerekmektedir.

Sürdürülebilirliğin önemini fark eden işletmeler, sürdürülebilirlik ve kurumsal sosyal sorumluluğu işletmenin örgütsel amaçlarını yeniden tanımlamak suretiyle stratejik seviyede ele almakta ve bu iki kavramı örgüt amaçlarına yerleştirmektedirler. Örgütsel amaçlar ise işletmelerin iş yapacakları alanları ve seçtikleri alanda nasıl rekabet etmeleri gerektiğini kendilerine anlattıkları ifadelerdir (Dönmez Polat, 2017: 45-46). Bu kapsamda, yeşil örgütün oluşum sürecinde yeşil amaçlar belirlemek ve bunları doğru bir vizyonla sunmak önemlidir. İşletmelerin yazılı halde bulunan çevre politikalarının, işletme bünyesinde etkin olarak hissedilip, uygulanması ve yazılı bildirimlerin fiili süreç ile birbirini tamamlaması gerekmektedir. Bazı işletmeler sadece biçimsel olarak bu değişimi gösterirken, bazı işletmeler değişimi sadece yazılı biçimle sınırlı bırakmayıp örgüt kültürüne de yansıtmakta ve bu sayede örgüt içerisinde benimsenen ve mevcut kültürle bütünleşen bir hale getirmektedirler (Tepe Küçüköglü; 2014: 65-66).

Yeşil örgüt anlayışında doğal çevre sadece fiziksel ve biyolojik elementlerin bir toplamı değil, aynı zamanda insanların ve örgütlerin ayrılmaz bir parçası olarak bağımlılık temelli bir bütün olarak görülmektedir. Ticari kuruluşların çevreyle ilgili bütün etkileşimleri aynı zamanda kuruluşun uzun vadedeki sürdürülebilirliğini etkilemektedir. Bu bağlamda yeşil bir örgüt; ekolojik, sosyal ve ekonomik bütünlüğü sağlamış olmalıdır. Örgütsel bütünlük ise, sürdürülebilirlik ilkelerinin kurumun tüm yönlerine ne ölçüde nüfuz ettiğine bağlıdır. Bu anlamda yeşil bir örgütte, içindeki kişilerin yanı sıra tedarikçiler ve müşteriler rasyonel ekonomik seçimler (seçme özgürlüğü) yapmada özgür olmalıdır (Mirchandani ve Ikerd, 2008: 48). Yani örgütün bütün paydaşları yeşil içerikleri benimseme noktasında zorunluluktan ziyade bu konuda özgürce ve gönüllü bir şekilde seçim yapabilmelidir.

Yeşil örgüt kültürü konusundaki çalışmalarıyla dikkat çeken bir isim olan Chen, kavramı bir adım ileriye götürerek konuyu “yeşil örgüt kimliği” çerçevesine oturtmaktadır. Chen (2011: 386), yeşil liderliğin, örgütün çevresel konular üzerindeki yorumlarını etkilediğini ve örgütsel kimliğin bir sembolü olarak düşünülebileceğini vurgulayarak, yeşil liderlik ve yeşil örgüt kültürü kavramlarının bir araya geldiğinde “yeşil örgüt kimliğini” oluşturduğunu ve bu sayede, yeşil inovasyon ve rekabet konuları üzerinde önemli ölçüde yeşil rekabet avantajı sağlanacağını belirtmektedir. Benzer şekilde Tepe Küçüköglü (2018: 80)'nun da belirttiği üzere sürdürülebilirlik faktörleri, hem yeşil örgüt

kültürü hem de yeşil inovasyon performansı ile bağlantılı haldedir. Yönetim açısından işletmelerin bu üç unsuru birlikte dikkate alması gerekmektedir.

İşletmeler yeşil inovasyon yoluyla sadece kaynağın verimliliğini artırmakla kalmamakta, aynı zamanda daha yüksek kar elde etmelerine ve kurumsal itibarlarını artırmalarına olanak sağlayan yeşil ürünler tasarlamakta ve geliştirmektedir. Yeşil ürün inovasyonu ve yeşil süreç yeniliklerine yatırım yapan işletmeler, çevreci protestolar ile karşılaşma olasılıklarını engellerken aynı zamanda yeni pazar fırsatları ve rekabet avantajı geliştirirler (Chen, vd., 2006: 337-338). Ayrıca Paraschiv vd. (2012: 405)'nin yaptığı araştırmaya göre de örgütler çeşitli eko-inovasyon faaliyetleri gerçekleştirerek sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşabilmektedir. Bunlar ekonomik, teknolojik veya teknolojik olmayan yenilikler ya da ürün, süreç veya örgüt yapılarındaki yenilikler olabilir. Bu çerçevede eko-teknolojik yenilikler sadece onları uygulayan örgüte fayda sağlamakla kalmamakta, genel ulusal ekonomide yeni iş alanları oluşturmaya da yardımcı olmaktadır.

Belirtilen bu konular çerçevesinde, yeşil inovasyonun bütünsel ve küresel ölçekli bir yapıya sahip olduğu ve yeşil örgüt kültürünün, işletmelerin temel araçlarından biri olan inovasyon fonksiyonu ile doğrudan bağlantılı bir halde olduğu söylenebilir. Yeşil örgüt kültürü, yeni ve güncel bir kavram olarak işletmelerin uzun vadeli amaçları için bir değişim sürecini içermektedir. İnovasyon faaliyetleri de işletmelerin ayakta kalabilmesi ve devamlılıkları adına geliştirmeleri gereken bir zorunluluktur. Bu iki kavram arasındaki uyumun sağlanması örgütlerin sürdürülebilirlikleri adına önemlidir. Dolayısıyla yeşil inovasyon yeşil örgüt kültürünün ayrılmaz bir parçası haline getirilmelidir.

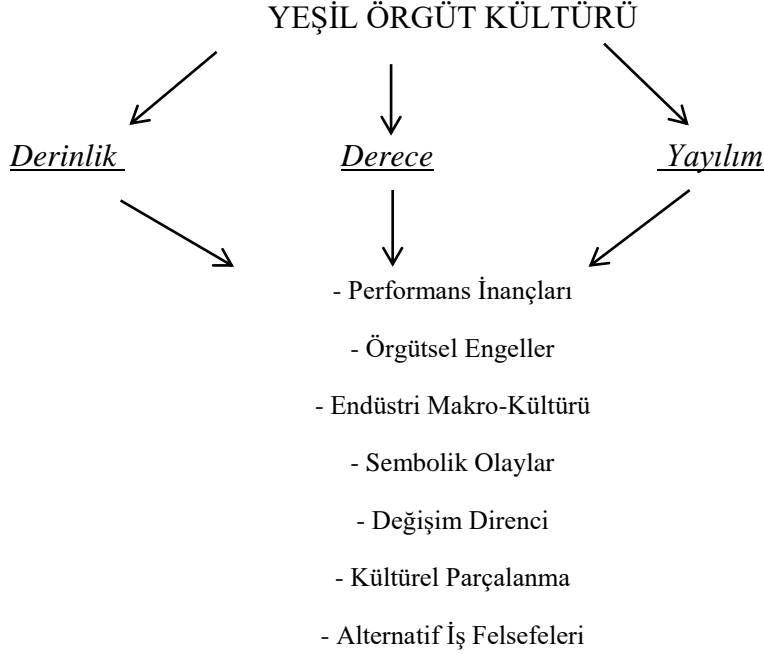
Harris ve Crane (2002: 228), çevresel kaygılara verilen tepkiler doğrultusunda, yeşil örgüt kültürleri arasında çeşitli kültürel farklılıklar olabileceğini belirtmektedir. Linnenluecke ve Griffiths (2010: 363) ise, yaptıkları çalışmada işletmelerin kültür değişimi yoluyla daha sürdürülebilir olup olamayacaklarını araştırmışlardır. Bu bağlamda sürdürülebilirlikle ilgili kültür değişimi için kültürel katılık ve örgütsel alt-kültürlerin varlığı gibi birtakım engeller belirlemişlerdir. Ancak yine de işletmelerin çevresel raporlarının yayınlanması, çalışanlara yönelik performans değerlendirmesi, çevresel önlemlerin entegrasyonu, çalışanların eğitimi, çalışanların değer ve inançlarındaki değişiklikler ile değişime elverişli bir ortamın sağlanması gibi uygulamalarla kurumsal sürdürülebilirlik amaçlarına ulaşması mümkündür.

Mirchandani ve Ikerd (2008: 47)'e göre ise, gelecekteki yeşil örgütler, doğal ekosistemlerin üretkenliğini ve sağlığını iyileştirmek için işbirlikçi bir yapıda çalışacak ve bireylerin temel ekonomik ihtiyaçlarını karşılarken aileler, topluluklar ve toplum içindeki kişisel ilişkilerin kalitesini artıracaktır. Ekolojik bütünlük, yalnızca insan sürdürülebilirliği için değil, aynı zamanda aydınlanmış ve kendisinin farkında olan bireylerin arzu edilen bir yaşam kalitesi düzeyi için de gereklidir.

2.2.1. Yeşil Örgüt Kültürünün Boyutları

Harris ve Crane (2002: 222), yaptıkları çalışmada yeşil örgüt kültürünün derinlik, derece ve yayılım olmak üzere üç boyutunun bulunduğunu belirtmişlerdir. *Derinlik*, örgüt içerisindeki kişi ve grupların, çevreciliğe verdiği değer sonucu, örgütte çevre koruma konusunda oluşan yoğunluğu ifade etmektedir. *Derece*, yeşil değerlerin ve yeşil duyarlılıkların örgütsel oluşumlarda (ürün, hizmet) ne şekilde ortaya çıktığını göstermekte, *yayılım* ise yöneticilerin örgüt içinde uyguladıkları

davranışlarının ne kadar inandırıcı olduğuna ve çalışanların sergilemiş olduğu çevreci davranışlara yönelik inanca vurgu yapmaktadır. Yeşil örgüt kültürünün derinliği, derecesi ve yayılmasıyla bağlantılı olarak ise yedi ana faktör ortaya çıkmıştır:



Şekil 1: Yeşil Örgüt Kültürü Boyutları (Harris ve Crane, 2002: 222)

Bu yedi ana faktör yeşil örgütsel değişim sürecinde, örgüt kültürü üzerinde etkili olmakta ve değişimin süresini, gücünü ve kapsamını etkilemektedir. Dolayısıyla yeşil örgüt kültürünün boyutları, geniş ve karmaşık bir konu haline gelmektedir.

Gürlek ve Tuna (2018: 469)'nın, yeşil inovasyon ve rekabet avantajı konuları üzerine yaptıkları araştırma sonuçlarına göre, yeşil örgüt kültürü yeşil yeniliklerin bir sonucu olarak, yeşil inovasyon ve rekabet avantajı konuları üzerinde öncü kabul edilmektedir. Bu değişkenler, yeşil örgüt kültürünün diğer boyutları olarak ele alınabilir. Yeşil inovasyon uygulamaları, yeşil örgüt kültürü ile rekabet avantajı arasında köprü görevi görmektedir.

2.2.2. Yeşil Örgüt Kültürünün Oluşumunda Karşılaşılan Engeller

Yeşil örgüt kültürünün oluşumu etkileyen birtakım faktörler vardır ve bunlar çeşitli düzeylerde ortaya çıkabilir. Bu kapsamda yöneticilerin değişime karşı önceden var olan direnci, alternatif iş felsefeleri ya da hakim iş kültürleri, örgütsel düzeyde yeşillendirme derinliği ve derecesini olumsuz etkileyebilmektedir (Harris ve Crane, 2002: 229). Ayrıca çalışanların sürdürülebilirliği benimsemesi de farklı düzeyde gerçekleşebilmekte ve yeşil örgüt kültürünün oluşumu üzerinde etkili olabilmektedir. Bu noktada farklı kültürel özelliklere sahip çalışanlar işletme içi sürdürülebilirlik arayışlarında personel gelişimi, kaynak verimliliği, çevre koruma veya paydaş katılımı konularında farklı yönere odaklanabilmektedir (Linnenluecke ve Griffiths, 2010: 364). Dolayısıyla kurumsal sürdürülebilirliğe karşı, işletme içinde farklı kültürlere bağlı olarak değişik tutumlar sergilenebileceği söylenebilir.

Örgütün içinde yer aldığı makro-kültür, bireylerin yeşil kültür değişimini etkileme potansiyeli üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Endüstriyel kurumsal paradigmlar, değişime son derece dirençli, yaygın olarak kabul gören inançları, düşünme ve davranış biçimlerini yansıtmaktadır. Bu nedenle birçok yönetici değişim olasılıklarını faaliyet gösterdikleri sistemin temelinde yatan değerlerle kısıtlanmış olarak görmektedir. Ancak danışmanlar, baskı grupları ve düzenleyiciler gibi paydaşların eylemleri, yöneticilerin performans inançlarını şekillendirmede ve endüstri makro-kültürlerini bilgilendirmede önemli rol oynamaktadır (Harris ve Crane, 2002: 230).

Paraschiv vd. (2012: 415)'ne göre, örgütsel sürdürülebilirliğin uygulanmasını etkileyen temel faktörler eko-inovasyon, sorumlu liderlik ve yeşil örgütsel değişimdir. Eko-inovasyon özellikler sürdürülebilirliğin çevresel bileşeni ile ilgili olanlar olmak üzere, kuruluşların küresel sürdürülebilirlik hedeflerine ve amaçlarına ulaşmasında önemli bir rol oynamaktadır.

Plank (2011: 53)'a göre ise, kontrol ve bilgi eksikliği, çevresel konulara karşı ilgi yetersizliği, atık azaltma ve enerji verimliliği konularında kaynakların kısıtlı olması, verime yönelik geri bildirim olmayışı, çevreci seçeneklerin daha maliyetli olduğunun düşünülmesi, mevcut iş yapma potansiyelinin azalacağı endişesi, yeşil davranışlar sergilemenin gereksiz olduğu ve yeşil değerlerin öncelik yapılamayacağı düşünceleri bu kapsamda değerlendirilebilecek engeller olarak belirtilebilir.

Bu ve benzeri engeller tek başlarına ele alındığında etkisiz gibi görülebilir ancak yeşil örgüt kültürünün oluşum sürecinde bütünsel olarak ele alındığında, yavaş yavaş aşılacak engellerdir ve kültürel değişim için gerekli dinamikleri oluşturmaktadırlar.

2.2.3. Sürdürülebilirlik Kültürünün Oluşumunda Yeşil Örgüt Kültürünün Etkileri

Sürdürülebilirlik, sadece kaynakların aşırı tüketimi ve devamlılığına odaklı bir kavram değildir, aynı zamanda ekonomik, sosyal ve çevresel bütünlük gerektiren bir değişim sürecidir. Gerek kamu düzeyinde gerekse özel sektör düzeyinde çevreciliğe yönelik atılan her adım önemli ve gereklidir. Bu kapsamda yeşil örgütler sürdürülebilirlik kültür oluşturmada faydası olabilecek öznelerdir ve bu durumu da çeşitli çevresel değerlerle -çevreci kimlik ve çevreci davranış, ekolojik pazar, tüketici bilinci- pekiştirmek mümkündür.

Werff vd. (2013: 62)'nin, çevreci kimliği inceledikleri çalışmada, çevreci kimlik ve biyosferik değerlerin çeşitli çevresel tercihlerle; doğrudan ve dolaylı enerji kullanımını yansıtan davranışlar, niyetler, ürün seçimleri, enerji tasarrufu, verimlilik davranışları ve yeşil enerji ödemelerinde isteklilik ile bağlantılı olduğu vurgulanmıştır. Bu çerçevede yeşil kimliğin kişilerin satın alma davranışlarını etkilediği ve onları çevresel değeri yüksek ürünlere yönelttiği söylenebilir. "Google" şirketinin çevreci uygulamaları bu konuya örnek verilebilecek niteliktedir. Google, sürdürülebilirlik yatırımlarını iki temel alana yaymıştır; insanların esenliği ve enerji verimliliği. Bu kapsamda çalışanlarına ücretsiz organik gıda sunmakta, enerji tasarruflu araç kullanımını desteklemekte ve çalışanlarının sürdürülebilir ürünler, yaşam tarzları ve çalışma biçimleri ile ilgili bilgi alabileceği Google Çevre Fuarı'nı düzenlemektedir (Fisk, 2010: 44).

Yeşil Örgütsel Davranış, işletmelerin bünyesinde, yönetim ve çalışanlar bakımından çevreyi korumaya fayda sağlayabilecek davranışlar şeklinde tanımlanabilir (Erbaşı, 2019: 4). Yeşil davranış, bireysel düzeyde ele alındığında kişilerin sürdürülebilirliğe olan katkıları olarak

değerlendirilebilirken, örgütsel düzeyde ele alındığında örgüt üyelerinin sürdürülebilirliğe olan katkıları şeklinde karşımıza çıkmaktadır.

Ekolojik Pazar ortamı da sürdürülebilirliğe katkı yapmaktadır. Pazar arayışları bağlamında ele alındığında, günümüzde arz-talep dengesi, satış yönelimlilik, kişisel satış ve promosyon gibi olgular göz önünde olmakla birlikte, meselenin özünün kitlelerin satın alma potansiyellerinin olmadığı anlaşılmıştır. Esas mesele, kitlelerin farklı bireylerin toplamından oluşan bir bütün olması ve bireylerin satın alma davranışlarının göreceli olmasıdır. Tüketici bilincinin yüksek olması, rekabetin şiddetlenmesine ve işletmelerin avantaj elde edebilmek için günün gerçeklerine uygun stratejiler geliştirmesine yol açmıştır (Demirel, 2018: 175-176).

Günümüzde işletmeler pazarlama stratejilerini belirlerken sürdürülebilir pazarlama faaliyetleri üzerinde etkili olan sosyal ve kültürel eğilimleri, ekonomik akımları, rekabeti, teknolojik gelişmeleri, yasal düzenlemeleri ve doğal çevre faktörlerini kapsayan dış çevreyi göz önünde bulundurmaktadır (Onaran, 2014: 67). Fisk (2010: 273)'e göre, geleceğin işletmelerine dair bazı karelere baktığımızda temiz teknoloji ve yenilenebilir enerjinin ekonomik ve ticari faaliyetlerin kapsamını nasıl değiştirebileceğine dair ipuçlarını görebiliriz. Bu işletmeler sadece yeni ürünler üretip yeni pazarlara yönelmekle kalmamakta, aynı zamanda mevcut ürünlerle mevcut pazarlarda, duyarlı ve verimli bir şekilde yerlerini almaktadırlar.

Yeşil tüketici kavramı, sürdürülebilirliğe katkı yapan bir diğer kavramdır. Yeşil tüketiciler, kendi sağlıklarını ve doğal çevreyi satın alma güçleriyle korumayı amaçlayan ve bu doğrultuda gerekirse daha fazla fiyatla da olsa “yeşil uygulamaları” kullanan işletmelerin ürün ve hizmetlerini tercih eden bireyler olarak karşımıza çıkmaktadır (Sonsuz, 2018: 161). İnsanlar sağlıklarını korumak adına endişe taşımakta ve satın alma davranışlarında, sağlıklı olduğuna inandıkları ürünleri satın alma eylemi gerçekleştirerek pazarlama dinamiklerini doğrudan etkilemektedir (Akdeniz Ar, 2011: 66). Yeşil tüketiciler bağlamında, Ikea markasının yaptığı uygulamalar bu konuya örnek verilebilecek niteliktedir. Ikea, “Plastik poşetlerden kurtulun” kampanyasını başlatmış ve bu kampanya sayesinde müşterilerinin %92'si plastik poşet kullanmayı bırakmıştır. Kampanyanın başarıya ulaşmasıyla Ikea, ABD ve İngiltere’de plastik poşetlerini kademeli olarak azaltmış ve en sonunda tamamen tedavülden kaldırmıştır. Ayrıca Ikea, monte edilebilir ürünler geliştirerek dağıtım, montaj ve tedarik zincirinde de enerji verimliliği sağlamaya çalışmaktadır (Fisk, 2010: 255). Bu şekilde sürdürülebilirliği ürün ve hizmetlerine yerleştirmeye çalışırken müşteri gözünde güven kazanmakta, sürdürülebilirlik konusunda örnek marka haline gelmektedir.

Yeşil tüketicilere ek olarak sürdürülebilir liderliğinde önemli bir etken olduğu vurgulanmalıdır. Sürdürülebilir liderler, değişken toplum dinamikleri içerisinde sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel problemleri anlayabilen, takipçilerini belirledikleri vizyon doğrultusunda ikna ederek vizyon hedeflerine ulaşılmasını sağlayan kişilerdir (Mısırdalı Yangil, 2016: 140). Bu anlamda sürdürülebilirlikle ilgili faaliyetlerin üst yönetim tarafından kabul edilmesi, vizyon hedeflerine ulaşma sürecinde kritik önem taşımaktadır ve ortaya konulan vizyon ve stratejinin başta yönetim tarafından uygulanması gerekmektedir (Şirketler İçin Sürdürülebilirlik Rehberi, 2014: 28). Yeşil bir lider aynı zamanda sürdürülebilir yaşam tarzı olan bir rol model olmalıdır. Sürdürülebilir bir işletme olmak için de gerekli sıçramayı yapmak ancak yaratıcı liderlikle mümkün olabilir (Fisk, 2010: 92). Ayrıca Paraschiv (2012: 415)'e göre de, sürdürülebilirliğin benimsenmesi ve uygulanmasında vizyoner liderlerin varlığı son derece önemlidir. Vizyoner ve sorumlu liderler,

örgütsel değişim sürecinin verimliliğini ve hızını etkileyen, dolayısıyla gerekli kurumsal sürdürülebilirlik raporunu elde etmede güçlü bir etkisi olan kişilerdir. Bu kapsamda örgütsel kimliğin bir parçası olarak çevresel değerlerin geliştirilmesi, yeşil örgütsel amaçlara ulaşmak için oldukça önemlidir ve liderler bu süreçte etkin bir rol oynamaktadır.

Döngüsel Ekonomi kavramı ise, ekolojik pazar bağlamında ele alınabilecek güncel bir konu olarak sürdürülebilirliğe katkı yapmaktadır. Döngüsel Ekonomi, sürdürülebilir ürün ve üretimin sağlanması konusunda birçok farklı bilim dalından beslenerek ortaya çıkan güncel ve önemli bir yaklaşımdır. Ekonomik faaliyetlerin sonlu kaynak tüketiminden kademeli olarak ayrılmasını ve atıkların sistemden çıkarılmasını savunmaktadır. Aydın (2018: 86-87)'a göre, yenilenebilir enerji kaynaklarına geçişi destekleyen bu model, ekonomik, doğal ve sosyal sermayeyi oluşturmaktadır. İnsanlığın değiştirebilme gücüne odaklanan bu yaklaşım, mevcut hammadde ve enerjinin sonsuz bir arzı olduğu ve atıkların depolanması için sınırsız bir kapasiteye sahip olduğu varsayımına dayanan doğrusal ekonomi yerine döngüsel bir ekonomi modeli sunmaktadır. Döngüsel ekonominin dayandığı üç temel ilke vardır (Ellen MacArthur Vakfı, 2017):

- *Atık ve kirliliği dışarıda bırakacak tasarımlar (iş, ürün ve süreçlerde):* Atık ve kirlilik kaza değildir, belirli kararlar ve tasarımlar sonucu ortaya çıkan şeylerdir. Dolayısıyla atıkları bir tasarım kusuru olarak nitelemek ve bu durumu düzenlemek gerekmektedir.
- *Ürün ve malzemeleri devamlı kullanımda tutmak:* Kaynaklar boşa harcanamayacak kadar değerlidir, bu yüzden ürün ve malzemeler sürekli ekonomide tutulmalıdır.
- *Doğal sistemleri yenilemek:* Doğada atık kavramı yoktur. Her şey bir başka şey için vardır.

Bu ilkeleriyle döngüsel ekonomi modelinin, mevcut olan her kaynağın gerçek değerinin bilinmesine ve yeniden kullanımına yönelik devamlılık temelli bir yaklaşıma sahip olduğu söylenebilir. Döngüsel ekonomi yaklaşımı bu özelliği ile yeni bir ekonomik bakış açısı sunarak, sürdürülebilirliği daha ileriye taşımak isteyen çevreci kişi ve örgütlere karşı teşvik edici bir rol üstlenmektedir.

SONUÇ

Sürdürülebilirlik, toplumun bütün kesimlerini kapsayan geniş ölçekli bir stratejidir ve mevcut paradigma içerisinde mümkün olabilecek çözümler üretmeye çalışır. Bunu yaparken de hem doğal dengeyi hem de gelecek nesilleri düşündüğü için bütüncül bir yaklaşıma sahip olmayı ifade etmektedir. Sürdürülebilirliğin merkezine koyduğu anlayış ise kaynak devamlılığıdır. Sürdürülebilirlikle birlikte dünyamızın iklim değişikliği mücadelesinde, çevreye yönelik yapılan her girişim önemli ve değerli hale gelmiştir. Sürdürülebilirlik, kapitalist sistemin kar amaçlı stratejilerinden biri olarak algılanmamalı, kişi ve kurumları çevreci olmaya itecek bir güç olarak görülmelidir. Bu kapsamda üretim ve tüketim alışkanlıklarımızda değişiklik yapmamız, sürdürülebilirliği farklı bir boyuta taşıyarak yeni bir yaşam tarzı haline getirmemiz gerekmektedir. Bu noktada yeşil örgütler, bu amaca karşılık verebilecek önemli aktörlerdir. Yeşil örgütler, yeşil işletme anlayışını tam olarak benimseyen ve bu anlayışı örgüt kimliğine dahil etmeye çalışan örgütlerdir. Günümüzde toplumsal fayda, rekabet avantajı ve uzun dönemli kar elde etmek gibi avantajlarından dolayı işletmelerin çevreci olmasının ve yeşil içerikli ürün ve hizmetler sunmasının bir zorunluluk haline geldiği söylenebilir. İşletmeler, yeşil içerikler üreterek kendi kurumsal sürdürülebilirliklerine katkı sağlarken doğal çevrenin korunmasına da yardımcı olmaktadır.

Dolayısıyla hem kurumsal hem de ekolojik sürdürülebilirliğin, yeşil örgüt kültürünün yaygınlık kazanmasıyla daha da gelişmesini ve kapsamlı hale gelmesini beklemek mümkündür. Yeşil örgüt kültürü ve çevrecilikle bağlantılı olarak gelişen, çevreci kimlik ve davranış, ekolojik pazar, tüketici bilinci ve döngüsel ekonomi kavramları da sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.

Ekolojik sürdürülebilirliğin başarıya ulaşması için toplumsal tabanda karşılık bulması oldukça önemlidir. Bu kapsamda yeşil örgüt bünyesinde oluşturulan çevreci kimlik ve çevreci davranış, sürdürülebilirliğe katkı sağlayan değerlerdir. İşletme içerisinde yeşil örgüt kültürü ve yeşil çalışan davranışı, çalışanlar tarafından gerçekten benimsendiğinde ve bu davranış örgüt dışına taşınmaya başladığında toplumsal anlamda sürdürülebilirlik kültürünü geliştirmeye katkı sağlayabilir. Çevreci kimliğe benzer şekilde işletmelerin de toplum önünde belirli bir duruşu ve kimliği vardır. İşletmeler bu görünümüleriyle toplumsal dinamikler üzerinde birçok yönden etkili olabilmektedir. Sürdürülebilirliğin sağlanması ve gelişmesi için sosyolojik olarak çevreci kişilikler oluşturmak gerekmektedir ve yeşil örgütler bu amacı gerçekleştirmede yararlı olabilecek aktörlerdir.

Tüketici bilinci oluşturmada sürdürülebilirlik adına önemli olan bir belirleyicidir. Yeşil örgütlerin, yeşil ürün ve hizmet üreterek tüketicileri doğrudan etkileme gücü olduğu söylenebilir. Yeşil tüketicilere ek olarak ise yeşil yöneticiler, gerekli değişim dinamiklerine öncülük edebilecek diğer önemli özneler olarak ön plana çıkmaktadır. Bu noktada ekolojik sürdürülebilirliği bir örgütün amaç ve stratejilerine eklemek önemli olmakla birlikte, liderlerin yeşil bir rol model olarak örgüt içerisinde örnek olması ve yeşil örgüt vizyonunu gerçekten benimsemesi gerekmektedir.

Ekolojik pazar yaklaşımı ise, yeni bir rekabet alanı oluşturmada ve işletmeleri bu alana yönlendirmektedir. Ekolojik dengeye, çevreye ve topluma saygı duyan böyle bir pazar anlayışı sürdürülebilirliğe de katkı sağlayacaktır. Günümüzde ön plana çıkan döngüsel ekonomi anlayışı, sürdürülebilir gelişme adına dönüştürücü, onarıcı ve yenilenebilir bir yapıya sahiptir. Mevcut ekonomik sistemde, ekonomik ve sosyal değerlerin büyük şirketler tarafından etkilendiği ve aynı şekilde tüketicilerin de bu şirketleri talepleriyle etkilediği düşünüldüğünde, sürdürülebilirliğin işletme dünyasında daha çok karşılık bulması kaynak devamlılığını ve sürdürülebilir bir kültür oluşumunu kolaylaştıracaktır. Böylece yeşil örgütlerin hem sürdürülebilirliğin yayılmasında, hem de ekolojik değerlere saygı duyan bir kültür oluşturulmasında etkili olabileceği söylenebilir.

Yeşil örgütler, sürdürülebilirliğe ekolojik, ekonomik ve sosyal anlamda katkılar sağlarken aynı zamanda kurumsal sürdürülebilirliklerine de katkı sağlamaktadır. Dolayısıyla yeşil örgüt kültürünün, çevreciliğin her geçen gün yeni bir açıdan ele alındığı günümüz dünyasında hem doğal çevre hem de işletmeler için önemli faydalar sağlayacağını söylemek mümkündür. Yeşil örgüt kültürünün farklı örgütsel değişkenler ve ekolojik çevre üzerindeki etkilerini araştıran çalışmaların sayısının artmasının, sürdürülebilirlik ve çevre literatürünün geliştirilmesiyle beraber işletmelerde yönetim uygulamaları üzerinde de etkili olması beklenebilir.

KAYNAKÇA

Afacan Fındıklı, M., (2017), “Sürdürülebilirlik Perspektifinde İş Etiği”, M. Pekdemir, I., der., içinde İşletmelerde Sürdürülebilirlik Dinamikleri, Beta Yayınevi, İstanbul, s. 361-391.

Aksu, C., (2011), “Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevre”, Güney Ege Kalkınma Ajansı, 2011, s.1-34.

- Aktaş, H., (2017), “İşletmelerde Sürdürülebilirliğin Sağlanmasında Lider Yöneticilerin Rolü ve Küresel En İyi Uygulama Örnekleri”, M. Pekdemir, I., der., içinde İşletmelerde Sürdürülebilirlik Dinamikleri, Beta Yayınevi, İstanbul, s. 59-85.
- Argüden, Y., (2007), “Kurumsal Sosyal Sorumluluk”, Aktan, C.C., der., içinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk: İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk, İgiad Yayıncılık, İstanbul, 2007, s.25- 30.
- Ay, C., ve Ecevit, Z., (2005), “Çevre Bilinçli Tüketiciler”, Akdeniz İ.İ.B.F Dergisi, 10, s. 238-263.
- Aydın, G., (2018), “Yeşil Üretim, Ürün ve Hizmet Tasarımı”, D. Uslu, Y., der., içinde Yeşil İşletme: Green Business, Nobel Yayıncılık, Ankara, s. 81-97.
- Aydın, S., ve Tufan, F., (2018), “Sürdürülebilirlik Ve Yeşil Kavramları Bağlamında Y Kuşağının Satın Alma Davranışları”, Selçuk İletişim, 11(2), s. 397-420.
- Baumgartner, S. ve Quass, M., (2010), “What is Sustainability Economics”, Ecological Economics, 69/3, s. 445-450.
- Baytören, E., (2018), “Yeşil Finansman”, D. Uslu, Y., der., içinde Yeşil İşletme: Green Business, Nobel Yayıncılık, Ankara, s. 99-108.
- Bozlağan, R., (2005), “Sürdürülebilir Gelişme Düşüncesinin Tarihsel Arka Planı”, Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi, 50, s. 1011-1028.
- Capital, (2017), “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Araştırma”, Yeni Dönem KSS Karnesi, Capital 3, Mart, s.70-76, Erişim tarihi: 14.01.2019, [https://www.capital.com.tr/listeler KSS 2016](https://www.capital.com.tr/listeler/KSS%202016).
- Caymaz, E., Soran, S., Erenel, F., (2014), “İşletmelerde Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk İlişkisi: Küresel İlkeler Sözleşmesi Türkiye Örneği, Erişim Tarihi: 20.10.2019, <https://www.researchgate.net/publication/31321864>
- Chen, Y.S., (2011), “Green Organizational Identity: Sources And Consequence”, Management Decision, 49(3), s. 384-404.
- Chen, Y.S., Lai, S.B., Wen, C.T., (2006), “The Influence of Green Innovation Performance on Corporate Advantage in Taiwan”, Journal of Business Ethics, 67, Springer, s.331-339.
- Çavuş, M. F., Tancı, N., (2013), “Yeşil İşletme ve Çevre Yönetim Sistemleri”, Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, 48(1), s. 73-82.
- Demir Uslu, Y., Kedikli, E., (2017), “Sürdürülebilirlik Kapsamında Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimine Genel Bir Bakış”, Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, 52(3), s.66-81.
- Demirel, E. T., (2018), “Yeşil İşletmelerde Kurumsal İletişim”, D. Uslu, Y., der., içinde Yeşil İşletme: Green Business, Nobel Yayıncılık, Ankara, s. 173-183.
- Demirkol, İ., (2020), “Yalın Üretim, Sürdürülebilirlik ve Firma Performansı İlişkisi Üzerine Bir Araştırma”, Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, 55(1), s. 58-75.
- Dönmez Polat, Dilek, (2017), “Sürdürülebilirlik Bakışı Açısı İle İşletme”, M. Pekdemir, I., der., içinde İşletmelerde Sürdürülebilirlik Dinamikleri, Beta Yayınevi, İstanbul, s. 33-56.
- Ellen MacArthur Foundation, (2017), “Circular Economy”, Erişim Tarihi: 27.03.2020. <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy/what-is-the-circular-economy>

- Erbaş, A., (2019), “Yeşil Örgütsel Davranış Ölçeği: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması”, *Istanbul Management Journal*, 86, s.1-23.
- Erbaşlar, G., (2012), “Yeşil Pazarlama”, *Mesleki Bilimler Dergisi*, 1(2), s. 94-101.
- Erten, D., (2018) “Yeşil İşletmenin Kuruluş Süreci”, D. Uslu, Y., der., içinde *Yeşil İşletme: Green Business*, Nobel Yayıncılık, Ankara, s. 25-44.
- Evren, M., (2016), “Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Kalkınma ve Ülkemizdeki Mevcut Durum”, *Kalkınmada Anahtar Verimlilik Dergisi*, 335, 28, s. 10-16.
- Fisk, P., (2010), *Sürdürülebilir Büyüme: İnsanlar, Gezegen, Kar, Çev. Evren Yıldırım*, Kapital Medya Hizmetleri Yayıncılık; MediaCat Kitapları, İstanbul.
- Güçlü, N. (2003). “Örgüt Kültürü”, *Kırgızistan Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6, 147-159.
- Gürlek, M., ve Tuna, M., (2018), “Reinforcing Competitive Advantage Through Green Organizational Culture And Green İnnovation”, *Service Industries Journal*, 7-8, s. 467-491.
- Hadjri, M. I., Perizade, B., Zunaidah, Farla W., (2019), “Green Human Resource Management, Green Organizational Culture, And Environmental Performance: An Empirical Study”, *Advances in Economics, Business and Management Research*, International Conference of Organizational Innovation, 100, s.138-143.
- Hancıoğlu, Y., (2018), “Yeşil Yönetim”, D. Uslu, Y., der., içinde *Yeşil İşletme: Green Business*, Nobel Yayıncılık, Ankara, s. 45-62.
- Harris, L. C., ve Crane, A., (2002), “The Greening Of Organizational Culture: Management Views On The Depth, Degree And Diffusion Of Change”, *Journal of Organizational Change Management*, s. 214-234.
- Keleş, R., Hamamcı, C.: Çoban, A., (2015), *Çevre Politikası, İmge Kitabevi*, Ankara.
- Li, H., Jin, H., Hua, Y., Kong, C., Lin, L., (2011), “Green Research based on Cultural Three-Hierarchy Theory”, *Journal of Sustainable Development*, 4(3), s. 196-198.
- Linnenluecke, M. K., ve Griffiths, A., (2010), “Corporate Sustainability and Organizational Culture”, *Journal of World Business*, 45, s.357-366.
- Machado, J., ve Avila, M., (2019), “Environmental Performance and Green Culture: The Mediating Effect of Green Innovation. An Application to the Automotive Industry”, *Sustainability*, 11, s. 1-18.
- Menlik, İ., (2013), “İş Dünyası İçin Sürdürülebilirlik Neden Önemli?” *Kalkınmada Anahtar Verimlilik Dergisi*, 293, , s. 10-11.
- Mısırdalı Yangil, F., (2016), “Bilgi Toplumunda Liderlik: Sürdürülebilir Liderlik”, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 48, s.128-143.
- Mirchandani, D., ve Ikerd, J., (2008), “Building And Maintaining Sustainable Organizations”, *Organization Management Journal*, 5, s. 40-51.
- Morelli, J., (2011), “Environmental Sustainability: A Definition for Environmental Professionals”, *Journal of Environmental Sustainability*, 2, 1/1, s.1-9.

- Nemli, E., (2001), “Çevreye Duyarlı Yönetim Anlayışı, I.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 23/24, s.211-224.
- OECD, (1999), Kurumsal Yönetim İlkeleri, Erişim Tarihi: 10.01.2019, (19999, 25. https://read.oecd-ilibrary.org/governance/oecd-principles-of-corporate-governance_9789264173705-en
- Onaran, B., (2014), Sürdürülebilir Pazarlama, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Opatha, H., Arulrajah, A. A., (2014), “Green Human Resource Management: Simplified General Reflections”, International Business Research, 7(8), s. 100-112.
- Özkaya, B., (2010), “İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Anlayışının Uzantısı Olarak Yeşil Pazarlama Bağlamında Yeşil Reklamlar”, Öneri Dergisi, 9(34), s. 247-258.
- Paraschiv, D. M., Nemoianu, E.L., Langa, C.A., Szabo, T., (2012), “Eco -Innovation, Responsible Leadership And Organizational Change For Corporate Sustainability”, Amfiteatru Economic: Sustainability and Organizational Change, 14(32), s. 404-419.
- Pisani, J., (2006), “Sustaniable Development-Historical Roots of Concept”, Environmental Sciences, 3(2), s. 83-86.
- Plank, R., (2011), “Green Behaviour: Barriers, Facilitators And The Role Of Attributions”, *Going Green: The Psychology of Sustainability in the Workplace*, The British Psychological Society, Edi.: Dean Bartlett, February, s. 47-58.
- Sonsuz, A.A., (2018), “Yeşil İşletmelerde Etik Ve Sosyal Sorumluluk”, D. Uslu, Y., der., içinde Yeşil İşletme: Green Business, Nobel Yayıncılık, Ankara, s.162-170.
- Şen, H., Kaya, A., Alpaslan, B., (2018), “Sürdürülebilirlik Üzerine Tarihsel ve Güncel Bir Perspektif”, Ekonomik Yaklaşım Dergisi, 29(107), s.1-47.
- Şenocak, B., ve Mohan Bursalı, Y., (2018), “İşletmelerde Çevresel Sürdürülebilirlik Bilinci Ve Yeşil İşletmecilik Uygulamaları İle İşletme Başarısı Arasındaki İlişki”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 23(1), s.161-183.
- Şirketler İçin Sürdürülebilirlik Rehberi, (2014), Borsa İstanbul (BİST), Erişim Tarihi: 20.12.2018, <http://www.borsaistanbul.com/data/kilavuzlar/surdurulebilirlik-rehberi.pdf>
- Tahir, R., Athar, M. R., Faisal, F., Shahani, Nour un Nissa, Solangi, B., (2019), “Green Organizational Culture: A Review of Literature and Future Research Agenda”, Annals of Contemporary Developments in Management & HR, 1(1), s. 23-38.
- TEMA, Erişim tarihi: 07.01.2019, http://www.tema.org.tr/web_14966-2_1/entitalfocus.aspx?primary_id=2087&type=2&target=categorial1&detail=single&sp_table=&sp_primary=&sp_table_extra=
- Tepe Küçükoğlu, M., (2014), “Sürdürülebilirlik ve Yeşil Yenilik Perspektifinde Türk İşletmelerinin İncelenmesi”, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tepe Küçükoğlu, M., (2018), “The Mediating Role Of Green Organizational Culture Between Sustainability And Green Innovation: A Research In Turkish Companies”, Business & Management Studies: An International Journal, 6(1), s. 64-85.

- TSE, (2004), TS EN ISO 14001. Erişim Tarihi: 12.02.2020, <https://tse.org.tr/IcerikDetay?ID=2438&ParentID=65>
- Turan, A., (2017a) “Çevreci Davranış ve Örgüt Kültürü”, M. Pekdemir, I., der., içinde İşletmelerde Sürdürülebilirlik Dinamikleri, Beta Yayınevi, İstanbul, s. 93-125.
- Turan, A., (2017b) “Sürdürülebilirlik Bakış Açısı İle Çevreci İnovasyon ve Yaratıcılık”, M. Pekdemir, I., der., içinde İşletmelerde Sürdürülebilirlik Dinamikleri, Beta Yayınevi, İstanbul, s.140-168.
- UN (United Nations), (1972), “From Report of the United Nations Conference on the Human Environment”, Stockholm. Erişim Tarihi: 16.11.2018, <http://www.un-documents.net/aphe-b5.htm>
- UN (United Nations), (1987), “Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future”. Erişim Tarihi: 14.11.2018, <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm>
- UN (United Nations), (1992), “Agenda 21”, Erişim Tarihi: 21.11.2018, <http://www.un-documents.net/agenda21.htm>
- UN (United Nations), (2002), “Plan of Implementation of the World Summit on Sustainable Development”. Erişim Tarihi: 21.11.2018, <http://www.un-documents.net/jburgpln.htm>
- Walley, N., ve Whitehead, B., (2001), “Yeşil Olmak Kolay Değil”, içinde Harvard Business Review Dergisinden Seçmeler: İş ve Çevre, çev: Ahmet Kardam, MESS Yayınları, İstanbul, s. 95-113.
- Werff, Ellen van der, Steg, L., Keizer, K., (2013), “The Value Of Environmental Self-Identity: The Relationship Between Biospheric Values, Environmental Self-Identity And Environmental Preferences, Intentions And Behaviour”, Journal of Environmental Psychology, 34, pp.55-63.
- Yavuz, A., (2010), “Sürdürülebilirlik Kavramı ve İşletmeler Açısından Sürdürülebilir Üretim Stratejileri” Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(14), s.63-86.
- Yaylı, H., (2007), “Sürdürülebilir Kalkınmanın Sürdürülebilirliği”, ICANAS 38, Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi, 10-15 Eylül, Ankara, s. 917-936.
- Yaylı, H., (2012), “Çevre Etiği Bağlamında Kalkınma, Çevre ve Nüfus”, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(15), s. 151-169.
- Yaylı, H., Çelik, V., (2011), “Çevre Sorunlarının Çözümü İçin Radikal Bir Öneri: Derin Ekoloji”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 26, s. 369-377.
- Yıldırım, U., ve Göktürk, İ., (2004), “Sürdürülebilir Kalkınma” , C. Marin, M., Yıldırım, U., der., içinde Çevre Sorunlarına Çağdaş Yaklaşımlar: Ekolojik, Ekonomik, Politik ve Yönetimsel Perspektifler, Beta Yayınevi, İstanbul, s. 449-475.