

Sürdürülebilir (Yeşil) İşletmeler Ve Google Trends Analizi

Doç. Dr. Özüm EĞİLMEZ¹, Senanur ŞEN²

¹Doç. Dr., Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü,

ozum.egilmez@bilecik.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0001-5251-5629>

²Yüksek Lisans Öğrencisi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
İşletme Bölümü,

senanur11senanur@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0006-2312-4809>

ABSTRACT

The increasing production and consumption amounts along with the increasing world population have caused the depletion of resources and the increase of environmental pollution. The concept of sustainability comes to the fore at this point and aims to use resources efficiently in production activities, reduce the damage to nature in the production process and reduce the amount of waste. The basis of sustainability is to leave a livable world for future generations. In this context, it is a very effective and important issue for businesses to give the necessary importance to sustainability. The term "green business", which is used for businesses that give importance to sustainability and act in this direction, is the main subject of this research. The research examined the popularity of the concepts of green management, green production, green marketing, green human resources and green accounting within the sustainability framework of the concept of green business and business functions of management, production, marketing, human resources and accounting between 2020 and 2025 worldwide using the Google Trends application. The studies show that the popularity of these concepts is increasing as a result of environmental events on the world agenda. Similarly, their popularity is decreasing as the environmental agenda changes as a result of different events on the world agenda. For example, the negative effects of the pandemic at the end of 2021 are the period when the concepts have the lowest popularity. As a result, a parallel relationship has been determined between agendas such as conferences etc. related to the environment and the concept of green business.

Keywords: Sustainability, Green Business, Google Trends

ÖZET

Giderek artan dünya nüfusu ile birlikte artan üretim ve tüketim miktarı kaynakların azalmasına ve çevre kirliliğinin artmasına neden olmuştur. Sürdürülebilirlik kavramı bu noktada karşımıza çıkmakla beraber üretim faaliyetlerinde kaynakların verimli kullanılması, üretim sürecinde doğaya verilen zararın azaltılması ve atık miktarının azaltılmasını amaç edinilmesini hedeflemektedir. Sürdürülebilirliğin temeli, gelecek nesiller için yaşanabilir bir dünya bırakmaktır. Bu doğrultuda işletmelerin sürdürülebilirliğe gereken önemi vermeleri oldukça etkili ve önemli bir husustur. Sürdürülebilirliğe önem vererek bu doğrultuda hareket eden işletmeler için kullanılan “yeşil işletme” terimi bu araştırmanın ana konusudur. Araştırma, yeşil işletme kavramı ve işletme fonksiyonlarından yönetim, üretim, pazarlama, insan kaynakları ve muhasebenin sürdürülebilirlik çerçevesindeki yeşil yönetim, yeşil üretim, yeşil pazarlama, yeşil insan kaynakları ve yeşil muhasebe kavramlarının Google Trends uygulaması kullanılarak dünya genelinde 2020 – 2025 yılları arasındaki popülerliği incelenmiştir. Yapılan incelemeler göstermektedir ki dünya gündeminde gerçekleşen çevreci olaylar neticesinde bu kavramların popülerliği artmaktadır. Aynı şekilde dünya gündeminde yaşanan farklı olaylar neticesinde çevre gündeminin değişmesi ile popülerliklerinde düşüş yaşanmaktadır. Örneğin 2021 yılı sonunda pandeminin olumsuz etkileri kavramların en düşük popülerliğe sahip olduğu dönem olarak karşımıza çıkmaktadır. Sonuç olarak çevre ile ilgili gerçekleştirilen konferans vb. gündemler ile yeşil işletme kavramı arasında paralel bir ilişki saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Yeşil İşletme, Google Trends

GİRİŞ

Dünyamızda toplumun refahının ve yaşam kalitesinin, üretim ve tüketim faaliyetleri ile artırılacağı inancı Sanayi Devrimi ile yaygınlık kazanmıştır. Bu inanç doğrultusunda artan üretim ve tüketim miktarı başta üretimde kullanılan doğal kaynakların zaten kıt olmasının beraberinde tükenme tehlikesi ile karşı karşıya bırakmaktadır. Kaynakların tükenmeye başlaması ile beraber gelen çevre sorunlarındaki artış doğanın yok olma tehlikesi yaşamasına neden olmaktadır (Yılmaz ve Bozkurt,2011;2). Kaynakların hızla tükenmesi, nüfustaki artış ve küreselleşme gibi nedenler dolayısıyla çevre sorunlarında da artış yaşanmıştır (Karalar ve Kiracı,2011;63). Çevre sorunlarındaki artış ile denizlerde, havada ve toprakta oluşan hasar canlı yaşamını olumsuz etkilemektedir (Kurt ve Çakıcı,2025;297). Yaşanan bu olumsuzluklar neticesinde duruma el atma ihtiyacı duyulmuş ve sürdürülebilirlik kavramı ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilirlik literatürde “yeşil” kavramı ile de ifade edilmektedir.

Bu çalışmada sürdürülebilir diğer bir ifade ile yeşil işletmelerin Google Trends analizi yapılmıştır. Bu analiz yeşil işletmelerin 2025 yılı itibari ile son 5 yılda dünya çapındaki popülerliği hakkında bilgi sağlamaktadır.

Araştırmanın ilk bölümünü kavramsal çerçeve oluşturmakta olup yeşil işletme ve fonksiyonları tanımlanmıştır. İkinci bölümünde ise araştırmanın yöntem ve bulguları yer almaktadır. Son ve üçüncü bölümde ise sonuçlara yer verilmiştir.

1.Sürdürülebilir(Yeşil) İşletme

İşletmelerin sürdürülebilirliği ekonomik ve çevresel olmak üzere iki boyutta incelenmektedir. Ekonomik açıdan işletme sürdürülebilirliği, işletmenin faaliyet alanlarına göre (ürün/hizmet) üretimlerinin devamlılığını amaç edinmesidir. Çevresel açıdan işletme sürdürülebilirliği ise, işletmenin faaliyetleri boyunca çevreye verdiği zararı minimize etme ve çevreyi koruma çabasıdır (Tüyen,2020;34). Bu çalışmada işletmelerin çevresel açıdan sürdürülebilirliği diğer bir ifade ile yeşil işletme kavramı incelenmiştir.

Sanayi Devrimi ile birlikte üretim ve tüketim faaliyetlerinde yaşanan hızlı artış neticesinde, kaynak tüketiminin ve beraberinde doğal çevreye verilen arttığı gözlemlenmektedir (Yılmaz ve Bozkurt,2011;2). Hava kirliliğinin oluşması, iklim değişikliği, ozon tabakasının delinmesi, katı atıklarda artış yaşanması ve asit yağmurları gibi çevre sorunlarının (McAusland,2008;52) en temel sebebinin üretim ve tüketim miktarındaki artışın, ekolojik denge ile çakışması olduğunu söyleyebiliriz (Yılmaz ve Bozkurt,2011;2).

Sanayileşme ile birlikte çevreye verilen zarar artmaya başlamıştır. Bu artışın önüne geçilerek çevreye verilen zararın azaltılabilmesi konusunda karşımıza sürdürülebilirlik kavramı çıkmaktadır. Sürdürülebilirlik kavramı, 1987 yılında Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Geliştirme Komisyonu'nun yayımladığı "Brundtland Raporu – Ortak Geleceğimiz" isimli raporda ele alınmış ve bu rapor sürdürülebilirlik kavramının yaygınlaştırılmasına öncülük eden ilk çalışmalardan olmuştur. Bu raporda sürdürülebilirlik kavramı "bugünün gereksinimlerini, gelecek kuşakların da kendi gereksinimlerini karşılayabilme olanağından ödün vermeksizin karşılamak" ifadeleri ile tanımlanmıştır (Yücel,2020;3). Bir başka tanımda ise "sürdürülebilirlik, doğal çevreyi ve doğal kaynakları gelecek nesillerin kullanma hakkını saklı tutarak tüketme ilkesi" olarak ele alınmıştır (Şenocak ve Bursalı,2018;164).

Sürdürülebilirliğin sağlanması için 4 temel kural mevcuttur. Bu kurallar; azalt, yeniden kullan, geri kazan ve reddet. Azalt kuralı, kullanılan ürünlerin kullanım sürelerini uzatarak atık miktarında düşüş meydana getirmek; yeniden kullanma kuralı, ürünlerin tek kullanımlık değil birçok kez kullanılabilmesi adına üretim yapmak; geri kazan kuralı; üretilen ürünlerin geri dönüştürülebilir malzemelerden üretilerek atık halden belirli işlemler uygulanarak üretimde kaynak haline getirmek; ve reddet kuralı ise, çevreye zarar veren ürünleri ya da hizmetleri kullanmamaktır (Önel,2021;23–24).

Sürdürülebilirlik ile işletmeler arasındaki ilişkiyi incelediğimizde geçmişten günümüze değişiklik gösterdiğini gözlemleyebiliriz. İşletmeler daha önceki dönemlerde faaliyetleri esnasında gerek doğrudan gerekse dolaylı şekilde çevreye verdikleri zararı görmezden gelerek sürdürülebilirlik kavramından oldukça uzakken şimdilerde

ise, çevre sorunlarının artması ve öneminin anlaşılması ile birlikte getirilen çeşitli caydırıcı uygulamalar sayesinde sürdürülebilirlik kavramına gereken önemi vermeye başlamışlardır (Yılmaz ve Bozkurt,2011;2).

Öte yandan tüketicilerin çevreye karşı daha bilinçli olmaları, çevreyi korumaya yönelik örgütlerin çoğalması, gerçekleştirilen küresel çaptaki çevreci toplantılar ve devlet idarecileri tarafından gerçekleştirilen çevre programları işletmeleri sürdürülebilir olma ve benimseme konusunda itici güç olarak karşımıza çıkmaktadır (Şenocak ve Bursalı,2018;164). Artık işletmeler de sürdürülebilirliğe önem vermedikleri yani çevre sorunlarını görmezden geldikleri takdirde yaşamlarına devam edemeyeceklerinin bilincine varmışlardır (Atay ve Dilek,2013;204).

Tam ve Taruna (2016) işletmelerin yeşil işletme yolunda ilerleme nedenlerini aşağıdaki gibi sıralamıştır (Tam ve Taruna,2016;588);

- Sosyal sorumluluklarının bilincinde olup sorumluluklarını yerine getirmek,
- Uluslararası alanda kabul görmüş çevreyi koruma amacıyla oluşturulmuş standartlara uyum sağlamak,
- Devlet yönetiminin kurallarına uymak,
- Büyüme fırsatı yakalamak,
- Rekabetçi ortamda varlıklarını sürdürebilmek.

Yeşil işletmeler, yaşamlarını sürdürürken sürdürülebilirlik çerçevesinde ilerleyerek gerçekleştirdikleri her türlü faaliyette çevreye zarar vermekten kaçınarak minimum seviyeye çekmeyi ve yenilenemeyen kaynak kullanımını azaltmayı hedefleyen işletmelerdir (Loknath ve Azeem,2017;693).

Yeşil işletmeler faaliyetleri boyunca bilinçli hareket ederek çevreye karşı korumacı tutumları doğrultusunda gerçekleştirdikleri uygulamalar neticesinde doğanın, dolayısıyla da dünyanın geleceğine katkı sağlamakta ve yaygınlaşan yeşil uygulamalar sayesinde bireylerin sağlıklı bir yaşam sürmelerine ve refahlarının artmasına katkı sağlamaktadır. Yeşil işletme olarak nitelendirilen işletmelerin edinebildikleri “yeşil işletme sertifikası” sayesinde karşılaşılan çevre, ekonomik ya da sosyal riskleri yönetebilme şansı yakalamaktadır. Bu işletmelerde çalışan kişilerin de çevreye karşı duyarlı olmaları gerekmektedir. Ve işe alımlarda karar sürecini etkileyen en önemli unsurların başında gelmektedir. Çalışanların çevreci kriterle sahip olmaları aynı zamanda işletmenin halkla ilişkiler faaliyetlerine de katkı sağlamaktadır. Yeşil işletme olmanın avantajları arasında; çevreci marka imajı yaratma, rekabet avantajı elde etme ve pazar payını artırma gibi unsurlar mevcuttur. Ayrıca işletmeler için kısa vadede yüksek maliyet gerektirse de orta ve uzun vadede maliyet tasarrufu sağladığı gözlemlenmektedir (Soylu ve Uçkun,2019;521–522). Čekanavičius ve diğerleri (2014) yeşil işletme olmanın avantajlarının gelir artışı ve maliyet tasarrufu olduğundan bahsetmiştir. Gelir artışı; ürünlerin farklılaşması, işletme imajının oluşması, müşteriler ile kurulan iletişimin kuvvetlenmesi, işletme değerinin artması ve üretkenliğin artması şeklinde gerçekleşir. Bu doğrultuda yeşil işletme olma, rakip işletmelerden ayırt edici bir özellik olarak öne çıkararak rekabet konusunda avantajlı hale gelmesine yardımcı olur. Öte yandan yeşil işletme

imajının oluşturulması işletmenin lehine bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü oluşturulan imaj sayesinde müşteri potansiyeli artacaktır. Buna bağlı olarak çevreye karşı duyarlı müşterilerin, çevre dostu ürünlere daha fazla ücret ödemeğe istekli olmaları ürün değerini de artırarak işletmeye maddi kazanç sağlamaktadır. Tüm bunlara ek olarak yeşil işletme çalışanları, işletme ile aynı amaç doğrultusunda çalıştıkları için işlerinden çoğunlukla memnun olurlar ve bu memnuniyet işletmelere üretkenliğin artması olarak yansımaktadır. Maliyet tasarrufu ise; atıkların yenden kullanımı ve kaynakların tasarruflu kullanılması ile gerçekleşir. Örneğin, kağıt kullanımının azaltılması, işletmeden çıkan atıkların yakılması ile ısı ihtiyacının karşılanması ve gereksiz yere çalışan elektronik cihazların kapatılması gibi uygulamalar maliyet tasarrufu sağlayan uygulamalar olarak karşımıza çıkmaktadır (Çekanavičius vd.,2014;81–82).

Yeşil işletme kavramını tanımlarken işletmeler açısından geniş bir alanının olduğunu yani işletmelerin bütününe ilgilendirdiğini göz önünde bulundurmamak gerekmektedir (Şenocak ve Bursalı,2018;165). İşletmeler, fonksiyonlarının her birinde sürdürülebilirlik çerçevesi ile hareket etmeleri tam anlamıyla yeşil bir işletme olduklarının göstergesidir. Bu doğrultuda işletmelerin yönetim, üretim, pazarlama, insan kaynakları ve muhasebe fonksiyonlarının yeşil konsepti üzerinden incelemesi gerçekleştirilmiştir.

1.1.Yeşil Yönetim

Yeşil yönetim kavramını Kurt (2024) “işletmenin amaçlarını gerçekleştirmek üzere faaliyetlerini yürütürken kaynakları ve çevrenin korunmasını sağlayan sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk kavramları ile ilişkili, işletmeler için değer yaratan bir yönetim anlayışı” olarak tanımlamıştır (Kurt ve Çakıcı,2025;297).

İşletmelerin faaliyetleri esnasında doğal çevreyi göz önünde bulundurarak tahribatı minimum seviyelere çekmek hatta tamamen ortadan kaldırmak için üretimlerinde tasarım, paketleme ve süreçlerini değiştirmeleri, doğal çevreyi korumayı işletmenin temel prensibi haline getirmeleri ve topluma karşı sosyal sorumluluklarını yerine getirmeleri yeşil yönetim anlayışını benimsediklerini göstermektedir (Nemli,2001;212).

İşletmelerin çevresel sorumluluklarını yerine getirmeleri devlet, sivil toplum kuruluşları ve en önemlisi müşteriler tarafından zorunlu hale getirilmiştir Bu sebeple işletmelerin yönetim anlayışlarını çevreci bakış açısı ile oluşturmaları kaçınılmaz bir hal almıştır. Çevreci bakış açısı ile yönetilen işletmeler diğer işletmelerden daha başarılı olma avantajlarında yararlanmaktadır (Çavuş ve Tancı,2013;74). Çevreyi korurken aynı zamanda kar elde edilmesine olanak tanıyan yeşil yönetim anlayışının işletmelere, imaj artışı, maliyet azaltma, kar maksimizasyonu ve rekabet avantajı elde etme gibi katkıları vardır (Kurt ve Çakıcı,2025;297).

1.2.Yeşil Üretim

İşletmeler hangi sektörde faaliyet gösterirlerse gösterebilirler, çevreye karşı sorumluluklarının bilincinde olup zaten kıt olan kaynakların gelecekte de kullanılabilmesi için korunmasına destek olması gerekmektedir (Maruthi ve Rashmi,2015;3351). Yeşil üretim, işletmelerin ürünlerinin üretim süreçlerinde kullanımlarında ve

kullanım sürelerinin sona erdiği zamanda çevreye verilen zararın minimum seviyeye çekmek için gerçekleştirmiş oldukları üretim sürecidir (Yavuz,2010;77).

Orji ve Wei (2016) yaptıkları çalışmada, yeşil üretimi “çevresel etkiyi en aza indirmeyi amaçlayan yani ürün geliştirme ve üretim sistemi operasyonları için gerekli tasarım ve üretim faaliyetlerinde gerekli olan verimli bir yaklaşım” olarak tanımlamışlardır. Diğer bir tanımda ise; “çevre ve toplum üzerinde minimum olumsuz etkiye sahip ve ekonomik olarak uygulanabilir olan ürünleri tasarlamak, üretmek, teslim etmek ve bertaraf etmek” ifadeleri kullanılmıştır (Sangwan ve Choudhary,2018;1747).

1990’li yıllarda ortaya çıkmaya başlayan yeşil üretim kavramı, işletmelerin üretim süreçlerinde kullandıkları girdileri yani kaynakları en verimli şekilde kullanılması ve çevreye verilen zararın azaltılması konusunda oldukça etkili olan bir kavramdır (Yıldız ve Çavdar,2020;2330). Kirliliğin ve atık miktarının oldukça yüksek olduğu günümüzde, işletmelerin çevre kirliliğine ve atığa neden oldukları üretim yöntemlerinden daha az kirlilik ve atık yaratan yeşil üretim yöntemlerinin dikkat çektiği nokta verimliliği artırmak için parça miktarını azaltmak, minimum malzeme ile üretim yapmak ve geri dönüşümdür (Shrivastava ve Shrivastava,2017;69).

Yeşil üretim kavramının beraberinde gelen yeşil ürün kavramını incelemek gerekirse; çevre kirliliğine yol açmayan, doğal kaynakların israfına neden olmayan geri dönüşümü mümkün ya da değeri muhafaza edilebilen ürünlerdir. Yeşil ürünler canlı sağlığını tehdit edici unsurlar barındırmamalı, yaşam döngüsü boyunca doğayı tahrip etmemeli ve enerji ve kaynak israfına neden olmamalı, doğal çevreye zarar verecek bileşenlerden oluşmamalı, olabildiğince az atık çıkaracak biçim ve fonksiyonda olmalı ve ihtiyaç dışı kullanımı gerektirmemelidir (Çubuk vd.,2008;87).

1.3.Yeşil Pazarlama

Yeşil pazarlama Peattie (2001) tarafından “mevcut ürünlerin ve üretim sistemlerinin olumsuz sosyal ve çevresel etkilerini azaltmaya çalışan ve daha az zarar veren ürün ve hizmetleri teşvik eden pazarlama faaliyetleri” olarak tanımlanmıştır (Peattie,2001,129). Yeşil pazarlama adına yapılan diğer tanımlamalar ise şu şekildedir; “tüketici istek ve gereksinimlerini karşılamaya yönelik her türlü çevre ve doğa dostu pazarlama faaliyetleridir” (Yücel ve Emekçiler,2008;327), “tüketicilerin ihtiyaç ve isteklerini yerine getirirken işletmelerin de hedeflerine ulaşmasını sağlayacak doğa ile dost ürünlerin üretilmesini, fiyatlandırılmasını, dağıtımını ve tutundurulmasını içeren ve ürünün kullanım sonrasını da kapsayan pazarlama faaliyetleridir” (Çubuk vd.,2008;87). Amerikan Pazarlama Birliği’nin (AMA) yeşil pazarlamayı “çevresel olarak güvenli olduğu varsayılan ürünlerin pazarlanması” olarak tanımlamıştır (Pahuja,2013;233),(Alzu’bi vd.,2025;3)

Yeşil pazarlama, ürün, üretim süreci, ambalajlama ve reklamcılık gibi faaliyetlerde değişiklik yapılmasını kapsayan bir süreçtir (Pahuja,2013;233). İşletmeler, yeşil pazarlama sayesinde maliyetlerini düşürebilir, ürün kalitesini artırabilir, çevre dostu ürünler için yapılan araştırmalar neticesinde yaratıcılıkları artabilir, çevreci bir imaj yakalayarak bilinirliği artabilir ve kaynaklarının yeniden kullanımı için var olan çeşitli yöntemler

kullanarak kaynakları yeniden kullanma avantajından yararlanabilmektedir. Kaynakların yeniden kullanılabilmesi, işletmelerin ürünleri satmak yerine kiralarak kaynak tasarrufu ve üretim devamlılığının sağlanmasına yardımcı olur (Özcan ve Özgül,2019;11).

1.4. Yeşil İnsan Kaynakları

Yeşil insan kaynakları, sürdürülebilirlik alanında gerçekleştirilen uygulamaları teşvik etmek ve çalışanların sürdürülebilirlik alanında bilinçlenmesi ve içselleştirmesini sağlamak için çalışan bireyler ile kurulan her türlü etkileşim alanının değerlendirilmesidir (Mandip,2012;244). Başlangıçta yeşil insan kaynakları uygulamalarını hayata geçirmek zordur. Fakat yeşil insan kaynakları uygulamaları işletmelerin maliyet kontrolü sağlamasına, sosyal sorumluluklarını yerine getirmesine, yeni yetenekler kazanmasına ve doğal çevre üzerinden rekabet avantajı elde etmesine yardımcı olarak işletmelerin başlıca hedeflerinin gerçekleştirilebilmesinde önemli rol oynamaktadır (Hosain ve Rahman,2016;56). Yeşil insan kaynakları, işletme çalışanlarının, işletmenin çevreci hedeflerine paralel olarak çevre bilinci ile donatılması ile ilgili bir kavramdır. Çevre bilincine sahip çalışanlar işletmelerin çevreci uygulamalarına destek olarak hedeflerine ulaşmalarını kolaylaştırır ve asıl önemli olan ise çevresel sürdürülebilirliğe önemli destek sağlamış olurlar (Opatha ve Arulrajah,2014;104).

İşletmeler bünyelerinde sağlıklı çalışma ortamı oluşturmak, doğal çevreyi korumak, sosyal sorumluluklarını yerine getirmek, maliyet tasarrufu yapmak, imaj güçlendirmek, çalışanları doğal çevreye karşı bilinçlendirmek, yenilik ve büyümeye teşvik etmek ve devlet denetimlerini azaltmak amacıyla yeşil insan kaynakları uygulamaları gerçekleştirmektedirler (Hosain ve Rahman,2016;56).

Yeşil insan kaynakları yönetimi uygulamaları; yeşil işe alma, yeşil performans yönetimi ve performans değerlendirme, yeşil eğitim ve gelişim, yeşil ücretlendirme ve ödül ve yeşil iş sağlığı ve güvenliğidir (Korkmaz ve Gültekin,2023;464). Yeşil insan kaynaklarının amacı, işletme çalışanlarında çevre bilincini oluşturmak, geliştirmek ve bu bilinci korumaktır (Opatha ve Arulrajah,2014;104).

1.5.Yeşil Muhasebe

İşletmelerin faaliyetleri esnasında çevreye olan etkilerini ölçmelerine ve kayıt altına almalarına olanak sağlayan (Ergin ve Okutmuş,2007;147) yeşil muhasebe kavramının tanımı 1995 yılında EPA(United States Environmental Protection Agency) tarafından 3 boyutta ele alınmıştır (Süklüm,2019;97);

- Makro düzeyde; ulusal alandaki doğal kaynakların (yenilebilen ve yenilenemeyen) tüketiminin ölçümü,
- Finansal muhasebe düzeyinde; çevre ile alakalı bilgilerle rapor hazırlanması ve sunulması,
- Yönetim muhasebesi düzeyinde; işletme maliyetlerini, planlama ve üretim süreci gibi alanlarda çevreye olan etkilerinin incelenmesidir.

Yeşil muhasebe, işletmelerin üretim süreçlerinde kullanmış oldukları kaynakları verimli ve etkin kullanarak sürdürülebilirlik sağlamasına ve böylece çevreci işletme statüsüne sahip olarak topluma fayda

sağlayabilmelerine olanak tanıyan bir kavramdır. Yeşil muhasebenin temel amacı, işletmelerin gerçekleştirdikleri çevreci uygulamaların toplum ve çevreye karşı olan olumlu ya da olumsuz etkilerinin ölçülmesi ve bu konu hakkında bilgi sahibi olmaktadır (Endiana vd.,2020;732). Ayrıca, çevresel faaliyetleri kolaylaştırmak, maliyet düşürme fırsatı yakalamak ve çevreye karşı olan etkileri kayıt altında tutma da işletmelerin yeşil muhasebe uygulamalarındaki amaçları arasında yer almaktadır (Ergin ve Okutmuş,2007;147).

İşletmeler yeşil muhasebe uygulamaları sayesinde itibarlarını, çevresel performanslarını ve işletme değerlerini artırmaktadır. Sürdürülebilir büyümeye destek olan yeşil muhasebe işletmelerin sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır. İşletmelerin israftan korunmasına ve sosyal sorumluluğunu yerine getirdiğini ispatlamasına yardımcı olmaktadır. Yeşil muhasebe uygulamaları, çevre konusunda bilgi sağlayarak işletmelerin karar alma süreçlerinde daha bilinçli davranmalarına ve hükümetler de dahil olmak üzere yatırımların çevre dostu teknolojilere yöneltilmesinde öncü rol oynamaktadır (Yelgen,2022;106).

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE BULGULAR

Bu çalışmada Google Trends uygulaması kullanılarak yeşil işletme kavramının popülerliği analiz edilmiştir. Bu analize, işletmelerin yeşil olarak nitelendirilmeleri için tüm alanlarında sürdürülebilirlik çerçevesinde uygulamalar gerçekleştirmesi gerektiği için yeşil işletme fonksiyonları da dahil edilmiştir. Bu sayede yeşil işletmeler ile alakalı daha detaylı ve net bir analiz yapılabileceği düşünülmüştür.

Google Trends 2006 yılında kullanılmaya başlanan ve geliştirilerek güncel haline gelen bir uygulamadır. Kullanıldığı ilk yıllarda yalnızca istatistiksel veriler sunmakta ve verilerin güncelliği belirli aralıklarda sağlanmaktaydı. Günümüzde ise sürekli güncel veriler ile herhangi bir kavram, nesne, ülke veya kişi ile alakalı arama sayısı ve grafiği ayrıca en çok arama yapılan ülke ve şehir gibi bilgiler edinilebilen bir uygulama haline almıştır. Sağladığı bilgiler gerek devletler gerekse işletmeler için ciddi maliyet altına girseler dahi elde edemeyecekleri niteliktedir. Uygulamaya “trends.google.com.tr” adresinden ulaşım sağlanmakta olup bahsedilen önemli bilgileri çok kolay ve hızlı bir şekilde ulaşma fırsatı sunmaktadır (Kocabıyık vd.,2020;261).

2.1. Literatür Örnekleri

Bu bölümde yeşil işletme ve Google trends analizi bağlamında literatür örnekleri incelenmiştir.

Kırılmaz ve Tekdemir (2022) tarafından gerçekleştirilen çalışmada yeşil işletme uygulamaları incelenmiştir. Yenilenebilir enerji kullanımı ve tasarrufu, atık miktarının ve yok edilmeleri esnasında oluşan zararın en aza indirilmesi, suyun verimli ve geri dönüşümlü kullanılması, kimyasal kullanım oranının düşürülmesi hatta kullanılmaması gibi uygulamaların yeşil işletme uygulamaları arasında yer aldığı belirtilmiştir.

Purwandani ve Michaud (2021) tarafından gerçekleştirilen çalışmada KOBİ'leri yeşil işletme olma yolundaki itici güçler ve önündeki engelleri tespit etmek amaçlanmıştır. Çalışmanın sonucunda yeşil işletme yolunda en temel itici güç olarak sorumluluk duygusu ve topluma karşı olumlu işletme imajı oluşturmak olduğu tespit

edilmekle beraber yeşil işletme olabilmenin önündeki en temel engelin finansman eksikliği olduğu tespit edilmiştir.

Arı ve Ergin (2018) gerçekleştirdikleri çalışma yeşil işletme olma yolunda ilerleyen işletmelere teşvik etmek ve önerilerde bulunmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. İşletmelerin yeşil işletmecilik ve yeşil yönetim anlayışının çevresel sürdürülebilirliğe olumlu etkilerinin olduğu vurgulanmıştır.

Ankara (2025) tarafından gerçekleştirilen çalışmada sürdürülebilirlik kavramı duygu ve Google Trends analizini kullanılarak incelenmiştir. Çalışmanın Google Trends analizi sonucuna göre 2004 yılından itibaren sürdürülebilirlik kavramının popülerliğinin giderek arttığı 2022 yılından itibaren ise hızlı bir artış yaşandığı gözlenmiştir.

Eser ve Kanca (2022) Google Trends uygulamasından elde edilen veriler ile ekoturizm kavramını incelemiştir. Araştırma sonucunda ise; ekoturizm kavramının toplumda tam anlamıyla bilinmediği bu sebeple çeşitli uygulamalar ile tanıtımının yapılması gerektiği ortaya çıkmıştır.

Usta (2022), toplumun afetlere yönelik ilgi düzeyleri Google Trends uygulaması kullanılarak araştırılmış ve genel olarak ilgi düzeyinin arttığı dönemlerin afetlerin gerçekleştiği ya da gerçekleştikten hemen sonraki dönem olduğu görülmüştür. Bu bağlamda toplumların afetler konusunda önceden tedbir almaları gerektiği vurgulanmıştır.

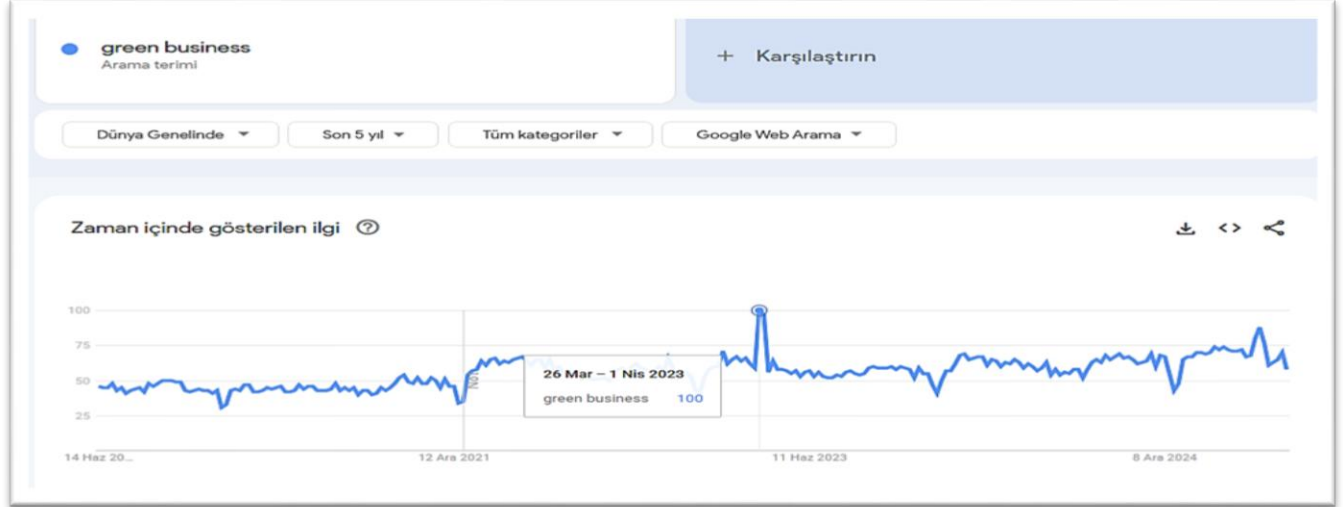
Koca ve Tunçay (2022) Google Trends analizi ve X (Twitter) platformundan elde edilen tweetler aracılığı ile duygu analizini gerçekleştirdikleri metaverse kavramına olan ilginin gün geçtikçe arttığı ve çoğunlukla pozitif ifadeler ile anıldığı sonucuna varmışlardır.

Rousseau ve Deschacht (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmada COVID-19 krizi esnasında toplumun doğal çevre konusundaki farkındalığını ölçmek için Google Trends uygulamasını kullanılmıştır. Araştırma sonucunda COVID-19 krizinin toplumun doğal çevreye karşı farkındalığını etkilemediği gözlemlenmiştir.

Samirkaş (2020) Bitcoin fiyatları ile popülerliği arasındaki nedensellik ilişkisini incelemek için Google Trends uygulaması kullanmıştır. Araştırma sonucunda Bitcoin fiyatlarındaki değişimin Bitcoin popülerliğini artırdığı gözlemlenmiştir.

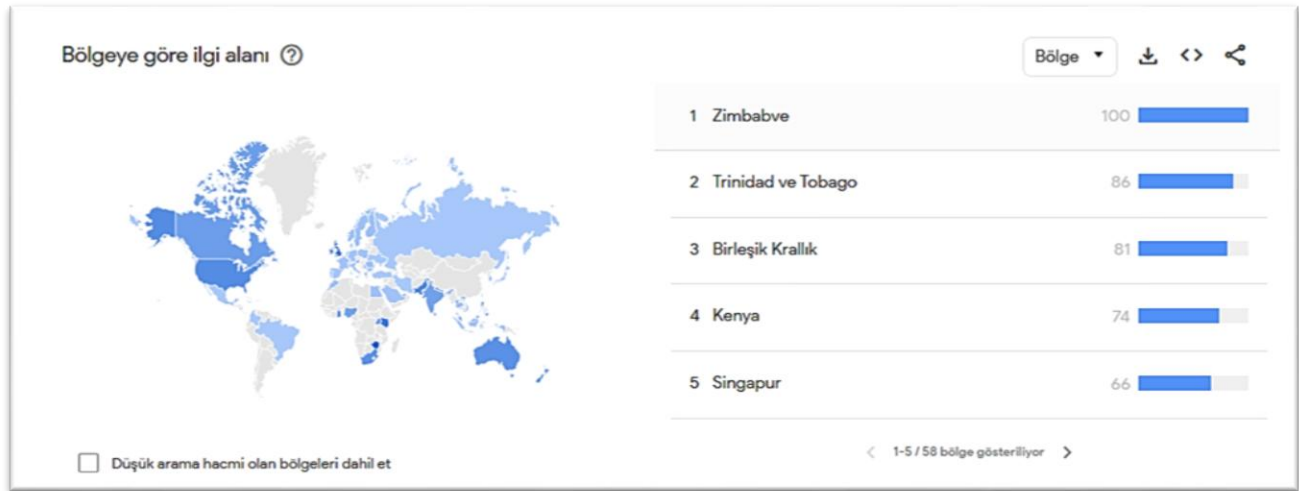
2.2. Google Trends ile Popülerlik Analizi

Araştırmada, Google Trends uygulamasından 18.06.2025 tarihinde son 5 yıl içerisinde, dünya genelinde ve tüm kategorilerde yapılan Google aramaları baz alınmıştır.



Şekil 1. Yeşil İşletme Kavramının Arama Hacmindeki Değişim

Google Trends uygulamasında yeşil işletmenin popülerliğini analiz etmek için “green business” kavramı kullanılmıştır. Analiz dünya genelinde son 5 yılda gerçekleştirilen Google aramalarından oluşan verileri sunmaktadır. Bu analize göre, 2020 yılından bu yana yeşil işletme kavramı 26 Mart – 1 Nisan 2023 tarihleri arasında popülerliğinin maksimum seviyesinde, 20 Aralık – 26 Aralık 2020 tarihleri arasında ise popülerliğinin minimum seviyesinde olduğu gözlemlenmektedir. Popülerliğinin ani bir şekilde arttığını söyleyebileceğimiz tek aralık 25 Mart - 9 Nisan 2023 tarihleri arasındaki zaman dilimidir.



Şekil 2. Yeşil İşletme Kavramının Arama Hacminin En Yüksek Olduğu Ülkeler

Yeşil işletme kavramının en popüler olduğu ülkenin Zimbabve olduğu ve Trinidad ve Tobago ve Birleşik Krallık popülerliğin ilk 3 sırasını oluşturmaktadır.

Yeşil işletme kavramı ile birlikte işletmelerin yeşil olarak nitelendirilebilmesi için gereken bütünlüğü sağlanabilmesi adına işletme fonksiyonlarından yönetim, üretim, pazarlama, insan kaynakları ve muhasebe alanlarında da yeşil düşünceyi benimsemesi gerektiğini vurgulamıştık. Bu doğrultuda yeşil yönetim, yeşil üretim, yeşil pazarlama, yeşil insan kaynakları ve yeşil muhasebe kavramlarının da Google Trends analizleri aşağıdaki gibidir:



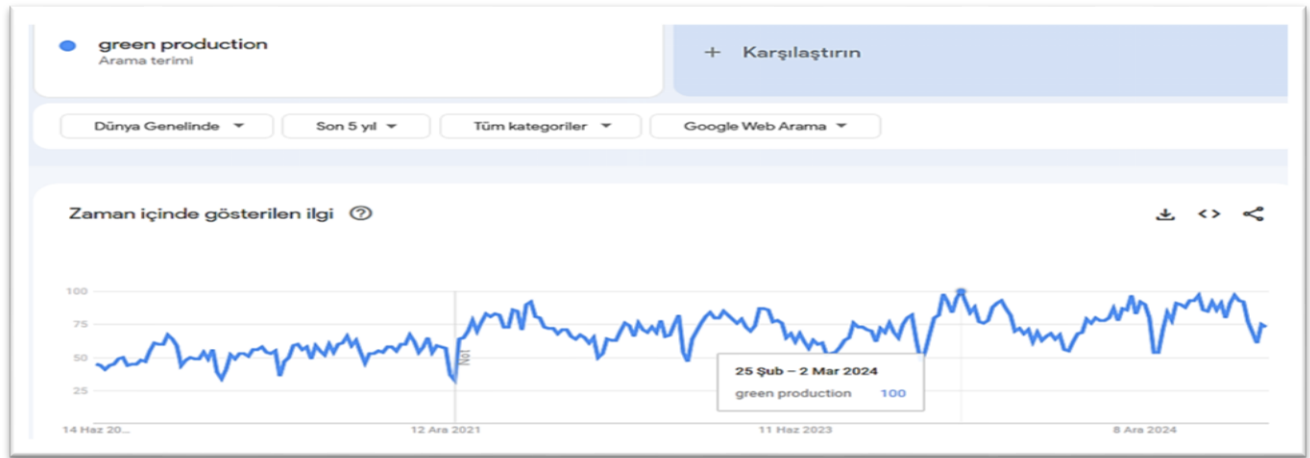
Şekil 3. Yeşil Yönetim Kavramının Arama Hacmindeki Değişim

Yeşil yönetim kavramının popülerliği 2021 yılının sonlarında düşüş göstermiştir. Kavramın en popüler olduğu tarih aralığı ise 4 Mayıs – 10 Mayıs 2025 olmakla beraber güncel olarak yeşil yönetim kavramının popüler olduğunu söyleyebiliriz.



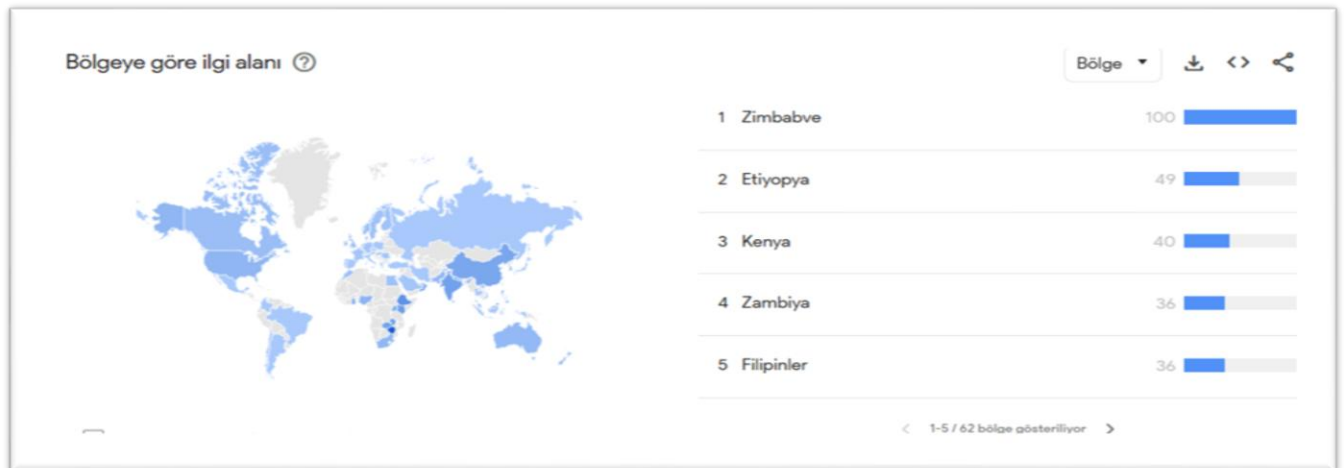
Şekil 4. Yeşil Yönetim Kavramının Arama Hacminin En Yüksek Olduğu Ülkeler

Yeşil yönetim kavramının ülkelere göre popülerlik sıralamasında yeşil işletme de olduğu gibi ilk sırada Zimbabve yer almaktadır. İkinci sırada Sri Lanka ve üçüncü sırada ise Etiyopya olduğu görülmektedir.



Şekil 5. Yeşil Üretim Kavramının Arama Hacmindeki Değişim

Yeşil üretim kavramının popülerliği hakkında incelediğimiz 5 yıllık verilere dayanarak, inişleri çıkışları olsa da yolun sonunda popülerliğini geri kazandığını söyleyebiliriz. Yeşil yönetimde olduğu gibi yeşil üretim kavramında da 2021 yılının sonunda popülerlik azalışı meydana gelmiş fakat 2022 yılı başında popülerliğini geri kazanmaya başlamıştır. 2023 yılında popülerliğinde çok sık düşüşler yaşansa da 2024 yılının 25 Şubat – 2 Mart haftasında popülerliği zirve yapmıştır. Halen daha inişleri çıkışları devam etse de 27 Nisan – 3 Mayıs 2025 tarihinde yüksek popülerliğe ulaşmıştır. Yakın tarihlerde popülerliğinde düşüş gözlemlense bile artış eğiliminde olduğu gözlemlenmektedir.



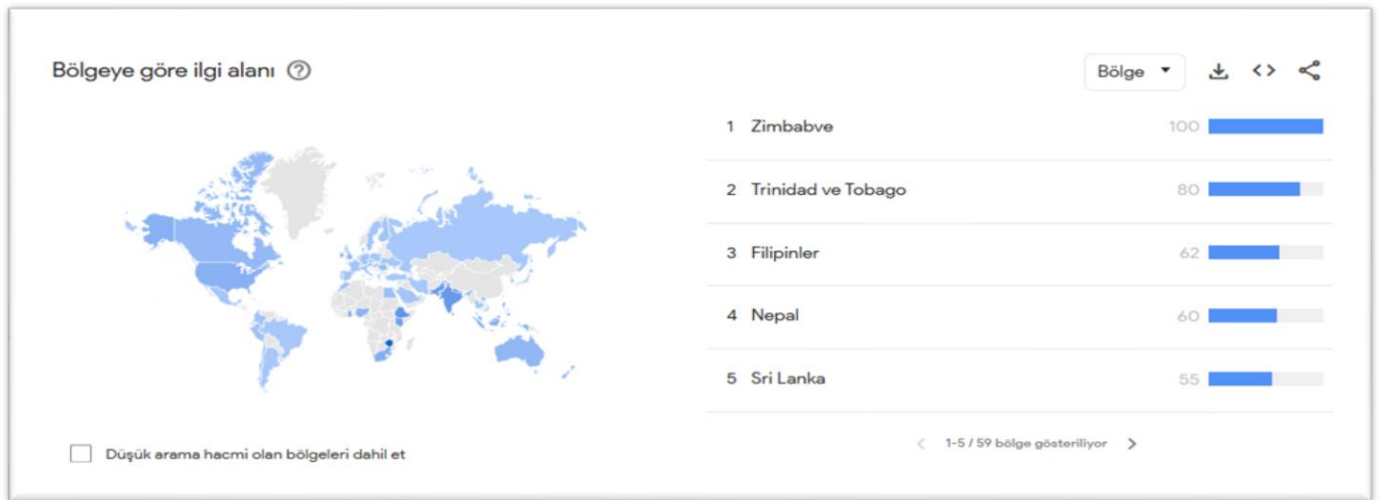
Şekil 6. Yeşil Üretim Kavramının Arama Hacminin En Yüksek Olduğu Ülkeler

Yeşil üretimin en popüler olduğu ülkeler Zimbabve, Etiyopya, Kenya, Zambiya ve Filipinler olduğu gözlemlenmiştir. Fakat diğerlerinden farklı olarak ilk sırada yer alan Zimbabve ile ikinci sırada yer alan ülke (Etiyopya) arasında oransan olarak ciddi fark gözlemlenmektedir.



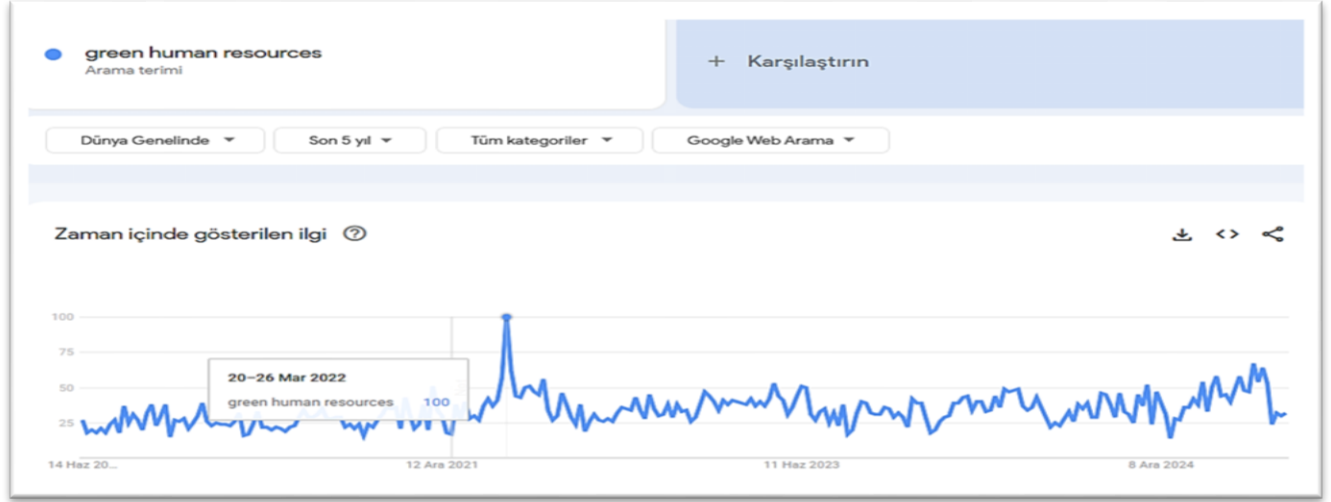
Şekil 7: Yeşil Pazarlama Kavramının Arama Hacmindeki Değişim

Yeşil pazarlama kavramının 5 yıllık popülerliği incelendiğinde 2021 ve 2024 yıllarının sonlarında düşüş yaşandığı görülmektedir. Fakat son 5 yıl içinde 2025 Mayıs ayının başında ani bir çıkış ile maksimum popülerliği yakaladığı gözlemlenmektedir.



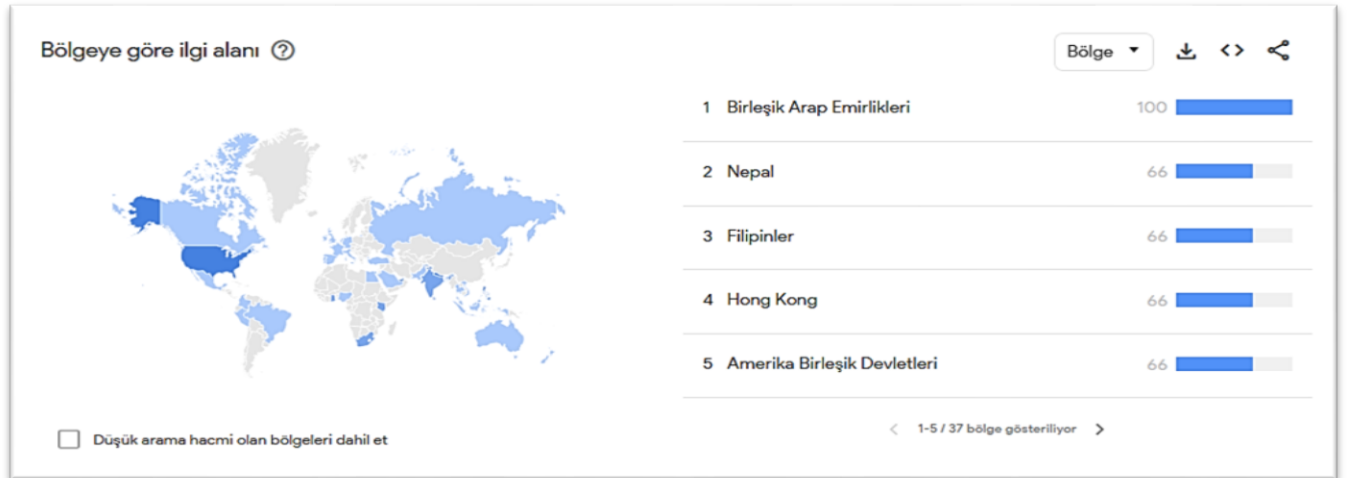
Şekil 8: Yeşil Pazarlama Kavramının Arama Hacminin En Yüksek Olduğu Ülkeler

Yeşil pazarlama kavramının ülkelere göre popülerlik sıralamasının başında diğer kavramlar ile aynı olan Zimbabve yer almaktadır. Bu sıralamanın ikinci sırasında Trinidad ve Tobago, üçüncü sırasında ise Filipinler yer almaktadır. Filipinler ile oransal olarak çok fark olmamakla beraber Nepal dördüncü sırada, Sri Lanka ise beşinci sırada yer almaktadır.



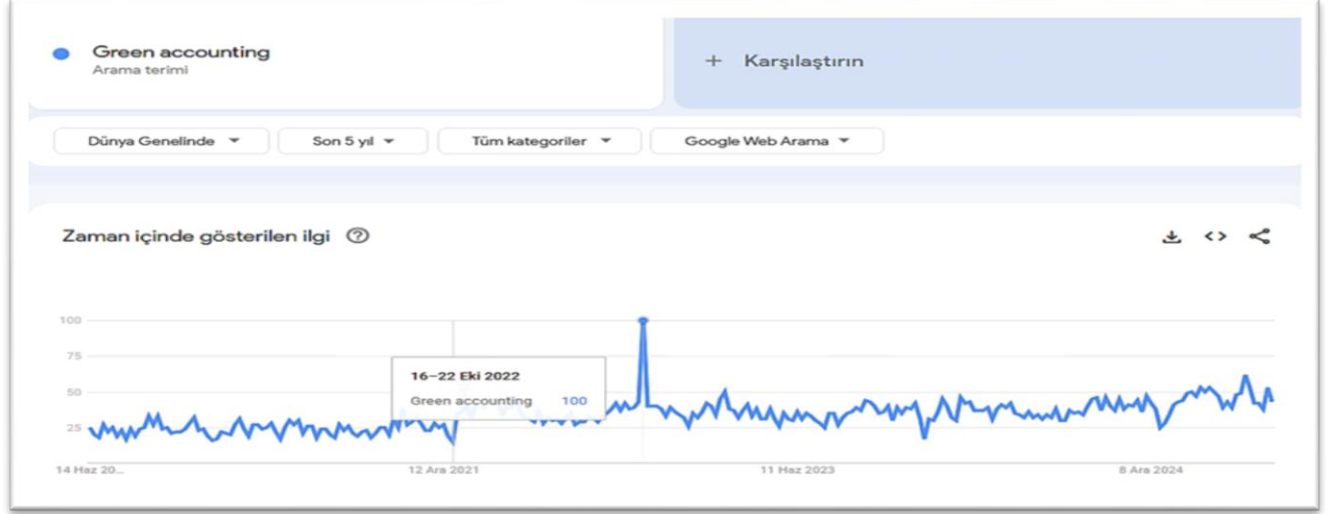
Şekil 9: Yeşil İnsan Kaynakları Kavramının Arama Hacmindeki Değişim

Yeşil insan kaynakları kavramı 20 – 26 Mart 2022 tarihleri arasında ani bir şekilde popülerlik artışı yaşayarak popülerlik seviyesi maksimum düzeye çıkmıştır. Genel anlamda incelediğimiz kavramlar kadar popüler olmadığı gözlemlenen yeşil insan kaynakları kavramının 2021 yılının sonunda en düşük popülerliğe sahipken 2022 Mart ayının sonlarında maksimum popülerliğe ulaşması dikkat çekici bir durum olarak görülmektedir.



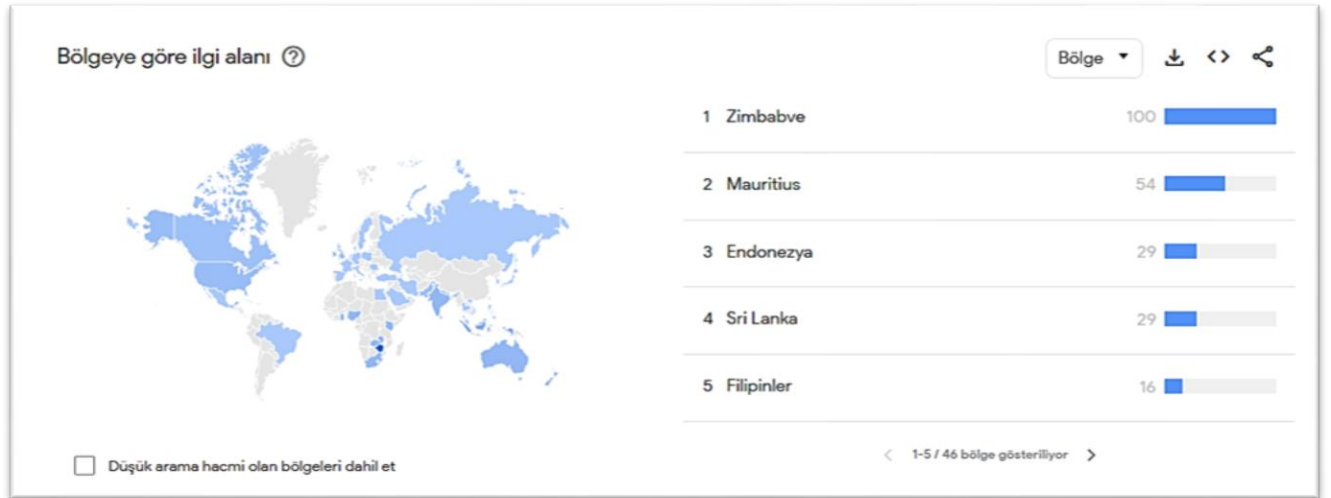
Şekil 10: Yeşil İnsan Kaynakları Kavramının Arama Hacminin En Yüksek Olduğu Ülkeler

Yeşil insan kaynakları kavramının en popüler olduğu ülkeler Birleşik Arap Emirlikleri ve Nepal olduğu gözlemlenmektedir. Bu iki ülkenin paylaştığı birinci sıradan sonra oransal olarak ciddi sayılabilecek bir farkla beraber eşit oranlara sahip Filipinler, Hong Kong ve Amerika Birleşik Devleti'nin de ikinci sırada yer aldığını söyleyebiliriz.



Şekil 11. Yeşil Muhasebe Kavramının Arama Hacmindeki Değişim

Yeşil muhasebe kavramı 2021 yılı sonunda popülerliğinin en düşük dönemini, 16 – 22 Ekim 2022 tarihinde ise en yüksek dönemini yaşadığı gözlemlenmektedir. Bu kavramın popülerliğinde genel itibari ile çok yüksek seyretmemekle beraber orta seviyelerde küçük düşüşler ve yükselmeler yaşandığı gözlenmektedir.



Şekil 12. Yeşil Muhasebe Kavramının Arama Hacminin En Yüksek Olduğu Ülkeler

Ülkeler açısından yeşil muhasebenin popülerliğinde diğer kavramlarda da sıkça rastladığımız Zimbabwe birinci sırada yer almaktadır. Sıralama; Mauritius, Endonezya ve Sri Lanka son olarak ise Filipinler şeklindedir.

3. SONUÇLAR

Yapılan analizler sonucunda genel anlamda işletmelerde sürdürülebilirlik alanındaki ilgi dünya gündemi ile dalgalanmalar yaşasa da popüler olduğu gözlemlenmiştir.

Yeşil işletme kavramı 2020 yılında pandeminin dünya gündeminin merkezine yerleşmesi ve etkilerinin çok yüksek hissedilmesi sebebiyle işletmelerin temel ve de çoğunlukla da tek gayesinin varlıklarını sürdürebilmek olduğu görülmüştür. Bu durumda yeşil işletme kavramlarında 2020 yılı Aralık ayında popülerlik düşüşleri gözlemlenmiştir. Kavramın popülerliğinin en yüksek olduğu 2023 yılına baktığımızda Birleşmiş Milletler tarafından ilan edilen “Sıfır Atık Günü” ve Su Konferansının düzenlenmesi ayrıca yakın tarihte gerçekleşecek olan Sürdürülebilirlik Liderliği Zirvesi’nin gündemde olduğu görülmektedir. Bu hadiselerin yeşil işletme kavramının popülerliğini artırdığı söylenebilmektedir.

2021 yılında yaşanan enerji krizi ile beraber enerji fiyatları rekor seviyelere ulaştı (Öztürk,2022;11). Yaşanan bu kriz, enflasyonda yaşanan yükselme, Kanada, ABD, Filipinler gibi ülkelerde yaşanan doğal afetler ve yaşanan can kayıpları ayrıca devam eden pandemi süreci ile beraber yeni varyantların (Omicron) ortaya çıkması toplumda endişe uyandırmıştır. Bu sebeple değişen gündem ile incelediğimiz yeşil yönetim, yeşil üretim, yeşil pazarlama, yeşil insan kaynakları kavramlarında 2021 yılında popülerlik düşüşü yaşandığı düşünülmektedir.

Yeşil yönetim kavramı, içinde bulunduğumuz 2025 yılında popülerliğinin maksimum seviyesine ulaşmıştır. Buna etkisi olan olayın ise; EarthX2025 konferansı olduğu söylenebilir. Ayrıca Green Hydrogen Summit – Abu Dhabi Sustainability Week (ADSW) Zirvesi ve World Circular Economy Forumu gündemi etkileyerek yeşil konseptinde popülerlik artışlarına neden olduğundan bahsetmek mümkündür.

Yeşil üretimin maksimum popülerliğe ulaştığı dönemi incelediğimizde sürdürülebilirlik ve yeşil üretim konularını gündemine alan Dünya Ekonomi Formu (WEF) toplantısının gerçekleştiği görülmektedir. Bu toplantı yeşil üretim kavramına popülerlik kazandırdığı düşünülmektedir.

2022 yılında düzenlenen COP27 İklim Zirvesi, COP15 Biyoçeşitlilik Zirvesi ve Birleşmiş Milletler Genel Kurulu tarafından düzenlenecek olan Stockholm+50 Konferansı yeşil muhasebe ve yeşil insan kaynakları kavramında popülerlik artışına sebep oldukları söylenebilmektedir. Yeşil insan kaynakları kavramındaki artışın nedenlerine Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi ve BM Çevre Meclisi’nin beşinci oturumu (UNEA-5) gerçekleştirilmesi eklenebilmektedir. Bu etkinlikler yeşil muhasebe kavramının popülerlik artışına da etki etme ihtimali olmakla birlikte daha çok yeşil insan kaynakları kavramının popüler olduğu zaman dilimine yakın bir tarihte gerçekleştikleri için daha çok yeşil insan kaynakları kavramına etkilerinin olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 1: Bölgesel Popülerlik Yoğunluğu Açısından Ülke Sıralamalar

	Yeşil İşletme	Yeşil Yönetim	Yeşil Üretim	Yeşil Pazarlama	Yeşil Kaynakları	İnsan	Yeşil Muhasebe
1	<i>Zimbabve</i>	<i>Zimbabve</i>	<i>Zimbabve</i>	<i>Zimbabve</i>	<i>Birleşik Emirlikleri</i>	<i>Arap</i>	<i>Zimbabve</i>
2	<i>Trinidad ve Tobago</i>	<i>Sri Lanka</i>	<i>Etiyopya</i>	<i>Trinidad ve Tobago</i>	<i>Nepal</i>		<i>Mauritius</i>
3	<i>Birleşik Krallık</i>	<i>Etiyopya</i>	<i>Kenya</i>	<i>Filipinler</i>	<i>Filipinler</i>		<i>Endonezya</i>
4	<i>Kenya</i>	<i>Kenya</i>	<i>Zambiya</i>	<i>Nepal</i>	<i>Hong Kong</i>		<i>Sri Lanka</i>
5	<i>Singapur</i>	<i>Singapur</i>	<i>Filipinler</i>	<i>Sri Lanka</i>	<i>Amerika Birleşil Devletleri</i>		<i>Filipinler</i>

Kavramların bölgelere göre popülerlik yoğunluğu incelendiğinde neredeyse tüm kavramlarda ilk sırada yer alan Zimbabve Cumhuriyeti olmuştur. Bu sonuç doğrultusunda Zimbabve için, işletmelerinde sürdürülebilirliğe oldukça önem veren ve farkındalığı yüksek bir ülke olduğu sonucuna varabilmekteyiz. Zimbabve, incelenen kavramların yalnızca yeşil insan kaynaklarında yer almamaktadır. Buradan Zimbabve için yeşil insan kaynakları kavramına gereken önem verilmedikleri ya da bu kavramı tam anlamıyla tanıyamadıkları sonucuna varabiliriz.

Genel olarak baktığımızda, dünya genelinde gerçekleştirilen çevreci etkinlikler neticesinde yeşil işletme ve fonksiyonlarına olan ilginin arttığı gözlemlenmektedir. Yeşil işletmeler için, popülerlikleri gündemde yaşanan olaylardan etkilenerek dalgalanmalar yaşasa da genel itibari ile popülerliklerini sürdürdüklerini gözlemlenmektedir. Çalışma, gerçekleştirilen etkinliklerin etkisini ölçebilmek için de oldukça önemli bilgiler sunmaktadır.

Bu çalışma, 5 yıllık zaman diliminde gerçekleştirildiğinden sınırlı kaldığı söylenebilir. Araştırma kapsamının genişletilebilmesi için zaman dilimi uzatılabilir ya da zaman dilimi daha kısa tutularak yaşanan dalgalanmaların nedenleri daha net bir şekilde ele alınabilmektedir. Yapılabilecek bir diğer öneri ise Google Trends uygulamasının karşılaştırma bölümü kullanılarak kavramın dünya genelindeki popülerliği ile Türkiye'deki popülerliği arasında karşılaştırma yapılarak Türkiye'nin bu alandaki durumu araştırılabilmektedir.

KAYNAKÇA

- Alzu'bi, R. M., Kontor, E., & Kovács, S. (2025). A Qualitative Study Of Using Green Marketing Practices Within Jordanian Food Companies: A Content Analysis Approach. *Discover Sustainability*, 6(430), 1-14.
- Ankara, Y. (2025). Sürdürülebilirlik Kavramının Duygu ve Google Trends Analizi. *Journal of Sustainability, Management & Economics*, 1(1), 26-40.
- Arı, E. S., & Ergin, E. (2018). Sürdürülebilir İşletme Olma Yolunda Çözüm Önerileri. *Bitlis Eren Üniversitesi Akademik İzdüşüm Dergisi*, 3(4), 1-18.
- Atay, L., & Dilek, E. (2013). Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: Ibis Otel Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 203-219.
- Čekanavičius, L., Bazytė, R., & Dičmonaitė, A. (2014). Green Business: Challenges And Practices. *Ekonomika*, 93(1), 74-88.
- Çabuk, S., Nakıboğlu, B., & Keleş, C. (2008). Tüketicilerin Yeşil (Ürün) Satın Alma Davranışlarının Sosyo-Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1), 85-102.
- Çavuş, M. F., & Tancı, N. (2013). Yeşil İşletme Ve Çevre Yönetim Sistemleri. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 48(1), 73-82.
- Endiana, I. D., Dicriyani, N. L., Adiyadnya, M. S., & Putra, I. P. (2020). The Effect of Green Accounting on Corporate Sustainability and Financial Performance. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(12), 731-738.
- Ergin, H., & Okutmuş, E. (2007). Çevre Muhasebesi: Çevre Maliyetleri Ve Çevre Raporlaması. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(1), 131-152.
- Eser, N., & Kanca, B. (2022). Google Trendler Verileri İle Ekoturizm Kavramının İncelenmesi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(2), 798-814.
- Hosain, M. S., & Rahman, M. S. (2016). Green Human Resource Management: A Theoretical Overview. *IOSR Journal of Business and Management*, 18(6), 54-59.
- Karalar, R., & Kiracı, H. (2011). Çevresel Sorunlara Karşı Bir Çözüm Önerisi Olarak Sürdürülebilir Tüketim Düşüncesi. *Dympupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(30), 63-76.
- Kırılmaz, S. K., & Tekdemir, Y. (2022). Yeşil İşletmecilik Uygulamalarının Örnek Olaylarla İncelenmesi. *Journal of Business and Trade (JOINBAT)*, 3(2), 207-223.
- Koca, G., & Tunçay, Ş. (2022). Metaverse Kavramı: Google Trends ve Duygu Analizi. Yönetim ve Strateji Alanında Yaşanan Gelişmelere Akademik Yorumlar (pp.147-156). Ekin Yayınevi.
- Kocabıyık, T., Teker, T., & Aksoy, E. (2020). Google Trends 'Dolar' Aramaları ile Dolar Kuru Arasındaki İlişkinin Keşfi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*(6), 258-271.

- Korkmaz, M., & Gültekin, Z. (2023). "Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimi" Başlıklı Çalışmaların Web of Science Veri Tabanına Dayalı Bibliyometrik Analizi. *Uluslararası Beşeri Bilimler Ve Eğitim Dergisi*, 9(20), 461-481.
- Kurt, Z., & Çakıcı, A. (2025). İşletmelerde İsrarla Mücadelede Yeşil Yönetim Uygulamalarının Rolü. *Gaziantep University Journal Of Social Sciences*, 24(1), 294-311.
- Loknath, Y., & Azeem, B. A. (2017). Green Management – Concept and Strategies. *In National Conference on Marketing and Sustainable Development*, 13(14), 688-702.
- Mandip, G. (2012). Green HRM: People Management Commitment to Environmental Sustainability. *Research Journal of Recent Sciences*, 1, 244-252.
- Maruthi, G. D., & R, R. (2015). Green Manufacturing: It's Tools and Techniques that can be implemented in Manufacturing Sectors. *Materials Today: Proceedings*, 2(4-5), 3350-3355.
- McAusland, C. (2008). Trade, politics, and the environment: Tailpipe vs. smokestack. *Journal of Environmental Economics and Management*, 55, 52-71.
- Nemli, E. (2011). Çevreye Duyarlı Yönetim Anlayışı. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*(23-24), 211-224.
- Opatha, H. H., & Arulrajah, A. A. (2014). Green Human Resource Management: Simplified General Reflections. *International Business Research*, 7(8), 101-112.
- Orji, I., & Wei, S. (2016). Detailed Calculation Model For Costing Of Green Manufacturing. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 65-86.
- Önel, B. (2021). İşletmelerin Yeşil Yönetim Algıları Ve Sürdürülebilirlik Bilinci. *Uluslararası Afro-Avrasya Araştırmaları Dergisi*, 6(11), 21-33.
- Özcan, H., & Özgül, B. (2019). Yeşil Pazarlama Ve Tüketicilerin Yeşil Ürün Tercihlerini Etkileyen Faktörler. *Türkiye Mesleki Ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 1-18.
- Öztürk, B. (2022). 2021'in Başlıca Enerji ve İklim Olayları. *Synergy-Bilkent Enerji Politikaları Araştırma Merkezi Bülteni*.
- Pahuja, M. M. (2013). Green Marketing - A Conceptual Study. *International Journal Of Engineering Research & Technology (Ijert)*, 1(2).
- Peattie, K. (2001). Towards Sustainability: The Third Age of Green Marketing. *The Marketing Review*, 2, 129-146.
- Purwandani, J. A., & Michaud, G. (2021). What are the drivers and barriers for green business practice adoption for SMEs? *Environment Systems and Decisions*, 41, 577-593.
- Rousseau, S., & Deschacht, N. (2020). Public Awareness Of Nature And The Environment During The COVID-19 Crisis. *Environmental And Resource Economics*, 76, 1149-1159.

- Sangwan, K. S., & Choudhary, K. (2018). Benchmarking Manufacturing Industries Based On Green Practices. *Benchmarking: An International Journal*, 25(6), 1746-1761.
- Shrivastava, S., & R.L, S. (2017). A Systematic Literature Review On Green Manufacturing Concepts In Cement Industries. *International Journal Of Quality & Reliability Management*, 34(1), 68-90.
- Soylu, K., & Uçkun, S. (2019). Yeşil İşletmecilik Uygulamaları Ve Yeşil Muhasebe İlişkisi. In *International Congress Of Management Economy And Policy 2019 Autumn Proceedings Book* .
- Süklüm, N. (2019). Yeşil Muhasebe Farkındalığının Sosyal Sorumluluk Çerçevesinde Analizi: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Örneği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*(84), 95-112.
- Şenocak, B., & Bursalı, Y. M. (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), 161-183.
- Tam, H., & Taruna, D. (2016). Green management: Road to sustainability & corporate efficiency. *International Journal of Applied Research*, 2(1), 586-590.
- Tüyen, Z. (2020). İşletmelerde Sürdürülebilirlik Kavramı Ve Sürdülebilirliği Etkileyen Etmenler. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(37), 91-117.
- Usta, G. (2022). Google Trend Özelinde Kullanıcıların Afetlere Yönelik İlgi Düzeylerinin Belirlenmesi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*(13), 96-118.
- Yavuz, A. (2010). Sürdürülebilirlik Kavramı Ve İşletmeler Açısından Sürdürülebilir Üretim Stratejileri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(14), 63-86.
- Yelgen, E. (2022). Yeşil Muhasebe Ve Uygulama Örnekleri Üzerine Bir Çalışma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*(Özel Sayı), 100-126.
- Yıldız, B., & Çavdar, E. (2020). Yeşil Üretimin Çevresel Ve Ekonomik Performans Üzerindeki Etkisinde Ters Lojistiğin Aracı Rolü. *İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırma Dergisi*, 9(3), 2326-2349.
- Yılmaz, A., & Bozkurt, Y. (2011). Avrupa Birliği'ne Uyum Sürecinde Türk Kamu ve Özel İşletmelerinin Çevreye Duyarlılığı Üzerine Bir Uygulama: İSO 500 Örneği. *YÖNETİM VE EKONOMİ*, 18(1), 1-18.
- Yücel, G. (2020). *Sürdürülebilirlik - Nasıl Tasarlayacağız ?* Işık Üniversitesi Açık Erişim.
- Yücel, M., & Ekmekçiler, S. (2008). Çevre Dostu Ürün Kavramına Bütünsel Yaklaşım; Temiz Üretim Sistemi, Eko- Etiket, Yeşil Pazarlama. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(26), 320-333.