

(Derleme)

TÜKETİCİ PERSPEKTİFLİ SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM ÇALIŞMALARI: ULUSAL ALANYAZINDAKİ ÇALIŞMALAR ÜZERİNE SİSTEMATİK DERLEME ÇALIŞMASI¹

Banu ATREK²

Canan MADRAN³⁴

ÖZ

Tüketiciler, sürdürülebilir tüketimin en önemli aktörlerinden olup, sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında önemli role sahiptir. Dolayısıyla, sürdürülebilir tüketim çalışmaları, tüketicilerin sürdürülebilirlik yolunda nasıl yönlendirilebileceği hakkında işletmelere ve uygulayıcılara önemli ipuçları vermektedir. Çalışmanın amacı, Türkiye’de “tüketici perspektifinden” sürdürülebilir tüketim yazınının kapsamını ve gelişimini tespit etmektir. Bunun yanı sıra, şimdiye kadar Türkiye’de bu konuda yapılan uygulamalı çalışmalarda araştırılan değişkenlerin nasıl bir eğilim göstermekte olduğunun belirlenmesi de araştırmanın temel amaçlarından bir tanesidir. Ulusal alanyazınında yer alan 69 makale, 9 bildiri, 3 doktora tezi ve 7 yüksek lisans tezi analiz edilerek bir sistematik derleme çalışması gerçekleştirilmiştir. Davranış (değerler) / Niyet (tutum, algılanan elde edilebilirlik, algılanan tüketici etkinliği) / Eğilim (demografik değişkenler) / Tutum (demografik değişkenler) / Çevrecilik ve Bilinç (demografik değişkenler), yapılan analiz neticesinde en sık araştırılan değişken kategorileri seti olarak bulunmuştur. Çalışmanın, bu konuda ülkede yapılmış ilk derleme çalışması olmasının ve konunun bütüncül bir yapıyla ele alınmasının bu çalışmanın önemini arttırdığına inanılmakta ve. Türkiye’de sürdürülebilir tüketim alanında bir referans kaynak olması umut edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sistematik derleme, sürdürülebilir tüketim, tüketici, yazın taraması

1 Bu çalışma 6-8 Ekim 2016 tarihinde Dumlupınar Üniversitesi’nde düzenlenen 21. Pazarlama Kongresi’nde sunulmuştur.

2 Yrd.Doç.Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, banu.atrek@deu.edu.tr

3 Prof.Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, canan.madran@deu.edu.tr

4 İletişim Yazarı / Corresponding Author: canan.madran@deu.edu.tr

Geliş Tarihi / Received: 25.10.2016 Kabul Tarihi / Accepted: 27.12.2016

STUDIES OF SUSTAINABLE CONSUMPTION FROM CONSUMER PERSPECTIVE: A SYSTEMATIC REVIEW ON TURKISH LITERATURE

ABSTRACT

Consumers as prominent actors of sustainable consumption, have an important role in achieving sustainable development. Therefore, researches on sustainable consumption provide clues to firms or practitioners on diverting consumers on the way to sustainability. The overall aim of this study is to determine the scope and the development of studies on sustainable consumption with “consumer” perspective in Turkey. Moreover, another major objective is to identify the trend pattern of the variables used in applied researches conducted so far in the field in Turkish literature. Hence, 69 articles, 9 papers published in conference proceedings, 3 PhD Thesis and 7 master’s thesis are analyzed within a systematic review. The most frequently studied variable category set is found as: Behavior (values) / Intention (attitude, perceived availability, perceived consumer effectiveness) / Propensity (demographic variables) / Attitude (demographic variables) / Environmentalism and Consciousness (demographic variables). Being a pioneer study as a systematic review in the field and embracing a holistic approach is believed to increase the significance of this research. Furthermore, it is hoped that this study will be a reference source for the future researches.

Keywords: Systematic review, sustainable consumption, consumer, literature review

1. Giriş

Dünyanın bir bölümünde doğal kaynakların hızla tüketilmesi diğer taraftan, bazı bölgelerde temel gereksinimlerin bile karşılanamaması, doğanın hızla kirlenmesi, küresel ısınma, gelir adaletsizliği gibi sosyal ve çevresel sorunlar sürdürülebilir tüketim çalışmalarının temel kaynağını oluşturmaktadır. Bu çalışmaların önemli bir bölümü de sürdürülebilirlik olgusunun temel aktörleri olan tüketicilere odaklanmaktadır.

Sürdürülebilir tüketim alanındaki araştırmalar ve bunların politika ve uygulamalarla topluma yansımaları, sonuçların bilinmesi, özellikle araştırmaların üzerinde yapıldığı coğrafya ve toplum için çok faydalı olacaktır. Bu çalışmalar, sürdürülebilir tüketim yönünden işletme ve pazarlama alan yazınındaki yeni ve yenilenmiş teorileri, yaklaşımları, kavramları, metotları ve çerçeveleri keşfetmek, örnek olay bilgileri ile mevcut durumları aydınlatmak, tüketiciler ve uygulamacılar için yol haritaları sunabilmek için çok önem taşımaktadır.

Bu önemli rolü içinde, sürdürülebilir tüketim teorilerinin ve uygulamalı çalışmaların ulusal alan yazınında ve fikir dünyasında hangi aşamada olduğu merak edilmektedir. Bu nedenle, sürdürülebilir tüketim yönlü ve tüketici odaklı çalışmaların incelenmesine ve ülkemizde bu alanda yapılmış uygulamalı çalışmalarda kullanılan değişkenlerin değerlendirilmesine gerek duyulmuştur. Çalışmanın amacı, Türkiye’de “tüketici perspektifli” sürdürülebilir tüketim yazınının kapsamını ve genişliğini tespit etmektir. Bu kapsamda bu çalışmada, sistematik derleme yöntemi ile ulusal alan yazınında şimdiye kadar yapılmış, kavramsal ve uygulamalı çalışmaların incelenip, analiz edilmesi ve tüketici yönlü çalışmalar bazında değerlendirmeler yapılması hedeflenmektedir. Bu amaçla çalışmada öncelikle, kavramsal alt yapıya yer verilmiş, çalışmanın yöntemi ve kapsamı açıklanmış, son olarak da bulgular raporlanarak tartışılmıştır.

2. Kavramsal Altyapı

Sürdürülebilir kalkınma, ilk kez tanımlandığı 1987 yılından itibaren özellikle gelişmiş ekonomilerde, daha sonra da gelişmekte olan ülke ve piyasalarda geniş kapsamlı kabul görmüş bir kalkınma modeli önerisidir (WCED, 1987). Bu model son otuz yılda ekonominin ve kalkınmanın çeşitli alt alanlarında hızla yayılarak tartışılmış ve pek çok yeni kavramın, teori ve pratiklerin ortaya çıkmasına ve denenmesine neden olmuştur. Sürdürülebilir kalkınma modelinin temel oyuncularının yer aldığı işletmecilik alanında da, 1990 sonrasında sürdürülebilir işletmecilik, sürdürülebilir üretim, sürdürülebilir tüketim, sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi vb. gibi pek çok yeni teori ve uygulamalar geliştirilmiştir. Bütün bu kavramların tanımlayıcısı olarak sürdürülebilirlik “sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması ve toplumun buna

yönlendirilmesi sürecinde, kavramın anlaşılması ve daha iyi iletilmesini sağlayacak eşgüdömlü ara bağlantılar” olarak tanımlanmıştır (Glavic ve Lukman, 2007).

İşletmecilik anlayışında ve uygulamalarında mutlak bir düşünsel ve davranışsal dönüşüm yapılması gereği, tüm bu çalışmaların ortak yaklaşımı olmuştur. Yirminci Yüzyılın son yıllarında var olan mevcut işletmecilik, pazarlama, üretim ve tüketim modelleriyle, dünyanın kıt kaynaklarını yok ederek ve özellikle geri dönülemez bir iklim krizine yol açarak, küresel büyümenin ve gelişmenin mümkün olmayacağı, hemen bütün bu çalışmalarda dile getirilmiştir (Victor ve Jackson, 2015). Bu dönüşüm ihtiyacının temel nedenleri; özellikle insan eliyle yaratılan (antropojenik) iklim krizi ve küresel ısınma sorunu, hızlı ve geri dönülemez bio-çeşitlilik kaybı, enerji krizleri, artan gelir adaletsizliği problemi, artan fakirlik, artan nüfus, insan hakları ihlalleri, kitlesel hava/su/toprak kirliliği ve kaybı vb. çeşitli doğal ve sosyal problemlerin ortaya çıkmasıdır. Bu problemlerin önemli bir kısmı mevcut yönetim, üretim ve tüketim modelleri sonucunda oluşmakta ve zararları her geçen gün derinleşmektedir. Pek çok araştırmacı (Grant, 2010; Jackson, 2005) problemlerin çözümü için toplumun örgütlenme biçiminin bir paradigma değişimi ile dönüşmesi gerektiğini önermektedirler.

Bu yaklaşımın devamı olarak, “sürdürülebilir tüketim” de yeni bir toplumsal örgütlenme biçimi önerisi olarak yorumlanabilir. Sürdürülebilir tüketim ve üretim birlikte olarak ilk kez 1994 yılında Oslo’da yapılan bir sempozyumda tartışılmıştır⁵. Sürdürülebilir tüketim kavramı daha genel kabul gördüğü haliyle, “gelecek kuşakların ihtiyaçlarını da dikkate alarak, yaşam döngüsü bakış açısı ile doğal kaynakların, toksik maddelerin, atık salımının ve çevreyi kirletici maddelerin kullanımını en aza indirgerken, temel gereksinimleri karşılayan ve daha iyi bir yaşam kalitesi sunan malların ve hizmetlerin kullanımı” olarak tanımlanmıştır (OECD, 2002). Kavramın ilk kez açıklanması 90’lı yıllar olmasına rağmen, kavramın yaygın olarak çalışılması 2000’li yıllarda olmuştur.

Tüm tüketici davranışlarının satın alma içermediği açıktır; örneğın enerji tasarrufu ve seyahat, kaynak kullanımıyla ilgili davranışlardır. Geri dönüşüm ve kompostlama gibi hane yönetimi biçimlerini içeren tüketici davranışları da vardır. Elbette bütün bu davranışlar kaynak tüketimiyle doğrudan ve dolaylı ilişkili olmakla birlikte, bunları “yurttaş davranışı” olarak sınıflandırarak tüketici davranışı altında isimlendirmek uygun olacaktır (Jackson, 2005). Tüketici davranışını yurttaş yaklaşımıyla açıklayabilmek sürdürülebilirliğin dönüşümsel noktasıdır. Bu bağlamda sürdürülebilir tüketim sadece tüketicinin eğitilmesiyle gerçekleşebilecek bir hedef değildir; kanunlarla inisiyatiflerin desteklenmesi, işletmelerin sosyal sorumluluk programlarının tutundurulması, ve belki de en önemli olarak sürdürülebilir tüketime geçmeye çalışan toplulukların desteklenmesi gibi çok yönlü yaklaşımları

5 Oslo Roundtable on Sustainable Production and Consumption, 1994

gerektirir (Lee vd., 2015). Sürdürülebilir tüketim sadece en uygun ürünü seçmeye yönelik tüketici tercihi de değildir; bu dar bireysel bakış açısı, bireylerin sosyal düzeni yeniden yaratma rolünü göz ardı edecek ve sadece buzdağının görünen kısmını gösterecektir. Toplumsal pratiklerin bir parçası olarak tüketimi yeniden yapılandırmak, günlük tüketim yapılarının sosyo-kültürel ve sosyo-teknik kurgular içinde nasıl gömülü olduğunu ortaya çıkarabilecektir (Jaeger-Erben ve Offenberg, 2014). Bu yaklaşımla yazarlar, deneylerin yapılıp (yaşayan laboratuvarlar, uygulamalı araştırmalar gibi) açık uçlu süreçlerin kullanıldığı ve bunların önünü açacak, çoklu-bölümlü, çapraz-kesitli, disiplinler arası işbirliklerinin yapılmasını önermektedirler.

Heiskanen vd. (2014) sürdürülebilir tüketimi sosyal politikanın göreceli olarak yeni ve güçsüz alanı olarak tanımlamaktadır. Yazarlar, politika yapıcılarla araştırmacıların farklı bakış açıları nedeniyle, sürdürülebilir tüketim politikaları yapılırken, her zaman araştırma sonuçlarına uyulmayacağını da belirtmişlerdir. Yazarlara göre sosyal politikalar yapılırken ekonomi ve çevre bilimleri gibi daha teknik gösterge sonuçları kullanılmaktadır. Genellikle sosyal bilim araştırmaları bulguları biraz karmaşık, sonuca yöneltmeyen veya kolay uygulamaya alınamayacak tespitler olarak tanımlanmaktadır. Bu etkisiz yaklaşımın çözümü için Heiskanen vd. (2014) politika yapıcılarının, bilgi yaratılması sürecinde araştırmacılarla ortak çalışmalar içinde olması gerektiğini önermektedir. Sürdürülebilir tüketim yapısını örgütleyebilmek için bilgi paylaşan ve gerçek yaşam problemlerini araştıran bir yapı kurmak, izlenecek yol olmalıdır (Keller vd., 2016). Bu tespit, bu çalışmanın temel amacının belirlenmesinde esin kaynağı olmuştur.

Sürdürülebilir tüketim yaklaşımı, doğal gelişimi içinde sürdürülebilir kalkınma paradigmasına bağlı olarak geliştirilmiştir. Sürdürülebilir tüketim, bireylerin özel tüketim davranışlarında yapacakları politik ve çevreci tercihleri ile elde edecekleri “ekolojik yurttaşlığın” uygulanmasına ilişkin bir araçtır. Ekolojik yurttaşlık ise, yaptığımız tüketim davranışlarının, diğerleri üzerindeki ekolojik etkilerini azaltmayı hesaplayan ve nasıl yaşanılması gerektiğini sorgulayan bir kavramdır (Seyfang, 2005). Tanımlamalardan anlaşılacağı üzere sürdürülebilir tüketim kavramı, geleneksel tüketim anlayışına yeni bir boyut kazandırarak, kişilerin ihtiyaç ve isteklerinden çok, çevrenin ve toplumun yararını öne almaktadır.

Sürdürülebilir üretim ve sürdürülebilir tüketim yaklaşımları basitçe, üretim ve tüketimle ilgili tüm süreçlerin, çevresel olumsuz etkilerini devamlı minimize etmek ve sosyal yararları maksimuma çıkarmak amacıyla sistem geliştirme çabaları şeklinde özetlenebilir. Ekonomi, toplum ve çevreye yönelik olan bu yaklaşımlar, sürdürülebilir kalkınmanın temel stratejilerindedir. Her ikisinin içeriğinde yer alan temel düşünce ise ekonomik büyüme ve çevresel bozulma arasındaki ayırımı yapabilme, olumsuz çevresel etkiler oluşturmaksızın yaşam kalitesini artırma ve artan tüketim etkisini teknolojik ilerlemelerle ve verimlilik artışıyla önlemektir

(EEA, 2007). Bu nedenle alanın sınırları çok açıktır ve pek çok değişkeni içermelidir. Dolayısıyla kavramların derinlemesine anlaşılabilmesi için pek çok değişkenin bir arada incelenmesini gerektirir.

Bütün bu gelişmelerin ve tartişmaların içerisinde sosyal bilimler alanında çalışan araştırmacılar da birey, topluluk ve küresel toplum bazında adil ve sürdürülebilir bir gelecek yaratmak için gereksinim duyulan farkındalığı arttırmak, bilgi, beceri ve değerleri ilerletmek konusunda mesleki ve ahlaki sorumluluklar taşımalıdır. Bu bağlamda sürdürülebilir tüketim yaklaşımının, fikirlerinin, uygulamalarının ve değişkenleri arasındaki ilişkilerin, öncelikle yerel akademik araştırmalarda yeşermesi, tartişılması ve araştırılması beklenir. Ana bağlamın tüketim ve tüketici davranışı olması, konu ile öncelikle pazarlama ve davranış alanındaki araştırmacıların ilgilenmesine neden olmuştur. Jackson (2005) bu konudaki temel çalışmalardan birisi sayılan raporunda, sürdürülebilir tüketim konusunda yapılmış araştırmaların, ana akım hane halkı tüketimini, çevreci tüketim davranışının boyutlarını ve çevreci davranışa dönüşümdeki başarıların nasıl olabileceği konusundaki araştırmaları analiz etmiştir. Bu alandaki çalışmalar özellikle 1990'lı yıllar ve sonrasında yaygın olarak yapılmaya başlanmıştır. Sürdürülebilir tüketim çalışmalarının çok yeni çalışmalar olması şaşırtıcı değildir. Zira, Victor ve Jackson'ın (2015) yaptığı bir çalışmada, büyüme ve üretim-tüketim alanlarında sürdürülebilirliği hiçbir şekilde hedef olarak almayarak yapılan akademik çalışmaların da, tarihinin aslında çok eski olmadığı ve en fazla 1950'lere kadar gittiği belirtilmektedir. Bu açıdan bakıldığında, sürdürülebilir tüketim davranışı konusundaki araştırmaların boyutlarının ve sonuçlarının anlaşılması, toplumun tüketim yapılarının dönüşümünün kurgulanmasında tarihsel bir önem arz etmektedir.

3. Araştırmanın Metodolojisi

Bu bölümde, çalışmanın yöntemi detaylı olarak açıklanacaktır. Çalışmanın yapısı gereği araştırma detayları adım adım açık bir şekilde anlatılmaktadır.

3.1. Araştırma Soruları

Doğal kaynakların azalması, küresel ısınma, gelir dağılımı eşişsizliği, gibi dünyanın geleceğini yakından ilgilendiren konuların önemine bağlı olarak, son yıllarda sürdürülebilirlik üzerine yapılan çalışmalar dünyada ve Türkiye'de çeşitlenerek artmaktadır. Ancak, ulusal alan yazınında sürdürülebilirlik üzerine yapılmış olan çalışmaların değerlendirilmesine yönelik bir girişim henüz bulunmamaktadır. Bu durum göz önüne alındığında, konunun bütüncül bir şekilde ele alınıp, konu üzerinde gelinecek noktanın değerlendirilmesi, gelecek çalışmalara ışık tutması bakımından önem taşımaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, Türkiye'de "tüketici perspektifiyle sürdürülebilir tüketim" konusunda

yapılmış çalışmaları sistematik derleme yöntemi ile incelemek, tasnif etmek ve özetlemektir. Yapılan bu çalışma, Türkiye’de “sürdürülebilir tüketim” konusunda “tüketici perspektifinden” yapılmış uygulamalı çalışmalarda kullanılan değişkenleri ortaya koyarak, bu konuda ulusal alan yazınında gelinen noktayı değerlendirmeyi ve böylelikle araştırmaların kapsam ve gelişimini anlamayı ve ileriki çalışmalara yön göstermeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda oluşturulan araştırma soruları aşağıdaki gibidir:

- (1) *Alanda yapılmış olan çalışmalar hangi kurum ve bölgelerde gerçekleşmiştir?*
- (2) *Araştırma tasarım ve yöntemleri nelerdir, konu genel olarak nasıl araştırılmıştır?*
- (3) *Türkiye’de “sürdürülebilir tüketim” kapsamında “tüketici perspektifinden” yapılan uygulamalı çalışmalarda, araştırılan değişkenler nasıl eğilimler göstermektedir?*

3.2. Araştırma Yöntemi

Yazın taramaları, mevcut çalışmalar hakkında detaylı bilgiler vermekle birlikte, ilerideki çalışmalar için potansiyel alanların belirlenmesi açısından da önemlidir. Yazında; geleneksel derleme, sistematik derleme ve meta analiz olmak üzere üç farklı derleme yöntemi olduğu görülmektedir (Karaçam, 2013). Bu çalışmada, akademik araştırmaların taranmasında yapısal bir yaklaşımdan faydalanılması amacıyla, yöntem olarak sistematik derleme kullanılmıştır. Sistematik derleme, objektif, tekrarlanabilir, açık, net ve geniş kapsamlı bir araştırma yöntemi sunarak, geleneksel derlemeden farklılaşmaktadır (Cook vd., 1997; Weed, 2006). Bunun yanı sıra yöntem, bulguların sentezlenmesi ve veri analizi safhalarında, istatistiki ve ekonometrik prosedürlerden faydalanmadığı için de meta analiz yönteminden farklıdır (Tranfield vd., 2003).

Çalışmada, sistematik hataların ve yanlılığın önlenmesi ve daha güvenilir sonuçlara ulaşılması amacıyla, Tranfield vd. (2003), Becheikh vd. (2006) ve Karaçam (2013) tarafından da kullanılan sistematik derleme adımlarına uygun olarak araştırma yöntemi tasarlanmıştır. Bu kapsamda araştırma 3 temel adımda yürütülmüştür:

1. Adım: Planlama

Planlama adımında ilk olarak, araştırma amacı ve soruları belirlenmiştir. Araştırmaya başlamadan önce, sürdürülebilir tüketim konusunda birden fazla çalışması bulunan 15 akademisyen, konunun uzmanları olarak belirlenmiştir. Bir soru formu hazırlanıp, e-posta ile bu uzmanlara gönderilmiştir. Böylelikle, “sürdürülebilir tüketim” konusunda hangi tematik alanların ve anahtar kelimelerin araştırma kapsamına alınmasının daha uygun olacağı konusunda, uzman görüşleri elde edilmiştir.

II. Adım: Derlemenin Yürütülmesi

Görüşlerin değerlendirilmesi sonucunda, aşağıda yer alan araştırma protokolü oluşturulmuştur:

1. Zaman, yer ve dil kriteri: Araştırmada herhangi bir zaman kriteri kullanılmamış olup, Türkiye’de İngilizce ve Türkçe dillerinde yapılmış akademik çalışmalar, yayım yılına bakılmaksızın araştırmaya dahil edilmeye çalışılmıştır. Ancak sürdürülebilir tüketim kavramının yazına girmesi ve ivme kazanması, 1990 yılından itibaren başladığından, araştırmanın kapsadığı yıllar doğal olarak 1990-2016 yılları arasında olmuştur.

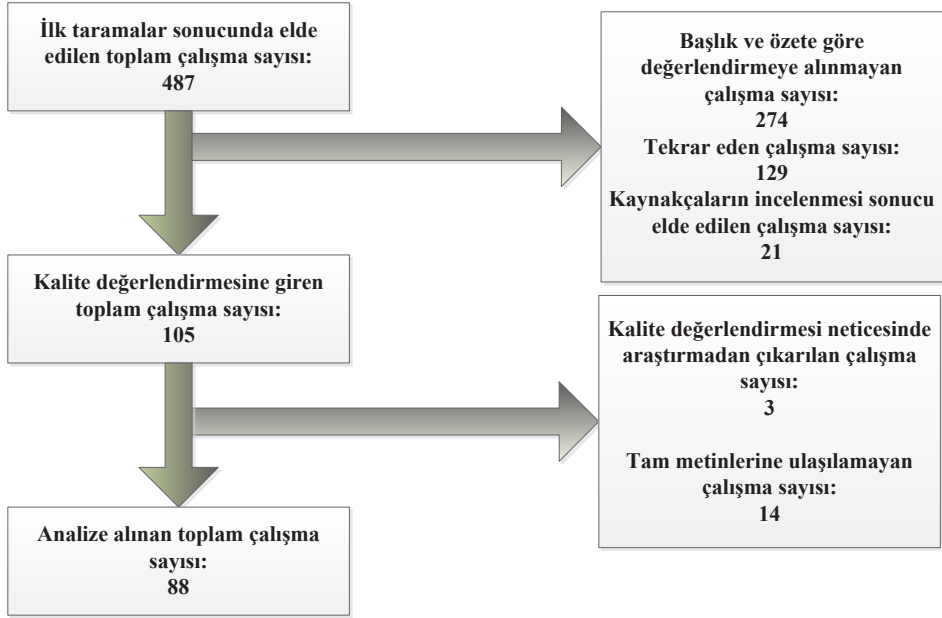
2. Disiplin, konu ve yayın türü kriterleri: Çalışma kapsamına yalnızca genel işletme ve pazarlama disiplinleri dahil edilmiştir. Araştırma amacında da belirtildiği üzere araştırma konusunun kapsamı, sürdürülebilir tüketim olarak belirlenmiş olup, yalnızca tüketici perspektifiyle yapılmış makale, bildiri ve tezler çalışma kapsamına alınmıştır. Dolayısıyla işletmeler üzerinde ve genel çerçevede yapılmış çalışmalar, kitaplar ve raporlar kapsam dışı bırakılmıştır.

3. Anahtar kelimelerin belirlenmesi: “Sürdürülebilir tüketim” ve “bilinçli tüketim” anahtar sözcükler olarak belirlenmiştir. Türkiye’de yapılmış ancak İngilizce yayımlanmış olan çalışmalara ulaşabilmek için, “sustainable consumption” ve “conscious consumption” anahtar kelimeleri, “Turkey” ve “Turkish” anahtar kelimeleri ile birlikte aranmıştır. Ancak, daha fazla çalışmayı araştırma kapsamına almak için, elde edilen çalışmaların kaynakçaları da gözden geçirilip, anahtar kelimelerin taratılmasıyla elde edilemeyen çalışmalara da ulaşılmaya çalışılmıştır.

4. Veritabanlarının belirlenmesi: Çalışmalar ulusal veritabanlarımızdan olan Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi (ULAKBİM), Akademia Sosyal Bilimler İndeksi (ASOS Index) ve YÖK tez tarama veritabanlarında ve Google Scholar arama motorunda taranmıştır. İngilizce yapılmış yayınlar için Dokuz Eylül Üniversitesi abone veritabanlarında toplu tarama yapılmıştır.

5. Kalite değerlendirmesi: Sistemik derlemenin kanıt gücünün artırılması, araştırma tasarımları ve analizlerinde meydana gelmiş olabilecek hata ve yanlışlıkları en aza indirgenebilmesini gerektirmektedir. Bu amaçla, elde edilen çalışmaların kalite değerlendirmesi için, Greenhalgh vd.’nin (2008) kullanmış olduğu kalite değerlendirme kontrol listesi kullanılmıştır.

Araştırma protokolünde yer alan kriterler çerçevesinde, taramalar iki yazar tarafından ayrı ayrı gerçekleştirilmiştir. İlk tarama sonuçlarından, elde edilen çalışmaların detaylı incelenmesine kadar geçen süreçte elde edilen çalışma sayıları aşağıdaki şekilde özetlenmektedir.



Şekil 1. Tarama Akış Diyagramı

Şekil 1’de görüldüğü üzere, anahtar kelimeler ile veritabanları ve arama motorundan elde edilen ilk tarama sonucunda toplam 487 çalışma elde edilmiştir. Çalışma başlıkları ve özetler gözden geçirilerek, 274 çalışmanın protokolden farklı disiplin, konu ve yayın türüne sahip olduğu belirlenerek, bu çalışmalar araştırma dışında bırakılmıştır. Farklı veritabanlarında ve hatta aynı veritabanı ve arama motoru içerisinde toplamda 129 tekrarın var olduğu belirlenmiştir. Geriye kalan 84 çalışma ve bunların kaynakçaları incelenmiş ve veritabanları taramasında ulaşılamamış olan 21 çalışma araştırma kapsamına dahil edilmiştir. Kalite değerlendirme işlemi toplam 105 çalışma için gerçekleştirilmiştir. Kalite kontrol listeleri (Greenhalgh vd., 2008), araştırma türleri için farklılık göstermektedir. Anket yönteminin kullanıldığı çalışmaların değerlendirilmesinde, toplam 6 ana başlık kullanılmakta olup, her bir başlık 10 puan üzerinden değerlendirilmiştir. 60 puan üzerinden değerlendirilen çalışmalardan, 35 puanın altında kalan üç çalışma araştırmadan çıkarılmıştır. Diğer çalışmaların değerlendirilmesinde ise yargısal yöntemler kullanılmıştır. 14 çalışmanın ise tam metinlerine ulaşılamayarak analize alınmamıştır. Sonuç olarak 88 çalışma için Microsoft Excel programında bir veritabanı oluşturulmuştur. Her bir çalışmanın başlığı, anahtar kelimeleri, gerçekleştirildiği kurum, yayın yılı, türü, özellikleri, veri toplama yöntemi, örneklem özellikleri, odaklanılan bölge, kullanılan değişkenler ve veri analiz yöntemleri, veritabanına girilmiş ve analizler Excel’de gerçekleştirilmiştir. Verilerin girişi sırasında sonuçların nesnelliğini sağlayabilmek adına, kodlayıcılar arası güvenilirliğin belirlenmesi için ilk on makalenin değerlendirilmesi iki araştırmacı tarafından bağımsız olarak ger-

çekleştirilmiştir. Kodlayıcılar arası güvenilirlik oranı tek bir kategori haricinde %100 olarak belirlenmiştir. %85 oranında tespit edilen güvenilirlik “çalışmanın türü” kategorisine aittir. Bu kategoriye ait alt kategoriler, litertürde yaygın olarak kullanılan araştırma yöntemleri tipolojileri baz alınarak oluşturulmuştur (Kavak, 2013). Daha sonra araştırmacılar bir araya gelerek farklı değerlendirmeleri tartışarak fikir birliğine varmışlardır.

Araştırmanın yürütülmesi adımındaki son safha olan araştırma sentezi kısmında, verilerin özetlenip, mümkün olduğu yerlerde birleştirilebilmesi amacıyla içerik analizi uygulanmıştır. İki araştırmacı birbirinden bağımsız olarak, veritabanında yer alan uygulamalı çalışmalara ait bağımlı değişkenleri, kategoriler altında birleştirip, bu değişkenleri etkilediği düşünölen bağımsız, aracı ve biçimlendirici/düzenleyici değişkenleri veya kontrol değişkenleri ile birlikte tablolaştırmıştır. Bu aşamada, ilgili çalışmalarda yapılan analizler sonucunda ilişkileri anlamlı ya da anlamsız bulunan değişkenler ayrıştırılmamış olup, etkisi iddia edilen tüm değişkenler ele alınmıştır. Daha sonra oluşturulan tablolar karşılaştırılarak, farklılıklar tekrar kontrol edilip karşılıklı fikir birliği ile analiz tamamlanmıştır. Bu şekilde güvenilirlik ve iç geçerlilik sağlanmaya çalışılmıştır.

III. Adım: Bulguların Raporlanması

Bu adımda elde edilen sonuçlar, bulgular bölümünde detaylıca açıklanacaktır.

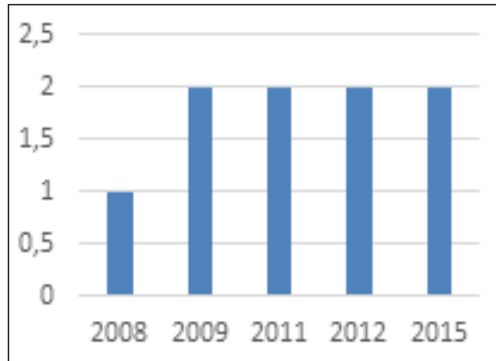
4. Bulgular

Araştırmaya dahil edilen çalışmalar, 69 makale, 9 bildiri, 3 doktora tezi ve 7 yüksek lisans tezinden oluşmaktadır. Sürdürülebilir tüketim konusunda tüketici odaklı olarak yapılmış çalışmaların yıllara göre dağılımı incelendiğinde, ölkemizde yapılan çalışmaların %74’ünün 2010 yılından sonra yapıldığı görölmektedir. Tablo 1’de göröldüğü üzere 1999-2007 yılları arasında yalnızca makale çalışmaları yapılmış olup, 2007 yılına kadar yapılmış olan çalışmalar, toplam çalışma sayısının % 9’unu oluşurmaktadır. Konu hakkındaki tez çalışmalarının ise ancak 2010 yılında başladığı görölmektedir. Ancak çalışmaların en yoğun olarak yayımlandığı yıllar 2013 ve 2015 olarak ortaya çıkmaktadır.

Tablo 1. Çalışma Türlerinin Yıllara Göre Dağılımı

Yıl	Çalışma Türü				Toplam	%	Küm.
	Makale	Bildiri	Doktora Tezi	Y.L. Tezi			
1999	1	-	-	-	1	1	1
2003	1	-	-	-	1	1	2
2005	1	-	-	-	1	1	3
2006	1	-	-	-	1	1	4
2007	4	-	-	-	4	5	9
2008	4	3	-	-	7	8	17
2009	8	-	-	-	8	9	26
2010	6	-	-	2	8	9	35
2011	5	-	2	-	7	8	43
2012	7	2	-	-	9	10	53
2013	10	3	-	2	15	17	70
2014	5	-	1	2	8	9	79
2015	12	1	-	1	14	16	95
2016	4	-	-	-	4	5	100
Toplam	69	9	3	7	88	100	

Yıllara göre kavramsal çalışmaların dağılımı Şekil 2’de özetlenmektedir. Konu üzerindeki kavramsal çalışmaların sayısı 9 olup, araştırmaya dahil edilen toplam çalışma sayısının %10’unu oluştururken, uygulamalı çalışmalar %90’ını oluşturmaktadır. Kavramsal çalışmaların 2008 yılından itibaren yapılmaya başlandığı; 2008 yılında yalnızca bir kavramsal çalışma yapılmışken, diğer dört yılda 2’şer çalışma yapılmış olduğu gözlenmektedir.



Şekil 2. Yıllara Göre Kavramsal Çalışmaların Dağılımı

Araştırma Sorusu (1) Alanda yapılmış olan çalışmalar hangi kurum ve bölgelerde gerçekleşmiştir?

Çalışmanın ilk araştırma sorusu paralelinde, araştırma kapsamına alınmış olan çalışmaların yapıldığı kurum ve odaklandığı bölgeler, aşağıda yer alan Türkiye haritası üzerinde gösterilmektedir. Şekil 3'te görülen haritada en koyu olarak gösterilen yerler, çalışmaların en yoğun yapıldığı yerleri temsil etmektedir. Renklerin daha açık olarak grldėđü yerler, çalışma sıklığıının daha az olduğu yerleri göstermekte olup, beyaz renkte olan illerde konuyla ilgili çalışma yapılmamıştır. Bu kapsamda tüketicici yönlü olarak yapılmış olan sürdürülebilir tketicim ile ilgili çalışmaların 17 tanesi İstanbul, 12 tanesi Ankara, 9 tanesi İzmir ve 8 tanesi Adana'da gerçekleştirilmiştir. Bu illeri sırasıyla Sakarya (5), Kocaeli (5), Eskişehir (4) ve Kars (4) takip etmektedir.

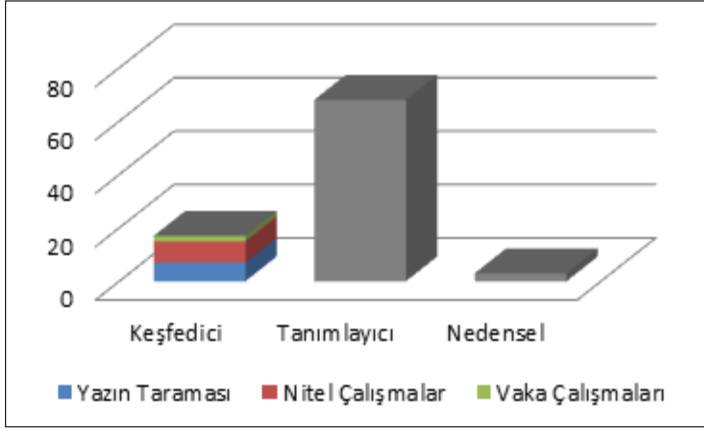
Araştırmaların yapıldığı kurumlar da harita üzerinde niversite logoları yerleştirilerek sunulmuştur. Araştırmaların kurumlara göre dağılımı incelendiğinde, altı araştırmanın Çukurova niversitesi, beş araştırmanın Hacettepe niversitesi ve yine beş araştırmanın Gazi niversitesi'nde çalışan akademisyenler tarafından yapıldıkları belirlenmiştir. Bu niversiteleri dörder araştırma ile Kafkas niversitesi ve Marmara niversitesi takip etmektedir. Ancak İstanbul'daki çalışmaların dokuz farklı üniversitede yapılmış olması nedeniyle, haritada İstanbul ili içerisinde gösterilemeyen logolara, haritanın altında yer verilmiştir.



Şekil 3. Çalışmaların Yapıldığı İller ve niversiteler

Araştırma Sorusu (2) Araştırma tasarım ve yöntemleri nelerdir, konu genel olarak nasıl araştırılmıştır?

Amaçlarına göre araştırma türlerinin dağılımına bakıldığında, toplam 17 adet keşfedici araştırmanın yapılmış olduğu, bunlardan 7 tanesinin yazın taraması, 8 tanesinin nitel çalışma ve 2 tanesinin de vaka çalışması olduğu belirlenmiştir. Geriye kalan çalışmaların 68 tanesi tanımlayıcı nitelikte çalışma olup, 3 tanesi ise nedensel araştırma kategorisinde yer almaktadır.



Şekil 4. Amaçlarına Göre Araştırma Türleri Dağılımı

Çalışmalarda kullanılan örnekleme yöntemleri incelendiğinde birincil kaynaklardan veri toplayan 79 uygulamalı çalışmanın % 38’inde kolayda örnekleme yönteminin, %8’inde kota, %10’unda tesadüfi örnekleme yöntemlerinin kullanıldığı, %33’ünde ise herhangi bir örnekleme yönteminden bahsedilmediği görülmüştür. 79 uygulama çalışmasının analiz birimlerine bakıldığında ise çalışmaların %27’sinin ön lisans, lisans ve yüksek lisans öğrencileri olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla, 15 yaş üstü tüketiciler (%19), genel tüketiciler (%11) ve ilköğretim öğrencileri (%6) takip etmektedir. Çalışmaların %17’sinde ise analiz birimi belirtilmemiştir.

Araştırma Sorusu (3) Türkiye’de “sürdürülebilir tüketim” kapsamında “tüketici perspektifinden” yapılan uygulamalı çalışmalarda, araştırılan değişkenler nasıl eğilimler göstermektedir?

Bu araştırma sorusunun cevaplanmasına yardımcı olabileceği düşünüldüğünden, öncelikle, hem Dünya’da hem de Türkiye’de konu üzerindeki çalışmaların ivme kazandığı yıl olarak görünen 2007 yılı baz alınarak, çalışmalar iki gruba ayrılmıştır. 2006 ve 2007 seneleri sürdürülebilirlik, iklim değişikliği ve ekoloji konularında yapılan çalışmalar için çok önemli yıllar olarak hatırlanacaktır. Al Gore 2006 yılında “Uygunsuz Gerçekler” belgeseli ile Akademi ödüllerini ve 2007 yılında da IPCC ile birlikte Nobel ödülünü alarak, çevre konularının ve özellikle iklim değişikliğinin geniş kitleler tarafından duyulmasını sağlamıştır. Bu yıllardan sonra konuya ilgi,

sosyal, ekonomik ve akademik çevrelerde ivmelenerek artmıştır. Türkiye’de 1999-2007 yılları arasında yapılmış olan çalışmalara ve 2008-2016 yılları arasında yapılan çalışmalara ait başlıklar ve anahtar kelimeler ayrı ayrı analize tabi tutulmuştur. Bu analizle dönemler arasında benzerlik ve farklılıkların incelenmesi amaçlanmıştır.

şekil 5 ve şekil 6’da yer alan kelime bulutları, Wordle kelime bulutu programı kullanılarak oluşturulmuştur. 1999-2007 yılları arasında yapılan çalışmalar, sürdürülebilir tüketim alanındaki çalışmaların filizlendiği yıllar olarak kabul edilebilir. Bu dönemde yapılan çalışmaların başlık ve anahtar kelimeleri incelendiğinde, en sık tekrarlanan kelimeler; değerler, tutum ve tüketici hakları olarak ortaya çıkmaktadır. Bu kelimeleri sırasıyla, sürdürülebilir tüketim davranışı, organik ürün, bilinçli tüketim, tüketici davranışı, çevreci, çevre ve kadınlar kelimeleri takip etmektedir.

Burada dikkat çekilmesi gereken noktalardan bir tanesi, kadınlar kelimesinin ön plana çıkmasıdır. Bu durum söz konusu dönemde, çalışmaların daha çok kadınlar üzerinde yapılmış olması ile açıklanabilir. 2008-2016 döneminde yer alan çalışmalara bakıldığında ise tutum, değerler, yeşil pazarlama, çevre duyarlılığı, bilinçli tüketim ve pazar bölümlendirmesi bu dönemde de karşımıza çıkan kavramlardır. Ancak, önceki dönemden farklı olarak, yeşil reklam, GDO, gıda güvenliği, kolektivism, geri dönüşüm, gönüllü sade yaşam tarzı gibi kavramların Türk yazımına girdiği görülmektedir. Böylelikle, konu üzerindeki çalışma alanlarının zaman içerisinde arttığı ve çeşitlendiği söylenebilir.



şekil 5. 1999-2007 Kavramları



şekil 6. 2008-2016 Kavramları

Çalışmaların bağımlı değişkenlerinin kategorilere ayrıldığı içerik analizi ile ilgili tablolara aşağıda yer verilmektedir. Analiz edilen çalışmalarda ele alınan bağımlı değişkenler 5 kategori altında toplanmıştır. Bunlar: “davranış”, “niyet”, “tutum”, “eğilim” ve “çevrecilik ve bilinç” kategorileridir. Tablo 2’de sunulduğu üzere, davranış kategorisi altında on adet bağımlı değişken yer almaktadır. Kişisel değerlerin (2010 yılındaki çalışmada kullanılmıştır), demografik özelliklerin (2010 yılındaki çalışmada kullanılmıştır) ve çevresel konulara ilişkin bilgi düzeyinin (2008 yılındaki çalışmada kullanılmıştır) sürdürülebilir tüketim davranış sıklığı üzerindeki etkisinin araştırıldığı iki çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalardan biri 2008 diğerine ise 2010 yılında yapılmıştır.

Tablo 2. Davranış Kategorisine Ait Frekans Değerleri

Bağımlı Değişkenler	Yıl (Adet)	Toplam Adet	Bağımsız, Aracı, Düzenleyici veya Kontrol Değişkenleri	Yıl	Toplam Adet
Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Sıklığı	2008 (1)	2	Kişisel Değerler	2010	1
	2010 (1)		Demografik Özellikler	2010	1
			Çevresel Konulara İlişkin Bilgi Düzeyi	2008	1
Sürdürülebilir Tüketim Davranışı		10	Kişisel Değerler	2007, 2008, 2010	4
	2007 (2)		Gönüllü Sade Yaşam Tarzı	2010, 2014	2
	2008 (1)		Materyalist Eğilim	2013	1
	2010 (2)		Demografik Özellikler	2007, 2010	2
	2013 (1)		Maddi Değerler	2014	1
	2014 (1)		Çevre Bilgisi	2014	1
	2015 (3)		Güdüsel Satın Alma Eğilimi	2013	1
			Çevreye İlişkin Bilgi	2015	1
			Çevresel Duyarlılık	2015	1
			Çevresel Farkındalık	2015	1
Yeşil/ Ekolojik Ürün Satın Alma/ Tüketim Davranışı		8	Ambalaj Bilgisi	2015	1
			Yeşil Farkındalık	2015	2
	2008 (1)		Demografik Özellikler	2008	1
	2009 (2)		Algılanan Tüketici Etkinliği	2014, 2015	2
	2012 (1)		Çevresel Kaygı	2014, 2015	2
	2014 (1)		Çevresel Duyarlılık	2009, 2016	2
	2015 (2)		Kollektivist Kültür Değeri	2015	1
			2016 (1)	Algılanan Çevresel Sorumluluk	2012
	2012 (1)		Çevre Korumada Kişisel İmaj Kaygısı	2012	1
			Sağlık Bilinci	2012	1
Çevresel Davranış		2009	1		
Ekolojik Ürün Tutumu		2009	1		
Sosyal ve Çevresel Ürün Satın Alma		Sosyal ve Çevresel Tutum	2012	1	
		Sosyal ve Çevresel Bilinç	2012	1	
	Sosyal ve Çevresel Davranışlar	2012	1		
	Firmaların Yapmış Oldukları Sosyal ve Çevresel Uygulamalar	2012	1		

Tablo 2'nin devamı

Satın Alma Davranışı	2003 (1)	3	Çevreci Tutumlar	2003	1
	2009 (1)		Çevresel Duyarlılık Düzeyi	2013	1
	2013 (1)		Çevre Duyarlılığına Yönelik Tutum	2013	1
Tüketicilerin Geri Dönüşüm Davranışı			Çevre Bilinci	2009	1
	2013 (1)	1	Kolektivist Kültür Değerleri	2013	1
Gönüllü Sadelik Davranışı	2011 (1)	1	Hedonik Tüketim Davranışı	2011	1
Çevreci / Çevre Bilinçli Tüketim Davranışları		5	Annelerin Çocuk Yetiştirme Tutumları	2015	1
	2005 (1)		Çevresel Kaygı	2005, 2009	2
	2009 (1)		Algılanan Tüketici Etkililiği	2005, 2009, 2013	3
	2013 (1)		Sosyal ve Politik Konulara Duyarlılık	2005	1
	2015 (2)		Demografik Özellikler	2005, 2009, 2015	1
Giysi Satın Alma ve Elden Çıkarma Davranışı	2013 (1)	1	Yeni Ekolojik Paradigma	2013	1
			Kişisel Değerler	2013	1
Çevreci Davranış Düzeyinin Arttırılması	2011 (1)	1	Topluluk Tabanlı Sosyal Pazarlama Uygulamaları	2011	1

Sürdürülebilir tüketim davranışından sonra en fazla tekrarlanan bağımlı değişkenler sırasıyla; yeşil/ekolojik ürün satın alma/tüketim davranışı ve çevreci/çevre bilinçli tüketim davranışları olarak ortaya çıkmaktadır. Tablo 2'den elde edilen bulgulardan bir tanesi ise “davranış” kategorisinde yer alan bağımlı değişkenlerin en fazla, değerler ile ilgili değişkenler ile birlikte çalışılmış olmasıdır. “Kişisel değerler” altı, “maddi değerler” bir ve “kolektivist kültür değerleri” iki kere olmak üzere toplam dokuz çalışmada, değerlerin davranış üzerindeki etkisi incelenmiştir.

Değerlerden sonra, “davranış” üzerinde etkisi en sık araştırılan ikinci değişken ise farkındalık/bilinç olarak ortaya çıkmakta olup, bu değişken, “çevresel farkındalık”, “yeşil farkındalık”, “sağlık bilinci”, “sosyal ve çevresel bilinç” kavramları ile ölçülmüştür. “davranış” üzerinde etkisi araştırılan diğer değişkenler ise sırasıyla; “kaygı” (5), “algılanan tüketici etkinliği” (5) ve “tutum” (5) değişkenleridir.

Tablo 3. Niyet Kategorisi Frekans Değerleri

Bağımlı Değişkenler	Yıl (Adet)	Toplam Adet	Bağımsız, Aracı, Düzenleyici veya Kontrol Değişkenleri	Yıl	Toplam Adet
Sürdürülebilir Ürün Satın Alma Niyeti	2013 (2)	2	Sosyal Norm	2013	1
			Tutum	2013	2
			Algılanan Tüketici Etkinliği/ Etkililiği	2013	2
			Algılanan Elde Edilebilirlik	2013	2
			Güven	2013	1
			Çevre Bilinci	2013	1

Tüketici perspektifli sürdürülebilir tüketim araştırmalarındaki ikinci kategori olan “niyet” kategorisi ile ilgili bulgular, Tablo 3’te özetlenmektedir. Bu kategoride yalnızca 2013 yılında yapılan iki çalışmada ölçülen *sürdürülebilir ürün satın alma niyeti* bağımlı değişkeni bulunmaktadır. “Sosyal norm”, “tutum”, “algılanan tüketici etkinliği”, “algılanan elde edilebilirlik”, “güven” ve “çevre bilinci” değişkenleri, söz konusu bağımlı değişken üzerinde etkisi olduğu düşünülen değişkenlerdir. “Niyet” kategorisinde en fazla çalışılan değişkenler, tutum, “algılanan tüketici etkinliği” ve “algılanan elde edilebilirlik” olarak ortaya çıkmaktadır.

“Eğilim” kategorisinde; çevreye duyarlı tüketim eğilimi ile çevre dostu davranış eğilimleri bağımlı değişkenleri yer almaktadır. Söz konusu değişkenler, “kişisel değerler” ve demografik değişkenler ile birlikte çalışılmış olup, eğilim ile en fazla, demografik değişkenler ilişkisi ele alınmıştır (Tablo 4).

Tablo 4. Eğilim Kategorisi Frekans Değerleri

Bağımlı Değişkenler	Yıl (Adet)	Toplam Adet	Bağımsız, Aracı, Düzenleyici veya Kontrol Değişkenleri	Yıl	Toplam Adet
Çevreye Duyarlı Tüketim Eğilimi	2008 (1)	2	Kişisel Değerler Cinsiyet	2008	1
	2014 (1)			2010, 2014	2
Çevre Dostu Davranış Eğilimleri	2010 (1)	1	Yaş	2010, 2014	2
			Eğitim	2010, 2014	2
			Gelir Düzeyi	2010, 2014	2

“Tutum” kategorisinde ise *GDO’ların güvenilirliğine yönelik tutum, işletmelerin sosyal sorumluluk performansına yönelik tüketici tutumları, yeşil pazarlama karmasına yönelik tutum, organik gıdalara yönelik tutumlar*, çevreye yönelik tutum ve *sürdürülebilir tüketime yönelik tutum* bağımlı değişkenleri yer almaktadır. Ancak Tablo 5’te görüldüğü üzere, bu kategoride en sıklıkla çalışılan değişken; *yeşil pazarlama karmasına yönelik tutum* olmuştur. “Tutum” kategorisinde yer

alan bağımlı değişkenler; “yaş”, “cinsiyet”, “medeni durum” gibi demografik değişkenlerin yanı sıra, “çevre bilinçlilik”, “çevreci iddia”, “çevresel kaygı” gibi değişkenlerle de birlikte ele alınmıştır. Ancak söz konusu değişkenler arasında en fazla tekrar eden, demografik değişkenlerdir.

Tablo 5. Tutum Kategorisi Frekans Değerleri

Bağımlı Değişkenler	Yıl (Adet)	Toplam Adet	Bağımsız, Aracı, Düzenleyici veya Kontrol Değişkenleri	Yıl	Toplam Adet
GDO'ların Güvenirliğine Yönelik Tutum	2010 (2)	2	Yaş	2005, 2010, 2012, 2014, 2015	4
İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Performansına Yönelik Tüketici Tutumları	2013 (1)	1	Cinsiyet	2005, 2007, 2010, 2012, 2014, 2015	9
Yeşil Pazarlama Karmasına Yönelik Tutum	2010 (1) 2012 (3) 2014 (1) 2016 (1)	6	Medeni Durum	2005, 2007, 2010, 2012, 2014, 2015	7
Organik Gıdalara Yönelik Tutumlar	2007, 2010	2	Akademik Başarı	2014	1
Çevreye Yönelik Tutum	2005, 2014, 2015	3	Yerleşim Yeri	2014	1
Sürdürülebilir Tüketime Yönelik Tutum	2015	1	Çevre Bilinçlilik	2005	1
			Çevreci İddiaya Yer Verip Vermeme	2010	1
			Reklamlarda Kullanılan Çevreci İddianın Belirginlik Düzeyi	2010	1
			Eğitim	2005, 2007, 2010, 2012, 2014, 2015	8
			Gelir Düzeyi	2005, 2010, 2012, 2015	4
			Kollektivist Kültür Değerleri	2013	1
			Çevresel Sorumluluk	2012	1
			Çevresel Duyarlılık	2016	1
			Çevresel Kaygı	2016	1
			Çevreye Yönelik Tutum	2012	1
			Proje Tabanlı Öğrenme	2010	1

Son olarak, 5. Kategori olan “Çevrecilik ve Bilinç” kategorisi altında toplam 10 bağımlı değişken yer almaktadır. Ancak bu kategoride en fazla çalışılan; *sürdürülebilir tüketime ilişkin bilinç düzeyi* bağımlı değişkenidir. *Sürdürülebilir tüketime ilişkin bilinç düzeyi*, 2010 yılından itibaren çalışılmaya başlanmış ve toplam yedi farklı araştırmada incelenmiştir.

Tablo 6. Çevrecilik ve Bilinç Kategorisi Frekans Değerleri

Bağımsız Değişkenler	Yıl (Adet)	Toplam Adet	Bağımsız, Aracı, Düzenleyici veya Kontrol Değişkenleri	Yıl	Toplam Adet
Sürdürülebilir Tüketime İlişkin Bilinç Düzeyi	2010 (1) 2011 (1) 2013 (3) 2015 (2)	7	Yaş	2006, 2008, 2013	6
Çevreci Ürün Tercihi	2013 (2)	2	Cinsiyet	2006, 2008, 2013	7
Çevreye Karşı Duyarlılık	2008 (2)	2	Medeni Durum	2013	3
Tüketici Haklarının Bilinme Düzeyi	2006 (1) 2007 (1)	2	Çevreci Hassasiyet Düzeyi	2013	1
Çevre Dostu Marka Tercihi	2011 (1)	1	Farkında Olma Düzeyi	2013	1
Genetiği Değiştirilmiş Kozmetiklere İlişkin Etik İnançlar	2013 (1)	1	Marka Tecrübesi	2011	1
Genetiği Değiştirilmiş Ürünlerle İlişkin Fayda-Risk Algıları	2012 (1) 2013 (1) 2016 (1)	3	Marka İnanırcılığı	2011	1
Sürdürülebilir Tüketime İlişkin Kişisel Değerler	2011 (1) 2015 (1)	2	Ürün Ömrüne İlişkin Tercihler	2011, 2015	2
Çevre Algısı	1999 (1) 2014 (1)	2	Ürün İle İlgili Bilgi	2015	1
Çevre Eğitimi	2014 (1)	1	Yerel Yönetim Etkisi	2014	1
			Eğitim	2006, 2013	3
			Gelir Düzeyi	2008, 2013	4
			Kollektivist Kültür Değerleri	2013	1
			Ürün Marka Özellikleri	2008	1
			Kişisel Değerler	2013	2
			Çevreye Yönelik Tutum	2013	2
			Çevreye Yönelik Bilgi Düzeyi	2013	2
			Tüketicilerin Çevre Dostu	2011	
			Uygulamalar Yapan Firmalara Yönelik Tutumu		1
			Çevreci Kişilik	2011	1
			Yaşam Tarzı	2011	1

“Çevrecilik ve Bilinç” kategorisinde yer alan bağımlı değişkenler çok farklı değişkenler ile birlikte ele alınmıştır. Ancak, Tablo 6’dan anlaşılacağı üzere, bu kategorideki çalışmalarda en fazla demografik değişkenlerin etkisi ele alınmıştır.

5. Sonuç ve Tartışma

Sürdürülebilir tüketimin en önemli aktörlerinin tüketiciler olması ve tüketicilerin, sürdürülebilirliği sağlamada aktif rol oynaması nedeniyle, bu çalışmalar, tüketicilerin sürdürülebilirlik yolunda nasıl yönlendirilebileceği hakkında ipuçları vermektedir.

Sürdürülebilirlik anlayışı, özellikle sosyal bilimler alanında, dönüşümsel perspektifli çalışmaları ve araştırmaları gerektirmektedir. Bu çalışmada Türkiye’de sürdürülebilir tüketim alanında yapılmış araştırmalar, dönüşümü hızlandırması ve daha sonraki çalışmalara ışık tutması amacıyla analiz edilmeye çalışılmıştır. Ulusal alan yazınına sürdürülebilir tüketim alanında tüketici perspektifinden yeni ve yenilenmiş teorileri, yaklaşımları, kavramları, metotları ve çerçeveleri sunan 69 makale, 9 bildiri, 3 doktora tezi ve 7 yüksek lisans tezi analiz edilerek bir sistematik derleme çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu derlemenin amaçları; alanda yapılmış olan çalışmaların yapıldığı kurum ve bölge dağılımını, araştırma tasarımı ve yöntemlerin dağılımını ve şimdiye kadar ülkemizde bu konuda yapılan uygulamalı çalışmalarda araştırılan değişkenlerin nasıl bir eğilim göstermekte olduğunu ortaya koymaktır. Yapılan içerik analizi ile elde edilen sonuçlar, tartışmalar ve geleceğe yönelik öneriler aşağıdaki şekilde özetlenmektedir.

Tüketici yönlü sürdürülebilir tüketim alanında yapılan çalışmaların 2007 yılı itibariyle ivme kazandığı görülmektedir. Çalışmalar özellikle 2013 ve 2015 yıllarında artış göstermektedir. İstanbul, Ankara, İzmir ve Adana illerinde yoğunlaşan çalışmalar sırasıyla en çok, Çukurova Üniversitesi, Hacettepe Üniversitesi ve Gazi Üniversitesi’nde çalışan akademisyenler tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışmaların büyük çoğunluğu tanımlayıcı nitelikte olup, bu çalışmalarda en çok kolayda örnekleme yönteminin kullanılmış olduğu belirlenmiştir. Analiz birimlerine baktığımızda ise çalışmaların %27’sinde uygulamaların, ön lisans, lisans ve yüksek lisans öğrencileri üzerinde yapıldığı görülmektedir. Bulgular ışığında, toplumun her kesiminden, satın alma gücü ve hane halkı tüketimini dönüştürme etkisi olan tüketiciler üzerindeki çalışmaların artırılması gerektiği söylenebilir.

Çalışmanın genelinde ele alınan kavramların; tutum, değerler, yeşil pazarlama, çevre duyarlılığı, bilinçli tüketim ve pazar bölümlendirmesi olduğu belirlenmiştir. Ancak konudaki çalışmaların hız kazandığı 2007 yılından sonra yeşil reklam, GDO, gıda güvenliği, kolektivizm, geridönüşüm, gönüllü sade yaşam tarzı gibi kavramların çeşitlenerek ulusal yazına girdiği görülmektedir. Sürdürülebilir tüketim, bütünsel yaklaşım öneren bir modeldir. Bu nedenle tüketiciyi ilgilendi-

ren her konu sürdürülebilirlik perspektifiyle yeniden araştırılmalı ve uygulamaya katkı sağlayacak öneriler sunulmalıdır. Türkiye’de çalışılan kavramların artması, çeşitlenmesi ve orijinalleşmesi, düşünsel alandaki dönüşümü gösteren önemli bir göstergedir. Bu çeşitlenmenin modern pazarlamanın uygulandığı her alan ve kavramda tekrar çalışılması gerektiği açıktır. Buna ek olarak, paylaşım tabanlı tüketim modellerinde olduğu gibi, daha önce birlikte düşünülmemiş kavram ve uygulamalar da yeni çalışmalarda test edilmelidir.

Uygulamalı çalışmalarda yer alan bağımlı değişkenler, içerik analizi neticesinde, beş kategori altında toplanmıştır. Bu kategoriler, “davranış”, “niyet”, “tutum”, “eğilim” ve “çevrecilik ve bilinç” olarak adlandırılmıştır. “Davranış” kategorisi altında yer alan ve en fazla çalışılan bağımlı değişkenler sırasıyla, sürdürülebilir tüketim davranışı, yeşil/ ekolojik ürün satın alma /tüketim davranışı ve çevreci / çevre bilinçli tüketim davranışlarıdır. Kullanım sıklığı sıralamasına göre değerler, farkındalık/bilinç, kaygı, algılanan tüketici etkinliği ve tutum, davranış ile en yoğun olarak ilişkisi araştırılmış değişkenlerdir.

“Niyet” kategorisine ait, sürdürülebilir ürün satın alma niyeti bağımlı değişkeni ise sıklık olarak en fazla, tutum, algılanan tüketici etkinliği ve algılanan elde edilebilirlik ile birlikte araştırılmıştır. Üçüncü kategori olan “eğilim” kategorisinde yer alan çevreye duyarlı tüketim eğilimi ile çevre dostu davranış eğilimleri bağımlı değişkenlerinin, kişisel değerler ve demografik değişkenler ile ilişkisi açıklanmaya çalışılmıştır. Eğilim ile en fazla, demografik değişkenler ilişkisi ele alınmıştır. “Tutum” kategorisinde ise en sıklıkla çalışılan bağımlı değişken, yeşil pazarlama karmasına yönelik tutum olmuştur. Bu kategoride yoğunlukla demografik değişkenler, bağımlı değişkenler ile birlikte ele alınmıştır. Son olarak, “çevrecilik ve bilinç” kategorisi altında toplam on bağımlı değişken içerisinde en çok sürdürülebilir tüketime ilişkin bilinç düzeyi çalışılmıştır. Söz konusu kategoride yer alan bağımlı değişkenler çok farklı değişkenler ile birlikte ele alınmış olup, yoğunluk yine demografik değişkenlerde toplanmaktadır. Yapılan analiz neticesinde sürdürülebilir tüketim alanında yapılmış tüketici perspektifli çalışmalarda en sık karşılaşılan değişken kategorileri seti aşağıdaki gibi bulunmuştur:

Davranış (değerler) / Niyet (tutum, algılanan elde edilebilirlik, algılanan tüketici etkinliği) / Eğilim (demografik değişkenler) / Tutum (demografik değişkenler) / Çevrecilik ve Bilinç (demografik değişkenler)

Dünyanın geleceği göz önüne alındığında, konunun ve sürdürülebilir tüketim çalışmalarına yön veren teori ve bulguların ne kadar önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. Ancak bu çalışmanın bulguları göz önüne alındığında, davranış, niyet, eğilim, tutum ve çevrecilik ve bilinç kavramları, çalışmalarda hala sıklıkla *bireysel* boyutta incelenmektedir. Toplumun sürdürülebilirliğe dönüşümünü gerçekleştirebilmek

için ise, daha çok kitleler, örgütler, aileler, gruplar, yerel yönetimler vb. *toplumsal* ölçekte araştırmaların yapılması önerilmektedir.

Özetlenen bulgular değerlendirildiğinde, konu üzerinde gittikçe artan ve çeşitlenen kavramların yazınımıza girdiği görülmektedir. Ancak, yapılan bu derleme çalışmasında, ulusal yazında *davranış değişikliği* ve *sürdürülebilir ürün satın alma kararını etkileyen bariyerler* ile ilgili sınırlı sayıda araştırma olduğu görülmektedir. Tüketicilerde sürdürülebilir tüketim yolunda davranış değişikliğinin sağlanmasının önemi göz önüne alındığında, ileriki çalışmalarda, tüketicilerin sürdürülebilir ürün satın alma kararını etkileyen bariyerlerin ve sürdürülebilir tüketim davranış değişikliğinin de farklı boyutları ile ele alınması önerilebilir. Özellikle çalışmalarda *deney tasarımlarının* kullanılması ile neden sonuç ilişkilerinin de ortaya çıkarılmasının yerinde olacağı düşünülmektedir. Elde edilecek sonuçların, işletmelerde ve devlet mekanizmalarında sürdürülebilirlik politika ve stratejilerin oluşturulmasında etkili olabilmesi, akademik çalışmaların ve dolayısıyla akademisyenlerin sorumluluğunu da arttırmaktadır.

Bu derleme çalışmasında, zaman sınırı gözetilmeden konu hakkında mümkün olduğunca fazla sayıda çalışma, kapsam içine alınmaya çalışılmıştır. Ancak, tarama işlemi sırasında yalnızca iki anahtar sözcüğün kullanılması, bazı çalışmaların elde edilememesi ihtimalini arttırmaktadır. Sürdürülebilir tüketim kavramı, ulusal pazarlama yazınına 1990'ların sonu itibariyle girmiştir. Bu nedenle, 1990'lı yıllarda yazılan çevre, ekoloji, yeşil vb. temalı/konulu tüketim davranışı çalışmaları (Örneğin Madran, 1992; Demirbaş, 1999) bu çalışmanın kapsamı dışında kalmıştır. Bu kısıt, tarama sonucunda konu ile ilgili makalelerin kaynakçalarının da taranması ile azaltılmaya çalışılmıştır. Ancak, bundan sonra yapılacak derleme çalışmalarında, dönemsel eğilimleri dikkate alan anahtar kelimeler kullanılarak, kapsamlı çalışmalar yapılmalıdır.

İleriki çalışmalarda, tüketici yönlü sürdürülebilir tüketim çalışmalarında kullanılan değişkenler derinlemesine analiz edilebilir ve kavramlar arasındaki ilişkiler, kavramsal bir harita çerçevesinde açıklanabilir. Oluşturulacak kavramsal çerçeve daha sonraki araştırmalarda dünya yazınındaki çalışmalarla karşılaştırılarak, ulusal yazındaki ilerleme alanları ortaya çıkarılabilir. Ancak, tüketici yönlü sürdürülebilir tüketim konusunda uluslararası alan yazınında yapılmış benzer çalışmalar taranmış, ancak geniş kapsamlı bir derleme çalışmasına ulaşılamamıştır. Bu alanda küresel teorinin boyutlarının anlaşılmasında bu çalışma gibi derleme çalışmalarında bir açık gözlenmektedir.

Bu konuda ulusal kapsamda yapılmış ilk derleme çalışması olması ve konunun bütüncül bir yapıda ortaya konulmaya çalışılması, bu çalışmanın alan yazınına katkısı olarak değerlendirilebilir. Bu anlamda, çalışmanın Türkiye'de sürdürülebilir tüketim alanında bir referans kaynak olması umut edilmektedir.

Kaynakça

- Becheikh, N., Landry, R. ve Amara, N. (2006). Lessons From Innovation Empirical Studies in The Manufacturing Sector: A Systematic Review of The Literature From 1993–2003. *Technovation*, 26(5): 644-664.
- Cook, D. J., Mulrow, C. D. ve Haynes, R. B. (1997). Systematic Reviews: Synthesis Of Best Evidence For Clinical Decisions. *Annals of Internal Medicine*. 126(5): 376-380.
- Demirbaş, M.A. (1999). Yeşil Pazarlama (Green Marketing) ve Tüketicinin Yeşil Pazarlamaya Yaklaşımı. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- EEA Report (2007), *European Environment Agency (UNEP) Sustainable Consumption and Production in South East Europe and Eastern Europe, Caucasus and Central Asia*, Joint UNEP-EEA Report On The Opportunities And Lessons Learned, ISSN 1725-9177, No:3
- Glavič, P., ve Lukman, R. (2007). Review of Sustainability Terms and Their Definitions, *Journal of Cleaner Production*. 15: 1875–1885. doi:10.1016/j.jclepro.2006.12.006
- Grant, J. (2010). *Co-opportunity: Join up for a sustainable, resilient, prosperous world*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Greenhalgh, T., Robert, G., Bate, P., Macfarlane, F. ve Kyriakidou, O. (2008). *Diffusion of Innovations in Health Service Organisations: A Systematic Literature Review*. John Wiley & Sons. Chicago
- Heiskanen, E., Mont, O. ve Power, K. (2014). The Map is Not A Territory – Making Research More Helpful For Sustainable Consumption Policy. *Journal of Consumer Policy*, 37: 27–44.
- Jackson, T. (2005). Motivating Sustainable Consumption - Sustainable Lifestyles, A Report to The Sustainable Development Research Network, www.sustainablelifestyles.ac.uk/sites/default/files/motivating_sc_final.pdf, Centre for Environmental Strategy, University of Surrey.
- Jaeger-Erben, M. ve Offenberger, U. (2014). A Practice Theory Approach to Sustainable Consumption. *GAIA*, 23/S1: 166 –174.
- Karaçam, Z. (2013). Sistematik Derleme Metodolojisi: Sistematik Derleme Hazırlamak İçin Bir Rehber. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(1): 26-33.
- Kavak, B. (2013). Pazarlama ve Pazar Araştırmaları. Detay Yayıncılık. ISBN: 9786055612405
- Keller M., Halkier, B. ve Wilska, T.A. (2016). Policy and Governance for Sustainable Consumption at the Crossroads of Theories and Concepts. *Environmental Policy and Governance*, 26: 75–88. DOI: 10.1002/eet.1702)

- Lee, C. K., Levy, D. S. ve Yap, C. S. F. (2015). How does the theory of consumption values contribute to place identity and sustainable consumption?. *International Journal of Consumer Studies*, 39(6): 597-607.
- Madran, C. (1992). Çevre Korunması ve Pazarlama, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- OECD (2002), *Towards sustainable household consumption? Trends and policies in OECD countries*. www.oecd.org/greengrowth/consumption_innovation/1938984.pdf
- Oslo Rountable on Sustainable Production and Consumption, (1994). <http://www.iisd.ca/consume/oslo004.html>
- Seyfang, G. (2005). Shopping for Sustainability: Can Sustainable Consumption Promote Ecological Citizenship?. *Environmental Politics*, 14(2): 290-306.
- Tranfield, D., Denyer, D. ve Smart, P. (2003). Towards A Methodology For Developing Evidence Informed Management Knowledge By Means of Systematic Review. *British Journal of Management*, 14(3): 207-222.
- Victor, P.A ve Jackson, T. (2015). *Büyüme Sorunu, Worldwatch Enstitüsü Dünyanın Durumu, Sürdürülebilirliğin Önündeki Gizli Tehlikelerle Yüzleşmek*. Türkiye İş Bankası Yayınları.
- WCED (1987), *World Commission on Environment and Development: Our Common Future Report*, <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>
- Weed, M. (2006). Sports Tourism Research 2000–2004: A Systematic Review Of Knowledge And A Meta-Evaluation Of Methods. *Journal of Sport & Tourism*, 11(1): 5-30.

EK- İncelenen Çalışmalar Listesi

- Akın, M., Çiçek, R., İnal, M. E. ve Toksarı, M. (2010). Niğde İlindeki Tüketicilerin Sosyo–Demografik Özellikleri İle Organik Gıdalara İlişkin Tutum Ve Bireysel Değerleri Arasındaki Farklılığın İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 29-56.
- Aksu, C.K. ve Gelibolu, L. (2015). Üniversite Çalışanlarının Sürdürülebilir Tüketim Açısından Tutumlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *KAÜ İİBF Dergisi*, 6(9), 235-248.
- Alkaya, A., Çoban, S., Tehci, A. ve Ersoy, Y. (2016). Çevresel Duyarlılığın Yeşil Ürün Satın Alma Davranışına Etkisi: Ordu Üniversitesi Örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 47(Ocak-Haziran), 121-134.

- Alnıaçık, Ü. ve Yılmaz, C. (2008). Değer Yargıları ve Tüketimde Çevreci Eğilimler. *13. Ulusal Pazarlama Kongresi, Çukurova Üniversitesi, Adana*
- Alnıaçık, Ü.(2010). Çevreci Yönelim, Çevre Dostu Davranış Ve Demografik Özellikler: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(20), 507-532.
- Alnıaçık, Ü., Yılmaz, C. ve Alnıaçık, E. (2010). Reklamlarda çevreci iddialar ve reklam etkililiği: Basılı reklamlar üzerinde deneysel bir araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 85–106.
- Aracıoğlu, B., ve Tatlıdil, R. (2009). Tüketicilerin Satın Alma Davranışında Çevre Bilincinin Etkileri. *Ege Akademik Bakış*, 9(2), 435-461.
- Armağan, E. ve Karatürk, H.E. (2014). Yeşil Pazarlama Faaliyetleri Çerçevesinde Aydın Bölgesindeki Tüketicilerin Çevreye Duyarlı Ürünleri Kullanma Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimler Dergisi*, 6(1), 1-17.
- Aslan, F. ve Çınar, R. (2015). Yeşil Pazarlama Faaliyetleri Çerçevesinde Kafkas Üniversitesi Öğrencilerinin Çevreye Duyarlı Ürünleri Kullanma Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *KAÜ İİBF Dergisi*, 6(9), 169-184.
- Ayyıldız, H. ve Genç, K. Y. (2008). Çevreye Duyarlı Pazarlama: Üniversite Öğrencilerinin Çevreye Duyarlı Pazarlama Uygulamaları ile İlgili Tutum ve Davranışları Üzerine Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(2), 505-527.
- Babaoğlu, M. ve Buğday, E. B. (2012). Gösteriş Tüketimine Karşı Gönüllü Sadelik, Tüketici Yazıları III, ed. Müberra Babaoğlu & Ar-zu Şenel & Esna Betül Buğday, Ankara: Hacettepe Üniversitesi Tüketici Pazar Araştırma Danışma Teset ve Eğitim Merkezi Yayınları, 2012, 76-87.
- Baş, Y., Öztürk, A. Ayrancı, B., Çalışkan, C., Tanyel, F. Aksu, D., Yılmaz, M., Eren, M. (2012). Tüketicilerin Çevre Ve Sosyal Duyarlılıkları Çerçevesindeki Tutumlarının, Davranışlarının, Bilinçlerinin Ve Firmaların Yapmış Oldukları Sosyal ve Çevresel Uygulamalara Karşı Satınalma Tercihlerinin İncelenmesi. *İİB International Refereed Academic Social Sciences Journal*, 3(7), 108-128.
- Bener, Ö., Babaoğlu, M. (2008). Sürdürülebilir Tüketim Davranışı ve Çevre Bilinci Oluşturmada Bir Araç Olarak Tüketici Eğitimi. *Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*. (<http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/surdurulebilirtuketimdavranisi.pdf> erişim 1 Mart 2016)
- Biner, N. (2014). Tüketicilerin Yeşil Ürün Satın Alma Davranışlarının İncelenmesi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

- Blok, V., Long, T. B., Gaziulusoy, A. I., Ciliz, N., Lozano, R., Huisingh, D., Boks, C. (2015). From best practices to bridges for a more sustainable future: advances and challenges in the transition to global sustainable production and consumption: Introduction to the ERSCP stream of the Special volume. *Journal of Cleaner Production*, 108, 19-30.
- Bodur, M., Sarigöllü, E. (2005). Environmental Sensitivity in a Developing Country Consumer Classification and Implications. *Environment and Behavior*, 37(4), 487-510.
- Bozyiğit, S., Madran, C. (2015). Çocukların Çevre Bilinçli Tüketici Olarak Sosyalleşmesinde Annelerin Çocuk Yetiştirme Tutumlarının Rolü, 20. *Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı*, Anadolu Üniversitesi – Eskişehir, 577-594.
- Canan, A., Ecevit, Z. (2005). Çevre Bilinçli Tüketiciler. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(10), 238-263.
- Çabuk, S. ve Nakiboğlu, M. B. (2003). Çevreci Pazarlama ve Tüketicilerin Çevreci Tutumlarının Satın Alma Davranışlarına Etkileri İle İlgili Bir Uygulama. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(12), 39-54.
- Çabuk, S., Nakiboğlu, B. ve Keleş, C. (2008). Tüketicilerin Yeşil Ürün Satın Alma Davranışlarının Sosyo Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1), 85-102.
- Çıfci, S. ve Şakacı, B. K. (2015). Çevre Bilinçli Tüketicilerin Firmaları Ödüllendirme ve Cezalandırma İsteklilikleri: Kadın ve Erkek Tüketiciler Arasındaki Farklılıklar. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10(1), 287- 296.
- Çoban, S. ve Sönmez, Y. (2014). Yeşil Pazarlama Karmasına Yönelik Tüketici Tutumlarının Demografik Özelliklere Göre Farklılaşması: Ahi Evran Üniversitesi Örneği. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3, 65-82.
- Çolakoğlu, E., Türk, B., Başar, E. E., ve Gül, O. (2013). Kişisel Değerler ve Çevre Bilincinin Çevreci Ürünlerin Tercih Edilmesindeki Etkileri: Karşılaştırmalı Bir Araştırma, 18. *Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı*, Kars : 157-167.
- Doğan, O., Bulut, Z. A. ve Kökalan Çımrın, F. (2015). Bireylerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının Ölçülmesine Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29(4), 659-678.
- Ercan, K., Gürbüz, H. ve Derman, M. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Genetiği Değiştirilmiş Gıda Ürünlerine Bakışı. *Iğdır Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 2(3), 55-60.

- Ergen, A. (2014). Maddi Değerler, Gönüllü Sade Yaşam Biçimi, Çevre Bilgisi: Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Açısından Bir Araştırma. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Doktora Tezi.
- Eş, N. E. (2010). Biyoteknolojik gıdaların kullanımı bağlamında ilköğretim öğrencilerinin sürdürülebilir tüketim tercihlerinin proje tabanlı öğrenme yaklaşımıyla oluşturulması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi.
- Gelibolu, L. (2011). Topluluk Tabanlı Sosyal Pazarlama Yaklaşımıyla Sürdürülebilir Tüketim Davranışının Gütülenmesi: Yükseköğretimde Deneysel Bir Uygulama, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana
- Giray, C., Ergen, A. ve Bozkurt, F. (2012). Yeşil Satın Alma Davranışını Paradigma, İmaj, Sorumluluk ve Sağlık Üzerinden Açıklamaya Yönelik Bir Araştırma. *17. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı*, Balıkesir, 277-296.
- Gul, M.C. (2013). Long-term orientation, perceived consumer effectiveness, and environmentally conscious consumer behavior: The case of Turkey. *International Journal of Marketing Studies*, 5(5), 24-30.
- Gülmez, M. (2006). Pazarlama Yönü İtibariyle Bilinçli Tüketim ve Bilinçli Tüketicie İlişkin Bir Saha Araştırması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Dergisi*, 9(1-2), 153-178.
- Gündüz, O. ve Aydoğan, C. (2015). Önlisans Öğrencilerinin Gıda Güvenliği Bilinç Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 6(1), 34-44.
- Gürbüzöğlü Yalmanlı, S. (2016). Lise Öğrencilerinin Genetiği Değiştirilmiş Organizmalara Yönelik Algılarının Belirlenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 37, 89-111.
- Güven, S. (1999). Ailelerin Satın Alma Sırasında Çevre Açısından Dikkat Ettikleri Hususlar. *Eğitim ve Bilim*, 23(112), 67-74.
- Hankammer, S., Hora, M., Canetta, L., ve Sel, S. K. (2016). User-Interface Design for Individualization Services to Enhance Sustainable Consumption and Production. *Procedia CIRP*, 47, 448-453.
- Hayta, A. B. (2009a). Sürdürülebilir Tüketim Davranışının Kazanılmasında Tüketici Eğitiminin Rolü. *Ahi Evran Üniv. Eğt. Fak. Dergisi*, 10(3), 143-151.
- Hayta, A. B. (2009b). Sürdürülebilir Tüketim ve Aile. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13 (3), 69-83.
- Hekimci, F. (2015). Sürdürülebilir Yerel Kalkınma ve “Yavaş Şehirler”. *Verimlilik Dergisi*, (4), 77-112.

- Karaca, Ő. (2013). Tüketicilerin Yeşil Ürönlere İlişkin Tutumlarının İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 13(1), 99-111.
- Karalar, R., Erdoğan, B.Z. ve Kiracı, H., (2008). Çevreye İlişkin Bilgi Düzeyi ve Sürdürülebilir Tüketim Davranışı İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama. *13. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı*: 340-358.
- Karalar, R. ve Kiracı, H. (2010). Bireysel Değerlerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Öğretmenler Üzerinde Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 79-106.
- Karalar, R., Kiracı, H. (2011). Çevresel Sorunlara Karşı Bir Çözüm Önerisi Olarak Sürdürülebilir Tüketim Düşüncesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 30, 63-76.
- Kardeş, İ. (2011). Markaların Çevre Dostu Uygulamalarının Tüketicinin Marka Tercihini Üzerindeki Etkisi. *Ege Akademik Bakış*, 11(1), 1453 -1465
- Kaya, F. ve Kozak, M. (2008). Çevresel Pazarlama: Tüketicilerin Eğilim ve Tutumları Üzerine Bir Araştırma. *13. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı*, Nevşehir, 358-365.
- Kocalar, A. O. (2014). Çevre ve Çevre Eğitimi Üzerindeki Yerel Yönetim Etkisi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 348-362.
- Koçer, L. L. ve Delice, T. (2016). Yeşil Reklamlara Yönelik Tutumların Çevresel Duyarlılığa Etkisi: Çevresel Kaygının Aracılık Rolü. *Humanities Sciences*, 11(2), 112-139.
- Korkmaz, S., Sertoğlu, A.E. (2013). Genç Tüketicilerin Sürdürülebilir Gıda Tüketimi Davranışının Güven ve Değerlere Dayanan Planlı Davranış Teorisi Kapsamında Tartışılması. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31(1), 127-152.
- Köksal, D. (2012). Çevreye ve Yeşil Reklama Yönelik Tutum: Kadıköy İlçesinde Örnekle Bir Uygulama. *17. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı*, Balıkesir, 305-322.
- Kükreler, Ö. (2012). Tüketicilerin Çevresel Sorumluluklarının Yeşil Reklamlara Yönelik Tutumlarına Etkisi: Eskişehir Örneği. *Journal of Yasar University*, 26(7), 4505-4525.
- Malbeleği, F. ve Sağlam, H. İ. (2013). İlkokul 4. Sınıf Öğrencilerinin Bilinçli Tüketiciliğe İlişkin Görüşleri. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 32(1), 251-268.
- Nakiboğlu, B. (2007). Tüketimin Çevreci Boyutu: Çevreci Tutum ve Davranışlara Göre Pazar Bölümlemesi. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2),423-438.

- Örten, T. (2009). Yerel Yönetimlerin Bireysel Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarındaki Rolü. *Cumhuriyet Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 35(2), 97-204.
- Övünç, S. (2015). Tüketicilerin Sürdürülebilir Ambalaja Sahip Ürün Satın Alma Niyeti. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Özbölük, T. (2010). Pazarlamada bilinçli tüketim ve tüketicilerin bilinçli tüketime ilişkin tutumlarının belirlenmesine yönelik bir araştırma. Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi
- Özdemir, O., Güneş, M. H. ve Demir, S. (2010). Üniversite öğrencilerinin genetiği değiştirilmiş organikmalara (GDO'lara) yönelik bilgi düzeyleri - tutumları ve sürdürülebilir tüketim eğitimi açısından değerlendirilmesi. *OMÜ Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(1), 53-68.
- Özdemir, Ö.(2013). Sürdülebilir tüketim davranışlarında kişisel değerlerin rolü: Kadın öğretim elemanlarının giysi elden çıkarma davranışları üzerine bir araştırma. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Özdemir, Ö., Deniz, Ö. (2014). Yenilikçilik mi? Tüketim mi?: Yenilikçi Tüketime Eleştirel Bir Yaklaşım ve Nitel Bir Analiz, Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi, 3(1), 25-48.
- Özgen, Ö., Emiroğlu, H., Serpen, A. S., ve Benlioğlu, B. (2013). Tüketiciler ve Genetiği Değiştirilmiş Ürün Grupları: Algılar ve Etik İnançlar Üzerine Bir Araştırma. *Akdeniz İletişim*, (20), 212-221.
- Özgül, E. (2010). Tüketicilerin Değer Yapıları, Gönüllü sade Yaşam Tarzı ve Sürdürülebilir Tüketim Üzerindeki Etkileri. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28(2),117-150.
- Özgül, E. (2011). Tüketicilerin Sosyo-Demografik Özelliklerinin Hedonik Tüketim ve Gönüllü Sade Yaşam Tarzlari Açısından Değerlendirilmesi. *Ege Akademik Bakış*, 11(1), 25-38.
- Özsoy, T. (2011). Tüketimin sürdürülebilirliği: Ürün ömrüne yönelik tüketici tutum ve davranışları üzerine bir araştırma. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Doktora Tezi.
- Özsoy, S., Ahi, B. (2014). İlkokul Öğrencilerinin Geleceğe Yönelik Çevre Algılarının Çizdikleri Resimler Aracılığı ile Belirlenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 14(4), 1557-1582.
- Özsoy, T. ve Madran, C. (2015). Ürün Ömrü Algısının Sürdürülebilir Tüketim Boyutundan Bir Analizi. *Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi*, 4(7), 73-91.

- Peterson, M., Ekici, A. ve Hunt, D. (2010). How the poor in a developing country view business' contribution to quality-of-life 5 years after a national economic crisis. *Journal of Business Research*, 63, 548–558.
- Sarıkaya, N. (2007). Organik ürün tüketimini etkileyen faktörler ve tutumlar üzerine bir saha çalışması. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(2), 110-125.
- Sener A. ve Hazer O. (2008). Values and sustainable consumption behaviour of women: a Turkish sample. *Sustainable Development*, 16(5), 291–300.
- Şener, A. ve Hazer, O., (2007). Değerlerin kadınların sürdürülebilir tüketim davranışı üzerindeki etkilerine ilişkin bir araştırma. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*, http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/Arzu_Sener_Oya_Hazer-20-6-2007.pdf (01.03.2016)
- Tamer, N. (2013). Sürdürülebilir tüketim açısından giysi satın alma-elden çıkarma davranışında güdusel satın alma ve materyalist eğilim ilişkisi üzerine bir araştırma. Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Tandaçgüneş, N.(2011). Pazarlama İletişiminde Sürdürülebilir Tüketim Olgusuna Farklı Bir Bakış: Ernest Callenbach ve Ekotopya Yapıtı Üzerine Hermeneutik Okuma Çalışması. *İletişim Fakültesi Dergisi*. 41, 103-124.
- Tanrıkulu, C. (2015). Çevresel Kaygı, Algılanan Tüketici Etkinliği ve Kollektivizmin, Tüketicilerin Yeşil Satın Alma Davranışlarındaki Rolü Üzerine Bir İnceleme. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29(1), 123-137.
- Tanrıverdi, B. (2009). Sürdürülebilir Çevre Eğitimi Açısından İlköğretim Programlarının Değerlendirilmesi. *Eğitim ve Bilim*, 34(151), 89-103.
- Türkmen, M. Sarıkaya, N. ve Saygılı, M. (2013). Öğrencilerin Çevresel Duyarlılık Düzeylerinin Satın Alma Davranışına Etkisi Üzerine Bir Araştırma: Sakarya Üniversitesi Örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*. 5(2), 238-249.
- Uluğ Yurttaş, Ö. ve Şişman, B. (2013). Sivil Toplum Örgütleri ve Kitle İletişim Araçlarının Çevre Okuryazarlığı Bilinci Oluşturmadaki Rolü. *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 1(4), 445-457.
- Ulus, Y. ve Köksal, D. (2012). Yeşil Reklama Yönelik Tutum: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. *Journal of Yasar University*, 27(7), 4642-4669.
- Umut, A. G. M. Ö., Topuz, Y. V., ve Velioğlu, M. N. (2015). Çöpten Geri Dönüşüme Giden Yolda Sürdürülebilir Tüketiciler. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 263-288.
- Utkan, O. (2015). Magazin eklerinde tüketimin özendirilmesi: köşe yazıları üzerine bir inceleme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3(2), 96-111.

- Usal, S.S.Y. (2012). Evaluation of product consumption understandings of interior ,architecture students in terms of sustainability. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 47, 351–356.
- Üner, S., Vaizoğlu, S. A., Alp, S. A., Simav, H., Mansour, N., El-Hatou, H., Nprevista, E., Kayıkçıoğlu, E., ve Güler, Ç. (2007). Lise Öğrencilerinin Tüketici Hakları Konusunda Bilgi ve Tutumlarının Değerlendirilmesi. *Toplum Hekimliği Bülteni*, 26(2),16-22.
- Üstündağlı, E. ve Güzeloğlu, E. (2015). Gençlerin Yeşil Tüketim Profili: Farkındalık, Tutum ve Davranış Pratiklerine Yönelik Analiz. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 5(10), 341-362.
- Varlı, D. (2014). İlköğretim 8. sınıf öğrencilerinin çevreye yönelik tutumlarının incelenmesi. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Fen Bilgisi Eğitimi Anabilim Dalı Yüksek Lisanz Tezi.
- Yaraş, E., Akın, E. ve Şakacı, B. K. (2011). Tüketicilerin Çevre Bilinci Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Öneri Dergisi*, 9(35), 117-126.
- Yeniçeri, T. (2009). Tüketicilerin Çevre Bilinci ve Çevreye Duyarlı Satınalma Davranışlarına Yönelik Bir Pilot Araştırma. *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 11(17), 311-326 .
- Yeniçeri, T., Güner, K. (2013). Enerji Verimli Ürünlere Karşı Tutumun ve Çevre Bilincinin Satın Alma Niyetine Etkileri Üzerine Bir Araştırma, *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 12(Temmuz), 47-67.
- Yeşilada, F. (2009). Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde Çevre Bilinçli Tüketicilerin Profili. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 10(1), 79-95.
- Yılmaz, V., Çelik, H. E., ve Yağız, C. (2009). Çevresel duyarlılık ve çevresel davranışın ekolojik ürün satın alma davranışına etkilerinin yapısal eşitlik modeliyle araştırılması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 1–14.
- Yurttaş, Ö., Şişman, B., ve Şişman, Ö. (2012). Sivil Toplum Örgütleri ve Kitle İletişim Araçlarının Çevre Okuryazarlığı Bilinci Oluşturmadaki Rolü. *Journal of History Culture and Art Research*, 1(4), 445-457.
- Yüce, A. (2013). Kollektivist Kültür Değerinin Sosyal Sorumlu Tüketim Üzerine Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17 (2), 275-291.
- Yükselen, C. ve Kaya, G. (2013). Yeşil Pazarlama ve Ambalajda Plastikten Cama Geçişte Tüketicilerin Tutumları Üzerine Bir Araştırma. *18. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı*, Kars , 146-155.

