

## Tüketicilerin Çevreye Duyarlı İşletmelere ve Ürünlerine Karşı Bakış Açılı\* *Consumers Perspectives of Environmentally Friendly Businesses and Their Products*

Osman ÇEVİK<sup>a</sup>

Tuba GÜLER<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Prof. Dr. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Karaman, Türkiye, [osmancevik@hotmail.com](mailto:osmancevik@hotmail.com), ORCID: 0000-0002-2217-8876

<sup>b</sup> Doktora Öğrencisi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Karaman, Türkiye, [tgulertuba@gmail.com](mailto:tgulertuba@gmail.com), ORCID: 0000-0003-0306-5566

### ÖZ

İşletmeler varlıklarını sürdürebilmek için faaliyette buldukları alanlarla ilgili çevrelerini olumlu veya olumsuz yönde etkilerken kendileri de çevrelerinden etkilenmektedirler. Bu etkileşim, birçok işletmenin çevreye bakışını değiştirmiş, çevre bilincine sahip olmalarını ve çevre stratejilerini işletme stratejileri ile birleştirmelerine neden olmuştur. Buradan hareketle tüketicilerin çevreye duyarlı işletmelere ve ürünlerine karşı bakış açılarını belirlemeyi amaçlayan bu çalışmada, Karaman il merkezinde yaşayan ve kolayda örnekleme yöntemiyle seçilen 350 katılımcıya anket uygulanmıştır. Elde edilen verilerin analizi sonucunda, katılımcıların çevreye zararlı olduğunu öğrendikleri ürünleri almaya devam etmedikleri, çevre dostu ürün satın alarak çevrenin korunmasına katkıda bulduklarına inandıkları ve çevre sorunlarının çözümü için yapılan yatırımların işletmeler açısından lüks olmadığını düşündükleri, ancak ürün satın almaya karar verirken çevreye dost malzemeden üretilmiş olmasına pek dikkat etmedikleri görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Çevreye Duyarlı Tüketici, Çevreye Duyarlı İşletme, Çevre Dostu Ürün.

### ABSTRACT

In order to maintain their existence, businesses affect their environment positively or negatively, while they are also affected by their environment. This interaction has changed the perspective of many businesses on the environment, has caused them to have environmental awareness and to combine their environmental strategies with business strategies. From this point of view, in this study, which aims to determine the perspectives of consumers towards environmentally sensitive businesses and their products, a questionnaire was applied to 350 participants living in the city center of Karaman and selected by convenience sampling method. As a result of the analysis of the data obtained, the participants did not continue to buy the products they learned to be harmful to the environment, they believed that they contributed to the protection of the environment by purchasing environmentally friendly products, and they thought that the investments made for the solution of environmental problems were not luxurious for businesses, but they did not pay much attention to the fact that they were produced from environmentally friendly materials when deciding to purchase a product.

**Keywords:** Environmentally Sensitive Consumer, Environmentally Conscious Business, Environmentally Friendly Product.

\* Bu makalede bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyulmuştur. / In this article, the principles of scientific research and publication ethics were followed.

**Atıf-Reference:** Çevik, O. & Güler, T. (2021). Tüketicilerin Çevreye Duyarlı İşletmelere ve Ürünlerine Karşı Bakış Açılı. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (2), 100-113.

## 1. GİRİŞ

İnsanların istek ve ihtiyaçlarının zaman içerisinde değişimi dolayısıyla yeni taleplerin ortaya çıkması tarımdan sanayileşmeye doğru dönüşümü beraberinde getirmiştir. Devamında şehirleşme, bilgi teknolojilerindeki ve ekonomik hayattaki gelişmeler kaynak-ihtiyaç dengesini değiştirmiştir. 20.yy'dan itibaren İngiltere, Almanya, Japonya gibi ülkeler bu değişimlerle birlikte hızla gelişmiş, ekonomik olarak büyümüş ve sosyal refaha ulaşma yolunda mesafe kat etmişlerdir. Öte yandan hızlı sanayileşme ve dünya nüfusunda artış sınırlı olan doğal kaynakların azalmasına, mekânların daralmasına, her alanda artan kirlenmeye ve bir takım çevre sorunlarına sebep olmuştur. Ancak günümüz dünyasında insanoğlunun yaşadığı çevreye karşı bilinci yavaş yavaş da olsa artmaya başlamıştır. Bilinçlenen insanlar, yaşam biçimlerini ve satın alma alışkanlıklarını değiştirmeye çalışarak çevreye verilen zararı en az seviyeye indirmek için kısmen çevreye duyarlı işletmelerin ürünlerine yönelmeye başlamışlardır. Sönmez (2014) tarafından yapılan çalışmada, çevreye duyarlı tüketicilerin ürün tercihlerinde “yeşil” ürün olmasına önem verdikleri görülmüştür. Cesur & Memiş (2016) tarafından yapılan araştırmada, katılımcıların çevre konusunda bilinçli, yeşil ürünler konusunda hassas oldukları ortaya çıkmıştır. Koçoğlu & Koçoğlu (2017) tarafından öğrencilerle yapılan çalışmada, öğrencilerin büyük bir kısmının çevreye duyarlı olduğu ve bu doğrultuda ürünleri satın aldıkları belirtilmiştir. Yine Karahan (2017) tarafından işletme yöneticileri ile yapılan bir çalışma sonucunda; işletme yöneticilerinin çevreye karşı duyarlı olunması, çevre dostu ürünlerin tercih edilmesi ve işletmelerin çevre sorunlarının oluşmasından önce gerekli tedbirleri almaları gerektiği vurgulanmıştır. İlave olarak, üretim yönetimi kararlarında çevrenin göz önüne alınması ve çevre konusunda farkındalık düzeyinin artırılması için işletmelerin kampanyalar yapmasının bir gereklilik olduğu sonucuna varılmıştır. Tüm bu gelişmelerle beraber işletmeler, yavaş yavaş da olsa çevreye duyarlı olmak ve çevreye duyarlı yönetim anlayışlarını benimsemek durumunda kalmışlardır. 2015 yılında Paris'te düzenlenen Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Konferansı'nda yaklaşık 195 ülke, enerji politikalarını ve hedeflerini benimseyerek iklim değişikliği endişelerini ele almak için gönüllü olmuştur (Banerjee & Gupta, 2017: 1). Bu durum, firmaların çevreye duyarlı olmak için sürdürülebilir uygulamaları teşvik etmesine ve bu konuda büyük girişimlerde bulunmalarına katkı vermiştir. Böylece çevreye duyarlı ve sürdürülebilir faaliyetlerle bugünkü insanların ihtiyaçları karşılanmakta, gelecek nesillerin ihtiyaçları da göz ardı edilmemektedir. Buradan hareketle yapılan bu çalışmada Karaman il merkezinde yaşayan tüketicilerin çevreye ilgili düşünceleri, çevre bilincinin demografik açıdan farklılık gösterip göstermediği, çevreye duyarlı işletmelere ve bu işletmelerin ürünlerine karşı bakış açıları belirlenmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede çevre, çevre sorunları ve nedenleri, çevreye duyarlı yönetim, sürdürülebilirlik kavramlarına kısaca değinilerek yapılan anket çalışmasından elde edilen veriler analiz edilmiş ve yorumlanmıştır.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. Çevre Kavramı

Fransızcadaki “çevreleyen” kelimesinden türetilen günümüzde çeşitli şekillerde tanımlanan çevre, canlıların içinde yaşadığı, yaşamsal bağlarla bağlı olduğu, farklı şekillerde hem etkilendikleri hem de etkiledikleri ortamdır (Yıldız vd., 2008: 14; Praskievicz, 2021: 1). Başka bir tanıma göre çevre, birey veya toplumun biyolojik, fiziksel, sosyal, ekonomik ve kültürel yönden yaşamına yön veren tüm faktörleri ifade etmektedir (Kazazoğlu, 2020: 10). İşletme bilimi bakımından ise işletmenin haricinde bulunan herkes ve her şey çevre olarak görülmekte olup (Lynch, 1997: 9) işletmelerin faaliyetlerini gerçekleştirmek için tüketmiş oldukları su, toprak, hava, hammadde ve enerji kaynaklarından oluşan doğal kaynakların tamamının oluşturduğu sistemdir. İşletmeler çevrelerinden aldıkları girdileri çıktılara dönüştürmektedir. Bu durumda çevreleri ile sürekli bir etkileşim içindedirler. İşletmelerde çevre sadece üretime katılan bir girdi değil ekonomik hayatın vazgeçilmez bir parçasıdır. Bu sebeple işletmeler faaliyetlerini gerçekleştirirken doğal kaynakların kullanımına dikkat etmeli çevreye zarar verebilecek atık seviyesini en aza indirmeli, bitki ve hayvan türlerinin korunmasına önem vermelidirler (Bektaş, 2018: 4-12).

### 2.2. Çevre Sorunları ve Nedenleri

Genel olarak çevre sorunları, insan eliyle oluşturulan yapay çevrenin doğal çevre üzerine etkilerinin yanında, sağlık açısından tehlikeli olması, doğal kaynakların aşırı ve kötü kullanılması sonucunda ortaya çıkmaktadır (Dinçer, 1996: 43). İnsanlar, diğer canlılar ve doğal çevre arasındaki ilişkiler, insanlığın var oluşundan sanayi devrimine kadar normal bir şekilde devam etmiştir. Sanayi devrimi ile birlikte insanların doğaya olumsuz etkileri artmış, bunun sonucunda da çevre dengesi hızla bozularak hem insanlar hem de diğer canlılar için tehlike oluşturmaya başlamıştır (Maliye Bakanlığı, 1998: 1).

Hızla artan insan nüfusu, çarpık kentleşme, hava kirliliğinin sebep olduğu ölümler, denizlerin kirlenmesi ve hatalı avlanmalar sonucu deniz canlılarının azalması, tarımda kullanılan ilaçlar, kimyasalların toprağa zarar vermesi, sanayide kullanılan kimyasal ve yakıtlar, nükleer denemeler çevre kirliliğine sebep olurken canlıların yaşamını da tehdit etmektedir (Sakçı, 2020: 8). Tüm bunlar dikkate alındığında çevresel bozulma ve sürdürülebilirlik günümüzün en önemli konuları arasına girmektedir. Yapılan araştırmalar çevre sorunlarının ekonomi, sağlık hizmetleri, işsizlik gibi sorunlardan daha önce geldiğini ve çevreye ilgili endişelerin bireylerin tüketim kararlarında etkili olduğunu göstermektedir (Dagher & Itani, 2014: 188).

Genel anlamda Türkiye’de çevre sorunları bilimsel olarak şu şekilde sıralanmaktadır (Şanlı, 1984:18); “*Hava kirliliği, su kirliliği, toprak sorunları (doğal çevrenin bozulması ve toprağın kötü kullanılması), besin kirliliği, enerji-çevre ilişkisi, katı atıklar, pestisitler, biyolojik dengenin bozulması ve flora-fauna ilişkisi, trafik ve gürültü*”. Bu çevre sorunlarına ek olarak küresel açıdan çevre sorunları ise (Zerenler & Kuduz, 2013: 30-42); “*Küresel ısınma, iklim değişikliği, sera etkisi, ozon tabakasının delinmesi, asit yağmurları, toksik atıklar, ötrofikasyon ve erozyon*” şeklinde sıralanmaktadır.

Çevre sorunlarının ortaya çıkması farklı nedenlerden kaynaklansa da çevre sorunlarının genel kabul görmüş nedenlerini şöyle sıralamak mümkündür (Akdoğan, 2003: 20-29; Özdemir & Özekicioğlu, 2006: 17-18; Yılmaz & Çiftçi, 2011: 255; UNEP, 2021; Koyuncu, 2021: 8; Kart, 2021: 11; CLIMATECHANGE, 2021; Skogen, Helland & Kaltenborn, 2018: 13; Şahin, 2020: 9):

• *Nüfus Artışı*: Çevre sorunlarının başlıca faktörlerinden olan nüfusun özellikle şehirlerde hızla artması, artan nüfusla birlikte insan ihtiyaçlarının karşılanması için üretim ve tüketimin artması kirliliğin de artmasına neden olmaktadır. Ayrıca az gelişmiş ülkelerde artan nüfusla birlikte ekonomi ile mücadele etmek için doğal çevrenin hatalı kullanımı ortaya çıkmaktadır.

• *Sanayileşme*: İnsanların yüksek refah seviyesine ulaşmaları için çalışması ancak asıl amacı kâr etmek olan işletmelerin üretimi gerçekleştirirken girdi-dönüşüm süreci-çıktı modeli çevre sorunlarının temelini oluşturmaktadır. Burada işletmeler sosyal sorumluluğu göz ardı edip ucuz üretim yapma ve pahalıya satma düşüncesiyle ortaya çıkan atıkların yok edilmesini önemsememektedirler. Tarıma ve turizme uygun olan yerlerde işletme kurmaları çevre sorunlarına neden olmaktadır.

• *Kentleşme*: Küresel bir durum olan kentleşme, kendi içinde farklılık gösteren bir süreçtir. Kırsaldan kente göçme veya yer değiştirme, toplumsal nüfus yapısını ve kültürel değişimi beraberinde getirmektedir. Bu hareket aynı zamanda yerleşmelerin büyümesi ve yeni şekiller almasına neden olarak yeni kent alanlarında alt yapı ve hizmet sorunları doğurmaktadır. Kısaca teknolojik olarak altyapının olmadığı kırsaldan kentlere doğru olan bu hareketlilik sonucunda hızlı göç ve nüfus artışı kentleşmeyi artırırken çevresel dengenin de bozulmasına neden olmaktadır.

• *Tarım*: Tarımda kullanılan ilaç, gübre ve yanlış tarımsal politikalar çevre üzerinde önemli hasarlar bırakmaktadır.

• *Enerji*: Yenilenebilir ve yenilenemeyen enerji kaynaklarının, insanların yaşamlarını sürdürmek için elde edilmesi ve tüketilmesi çevreyi olumsuz yönde etkilemektedir.

• *Ozon Tabakasının İncelmesi*: Bazı cihaz ve araçlardan çıkan kloroflorokarbon gazının güneşten gelen zararlı ışınları tutan ve atmosferde yer alan ozon tabakasına ulaşması sonucu ozon bileşiğinin yapısının bozulmasıyla tabakada oluşan incelmedir.

• *Katı Atıklar*: Ticari, endüstriyel, tarım, tıbbi faaliyetler sonucunda ortaya çıkan her türlü zararlı materyalin arazilere boşaltılması, suya bırakılması ve yer altı sularına karışması ile oluşan çevre sorunudur.

• *İklim Değişikliği*: Kuraklık, sıcak hava dalgaları, tropikal siklonlar ve sel gibi hava olaylarının oluşma sıklığının ve yoğunluğunun artması, su sorunları, tarımsal üretim ve gıda güvenliğinin azalması, sağlık sorunlarını beraberinde getirmekte ve altyapıya zarar vermektedir. 1880 yılından 2012 yılına kadar küresel sıcaklık 0,85 °C artmakta, okyanuslar ısınmakta, küresel deniz seviyesi ortalama 19 cm yükselmektedir. Yine aynı şekilde küresel karbondioksit (CO<sub>2</sub>) emisyonu 1990'dan bu yana neredeyse yüzde 50 artmıştır.

• *Radyoaktif kirlilik*: Radyoaktif maddelerin etraflarına yaymış olduğu parçacıklar çevreye zarar vermekte olup başlıca kirliliğe sebep olan kaynaklar nükleer enerji santralleri, radyoaktif madde atıkları, nükleer silah fabrikalarıdır. Buralardan yayılan zararlı maddeler nedeniyle radyoaktif madde ile temas eden hayvansal ürünler, bitkiler insanlara ve diğer canlılara bulaşarak genetik yapının bozulmasına ve bağışıklık sisteminin çökmesine sebep olmakta ve çeşitli hastalıklara neden olmaktadır.

• *Ormansızlaşma*: Dikili alanların kasıtlı olarak yok edilmesi veya doğal yollarla zarar görmesi sonucu ormanlık alanların azalmasıdır. Ormanlık alanların azalmasına yangınlar, ormanlık alanların tarım arazisi veya sanayi alanı olarak yanlış kullanımı, ormanların kentsel veya turizm amaçlı alanlara dönüştürülmesi hava kirliliği neden olmaktadır.

• *Biyçeşitlilik Kaybı*: Biyçeşitlilik bitkiler, hayvanlar, ekosistem ve habitatlardan oluşmaktadır. İklim değişikliği, kaynakların yanlış kullanımı, hava kirliliği biyçeşitlilik kaybına yol açmaktadır. Küresel bir çevresel sorun olduğu konusunda geniş bir bilimsel fikir birliği olan biyçeşitlilik kaybı; iklim düzenlemesi, toprak ve su temini, erozyon kontrolü, tozlaşma, gıda üretimi, rekreasyon, kültürel miras, yer duygusu ve eğitim gibi bir dizi ekosistem işlevi için hayati önem taşıyan dünya genelinde geniş alanları tüketmektedir.

### 2.3. Çevre Bilincinin Gelişim Süreci

Çevre bilinci kavramı, yıllar içerisinde bireysel ve siyasal kapsamda var olan “çevreye zarar verilmemesi ve onun sürdürülebilir bir düzeyde kullanımının önemini kavrama” olarak tanımlanmaktadır (Yücel vd., 2006: 218). Çevre sorunları insanlık tarihi kadar eski olmakla birlikte çevre ile ilgili yapılan çalışmalar M.Ö. 300'lü yıllara dayanmaktadır. Ancak kapsamlı olarak çevre konusunda bilinçlenme 1960'lı yıllardan sonra oluşmaya başlamıştır. 1962 yılında Rachel Carson'un “Silent Spring” ve 1968'de Paul Ehrlich “Population Bomb” adlı eserleri çevreciliğin başlangıcı olarak görülmektedir. 1968 yılında A. Pececi ve A. King önderliğinde 36 Avrupalı bilim adamı, ekonomist ve sanayici, çevre sorunlarını tartışmak için bir araya gelmiş ve daha sonra yapmış oldukları toplantıya “Roma Kulübü” adını vermişlerdir (CLUBOFROME, 2021). 1970'te Avrupa Konseyi tarafından “Avrupa Koruma Yılı Konferansı” yapılmış ve “Greenpeace” kurulmuştur (Akıncı, 1996: 88). 1971'de yayınlanan “Dünya Dinamikleri” isimli çalışma ve 1972'de “Büyümenin Sınırları” isimli rapor Roma Kulübü tarafından yayınlanmıştır (Gövdere, 2003: 14). Dünyada ilk kez çevre konusunda Stockholm'de 5 Haziran 1972'de düzenlenen BM İnsan Çevresi Konferansı'nda (Stockholm Konferansı) birçok ülke bir araya gelmiş ve 5 Haziran tarihinin “Dünya Çevre Günü” olması kararlaştırılmıştır (AB, 2021). 1973 yılında E. F. Schumacher'ın yayınladığı “Küçük Güzeldir” isimli eserde ölçek

sorunu ele alınmış, küçük ölçekli işletmelerin doğaya daha az zarar verdiği vurgulanmıştır. Yine 1973 yılında “AET Birinci Çevre Eylem Programı” yürürlüğe girmiş, 1974’te UNEP (Birleşmiş Milletler Çevre Programı) kurulmuş ve 1975’te Barcelona’da “Akdeniz Eylem Planı” onaylanmıştır (Karabıçak & Armağan, 2004: 210). 1987 yılında Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından “Brundtland Raporu” isimli “Ortak Geleceğimiz” olarak bilinen daha iyi bir dünyada yaşamak için, sağlıklı bir ortam oluşturma, herkesin paylaştığı çevreyi düzgün kullanma konularına değinilmiştir. 1992’de Rio’da “Ortak Geleceğimiz”in devamı olan ve daha somut hedefleri bulunan “Gündem 21” ortaya konulmuştur (Baykal & Baykal, 2008: 9-10).

Türkiye’de ise çevre bilinci 1970’lerin başlarında oluşmaya başlamıştır (İlkin & İlkin, 1991: 38). 1982 Anayasası’nın 56’ncı maddesinde “Herkes, sağlıklı ve dengeli bir çevrede yaşama hakkına sahiptir” ibaresine yer verilerek çevre sorunlarına ilişkin önemli adımlar atılmıştır. Ayrıca bu maddeye dayanarak 1983’te Çevre Kanunu çıkarılmıştır (MEVZUAT, 2021). 1989 yılında “Özel Çevre Koruma Kurumu Başkanlığı” kurulmuş olup, 2011 yılında “Çevre ve Şehircilik Bakanlığı” kurulmuştur (CSB, 2021). İşletmeler açısından ekonomik büyüme birçok fayda sağlasa da etkileri, aynı zamanda, uzun yıllar boyunca doğal kaynakların azalması ve ekosistemlerin bozulmasına neden olmaktadır. Bu sebeple işletmelerde çevre bilinci, eko-girişimcilik, çevre girişimciliği ve sürdürülebilir girişimcilik gibi yeni kavramlar ortaya çıkmıştır (Purwandani & Michaud, 2021: 579). Birçok işletmede çevre yönetim sistemleri ile ilgili standartlar kamu ve özel sektörler tarafından uygulanmıştır. Türk Standartları Enstitüsü tarafından da kabul edilen İSO 14001 Çevre Yönetim Standartları işletmelerin çevreye karşı sorumluluklarını yerine getirmede destek olmaktadır. Yine çıkarılan yasalar, yönetmelikler, projeler ve çeşitli kuruluşlar tarafından gönüllü sürdürülen faaliyetler sayesinde işletmeler çevreye karşı daha bilinçli hale gelmişlerdir (Korkmaz & Demir, 2021: 338-339). Çevre dostu işletmeler, daha az kirliliğe neden olan teknolojilere ve çevre dostu ürünleri üretmeye yönelmişlerdir. Bu doğrultuda çevre dostu uygulamalar ve çevre yönetim sistemleri oluşturmuşlardır (Ceyhan & Ada, 2015: 117). Türkiye’de işletmeler açısından çevre bilincinin gelişimine katkı sağlayan kuruluşlardan birkaç örnek şu şekildedir; Koç topluluğu, uzun zamandır çevreye dost ürünler üretme konusunda büyük yatırımlar yapmakta olduklarını ve çevre ile dost üretim, kaliteli, çevresel duyarlılık ve sosyal sorumluluk yaklaşımını kendilerine görev edindiklerini vurgulamaktadır. TÜPRAS’ın 1,6 milyar dolar tutarındaki yatırım kararları, AYGAZ firmasının ISO 14000 Çevre Yönetim Sistem Belgesi’ne sahip tesislerinin olması, Garanti Bankası uzun bir süredir gerçekleştirmiş olduğu katkı ve projeler ile kendisini göstermektedir. “Doğa İçin Garanti” sloganı ile 15 senedir WWF Türkiye’nin ana sponsorluğunu yapmaktadır (Çam, 2017: 28-29).

#### 2.4. Çevreye Duyarlı İşletmecilik

Kâr amacıyla kurulan işletmeler çeşitli sosyal, siyasal ve kültürel olayların etkisinde olup faaliyette oldukları çevre ile karşılıklı etkileşim içerisindeyler. İşletmelerin ürün ve hizmet üretirken kazanç elde etme amacının yanı sıra toplumun ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarına cevap vermek ve toplumsal sorunlarına çözüm bulmak gibi işlevleri de bulunmaktadır (Yücel & Ekmekçiler, 2008: 327). Son yıllarda hem işletmeler hem de tüketiciler için son derece önemli hale gelen çevre ve doğal dengenin önemi çok konuşulan konular arasına girmiştir (Çabuk & Nakıboğlu, 2003: 40). Çevresel faktörleri dikkate almak küresel bir eğilim haline geldiğinden müşteriler çevreye dostça yaklaşan işletmelere daha fazla önem vermektedirler. Bu sebeple işletmeler açısından çevreye duyarlı olmak yeni fırsatlar doğurmakta, potansiyel yatırımcılar tarafından dikkate alınmakta ve müşteriler için değer yaratmaktadır (Krause, 2015: 1-2).

İşletmeler açısından üretim yöntemlerinde ve ürün tasarımlarında, tüketici açısından ise satın aldıkları ürünlerin çevreye zarar verip vermemesi yönünde bilinçlenme söz konusudur. İşletmeler ve tüketiciler arasındaki bu etkileşimin sonucunda çevre bilinci ve doğal dengeyi koruma her iki taraf açısından daha belirgin hale gelmektedir (Çabuk & Nakıboğlu, 2003: 40). Çevreye duyarlı işletmeler üretim yaparken sürdürülebilirlik konusunda dikkatli davranmaktadırlar. Mümkün olduğunca az su, enerji ve hammadde kullanmakta, yenilenebilir ve çevre dostu yollarla üretim yapmaktadırlar. Bu yaklaşım sonucu işletmeler doğal kaynaklar üzerindeki baskısını ve iklim değişikliğine katkılarını en aza indirmektedirler (BUSINESSNEWS DAILY, 2021). Çevreye duyarlı işletme olmak çok yönlü bir süreç olup yapılabilecek çeşitli uygulamalar vardır. Genel olarak çevreye duyarlı bir işletme, 4R’lerden en az birini kullanmalıdır. Bu R’ler reduction–azalma, reuse–yeniden kullanım, recycling–geri dönüşüm ve recovery–geri kazanımdır (Çekanavičius vd., 2014: 79). Oluşan çevre bilinci sonucunda çevre dostu ürün, yeşil gibi kavramlar ortaya çıkmaktadır. Çevre dostu ürün; sağlam, zararlı maddeler içermeyen, çevreyi kirletmeyen, tekrardan kullanılabilir, zararsız üretim yöntemleri ve teknoloji ile üretilen ürünlerdir (Türk & Gök, 2010:204-205). Çevre dostu ürünlerin pazarlama alanına girmesiyle “yeşil” kavramı kullanılmaya başlamıştır. Böylece çevrenin korunmasına önem veren tüketiciler satın alma davranışlarını sergilerken çevreyi korumaya yönelik davranışta bulunmaktadırlar (Karaca, 2013:100). Ürünlerin çevre dostu olması için birtakım özellikleri olması gerekir. Bu özellikler şöyledir (İlhan, 2017:17):

- Canlıların sağlığını korumalı,
- Üretildiği, kullanıldığı sırada ve yok olma esnasında doğal kaynaklar daha az tüketilmeli,
- Gereksiz atıklara neden olmamalı,
- İçerisinde zararlı maddeler olmamalıdır.

İşletmelerin çevreye karşı; pasif, aktif ve proaktif olmak üzere üç tür yaklaşımı bulunmaktadır. Pasif yaklaşımın benimsendiği işletmelerde yeniliklere önem verilmezken çevreye duyarlı olmak işletme açısından bir yük olarak görülmektedir. Aktif yaklaşımın benimsendiği işletmelerde çevreye verilen önem sadece kanunlarla sınırlı kalmaktadır. Proaktif yaklaşımın benimsendiği işletmelerde ise işletmedeki herkes tarafından çevre önemli görülmekte ve çevre ile ilgili

konulara çok fazla önem verilmektedir (Karahana, 2017: 362). Yapılan çalışmalar proaktif yaklaşımı benimseyen işletmelerin diğer işletmelere göre daha fazla beceri ve yetenek kazandığını, bu yetenek ve beceriler sayesinde rekabet potansiyelini artırdığını göstermektedir (Krause, 2015: 2).

Çevrenin korunmasında tüketicilerden gelen istekler organizasyonları çevreye karşı daha duyarlı davranmaya yönlendirmektedir (Shrivastava, 1993: 31). İşletmeleri çevreye duyarlı olmaya iten nedenler şu şekilde sıralanabilir (Şua, 2012: 28);

- İşletmelerin çevre ile ilgili yapmış oldukları faaliyetleri rakiplerinin karşısında rekabet avantajı olarak kullanabilmeleri,
- Çevreye duyarlı pazarlamayı hedeflerine varma yolunda bir üstünlük olarak görmeleri,
- Mal ve hizmet üretme sürecinde kaynakların etkin ve verimli kullanımı ile geri dönüşüm çalışmalarında maliyet azaltıcı fırsatların farkına varmaları,
- Üretim sonucunda oluşan zararlı atıkların ortadan kaldırılmasında herkesin iş birliği yapması,
- Çevreye duyarlı işletmelerin morallerinin yükseltilmesi,
- Tüm yönetim kanallarının işletmelerle birlikte çevre konusundaki kurallara ve uygulamalara uyma zorunlulukları,
- Devletten teşvik alma ve uygulanan yaptırımlar.

Çevreye duyarlı olması beklenen işletmelerin elbette çevreye duyarlı yönetim anlayışı ile yönetilmeleri gerekmektedir. Çevreye duyarlı yönetim, işletmelerin faaliyetlerini yürütürken karar alma süreçlerinde ekolojik çevreyi önemli bir unsur olarak görür ve çevreye verilen zararları en aza indirmeyi ya da tamamen ortadan kaldırmayı amaç edinir. Burada üretim süreçlerini, ürünlerin tasarımını, paketlenmesini, çevrenin korunması için işletmenin kültürü ile bütünleştirmek ve topluma karşı sosyal sorumluluklarını yerine getirmeyi benimseyen bir anlayış vardır (Nemli, 2001: 212-213). Günümüzde çevreye duyarlı işletmeler atıklarını, kirli sularını, zehirli gazlarını etrafa bırakarak doğal kaynakları tehlikeye atan bir anlayıştan çevre kirliliğine duyarlı, geri dönüşüme önem veren, çevre dostu üretim teknolojileri kullanan, sadece zorunluktan değil de bu durumu bir şirket politikası ve yaşam biçimi haline getiren bir anlayışa evrilmişlerdir (Celiloğlu, 2014: 29).

## 2.5. Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirlik kavramı çevreye duyarlı olmakla doğrudan ilişkili bir kavramdır. Dolayısıyla çevreye duyarlı tutum ve davranışlar söz konusu olduğunda, sürdürülebilirlik konusu gündeme gelecektir. Bu sebeple sürdürülebilirlik, doğaya ve ekolojik sistemlerin işlevlerine, süreçlerine, üretkenliğine katkı sağlayan ve gelecekte çevresel faktörlerin hayatta kalmasını sağlama yeteneğidir (Yavuz, 2010: 64). Sürdürülebilirlik kavramı, modern yaşam için “yeni normal” olarak kabul edilmiştir. Hem işletmeler hem de çevreye duyarlı tüketiciler için sürdürülebilirlik kavramı önemli hale gelmiştir (Ahmad vd., 2021: 1). Sürdürülebilirlik, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden yoksun olmadan şimdiki ihtiyaçların karşılanmasını sağlayan iş uygulamalarıdır. Burada önemli olan, işletmelerin çevresel kaynakların korunması, ürünlerin kalitesi ve uzun ömürlülüğü, enerji, su, atık yönetimi, emisyon gibi konularda çevresel sürdürülebilirlik için dikkatli olmalarıdır (Min, Ogden & Stone, 2021: 97).

Sürdürülebilirlik, “bir kurumun doğrudan ve dolaylı paydaşlarının (ortaklar, çalışanlar, müşteriler, baskı grupları, toplum vs.) ihtiyaçlarını gelecekteki paydaşlarının ihtiyaçlarını karşılayabilme olanağını tehlikeye atmadan sağlama” olarak tanımlanabilir (Dyllick & Hockerts, 2002: 131). Sürdürülebilirlik, üretimin ve çeşitliliğin sürekliliği ile insanlığın hayatta kalmasını sağlarken aynı zamanda ihtiyaçların karşılanması esnasında gelecek nesillerin ihtiyaçlarını düşünmektir. Sürdürülebilirliğin sağlanması için çevre koruma, ekonomik büyüme ve sosyal gelişimin dengeli olarak sağlanması gerekmektedir (EKOLOJIST, 2021). Doğal kaynakların varlığının devamının sağlanması anlamına gelen sürdürülebilirlikte esas olan, kaynakların kullanım düzeyinin bu kaynakların kendini yenileme hızını; çevreye salınan kirleticilerin oranının, doğal kaynakların bu kirleticileri işleme tabi tutma hızını aşmamasıdır (Kaypak, 2011: 26). Brundtland Raporu’ndan sonra sürdürülebilirlik, çeşitli yaklaşımlara konu olan bir kavram olarak gündeme gelmiştir. Burada büyüme, kalkınma, çevrenin korunması ve sosyal gelişimin temini konuları ön plana çıkmaktadır. Bunlarla ifade edilmek istenen üç temel ilke mevcuttur. Bu ilkeler şu şekilde ifade edilebilir (Şen, Kaya & Alpaslan, 2018: 4);

- Sürdürülebilirlik, ekonomik açıdan gerçekleştirilebilir olmalı ve bunun için de kaynakların uzun vadede verimli kullanımı başarılmalıdır.
- Sürdürülebilirlik, mutlaka çevreyi korumaya önem vermelidir.
- Sürdürülebilirlik ile küresel anlamda tüm insanlara hem adil hem eşit davranılmalı, yoksulluğun önüne geçilmeli ve yoksul ülkelerin çevresel açıdan sömürülmesinin önüne geçilmelidir.

## 3. METODOLOJİ

Çalışmanın bu bölümünde, araştırmanın amacı, önemi, evreni, örneklem seçimi, kısıtları ile veri toplama yöntemi, verilerin analizi ve bulgular yer almaktadır.

### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Hipotezleri

Bu çalışmanın amacı, Karaman ilinde yaşayan tüketicilerin çevreye duyarlı işletmelere ve ürünlerine karşı bakış açılarını belirleyerek çevreyle ilgili düşüncelerini ortaya koymaktır. Buradan hareketle araştırmanın hipotezleri aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur.

H<sub>1</sub>: Katılımcıların çevre bilinçleri cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

H<sub>2</sub>: Katılımcıların çevre bilinçleri eğitim seviyelerine göre farklılık göstermektedir.

H<sub>3</sub>: Katılımcıların çevreye duyarlı olma ile ilgili ifadelerle katılma durumları çevre bilincine ilişkin sorulara verdikleri cevaplara göre farklılık göstermektedir.

H<sub>4</sub>: Katılımcıların çevreye duyarlı olma ile ilgili ifadelerle katılma durumları demografik özelliklerine göre (cinsiyet, eğitim, yaş, meslek, gelir) farklılık göstermektedir.

### 3.2. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Çalışmanın evrenini Karaman il merkezinde yaşayan 199.482 kişi oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise bu evrenden kolayda örnekleme yöntemiyle seçilen 347 katılımcıdan oluşmaktadır. Sosyal bilimlerde yapılan bir çalışmada mevcudu 100 bin-250 bin aralığında olan bir ana kütle için 0,05 hata payı ile 383 kişilik bir örneklem grubu ile çalışılması gerektiği (Gürbüz & Şahin, 2018: 130) ifade edilmektedir. Ancak yapılan bu çalışmada, pandemi koşullarının da etkisiyle ancak 350 kişiden dönüş alınabilmiş, bu dönüşlerde de 3 katılımcıdan gelen anketin uygun doldurulmamış olması nedeniyle 347 katılımcının verileri ile çalışılmak durumunda kalınmıştır.

### 3.3. Araştırmanın Kısıtları

Çalışmanın verilerinin sadece Karaman ilinden toplanmış olması, elde edilen sonuçların diğer illere genellenmesine mâni olmakta, bu da yapılan bu araştırmanın en önemli kısıtını oluşturmaktadır.

### 3.4. Veri Toplama Yöntemi

Çalışmada veri toplamak için anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmaya başlamadan önce “Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu”nun 20.05.2021 tarih ve E.11166 sayılı kararıyla etik kurul onayı alınmıştır. Anket formu üç kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısım katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili 5 sorudan oluşmaktadır. İkinci kısımda Şua (2012)’nin çalışmasından alınan ve katılımcıların çevre bilincine yönelik tutumlarını belirlemek için sorulan 11 soru yer almaktadır. Üçüncü kısımda ise Ayyıldız & Genç (2008)’in çalışmasından alınan ve çevreye duyarlı olmayı ölçmeyi amaçlayan 12 adet Likert tipi ifade yer almaktadır.

### 3.5. Verilerin Analizi

Çalışma kapsamında veri toplamak için kullanılan ölçeğin öncelikle güvenilirlik analizi yapılmıştır. Analizin gerçekleştirilmesinde, Likert tipi ölçeklerde sıklıkla kullanılan Cronbach’s Alpha değeri hesaplanmıştır. Genel kabullere göre Cronbach’s Alpha değerinin 0-0,40 arasında olması ölçeğin güvenli olmadığını, 0,40-0,60 arasında olması düşük güvenilirlikte olduğunu, 0,60-0,80 arasında olması oldukça güvenilir olduğunu ve 0,80-1,00 arasında olması ise yüksek güvenilirlikte olduğunu ifade etmektedir (Akgül & Çevik, 2005: 435-436; Yıldız & Uzunsakal, 2018: 19). Yapılan güvenilirlik analizi neticesinde Cronbach’s Alpha değeri 0,736 olarak tespit edilmiş ve çalışmada kullanılan ölçeğin oldukça güvenilir seviyede olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Verilerin hangi istatistiksel yöntemlerle analiz edileceğini belirleme aşamasında normal dağılım koşulunun sağlanıp sağlanmadığı incelenmiştir. Literatürde çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerinin -2 ile +2 değerleri arasında olması normal dağılım için yeterli görülmektedir (George & Mallery, 2010; Özgüner, 2019: 169). Ancak çalışmada kullanılan ölçekte yer alan 12 ifadenin ortalamalarının (çarpıklık katsayısı-skewness=-2,530, diklik katsayısı-kurtosis=13,777) normal dağılım göstermediği saptanmış, bu nedenle verilerin analizinde non-parametrik testlerden olan Mann Whitney U ve Kruskal Wallis testlerinden istifade edilmiştir. Ayrıca kategorik verilerin kendi aralarındaki ilişkilerin belirlenmesinde de Ki-Kare testinden faydalanılmıştır. Elde edilen bulgular araştırmanın amacı doğrultusunda yorumlanmıştır.

### 3.6. Bulgular

Çalışmanın bu kısmında öncelikle frekans ve yüzde analizleri ile başlanmış sonra Ki Kare testleri, Mann Whitney U ve Kruskal Wallis testlerinin sonuçları ile devam edilmiştir.

#### 3.6.1. Frekans ve Yüzde Analizleri

İzleyen tablolarda katılımcıların demografik özellikleri ve çevre bilinçlerini belirlemeye yönelik soruların cevapları yer almaktadır.

**Tablo 1.** Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet	n	%	Yaş	n	%
Kadın	156	45,0	17-22	42	12,1
Erkek	191	55,0	23-28	42	12,1
Toplam	347	100,0	29-34	46	13,3
Eğitim	n	%	35-40	84	24,2

Tüketicilerin Çevreye Duyarlı İşletmelere ve Ürünlerine Karşı Bakış Açıları

İlköğretim	28	8,1	41-46	71	20,5
Lise	66	19,0	47-52	21	6,1
Ön lisans	59	17,0	53 ve +	41	11,8
Lisans	141	40,6	<i>Toplam</i>	347	100,0
Lisansüstü	53	15,3	<b>Meslek</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
<i>Toplam</i>	347	100,0	Öğrenci	47	13,5
<b>Aylık Gelir (TL)</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	İşçi	42	12,1
1500 TL'den az	64	18,4	Kamu Sektörü Çalışanı	89	25,6
1500-2000 TL	11	3,2	Özel Sektör Çalışanı	50	14,4
2001-2500 TL	48	13,8	Emekli	25	7,2
2501-3000 TL	31	8,9	Serbest Meslek	47	13,5
3001-3500 TL	26	7,5	Ev Hanımı	31	8,9
3501-4000 TL	61	17,6	Diğer	16	4,6
4000 TL'den Fazla	106	30,5	<i>Toplam</i>	347	100,0
<i>Toplam</i>	347	100,0			

Tablo 1'de görüldüğü üzere, araştırmaya katılanların %45'i kadın, %55'i erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların eğitim durumları en fazla %40,6 ile lisans mezunlarından oluşmakta ve yaş dağılımlarına bakıldığında ise hemen her grupta yakın oranlarda kişi yer alırken 35-46 yaş aralığında katılımcıların yaklaşık %45'i yer almaktadır. Araştırmaya katılanların mesleklerine bakıldığında en fazla %25,6 ile kamu sektörü çalışanı göze çarparken, gelir olarak yoğunluğun %30,6 ile 4000 TL'den fazla gelire sahip olan grupta olduğu anlaşılmaktadır.

**Tablo 2.** Katılımcıların Çevre Bilincine Yönelik Soruların İlk Kısımına Verdikleri Cevapların Dağılımı

Firmanın Çevreye Duyarlılığının Öğrenilme Yeri	n	%	Bir Ürün Satın Alırken Dikkate Alınan Kriter	n	%
Akademik Yayın	12	3,5	Ürün Ömrü	12	3,5
Mağaza Çalışanı	74	21,3	Sağlığa Zarar Vermemesi	94	27,1
Reklamlar	201	57,9	Çevreyle Dost Malzemeden Üretilme	14	4,0
Firmaların Sertifikaları	60	17,3	Enerji Verimliliği	2	0,6
<i>Toplam</i>	347	100,0	Fiyatı	188	54,2
<b>Karaman'daki En Önemli Çevre Sorunu</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	Markası	35	10,1
Hava Kirliliği	157	45,2	Yenilikçi Olması	2	0,6
Su Kirliliği	62	17,9	<i>Toplam</i>	347	100,0
Toprak Sorunları	14	4,0	<b>İşletmelerin Çevre Sorunlarına Önem Vermemesinin Nedeni</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Besin Kirliliği	4	1,2	Yeterli Organizasyonun Olmaması	18	5,2
Katı Atıklar	18	5,2	Yeterli Yaptırım Uygulanmaması	74	21,3
Zararlı Kimyasallar	6	1,7	Eğitimin Olmaması	85	24,5
Trafik ve Gürültü	80	23,1	İşletmelerin Önceliğinin Başka Olması	131	37,8
Diğer	6	1,7	Çevre Sorunları Hakkında Yeterli Bilgi Olmaması	39	11,2
<i>Toplam</i>	347	100,0	<i>Toplam</i>	347	100,0

Tablo 2'de görüldüğü üzere katılımcıların %57,9 gibi büyük çoğunluğu firmaların çevre duyarlılığını reklamlardan öğrendiklerini belirtirken, %21,3'ü ise mağaza çalışanından öğrendiklerini beyan etmişlerdir. Yine katılımcıların %45,2'si Karaman'ın en önemli çevre sorununun hava kirliliği olduğunu belirtirken, %23,1'i trafik ve gürültü olarak ifade etmişlerdir. Katılımcıların %54,2'si bir ürünü satın almaya karar vermede en önemli etken olarak ürünün fiyatını, %27,1'i sağlığa zarar vermemesini görürken, çevreye dost malzemeden üretilmiş olmasını önemli görenlerin oranı sadece %4'tür. İşletmelerin çevre sorunlarına önem vermemesinin nedenleri olarak ise katılımcıların %37,8'i işletmelerin önceliğinin başka olduğu cevabını verirken, %24,5'i yeterli eğitimlerinin olmamasını, %21,3'ü de yeterli yaptırım uygulanmamasını belirtmişlerdir.

**Tablo 3.** Katılımcıların Çevre Bilincine Yönelik Soruların İkinci Kısımına Verdikleri Cevapların Dağılımı

Sorular		Evet	Hayır	Toplam
Çevreyle ilgili bir sivil toplum kuruluşuna üyeyim.	<b>n</b>	18	329	347
	<b>%</b>	5,2	94,8	100,0
Sürdürülebilirlik kavramını daha önce duydum.	<b>n</b>	196	151	347
	<b>%</b>	56,5	43,5	100,0
Çevreye Duyarlı Yönetim kavramını daha önce duydum.	<b>n</b>	313	34	347
	<b>%</b>	90,2	9,8	100,0
İşletmeler çevre sorunlarına yeterince önem veriyor.	<b>n</b>	117	230	347
	<b>%</b>	33,7	66,3	100,0
Satın alınan ürünü üreten firmanın çevreye duyarlı olması önemlidir.	<b>n</b>	332	15	347
	<b>%</b>	95,7	4,3	100,0
Daha önce çevreye dost bir ürün satın aldım.	<b>n</b>	326	21	347
	<b>%</b>	93,9	6,1	100,0

Çevre dostu ürün satın alarak çevrenin korunmasına katkıda bulunulduğuna inanırım.	<b>n</b>	335	12	347
	<b>%</b>	96,5	3,5	100,0

Tablo 3'e bakıldığında, katılımcıların %96,6'sı çevre dostu bir ürün alarak çevrenin korunmasına katkı sağladığını düşünürken, %95,7'si satın aldığı ürünleri üreten firmaların çevreye duyarlı olmasının önemli olduğunu belirtmekte, %93,9'u daha önce çevreye dost bir ürün satın aldığını ifade etmektedir. Katılımcıların %90,2 gibi çok büyük bir çoğunluğu daha önce "Çevreye Duyarlı Yönetim" kavramını duyduğunu ifade ederken, "Sürdürülebilirlik" kavramını daha önce duyduğunu belirtenlerin oranı sadece %56,5'te kalmıştır. Yine işletmelerin çevre sorunlarına yeterince önem vermediğini düşünenlerin oranı %66,3 iken çevreye ilgili bir sivil toplum kuruluşuna üye olduğunu beyan edenlerin oranı sadece %5,2 gibi çok düşük bir seviyededir.

**Tablo 4.** Çevreye Duyarlı Olma ile İlgili İfadelere Verilen Cevapların Ortalama ve Standart Sapmaları

İfadeler	Ortalama	S.Sapma
Ürün satın alırken sürdürülebilirliğe katkıda bulunan işletmelerin ürettiği/sattığı ürünleri tercih ederim.	4,35	0,740
Ürün satın alırken geri dönüşümlü ürünleri üreten işletmelerin ürettiği/sattığı ürünleri tercih ederim.	4,37	0,695
Ürün satın alırken ekolojik sorumluluğa sahip olan şirketlerin ürettiği/sattığı ürünleri tercih ederim.	4,27	0,762
Çevreye zararlı olduğunu öğrendiğim ürünleri almaya devam etmem.	4,44	0,774
Çevreye zarar vermeyen ambalajlı (cam, kâğıt, vb.) ürünleri üreten işletmelerin ürünlerini tercih ederim.	4,40	0,712
Tüketiciler satın alma kararları ile çevreyi korumaya bireysel olarak katkıda bulunurlar.	4,32	0,793
İşletmeler kendi atıklarının toplanmasından sorumludurlar.	4,32	0,826
İşletmeler katı atıkların geri toplanması konusunda tüketicileri teşvik etmelidirler (reklamlar, çeşitli hediyeler, vb.).	4,31	0,812
Çevreye duyarlı işletmelerin ürettiği/sattığı ürünleri satın alan her tüketici, toplum üzerinde pozitif bir etki bırakır.	4,22	0,713
Eşit iki ürün arasında seçim yapmam gerekirse, her zaman diğer insanlara ve çevreye daha az zararlı olanı tercih ederim.	4,35	0,728
Gelecek 10 yıl içerisinde işletmeler çevreye daha duyarlı hale gelecektir.	3,19	1,224
Sürdürülebilir kalkınma çevre ve doğal kaynakların korunması ile sağlanır.	4,33	0,718

Tablo 4'te katılımcıların çevreye duyarlı olmaya ilişkin ifadelerine verdikleri cevapların ortalamaları yer almaktadır. Buna göre katılımcıların en fazla katıldıkları ifade "çevreye zararlı olduğunu öğrendiğim ürünleri almaya devam etmem" ( $\bar{X}=4,44$ ) olmuştur. Bunu sırasıyla "çevreye zarar vermeyen ambalajlı (cam, kâğıt, vb.) ürünleri üreten işletmelerin ürünlerini tercih ederim" ( $\bar{X}=4,40$ ) ve "ürün satın alırken geri dönüşümlü ürünleri üreten işletmelerin ürettiği/sattığı ürünleri tercih ederim" ( $\bar{X}=4,37$ ) ifadeleri takip etmektedir. Katılımcıların en az katıldıkları ifade ise "gelecek 10 yıl içerisinde işletmeler çevreye daha duyarlı hale gelecektir" ( $\bar{X}=3,19$ ) olmuştur.

### 3.6.2. Ki-Kare Testleri

Bu kısımda, katılımcıların çevre bilincine ilişkin durumlarının cinsiyet ve eğitim durumlarına göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemeyi amaçlayan Ki-Kare testi ve çapraz tablo değerlendirmeleri verilmiştir.

**Tablo 5.** Çevre Bilincine İlişkin Soruların Cevaplarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

	Cinsiyet	n	Evet %	Hayır %	P
Çevreye ilgili bir sivil toplum kuruluşuna üyeyim.	Kadın	156	4,5	95,5	0,595
	Erkek	191	5,8	94,2	
Sürdürülebilirlik kavramını daha önce duydum.	Kadın	156	64,1	35,9	0,010
	Erkek	191	50,3	49,7	
Çevreye Duyarlı Yönetim kavramını daha önce duydum.	Kadın	156	89,7	10,3	0,795
	Erkek	191	90,6	9,4	
İşletmeler çevre sorunlarına yeterince önem veriyor.	Kadın	156	36,5	63,5	0,315
	Erkek	191	31,4	68,6	
Satın alınan ürünü üreten firmanın çevreye duyarlı olması önemlidir.	Kadın	156	94,9	5,1	0,505
	Erkek	191	96,3	3,7	
Daha önce çevreye dost bir ürün satın aldım.	Kadın	156	91,0	9,0	0,039
	Erkek	191	96,3	3,7	
Çevre dostu ürün satın alarak çevrenin korunmasına katkıda bulunulduğuna inanırım.	Kadın	156	94,2	5,8	0,033
	Erkek	191	98,4	1,6	

Tablo 5'te katılımcıların çevre bilinci ile ilgili sorulara verdikleri cevapların cinsiyet açısından farklılık gösterip göstermediği Ki-Kare analizi yardımıyla test edilmiştir. Buna göre; "çevreye ilgili bir sivil toplum kuruluşuna üye olmama", "çevreye duyarlı yönetim kavramını daha önce duyma", "işletmelerin çevre sorunlarına yeterince önem vermemeleri" ve "satın



alınan ürünü üreten firmanın çevreye duyarlı olmasının önemli bulunması” konularında hem erkekler hem kadınlar benzer durum ve düşüncededirler. Yani cinsiyet açısından bu konularda bir farklılık yoktur. Ancak “sürdürülebilirlik kavramını daha önce duyma” konusunda kadınların oranının erkeklerden daha yüksek olduğu, “daha önce çevreye dost bir ürün satın alan” erkeklerin oranının kadınlardan daha yüksek olduğu ve “çevre dostu ürün satın alarak çevrenin korunmasına katkıda bulunulduğuna” erkeklerin kadınlardan daha yüksek oranda inandıkları görülmüştür. Dolayısıyla H<sub>1</sub> hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

**Tablo 6.** Çevre Bilincine İlişkin Soruların Cevaplarının Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırılması

	Eğitim	n	Evet %	Hayır %	P
Çevreyle ilgili bir sivil toplum kuruluşuna üyeyim.	İlköğretim	28	3,6	96,4	0,877
	Lise	66	3,0	97,0	
	Ön lisans	59	5,1	94,9	
	Lisans	141	6,4	93,6	
	Lisansüstü	53	5,7	94,3	
Sürdürülebilirlik kavramını daha önce duydum.	İlköğretim	28	42,9	57,1	0,000
	Lise	66	42,4	57,6	
	Ön lisans	59	52,5	47,5	
	Lisans	141	56,0	44,0	
	Lisansüstü	53	86,8	13,2	
Çevreye Duyarlı Yönetim kavramını daha önce duydum.	İlköğretim	28	96,4	3,6	0,619
	Lise	66	86,4	13,6	
	Ön lisans	59	89,8	10,2	
	Lisans	141	90,1	9,9	
	Lisansüstü	53	92,5	7,5	
İşletmeler çevre sorunlarına yeterince önem veriyor.	İlköğretim	28	25,0	75,0	0,000
	Lise	66	27,3	72,7	
	Ön lisans	59	18,6	81,4	
	Lisans	141	30,5	69,5	
	Lisansüstü	53	71,7	28,3	
Satın alınan ürünü üreten firmanın çevreye duyarlı olması önemlidir.	İlköğretim	28	92,9	7,1	0,515
	Lise	66	98,5	1,5	
	Ön lisans	59	94,9	5,1	
	Lisans	141	94,3	5,7	
	Lisansüstü	53	98,1	1,9	
Daha önce çevreye dost bir ürün satın aldım.	İlköğretim	28	92,9	7,1	0,277
	Lise	66	95,5	4,5	
	Ön lisans	59	91,5	8,5	
	Lisans	141	92,2	7,8	
	Lisansüstü	53	100,0	0,0	
Çevre dostu ürün satın alarak çevrenin korunmasına katkıda bulunulduğuna inanırım.	İlköğretim	28	96,4	3,6	0,836
	Lise	66	95,5	4,5	
	Ön lisans	59	98,3	1,7	
	Lisans	141	95,7	4,3	
	Lisansüstü	53	98,1	1,9	

Tablo 6’da katılımcıların çevre bilinci ile ilgili sorulara verdikleri cevapların eğitim açısından farklılık gösterip göstermediği Ki-Kare analizi yardımıyla test edilmiştir. Buna göre; “çevreyle ilgili bir sivil toplum kuruluşuna üye olmama”, “çevreye duyarlı yönetim kavramını daha önce duyma”, “satın alınan ürünü üreten firmanın çevreye duyarlı olmasını önemli bulma”, “daha önce çevreye dost bir ürün satın alma” ve “çevre dostu ürün satın alarak çevrenin korunmasına katkıda bulunulduğuna inanma” konularında her eğitim düzeyindeki katılımcıların benzer düşündüğü görülmüştür. Ancak eğitim düzeyi yükseldikçe “sürdürülebilirlik kavramını duyma” oranının arttığı, lisansüstü eğitim seviyesine sahip olanların dışındaki kişilerin “işletmelerin çevre sorunlarına yeterince önem vermediklerine” inandıkları görülmüştür. Dolayısıyla H<sub>2</sub> hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Katılımcıların çevre bilinci ile ilgili sorulara verdikleri cevapların yaş, meslek ve gelir açısından farklılık gösterip göstermediği Ki-Kare analizi yardımıyla değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmeler sonucunda 29-34 yaş grubu dışında olanların genel olarak “işletmelerin çevre sorunlarına yeterince önem vermediklerine” inandıkları; işçiler, serbest meslek sahibi olanlar ve diğer grubunda yer alanların dışında kalan meslek grubundakilerin “sürdürülebilirlik kavramını duyma” oranlarının daha yüksek olduğu, kamu çalışanları ile ev hanımı grubu dışında kalan meslek gruplarındakilerin “işletmelerin çevre sorunlarına yeterince önem vermediklerine” inandıkları, geliri 4000 TL’den fazla olanların dışında kalan gelir gruplarına mensup olanların “işletmelerin çevre sorunlarına yeterince önem vermediklerine” inandıkları görülmüştür.

### 3.6.3. Mann-Whitney U ve Kruskal Wallis Testleri

Bu kısımda katılımcıların çevreye duyarlı olmaya ilişkin Likert tipi ifadelerle verdikleri cevapların demografik özellikler ve çevre bilinci ile ilgili sorular açısından farklılaşp farklılaşmadığı test edilmiştir.

**Tablo 7.** Çevre Bilincine İlişkin Mann-Whitney U Testi Sonuçları

	Cevap	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	Z	P
Çevreyle ilgili bir sivil toplum kuruluşuna üyeyim.	Evet	18	153,25	2758,50	-0,905	0,365
	Hayır	329	175,14	57619,50		
Sürdürülebilirlik kavramını daha önce duydum.	Evet	196	183,94	36053,00	-2,113	0,035
	Hayır	151	161,09	24325,00		
Çevreye Duyarlı Yönetim kavramını daha önce duydum.	Evet	313	178,73	55941,50	-2,675	0,007
	Hayır	34	130,49	4436,50		
İşletmeler çevre sorunlarına yeterince önem veriyor.	Evet	117	199,91	23390,00	-3,447	0,001
	Hayır	230	160,82	36988,00		
Satın alınan ürünü üreten firmanın çevreye duyarlı olması önemlidir.	Evet	332	176,78	58692,50	-2,443	0,015
	Hayır	15	112,37	1685,50		
Daha önce çevreye dost bir ürün satın aldım.	Evet	326	179,78	58608,00	-4,247	0,000
	Hayır	21	84,29	1770,00		
Çevre dostu ürün satın alarak çevrenin korunmasına katkıda bulunulduğuna inanırım.	Evet	335	177,37	59417,50	-3,317	0,001
	Hayır	12	80,04	960,50		

Tablo 7’de katılımcıların çevreye duyarlı olma ile ilgili Likert tipi ifadelerle katılma durumlarının çevre bilinciyle ilgili sorulara verdikleri cevaplar açısından farklılık gösterip göstermediği Mann-Whitney U Testi yardımıyla test edilmiştir. Buna göre; “Çevreyle ilgili bir sivil toplum kuruluşuna üye olan/olmayanların” ifadelerle katılma konusunda aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı, her iki grubun da ifadelerle daha çok katılma eğiliminde oldukları görülmüştür. Ancak “sürdürülebilirlik kavramını daha önce duyan/duymayanların”, “çevreye duyarlı yönetim kavramını daha önce duyan/duymayanların”, “işletmelerin çevre sorunlarına yeterince önem verdiğini/vermediğini düşünenlerin”, “satın alınan ürünü üreten firmanın çevreye duyarlı olmasını önemli bulan/bulmayanların”, “daha önce çevreye dost bir ürün satın alan/almayanların”, “çevre dostu ürün satın alarak çevrenin korunmasına katkıda bulunulduğuna inanan/inanmayanların” ifadelerle katılıp katılmama konusunda aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu, sıralanan bu sorulara evet cevabı verenlerin hayır cevabı verenlerden daha fazla ifadelerle katılma eğiliminde oldukları anlaşılmıştır. Dolayısıyla H<sub>3</sub> hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

**Tablo 8.** Cinsiyete İlişkin Mann-Whitney U Testi Sonuçları

	Cevap	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	Z	P
Cinsiyet	Kadın	156	170,46	26592,50	-0,596	0,551
	Erkek	191	176,89	33785,50		

Tablo 8’de katılımcıların çevreye duyarlı olma ile ilgili Likert tipi ifadelerle katılma durumlarının cinsiyet açısından farklılık gösterip göstermediği Mann-Whitney U Testi yardımıyla test edilmiştir. Buna göre; kadın ve erkeklerin ifadelerle katılıp katılmama konusunda aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı, verilerin detaylı analizi sonucunda her iki grubun da ifadelerle daha çok katılma eğiliminde oldukları anlaşılmıştır.

**Tablo 9.** Kruskal Wallis Testi Sonuçları

	Cevap	n	Sıra Ort.	$\chi^2$	sd	P
Eğitim	İlköğretim	28	149,23	38,773	4	0,000
	Lise	66	166,17			
	Ön lisans	59	171,79			
	Lisans	141	154,65			
	Lisansüstü	53	250,78			
Yaş	17-22	42	101,60	36,903	6	0,000
	23-28	42	171,31			
	29-34	46	194,61			
	35-40	84	196,89			
	41-46	71	198,84			
	47-52	21	162,57			
	53 ve+	41	143,74			
Meslek	Öğrenci	47	103,48	85,041	7	0,000
	İşçi	42	195,67			
	Kamu sektörü çalışanı	89	245,11			

	Özel sektör çalışanı	50	165,46			
	Emekli	25	110,46			
	Serbest meslek	47	149,80			
	Ev hanımı	31	158,71			
	Diğer	16	155,44			
Gelir	1500 TL'den az	64	129,02	38,311	6	0,000
	1500-2000 TL	11	87,05			
	2001-2500 TL	48	182,18			
	2501-3000 TL	31	137,63			
	3001-3500 TL	26	187,58			
	3501-4000 TL	61	187,20			
	4000 TL'den fazla	106	206,19			

Tablo 9'da katılımcıların eğitim, yaş, meslek ve gelir durumlarına göre çevreye duyarlı olma ile ilgili Likert tipi ifadelerle katılıp katılmamaları konusunda bir farklılık olup olmadığı Kruskal Wallis Testi yardımıyla test edilmiştir. Buna göre; eğitim, yaş, meslek ve gelir durumuna göre söz konusu ifadelerle verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Ancak Tablo 8'de görülen cinsiyet açısından farklılığın olmaması nedeniyle  $H_4$  hipotezi kısmen kabul edilmiştir. Farklılık bulunan durumlar için bu farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek amacıyla yapılan ikili karşılaştırma sonucunda; eğitim gruplarından lisansüstü ile ilköğretim ( $p=0,002$ ), lisansüstü ile lise ( $p=0,010$ ), lisansüstü ile ön lisans ( $p=0,016$ ) ve lisansüstü ile lisans ( $p=0,000$ ) grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların oluştuğu ve lisansüstü eğitime sahip olanların diğer gruplara göre ifadelerle daha çok katılma eğiliminde oldukları görülmüştür. Yaş gruplarından 17-22 yaş grubu ile 29-34 ( $p=0,002$ ), 35-40 ( $p=0,002$ ) ve 41-46 ( $p=0,002$ ) yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların oluştuğu, 17-22 yaş grubunda olanların diğer gruplara göre ifadelerle daha az katılma eğiliminde oldukları görülmüştür. Yine 53 ve üzeri yaş grubu ile 35-40 ( $p=0,044$ ) ve 41-46 ( $p=0,043$ ) yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların oluştuğu, 53 ve üzeri yaş grubunda olanların diğer gruplara göre ifadelerle daha az katılma eğiliminde oldukları görülmüştür. Meslek gruplarından kamu sektörü çalışanı grubu ile öğrenci ( $p=0,000$ ), özel sektör çalışanı ( $p=0,000$ ), emekli ( $p=0,000$ ), serbest meslek sahibi ( $p=0,001$ ), ev hanımı ( $p=0,002$ ) ve diğer ( $p=0,000$ ) grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların oluştuğu, kamu sektörü çalışanı grubunda olanların diğer gruplara göre ifadelerle daha fazla katılma eğiliminde oldukları görülmüştür. Yine işçi grubu ile öğrenci ( $p=0,004$ ) ve emekli ( $p=0,020$ ) grupları arasında, özel sektör grubu ile öğrenci ( $p=0,016$ ) grubu arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların oluştuğu, işçi grubunun öğrenci ve emekli gruplarından, özel sektör çalışanı grubunun da öğrenci grubundan daha fazla ifadelerle katılma eğiliminde olduğu görülmüştür. Gelir gruplarından 4000 TL'den fazla grubu ile 1500 TL'den az ( $p=0,004$ ) ve 1500-2000 TL ( $p=0,011$ ) grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların oluştuğu, 4000 TL'den fazla grubunun diğer gruplardan ifadelerle daha fazla katılma eğiliminde olduğu görülmüştür.

#### 4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Geçmişten günümüze insanoğlunun ihtiyaçlarını karşılama arzusu doğa ile insanın hep bir ilişki içerisinde olmasını gerekli kılmıştır. Ancak bu ilişki her zaman olumlu sonuçlar doğurmamıştır. İnsanoğlunun, özellikle sanayi devriminden itibaren, doğayı sonsuzmuş gibi görerek kaynakları kötü kullanması doğayı kirletmesine sebep olmuştur. Özellikle son yıllarda hızla artan çevre kirliliği tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de temiz doğal kaynakların azalmasına ve çevrede büyük tahribatlara sebep olmuştur. Tüm insanlığın ortak sorumluluğunda olan çevreye karşı duyarlı olmak işletmeler için de önemli bir konudur. Bu sebeple işletmeler kendi varlıklarını sürdürme sorumluluğunun yanı sıra doğal çevreye duyarlı olmak zorunda kalmışlardır.

Yapılan bu çalışmada tüketicilerin çevreye duyarlı işletmelere ve ürünlerine karşı bakış açıları değerlendirilmeye çalışılmıştır. Yapılan analizler neticesinde, çevre bilinci ve çevreye duyarlılık açısından önemli olan "Çevreye Duyarlı Yönetim" kavramı tüketicilerin büyük çoğunluğu tarafından bilinmesine rağmen "Sürdürülebilirlik" kavramının daha az duyulduğu görülmüştür. Tüketicilere göre işletmeler çevre sorunlarına yeterince önem vermemekte, bunun nedeni de işletmelerin önceliklerinin farklı olması olarak değerlendirilmektedir. Bu sonuç, Tabak (2017) tarafından Nevşehir ilini ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerle yapılan çalışmanın sonuçları ile örtüşmektedir. Katılımcıların neredeyse tamamı satın aldığı ürünleri üreten firmaların çevreye duyarlı olmasını önemseydiğini, çevre dostu ürün aldığını, böylece de çevrenin korunmasına katkı sağladıklarını düşündüklerini belirtmektedirler. Ancak bir ürün satın almaya karar verirken çevreye dost malzemeden üretilmiş olmasına pek de dikkat etmedikleri, çevreyle ilgili herhangi bir sivil toplum kuruluşuna üye olma konusunu pek önemsemedikleri anlaşılmaktadır. Elde edilen bu sonuçlar Erman (2019) tarafından İstanbul'un Beşiktaş ilçesinde yaşayan tüketiciler üzerinde yapılan çalışmada elde edilen bulgularla örtüşmektedir. Yine katılımcılar herhangi bir firmanın çevreye duyarlı olup olmadığını daha çok reklamlardan öğrenmekte ve Karaman için en önemli çevre sorunu olarak hava kirliliği konusunu görmekteydiler. Yapılan hipotez testleri sonucunda, hem kadınların hem erkeklerin satın aldıkları ürünü üreten firmaların çevreye duyarlı olmasını benzer oranda önemli buldukları, erkeklerin kadınlardan daha yüksek oranda çevreye dost ürün satın aldıkları ortaya çıkmıştır. Kişilerin eğitim düzeyi yükseldikçe "sürdürülebilirlik" kavramını duyma/bilme oranlarının yükseldiği görülmektedir. "İşletmelerin çevre sorunlarına yeterince önem verdiklerine" inananlar; eğitim açısından lisansüstü eğitime sahip olanlar, yaş açısından 29-34 yaş grubunda olanlar, meslek açısından kamu çalışanları ile ev hanımları, gelir açısından da 4000 TL'den fazla geliri olanlar olarak ortaya çıkmıştır. Yine kişilerin en fazla katıldıkları ifade "çevreye zararlı olduğunu öğrendiğim ürünleri almaya devam etmem" olurken en az katıldıkları ifade ise "gelecek 10 yıl içerisinde işletmeler çevreye daha duyarlı hale gelecektir" olmuştur. Tüm bunlar birlikte değerlendirildiğinde, kişilerin çevre dostu ürün, çevreye duyarlı işletme, vb. konularında belirli oranda bilgilerinin ve duyarlılıklarının olduğu ancak bunların geliştirilmesi gerektiği

anlaşılmaktadır. Çünkü Yeniçeri (2008) tarafından yapılan çalışmanın sonuçlarının da gösterdiği gibi çevre bilincine sahip tüketiciler, çevre dostu ürün satın alma eğiliminde olurlar.

Bilindiği üzere çevre sorunu tüm dünyanın ortak sorunu ve sorumluluğundadır. Tüketicilerin çevreye karşı duyarlı olmaları ve özellikle çevre dostu ürünleri almaya yönelmeleri, üreticiler üzerinde bir baskı oluşturarak onları çevreye duyarlı üretim yapmaya itecektir. İlerleyen teknoloji ve değişen dünya koşullarında çevrenin korunmasında, sürdürülebilir bir kalkınma için çevreye zararlı olmayan ürünler üretmekle ilgili işletmelere önemli sorumluluklar düşmektedir. Bu sorumlulukları başarıyla yerine getirebilen işletmeler gelecekte hayatta kalabileceklerdir. Bunun yanında ülke yönetimleri sürdürülebilir bir kalkınma sağlayabilecek politikalar geliştirmeli, çevre ve doğal kaynakların korunmasını sağlayacak yasal önlemler almalıdır. İşletmelerin çevreye duyarlı olmaları için teknolojik dönüşümler konusunda öncü ve yardımcı olmalıdır. Böylece şimdiki paydaşların ihtiyaçlarını karşılarken gelecekteki paydaşların da ihtiyaçlarını karşılayabilme olanağını tehlikeye atılmamış olacaktır.

## KAYNAKLAR

- Ahmad, N. vd. (2021). Sustainable Businesses Speak to the Heart of Consumers: Looking at Sustainability with a Marketing Lens to Reap Banking Consumers Loyalty. *Sustainability*, 13: 3828, 1-16.
- Akdoğan, A. A. (2003). *Çevreye Duyarlı Yönetim ve İşletmecilik*. Kayseri Ticaret Odası Yayınları, Kayseri: Dergâh Matbaası.
- Akgül, A. & Çevik, O. (2005), *İstatistiksel Analiz Teknikleri – SPSS’te İşletme Yönetimi Uygulamaları*. Ankara: Emek Ofset Ltd. Şti.
- Akıncı, M. (1996). *Oluşum ve Yapılanma Sürecinde Türk Çevre Hukuku*. İzmit: Kocaeli Kitap Kulübü Yayınları, Bilim Dizisi:1.
- Ayyıldız, H. & 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.
- Banerjee, R. & Gupta, K. (2017). The Effects of Environmental Sustainability and R&D on Corporate Risk-Taking: International Evidence. *Energy Economics*, 65, 1-15.
- Baykal, H. & Baykal, T. (2008). Küreselleşen Dünya’da Çevre Sorunları. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(9), 1-17.
- Bektaş, D. (2018). *İşletme Fonksiyonları Açısından Çevreye Duyarlı İşletme Fonksiyonları Açısından Çevreye Duyarlı İşletmecilik Faaliyetlerinin Muhasebe İşlemleri: Bir Üretim İşletme Üzerinde Araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bilecik: Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Čekanavičius, L., Bazytė, R. & Dičmonaitė, A. (2014). Green Business: Challenges and Practices. *Ekonomika*, 93(1), 74-88.
- Celiloğlu, F. K. (2014). *Yeşil Pazarlamanın Turizmde Satın Alma Davranışlarına Etkisinin İncelenmesine Yönelik Organik Oteller Üzerine Bir Uygulama* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Cesur, Z. & Memiş, S., (2016). Yeşil Ürünlere İlişkin Öğrencilerin Tutumlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (46), s.664-673.
- Ceyhan, S. & Ada, S. (2015). İşletme Fonksiyonları Açısından Çevreye Duyarlı İşletmecilik. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 11(26).
- Çabuk, S. & Nakıboğlu, M. A. B. (2003). Çevreci Pazarlama ve Tüketicilerin Çevreci Tutumlarının Satın Alma Davranışlarına Etkileri ile ilgili Bir Uygulama. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(12), 39-54.
- Çam, C. (2017). *Reklamlarda Kullanılan Çevreci İddialar: Yeşil Tüketici Tutumlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Yaşar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dagher, G. K. & Itani, O. (2014). Factors Influencing Green Purchasing Behaviour: Empirical Evidence from the Lebanese Consumer. *Journal of Consumer Behaviour*, 13(3), 188-195.
- Dinçer, M. (1996). *Çevre Gönüllü Kuruluşları*. Ankara: Türkiye Çevre Vakfı Yayını.
- Dyllick, T. & Hockerts, K. (2002). Beyond The Business Case For Corporate Sustainability. *Business Strategy and The Environment*, 11(2), 130-141.
- Erman, S. (2019). *Davranışsal İktisat Bağlamında Tüketici Davranışlarının İncelenmesi: Çevre Dostu Tüketim Örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- George, D. & Mallery, M. (2010), *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference*. Boston: 17.0 update (10a ed.), Pearson.

- Gürbüz, S. & Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (Felsefe-Yöntem Analiz)*. 5. Baskı. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Gövdere, B. (2003). *Çevre Politikaları ve Yabancı Yatırımlar*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Kazazoğlu, T. I. (2020). *Üniversite Öğrencilerinin Çevre Farkındalık Düzeylerinin ve Çevre Sorunlarına Yönelik Davranışlarının İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- İlhan, A. (2017). *Yeşil Pazarlamanın Türkiye Otomotiv Endüstrisi Üzerindeki Etkilerine Yönelik Bir Araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- İlkin, A. & İlkin, E. (1991). *Çevre Sorunları*. Ankara: TOBB Yayınları.
- Karabıçak, M. & Armağan, R. (2004). Çevre Sorunlarının Ortaya Çıkış süreci, Çevre Yönetiminin Temelleri ve Ekonomik Etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 203-228.
- Karaca, Ş. (2013). Tüketicilerin Yeşil Ürünlerle İlişkin Tutumlarının İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 13(1), 99-111.
- Karahan, M. (2017). İşletme Yöneticilerinin Çevre Duyarlılığı ve Farkındalık Düzeylerinin Belirlenmesi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (4), 359-374.
- Kart, M. (2021): Çevre Politikalarının Oluşturulmasında Türkiye’de Çevre Alanında Faaliyet Gösteren Sivil Toplum Kuruluşlarının Bir Baskı Aracı Olarak Rolünün Değerlendirilmesi(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Aksaray: Aksaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kaypak, Ş. (2011). Küreselleşme Sürecinde Sürdürülebilir Bir Kalkınma İçin Sürdürülebilir Bir Çevre. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13 (20), 19-33.
- Krause, J. (2015). The Potential of an Environmentally Friendly Business Strategy – Research from the Czech Republic. *International Journal of Engineering Business Management*, 7(6),1-6.
- Koçoğlu C. M. & Koçoğlu Y. (2017). Yeşil Pazarlama Kapsamında Çevreye Duyarlı Ürünlerin Satın Alma Eğilimleri: Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrenciler Üzerinde Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, ICMEB17 Özel Sayısı, s.417-427.
- Korkmaz, E. V. & Demir, B. (2021). Çalışanların Çevre Yönetim Sistemleri ve Örgütsel Etik İklima Yönelik Duyarlılıkları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2, 336-349.
- Koyuncu, A. D. (2021). *Çevre Bilincinin Oluşturulmasında Çevre Hareketlerinin Etkisi: Bartın-Amasra Örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bartın: Bartın Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Lynch, R. (1997). *Corporate Strategy*. London: Pitman Publishing.
- Maliye Bakanlığı (1998). *Çevre ve Kıtılar*. Ankara: Maliye Bakanlığı, Yayın No:98.
- Min, M. K., Ogden, D. T. & Stone, J. A. (2021). Organizational Awareness and Implementation of Sustainability Activities in Businesses - Moving Toward The Circular Economy. *Journal of Business, Economics and Technology*, 24 (1), 96-112.
- Nemli, E. (2001). Çevreye Duyarlı Yönetim Anlayışı. *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, (23-24), 211-224.
- Özdemir, Z. & Özekicioğlu, H. (2006). Kentleşme ve Sorunları. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 17-30.
- Özgüner, Z. (2019). *Üretim İşletmelerinin Lojistik Faaliyetlerinde Süreçsel Etkinliğin Başarı Dinamikleri*. İstanbul: Hiper yayım.
- Purwarandani, A. J. & Michaud, G. (2021). What are The Drivers and Barriers for Green Business Practice Adoption for SMEs? *Environment Systems and Decisions*, 41, 577-593.
- Praskievicz, S. (2021). How the Environment Became Global. *Anthropocene*, 35, 1.
- Sakçı, G. (2020). Sınıf Öğretmenlerinin Çevre Sorunlarına İlişkin Tutumlarının ve Çevresel Duyarlılıklarının İncelenmesi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kastamonu: Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Shrivastava, P. (1993). *The Greening of Business*. Business and The Environment: Implications of the New Environmentalism, Ed: Denis SMITH, London: Paul Chapman Publishing.
- Sönmez, Y. (2014). *Tüketicilerin Yeşil Pazarlama Uygulamalarıyla İlgili Tutum ve Davranışları: Ahi Evran Üniversitesi Örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Skogen, K., Helland, H. & Kaltenborn, B. (2018). Concern About Climate Change, Biodiversity Loss, Habitat Degradation and Landscape Change: Embedded in Different Packages of Environmental Concern? *Journal for Nature Conservation*, 44, 12-20.
- Şahin, G. (2020). *Örnek Olaya Dayalı Öğretimin Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının Çevre Bilimi Dersine Yönelik Akademik Başarıları ve Çevre Sorunlarına Yönelik Farkındalıklarına Etkisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Şanlı, Y. (1984). Çevre Sorunları ve Besin Kirlenmesi. *Selçuk Üniversitesi Veterinerlik Fakültesi Dergisi*, Özel Sayı, 17-37.
- Şen, H., Kaya, A. & Alpaslan, B. (2018). Sürdürülebilirlik Üzerine Tarihsel ve Güncel Bir Perspektif. *Ekonomik Yaklaşım*, 29(107), 1-47.
- Şua, E. (2012). *Yeşil Pazarlama ve Tüketicilerin Çevre Dostu Ürünleri Kullanma Eğilimleri* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tabak, G. (2017). *Turistlerin Çevre Dostu Tutumlarının Çevreye Duyarlı Turistik Ürün Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi: Nevşehir İlinde Bir Araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Türk, M. & Gök, A. (2010). Yeşil Pazarlama Anlayışı Açısından Üretici İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(32), 204-205.
- Yavuz, V. A. (2010). Sürdürülebilirlik Kavramı ve İşletmeler Açısından Sürdürülebilir Üretim Stratejileri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(14), 64.
- Yeniçeri, T. (2008). Çevre Dostu Ürün Satın Alma Davranışına Yönelik Bir Modelin Testi. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (1), 1-24.
- Yıldız, K., Sipahioğlu, Ş. & Yılmaz, M. (2008). *Çevre Bilimi ve Eğitimi*. Ankara: Gündüz Eğitim ve Yayıncılık.
- Yıldız, D. & Uzunsakal, E. (2018), Alan Araştırmalarında Güvenilirlik Testlerinin Karşılaştırılması ve Tasarımsal Veriler Üzerine Bir Uygulama. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 14-28.
- Yılmaz, E. & Çiftçi, S. (2011). Kentlerin Ortaya Çıkışı ve Sosyo-Politik Açından Türkiye’de Kentleşme Dönemleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(35), 252-267.
- Yücel, M., Altunkasa, F., Güçray, S., Uslu, C. & Say, N. P. (2006). Adana’da Çevre Duyarlılığı Düzeyinin ve Geliştirme Olanaklarının Araştırılması. *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 19(2), 217-228.
- Yücel, M. & Ekmekçiler, Ü. S. (2008). Çevre Dostu Ürün Kavramına Bütünsel Yaklaşım: Temiz Üretim Sistemi, Eko Etiket, Yeşil Pazarlama. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(26), 320-333.
- Zerenler, M. & Kuduz, N. (2013). *Yeşil Pazarlama*. İstanbul: Nobel Yayınevi.

### **İnternet Kaynakları**

- AB. (2021). *5 Haziran Dünya Çevre Günü*. 20.09.2021 tarihinde [ab.gov.tr/5-haziran-dunya-cevre-gunu\\_51288.html](http://ab.gov.tr/5-haziran-dunya-cevre-gunu_51288.html) adresinden alındı.
- CLIMATECHANGE. (2021). *Biyçeşitlilik Kaybı*. 15.10.2021 tarihinde [climatechange.boun.edu.tr/biyo-cesitliliği-korumanin-yolu/](http://climatechange.boun.edu.tr/biyo-cesitliliği-korumanin-yolu/) adresinden alındı.
- CLUBOFROME. (2021). *The Club of Rome*. 18.08.2021 tarihinde [clubofrome.org/about-us/history](http://clubofrome.org/about-us/history) adresinden alındı.
- CSB. (2021). *Çevre ve Şehircilik Bakanlığı Tarihçesi*. 20.08.2021 tarihinde [csb.gov.tr/tarihcemiz-i-7012](http://csb.gov.tr/tarihcemiz-i-7012) adresinden alındı.
- EKOLOJIST. (2021). *Sürdürülebilirlik Nedir?* 05.09.2021 tarihinde [ekolojist.net/surdurulebilirlik-nedir/](http://ekolojist.net/surdurulebilirlik-nedir/) adresinden alındı.
- MEVZUAT. (2021). *Türkiye Cumhuriyeti Anayasası*. 20.08.2021 tarihinde [mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2709.pdf](http://mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2709.pdf) adresinden alındı.
- UNEP. (2021) *Climate Change* 15.10.2021 tarihinde [unep.org/explore-topics/sustainable-development-goals/why-do-sustainable-development-goals-matter/goal-13](http://unep.org/explore-topics/sustainable-development-goals/why-do-sustainable-development-goals-matter/goal-13) adresinden alındı.