

Türkiye’de Sorumlu Tüketim Davranışı Üzerine Araştırmalar: Ulusal Makaleler ve Lisansüstü Tezler Üzerine Bir Derleme

İnci DURSUN (*)
Sema GÜNDÜZ (**)

Öz: Ülkeler için ekonomik kalkınmanın göstergelerinden biri olarak görülen bireysel tüketimin miktarının belirli bir seviyeyi aşması ve tüketimin yanlış tercihlerle şekillenmesi çevresel ve toplumsal bazı tehditleri beraberinde getirmiştir. 1970li yıllarda bu tehditlere dair farkındalığın artması ile çok sayıda paydaş faydalı veya daha az zararlı tüketim uygulamalarının arttırılmasına yönelik eylem planları çevresinde iş birliğine çağırılmıştır. Belirtilen tarihten günümüze geçen 45 yıllık süre içinde davranış bilimciler de zararlı tüketim alışkanlıklarının değiştirilebilmesi için gerekli bilgi birikimini sağlamayı hedeflemiştir. Türkiye kaynaklı benzer amaçlı araştırmalar ise nispeten daha yakın bir geçmişe sahiptir ve sayıca oldukça azdır. Bu çalışma, Türk tüketicilerin sorumlu tüketim davranışı üzerinde yapılan araştırmaları derleyerek, incelemeye alınan sorumlu tüketim davranış türlerinin ve bu davranışlar üzerinde etkisi araştırılan faktörlerin neler olduğu konusunda mevcut bilgi birikimini ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu kapsamda sorumlu tüketim kavramı tartışılmış, konuya ilişkin uluslararası araştırmalara değinilmiş, Türkiye’de sorumlu tüketim davranışlarının açıklanmasına yönelik yapılmış araştırmalara dair detaylı bilgi sunulmuş ve gelecek araştırmalar için önerilere yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sorumlu Tüketim, Sürdürülebilir Tüketim, Çevreci Tüketim, Ulusal Literatür Taraması

JEL Sınıflandırma Kodları: M30, M31

Responsible Consumption Researches in Turkey: A Review on National Studies and Dissertations

Abstract: One of the indicators of countries economic development is the amount of personal consumption. However consumption that goes beyond certain levels and takes form with wrong preferences brings along environmental and social threats. In 1970s, awareness of those threats increased and numbers of actors were invited to collaboration to grow beneficial and less harmful consumption practices through common action plans. Since then, during this 45 year- time period, behavioral scientists also work to contribute to the knowledge necessary to change harmful consumption habits. However Turkey originated researches on the same topic have a recent history and they are limited. This research provide a literature review of the Turkish researches on responsible consumption behaviours. In this way it bring together a diverse body of knowledge about the various forms of responsible

*) Yrd. Doç. Dr., Yalova Üniversitesi , İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, (e-posta: inci.dursun@yalova.edu.tr)

**) Gebze Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı Doktora Öğrencisi (e-posta: semagunduz@gtu.edu.tr)

consumption and the effective factors. In this context, responsible consumption concept is introduced, previous researches from international literature are summarized, detailed information about researches on responsible consumption behaviours in Turkey is presented and suggestions for future researches are provided.

Keywords: *Responsible Consumption, Sustainable Consumption, Pro-Environmental Consumption, Review of national literature*

JEL Classification Codes: *M30, M31*

Makale Geliş Tarihi: *14.07.2016*

Makale Kabul Tarihi: *13.12.2016*

I. Giriş

1970li yıllar, nüfus artışı sorunu, sanayileşme, kirlilik, gıda üretimi ve dünya kaynaklarının tüketimi konularının daha fazla gündeme geldiği, geleceğe ilişkin endişelerin artış gösterdiği yıllardır. Öngörülen çevresel felaketlerin sorumlusu olarak bazen gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki nüfus artışı, bazen gelişmiş ülkelerdeki fazla tüketim gösterilmiştir (Stern, Diets ve Ruttan, 1997). Tüketim ve dolayısıyla üretim miktarındaki artış bir taraftan yatırımcıların ve ekonominin desteklenmesi olarak algılanırken; diğer taraftan hava, su ve toprağın tehlikeli düzeyde kirlenmesi, yeryüzündeki ekolojik yaşam dengelerinin bozulması, yenilenemeyen kaynakların tahrip edilmesi veya tamamen tüketilmesi söz konusu olmuştur.

Dünyanın birçok bölgesinde makro düzeyde ekonomik kalkınma çabalarının, mikro düzeyde tüketim ve dolayısı ile üretim süreçlerinin, tetiklediği benzer çevre sorunları yaşanmaktadır. Birçok gelişmiş dünya ülkesi, 1970li ve 1980li yıllarda çevre sorunlarının insanların fiziksel, zihinsel ve sosyal sağlığı için oluşturdukları tehditleri azaltmak yolunda eylem planı oluşturma ihtiyacı duymuştur. Böylece hem şimdiki nesilleri korumak hem de gelecek nesillere ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri bir dünya bırakmak mümkün olabilecektir. Bu bağlamda, bireysel tüketim çevre politikalarının önemli bir boyutu, bireysel tüketici de önemli bir aktörü olarak ele alınmıştır. Toplumlar, hükümetler, sivil toplum kuruluşları ve uluslararası örgütler, tüketime ilişkin insan davranışlarının anlaşılması, böylece çevreye olumsuz etkilerin azaltılması için tüketim alışkanlıklarında gerekli değişikliklerin oluşturulmasını sağlayacak uzun soluklu araştırmaları ve politika geliştirme programlarını destekleme kararı almıştır (Murphy ve Cohen 2001). Ayrıca bilim insanları tüketimci davranışın sebeplerini ve dinamiklerini anlamaya davet edilmiştir (Cohen 2001).

Uluslararası literatürde, çevreye ve topluma duyarlı tüketim davranışlarının farklı kavramlar altında çok yoğun olarak araştırıldığı görülmektedir. Ancak ulusal literatürde çevreyi ve toplumun refahını koruma motivasyonu ile oluşan tüketim davranış ve tercihleri, bu tercihlere sebep olan faktörlere ilişkin çok az sayıda bilimsel araştırma bulunmaktadır. Ülkemizde Türk tüketicilerinin çevre ve topluma faydalı, en azından daha az zararlı tüketim davranışlarının geliştirilmesini, yaygınlaştırılmasını sağlayacak bilimsel bilgi birikiminin artırılması gerekmektedir. Bu araştırma, ulusal literatürde bu

alandaki yapılan mevcut araştırmalar hakkında bilgi sunarak gelecek araştırmalar için yol gösterici olmayı hedeflemektedir.

II. Sürdürülebilir, Çevreci, Duyarlı ve Sorumlu Tüketim

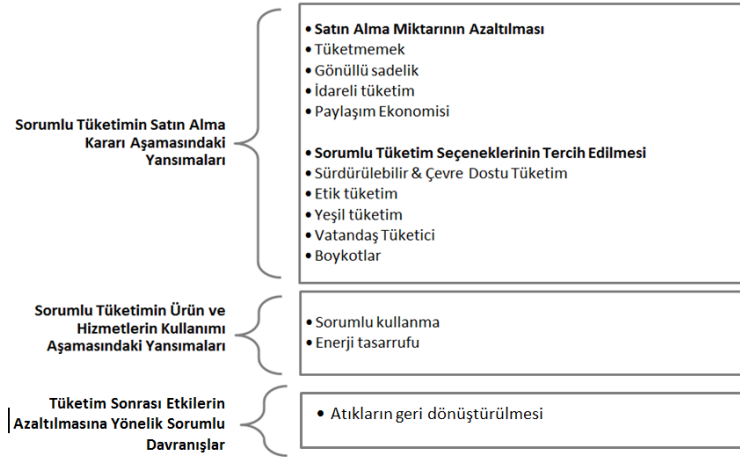
1970’li yıllarda ekonomik gelişme kaygılarının yanına yeryüzünün geleceğine ilişkin kaygıların da eklenmesi ile “sürdürülebilir kalkınma” kavramı doğmuştur. Sürdürülebilir kalkınma en genel anlamda, şu anda yaşamakta olan insanların ihtiyaçlarının, gelecek nesillerinin ihtiyaçlarını karşılayabilme yeteneklerinden ödün verilmeden giderilmesi anlamına gelmektedir (BM, 1987). Sürdürülebilir kalkınma ancak işletmeler (üretici, tedarikçi, dağıtım kanalı üyeleri), sivil toplum kuruluşları (tüketici ve çevre örgütleri), devlet kurumları, uluslararası kuruluşlar, medya, ile tüketicilerin ortak çabalarıyla gerçekleştirilecek, uzun vadeli bir bakış açısını, yaklaşımı temsil etmektedir. Sürdürülebilir kalkınma kapsamında, bireysel tüketicinin rolü daha sonraki yıllarda çok daha yakından incelenmiştir. Sonsuz gibi görünen tüketici isteklerinin tatmin edilmesi, küresel çevre problemlerinin temel nedeni olarak gösterilmiş, daha arzulanır bir hayat için tüketim alışkanlık, usul ve uygulamalarında değişikliklerin yapılması gerekliliğine vurgu yapılmıştır (Murphy ve Cohen 2001). Bu açıdan bakıldığında, sürdürülebilir kalkınmanın merkezindeki bileşenin sürdürülebilir tüketim olduğunu söylemek mümkündür.

Ortak bir tanımlanamayan ve giderek kapsamı genişletilen sürdürülebilir tüketim, genellikle insan ihtiyaçları, eşitlik, yaşam kalitesi, kaynak verimliliği, atıkların en aza indirilmesi, yaşam döngüsü düşüncesi, tüketici sağlığı ve güvenliği gibi konularla ilişkili olarak ele alınmaktadır (Mont ve Plepys, 2007). Sürdürülebilir tüketim temelde çevreyi koruma motivasyonunu ifade eden “ekolojik bir kavramdır” (Cohen, 2001). Aynı yıllarda, sürdürülebilirlik kavramı yanında, tüketim davranışları ile çevresel ve toplumsal sorunlar arasında bağ kuran, çevreye ve topluma fayda sağlama veya daha az zarar verme motivasyonuna dayalı tüketim davranışlarını tasvir eden farklı kavramların da literatürde belirdiği görülmektedir. Sosyal sorumlu tüketim (Roberts, 1995), anlamlı tüketim (Stern, 2000), bilinçli tüketim (Ellen, Wiener, Cobb-Walgren, 1991) bu kavramlardan bazılarıdır. Tüketicinin yalnızca çevresel sorunlarla değil aynı zamanda sosyal, toplumsal bazı sorunlara duyarlılık ile de motive olacağını belirten diğer bazı araştırmacılar, tanımlarına sosyal duyarlılık boyutunu da ekleyerek, daha geniş bir “sosyal sorumlu tüketim kavramından” bahsetmektedir (Webster, 1975, Webb vd, 2008). Sosyal sorumlu tüketim araştırmalarındaki ortak inanç, tüketicilerin satın alma tercihleri yoluyla şirketleri çevreye, topluma, çalışan haklarına, hukuk kurallarına karşı daha sorumlu davranmaya yönlendirilebileceğidir. Sürdürülebilir, çevreci, sosyal sorumlu, çevre sorumlu tüketim kavramlarının yanında benzer davranışları nitelendirmek için, etik tüketim (Gulyas, 2008), bencil olmayan tüketim (Peattie, 2012), düşünceli tüketim (Sheth, Sethia ve Srinivas, 2011) gibi kavramlar da kullanılmaktadır. Ulusoy (2015), bahsi geçen tüm bu tüketim davranışlarının “sorumlu tüketim” şemsiyesi altında toplanabileceğini belirterek, sorumlu tüketimi çevreye, topluma, kişinin kendine ve diğer canlılara olumlu etkisi olan veya daha az olumsuz etkisi olan tüketim davranışı olarak

tanımlamıştır. Buna göre, sorumlu tüketim sürdürülebilir, çevreci ve/veya sosyal sorumlu olarak isimlendirilen, günlük tüketim alışkanlıklarından farklı yaşam tarzlarına, görüşlerine kadar uzanan dar ve geniş kapsamda birçok sorumlu davranış türünü içine almaktadır.

Uluslararası literatür incelendiğinde, sorumlu tüketim davranışı türlerini sınıflandırmak için farklı yaklaşımlar izlendiği görülmektedir (örn Stern, 2000). Bazen birbirleri yerine, bazen birbirlerini kapsayan veya büyük oranda çakışan şekilde tanımlanan sorumlu tüketim davranışı türlerini tüketim sürecinin hangi aşamasında meydana geldiğine göre sınıflandırmak mümkündür. Bu yaklaşıma göre bir dünya görüşü olarak nitelendirilebilecek sorumlu tüketim anlayışı, tüketim sürecinin başı olan satın alma kararı aşamasında, satın alınan ürün veya hizmetin kullanımı aşamasında ve tüketimin ardından ürün elden çıkarılması aşamasında farklı şekillerde kendini göstermektedir.

Şekil.1' de gösterildiği gibi satın alma kararı aşamasında sorumlu tüketimin iki farklı şekilde ortaya çıktığı görülmektedir. Bunlardan ilki satın almaktan kaçınarak satın alınan ürün miktarının azaltılmasıdır. Literatürde satın alma miktarının azaltılması ile ilişkili olarak incelenen davranış türleri insanların doğaya, insanlara ve kendi sağlığına zararlı olan bir ürünü/hizmeti kullanmaktan kaçınması, temel ihtiyacından fazla tüketmemesi, (Minton ve Rose, 1997; Peattie, 2001), bireylerin dışa dönük basit, fakat içe dönük olarak zengin yaşamalarını temsil eden gönüllü sade yaşam sürmesi (Elgin ve Mitchell, 1977; Leonard-Barton, 1981; Etzioni, 1998; Shaw ve Newholm, 2002; Huneke, 2005; McDonald vd., 2006), gönüllü olarak tüketimin kısıtlanması anlamına gelen idareli tüketim anlayışı (Peattie, 2012), ve çeşitli sebeplerle varlıkların başkalarıyla ortak kullanımı anlamına gelen paylaşım ekonomisidir (Brown ve Vergragt, 2015).



Şekil 1: Sorumlu Tüketim Davranışlarının Tüketim Süreci Aşamalarına Göre Sınıflandırılması

Diğer taraftan tüketiciler satın alma sırasında çevre ve topluma faydalı veya daha az zararı olan ürünleri veya firmaları seçerek de sorumlu tüketimde bulunabilmektedir. Bu kapsamda değerlendirilebilecek kavramlar, üretim ve tüketim sistemlerimizden etkilenen diğer insanları düşünerek yapılan etik tüketim (De Pelsmacker vd. 2005, White vd. ,2012; Vitell ve Muncy 2005; Brinkmann ve Peattie,2008; Sen vd.,2001; Webb, 2008), çevre dostu, ekolojik, yeşil veya sürdürülebilir olarak isimlendirilebilen çevre sorunlarına duyarlı çevreci tüketim şekilleri (Anderson ve Cunningham, 1972; Fisk, 1973; Webster, 1975; Antil, 1984; Webb, 2008; Straughan ve Roberts, 1999; Leonidas vd., 2010; Moisander,2007; Cleveland vd., 2012), sürdürülebilir büyümeyi sağlayacak fedakârlıklar yapan tüketicileri ifade eden vatandaş tüketici kavramı (Schrader, 2007) ile doğaya, topluma, ekonomiye zararlı faaliyetleri protesto etmeyi ifade eden bojkotlardır (Urien ve Kilbourne, 2011; Peattie,2012).

Sorumlu tüketim anlayışı, tüketim sürecinin ileriki aşamalarında da kendini farklı şekillerde göstermektedir. Tüketim aşamasında topluma, doğaya ve ekonomiye olası zararlarını düşünerek ürün ve hizmetleri ihtiyacı oranında kullanma olarak tanımlanabilecek sorumlu kullanma (Berger ve Corbin, 1992; Roberts ve Bacon, 1997; Peattie,2012) ve sınırlı enerji kaynaklarının ve fosil yakıt tüketiminin azaltılmasını temsil eden enerji tasarrufu (Roberts ve Bacon, 1997; Pinto vd., 2014) bu kapsamda incelenen kavramlardır.

Tüketim sürecinin son aşması olan elden çıkarma, atma aşamasında da sorumlu davranışlar mümkündür. Cam, plastik, kağıt gibi ürünlerin geri dönüşümünü sağlamak, kullanılmayan dayanıklı tüketim ürünlerini hurdaya çıkarmak yerine başka bir kullanıcıya satmak veya ihtiyacı olanlar ile takas yapmak, bağışta bulunmak gibi davranışlar sorumlu tüketim anlayışının bir yansıması olarak görülebilir (Berger ve Corbin, 1992; Peattie,2012; Pinto vd. 2014).

III. Uluslararası Literatürde Sorumlu Tüketim Davranışlarının Açıklanmasına Yönelik Araştırmalar

Durumsal, sosyal, toplumsal, psikolojik birçok faktörün etkisi altında meydana gelen sorumlu tüketim (Urien ve Kilbourne,2011) oldukça karmaşık bir yapı sergilemektedir. Farklı sorumlu tüketim davranışlarına etki eden çok çeşitli faktörler bulunmaktadır (örneğin geri dönüşüm davranışına etki eden faktörler ile etik tüketimi tetikleyen faktörlerin birbirinden ayrı olması gibi). Ancak sorumlu tüketim davranışlarının genelinde etkisi yoğun şekilde araştırılan bazı temel faktörler olduğu dikkat çekmektedir. Bunların en başta gelenleri, demografik faktörler, çevresel bilgi düzeyi, çevresel kaygı, algılanan etki ve değerlerdir.

Sorumlu tüketim eğilimlerine yönelik ilk araştırmalar, özellikle cinsiyet, yaş, çocuk sayısı, eğitim seviyesi ve sosyo-ekonomik sınıf gibi demografik özelliklerin etkilerine yoğunlaşmış ancak bu özelliklerin sorumlu tüketimi açıklamada yeterli olmadıkları sonucuna varılmıştır (Roberts, 1995; Diamantopoulos vd, 2003). Bir sorunun önlenmesine veya çözülmesine yönelik olası olumlu davranışların neler olduğunu

bilmeden, kişinin bilinçli olarak kaygı duyması veya bu konunun çözümüne yönelik sorumlu davranışlarda bulunması mümkün olmadığından (Gifford ve Nilsson, 2014) bilgi seviyesi sorumlu tüketimine etki eden bir diğer faktör olarak incelenmiştir. Yapılan bir meta analizde bilgi, çevreci davranış öncüllerinin en önemli göstergesi olarak ortaya çıkmıştır (Gifford, 2014). Farklı bilgi türlerinin sorumlu tüketim davranışlarına olan etkisine dair ampirik veriler bulunmakla birlikte (Chan, 2001; Mostafa, 2007; Bang vd., 2000; Tanner vd., 2003) fazla bilginin tüketicinin aklını karıştırıp bunaltarak tam tersi etki ettiğine dair bulgular da bulunmaktadır (Peattie, 2012). Sorumlu tüketim davranışını motive eden bir diğer faktör kişinin sosyal, çevresel ve etik konularda sahip olduğu kaygılardır. Bireyin çevreye yönelik duyarlılığını, tutumunu ifade eden kaygının (Maloney ve Ward, 1973; Weigel ve Weigel, 1978) çevreci ürünleri satın alma niyetine ve davranışına etkilerine dair çok sayıda ampirik bulguya rastlanmaktadır (Roberts, 1996; Kalafatis vd., 1999; Kim ve Choi, 2005). Sorumlu tüketim davranışına etkisi sıklıkla incelenen bir diğer değişken ise, kontrol alanı algısı ve algılanan tüketici etkililiği gibi davranışsal etki algılamalarıdır. Kişinin belirli bir konuda gösterdiği çabalarının bir problemin çözümünde etki oluşturabileceğine dair inancını ifade eden (Ellen et al. 1991) tüketici etkililiği arttıkça çevreci, sürdürülebilir ürün satın alınmasına yönelik niyet ve çevreci davranışlar da artmaktadır (Berger ve Corbin, 1992; Vermeir ve Verbeke, 2008; Antonetti ve Maklan, 2014; Ellen, Wiener ve Cobb-Walgren, 1991; Taylor ve Todd, 1995; Kim ve Choi, 2005). Algılanan etkililik düzeyine, çevre kaygısına, bilgisine, etki ederek dolaylı bir şekilde veya doğrudan sorumlu tüketime yön verecek diğer bir değişken ise, tüketicilerin sahip olduğu değerlerdir (Stern, 2000). Farklı değer sınıflandırmaları kullanılarak (Örneğin Stern ve Dietz, 1994; Schwartz, 1994) kişinin tutumlarını, davranışlarını ve yaşam tarzını etkileyen hangi değerlerin sorumlu tüketimi desteklediği araştırılmıştır.

40 yıldan uzun bir süredir incelenen yukarıdaki temel değişkenlerin ve diğer birçok değişkenin etkilerine dair ampirik deliller elde edilmesine rağmen sorumlu tüketim davranışlarının anlaşılmasında çok fazla yol alınmadığı görülmektedir. Öyle ki, tüketiciler değerlerine, topluma dair bilgi ve kaygılarına rağmen sorumlu davranmayabilmektedir (Örn: Roberts, 1996; Carrigan ve Attala, 2001; de Pelsmacker vd., 2005; Chatzidakis vd., 2007; d'Astous ve Legendre, 2009; Carrington vd., 2010; Bray vd., 2011). Geline son noktada, tüketicilerin neden sorumlu davrandığı değil, neden ve nasıl sorumsuz davrandığının araştırıldığı görülmektedir. Son yıllarda yürütülen araştırmalarda tüketicilerin sorumsuz davranışlarını nasıl normalleştirdiği, bu çerçevede devreye giren zihinsel mekanizmaların neler olduğu incelenmektedir. Literatürde benzer amaca hizmet eden çeşitli mekanizmalardan bahsedilmektedir. Ekonomik rasyonelleştirme (d'Astous ve Legendre, 2009), devleti sorumlu tutma (d'Astous ve Legendre, 2009; Wells, Ponting, Peattie, 2011), çaresizlik inancı (Abramson vd., 1978; Pelletier vd., 1999), yakın gelecek odaklılık (Urien ve Kilbourne, 2011; Lacroix ve Jolibert, 2015; riskleri küçümseme & indirgeme, (Hendrickx ve Nicolaj, 2004; Gattig ve Hendricx, 2007; Gifford vd. 2009) bu mekanizmalardan yalnızca bazılarıdır.

IV. Türk Literatüründe Sorumlu Tüketim Davranışlarının Açıklanmasına Yönelik Araştırmalar

Dünyanın bir çok bölgesini tehdit eden çevresel sorunlar ülkemizde de kendini göstermektedir. 2012 yılında hava, su ve toprak kirliliği, atıklar, gürültü kirliliği, erozyon ve doğal çevrenin tahribatı öncelikli sorunlar sıralamasında başta gelmektedir (Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2014). Konuya ilişkin 2013 yılı verilerine göre hava kirliliği boyutları özellikle kentsel bölgelerde tehlikeli sınırlara ulaşmıştır. Türkiye’deki kentsel nüfusun yüzde 92,2’si sağlıklı seviyelerde partikül maddeye (PM10) maruz kalmaktadır (EEA, 2013). Bu hava kirliliğinde endüstrileşmenin yanında nüfus yoğunluğu, yeşil alanlarda azalma, ısınma sistemleri, kullanılan yakıt türleri ve ulaşım araçları da etkilidir (Bayram vd., 2006). Çevre ve Şehircilik Bakanlığı (ÇŞB) raporu incelendiğinde de hava kirliliğinde evsel ısınmanın ve araç kullanımının olumsuz etkileri göze çarpmaktadır (ÇŞB, 2014). Rapor tüketicilerdeki bilgi eksikliğine ve düşük maliyetinden dolayı tercih edilen kalitesiz yakıt kullanımına işaret etmektedir. Diğer tehdit unsurlarından biri de toprak kirliliğidir. Hali hazırda, kentleşme, endüstrileşme, ulaşım faaliyetlerinden dolayı azalan toprak kaynakları aşırı gübreleme, ilaçlama ile evsel ve endüstriyel atıkların zararlarına maruz kalmaktadır (Sencar, 2007). ÇŞB raporunda evsel atık suların ve evsel katı atıkların toprağı kirletici rolüne dikkat çekilmiştir (ÇŞB, 2014). Çevre ve Orman Bakanlığı 2010 raporuna göre kentsel katı atıkların %30’unu ambalaj atıkları oluşturmaktadır ve 1992-2004 döneminde piyasaya sürülen ambalajın sadece %34’ünün geri dönüşümünün yapılabildiği görülmektedir. 2007 yılı verisine göre, geri dönüşümü yapılan ambalaj atıklarının ise tüm atıkların %8,8’ini oluşturduğunu yine bu rapor göstermektedir. Önemli tehditlerden biri olan su kirliliğinin temel sebepleri olarak da endüstriyel ve tarımsal atıkların yanında evsel atıkların etkisi olduğu vurgulanmakta, insanların çevre koşullarının yaşam için taşıdığı önemi yeterince algılayamaması konuya yönelik ihmalinin sebebi olarak gösterilmektedir (Akın ve Akın, 2007). Su kirliliğinin yanında kuraklık riski-stresi de artmaktadır. Kişi başına düşen su miktarı, 2000 yılında 1652 m³ iken 2009’da nüfus artışı ile 1544 m³’e gerilemiş, nüfus artışı dikkate alındığında 2030 yılı itibari ile 1000 m³’e düşeceği öngörülmüştür (Aküzüm vd 2010). Dolayısıyla, gelecek nesillerin sağlıklı ve yeterli su kaynağına ilişkin sıkıntı yaşayacağı öngörülmektedir. Bu kapsamda uluslararası literatürün yanında, ülkemizdeki tüketim eğilimlerinin daha sorumlu bir şekle dönüştürülmesine yönelik ulusal araştırmaların da önemi büyüktür. Konuya ilişkin ulusal araştırmalar hakkında bilgi sahibi olmak gelecek araştırmaların tasarımına önemli katkı sağlayacaktır.

A. Yöntem

Türk literatüründe sorumlu tüketim konulu bilimsel araştırmaların derlenmesi amacı ile 2016 Mart ayı boyunca YÖK tez arşivi ve ULAKBİM veri tabanında tarama yapılmıştır. Bu taramalarda anahtar terim olarak sorumlu tüketim çatısı altında değerlendirilebilecek çeşitli tüketim eğilim, tutum ve davranışları kullanılmıştır. Bu terimler “sorumlu tüketim”, “sürdürülebilir tüketim”, “sosyal sorumlu tüketim”,

“çevreci tüketim”, “çevre dostu tüketim”, “yeşil tüketim”, “gönüllü sade yaşam”, “gönüllü sadelik”, “enerji tasarrufu”, “elektrik tasarrufu”, “su tasarrufu”, “geri dönüşüm” dır. Alanda çok fazla araştırma bulunmamasından dolayı taramalarda tarih sınırı konulmamış, dizin ve arşivlerin tarih sınırları belirleyici olmuştur.

ULAKBİM tarafından sunulan TR Dizin’de taranan ulusal dergilerdeki makalelerden yalnızca bireysel tüketici davranışını incelemiş olanlar seçilmiş, araştırma birimi birey olmayan makaleler elenmiştir. Elemelerin ardından tam metin araştırması yapılmış ve çok az sayıda makale tam metnine ulaşamadığı için elenmiştir. YÖK tez arşivi taramalarında da benzer bir yöntem izlenmiş, ulaşım izni bulunmayan bazı tezler listeden elenmiştir. Ulaşılan makale ve tez tam metinleri, Türk literatüründeki sorumlu tüketim araştırmalarına ilişkin aşağıdaki sorulara cevap bulunma çabası çerçevesinde detaylı şekilde incelenmiştir.

- Ülkemizde sorumlu tüketim davranışları araştırmaları hangi yıllarda yoğunlaşmıştır?
- Hangi sorumlu tüketim davranışları ne sıklıkla araştırılmıştır?
- Hangi tür araştırma tasarımları kullanılmıştır?
- Sorumlu tüketim davranışlarını açıklamada kullanılan değişkenler nelerdir?
- Sorumlu tüketimin etkilediği olgular olarak hangi değişkenler incelenmiştir?
- Ampirik araştırmalarda sorumlu tüketim davranışlarının ölçümü nasıl yapılmıştır?
- Ampirik araştırmalarda kullanılan örneklemelerin özellikleri nelerdir?

İncelemeler sonucu elde edilen bilgiler tablolaştırılmış (Tablo1, Tablo 2, Tablo 3), bulguları tartışılmış ve bu bulgular çerçevesinde Türk tüketicisinin sorumlu tüketim davranışının açıklanmasına yönelik ortak bir teorik model oluşturulmuştur.

Tablo 1: Sorumlu Tüketim Konulu Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri

Yazar	Tarih	Düzy	Universte	Tezin Başlığı	İncelenen STD	Orneklem	STD Öncüli Olarak İncelenen Değişkenler	STD'nin Etkilediği Değişkenler
Fıtnat Seçil Bayraktar	2006	Y. Lisans	Marmara Üniversitesi	Bir pazarlama stratejisi olarak sosyal sorumluluk kampanyaları: Mişteri perspektifinden geri dönüşüm yaklaşımı	Geri Dönüşüm	İstanbul ilinde yaşayan 15-70 yaş arası 400 tüketici	Geri dönüşüme ilişkin bilgi seviyesi, demografik değişkenler, çevreye ilişkin kaygı, firmaların sosyal sorumluluk stratejileri ve geri dönüşümün algılanan önemi	Geri dönüşümü destekleyen firmaların algılanan imajı
Ekin Karapınar	2013	Y. Lisans	Marmara Üniversitesi	Türkiye’de gönüllü sadelik: Bir segmentasyon yaklaşımı	Gönüllü sadelik	İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya, Bursa, Samsun, Konya, Adana, Diyarbakır ve Antalya’da yaşayan 819 tüketici	Akıllı satın alma, kendi kendine yetme, çevreye duyarlı bir yaşam, şekilcilik, aktivite harcamaları	
Nergis Tamer	2013	Y. Lisans	Galatasaray Üniversitesi	Sürdürülebilir tüketim açısından giysi satın alma-eğilim davranışında güdüsel satın alma ve materyalist eğilim ilişkisi üzerine bir araştırma	Sürdürülebilir Tüketim	İstanbul ilinde yaşayan, 18 yaş ve üzeri 408 üniversite öğrencisi	Cinsiyet, medeni durum, Yaş, eğitim, aylık bireysel gelir	
Çenk Kürşat Akcu	2014	Y. Lisans	Kafkas Üniversitesi	Üniversite öğrencilerinin sürdürülebilir tüketim yönelim tutumlarının belirlenmesi: Kafkas Üniversitesi örneği	Sürdürülebilir Tüketim	Kafkas Üniversitesinde görev yapmakta olan 313 idari ve akademik personel	Cinsiyet, ünvan, medeni durum, yaş, eğitim, aylık net hane gelir, çalışma süresi	
Nur Biner	2014	Y. Lisans	Trakya Üniversitesi	Tüketicilerin yeşil ürün satın Alma davranışlarının incelenmesi	Yeşil Tüketim	Edirne, Tekirdağ ve Kırklareli ilinde 18 yaş ve üzeri 500 tüketici	Çevresel kaygı, algılanan tüketici etkililiği, yaş	
Ozgin Ozdemir	2013	Y. Lisans	Çukurova Üniversitesi	Sürdürülebilir tüketim davranışlarında kişisel değerlerin rolü. Kadın öğretmen elemanlarının giysi satın alma davranışları üzerine bir araştırma	Sürdürülebilir Tüketim	Çukurova Üniversitesi’nde görev yapan 257 kadın öğretmen elemanı	Bireysel değer tipleri, yeni ekolojik paradigma, demografik özellikler	
Yasemin Babekoğlu	2000	Doktora	Ankara Üniversitesi	Tüketicilerin sorumlu tüketim davranışları üzerindeki etkisi	Sorumlu tüketim	Ankara orta gelire sahip ailelerde çocukları 100 kadın	Çevreye ilgi, tüketimi sınırlama, kendi yeterliliğine güven verme	Ailenin tüketim alışkanlıkları
Hakan Kıracı	2009	Doktora	Dumlupınar Üniversitesi	Tüketicilerin bireysel değerlerinin sürdürülebilir tüketim davranışlarıyla ilişkisi ve sınıf öğretmenleri üzerinde bir araştırma	Sürdürülebilir Tüketim	Kütahya ili Merkez ilçesinde Bulunan ilköğretim okullarında görev yapan 343 sınıf öğretmeni	Cinsiyet, medeni durum, Yaş, eğitim, kişisel gelir, çevre kuluşuna üyelik	Evrenselsellik, güvenilirlik ve yitkilesenlik
Levent Gelibolu	2011	Doktora	Çukurova Üniversitesi	Topluluk tabanlı sosyal pazarlama yaklaşımıyla sürdürülebilir tüketim davranışının güdülenmesi: Yükseköğretimde deneysel bir uygulama	Sürdürülebilir Tüketim	Çukurova Üniversitesi’ndeki bir fakültenin 109 çalışanı	Topluluk tabanlı sosyal pazarlama	
Mehmet Ali Paylan	2013	Doktora	Erciyes Üniversitesi	Çevreye duyarlı satın alma davranışını belirleyen etkenler üzerine karşılaştırmalı bir araştırma	Çevreye duyarlı tüketim	328 Türkiye’de yaşayan Türk vatandaşı tüketiciler ve 399 Türkiye dışında yaşayan yabancı milletlere mensup olan tüketiciler	Dindarlık, çevresel değer, bireysel-kolektivist değer, çevreye duyarlılık	
Hakan Cengiz	2014	Doktora	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi	Gönüllü sade yaşam davranışının ölümlük tüketimi davranışına yönelik tutumlar üzerine etkisi: Türk ve Amerikan kültürleri arasında bir karşılaştırma	Gönüllü sade yaşam	On sekiz yaş ve üzerindeki 292 Amerikan ve 297 Türk tüketicisi	Kültür yağınları bölge cinsiyet, çalışma saati	Ölümlük tüketimi (statü kaygısı, özen, planlama)
Ahu Ergen	2014	Doktora	Marmara Üniversitesi	Maddi değerler, gönüllü sade yaşam biçimi, çevre bilgisi: Sürdürülebilir tüketim davranışları açısından bir araştırma	Gönüllü sade yaşam	On sekiz yaş üzerinde İstanbul ilinde yaşayan 601 tüketici	Gönüllü sade yaşam biçimi, maddi değerler, çevre bilgisi,	

Tablo 2: Sorumlu Tüketim Konulu Ulusal Makaleler

Yazar	Tarih	Makalenin Başlığı	İncelenen STD	Orneklem	STD Üçünlü İncelenen Değişkenler	Olarak	STD'nin Etkilediği Değişkenler
Çenk Kürşat Aksu ve Levent Gelibolu	2015	Üniversite çalışanlarının sürdürülebilir tüketim açısından tutumlarının belirlenmesine yönelik bir araştırma	Sürdürülebilir tüketim	Kafkas Üniversitesi'nde görev yapan 513 idari ve akademik personel	Cinsiyet, lütfan, medeni durum, yaş, eğitim, aylık net hane geliri, çalışma süresi		
Ömer Doğan, Zeki Atlı Buht ve Fıstık Kokalan Çınır	2015	Bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışlarının ölçülmesine yönelik bir ölçek geliştirme çalışması	Sürdürülebilir tüketim	İzmir il merkezinde yaşayan 16-70 yaş arası tüketiciler			
Tufan Özsoy ve Canan Madran	2015	Ürün ömrü algısının sürdürülebilir tüketim boyutundan bir analizi	Sürdürülebilir tüketim	Türkiye genelinde, internet erişimi olan, 20 yaş ve üzeri, en az ilköğretim mezuru olan 1.815 tüketicisi	Hane aylık geliri, yaş ve cinsiyet		Ürün ömrü algısı, ürün seçiminde dikkat edilen kriter, ürünü yenileme kriteri
Mehmet Özbekçi Umut, Yusuf Volkan Topuz ve Meltem Nurtanış Velioglu	2015	Çöpten geri dönüşüme giden yolda sürdürülebilir tüketiciler	Geri dönüşüm	Derinlemesine mülakat : 2 farklı mahallede ikamet eden 6 kişi	Cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim, meslek, çocuk		
Ceyda TANRIKULU	2015	Çevresel kaygı, algılanan tüketici etkinliği ve kolektivismün, tüketicilerin yeşil satın alma davranışlarındaki rolü üzerine bir inceleme	Yeşil tüketim	Adana ilinde yaşayan 20 yaş üstü 378 tüketicisi	Çevresel kaygı, algılanan tüketici etkinliği, kolektivist değer		
Cemalettin Demireli	2014	Tüketici yenilikçiliği ve gönüllü sade yaşam tarzı arasındaki ilişkinin incelenmesi	Gönüllü sade yaşam	Dumlupınar Üniversitesi'nde görev yapan 324 akademik personel			Hazır yenilikçilik, Sosyal yenilikçilik
Serap Çabuk ve Hatice Doğan Södaş	2013	Çevreci bir bakış açısıyla kadın tüketicilerin kozmetik ürün tüketim davranışlarının incelenmesi	Çevreci tüketim	Adana il merkezinde iki alışveriş merkezini ziyaret eden 366 kadın			
Levent Gelibolu ve Canan Madran	2013	Çevresel sorunlara davranışsal çözümler geliştirilmesinde sosyal pazarlamanın kullanılması	Sürdürülebilir tüketim	Çukurova Üniversitesi'ndeki bir fakültenin iki ayrı binasında çalışan personel			
Sükran Karaca	2013	Tüketicilerin yeşil ürünlerle ilişkin tutumlarının incelenmesine yönelik bir araştırma	Çevre dostu tüketim	Sivas'ta yaşayan 18 yaş ve üzeri 362 tüketicisi	Cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim, gelir düzeyi		
Alpazian Yüce	2013	Kolektivist kültür değerinin sosyal sorumlu tüketim üzerine etkisini belirlemeye yönelik bir araştırma	Sorumlu tüketim	Kafkas Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nin 430 öğrencisi			
Bahar Türk, Enes Emre Başar ve Ömer Gül	2013	Kişisel değerler ve çevre bilincinin çevreci ürünlerin tercih edilmesindeki etkileri: Karşılaştırmalı bir araştırma	Çevreci tüketim	Erzurum, Bayburt ve Tunceli illerinde yaşayan 18 yaş üstü 430 tüketicisi	Kişisel değerler, çevreye yönelik tutum ve bilgi düzeyi		
Ayfer Aydınlar Boylu	2012	Erkeklerin evde enerji ve su tasarrufu konusundaki alışkanlık ve satın alma odaklı davranışlarının incelenmesi	Enerji tasarrufu	Hacettepe Üniversitesi İİBF Aile ve Tüketici Bilimleri öğrencileri yakını olan 176 evli erkek	Yaş, eğitim düzeyi		
A. Celil Çakıcı ve Banu Es Yılmaz	2012	Mersin'deki otel çalışanlarının tüketici kaygıları, çevresel yaklaşım ve Çevreci tüketim eğilimleri üzerine bir araştırma	Çevreci tüketim	Mersin'de yaşayan 262 otel çalışanı			Nükleer santrallere yönelik rahatsızlık ve kaygı
Emine Koca ve Deniz Sınan Çiğdem	2012	Kullanılmayan giysilerin Değerlendirilmesinde çalışan Kadınların ekolojik Yaklaşımları	Geri dönüşüm	Ankara, Çorum ve Samsun'da kamu ve özel sektörde çalışan 305 kadın	Eğitim düzeyi, medeni hal		
Engin Özgül	2011	Tüketicilerin sosyo-demografik özelliklerinin hedonik tüketim ve gönüllü sade yaşam tarzları açısından değerlendirilmesi	Gönüllü sade yaşam	İzmir bölgesinde oturan 18 yaş üzeri, bölge cinsiyet kriterine göre seçilmiş 384 tüketicisi	Hedonik tüketim, cinsiyet, medeni durum, Yaş, eğitim, gelir, çocuk		
Metin Arğan, Melpare Tokay Arğan ve Nurdan Sevinç	2012	Tükendenmeden tüketiren yaşam tarzı: gönüllü sadelik	Gönüllü sadelik	Eskişehir'de ikamet 18 yaşından büyük 450 tüketicisi			
Eyyup Yavaş, Eyyup Akın ve Bişgin Kağan Şakıcı	2011	Tüketicilerin çevre bilinci düzeylerini belirlemeye yönelik bir araştırma	Çevreci tüketim	Ankara'nın farklı semtlerinde yaşayan 399 tüketicisi	Cinsiyet, aile, yaş, eğitim, gelir, yaşam tarzı		
Yeyvel Yılmaz ve Talha Arslan	2011	Üniversite öğrencilerinin çevre koruma vaatleri ve çevre dostu tüketim davranışlarının incelenmesi	Çevre dostu tüketim	Eskişehir Osmangazi Üniversitesinde öğrenim gören 500 öğrencisi	Cinsiyet, yaşamın yer, anne-babalarının eğitim düzeyi		
Hali İzzan Özdemir, Mustafa Halid Karaslan ve Başar Altıntaş	2010	Tüketicilerin çevreci işletmelere ve ürünlere karşı tutumları: Ankara, İstanbul ve Karşehir illerinde bir uygulama	Çevreci tüketim	Karşehir, Ankara ve İstanbul'da yaşayan 360 tüketicisi	Cinsiyet, yaş, eğitim		
Radvan Karalar ve Hakan Kıracı	2010	Bireysel değerlerin sürdürülebilir tüketim davranışı üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik öğretmenler üzerinde bir araştırma	Sürdürülebilir tüketim	Kitahya ili Merkez ilçesinde bulunan ilköğretim okullarında görev yapan 343 sınıf öğretmeni	Cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim, kişisel gelir, çevre kuruluşuna üyelik, kişisel değerler: evrenselcilik, iyilikseverlik, hazcılık, güç, başarı		
Engin Özgül	2010	Tüketicilerin değer yapıları, gönüllü sade yaşam tarzı ve sürdürülebilir tüketim üzerindeki etkileri	Sürdürülebilir tüketim	İzmir ilinde yaşayan 15 yaş üzeri 317 tüketicisi	Planlı alışveriş, maddiyat, üründe sadelik, kendine yeterlilik, prensip yönelim, statü yönelim, hareket yönelim		
Tuğba Orten	2009	Yerel yönetimlerin bireysel sürdürülebilir tüketim davranışlarındaki rolü	Sürdürülebilir tüketim	İzmir'de yaşayan 5 kadın, 4 erkek ve İstanbul'da yaşayan 3 farklı çevreci örgüt üst düzey yetkilisi ile derinlemesine mülakat			
Yeyvel Yılmaz, H. Eray Çelik, Ceren Yağzır	2009	Çevresel duyarlılık ve çevresel davranışın ekolojik ürün satın alma davranışına etkilerinin yapısal eşitlik modeliyle araştırılması	Çevreci tüketim	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesinde öğrenim gören 250 öğrencisi	Çevresel duyarlılık, çevresel tutum, çevresel davranış, ekolojik ürün tutumu		
Serap Çabuk, Burak Nakiboğlu ve Ceyda Keleş	2008	Tüketicilerin yeşil (ürün) satın alma davranışlarının sosyo-demografik değişkenler açısından incelenmesi	Yeşil tüketim	Adana ilinde AVM de 600 tüketicisi	Cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi ve hane geliri		
Burak Nakiboğlu	2007	Tüketimin çevreci boyutu: Çevreci tutum ve davranışlara göre pazar bölünmesi	Çevreci tüketim	Adana'daki en büyük AVM'de 392 tüketicisi			
Hülya Özpınar ve Seval Güven	2006	Kadınların enerji tasarrufuna ilişkin bilgileri	Enerji tasarrufu	Ankara ilinde yaşayan 560 kadın tüketicisi	Eğitim düzeyi		
Canan Ay ve Zümrit Ecevit	2005	Çevre bilincli tüketiciler	Yeşil tüketim	Celal Bayar Üniversitesi Manisa ili ve ilçelerinde bulunan 440 fakülte ve yüksek okul öğrencisi	Yaş, cinsiyet, eğitim, gelir, algılanan tüketici etkinliği, çevresel kaygı, sosyal ve politik konulara duyarlılık		Yeşil satın alma kararı
Serap Çabuk ve Burak Nakiboğlu	2003	Çevreci pazarlama ve tüketicilerin çevreci tutumlarının satın alma davranışlarına etkileri ile ilgili bir uygulama	Çevreci ürün satın alma	Adana ilinde AVM de 400 tüketicisi	Çevreci hassasiyet, çevreci ürünlerin farkında olma		

Tablo 3: Sorumlu Tüketim Konulu Ulusal Teorik Makaleler

Yazar	Tarih	Makalenin Başlığı	İrdelenen STD
Müberra Babaoğlu ve Esna Betül Buğday	2012	Gösteriş tüketimine karşı gönüllü sadelik	Gönüllü sadelik
Rıdvan Karalar ve Hakan Kiracı	2011	Çevresel sorunlara karşı bir çözüm önerisi olarak sürdürülebilir tüketim düşüncesi	Sürdürülebilir tüketim
Ates Bayazıt Hayta	2009	Sürdürülebilir tüketim davranışının kazanılmasında tüketicinin Rolü	Sürdürülebilir tüketim
Ates Bayazıt Hayta	2009	Sürdürülebilir tüketim ve aile	Sürdürülebilir tüketim
Özgün Bener ve Müberra Babaoğlu	2008	Sürdürülebilir tüketim davranışı ve çevre bilinci oluşturmada bir araç olarak tüketicinin eğitimi	Sürdürülebilir tüketim
Nihur Tandoğmuş	2011	Pazarlama iletişimde sürdürülebilir tüketim olgusuna farklı bir bakış: Ernest Callenbach ve Ekotopya' yapıtı üzerine hermeneutik okuma çalışması	Sürdürülebilir tüketim

B. Sorumlu Tüketim Davranışını Açıklamaya Yönelik Araştırmalarda Ulaşılan Ampirik Bulgular

Türk tüketicisinin hangi yoğunlukta ve nasıl sorumlu tüketime yöneldiği sorusuna cevap arayan araştırmalarda, sorumlu tüketim davranışıyla ilişkisi sıklıkla incelenen üç temel değişken dikkati çekmektedir: (1) demografik faktörler, (2) değerler, (3) tüketicilerin çevreye yönelik tutumları.

1. Demografik Faktörlerin Etkisine İlişkin Bulgular

Cinsiyet, yaşam tarzı, medeni durum, yaş, eğitim, gelir, çocuk sahibi olma-olmama gibi demografik özellikler neredeyse araştırmaların tamamında diğer faktörler ile birlikte etkisi araştırılan değişkenlerdir. Ancak bazı araştırmalar özellikle demografik özelliklerin etkisi üzerinde durmuştur. Örneğin Aksu ve Gelibolu (2015) doğal kaynakların hayat standartlarını yükseltmek için ölçülü ve akıllıca kullanımı şeklinde tanımladıkları sürdürülebilir tüketim kavramı üzerinde durmuş, 513 üniversite personelinin çevreye yönelik tutumlarına dair betimleyici istatistikler sunmuş ve tutumların yaş, medeni durum, eğitim seviyesi ve gelir seviyesine bağlı anlamlı değişiklikler sergilediğine işaret etmişlerdir. Benzer şekilde, Özbakır Umut vd (2015) yaptıkları nitel araştırmada çevre kirliliğine, çevreyi koruma ve geri dönüşüm çabalarına yönelik algıları incelemiştir. Araştırmada algıların yanında geri dönüşümün kağıt, cam, plastik vb maddelerden hangisi için yoğunlukla gerçekleştiği incelenmiş demografik özellikler açısından farklılık gösteren mahalleler arasında karşılaştırmalar yapılmıştır. Yazarlar gelir ve eğitim düzeyi ile geri dönüştürülen atık miktarının pozitif ilişkili olduğu sonucuna varmıştır. Ayrıca tek başına yaşayan ve bekâr olan katılımcıların çevre kirliliğine ve geri dönüşüme karşı ilgisiz olduğu, çocuk sahibi olanların ise gelecek kaygısıyla birlikte gelen çevre kirliliği duyarlılığı olduğu belirtilmiştir. Yaşam tarzının da geri dönüşüm faaliyetlerini etkilediğini vurgulayan yazarlar, bahçeli ve sobalı evlerde geri dönüşümün daha aktif olduğunu vurgulamaktadır. Özsoy ve Madran (2015) da sürdürülebilir tüketimin cinsiyet, hane halkı geliri ve yaş ile birlikte anlamlı şekilde değiştiği göstermiştir. Cengiz (2014) doktora tezinde gönüllü sade yaşamın çeşitli boyutlarının yaş, gelir seviyesi, eğitim düzeyi, cinsiyet, çalışma saatlerinin kısıtlanması

yönündeki tercih ile ve yaşam alanına göre farklılık gösterdiğine yönelik bulgulara erişmiştir.

Tüketicilerin çevre dostu ürünleri satın almamalarının temel sebebinin bu ürünlerin nispeten daha pahalı olması ve zor bulunması olduğuna yönelik bulgular sunan Karaca (2013) ise, yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve mesleğin çevre dostu tüketim eğilimlerini etkilediğini, ancak gelir düzeyinin anlamlı bir etkisi olmadığını raporlamaktadır. Yazar, ayrıca çevre bilincinin gelir de dahil olmak üzere, tüm demografik değişkenlerden etkilendiğini ortaya çıkarmıştır. Paylan 2013 tarihli doktora tezinde, Türkiye örneğinde çevreye duyarlı tüketim niyetlerinin gelir ve eğitim seviyesi arttıkça arttığını, diğer demografik değişkenler açısından ise herhangi bir farklılık göstermediğini göstermiştir. Koca ve Çağman (2012) ise çalışan kadınların ekolojik yaklaşımları ve kullanmadıkları giysilerini nasıl değerlendirdiklerini inceledikleri araştırmalarında, kadınların eğitim düzeylerinin ve medeni durumlarının giymedikleri giysileri değerlendirme yöntemlerinde farklılık yarattığını ortaya çıkarmıştır. Özgül (2011), sade yaşam eğilimi en yüksek tüketici grubunun karakteristik özelliklerinin değer yönelimli alışverişler yapan, alışverişlerinde başkalarını mutlu etmeyi de amaç edinen, eğitim ve gelir düzeyi nispeten daha düşük, orta ve üstü yaşta, evli ve kadın tüketicilerden oluştuğunu saptanmıştır. Yılmaz ve Arslan (2011), üniversite öğrencilerinin çevresel duyarlılıklarının yüksekken, çevre dostu tüketim davranışlarının daha düşük seyrettiğini ortaya çıkardıkları çalışmalarında, çevre dostu tüketim eğilimlerinin yaşanılan yerin il, ilçe veya köy olmasına, anne eğitim seviyesine göre anlamlı şekilde farklılaştığını ancak, cinsiyet ve baba eğitim seviyesinin anlamlı bir etkisi olmadığını göstermiştir. Özdemir vd’nin (2010) çalışmasında ise, çevre dostu tüketimin yaşanan şehre göre farklılaştığı ancak cinsiyet, yaş, eğitim seviyesine göre açık bir fark olmadığı bulunmuştur. Kiracı (2009), sürdürülebilir tüketim davranışının cinsiyete göre farklılaşırken, çalışılan kurumun türüne ve yerleşimine göre farklılık olmadığını göstermiştir. Çabuk vd (2008), yeşil satın alma davranışı ile, cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi ve hane geliri arasında anlamlı ilişkiler olduğunu ortaya çıkarmıştır. Araştırmanın bulgularına göre kadın, evli, genç, yüksek hane geliri ve eğitim düzeyine sahip bireyler daha fazla yeşil satın alma davranışı göstermektedir. Öztop ve Güven (2006), araştırmaları sonucunda kadın tüketicilerin enerji tasarrufu önlemleri konusunda bilgi seviyelerinin yüksek olduğunu, öğrenim düzeyi arttıkça bu bilgi düzeyinin daha da yükseldiği bulgusuna ulaşmıştır.

Ay ve Ecevit (2005) de, demografik faktörlerden gelirin, eğitim, yaşın çevreci tüketimi anlamlı şekilde etkilediğini, cinsiyetin ise herhangi bir fark yaratmadığını ortaya koymuşlardır. Babekoğlu (2000) tüketicilerin çevreye yönelik ilgilerini, duyarlılıklarını, sorumlu tüketimlerini ölçmede kullanılan ifadelere verilen cevapların yalnızca bazılarının öğrenim seviyeleri ile birlikte değiştiğine yönelik deliller sunmaktadır. Demografik özelliklerin etkilerini inceleyen bu araştırmalarda, bazı çelişkili bulgular ortaya çıkmış olmakla birlikte, genel olarak Türk tüketicilerinin demografik özelliklerinin sorumlu tüketim niyet ve davranışlarında etkili olduğu sonucuna varmak mümkündür.

Demografik özelliklerin etkisine dair diğer bulgular tüketicileri sorumlu tüketim davranışlarına göre gruplandırma amacı güden araştırmalarda elde edilmiştir. Örneğin Yaraş vd. (2011) tüketicilerin çevreye duyarlılık düzeylerine göre iki kümeye ayrıldıklarını, kümelerin yaş açısından farklılık göstermezken, çevre bilinci yüksek tüketim eğilimi sergileyen kümenin daha yüksek öğrenim ve gelir düzeyine sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Nakiboğlu (2007) yaptığı kümeleme analizi ile tüketicilerin, medyayı takip etme, arkadaşlarla çevre hakkında konuşma, çevreyi kirletenleri uyarma, çevreye zararlı ürünleri alanları uyarma, çevreci etkinliklere katılım, çöpleri ayırarak atma davranışları açısından farklılaşan üç ayrı gruba ayrıldığını belirlemiştir. Yeşiller, kahverengiler ve değişenler olarak isimlendirdiği bu grupların çevre dostu satın alma davranışlarının da farklılaştığını yeşillerin en çevreci satın alımları yapan grup olduğunu belirtmiştir. Gruplar, yaş, medeni durum ve eğitim seviyesi açısından da farklılaşmış, yeşil tüketici grubu profili ağırlıklı olarak yüksek eğitilmiş, evli ve 20-39 yaşları arasındaki geç tüketicilerden oluşmuştur. Ergen 2014 tarihli doktora çalışmasında, tüketicilerin ve işletmelerin bugünkü ihtiyaçlarını karşılarken, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılayabilme becerisini koruma ve güçlendirme olarak tanımladıkları sürdürülebilir tüketim davranışının öncülleri olarak maddi değerler, gönüllü sade yaşam biçimi ve çevre bilgisini incelemiştir. Araştırmanın ilk bulguları, sürdürülebilir tüketime yönelik uygulamaları takip oranına göre “orta gelirli, tasarruf odaklı genç tüketiciler”, “eğitilmiş, yüksek gelirli çevre dostu tüketiciler” ve “eğitim ve gelir seviyesi düşük yeşil tüketiciler” olmak üzere üç grup tüketici olduğunu göstermiştir. Karapınar (2013) Türkiye’de gönüllü sade yaşam tarzının benimsenmesi konulu yüksek lisans tezinde bilinçli çevre bekçileri, materyalistler, acemi sadeciler, mecburi sadeciler ve bıkkınlar olmak üzere beş farklı tüketici grubunun ortaya çıktığını raporlamıştır. Bu gruplar yaş, medeni durum, eğitim ve gelir seviyesi ile yaş açısından birbirinden önemli farklılıklar göstermektedir.

2. Bireysel ve Kültürel Değerlerin Etkisine İlişkin Bulgular

Uluslararası literatür ile paralel olarak Türk literatüründe de sorumlu tüketim ile ilişkili olarak incelenen değişkenlerden biri kültürel ve bireysel değerlerdir. Değerlerin etkisini inceleyen araştırmaların neredeyse tamamında, bu değerlerin bir veya daha fazla boyutunun incelenen sorumlu tüketim davranışı üzerinde doğrudan veya dolaylı şekilde etkili olduğu görülmektedir. Örneğin, Çolakoğlu ve arkadaşları (2013) Erzurum ve çevre illerde yaşayan tüketicilerin sahip olduğu kişisel değerlerden aidiyet duygusu ile çevreye yönelik tutum ve bilgi seviyelerinin etkilerine dair ampirik deliller sunmuştur. Ayrıca yazarlar, tüketicilerin kişisel değerlerinin, çevreye yönelik tutumlarının ve çevreci ürün satın alma davranışlarının yaşadıkları şehre göre farklılaştığını raporlamaktadır. Yüce (2013) de, sorumlu tüketimin çeşitli yansımaları ile kültürel kolektivizm değeri arasında ılımlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Yazarlar, ayrıca üniversite öğrencileri üzerinde yürüttükleri çalışmalarında, toplumsal sorumluluk bilinci kazandırmayı amaçlayan topluma hizmet uygulamaları dersinin sorumlu tüketim eğilimlerini artırmadığını belirtmektedir. Karalar ve Kiracı (2010) ise, sürdürülebilir tüketim davranışı ile bireysel değerlerden gelenekselcilik, başarı, iyilikseverlik,

evrenselcilik ve güvenlik değerleri arasında anlamlı ancak zayıf bir ilişki olduğunu göstermiştir. Kiracı (2009) doktora tezinde tüketicilerin sahip olduğu evrensellik ve iyilikseverlik değerleri ile sürdürülebilir tüketim davranışı arasında olumlu bir ilişki olduğunu bulmuştur. Tamer (2013) yüksek lisans tezinde güdusel satın alma eğilimi ve bireysel değerlerden materyalist eğilim ile sürdürülebilir giysi tüketim davranışı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Analiz sonuçları materyalist eğilimlerin ve güdusel satın alma eğiliminin bilişsel alt bileşeninin çevreye karşı sorumlu giysi satın alma davranışını zayıflattığını ortaya çıkarmıştır. Paylan 2013 tarihli doktora tezinde yurt içi ve yurt dışında yaşayan tüketicilerden oluşan iki örneklem ile çevreye duyarlı tüketim üzerinde dini inancın, çevresel değer, çevresel duyarlılığın ve bireysel-kollektivist değerlerin etkisini araştırmıştır. Yurt dışı örnekleme için çevresel duyarlılık, kolektivism değerleri ve dindarlık anlamlı bir güçlendirici etkiye sahipken, Türkiye örnekleminde yalnızca çevresel duyarlılık ve çevresel değerlerin etkili olduğu bulunmuştur.

Özgül (2011) bireysel değerlerin etkisi ile yön bulan hedonik tüketim ile gönüllü sade yaşam arasındaki ilişkileri incelemiştir. Yazar, alışverişte macera ve fikir edinme yönelimi yüksek tüketicilerin sade yaşam eğilimlerinin belirgin şekilde düşük olduğunu, değer elde etmek ve başkalarını mutlu etme üzerine kurulu bir hedonik davranışa sahip tüketicilerin ise sade yaşam yönelimlerinin daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Aynı araştırmada, gönüllü sade yaşam tarzının satın alma alışkanlıklarına olan yansımalarının, özellikle kendine yetme ve planlı alışveriş yapma özelliklerinin sürdürülebilir tüketimin temel dinamikleri olduğu ortaya konmuştur. Özdemir (2013) yüksek lisans tezinde bireysel değer tipleri, yeni ekolojik paradigma, demografik özellikler ile giysi satın alma ve elden çıkarma davranışı arasındaki etkileşimi incelemiştir. Araştırma sonuçları, giysi satın alma davranışı ile hazıcılık değeri arasında pozitif, evrenselcilik değeri arasında negatif ilişki olduğuna işaret etmektedir. Ayrıca doğa merkezli bir dünya görüşünün giysileri elden çıkarma şekli ile ilişkili olduğu görülmüştür. Cengiz (2014) doktora tezinde Amerikan ve Türk tüketicilerin sade yaşam karakteristiklerini ve ölüm tüketimine karşı tutumlarını incelemiştir. Türk tüketicilerinin sade yaşam eğilimlerinin, kendine yeterlilik, bisiklet kullanma ve geri dönüşüm olmak üzere üç dışı vurumu olduğunu ortaya çıkarmıştır. Cengiz (2014) bu boyutların yalnızca geri dönüşüm boyutunun ölüm tüketimi ile ilişkili olduğunu bulmuştur.

3. Tüketicilerin Çevreye Yönelik Tutumlarının Etkisine İlişkin Bulgular

Uluslararası literatüre benzer şekilde, Türk literatüründe de sıklıkla incelenen bir başka değişken tüketicilerin çevreye yönelik tutumlarıdır. Bu çerçevede tüketicilerin çevreye yönelik duyarlılıkları, kaygıları, ilgileri, davranış niyetleri değerlendirmeye alınmıştır. Örneğin Tanrıku (2015), çevresel kaygının, algılanan tüketici etkinliğinin ve kolektivist değerlerin yeşil tüketim davranışı üzerine etkilerini araştırmıştır. Yazar, tüm değişkenlerin pozitif yönlü direkt etkisine ve kolektivist değerlerin, hem çevresel kaygı hem de algılanan tüketici etkinliğini destekleyerek aynı zamanda dolaylı etkisinin de olduğuna dair bulgulara ulaşmıştır. Yılmaz vd (2009), üniversite öğrencilerinin ekolojik ürün satın alma davranışlarının belirleyicilerini ele aldıkları çalışmalarında

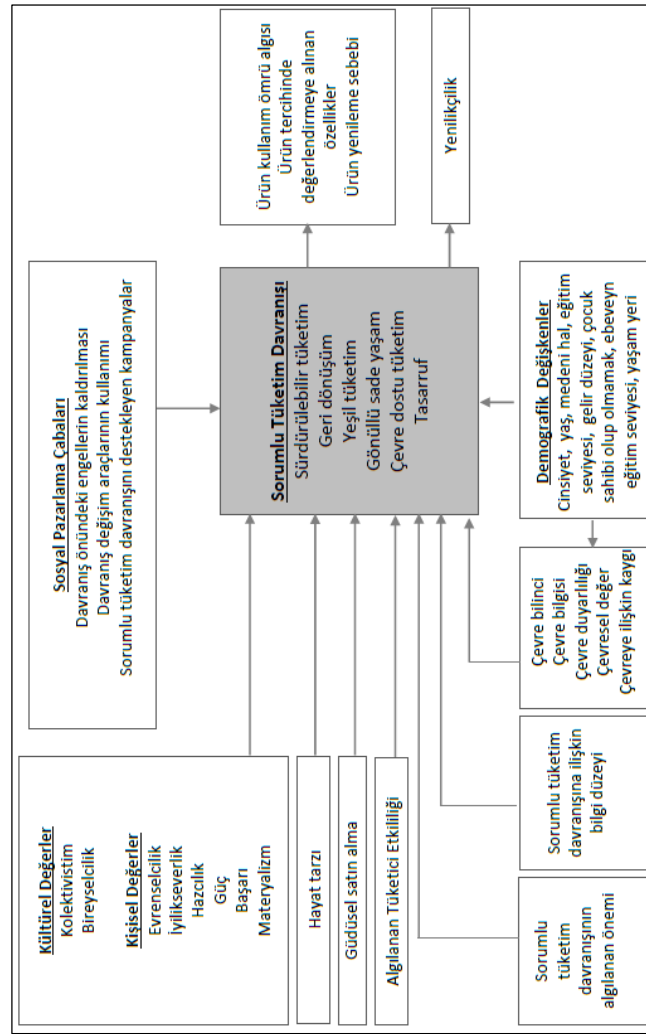
çevre duyarlılığının ve çevresel tutumun ekolojik ürünlere olan tutumu etkilemekle birlikte satın alımı doğrudan artırmadığını ortaya koymuştur. Çevre duyarlılığı ve çevreye yönelik tutum, çevresel davranışlar üzerinden, dolaylı olarak satın alma davranışını etkilemektedir. Çabuk ve Nakiboğlu (2003) da, tüketicilerin çevreye yönelik hassasiyetleri, çevreci ürünlerin farkında olmaları ile çevreci ürün satın alma davranışı arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Bulgular çevreye yönelik hassasiyet ve çevreci ürünlerin farkında olma düzeyi arttıkça çevreci ürünleri satın alma düzeylerinin de arttığını göstermiştir. Biner (2013), yüksek lisans tezinde çevresel kaygının ve algılanan tüketici etkililiğinin yeşil tüketimi olumlu etkilediğini, tüketicilerinin yaşının da çevresel kaygının olumlu etkisini güçlendirdiğini bulmuştur. Aksu (2014), yüksek lisans tezinde çevresel değer, yetkinlik, önem ile sürdürülebilir tüketim davranışlarının gelir, çalışma süresi, medeni hal, cinsiyet ve eğitim seviyesi ile ilişkilerini araştırmıştır. Araştırma sonuçları, demografik değişkenler ile sürdürülebilir tüketime yönelik düşünceler arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığını göstermiştir.

4. Diğer Araştırmalar

Demografik faktörler, değerler, tüketicilerin çevreye yönelik tutumları kadar sık olmamakla birlikte Türk tüketicilerin sorumlu tüketim davranışlarını açıklamada kullanılan diğer bazı faktörlere ilişki incelemeler göze çarpmaktadır. Bunlardan ilki, kamu veya özel kurumların faydalı tüketim alışkanlıklarının geliştirilmesi yönündeki uygulamalarıdır. Örneğin Gelibolu ve Madran (2013) tarafından üniversite çalışanları ile yapılan alan deneyi sonucunda işyerinde geri dönüşüm yapmayı kısıtlayan engellerin kaldırılmasının, davranış değişim araçlarının kullanılmasının ve davranış geliştirmelerine yönelik uygulamaların yapılmasının sonucunda geri dönüşüme gönderilen kağıt miktarının 4 kat arttığı gözlemlenmiştir. Diğer taraftan Bayraktar (2006) yüksek lisans tezinde Türkiye’de geri dönüşüm yapılmasının temel sebeplerine, geri dönüşümü azaltan temel faktörlerin neler olduğuna, hangi maddelerin geri dönüştürüldüğüne, geri dönüşüme ilişkin bilgi kaynaklarına, geri dönüşüm kampanyaları düzenleyen işletmeler hakkında bilgi sahibi olup olmadıklarına yönelik keşifsel bilgiler sunmuştur. Ardından, bilgi seviyesi, demografik değişkenler ve çevreye ilişkin kaygının, firmaların sosyal sorumluluk stratejilerinin ve geri dönüşümün algılanan öneminin geri dönüşüm davranışı üzerindeki etkisi incelenmiş, bilgi ve algılanan önemin etkisi ön plana çıkmıştır.

Ender de olsa, bazı araştırmalarda sorumlu tüketimin etkilerinin de incelendiği görülmektedir. Örneğin Özsoy ve Madran (2015) sürdürülebilir tüketimi çevre bilinçli tüketim, çevresel değer, çevresel yetkinlik, çevresel önem boyutları çerçevesinde inceleyerek genel tüketici eğilimlerini ortaya çıkarmıştır. Yazarlar ayrıca, sürdürülebilir tüketimin boyutlarının; beklenen ürün ömrü, ürün yenileme sebepleri, yeni ürün tercihini etkileyen nitelikler açısından fark yaratıp yaratmadığına yönelik incelemeler yapmıştır. Analiz sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde, sürdürülebilir tüketim eğilimi arttıkça beklenen ürün ömrünün yani ürünün kullanılmasında planlanan sürenin arttığını, ürün tercihinde kişisel tercihler (marka, estetik görünüm, fiyat vb.) yerine ürün nitelikleri ve servis sonrası desteğine ağırlık verildiğini ortaya çıkarmıştır. Ayrıca sürdürülebilir

tüketim eğilimi güçlü olan tüketicilerin ürün ömrüne bağlı olan yenileme yapma oranlarının daha yüksek olduğu bulunmuştur. Diğer taraftan Demireli (2014), yüksek eğitilmiş tüketicilerde görülen gönüllü sade yaşam tarzına özgü bazı tüketim alışkanlarının, hazcı ve sosyal yenilikçi tüketim eğilimlerini zayıflattığını raporlamaktadır. Çakıcı ve Yılmaz (2012), ise tüketicilerin çevresel ilgi ve tüketim eğilimi daha yükseldikçe nükleer santraller ile ilgili rahatsızlık ve endişelerinin de yükseldiğine dair sonuçlara ulaşmıştır.



Şekil 2: Sorumlu Tüketim Davranışlarının Araştırıldığı Türk Menşeli Araştırmaların Bulgularına Dayanarak Oluşturulmuş Model

Sorumlu tüketimi inceleyen diğer bazı araştırmaların Türk tüketicisinin mevcut sorumlu davranışlarını, bilgi düzeylerini ve sorumlu tüketime karşı tutumlarını belirlemeyi amaçlayan keşifsel özellik taşıdığı görülmektedir. Örneğin, Öztop ve Güven (2006) farklı öğrenim düzeyindeki kadınların konutun aydınlatılması, ısıtılması ve elektrikli büyük araçların kullanımı konusunda enerji tasarrufuna ilişkin bilgi düzeylerini belirlemiştir. Boylu ve Yertutan (2012) ise, evli erkeklerden oluşan örneklem ile yürüttükleri çalışma ile enerji ve su tasarrufu sağlamak için hangi önlemlere ne sıklıkta başvurduklarını belirlemiştir. Buna göre gereksiz lambaların kapatılması, belirli saatlerde kombinin derecesinin azaltılması, satın alımlarda enerji tasarruflu ampul ve elektrikli araçların tercih edilmesi elektrik tasarrufu için en sık başvurulan yöntemlerdir. Bu yöntemlerin kullanım sıklıkları, yaş ve eğitim seviyesine göre anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Konu su tasarrufuna geldiğinde ise gereksiz yere muslukları açık bırakmamak, bulaşıkların makinede yıkanması, damlatan muslukları tamir ettirmek önde gelen uygulamalardır. Eğitim düzeyi ve gelirin uygulama sıklığını değiştiren anlamlı etkisine rastlanmamıştır.

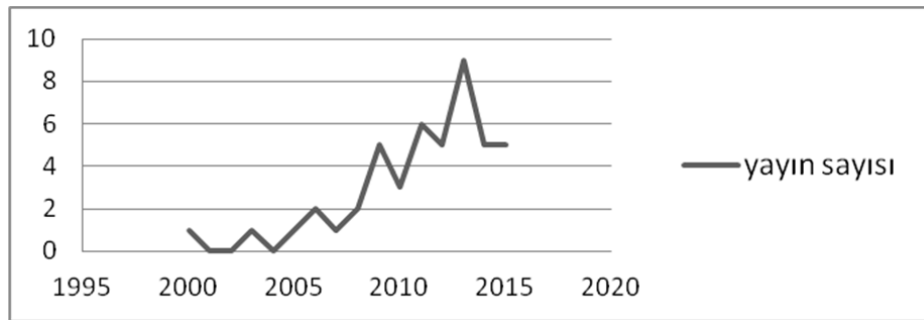
Son olarak ölçümleme aracı geliştirmeye yönelik bir çalışma dikkat çekmektedir. Doğan vd (2015) sürdürülebilir tüketim davranışını ölçümlemeye yönelik bir aracın olmasından kaynaklı boşluğu doldurmak amacı ile kavramı ölçmeye yönelik çevre duyarlılığı, ihtiyaç dışı tüketim, tasarruf, yeniden kullanılabilirlik boyutlarından oluşan bir ölçek geliştirmiştir.

V. Sonuç ve Öneriler

Dünyada üretim-tüketim süreçleri ile makro açıdan büyüme ve kalkınma ile çevre sorunları arasındaki ilişki özellikle 1970 li yıllardan sonra bir çok araştırmaya, kitaba, uluslararası düzeyde toplantıya konu olmuştur. Benzer dönemlerde ülkemizde de çevreyi geliştirmek, çevre sağlığını korumak ve çevre kirlenmesini önlemek kaygılarının gündeme geldiği görülmektedir. Ancak, çevreyi ve toplumsal yaşamı olumlu etkileme veya olumsuz etkileri en aza indirme gayesi güden tüketim davranışlarına ilişkin tam metnine ulaşılabilen araştırmaların sayısı çok azdır. Bu durumun olası nedeni ulusal hakemli dergilerde yayınlanan makaleleri listeleyen, bu makalelerin tam metinlerine ulaşmaya imkan veren dizinlerin sayısının çok az olmasıdır. Bu alanda en yaygın ağ 1996 yılında kurulmuş olan ULAKBİM tarafından yürütülmekte olan TR Dizindir. Konuya ilişkin lisansüstü tezlere ulaşmaya olanak sağlayan Ulusal Tez Merkezi ise 2006 yılından sonra tamamlanan tezlerin tam metin ulaşımına imkan vermektedir. İnternet üzerinden erişilebilen bu veri tabanları incelendiğinde ülkemizde sorumlu tüketim konusunda bilimsel çalışmalara dair genel bir fikir edinmek mümkün olmaktadır. Buna göre Şekil 3'de görüldüğü gibi ülkemizde sorumlu tüketim davranışları araştırmalarının 2000 li yıllarda sıklaşmaya başladığı ve yıllar itibari ile artış gösterdiği söylemek mümkündür.

Şekil 4'te görüldüğü gibi ülkemizde sorumlu tüketim alanında yürütülen araştırmalarının sıklıkla sürdürülebilir tüketim, çevreci tüketim, gönüllü sade yaşam ve yeşil tüketim kavramları çerçevesinde şekillendiği görülmektedir. Sorumlu tüketim anlayışının tüketim sürecinin ilerleyen aşamalarındaki yansımalarını temsil eden enerji tasarrufu ve geri dönüşüm davranışlarına özgü dinamiklerin belirlenmesine yönelik daha

fazla araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca yapılan taramalar, sorumlu tüketim kapsamında taklit, kopya ürün satın alınmaması gibi davranışları içeren etik tüketim ile, toplumsal sorunların çözümüne katkıda bulunmak amacıyla çocuk işçi çalıştıran, çalışan haklarına ve toplumun değerlerine, hukuka saygı göstermeyen işletmelerin ürünlerinden uzak durulması gibi davranışları içeren sosyal sorumlu tüketim davranışlarına yönelik araştırmaların yürütülmesinin gerekli olduğunu göstermektedir.



Şekil 3: Yıllar İtibariyle İle Sorumlu Tüketim Konulu Araştırma Sayısı



Şekil 4: Sorumlu Tüketim Konulu Araştırmalarda Odaklanılan Sorumlu Davranış Türleri

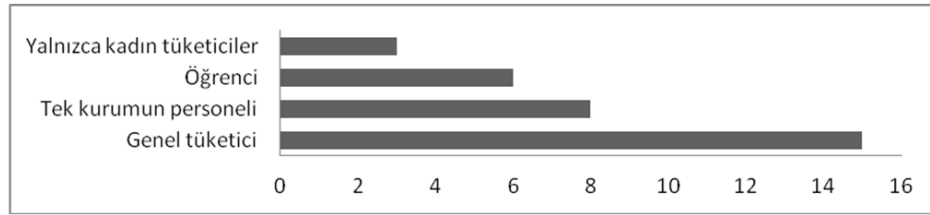
Araştırma soruları çerçevesinde, ulusal yayınlarda raporlanan araştırmaların tasarımları incelendiğinde, keşifsel ve tanımlayıcı araştırmaların ağır bastığı görülmektedir. Şekil 5’te görüldüğü gibi ulusal ampirik araştırmalarda sorumlu tüketim davranışlarını açıklamada kullanılan temel değişken demografik özelliklerdir. Uluslararası araştırmalarda çevre duyarlılığının toplum tarafından kabul edilmiş bir norm olmasından dolayı demografik özelliklerin sorumlu tüketimi açıklamada yetersiz olduğu belirtilmekle birlikte Diamantopoulos vd. (2003) ülkemizde muhtemelen çevresel sorumluluğunun henüz bir norm haline gelmemiş olmasından dolayı demografik özelliklerin etkileri sıklıkla raporlanmıştır.



Şekil 5: Sorumlu Tüketim Konulu Araştırmalarda Etkisi İncelenen Faktörler

Etkileri uluslararası literatür ile paralel olarak ortaya çıkan diğer bir değişken ise tüketicilerin çevreye yönelik duyarlılık, kaygı, ilgi gibi tutumsal faktörler ile çevreyi korumaya yönelik davranışları ile ilgili değerlerdir. Çevresel sorunlara ve sorumlu tüketim alternatiflerine ilişkin bilgi düzeyi ile algılanan tüketici etkililiği de sorumlu tüketim davranışlarının açıklayıcıları olarak araştırmalara konu olmuştur.

Ulusal araştırmalar veri toplama araçları açısından değerlendirildiğinde keşifsel araştırmaların ağırlıklı olarak kantitatif tekniklerle yapıldığı, nadir de olsa kalitatif yöntemlerden derinlemesine mülakat yöntemine de başvurulduğu görülmektedir. Tanımlayıcı araştırmaların ise neredeyse tamamında anket yöntemi ile veri toplama söz konusu olmuştur. Aynı yöntem ile veri toplanmış olmasına karşın araştırmacılar sorumlu tüketim davranışlarını ölçümlemede farklı özelliklerdeki ölçeklerden faydalanmıştır. Bu kapsamda tüketim sürecinin tüm aşamalarında (alma, kullanma ve tüketme, elden çıkarma) çevre ve toplumsal sorumluluğun etkisiyle ortaya çıkan farklı davranışları ortak bir çatı altında toplayacak, geçerli, güvenilir ve çok boyutlu bir ölçüm aracına ihtiyaç duyulmaktadır. Gelecek araştırmalarda böyle bir ölçeğin kullanılması araştırma sonuçlarının karşılaştırılmasına imkan vererek daha sağlıklı bir bilgi birikimi üretilmesine yardımcı olacaktır.



Şekil 6: Sorumlu Tüketim Konulu Ampirik Araştırmalarda Örneklem Özellikleri

Ulusal yayınlarda raporlanan ampirik araştırmaların örneklem yapıları incelendiğinde ise, diğer ulusal yayınlara benzer bir kısıt olduğu, araştırma örneklemelerinin yaklaşık %70'inin tek ilde yaşayan tüketicilerden oluştuğu görülmektedir (Bkz Şekil 6). Örnekleme çerçeveleri yoğunluğuna göre sırası ile, Adana, Ankara, İstanbul, İzmir, Kütahya ve Eskişehir illerinde yaşayan tüketicileri kapsamıştır. Şekil... 'de görüldüğü gibi bu araştırmaların örneklemeleri %46 oranında genel tüketicileri içerirken, %25 i yalnızca belirli kurumda çalışan personelleri %18 i öğrencileri, %9 u ise yalnızca kadın tüketicileri kapsamaktadır. Türk tüketicilerinin

sorumlu tüketim davranışlarını açıklamaya yönelik gelecek araştırmalarda temsil gücü daha yüksek, daha heterojen örneklem gruplarıyla çalışmak faydalı olacaktır.

A. Araştırmanın Kısıtları

Türk tüketicilerin sorumlu tüketim davranışlarına ilişkin yapılan çalışmaları, bu çalışmaların, kapsamlarını, yöntemlerini ve bulgularını özetlemeyi amaçlayan bu araştırmada sunulan bilgiler değerlendirmeye alınırken göz önünde bulundurulması gereken bazı kısıtlar mevcuttur. İlk olarak araştırmada disiplinler arası bir yaklaşım kullanılmamış, tüketim davranışı işletme bilim dalı çerçevesinde ele alınmıştır. Literatür özeti, yalnızca belirtilen belirli veri tabanlarınca taranan ve tam metnine internet üzerinden ulaşılabilen makaleleri ve tezleri kapsamaktadır. Ayrıca araştırma, internet üzerinden tam metnine ulaşılabilen basılı ulusal makaleler ile, uluslararası bilimsel dizinlere giren dergilerde yayınlanmış Türkiye adresli bilimsel yayınları kapsamamaktadır. Ayrıca konuya ilişkin basılmış kitapların değerlendirilmeye alınmaması araştırmanın diğer bir kısıtıdır.

Kaynaklar

- Abramson, L. Y., Seligman, M. E., Teasdale, J. D. (1978). "Learned Helplessness in Humans: Critique and Reformulation". *Journal Of Abnormal Psychology*, 87(1), 49.
- Akın, M. ve Akın, G. (2007). "Suyun Önemi, Türkiye’de Su Potansiyeli, Su Havzaları ve Su Kirliliği", *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi* 47(2), 105-118.
- Aksu, C. K. (2014). *Üniversite Çalışanlarının Sürdürülebilir Tüketime Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi: Kafkas Üniversitesi Örneği*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kars: Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aksu, C. K. ve Gelibolu, L. (2015). "Üniversite Çalışanlarının Sürdürülebilir Tüketim Açısından Tutumlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma". *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(9), 237-248.
- Aküzüm, T., Çakmak, B. ve Gökalp, Z. (2010). "Türkiye’de Su Kaynakları Yönetiminin Değerlendirilmesi". *Tarım Bilimleri Araştırma Dergisi* 3 (1), 67-74.
- Anderson W. T. ve Cunningham, W. H. (1972). "The Socially Conscious Consumer". *Journal of Marketing*, 36, 23-31.
- Antil, J. (1984). "Socially Responsible Consumers Profile and Implications for Public Policy". *Journal of Macromarketing*, 4, 18-39.
- Antonetti, P. ve Maklan, S. (2014). "Feelings That Make a Difference: How Guilt and Pride Convince Consumers of the Effectiveness of Sustainable Consumption Choices" *Journal of Business Ethics*, 124 (1), 117-134.
- Argan, M., Argan, M. T. ve Sevim, N. (2012). "Tükenmeden Tükettiren Yaşam Tarzı Gönüllü Sadelik", 17. *Ulusal Pazarlama Kongresi*, Balıkesir.
- Ay, C. ve Ecevit, Z. (2005). "Çevre Bilinçli Tüketiciler". *Akdeniz İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (10), 238-263.

- Babaoğul, M. ve Buğday, E. B. (2012). "Gösteriş Tüketimine Karşı Gönüllü Sadelik". *Tüketici Yazıları (III)*, 76-87.
- Babekoğlu, Y. (2000). *Tüketicilerin Demografik Özellikleri Ve Bireysel Tutumlarının Sorumlu Tüketim Davranışları Üzerindeki Etkisi*. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Bang, H. K., Ellinger, A. E., Hadjimarcou, J. ve Traichal, P. A. (2000). "Consumer Concern, Knowledge, Belief, and Attitude Toward Renewable Energy: An Application of the Reasoned Action Theory". *Psychology & Marketing*, 17(6), 449-468.
- Bayraktar, F. S. (2006). *Bir Pazarlama Stratejisi Olarak Sosyal Sorumluluk Kampanyaları: Müşteri Perspektifinden Geri Dönüşüm Yaklaşımı*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Bayram, H., Dörtbudak, Z., Fişekçi, F. E., Kargın, M. ve Bülbül, B. (2006). "Hava Kirliliğinin İnsan Sağlığına Etkileri". *Dünyada, Ülkemizde ve Bölgemizde Hava Kirliliği Sorunu Paneli Ardından, Dicle Tıp Dergisi*, 33(2), 105-112.
- Bener, Ö. ve Babaoğul, M. (2008). "Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Ve Çevre Bilinci Oluşturmada Bir Araç Olarak Tüketici Eğitimi". *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar e-dergisi*, 13 Ekim, 1-10.
- Berger, I. E. ve Corbin, R. M. (1992). "Perceived Consumer Effectiveness and Faith in Others as Moderators of Environmentally Responsible Behaviors". *Journal of Public Policy & Marketing*, 11 (2), 79-89.
- Biner, N. (2014). *Tüketicilerin Yeşil Ürün Satın Alma Davranışlarının İncelenmesi*. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Edirne.
- Boylu, A. A. ve Yertutan, C. (2012). "Erkeklerin Evde Enerji Ve Su Tasarrufu Konusundaki Alışkanlık Ve Satın Alma Odaklı Davranışlarının İncelenmesi". *Sosyoekonomi*, Ocak-Haziran, 157-171.
- Bray, J., Johns, N. ve Kilburn, D. (2011). "An Exploratory Study into the Factors Impeding Ethical Consumption". *Journal of Business Ethics*, 98(4), 597-608.
- Brown, H. S. ve Vergragt, P. J. (2015). "From Consumerism To Wellbeing: Toward A Cultural Transition?". *Journal of Cleaner Production*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.04.107>.
- Carrigan, M. ve Attalla, A. (2001). "The Myth of the Ethical Consumer: Do Ethics Matter in Purchase Behavior?". *Journal of Consumer Marketing*, 18 (7), 560-578.
- Carrington, M. J., Neville, B. A. ve Whitwell, G. J. (2010). "Why Ethical Consumers Don't Walk Their Talk: Towards a Framework for Understanding the Gap between the Ethical Purchase Intentions and Actual Buying Behaviour of Ethically Minded Consumers". *Journal of Business Ethics*, 97, 139-158.
- Cengiz, H. (2014). *Gönüllü Sade Yaşam Davranışının Ölümlük Tüketimi Davranışına Yönelik Tutumlar Üzerine Etkisi: Türk Ve Amerikan Kültürleri Arasında Bir Karşılaştırma*, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Eskişehir.
- Chan, R.Y.K. (2001). "Determinants of Chinese Consumers' Green Purchase Behavior". *Psychology & Marketing*, 18 (4), 389-413

- Chatzidakis, A., Hibbert, S. ve Smith, A. P. (2007). "Why People Don't Take their Concerns about Fair Trade to the Supermarket: The Role of Neutralisation". *Journal of Business Ethics*, 74: 89-100.
- Cleveland, M., Kalamas, M. ve Laroche, M. (2012). "It's not Easy Being Green: Exploring Green Creeds, Green Deeds, and Internal Environmental Locus of Control". *Psychology & Marketing*, 29(5), 293-305.
- Cohen, M. (2001). "The Emergent Environmental Policy Discourse on Sustainable Consumption" M. Cohen, J. Murphy (Eds.), *Exploring Sustainable Consumption: Environmental Policy and the Social Sciences*, Elsevier, London, pp. 21-37.
- Cohen, M., Murphy, J. (2001). *Exploring Sustainable Consumption: Environmental Policy and the Social Sciences*, Elsevier, London.
- Çabuk, S., Nakıboğlu, B. ve Keleş, C. (2008). "Tüketicilerin Yeşil (Ürün) Satın Alma Davranışlarının Sosyo-Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi". *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1), 85-102.
- Çabuk, S. ve Nakıboğlu, 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. ve Südaş, H. D. (2013). "Çevreci Bir Bakış Açısıyla Kadın Tüketicilerin Kozmetik Ürün Tüketim Davranışlarının İncelenmesi". *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 115-131.
- Çakıcı, A. C. ve Yılmaz, B. E. (2012). "Mersin'deki Otel Çalışanlarının Nükleer Kaygıları, Çevresel Yaklaşım Ve Çevreci Tüketim Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma". *Çağ University Journal of Social Sciences*, 9(2), 1-22.
- 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*, Kars.
- d'Astous, A. ve Legendre, A. (2008). "Understanding Consumers' Ethical Justifications: A Scale for Appraising Consumers' Reasons for not Behaving Ethically". *Journal of Business Ethics*, 82(2), 255-268.
- De Pelsmacker, P., Driesen, L. ve Rayp, G. (2005). "Do Consumers Care about Ethics? Willingness to Pay for Fair-Trade Coffee". *Journal of Consumer Affairs*, 39 (2), 363-385.
- Demireli, C. (2014). "Tüketici Yenilikçiliği Ve Gönüllü Sade Yaşam Tarzı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi". *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 24, 320-337.
- Diamantopoulos, A., Schlegelmilch, B. ve Sinkovics, R. R. (2003). "Can Socio-demographics Still Play a Role in Profiling Green Consumers? A review of the Evidence and an Empirical Investigation". *Journal of Business Research*, 56, 465-480.
- Doğan, O., Bulut, Z. A. ve Çımrın, F. K. (2015). "Bireylerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının Ölçülmesine Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması". *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29(4), 659-678.

- Elgin, D., Mitchell A. (1977). "Voluntary Simplicity". *Planning Review*, 5 (6), 13 – 15.
- Ellen, P. S., Wiener, J. L. ve Cobb-Walgren, C. (1991). "The Role of Perceived Consumer Effectiveness in Motivating Environmentally Conscious Behaviors". *Journal of Public Policy & Marketing*, 10, 102-117.
- Ergen, A. (2014). *Maddi Değerler, Gönüllü Sade Yaşam Biçimi, Çevre Bilgisi: Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Açısından Bir Araştırma*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.
- Etzioni, A. (1998). "Voluntary Simplicity Characterization, Select Psychological Implications, and Societal Consequences". *Journal of Economic Psychology*, 19, 619–643.
- Fisk, G. (1973). "Criteria for a Theory of Responsible Consumption". *Journal of Marketing*, 24–31.
- Gelibolu, L. (2011). *Topluluk Tabanlı Sosyal Pazarlama Yaklaşımıyla Sürdürülebilir Tüketim Davranışının Gütülenmesi: Yükseköğretimde Deneysel Bir Uygulama*, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Adana.
- Gelibolu, L., Madran, C. (2013). "Çevresel Sorunlara Davranışsal Çözümler Geliştirilmesinde Sosyal Pazarlamanın Kullanılması". *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(4), 339-357.
- Gifford, R. (2014). *Environmental Psychology: Principles and Practice* (5th ed.) Colville, WA: Optimal Books.
- Gifford, R. ve Nilsson, A. (2014). "Personal and Social Factors that Influence Pro-environmental Concern and Behaviour: A Review". *International Journal of Psychology*, 49 (3), 141-157.
- Gifford, R., Scannell, L., Kormos, C., Smolova, L., Biel, A., Boncu, S ve Kaiser, F. G. (2009). "Temporal Pessimism and Spatial Optimism in Environmental Assessments: An 18-Nation Study". *Journal of Environmental Psychology*, 29(1), 1-12.
- Hayta, A. B. (2009). "Sürdürülebilir Tüketim Davranışının Kazanılmasında Tüketici Eğitiminin Rolü". *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(3), 143-151.
- Hayta, A. B. (2009). "Sürdürülebilir Tüketim ve Aile". *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13(3), 69-83.
- Hendrickx, L., Nicolaij, S. (2004). "Temporal Discounting and Environmental Risks: The Role of Ethical and Loss-Related Concerns". *Journal of Environmental Psychology*, 24(4), 409-422.
- Huneke, M. E. (2005). "The Face of the Un-Consumer: An Empirical Examination of the Practice of Voluntary Simplicity in the United States". *Psychology & Marketing*, 22 (7), 527–550.
- Kalafatis, P. S., Pollard, M., East, R. ve Tsogas, H. M. (1999). "Green Marketing and Ajzen's Theory of Planned Behavior: A Cross-market Examination". *Journal of Consumer Marketing*, 16, 441–460.
- Karaca, Ş. (2013). "Tüketicilerin Yeşil Ürünlere İlişkin Tutumlarının İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma". *Ege Akademik Bakış*, 13(1), 99-111.

- 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. ve Kiracı, H. (2011). "Çevresel Sorunlara Karşı Bir Çözüm Önerisi Olarak Sürdürülebilir Tüketim Düşüncesi". *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (30), 63- 76
- Karapınar, E. (2013). *Türkiye'de Gönüllü Sadelik: Bir Segmentasyon Yaklaşımı, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.*
- Kim, Y. ve Choi, M. S. (2005). "Antecedents of Green Purchase Behavior: An Examination of Collectivism, Environmental Concern and PCE". *Advances in Consumer Research*, 32, 592–599.
- Kiracı, H. (2009). *Tüketicilerin Bireysel Değerlerinin Sürdürülebilir Tüketim Davranışıyla İlişkisi Ve Sınıf Öğretmenleri Üzerinde Bir Araştırma, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Kütahya.*
- Koca, E. ve Çağman, D. S. (2012). "Kullanılmayan Giysilerin Değerlendirilmesinde Çalışan Kadınların Ekolojik Yaklaşımları". *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 27, 159-169.
- Lacroix, C. ve Jolibert, A. (2015). "Targeting Consumers Who Care about Future Generations". *Psychology & Marketing*, 32(8), 783-794.
- Leonard-Barton, D. (1981). "Voluntary Simplicity Lifestyles and Energy Conservation". *Journal of Consumer Research*, 243-252.
- Leonidas C. L., Leonidou C. N. ve Kvasova O. (2010). "Antecedents and Outcomes of Consumer Environmentally Friendly Attitudes and Behavior". *Journal of Marketing Management*, 26(13), 1319–1344.
- Maloney, M. P. ve Ward, M. P. (1973). "Ecology: Let's Hear From the People, an Objective Scale for the Measurement of Ecological Attitudes and Knowledge". *American Psychologist*, 583-586.
- McDonald, S., Oates, C. J., Young, C. W. ve Hwang, K. (2006). "Toward Sustainable Consumption: Researching Voluntary Simplifiers". *Psychology & Marketing*, 23(6), 515–534.
- Minton A. P. ve Rose, R. L. (1997). "The Effects of Environmental Concern on Environmentally Friendly Consumer Behavior". *Journal of Business Research*, 40, 37-48.
- Moisander, J. (2007). "Motivational Complexity of Green Consumerism". *International Journal of Consumer Studies*, 31, 404-409.
- Mont, O., Plepys, A. (2008). "Sustainable Consumption Progress: Should We Be Proud or Alarmed?". *Journal of Cleaner Production*, 16(4), 531-537.
- Mostafa, M. M. (2007). "A Hierarchical Analysis of the Green Consciousness of The Egyptian Consumer". *Psychology & Marketing*, 24, 445–473.
- Nakıboğlu, B. (2007). "Tüketime Çevreci Boyutu: Çevreci Tutum Ve Davranışlara Göre Pazar Bölümlemesi". *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2), 423-438.

- Örten, T. (2009). "Yerel Yönetimlerin Bireysel Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarındaki Rolü". *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 35(2), 197-204.
- Özdemir, H. Ö., Karaarslan, M. H. ve Altuntaş, B. (2010). "Tüketicilerin Çevreci İşletmelere Ve Ürünler Karşı Tutumları: Ankara, İstanbul Ve Kırşehir İllerinde Bir Uygulama". *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5(4), 353-366.
- Özdemir, O., Güneş, M. H. ve Demir, S. (2010). "Tüketicilerin Çevreci İşletmelere Ve Ürünler Karşı Tutumları: Ankara, İstanbul Ve Kırşehir İllerinde Bir Uygulama". *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(1), 53-68.
- Özdemir, Ö. (2013). *Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarında Kişisel Değerlerin Rolü: Kadın Öğretim Elemanlarının Giysi Elden Çıkarma Davranışları Üzerine Bir Araştırma*, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Adana.
- 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 Tarzları Açısından Değerlendirilmesi". *Ege Akademik Bakış*, 11(1), 25-38.
- Özsoy, T. ve Madran, C. (2015). "Ürün Ömrü Algısının Sürdürülebilir Tüketim Boyutundan Bir Analizi". *Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi*, 4(7), 73-91.
- Öztop, H. ve Güven, S. (2006) "Kadınların Enerji Tasarrufuna İlişkin Bilgileri". *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 3(10), 17-25.
- Paylan, M. E. (2013). *Çevreye Duyarlı Satın Alma Davranışını Belirleyen Etkenler Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma*, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Kayseri.
- Peattie, K. (2001). "Towards Sustainability: The Third Age of Green Marketing". *The Marketing Review*, 2(2), 129-146.
- Peattie, K. (2012). "Researching The Unselfish Consumer" in Victoria Wells and Gordon Foxall (ed.), *Handbook of Developments in Consumer Behavior*, Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Pelletier, L. G., Dion, S., Tuson, K. ve Green-Demers, I. (1999). "Why Do People Fail to Adopt Environmental Protective Behaviors? Toward a Taxonomy of Environmental Amotivation". *Journal of Applied Social Psychology*, 29(12), 2481-2504.
- Pinto, D. C., Herter, M. M., Rossi, P. ve Borges, A. (2014). "Going Green for Self or for Others? Gender and Identity Salience Effects on Sustainable Consumption". *International Journal of Consumer Studies*, 38, 540-549.

- Roberts, J. A. (1995). "Profiling Levels of Socially Responsible Consumer Behavior: a Cluster Analytic Approach and Its Implications For Marketing". *Journal of Marketing Theory and Practice*, 3(4), 97-117.
- Roberts, J. A. (1996). "Green Consumers in the 1990s: Profile and Implications for Advertising". *Journal of Business Research*, 36, 217–31.
- Roberts, J. A. ve Bacon, R. (1997). "Exploring the Subtle Relationships between Environmental Concern and The Ecologically Conscious Consumer Behavior". *Journal of Business Research*, 40(1), 79–89.
- Schrader, U. (2007). "The Moral Responsibility of Consumers as Citizens". *International Journal of Innovation and Sustainable Development*, 2 (1), 79-96.
- Schwartz, S. H. (1994). "Are There Universal Aspects in The Structure and Contents of Human Values? ". *Journal of Social Issues*, 50(4), 19-45.
- Sencar, P. (2007). *Türkiye’de Çevre Koruma Ve Ekonomik Büyüme İlişkisi Yüksek Lisans Tezi*, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Shaw, D. Ve Newholm, T. (2002). "Voluntary Simplicity and The Ethics of Consumption". *Psychology and Marketing*, 19(2): 167-85.
- Sheth, J. N., Sethia, N. K. ve Srinivas, S. (2011). "Mindful Consumption: A Customer-Centric Approach To Sustainability". *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39 (1), 21-39.
- Stern, P. C. (2000). "Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior". *Journal of Social Issues*, 56 (3), 407-424.
- Stern, P. C. ve Dietz, T. (1994). "The Value Basis of Environmental of Concern". *Journal of Environmental Psychology*, 21, 327-339.
- Stern, P. C., Dietz, T. ve Ruttan, V. W. (1997). *Environmentally Significant Consumption: Research Directions*, Washington: National Academy Press.
- Straughan, R. D. ve Roberts, J. A. (1999). "Environmental Segmentation Alternatives: a Look at Green Consumer Behavior in the New Millennium". *Journal of Consumer Marketing*, 16 (6), 558–575.
- Tamer, N. (2013). *Sürdürülebilir Tüketim Açısından Giysi Satın Alma-Elden Çıkarma Davranışında Güdüsel Satın Alma Ve Materyalist Eğilim İlişkisi Üzerine Bir Araştırma*, Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Tandaçgüneş, N. (2011). "Pazarlama İletişiminde Sürdürülebilir Tüketim Olgusuna Farklı Bir Bakış: Ernest Callenbach Ve ‚Ekotopya‘ Yapıtı Üzerine Hermeneutik Okuma Çalışması". *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 41, 103-124.
- Tanner, C. ve Kast, S. W. (2003). "Promoting Sustainable Consumption: Determinants of Green Purchases by Swiss Consumers". *Psychology & Marketing*, 20, 883–902.
- Tanrıkulu, C. (2015). "Çevresel Kaygı, Algılanan Tüketici Etkinliği Ve Kolektivizmin, Tüketicilerin Yeşil Satın Alma Davranışlarındaki Rolü Üzerine Bir İnceleme". *Ataturk University Journal of Economics & Administrative Sciences*, 29(1), 121-136.

- Taylor, S. ve Todd, P. (1995). "Understanding Household Garbage Reduction Behavior: A Test of an Integrated Model". *Journal of Public Policy & Marketing*, 14(2), 192-204.
- Ulusoy, E. (2015). "Experiential Responsible Consumption". *Journal of Business Research*, 69 (1), 284-297.
- Umut, M. Ö., Topuz, Y. V. ve Velioglu, M. N. (2015). "Çöpten Geri Dönüşüme Giden Yolda Sürdürülebilir Tüketiciler". *CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 263-288.
- Urien, B. ve Kilbourne, W. (2011). "Generativity and Self-Enhancement Values in Eco-Friendly Behavioral Intentions and Environmentally Responsible Consumption". *Psychology and Marketing*, 28 (1), 69-90.
- Vermeir, I. ve Verbeke, W. (2008). "Sustainable Food Consumption among Young Adults in Belgium: Theory of Planned Behaviour and the Role of Confidence and Values". *Ecological Economics*, 64, 542-553.
- Vitell S. J. ve Muncy, J. (2005). "The Muncy-Vitell Consumer Ethics Scale: A Modification and Application". *Journal of Business Ethics*, 62, 267-275.
- Webb, D., J., Mohr, L. A. ve Harris, K. E. (2008). "A Re-examination of Socially Responsible Consumption and its Measurement". *Journal of Business Research*, 61, 91-98.
- Webster, Jr., E. F. (1975). "Determining the Characteristics of the Socially Conscious Consumer". *Journal of Consumer Research*, 2, 188-196.
- Weigel, R. ve Weigel, J. (1978). "Environmental Concern: The Development of a Measure". *Environment and Behavior*, 10, 3-15.
- Wells, V. K., Ponting, C. A. ve Peattie, K. (2011). "Behaviour and Climate Change: Consumer Perceptions of Responsibility". *Journal of Marketing Management*, 27(7-8), 808-833.
- White, K., MacDonnell, R., ve Ellard, J. H. (2012). "Belief in A Just World: Consumer Intentions and Behaviors Toward Ethical Products". *Journal of Marketing*, 76(1), 103-118.
- Yaraş, E., Akın, E. ve Şakacı, B. K. (2011). "Tüketicilerin Çevre Bilinci Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma". *Öneri Dergisi*, 9(35), 117-126.
- Yılmaz, V. ve Arslan, T. (2011). "Üniversite Öğrencilerinin Çevre Koruma Vaatleri Ve Çevre Dostu Tüketim Davranışlarının İncelenmesi". *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(3), 1-10.
- Yılmaz, V., Çelik, H. E. ve Yağızzer, 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.
- 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.
- T.C. Çevre ve Şehir Bakanlığı, 2014 Türkiye Çevre Sorunları Ve Öncelikleri Değerlendirme Raporu, www.csb.gov.tr, 2016.

Türkiye'de Sorumlu Tüketim Davranışı Üzerine Araştırmalar: Ulusal Makaleler — 1391
ve Lisansüstü Tezler Üzerine Bir Derleme

European Environment Agency, 2013, Air Pollution Country Factsheet: Turkey
<http://www.eea.europa.eu/themes/air/air-pollution-country-fact-sheets>. 2016.
Birleşmiş Milletler, 1987. Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu Ortak Geleceğimiz
Başlıklı Raporu.