



ISSN: 2587 – 0785

Journal of Management, Economics and Marketing Research

YÖNETİM, EKONOMİ VE PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Cilt	Volume	6
Sayı	Issue	1
Yıl	Year	2022

YÖNETİM, EKONOMİ VE PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

JOURNAL OF MANAGEMENT, ECONOMIC AND MARKETING RESEARCH

2022, Cilt.6, Sayı.1

BAŞ EDITÖR

Prof. Dr. Ramazan Pars ŞAHBAZ

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Turizm Fakültesi, Gölbaşı/Ankara, 06830

editor@yepad.org

Telefon: +90 312 485 1460

ASİSTAN EDITÖR

Gizem Sultan KAMAN

EDITÖRLER/EDITORS IN CHIEF

Alp POLAT, Ph.D, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Bankacılık ve Finans, alp.polat@bilecik.edu.tr

Atılhan NAKTİYOK, Ph.D, Atatürk Üniversitesi, Yönetim ve Organizasyon, anakti@atauni.edu.tr

Alptekin SÖKMEN, Ph.D, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Yönetim ve Organizasyon,
alptekin.sokmen@hbv.edu.tr

Ana Paula Lopes, Ph.D, Porto Politeknik Enstitüsü, İstatistik, aplopes@iscap.ipp.pt

Ayşe Nevin SERT, Ph.D, Selçuk Üniversitesi, Turizm, nevinsert@gmail.com

Barış DEMİRCİ, Ph.D, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm, bdemirci@ogu.edu.tr

Burak KESKİN, Ph.D, Çankırı Karatekin Üniversitesi, Sayısal Yöntemler, burakkesin@karetkin.edu.tr

Burhan ÇİL, Ph.D, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Araştırma Yöntemleri, bcil@gelisim.edu.tr

Emine Çına BAL, Ph.D, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Muhasebe ve Finansman,
emine.cina@hbv.edu.tr

Kurtuluş KARAMUSTAFA, Ph.D, Erciyes Üniversitesi, Turizm, karamustafa@erciyes.edu.tr

Mehmet BAŞ, Ph.D, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Pazarlama, mbas@gazi.edu.tr

Mithat ÜNER, Ph.D, Atılım Üniversitesi, Uluslararası İşletmecilik, mithatuner@atilim.edu.tr

Murat ATAN, Ph.D, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ekonometri, atan@gazi.edu.tr

Oktay EMİR, Ph.D, Anadolu Üniversitesi, Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler, oktayemir@anadolu.edu.tr

Ömer ALKAN, Ph.D, Atatürk Üniversitesi, Ekonometri, oalkan@ataturk.edu.tr

Sedat YÜKSEL, Ph.D, College of Applied Science, Pazarlama, sedatyuksel@gmail.com

Sibel MEHTERAYKIN, Akdeniz Üniversitesi, İktisat, sibelaykin@akdeniz.edu.tr

Umut AVCI, Ph.D, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Yönetim ve Organizasyon, aumut@mu.edu.tr

YAYIN KURULU

Ahmet UŞAKLI, Ph.D, Boğaziçi Üniversitesi, ahmet.usakli@boun.edu.tr

Behçet Yalın ÖZKARA, Ph.D, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, bozkara@ogu.edu.tr

Gözde TÜRKTARHAN, Ph.D, University of South Florida, gozdeturktarhan@gmail.com

İrfan YAZICIOĞLU, Ph.D, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, irfan.yazicioglu@hbv.edu.tr

Kurtuluş KARAMUSTAFA, Ph.D, Erciyes Üniversitesi, karamustafa@erciyes.edu.tr

Medet YOLAL, Ph.D, Anadolu Üniversitesi, myolal@anadolu.edu.tr

M. Mithat ÜNER, Ph.D, Atılım Üniversitesi, mithatuner@atilim.edu.tr

Osman ÇULHA, Ph.D, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, culhaosman@gmail.com

Soner GÖKTEN, Ph.D , Başkent Üniversitesi, sgokten@baskent.edu.tr

Zeynep ASLAN, Ph.D, Adnan Menderes Üniversitesi, zeynep.aslan@adu.edu.tr

TÜRKÇE DİL EDITÖRÜ

Prof. Dr. İhsan KALANDER

İNGİLİZCE DİL EDITÖRÜ

Fulden Nuray KÜÇÜKERGİN

ODAK VE KAPSAM

Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisinin yayın odağında;

Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama alanındaki profesyonellere akademik katkı sağlayan, sektörel uygulamalara katkı sağlayan teorik ve uygulama arasında köprü olan, Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama alanlarında ulusal ve uluslararası karşılaştırmaları inceleyen eserler yer almaktadır.

Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisinin yayın kapsamında;

- İşletme bilim dalını temel alan çalışmalar,
- Kamu yönetimi bilim dalını temel alan çalışmalar,
- Muhasebe ve Finansman bilim dalını temel alan çalışmalar,
- İktisat bilim dalını temel alan çalışmalar,
- Ekonometri bilim dalını temel alan çalışmalar,
- Çalışma ekonomisi ve endüstri ilişkileri bilim dalını temel alan çalışmalar,
- Maliye bilim dalını temel alan çalışmalar,
- Uluslararası ticaret bilim dalını temel alan çalışmalar,
- Hastane işletmeciliği bilim dalını temel alan çalışmalar,
- Turizm işletmeciliği bilim dalını temel alan çalışmalar,
- Yönetim bilişim sistemleri bilim dalını temel alan çalışmalar yer almaktadır.

YAYIN SIKLIĞI

Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi elektronik ortamda yayın yapan hakemli bir dergidir. İki aylık yayın yapan dergide yılda 6 sayı yayınlanmaktadır.

YAYIN DİLİ

Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi Türkçe ve İngilizce olarak yayın yapmaktadır.

HAKEM KURULU

Prof. Dr. Ali YAYLI, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, ali.yayli@hbv.edu.tr

Prof. Dr. Alptekin SÖKMEN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, alptekin.sokmen@hbv.edu.tr

Prof. Dr. Belgin AYDINTAN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, belgin.aydintan@hbv.edu.tr

Prof. Dr. Güler SAĞLAM ARI, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, güler.saglam@hbv.edu.tr

Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ, İstanbul Gelişim Üniversitesi, igumus@gelisim.edu.tr

Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA, Erciyes Üniversitesi, karamustafa@erciyes.edu.tr

Prof. Dr. Mazlina Abdul Majid, Malaysia Pahang University, mazlina@ump.edu.my

Prof. Dr. Mithat ÜNER, Atılım Üniversitesi, mithatuner@atilim.edu.tr

Prof. Dr. Ruziye COP, İzzet Baysal Üniversitesi, cop_r@ibu.edu.tr

Prof. Dr. Sibel MEHTERAYKIN, Akdeniz Üniversitesi, sibelaykin@akdeniz.edu.tr

Prof. Dr. Zeynep ASLAN, Adnan Menderes Üniversitesi, zeynep.aslan@adu.edu.tr

Doç. Dr. Cemalettin AKTEPE, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, caktepe@gazi.edu.tr

Doç. Dr. Erdal ŞEN, İstanbul Aydın Üniversitesi, erdals@aydin.edu.tr

Doç. Dr. Evren GÜÇER, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, evrengucer@gazi.edu.tr

Doç. Dr. Hakan Koç, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, hakan.koc@hbv.edu.tr

Doç. Dr. Hatice Anıl DEĞERMEN, İstanbul Üniversitesi, degermen@istanbul.edu.tr

Doç. Dr. Kadri Gökhan YILMAZ, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, g.yilmaz@hbv.edu.tr

Doç. Dr. Lütfi BUYRUK, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, buyruk@nevsehir.edu.tr

Doç. Dr. Mehmet BAŞ, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, mbas@gazi.edu.tr

Doç. Dr. Metehan TOLON, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, metehan@gazi.edu.tr

Doç. Dr. Nuray TOSUNOĞLU, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, nguneri@gazi.edu.tr

Doç. Dr. Seyhan ÇİL, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, seyhanc@gazi.edu.tr

Doç. Dr. Ümit SORMAZ, Necmettin Erbakan Üniversitesi, usormaz@konya.edu.tr

Doç. Dr. Yasin KELEŞ, Samsun Ondokuz Mayıs Üniversitesi, yasinkeles55@yahoo.com

Doç. Dr. Yunus Emre TAŞGİT, Düzce Üniversitesi, yunusemretassgit@duzce.edu.tr

Doç. Dr. Selma KALYONCUOĞLU, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, selmakalyoncu@gazi.edu.tr

Doç. Dr. Serkan Bertan, Pamukkale Üniversitesi, sbertan@pau.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Uşaklı, Boğaziçi Üniversitesi, ahmet.usakli@boun.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet YARIŞ, Mardin Artuklu Üniversitesi, ahmetyaris@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Alev SÖKMEN, Başkent Üniversitesi, alev@baskent.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Ali Turan BAYRAM, Sinop Üniversitesi, alibayram@sinop.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Alper BOZKURT, Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, abozkurt@adanabtu.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Ayşen SEYMEN ÇAKAR, Anadolu Üniversitesi, aysenseymencakar@anadolu.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Barış DEMİRCİ, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, bdemirci@ogu.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Betül YÜCE DURAL, Anadolu Üniversitesi, byuce@anadolu.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Cemal ÖZTÜRK, Bitlis Eren Üniversitesi, cozturk@beu.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Ercan KARAÇAR, Sinop Üniversitesi, ekaracar@sinop.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Gül ERKOL BAYRAM, Sinop Üniversitesi, gulerkol@sinop.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Harun DOĞAN, Akdeniz Üniversitesi, harundogan@akdeniz.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Mert PASLI, Giresun Üniversitesi, gmert.pasli@giresun.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi S. Emre DİLEK, Batman Üniversitesi, s.emre.d@hotmail.com

Dr. Öğr. Üyesi, Tufan ÇAKIR, Anadolu Üniversitesi, tcakir@anadolu.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Ozan ÇATIR, Uşak Üniversitesi, ozan.catir@usak.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Üzeyir KEMENT, Bingöl Üniversitesi, ukement@bingol.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Yakup ÖZTÜRK, Çankırı Karatekin Üniversitesi, yakupozturk@karatekin.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Zekeriya Emre DURAL, İstanbul Üniversitesi, zerkal@istanbul.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Zeki YÜKSEKBİLGİLİ, Nişantaşı Üniversitesi, zeki.yuksekbilgili@nisantasi.edu.tr

Dr. Alper IŞIN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, alperisin86@hotmail.com

Dr. Ayşe ATAR, Samsun Ondokuz Mayıs Üniversitesi, aysee.atar@gmail.com

Dr. Burcu Koç, Pamukkale Üniversitesi, burcuk@pau.edu.tr

Dr. Cansev Özdemir, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, caozdemir@ogu.edu.tr

Dr. Cemal Ersin SİLİK, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, cemal.silik@hbv.edu.tr

Dr. Filiz Özlem ÇETİNKAYA, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, filyozum@gmail.com

Dr. Gökhan KENEK, Gümüşhane Üniversitesi, kenekgokhan@gmail.com

Dr. Gözde TÜRK TARHAN, University of South Florida, gozdeturktarhan@gmail.com

Dr. Seda ÖZDEMİR AKGÜL, Selçuk Üniversitesi, sedaozdemir8@gmail.com

Dr. Yasemin GEDİK, Beykent Üniversitesi, dr.yasemingedik@hotmail.com

YÖNETİM, EKONOMİ VE PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

JOURNAL OF MANAGEMENT, ECONOMIC AND MARKETING RESEARCH

2022, Cilt.6, Sayı.1

Araştırma Makalesi

**Sağlık Turizmi İşletmelerinde İş Sağlığı ve Güvenliği Algısı ve Güvenlik İklimi Ölçümü:
Sivas İli Örneği**

(Occupational Health and Safety Perception and Safety Climate Measurement in Health
Tourism Businesses: The Case of Sivas)

Yasin TULUMCU ve İbrahim Tuğkan ŞEKER

ss: 1-12.

Araştırma Makalesi

Sorumsuz Tüketim Davranışlarının Öncüllerini Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma

(A Study to Determine the Antecedents of Irresponsible Consumption Behaviors)

Mehmet ÖNEY ve Yusuf ÖCEL

ss: 13-31.



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Sağlık Turizmi İşletmelerinde İş Sağlığı ve Güvenliği Algısı ve Güvenlik İklimi Ölçümü: Sivas İli Örneği

Yüksek Lisans Öğrencisi Yasin TULUMCU, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, e-posta: tulumcu@yandex.com

ORCID ID: [0000-0001-9047-0070](https://orcid.org/0000-0001-9047-0070)

Doçent Doktor İbrahim Tuğkan ŞEKER, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Turizm Fakültesi, e-posta: tseker@cumhuriyet.edu.tr

ORCID ID: [0000-0003-3695-9750](https://orcid.org/0000-0003-3695-9750)

Öz

İş sağlığı ve güvenliği, insanın fiziksel, sosyal ve ruhsal sağlığını korumayı merkeze alan kuralların uygulanmasıdır. Çalışanlar için önemle üzerinde durulması gereken konuların başında gelen bu uygulamalar, sanayiden, üretime, sağıktan lojistiğe kadar tüm alanlarda hayati öneme sahiptir. Sonuçları açısından bakıldığında sadece kazaya uğrayan değil, işveren ve de kurum/kuruluş için telafisi mümkün olmayan kayıplar doğurmaktadır. Günümüzde insanların bilinç düzeylerindeki gelişmeyle beraber iş güvenliği algısı da değişmekte ve bunun neticesinde güvenliğe verilen önem de artmaktadır. Bu çalışmanın amacını sağlık turizmi işletmelerinde çalışanların iş sağlığı ve güvenliği algılarının ve güvenlik ikliminin ölçümünün yapılarak bu alanda geliştirilecek iş güvenliği tedbirlerinin belirlenmesi oluşturmaktadır. Nicel araştırma yöntemlerinden anket modelinin kullanıldığı çalışmanın araştırma grubunu Sivas'ta sağlık turizmi işletmelerinde görev yapan 248 birey oluşturmaktadır. Veri toplama aracı olarak İskandinav ülkelerinde geliştirilmiş ve geçerliliği kabul edilmiş olan NOSACQ-50 İskandinav İş Güvenliği İklim Anketi (Nordic Occupational Safety Climate Questionnaire) kullanılmıştır. Çalışmanın istatistiksel analizi SPSS paket programı ile yapılmıştır. Güvenlik kültürüne ait 7 alt boyutta incelenen bulgular yorumlanmış ve çalışanların güvenlik taahhüdünün yükselmesi, güvenlik konusundaki iletişimi ve güvenlik yeterliliğine duyduğu güvenin artması durumunda, güvenlik sistemlerinin etkililiğine olan güveninin arttığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hata, Hata Yönetimi, Psikolojik Güçlendirme, Personel Güçlendirme.

Makale Gönderme Tarihi: 10.12.2021

Makale Kabul Tarihi: 10.01.2022

Önerilen Atıf: Tulumcu, Y., Şeker, T. İ. (2022). Sağlık Turizmi İşletmelerinde İş Sağlığı ve Güvenliği Algısı ve Güvenlik İklimi Ölçümü: Sivas İli Örneği, *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 1-12.

© 2022 Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi.



Journal of Management, Economic and Marketing Research

2022, 6(1): 1-12

DOI: [10.29226/TR1001.2022.282](https://doi.org/10.29226/TR1001.2022.282)

ISSN: 2587-0785 Journal Homepage: <https://www.yepad.org>



RESEARCH PAPER

Occupational Health and Safety Perception and Safety Climate Measurement in Health Tourism Businesses: The Case of Sivas

Graduate Student Yasin TULUMCU, Sivas Cumhuriyet University, Institute of Social Sciences, e-mail: tulumcu@yandex.com

ORCID ID: [0000-0001-9047-0070](https://orcid.org/0000-0001-9047-0070)

Assoc. Prof. İbrahim Tuğkan ŞEKER, Sivas Cumhuriyet University, Faculty of Tourism, e-mail: tseker@cumhuriyet.edu.tr

ORCID ID: [0000-0003-3695-9750](https://orcid.org/0000-0003-3695-9750)

Abstract

Occupational health and safety is the application of rules that center on protecting the physical, social and mental health of people. These applications, which are at the forefront of the issues that need to be emphasized for the employees, are of vital importance in all areas from industry to production, from health to logistics. In terms of its consequences, it causes irreparable losses not only for the accident victim, but also for the employer and the institution/organization. Today, with the improvement in people's awareness, the perception of occupational safety is changing, and as a result, the importance given to safety is increasing. The purpose of this study is to determine the occupational safety measures to be developed in this area by measuring the occupational health and safety perceptions of the employees in health tourism enterprises and the safety climate. The research group of the study, in which the survey model, which is one of the quantitative research methods, was used, consists of 248 individuals working in health tourism enterprises in Sivas. The NOSACQ-50 Scandinavian Occupational Safety Climate Questionnaire, which was developed and validated in Scandinavian countries, was used as a data collection tool. Statistical analysis of the study was done with SPSS package program. The findings of the 7 sub-dimensions of security culture were interpreted and it was determined that if the security commitment of the employees increased, their communication on security and their trust in security competence increased, their confidence in the effectiveness of security systems increased.

Keywords: Health Tourism, Tourism, Occupational Safety, Occupational Disease, Nosacq-50

Received: 10.12.2021

Accepted: 10.01.2022

Suggested Citation: Tulumcu, Y., Şeker, T, İ. (2022). Occupational Health and Safety Perception and Safety Climate Measurement in Health Tourism Businesses: The Case of Sivas, *Journal of Management, Economic and Marketing Research*, 6(1), 1-12.

© 2022 Journal of Management, Economic and Marketing Research

GİRİŞ

Dünyanın küreselleşme ile birlikte ulaşım ve teknolojik alt yapıların hızla gelişmesinin sonucu olarak seyahat etme kavramı, insanların yemek yeme, barınma gibi temel ihtiyaçları arasına girmiştir. Bu da turizmin ekonomik olarak çok önemli faaliyetler arasında kendine yer bulmasına zemin hazırlamıştır (Dündar ve Bahar, 2020: 90). Gelişmiş ülkelerdeki ekonomilerin sanayiden hizmet sektörlerine doğru değiştiği var sayıldığından gün geçtikçe turizme yapılan yatırımlar da artmaktadır. Ayrıca turizm doğrudan ve dolaylı olarak konaklama, yiyecek içecek, bankacılık, ulaşım, imalat gibi pek çok sektörü de etkilemektedir. Talep esnekliği son derece yüksek olan turizm sektöründe basında çıkabilecek herhangi bir olumsuz haber ya da politik konularda yaşanacak en küçük krizler, turistlerin destinasyon tercihlerini çok kolay bir şekilde değiştirmelerine neden olabilmektedir. Turizm türleri içerisinde ekonomik getiri değeri en yüksek potansiyele sahip olan sağlık turizmi bu anlamda önem taşımaktadır. Dünya Sağlık Örgütü tarafından sağlık kavramı “*Sadece hastalık ve sakatlığın olmayışı değil, beden, ruhen ve sosyal olarak tam iyilik hali*” olarak tanımlanmıştır (Budak, 2019:25).

Sağlık turizmi işletmeleri de çalışanların iş sağlığı ve güvenliği açısından çeşitli riskleri bünyesinde barındırmaktadır. Çalışanların sağlığının korunmasının temeli, yöneticilerin iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerini almaları ve büyük ölçüde güvenlik kurallarını uygulamalarıyla mümkün olmaktadır. İş sağlığı ve güvenliği konusu tehlike sınıfı fark etmeksizin ve faaliyet konusuna bakılmaksızın bütün çalışanların, ayrıca işyerinde bulunan müşteri veya ziyaretçilerin güvenliğine, beden ve ruhen sağlığına olumsuz etki edebilecek risk faktörlerini inceleyen bilim dalı olarak tanımlanmaktadır (Çelebi, 2017: 2). İnsan, tabiatdaki en değerli varlık olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle sağlığının korunması gereken en önemli varlıktır. Gelişen teknoloji ve üretime dayalı olarak artan iş kazalarının minimize edilmesi amacıyla çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Dünya ile entegre olarak ülkemizde de iş sağlığı ve güvenliği konularında çeşitli adımlar atılmış ve 3008, 1475 ve 4857 Sayılı İş Kanunlarının yanı sıra 6331 Sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu çıkarılarak ilgili yasal düzenlemeler yapılmıştır. Buna rağmen Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) verilerine göre Türkiye, iş kazası sonucunda vefat eden kişilerin oranının en yüksek olduğu ülkeler arasındadır (Selek, 2020:19).

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

İş Sağlığı Ve Güvenliği

Yaşama hakkı insan haklarının en temelidir ve değer açısından bakıldığında ilk sırada gelmektedir. Diğer bütün hakların var olması ve kullanımı bu hakka bağlı olmaktadır (Çiftçioglu 2012:138). Özellikle sanayileşme ile birlikte çalışanların sağlığını etkileyen çeşitli sorunlar ortaya çıkmıştır. Bu sorunların işletme ve iş verimini etkilemesiyle birlikte çalışma koşullarını düzenleyen kurallar oluşturulmaya başlanmış ve birtakım kanunlar yürürlüğe girmiştir. Bunun sonucunda konuya bilimsel olarak yaklaşılmış ve “İş Sağlığı ve Güvenliği (İSG)” kavramı ortaya çıkmıştır (Erginbaş, 2010:5). İş sağlığı ve güvenliği, genel anlamda çalışanların sağlığı ve çalışma koşulları arasındaki ilişkiyi inceleyen bir bilim dalı olarak nitelendirilmektedir (Mektepli, 2021:5). İş sağlığı ve güvenliği, çalışanların iş yerinde karşılaşılabilecekleri tehlike ve risklerin bertaraf edilmesini, tamamıyla ortadan kaldırılması mümkün değilse en az seviyeye düşürülmesi için getirilmiş teknik kurallar bütünü olarak değerlendirilmektedir (Centel, 2000:6).

Temel olarak bakıldığında iş sağlığı ve güvenliği önlemlerinin amacı kişisel ve toplumsal mutluluğun sağlanması olarak görülebilir. Çünkü kişilerin çalışma ortamlarında maruz kaldığı tehlike ve risklerin sonuçları öncelikle kendisini ve ailesini, daha sonra işletmeyi ve toplumu olumsuz yönde etkilemektedir. Bu nedenle herkesin sahip olduğu yaşama, çalışma ve sağlık hakkını en üst seviyede sağlayacak olan hukuki, tıbbi ve teknik birtakım önlemler gerekmektedir (Bayram, 2008:11).

İş sağlığı ve güvenliğinin amaçları üç başlık altında toplanmaktadır; Bunlar çalışanların korunması, üretim güvenliğinin sağlanması ve işletme güvenliğinin sağlanmasıdır (Eken, 2011:7).

- Çalışanların korunması
- Üretim güvenliğinin sağlanması
- İşletme güvenliğinin sağlanması

İş Kazası

Kaza, bilerek ve isteyerek davranış söz konusu olmadan, beklenmeyen bir zamanda meydana gelen ve birçok zaman sonuçları açısından zarar şeklinde belirtilen durumlar olarak tanımlanır. İş kazasını teknik olarak ele alan uzmanlara göre, kişiye zarar veren olayların yanı sıra iş yerindeki makine, teçhizat, tesisata zarar veren olaylar da iş kazası kapsamında değerlendirilmektedir (Kalkış, 2014:10).

Hukuki açıdan bir olayın iş kazası sayılabilmesi için niteliği önemlidir. Türk hukuk sistemi içerisinde genel olarak iş kazasının tanımı 5510 Sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanununun 13. Maddesi'nde şöyle belirtilmiştir;

“a) Sigortalının iş yerinde bulunduğu sırada,

b) İşveren tarafından yürütülmekte olan iş nedeniyle sigortalı kendi adına ve hesabına bağımsız çalışıyorsa yürütmekte olduğu iş nedeniyle,

c) Bir işverene bağlı olarak çalışan sigortalının, görevli olarak işyeri dışında başka bir yere gönderilmesi nedeniyle asıl işini yapmaksızın geçen zamanlarda,

d) Bu Kanunun 4 üncü maddesinin birinci fıkrasının (a) bendi kapsamındaki emziren kadın sigortalının, iş mevzuatı gereğince çocuğuna süt vermek için ayrılan zamanlarda,

e) Sigortalıların, işverence sağlanan bir taşıtla işin yapıldığı yere gidiş geliş sırasında, meydana gelen ve sigortalıyı hemen veya sonradan, bedenen ya da ruhen engelli hale getiren olay” şeklinde hüküm altına alınmıştır. Bu maddelerde iş kazasının kavramsal olarak belirtilmemesinin yanı sıra, hangi hallerde iş kazası olarak sayılması gerektiği açıklanarak ifade edilmiştir (Caniklioğlu, 2006:54).

Meslek Hastalığı

Meslek hastalığı kavramı iş kazasından farklı olarak, bütünüyle mesleki niteliktedir ve işin özelliğinden veya yürütüm şartlarından kaynaklanmaktadır. Meslek hastalıkları, çalışanların işverene bağlı bir şekilde çalışmaktayken işin niteliği veya yürütümünden kaynaklı şartlarına göre sürekli tekrarlanan bir sebeple, dışarıdan gelen bir şeyin etkisiyle hemen veya sonradan kendini belli eden bedensel veya ruhsal olarak kişiyi arızaya uğratan rahatsızlıklardır (Gerek, 2006:35).

5510 Sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu'nda yapılan tanıma göre meslek hastalıkları, “Meslek hastalığı, sigortalının çalıştığı veya yaptığı işin niteliğinden dolayı tekrarlanan bir sebeple veya işin yürütüm şartları yüzünden uğradığı geçici veya sürekli hastalık, bedensel veya ruhsal engellilik halleridir” şeklinde tanımlanmaktadır.

Sağlık Turizmi Sektörü Risk Etmenleri

Sağlık turizmi işletmeleri hem sağlık hem de turizm hizmetlerini birlikte sundukları için risk faktörleri de bu iki sektörle ilgili etmenleri kapsamaktadır. Dolayısıyla sağlık turizmi işletmelerindeki risk faktörleri sayısı da fazladır. Sağlık çalışanlarının maruz kaldığı risk gruplarına bakılacak olursa:

a) Biyolojik risk etmenleri: Sağlık turizmi çalışanlarının en çok karşılaştığı risk etmenleri arasında gelen biyolojik risk etmenleri arasında, bakteri, virüs ve parazitler ve mutfaklarda kesilmiş hayvan sıvılarından kaynaklı bulaşıcı hastalıklar, deri enfeksiyonları, alerjiler, solunum sistemi hastalıkları, HIV ve viral hepatit riskleri gelmektedir. Bunun yanı sıra solunum yoluyla bulaşan enfeksiyonlar, iş gücü kaybı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte Pnömonokok, tetanoz, Brucella, CMV, difteri, helicobacter plori, herpes simplex, influenza, kızamık, kızamıkçık, KKKK, kabakulak, konjonktivit,

lejyoner hastalığı ve meningococcal hastalıklar da sağlık çalışanlarında karşılaşılan biyolojik risk etmenleri arasında bulunmaktadır (Solmaz ve Solmaz, 2017:149).

b) Kimyasal risk etmenleri: Yapılan araştırmalar neticesinde sağlık kuruluşlarında insan sağlığına zararlı olan toz, sıvı ve gaz halinde 299 farklı kimyasal bileşik saptanmıştır (Bayhan, 2005:9). Sağlık kuruluşlarında kullanılan bu maddelerin insan sağlığını tehdit edici toksik özellikte olduğu bilinmektedir. Toksik maddelerin çalışanlarla eşik değer üzerinde temasının mutlaka önlenmesi gerekmektedir. Akgün(2015)'e göre sağlık işletmelerinde kimyasal risk faktörleri şöyle sıralanabilir:

- Anestezikler,
- Deterjanlar,
- Dezenfektan ve sterilizanlar,
- Sterilize etkili kimyasallar,
- İlaçlar, olarak belirtilmektedir.

c) Fiziksel risk etmenleri: Fiziksel risklerin başında iyonlaştırıcı olan veya olmayan radyasyon, gürültü, ortam ısısı ve ışığı gibi fiziksel faktörler vardır. Ayrıca görevleri gereğince dış ortamlarda bulunan personelin soğuk, sıcak, rüzgar ve yağış gibi çevresel faktörlerin etkisinde kalması da mümkündür. Sağlık turizmi işletmelerinde mutfak, kazan dairesi, termal havuz, hamam gibi bölümlerde çalışanlar aşırı sıcak ortamlarda çalışabilmektedir. Ayrıca depolama alanı, vale hizmetleri gibi kısımlarda çalışanlar da soğuğa maruz kalabilmektedir. Aşırı sıcak veya soğuk cisimlere dokunmak suretiyle ciltte yanıklar, kızarıklıklar meydana gelebilmektedir. Özellikle kızgın yağ ve buharın neden olduğu yanıklar mutfak bölümünde yaşanan iş kazalarının ilk sırasında gelmektedir (Şahin ve Erkal, 2010:41).

d) Ergonomik risk etmenleri: İş kazaları açısından bakıldığında, iş kazaları sonucunda en fazla maliyete neden olan hastalıklar, ergonomik riskler neticesinde ortaya çıkan kas ve iskelet sistemi ile alakalı olanlardır (Turan, 2016:3). İnsanların çalışma esnasındaki beden duruşu ve iş akış sürecinde yapılan beden hareketleri iş hayatındaki kalite kavramını belirleyen unsurlardır. Uygun olmayan vücut hareketleri ve duruşunun sürekli olarak tekrar edilmesi halinde kas ve iskelet sistemi hastalıkları ortaya çıkmaya başlamaktadır (Köse ve Bilici, 2016:27). Hasta taşınması, hasta yatağının yapılması, ağır yük kaldırma, uygun olmayan pozisyonda çalışma en sık rastlanılan ergonomik risklerdendir. Koridorların kaygan olması, odaların düzensiz ve dağınık olması, çıkışların kapalı konumda olması, bakım onarım aletlerinin kullanımı sırasında meydana gelen çeşitli yaralanmalar da ergonomik riskler sınıfındadır. Ergonomik riskleri ortadan kaldırmak için çalışma ortamlarının çalışana uygun hale getirilmesi gerekmektedir. Ortamın uygun olarak tasarlanması, çalışma pozisyonu için gereken enerji miktarının düşürülmesini sağlamaktadır.

e) Psikososyal risk etmenleri: Sağlık sektöründe yoğun iş temposu, uzun süren mesai süreleri, hasta ve yakınlarına duygusal yönde destek verme gibi nedenler çalışanların yaptıkları işle ilgili stres ve gerginliğe uğramalarına yol açmaktadır. Sağlık hizmetleri, stres bakımından yoğun duygular besleyen bireylere hizmet verilmesi hem de çalışanların stres yaşantılarıyla çok sık karşılaşmalarından dolayı diğer iş ortamlarından daha fazla stresin yaşandığı iş alanı olarak değerlendirilmektedir (Solmaz ve Solmaz 2017: 153). Vardiya, gece çalışmaları, nöbet tutma, gelen çağrı üzerine işe gitme gibi aşırı ve düzensiz çalışma saatleri, çok sayıda meslek hastalığına ve iş güvenliği sorununa neden olmaktadır. Bireylerin mesai saatlerinin olması gereken haftalık çalışma saatlerinin üzerinde olması iş yaşam dengesinin bozulmasına yol açmaktadır.

f) Diğer risk etmenleri: Yukarıda sayılan risk etmenlerinin yanı sıra işletmelerde çalışanların karşı karşıya kalabilecekleri diğer riskler arasında (Arslan, 2020:48 ; Yılmaz, 2020:11):

- Delici veya kesici nesnelerle yaralanma,
- Elektrik çarpmaları,
- Yangın ve patlama,
- Doğal afetler,

- Gıda zehirlenmesi,
- İşyerinde sabotaj, gibi faktörler gösterilmektedir.

İş Kazalarını Önleme İlkeleri

İş sağlığı ve güvenliğini tehdit eden iş kazalarının önlenmesi etkin bir şekilde güvenlik tedbirlerinin alınmasıyla sağlanabilmektedir. İş kazalarını önlemek ya da asgari düzeye indirmek için alınacak en önemli tedbir, tehlikeli hareketleri ve tehlikeli durumları ortadan kaldırmakla mümkün olacaktır. Bunun temelinde ise çalışanların iş görürken karşı karşıya kalabilecekleri tehlikelerin farkına varması ve bu tehlikelere karşı önlem almasından geçmektedir.

Yöneticilere düşen görevler ise,

- İşletme için risk değerlendirmesi yaptırılması,
- Acil durum eylem planı hazırlanması,
- Personelin işe giriş muayenesinden sonra düzenli aralıklarla sağlık muayenelerinin yapılması,
- Sağlık durumlarıyla ilgili bilgilerin özlük dosyalarında saklanması,
- Hangi pozisyonda çalıştığına bakılmaksızın bütün çalışanların yaptığı işle ilgili temel İSG eğitimlerini almalarının sağlanması,
- Çalışanların görüşlerinin alınarak, katılımlarının sağlanması ve bilgilendirme yapılması,
- İSG kurulunun kurulması ve onaylı defter tutulmasının sağlanması,
- Çalışanların yaptıkları işlerle ilgili KKD kullanımının kontrol edilmesi,
- Personel için uygun yeme içme ve dinlenme alanı oluşturulması,
- Çalışma ortamındaki hijyenin sağlanması,
- Çalışma ortamlarının sıcaklık, aydınlatma, ses gibi çevresel koşullarının uygun duruma getirilmesi,
- İş kazası ve meslek hastalıklarının bildirilmesini sağlamak yer almaktadır.

Güvenlik İklimi

Örgütsel iklimin bir çeşidi olan güvenlik iklimi, güvenlik açısından rehber durumda ve genellikle hâkim olan mühendislik yaklaşımını tamamlayıcı özelliktedir (Kines vd. 2011:634). Literatürde sık olarak güvenlik kültürüyle karıştırılan güvenlik iklimini ilk defa dile getiren Zohar; “çalışanların iş ortamı hakkında sahip oldukları bütüncü algılarının bir özetidir” şeklinde tanımlamıştır (Zohar, 1980:96). Güvenlik iklimi, çalışanların iş ortamlarındaki güvenlik algıları, tutumları, değerlerini gösteren psikolojik yönüyle ilgilenmektedir. Dolayısıyla güvenlik iklimi iş ortamındaki güvenliğin önemli bir faktörü durumundadır. Çalışanların güvenlik bakımından sahip oldukları değerleri, yargılar, inançlar, normlar, davranışlar ve prosedürlere ilişkin tutum ve algılarını belirten bir kavram olması sebebiyle günlük işlerin yürütülmesi sırasında tehlike ve risklerin yok edilmesinde ya da en aza indirilmesinde rehber davranışlara referans olabilmektedir (Muniz, Peon ve Ordas, 2012:746).

Güvenlik ikliminin en önemli amacı, yetersiz güvenlik sonucu oluşacak tehlikelerden kaçınmayı sağlamak ve kurallara ve işleyişe uymada önemli bir etkiye sahip olmaktır. Ancak çalışanların sahiplenme duygularının sağlanmasında, işle ilgili stresin azaltılmasında ve güvenlik performansının artırılmasında önemli bir faktör durumundadır. Çalışanların güvenlik iklimi algılarının olumlu olması durumunda çalışma ortamında daha dikkatli olmaları sağlanmış olmaktadır (Uslu, 2014:48).

Güvenlik Kültürü

Güvenlik iklimi ile güvenlik kültürü, birbiri ile ilişkili olmasından dolayı genellikle aynı şeyi düşündüren ve karıştırılan kavramlar olsa da ikisi de kendine özgü yapıdadır. Güvenlik iklimi; güvenlik değerleri, kuralları, inançları, yürütümleri ve işlemleri hakkında benimsenen algılar olarak nitelendirilebilir. Ancak güvenlik kültürü daha karmaşık, güvenlik uygulamalarının desteği şeklinde değerleri yansıtan örüntüler olarak ifade edilebilir (Yeğin, 2015:28).

Güvenlik kültürü; Yöneticilerin, çalışanların, müşterilerin ve toplumu etkileyen tehlikeli durumlara uğramanın en düşük seviyeye indirilmesiyle alakalı sahip olunan roller, inançlar, tutumlar, normlar, sosyal ve teknik uygulamalar dizisi olarak tanımlanmaktadır (Turner vd., 1989:4).

Cooper (2000: 116) güvenlik kültürünün amaçlarını, davranış normlarının üretilmesi, örgüt üyelerinin kazalar, hastalıklar ve riskler hakkında aynı fikir ve düşünceleri benimsemesinin paylaşmasının sağlanması ve kazalar ve hastalıklarda azalma olarak ileri sürmüştür. İşletmede güvenliğe verilen önem, inanç, tutum ve davranışlar geliştikçe güvenlik kültürü yerleşecek, hasarlar, kaybedilen zaman ve masraflar azalacaktır. Yeterli güvenlik kültürüne sahip işletmelerin özellikleri arasında, karşılıklı güvene dayalı iletişim, güvenliğin öneminin farkında olma, önleyici ölçüm ve faaliyetlerin faydasına güvenme gibi önemli öğeler bulunmaktadır (Gadd ve Collins, 2002:3). Güvenlik kültürüne sahip bir işletmelerde hata ve kaza oranı oldukça düşük olup söz konusu işletmelerde genel algı ve tutum şu şekildedir (Yeğin, 2015:38):

- Yönetimin güvenlik kurallarına bağlılığı,
- Risk alma davranışlarının düşük seviyelerde olması,
- Etkili ve yeterli kurallar ve işlemler,
- Güvenliğin üretimden öncelikli durumda olması,
- Güvenliğin gözetim ve denetiminin etkili olması,
- Hümanist ve katılımcı yönetim biçimi,
- Örgütsel öğrenmenin etkili bir şekilde sağlanması,
- Güvenli şekilde işe alınan ve işini devam ettiren işgücünün oranıdır.

Güvenlik Kültürünün Ölçümü

Güvenlik kültürü ve güvenlik ikliminin ölçümünde nicel ve nitel olmak üzere iki farklı ölçüm tekniği kullanılmaktadır. Nitel yöntemler, gözlem yapma, odak grup görüşmeleri, olay çalışmaları ve geçmiş kayıtların incelenmesi çalışmalarından oluşmaktadır. Nicel yöntemler ise, yapılandırılmış görüşmeler ve anketler gibi yüksek geçerliliğe sahip kademelere ayrılmış prosedürler kullanılarak güvenlik kültürü ölçümüne yönelik çalışmalardan oluşmaktadır (Dursun, 2012:52).

YÖNTEM

İş sağlığı ve güvenliği ilkelerinin benimsenmesi, güvenlik kültürü oluşumunu etkileyen sorunların tespit edilmesi ve çözüm önerilerinin sunulması amacını taşıyan bu çalışma alanında ilk olma özelliği taşımaktadır. Literatür incelendiğinde diğer sektörler hakkında güvenlik kültürü ve iklimi ölçümüne ait çeşitli çalışmalar yapıldığı tespit edilmiş olup, sağlık turizmi sektöründe daha önce güvenlik algısı ve iklimi ölçümü hakkında yapılmış çalışmaya rastlanılamamıştır. Bu bakımdan çalışmanın sektör paydaşlarına yol gösterici etkisinin olacağı düşünülmektedir.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini sağlık turizmi işletmelerinde görev yapan personel oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini olarak ise Sivas ilinde faaliyet gösteren sağlık turizmi işletmelerinde görev yapan 312 kişi oluşturmaktadır. Sivas il genelinde uygulanmak üzere 312 adet anket formu dağıtılmış olup bunlardan geri dönen ve tam olarak doldurulmuş 248 tanesi analizlere dâhil edilmiştir.

Etik Konular

Araştırmaya Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Rektörlüğü Hukuk Müşavirliği'ne Etik Kurul Kararı alınması için 02.09.2021 tarihinde başvuru yapılarak başlanmıştır. Araştırmanın süresi etik kurul kararından itibaren üç ay içerisinde tamamlanacak şekilde hedeflenmiş, anketlerin uygulanmasına 06.10.2021 tarihinde etik kurulun araştırmaya onay vermesinden itibaren başlanmıştır.

Araştırmanın Modeli

Araştırmada model olarak nicel araştırma yöntemlerinden anket çalışması uygulanmıştır. Sistematik bir veri toplama yöntemi olan anketler; araştırmalarda gerekli olan verilerin toplanması için hazırlanmış olan yaygın veri formlarıdır (Karagöz, 2019: 273). Anketlerde önceden hazırlanmış olan sorulara cevap verilmek suretiyle veriler toplanmaktadır. Güvenlik kültürü araştırmaları için en uygun anket biçimi olan 5'li likert tipi NOSACQ-50 İskandinav İş Güvenliği İklim Anketi (Nordic Occupational Safety Climate Questionnaire) kullanılmıştır. Anket kişisel bilgiler hakkında demografik 6 adet soru ve güvenlik kültürü ile ilgili 50 sorudan oluşmaktadır. Anketi oluşturan 50 soru toplam 7 ayrı boyutta incelenmektedir. Boyutlar ve açılımları aşağıda gösterilmiştir.

Toplam 50 maddeden oluşan yedi güvenlik iklimi boyutu;

- 1) Yönetimin güvenlik önceliği ve güvenlik kabiliyeti (9 soru)
- 2) Yönetimin güvenliği desteklemesi (7 soru)
- 3) Yönetimin güvenlik adaleti (6 soru)
- 4) Çalışanın güvenlik taahhüdü (6 soru)
- 5) Çalışanın güvenlik önceliği ve risk almak istememesi (7 soru)
- 6) Çalışanın güvenlik konusundaki iletişimi ve güvenlik yeterliliğine duyduğu güven (8 soru)
- 7) Çalışanın güvenlik sistemlerinin etkililiğine güvenmesi (7 soru)

NOSACQ-50 güvenlik iklimi ölçeğinin boyutlarının doğru bir biçimde hesaplanabilmesi için ankete göre bazı sorular pozitif olarak bazı sorular ise negatif olarak kodlanmıştır. Bir başka deyişle bazı maddeler olduğu gibi bırakılırken bazı maddeler ters şekilde kodlanmıştır.

Verilerin Analizi

Araştırmanın sonucunda elde edilen veriler SPSS paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Anketi oluşturan boyutların hesaplanmasında kullanılan formüller Tablo 1'de gösterilmiştir. Formüllerde kullanılmış olan B değerleri anketteki soru numaralarını ifade etmektedir. Boyutların hesaplanmasında kullanılan puanlama formülleri şu şekildedir (NFA, 2021):

Tablo 1. NOSACQ-50 Anketi Uygulamasına Ait Puanlama Formülleri

1. Yönetimin güvenlik önceliği ve güvenlik kabiliyeti	$(B1+ B2+ (5-B3)+ B4+ (5-B5)+ B6+ B7+ (5-B8) + (5-B9)) / \text{Cevap Verilen Soru Sayısı}$
2. Yönetimin güvenliği desteklemesi	$(B10+ B11+ B12+ (5-B13)+ B14+ (5-B15)+ B16) / \text{Cevap Verilen Soru Sayısı}$
3. Yönetimin güvenlik adaleti	$(B17+ (5-B18)+ B19+ B20+ (5-B21)+ A22) / \text{Cevap Verilen Soru Sayısı}$
4. Çalışanın güvenlik taahhüdü	$(B23+ B24+ (5-B25)+ (5-B26)+ B27+ (5-B28)) / \text{Cevap Verilen Soru Sayısı}$
5. Çalışanın güvenlik önceliği ve risk almak istememesi	$((5-B29)+ (5-B30)+ (5-B31)+ (5-B32)+ B33+ (5-B34)+ (5-B35)) / \text{Cevap Verilen Soru Sayısı}$
6. Çalışanın güvenlik konusundaki iletişimi ve güvenlik yeterliliğine duyduğu güven	$(B36+ B37+ B38+ B39+ B40+(5-B41)+ B42+ B43) / \text{Cevap Verilen Soru Sayısı}$
7. Çalışanın güvenlik sistemlerinin etkililiğine güvenmesi	$(B44+ (5-B45)+ B46+ (5-B47)+ B48+ (5-B49)+ B50) / \text{Cevap Verilen Soru Sayısı}$

Bu formüller doğrultusunda hesaplanan puan değerlerine göre değerlendirmeler ve yorumlar yapılarak katılımcıların iş sağlığı güvenliği algısı ve güvenlik ikliminin ölçülmesi amaçlanmaktadır.

BULGULAR

Yapılan araştırmalar ve toplanan veriler sonucunda elde edilen sonuçlara bakıldığında katılımcıların %75,8'inin erkeklerden oluştuğu, %28,6'sının 34-41 yaş aralığında olduğu, %47,6'sının aylık gelir seviyesinin 3001-5000 TL arasında olduğu, katılımcılardan %52,5'inin ortaöğretim düzeyinde eğitim aldığı görülmektedir. Çalışma sürelerine bakıldığında katılımcıların %50'sinin mevcut işletmedeki çalışma sürelerinin 7 yıl ve üzeri süre olduğu, katılımcıların mesleki tecrübeleri ise %60,1'inin 7 yıl ve üzeri süre olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların cinsiyetlerinin NOSACQ-50 ölçeği ve alt boyutlarından olan "Çalışanın güvenlik taahhüdü" boyutunda farklılığı önemli olarak bulunarak, erkeklerin kadınlara nazaran, güvenlik taahhütlerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların yaş gruplarının "Yönetimin güvenlik önceliği ve güvenlik kabiliyeti" boyutuyla farklılığı önemli olarak tespit edilmiş ve 34-41 yaş gurubunda olan katılımcıların Yönetimin güvenlik önceliği ve güvenlik kabiliyet algılarının diğer yaş gruplarına nazaran daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların gelir durumlarının "Yönetimin güvenlik önceliği ve güvenlik kabiliyeti" boyutunda anlamlı şekilde farklılık gösterdiği, aylık gelir seviyesi 7001tl ve üzerinde olan katılımcıların daha düşük gelir seviyesine sahip olanlara nazaran yönetimin güvenlik önceliği ve güvenlik kabiliyetlerinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Katılımcıların eğitim durumları açısından NOSACQ-50 ölçeği ve alt boyutlarına göre farklılığının önemsiz olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların mevcut işyerinde çalışma sürelerinin NOSACQ-50 ölçek ve alt boyutlarına göre farklılığı önemli bulunmuştur. Yönetimin güvenlik önceliği ve güvenlik kabiliyetinin yükselmesi durumunda yönetimin güvenliği desteklemesinin de, çalışanın güvenlik taahhüdünün, çalışanın güvenlik önceliği ve risk almak istememesi, Çalışanın güvenlik konusundaki iletişimi ve güvenlik yeterliliğine duyduğu güvenin ve çalışanın güvenlik sistemlerinin etkililiğine güvenmesinin de yükseldiği tespit edilmiştir. Çalışanın güvenlik taahhüdünün yükselmesi durumunda çalışanın güvenlik önceliği ve risk almak istememesinin, Çalışanın güvenlik konusundaki iletişimi ve güvenlik yeterliliğine duyduğu güvenin ve Çalışanın güvenlik sistemlerinin etkililiğine güvenmesinin de yükseldiği belirlenmiştir.

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Sağlık turizmi gibi emek yoğun, stresli ve uzun mesai süreleri ile görev yapılan mesleğe sahip bireylerin ekip çalışması, ait olma ve güven duygusuna sahip kendine özgü bir kültür yapısı mevcuttur. Sağlık turizmi sektörünün temelinde misafirlere sunulan hizmetin niteliği bakımından en kaliteli ve en iyisini sunabilme amacını taşımaktadır. Sağlık turizmi sektörü çalışanlarının vardiyalı ve yoğun bir biçimde çalışmalarından dolayı sürekli kaza tehlikesi ve bu tehlikeler sonucunda yaralanma ve can kaybı riskleriyle karşı karşıya kalmaktadır.

Türkiye'de 2013 yılında yürürlüğe girmiş olan 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu ve bu kanuna bağlı çıkarılan çeşitli yönetmelikler çalışanlar açısından İSG uygulamalarındaki eksikliklerin tamamlanmasında büyük katkı sağlamıştır. Ancak halen İSG konusunda önemli riskler mevcuttur. Güvenlik kültürü kavramı sektör çalışanlarının mesleki yaşantıları boyunca karşılaşacakları tehlikeli durumlardan korunmaları adına önem taşımaktadır. Bu çalışma sonucunda elde edilen çeşitli bulgulara dayanılarak çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

Sağlık turizmi sektöründe yöneticilerin İSG konusunda farkındalığı arttıkça, çalışanların da İSG farkındalıklarının arttığı gözlemlenmiştir. Dolayısıyla yönetici kadrosunda bulunanlar başta olmak üzere İSG eğitimlerinin sıklaştırılarak farkındalık seviyelerinin artırılması yerinde olacaktır.

Çalışanların güvenlik kültür düzeylerinin artması durumunda iş kazası ve meslek hastalıklarının ciddi oranda azalması ve görevlerini daha güvenli ve sağlıklı bir biçimde yerine getirmelerine olumlu etki edecektir. Ayrıca sağlık turizmi sektörü için İSG çalışmalarının özelleştirilerek uygulanması gerekmektedir. Sadece sağlık turizmi sektörü adına özel eğitimler sayesinde bu sektöre hizmet edecek İSG profesyonellerinin yetiştirilmesi gerekmektedir.

Çalışmanın evren ve örneklem alanı Sivas ili sınırları içerisinde tutulmuştur. İleride yapılacak olan sağlık turizmi sektöründe güvenlik kültürüne yönelik çalışmalarla farklı popülasyonlara ait incelemelerden elde edilecek sonuçlar ile bu araştırmanın sonuçları karşılaştırılarak iş kazası ve meslek hastalıkları gibi değişkenler ile farklı demografik özelliklere sahip bireylere ait güvenlik kültürü arasındaki ilişkiyi daha iyi anlamak adına etkili olacağı düşünülmektedir.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

KAYNAKÇA

- Akgün, S. (2015). Sağlık Sektöründe İş Kazaları, *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*, 2(2): 67-75.
- Akova, İ. (1997). Türkiye'de Turizmin Önemi ve Ekonomideki Yeri, *Türk Coğrafya Dergisi*, (32): 263-280.
- Albayrak, A. (2011). *Tüketicilerin Alternatif Turizm Türlerini Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörler*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Arslan, R. (2020). *Gastronomi Ve Mutfak Sanatları Bölümü Öğrencilerinin İş Sağlığı ve Güvenliği Konusundaki Bilgi Ve Tutumları Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı, (2013). Sağlık Turizmi Sektör Raporu. <https://baka.ka.gov.tr/dokumanflipbook/saglik-turizmi-sektor-raporu/227> [Erişim: 29.10.2021].
- Bayhan, S. (2005). *Ankara Üniversitesi Cebeci Sağlık Yüksekokulu Hemşirelik Bölümü Öğrencilerinin Ve Tıp Fakültesi Hemşirelerinin Mesleki Riskleri Konusunda Bilgi Düzeyleri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Bayram, F. (2008). *Türk İş Hukukunda İş Sağlığı ve Güvenliği Denetimi*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Budak, F. (Ed.) (2019). *Sağlık Statüsü Belirleyicileri*, Siyasal Kitabevi: Ankara
- Caniklioğlu, N. (2006). Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanun Tasarısına Göre Kısa Vadeli Sigorta Hükümleri, *Çalışma ve Toplum*, 1(8): 50-92.
- Centel, T. (2000). *İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği Mevzuatı*, İstanbul: Mess Yayınları.
- Connel, J. (2006). Medical Tourism: Sea, Sun, Sand and Surgery, *Tourism Management* 27(2006): 1093-1100.
- Cooper, M. D. (2000), Towards A Model Of Safety Culture, *Safety Science* (36): 111- 136.
- Çelebi, D. (2017). *Endüstriyel Mutfaklarda İş Güvenliği Risk Değerlendirmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kocaeli.
- Çelik, K, M., Kurtaran, A., ve Mutlu, F. (2020). *Alternatif Turizm ve Ekonomik Etkileri*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Çetinkaya, A. (1998). *Alternatif Turizm Türlerinin Safranbolu'da Uygulanabilirliği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çiftçi, C. T. (2012). Yaşama Hakkı, *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, (103): 137-168.
- Çivici, T. ve Gönen, D. (2015). Balıkesir Üniversitesi Çağış Yerleşkesinin Bedensel Engelli Öğrencilerin Sosyal Alanlara Ulaşabilirliğinin Değerlendirilmesi, *Mühendislik Bilimleri Ve Tasarım Dergisi*, 3(3): 639-646.
- Danimarka Ulusal Çalışma Merkezi (NFA) (2021). <https://nfa.dk/da/Vaerktoejer/Sporgeskemaer/Safety-Climate-Questionnaire-NOSACQ50/NOSACQ50translations> [Erişim: 20.09.2021].

- Demir, A. ve Öz, A. (2018). Teolojik Açıdan İş Kazalarının İncelenmesi, *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*,(14): 189-197.
- Doğanay, H., ve Zaman, S. (2021). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Dündar, Y., ve Bahar, O.(Ed.) (2020). *Turizm Güvenliği*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Dursun, S. (2012). *İş Güvenliği Kültürü*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Eken, G. (2011). *İş Kazalarını Önlemede İş Sağlığı ve Güvenliği Eğitimlerinin Etkinliği: Perakende Sektöründe Bir Uygulama*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Erginbaş, E. (2010). *Avrupa Birliği'nin Türkiye'de İş Sağlığı ve Güvenliğine Etkisi*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Fernández-Muñiz, B., Manuel, J., and, Camilo V. (2012). Safety Climate in OHSAS 18001-Certified Organisations: Antecedents And Consequences Of Safety Behaviour, *Accident Analysis & Prevention*, (45): 745-758.
- Gadd, S. and Collins, A, M. (2002). *Safety Culture: A Review Of The Literature*. Health & Safety Laboratory.
- Gerek, N. (2006). *İşçi Sağlığı Ve İş Güvenliği*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Gürhan, N. ve Üstün, B. (1994). Rehabilitasyon Hizmetleri, *Florence Nightingale Journal Of Nursing*, 8(31): 46-51.
- Karagöz, Y. (2019). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği*. Ankara: Nobel Akademik Yayınları.
- Kılıcı, L., Özdağoğlu, A. ve Güler, M., E. (2020). Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri İle Termal Turizmde Hizmet Kalitesi Boyutlarının Ve Otel Alternatiflerinin Önceliklendirilmesi, *Journal of Yaşar University*, 15(57): 143-159.
- Kılıkış, İ. (2014). *İş Sağlığı ve Güvenliği*. Bursa: Dora Yayıncılık.
- Kines, P., Lappalainen, J., Mikkelsen, K. L., Olsen, E., Pousette, A., Tharaldsen, J., ... & Törner, M. (2011). Nordic Safety Climate Questionnaire (NOSACQ-50): A New Tool for Diagnosing Occupational Safety Climate. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 41(6), 634-646.
- Köse, S. ve Bilici, S. (2016). Mutfak Ve Yemekhane Çalışanlarında İş Sağlığı Ve Güvenliği Risklerinin Değerlendirilmesi, *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 44(3): 239-247.
- Mektepli, V, T. (2020). *Katı Atık Depolama Tesisinde Çalışanların İş Güvenliği Algı Düzeylerinin İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Rumeli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Olca, A. (Ed.). (2020). *Alternatif Turizm*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Özsarı, S, H., ve Karatana, Ö. (2013). Sağlık Turizmi Açısından Türkiye'nin Durumu, *Journal of Kartal Training & Research Hospital/Kartal Eğitim ve Arastırma Hastanesi Tıp Dergisi*, 24(2): 136-144.
- Selek, H, S. (2020). *İş Sağlığı ve Güvenliği (İSG)*. Seçkin Yayıncılık: Ankara
- Siner, G. ve Torun, N. (2020). Sağlık Turizminde Termal Turizm Ve Spa-Wellness Turizminin Yeri Ve Önemi, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (48): 517-533.
- Solmaz, M. ve Solmaz, T. (2017). Hastanelerde İş Sağlığı ve Güvenliği, *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 6(3): 147-156.
- Şahbaz, P., Akdu, U. ve Akdu, S. (2012). Türkiye'de Medikal Turizm Uygulamaları; İstanbul Ve Ankara Örneği, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(27): 267-296.
- Şahin, H. ve Erkal, S. (2010). Konaklama İşletmelerinde Çalışan Mutfak Personelinin İş Kazası Geçirme

- Durumlarının ve Kaza Nedenlerinin Belirlenmesi, *Sağlık ve Toplum Dergisi*, 20(2): 40-48.
- Şengül, H. ve Bulut, A. (2019). Sağlık Turizmi Çerçevesinde Türkiye’de Termal Turizm; Bir Swot Analizi Çalışması, *ESTÜDAM Halk Sağlığı Dergisi*, 4(1): 55-70.
- Temizkan, S, P. (2015). *Sağlık Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tengilimoğlu, D. (Ed.). (2017). *Sağlık Turizmi*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Tomanbay, İ. (2007). *Yaşlılara Yönelik Sosyal Hizmetler*. Hacettepe Üniversitesi GEBAM. Ankara.http://www.gebam.hacettepe.edu.tr/sosyal_boyut/yaslilara_yonelik_sosyal_hizmet.pdf [Erişim: 31.10.2021].
- Turan, Ö, G. (2016). *Ofis Çalışmalarında Ergonomik Risklerin İş Sağlığı ve Güvenliği Açısından Değerlendirilmesi*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul.
- Turner, B, A., Pidgeon, N., Blockley, D., and Toft, B.(1989). Safety Culture: Its Importance In Future Risk Management. *In Position Paper For The Second World Bank Workshop On Safety Control And Risk Management*. Karlstad, Sweden (6-9).
- UNWTO. (2017) Annual Report 2016. Madrid <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284418725>. [Erişim: 17.10.2021].
- Uslu, O. (1990). Turizm ve Çevresel Etkileri, *Turizm ve Çevre Konferansı* 3-5 Ekim 1990, Ankara, ss: 19-47.
- Yeğin, A. (2015). *İş Güvenliği Kültürünün İş Kazalarına Etkileri*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gedik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Zohar, D.(1980). Safety Climate in Industrial Organizations: Theoretical and Applied Implications, *Journal of Applied Psychology*, 65 (1): 96-102.



Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi

2022, 6(1): 13-31

DOI: [10.29226/TR1001.2022.283](https://doi.org/10.29226/TR1001.2022.283)

ISSN: 2587-0785 Dergi web sayfası: <https://www.yepad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Sorumsuz Tüketim Davranışlarının Öncüllerini Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma

Doktora Öğrencisi Mehmet ÖNEY, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, e-posta: mehmetoney81@gmail.com

ORCID ID: [0000-0002-4513-2870](https://orcid.org/0000-0002-4513-2870)

Doçent Doktor Yusuf ÖCEL, Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, e-posta: yusufozel@duzce.edu.tr

ORCID ID: [0000-0002-4555-7035](https://orcid.org/0000-0002-4555-7035)

Öz

Bu araştırmanın amacı sorumsuz tüketim davranışlarının öncüllerini belirlemektir. Tüketiciler sorumlu tüketim hakkında olumlu tutumlara sahipken, tüketim eylemleri aynı doğrultuda değildir. Tüketicilerin tutum ve davranışları arasındaki tutarsızlık araştırmanın problemi oluşturmaktadır. Araştırmada tımdengelim yöntemi kullanılarak literatürde yapılan çalışmalar incelenmiştir. Bu doğrultuda sorumsuz tüketim davranışlarının öncülleri; yaşam tarzı, kişilik özellikleri, çevreci bilinç, değerler, tüketici etkinliği ve ürün özellikleri kapsamında incelenmiştir. Çalışmanın bulgularına bakıldığında yaşam tarzı boyutunda: Gerçekleştirilenler, Tecrübeliler ve Gayret Edenler, kişilik özellikleri boyutunda: Dışa Dönüklük, Gelişime Açıklık, Kaşif, Asi, Sihirbaz, Soytarı, çevreci bilinç boyutunda: Ürün Bilgisi, Üretim Bilgisi, Çevre Bilgisi, değerler boyutunda: Yeniliğe Açıklık, Özgenişletim, Bireyci Değerler, tüketici etkinliği boyutunda: Algılanan Tüketici Etkinliği, Sosyal İkilem, Üçüncü Kişilerin Sorumluluğu, ürün özellikleri boyutunda: Ürün Fiyatı, Ürüne Ulaşılabilirlik, Ürün Kalitesi gibi özelliklerin sorumlu tüketimi engelleyen faktörler olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sorumsuz Tüketim, Çevreci Tüketim, Bilinçli Tüketim, Sürdürülebilir Tüketim, Tüketici Davranışları

Makale Gönderme Tarihi: 1.1.2022

Makale Kabul Tarihi: 28.1.2022

Önerilen Atıf: Öney, M., Öcel, Y. (2022)., Sorumsuz Tüketim Davranışlarının Öncüllerini Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 13-31.

© 2022 Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi.



RESEARCH PAPER

A Study to Determine the Antecedents of Irresponsible Consumption Behaviors

Ph.D Student Mehmet ÖNEY, Düzce University Institute of Social Sciences, e-mail: mehmetoney81@gmail.com

ORCID ID: [0000-0002-4513-2870](https://orcid.org/0000-0002-4513-2870)

Assoc. Prof. Yusuf ÖCEL, Düzce University, Faculty of Management, e-mail: yusufocel@duzce.edu.tr

ORCID ID: [0000-0002-4555-7035](https://orcid.org/0000-0002-4555-7035)

Abstract

The main purpose of this research is to determine the antecedents of irresponsible consumption behaviors. While consumers have positive attitudes about responsible consumption, their consumption are not in line. The inconsistency between the attitudes and behaviors of consumers constitutes the problem of the research. In the research, the studies in the literature were examined by using the deductive method. In this direction, the antecedents of irresponsible consumption behaviors are; lifestyle, personality traits, environmental consciousness, values, consumer activity and product characteristics. Looking at the findings of the study, the factors that prevent responsible consumption are found out to be; in the lifestyle dimension: Activist, experienced and diligent, in the dimension of personality traits: Extraversion, Openness to Development, Explorer, Rebel, Magician, Jester, environmental consciousness dimension: Product Knowledge, Production Knowledge, Environmental Knowledge, values: Openness to Innovation , Self-expansion, Individualistic Values, in the dimension of consumer effectiveness: Perceived Consumer Effectiveness, Social Dilemma, Responsibility of Third Parties, in the dimension of product characteristics: Product Price, Product Availability, Product Quality, etc..

Keywords: Irresponsible Consumption, Environmental Consumption, Conscious Consumption, Sustainable Consumption, Consumer Behavior.

Received: 1.1.2022

Accepted: 28.1.2022

Suggested Citation: Oney, M., Ocel, Y. (2022). A Study to Determine the Antecedents of Irresponsible Consumption Behaviors, *Journal of Management, Economic and Marketing Research*, 6(1), 13-31.

© 2022 Journal of Management, Economic and Marketing Research

GİRİŞ

Küreselleşme ve teknolojinin hızla gelişmesiyle beraber doğal kaynakların kısıtlılığı dikkate alınmadan tüketim yapılmaktadır. Küresel risk analizleri yapan VeriskMaplecroft adlı şirketin yayınladığı rapora göre; her yıl dünya genelinde 800 bin Olimpik yüzme havuzunu dolduracak miktarda 2 milyar tondan fazla çöp üretilmektedir. Ayrıca bu çöplerin %46'sı geri dönüştürülemeyecek şekilde atılmaktadır (VeriskMaplecroft, 2018). Dünya bankası raporuna göre; düşük gelirli ülkelerde atıkların %90'ından fazlası işlenmemiş halde açık alanlara bırakılmaktadır (Dünya Bankası, 2018). Birleşmiş Milletler çevre programı ile düşünce kuruluşu Chatham tarafından yayınlanan rapora göre; doğal ekolojik sistemlerin hayvancılık sektörü için otlak veya yem üretiminde kullanılması sonucu, hayvanların ve bitkilerin doğal yaşam alanları yok olmaktadır. Bunun yanında doğada bulunan canlıların biyolojik çeşitliliği azalmaktadır. Ayrıca dünya sera gaz emisyonunun %30'unun tarım kaynaklı olduğu ifade edilmektedir (BM, 2021). 2021 yılında yayınlanan verilere göre yaklaşık 1.5 milyar hektar orman alanı yok olmuş ve 3 milyar hektar toprak çölleşmiştir. Diğer yandankarbondioksit emisyonu 10 milyar ton olarak hesaplanmıştır (Worldometers, 2021). Tüketim davranışlarının doğaya ve toplum refahına olan etkilerine ilişkin farkındalığın, bilginin ve kaygının artması sorumlu tüketim kavramını önemli hale getirmektedir (Dursun vd., 2016: 9).

Sorumlu tüketim kişinin kendine, çevresine ve topluma yönelik olumlu veya daha az olumsuz etkisi olan tüketim davranışlarını içerir (Ulusoy, 2015). Sorumlu tüketim, bireylerin tüketim davranışlarını gerçekleştirirken kendilerine, çağdaşlarına, gelecekte yaşayacak olan diğer insanlara, canlılara ve doğaya olası negatif etkilerini dikkate almalarını içermektedir. Aynı zamanda tüketimden kaynaklanabilecek olumsuz etkileri azaltma yönünde bilinçli bir çaba sarf etmeleriyle oluşmaktadır (Dursun vd., 2016). Bu tür davranış türleri çeşitlilik göstermektedir. Bunlar; etik tüketim, bilinçli tüketim, yeşil tüketim, sade tüketim, sürdürülebilir tüketim vb. olmak üzere tüketimin farklı aşamalarında farklı motivasyonlarla doğan çeşitli eylemleri kapsamaktadır. Bu eylemler farklı türde olsa da temelde sorumlu tüketim kavramı altında toplanabilir (Lee vd., 2009: 2098).

Tüketiciler çevresel bozulma konusunda giderek daha fazla endişe duymalarına rağmen sorumsuz tüketim davranışları göstermeye devam etmektedirler. Sorumlu tüketim tutumlarının davranışa dönüşmesini zorlaştıran veya engelleyen bazı faktörler bulunmaktadır. Yapılan çalışmalar bu faktörleri; toplumun çıkarlarından çok kendi çıkarlarını düşünme (Dastous ve Legendre, 2009), bireysel tüketim davranışlarının çevresel konuları etkileyeceğine inanmama (Lee vd., 2009; Berger ve Corbin, 1992), sorumlu tüketime ait ürünlerin pazarda zor bulunması ve yüksek fiyatlı olması (Barbarosa ve Pastore, 2015) ve üçüncü tarafların sorumlu tutulması (Dursun vd., 2016) olarak belirtmektedir.

Literatürde tüketicilerin sorumlu tüketim davranışlarında bulunma ve bulunmama nedenleri ile ilgili çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Sorumlu tüketimde bulunma genellikle çevreci davranışlar ve niyetler ile ilişkilendirilmiştir. Ancak sorumlu tüketimde bulunmama nedenleri genelleyici bir şekilde tam olarak sınıflandırılmamıştır. Bu çalışma sorumsuz tüketimin nedenlerini geniş bir çerçevede ortaya koymaya çalışmaktadır. Bu kapsamda sorumsuz tüketimin öncülleri olarak yaşam tarzı, kişilik özellikleri, çevreci bilinç, değerler, tüketici etkinliği ve ürün özellikleri boyutları incelenerek bir model oluşturulmaya çalışılmıştır.

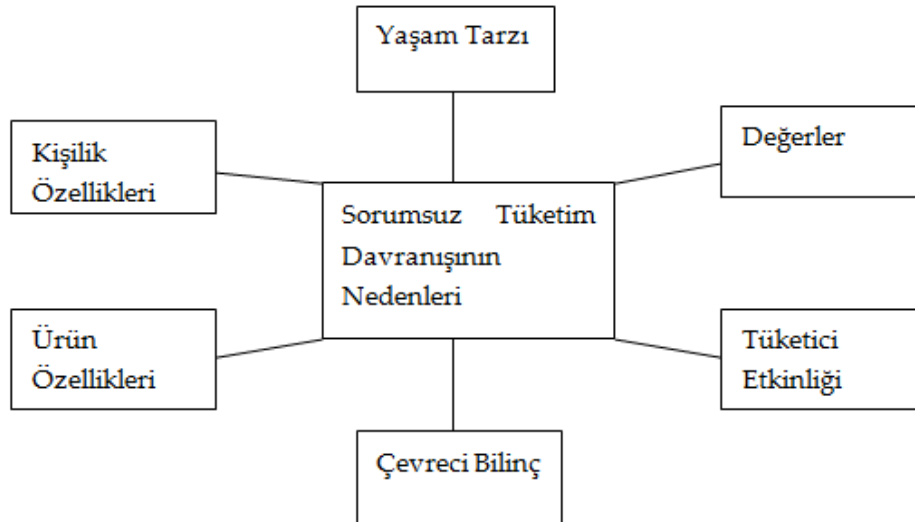
KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Sorumlu tüketim genel olarak, bireylerin tüketimden kaynaklanan sosyal ve çevresel sorunlar karşısında bilinçli olarak davranmalarını içerir (Ulusoy, 2015: 284). İnsanların sorumlu tüketici olarak neden ve nasıl davrandıklarını belirlemeye yönelik motivasyon ve değerlerinin yanında tüketimin toplumsal ve deneyimsel boyutları da önemli olabilir (Rasmussen, 2014). Bu doğrultuda çalışmanın amacı, tüketim sürecinde bireylerin kendisine, topluma ve çevresine yönelik sorumlu olmayan eylemlerinden yola çıkarak sorumsuz tüketim davranışlarını belirlemeye çalışmaktır.

Literatürde tüketim sürecinin etkileri farklı kavramlar ile açıklanmaktadır. Bireylerin çevreye yönelik kaygılarını içeren davranışlar sürdürülebilir tüketim olarak incelenmektedir (Cohen, 2001; Phipps vd.,

2013). İşletmelerin üretim ve satış sürecinde ahlak kurallarına uygunluğunu önemseyen tüketiciler etik tüketim kapsamında ele alınmaktadır (Gulyas, 2008; Memery vd., 2012). Tüketicinin yalnızca çevresel sorunlara değil aynı zamanda sosyal ve toplumsal sorunlara da yol açacağı düşüncesini dikkate alan bireyler sosyal sorumlu tüketim kapsamında değerlendirilmektedir (Webb vd., 2008). Bu kavramlara ek olarak yeşil tüketim (Cho vd., 2013; Barbarossa ve Pastore, 2015), bilinçli tüketim (Ellen, Wiener, Cobb-Walgren, 1991), düşünceli tüketim (Sheth, Sethia ve Srinivas, 2011) gibi kavramlar da tüketimin farklı aşamalarındaki farklı motivasyonlarla eylemleri yönlendirebilir. Ancak sorumlu tüketim, tüketimin farklı aşamaları ve motivasyonlarından doğan kavramları kapsayan çatı bir kavramdır (Ulusoy, 2015:285).

Sorumlu tüketim, günlük tüketim alışkanlıklarından farklı yaşam tarzlarına ve görüşlerine kadar uzanan birçok davranış türünü kapsamaktadır. Literatürde sorumlu tüketim davranış türleri, satın alma karar aşamasından ürünün elden çıkmasına kadar geçen sürede farklı şekillerde yer almaktadır (Dursun ve Gündüz, 2016: 1368). Tüketicilerin sorumluluk davranışları çeşitlilik gösterebileceği gibi bu davranışları engelleyen faktörler de çeşitlilik göstermektedir. Bunun yanında sorumluluklarının farkında olmasına rağmen tüketim eylemlerinde bu sorumluluğu yansıtmayan bireyler de olabilir. Bu noktada tüketicilerin tutum ve davranışlarının altında yatan motivasyonları anlamak önemlidir. Böylece bireylerin, tüketimin olumsuz etkilerini bilmelerine rağmen neden bu eylemleri sürdürdüklerini öğrenebiliriz. Buradan hareketle çalışmanın amacı, tüketicilerin tutum ve davranışlarını yönlendiren faktörleri kapsayıcı şekilde ele alarak sorumsuz tüketim davranışlarının nedenlerini belirlemeye çalışmaktır. Bu doğrultuda bireylerin sorumsuz tüketim davranışının nedenleri olarak yaşam tarzı, kişilik özellikleri, değerler, tüketici etkinliği ve ürün özellikleri incelenmiştir.



Şekil 1. Sorumsuz Tüketim Davranışının Nedenleri

YÖNTEM

Küresel ısınmanın dünyaya olan etkileri ve doğal kaynakların kısıtlılığının belirgin hale gelmesiyle birlikte tüketimin dünyaya olan etkileri üzerine pek çok çalışma gerçekleştirilmektedir. Bu çalışma alanlarından biri de sorumsuz tüketimdir. İnsanlar tüketimin doğa üzerindeki etkilerinin farkında olmalarına rağmen davranışlarında herhangi bir değişiklik yapma gayreti içerisinde bulunmamaktadır. Bu çalışmada amaç insanların tutumları ile davranışları arasındaki farklılığın nedenlerinin neler olduğu konusunda yapılan çalışmaları tümdengelim yöntemiyle inceleyerek genel bir çerçeve çizmeye çalışmaktır.

İlk olarak araştırma sorusu ve amacı belirlenmiştir. Araştırma “insanlar neden sorumsuz davranır?” sorusu çerçevesinde yürütülmüştür. Bu soru doğrultusunda araştırmanın amacı; sorumsuz tüketim davranışlarının nedenlerini belirlemektir.

Araştırma sorusu ve amacı doğrultusunda literatür taraması sorumlu tüketim, bilinçli tüketim ve çevreci tüketim anahtar kelimeleri Türkçe ve İngilizce kullanılarak 04.03.-10.06.2021 tarihleri arasında yapılmıştır. Literatür taraması, akademik çalışmaların yayım yılına bakılmaksızın İngilizce ve Türkçe dillerinde sorumsuz tüketimi tüketici perspektifinden ele alan çalışmalar ile yapılmıştır. Bu noktada makaleler değerlendirmeye alınırken; tüketici perspektifi kriteri, makalenin bulgusu olarak tüketicilerin sorumsuz tüketimi neden, nasıl ve niçin yaptıklarını ortaya koyan nicel ve nitel çalışmalar incelenmiştir. Ayrıca tarama sonucunda elde edilen çalışmalar denetimden geçirilerek konu ile ilgisi olmayanlar çalışmalar incelemenden çıkarılmıştır.

Belirlenen kriterler doğrultusunda literatürden elde edilen çalışmalar daha sonra kendi içinde yaşam tarzı, kişilik özellikleri, çevreci bilinç, değerler, tüketici etkinliği ve ürün özellikleri sınıflarına ayrılmıştır. Bu noktada çalışmanın ana problemi “insanlar neden sorumsuz davranır?”, alt problemleri ise;

- Hangi yaşam tarzı boyutuna sahip tüketiciler sorumsuz davranır?
- Hangi kişilik özelliğine sahip tüketiciler sorumsuz davranır?
- Çevreci bilinç boyutlarından hangisi sorumsuz davranış ile ilgilidir?
- Hangi değerlere sahip tüketiciler sorumsuz davranır?
- Tüketici etkinliğinin hangi boyutu sorumsuz davranış ile ilgilidir?
- Hangi ürün özellikleri sorumsuz davranışa yol açar? şeklinde belirlenmiştir.

Son olarak araştırma sorusu ve amacı çerçevesinde literatür taraması sonucunda elde edilen makalelerin verileri sentezlenerek insanların neden sorumsuz tüketim davranışları sergiledikleri ortaya konmaya çalışılmıştır.

BULGULAR

Çalışma kapsamında genel işletme ve pazarlama disiplinleri altındaki makaleler incelemeye tabi tutulmuştur. Makaleler, araştırma amacı çerçevesinde sorumlu tüketimle ilgili tüketici perspektifini içeren çalışmaları içermektedir. Araştırmada incelemeye tabi tutulan makalelerin yayım yılı dikkate alındığında sorumlu tüketim kavramı literatüre 1970’li yıllardan sonra dahil olduğu görülmektedir (Dursun vd., 2016: 12). Bu konunun popülerliği ise yaklaşık 1990’lı yıllarda artmaya başlamıştır. Bu çalışmada incelemeye tabi tutulan makaleler 1990’lı yıllardan günümüze kadar yayınlanmış makaleleri içermektedir.

Araştırma konusu ve amacı kapsamında sorumlu tüketim, bilinçli tüketim ve çevreci tüketim anahtar kelimeleri Jstor ve Science direct veri tabanları, Google scholar arama motoru, kullanılarak 110 makaleye ulaşılmıştır. Bu makalelerden 26 tanesi Jstor, 22 tanesi Science direct ve 62 tanesi Google scholar’dan elde edilmiştir. Konu, bulgu, tekrar etme ve erişim gibi faktörler ele alındığında 82 tane makale incelenmiştir. Bu makaleler sorumlu tüketim, bilinçli tüketim ve çevreci tüketim konu başlıklarını içermektedir. Bu doğrultuda tüketicilerin sorumsuz davranışlarını ortaya koyan tüketici yönlü çalışmalar araştırmaya dahil edilmiştir. İncelemede kullanılan temel kriter; sorumsuz tüketim davranışlarının nedenlerini ortaya çıkaran bulguları incelemektir. Bu kapsamda nihai olarak analize tabi tutulan makale sayısı 51 olmuştur. Analize tabi tutulan makaleler yaşam tarzı, kişilik özellikleri, çevreci bilinç, değerler, tüketici etkinliği ve ürün özellikleri başlıkları altında açıklanmaya çalışılmıştır.

Yaşam Tarzı

Yaşam tarzı, bireylerin davranışlarının temel kaynağını oluşturur. Bireyler, belirli bir imaj ve statüyü tüketerek yaşam tarzını oluşturmaya çalışır. Bu noktada kişilerin yaşam tarzının tüketim davranışları üzerinde etkisi olduğu söylenebilir. Yaşam tarzının çevre duyarlılığı, tasarruf ve yeniden kullanılabilirlik gibi sürdürülebilir tüketim boyutları üzerinde olumlu etkileri bulunmaktadır.

Bireylerin doğal kaynakların kullanımı konusunda bilinçlenmeleri çevre duyarlılığı davranışlarını etkilemektedir. Aynı zamanda ürünlerin geri dönüşümünün faydalı olarak görülmesi ve enerji tasarrufu sağlaması yeniden kullanılabilirlik açısından önemlidir. Son olarak tüketicilerin çevre ve tüketim konusunda hassas davranmaları ve çevreye saygı duymaları tasarruf davranışlarını etkilemektedir (Karaca, 2018).

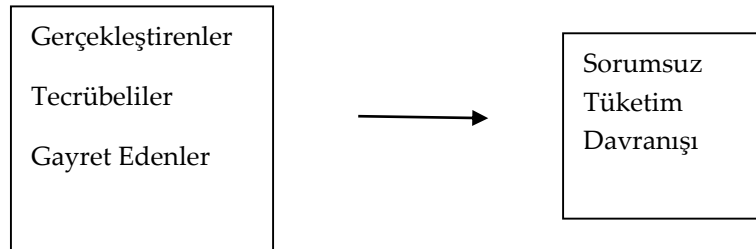
Yaşam tarzı ile ilgili tüketici davranışlarını daha iyi tahmin etmek için VALS2 ölçeği yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Lin, 2003). Geliştirilen bu ölçekle birlikte yaşam tarzları şu şekilde sınıflandırılmaktadır; Gerçekleştirilenler, Nail olanlar, Tecrübeliler, İnanlar, Yapıcılar, Gayret edenler ve Mücadele edenler (Erciş vd., 2007).

Türkiye’de yapılan bir çalışmaya göre, uzun ömürlü ürün tercihlerinde bulunan, sorumluluğa ve sosyal konulara değer veren, düşünen, yapıcı ve mücadeleci değer ve yaşam tarzına sahip tüketiciler sürdürülebilir tüketim davranışını daha çok benimsemektedir. Ancak yeni ürün veya hizmetleri denemeye yatkınlık, moda düşkünlüklerinden dolayı yenilikçi ve deneyimli yaşam tarzına sahip olan tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranışına karşı olumsuz davranışlar geliştirdikleri tespit edilmiştir (Özgül, 2010: 143). Diğer bir çalışmaya göre hareketli, aktif bir yaşam tarzına sahip olan bireyler sorumsuz tüketim davranışları gösterme olasılığı yüksektir (Afriasih, 2015: 13).

Aydın ve Ünal (2016: 149) yaptıkları çalışmada, yaşam tarzı değişkenleri içerisinde yenilikçilerin ve düşünenlerin çevresel konulara hakim oldukları ve çevreye karşı olumlu tutum sergilediklerini tespit etmişlerdir. Ayrıca çalışmada, bireylerin çevreye karşı olumlu tutum sergilemelerinin sürdürülebilir tüketim davranışlarını artırdığı ifade edilmektedir. Yaşam tarzı değişkenlerinden inananların en yüksek sürdürülebilir tüketim davranışı sergileme eğiliminde oldukları saptanmıştır. Diğer yandan çalışmada kullanılan yaşam tarzı değişkenlerinden deneyimlilerin ve çabalayanların sürdürülebilir tüketim davranışı üzerinde olumlu bir etkisi olduğu saptanmamıştır. Buradan yola çıkarak deneyimli ve çabalayan yaşam tarzına sahip bireylerin sorumsuz tüketim davranışlarında bulanacağı söylenebilir.

Tüketici davranışlarında yaygın olarak kullanılan VALS2 ölçeğindeki yaşam tarzları incelendiğinde Gerçekleştirilenler, Tecrübeliler ve Gayret edenler diğerlerine göre sorumsuz tüketim davranışı gösterme eğilimleri yüksektir. Gerçekleştirilenler yaşam tarzı altındaki bireyler yeni fikirlere ve teknolojilere açıktır. Aktif bir tüketicidirler ve değişiklik yapmayı severler. Tecrübeliler, yenilik ve heyecan ararlar. Çabuk heveslenirler. Gelirlerinin büyük kısımlarını giyecek, hazır yiyecekler ve sosyal etkinliklere harcarlar. Son olarak Gayret edenler yaşam tarzına sahip bireyler, son moda ürünleri ve eğlenceyi severler. Düşünmeden hareket ederler ve gösterişli tüketim davranışına yatkındırlar. Buradan hareketle Gerçekleştirilenler, Tecrübeliler ve Gayret edenler yaşam tarzı sınıflandırması içerisinde olan kişilerin sorumsuz tüketim davranışı gösterecekleri düşünülebilir.

Tablo 1.Sorumsuz Tüketim Davranışı Boyutlarından Yaşam Tarzı Faktörleri



Kişilik Özellikleri

Kişilik, bireyi diğerlerinden ayıran tutarlı özellik ve davranışlarının toplamıdır. Ayrıca bireyin çevresiyle kurduğu ilişki özellikleri olarak da tanımlanır (Zohar, 2004). Literatürde kişilik yapıları çeşitlilik göstermektedir. Genel olarak, özellik ve arketip yaklaşımına göre kişilik yapıları incelendiği görülmektedir. Özellik yaklaşımına göre ele alınan beş faktör kişilik yapıları uyumluluk, dışa

dönüklülük, nevrotiklik, özdisiplin ve gelişime açıklık olarak sınıflandırılmıştır (Costa ve McCrae, 1995). İncelemeler sonucu dışa dönük ve gelişime açık olan kişilik özelliklerine sahip olan bireylerin sorumsuz tüketim davranışında bulunmaları daha olasıdır. Çünkü dışa dönük olan kişinin sosyal özellikleri yüksektir. Bu kişiler çevreleriyle kolayca kaynaşabilen ve ödüllere yatkın olan kişilerdir (Lucas vd., 2000). Buradan yola çıkarak bu kişilerin daha fazla tüketme eğiliminde olacakları düşünülmektedir. Diğer yandan gelişime açık kişilik özelliklerine sahip bireyler meraklı ve yeniliklere ilgi duyan kişilerdir. Yeni fikirler üretmekten ve denemekten kaçınmazlar, maceracı ve değişime açık olan kişilerden oluşur (Doğan, 2013). Bu doğrultuda gelişime açık olan kişilerin yeni bir ürün piyasaya çıktığında onu hiç düşünmeden satın alacağı öngörülür. Böylece sorumlu tüketim davranışı eğiliminde bulunma ihtimalleri oldukça düşüktür.

Uyumluluk ve bilinçlilik kişilik özellikleri, sürdürülebilir tüketici davranışlarını göstermede olumlu tutum sergilerken dışadönüklülük, nevrotiklik ve deneyime açıklık olumsuz tutum sergilemeye yatkın kişilik özellikleri olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca ürünlerin performansı göze alınarak yapılan seçimlerde kadınların erkeklerden daha fazla sürdürülebilir niyetli oldukları saptanmıştır (Luchs ve Mooradian, 2012: 137).

Yapılan diğer çalışmada kişilik özelliklerinden dışadönüklülük, nevrotik ve tutarlılık kişilik özellikleri sorumlu tüketim açısından olumlu olarak değerlendirilirken içe dönük, duygusal olarak dengeli ve tutarsız kişiler sorumsuz tüketim davranışları göstermeye daha yatkın olarak değerlendirilebilir (Beyaz, 2020: 65-67).

Afriasih'in (2015: 13) yaptığı çalışmaya göre; kişilik özelliklerinden deneyime açık olan bireyler, sorumsuz tüketim davranışına daha yatkındır. Çünkü deneyime açık olan kişiler yeni şeyleri denemeye, keşfetmeye ve yeniliği kabul etmeye daha çok isteklidirler.

Sarı ve Topçuoğlu (2019) bireyleri, anlık veya gelecekteki durumları düşünmelerine göre sınıflandırmışlardır. Çalışmaya göre bireylerin anlık veya gelecekteki sonuçları önemsemelerine göre kişiliklerinin değişeceği düşünülür. Böylece bu durumlar kişilerin davranış ve tutumlarını etkiler. Araştırma sonucuna göre; gelecekteki durumları önemseyen kişiler gelecekteki kuşakları düşündükleri ve çevrelerine karşı sorumluluk davranışları yüksek olduğu için anlık durumları önemseyenlere göre daha tasarruflu ve daha az ihtiyaç dışı satın almalar gerçekleştirirler. Buradan hareketle anlık durumları önemseyen kişilerin sorumsuz tüketim davranışları gerçekleştireceği düşünülebilir.

Kişilik yapılarını ele alan bir diğer çerçeve arketip özelliklerdir. Arketip özellikler Mark ve Pearson (2001) tarafından psikolojik etkenlerden esinlenerek kişilik boyutlarının yorumlanmasına dayanır. Bu boyutlar; Masum, Kaşif, Bilge, Kahraman, Asi, Sihirbaz, Vatandaş, Aşık, Soytarı, Bakıcı, Yaratıcı, Kral şeklinde oluşmaktadır. Arketip yaklaşımların insanların, şartları kontrol etmek ve pozisyonunu korumak, aidiyet ve keyif almak, risk hakimiyeti, bağımsızlık ve memnuniyet duyma gibi ihtiyaçlarına yönelik motivasyon oluşturur (Ayberk, 2014). Bu arketip özelliklerinden Kaşif, Asi, Sihirbaz ve Soytarı arketip özellikleri sorumsuz tüketimde bulunma eğilimleriyle ilişkilendirilebilir.

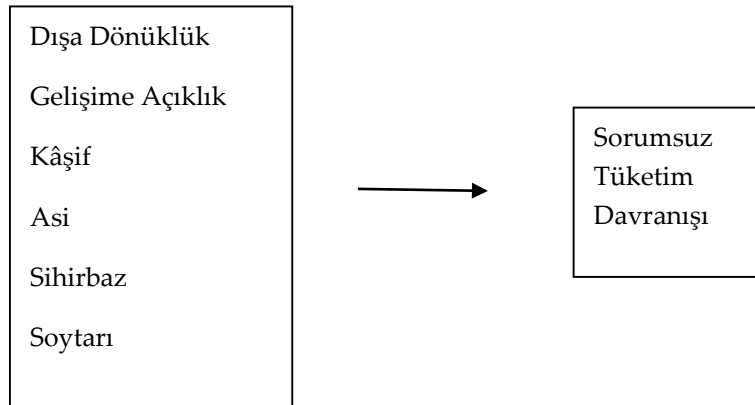
Kaşif arketip özelliğine sahip kişilikler her ne kadar özünde daha iyi bir dünya arayışı olsa bile sürekli keşif halinde olduğu için yenilikleri denemekten çekinmezler. Ayrıca bağımsız ve özgür ruhlu olduğu için genellikle bireysel düşünme eğilimindedir (Baştürk, 2009: 69). Buradan hareketle yenilikleri denemeye açık olan ve bireysel düşünen kişilik yapılarının sorumsuz tüketimde bulunacağı öngörülür.

Asi arketip özelliğine sahip kişiliklerde yasak meyveye ulaşma dürtüsü vardır (Ayberk, 2014: 52). Bu arketip özelliğinde genel olarak oluşturulmuş kurallara karşı çıkma ve uyumsuz tutumlar mevcuttur (Eren ve Dal, 2019: 47). Üreticilerin belirli bir markaya karşı ya da toplumun bir kesimine karşı ürünlerini konumlandırması sonucu bu özelliğin etkin olacağı düşünülmektedir. Dolayısıyla herhangi bir konuda asi olan kişiliklerin işletmelere, hükümetlere ve doğaya karşı da asi olacağı öngörülebilir. Bu noktada bireylerin doğayla uyumsuz şekilde davranmaları ve sorumsuz tüketimde bulunacakları düşünülebilir.

Sihirbaz arketip özelliğinde değişim ve dönüşüm hakimdir. Bu yaklaşımda mucizevi sonuçlar hedeflenir (Baştürk, 2009: 70). Ürünlerin sanki sihirliymiş gibi sorunları çözeceği, değişim sağlayacağı düşüncesi hakimdir. Bu bakış açısı çerçevesinde tüketiciler, değişim ve dönüşümün, yeniliklerin, pratik çözümlerin peşinde olacaklardır. Dolayısıyla yenilikleri ve gerçeküstü yapıları tercih eden bireylerin sorumsuz tüketim davranışları nadaha yakın olacağı düşünülebilir.

Soytarı arketip özelliği yaşamın ironik, eğlenceli taraflarına odaklanır (Baştürk, 2009: 70). Bu kişilik özelliklerine sahip olanlar büyük bir neşeyle an'ı yaşamayı ve hayatı an'da tecrübe etmeyi hedefler (Ayberk, 2014:59). Dolayısıyla bu özelliğe sahip olan bireylerin gelecek nesilleri ve gelecekte oluşabilecek olumsuzlukları düşünmeleri beklenmez. Bu noktada tüketme davranışlarında olumsuz etkileri göze almazlar. Sonuç olarak, sorumsuz tüketim davranışları göstermeye daha yatkın olarak düşünülebilir.

Tablo 2. Sorumsuz Tüketim Davranışı Boyutlarından Kişilik Özellikleri Faktörleri



Çevreci Bilinç

Çevre bilinci, sürdürülebilir bir yaşam için bireylerin çevreye karşı duyarlı tutum ve davranışlarda bulunmalarını içermektedir (Dikmenli ve Konca, 2016: 1277). Çevre bilinci, bireylerin çevre ile ilgili bilgilerini, tutumlarını, davranışlarını ve endişelerini kapsayan bir kavramdır. Bu kapsamda bireyler tüketim davranışlarında, enerji kullanımında, tasarruf süreçlerinde ve günlük eylemlerinde çevreyi dikkate alarak hareket etmiyorsa çevre bilincine sahip değildir (Erten, 2006: 5).

Bilginin sosyal sorumlu tüketim davranışını etkilediği söylenebilir. Tüketici, sosyal sorumlu tüketim davranışlarının çevre üzerindeki olumlu sonuçları hakkında ne kadar çok bilgili olursa o kadar fazla sosyal sorumlu tüketim davranışı gösterme eğiliminde olur. Ayrıca tüketici, tüketim davranışlarının çevre ve toplum üzerinde gerçekten bir fark oluşturabileceğine inanırsa sosyal sorumlu tüketim davranışı gösterme eğilimi daha fazla olur (Dastous ve Legendre, 2009: 262-263).

1980'lerde Amerika'da birkaç elektrik şirketi tüketicilerin elektrik kullanım sürelerini değiştirmek için teşvik programları düzenlemiştir. Buna göre elektrik kullanımının yoğun olmadığı zaman aralığında fiyatlar daha düşük hale getirilmiştir. Teşvik programı sadece %2'lik bir değişmeye yol açmıştır. Daha sonra teşvik programlarına ek olarak elektrik kullanım sürelerinin azaltılmasının çevre açısından ne kadar önemli olduğunu gösteren bilgilendirme çalışmaları yürütülerek %11'lik bir değişim elde edilmiştir (Stern, 1999: 469).

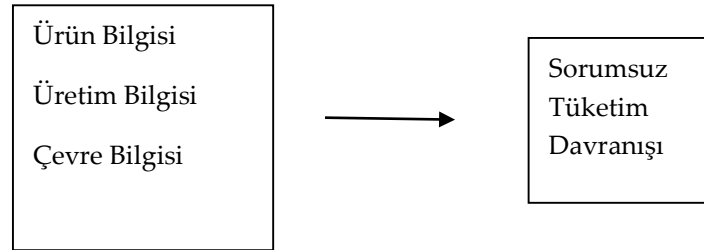
Tüketim sürecinde bireyler işletmeler tarafından birçok bilgiye maruz bırakılmaktadır. Tüketicilere çok fazla bilgi verilmesi etik tüketim gibi hassas konularda şüphe oluşturabilir. Buna göre etik konularda tüketiciye çok fazla bilgi vermek işletmenin etik olmadığını ve bu durumun bilgi yoğunluğu ile tüketicileri vicdani olarak rahatlatmaya çalışıldığı düşünülür. İnsanlar yüksek kaliteli bilgiyi tercih ederler ve fazla bilgi etik olarak kabul görmez. Bu durumda yüksek kaliteli bilgi, algılanan kaliteyi, tüketicilerin tutumlarını ve dolaylı olarak davranışlarını olumlu yönde etkiler. De Pelsmacker ve Janssens (2006) çalışmalarında bilginin hem niteliği hem de niceliğinin algılanması, genel tutumlar ve

ürüne özgü tutumlar yoluyla satın alma davranışı üzerinde önemli bir olumlu etkiye sahip olduğunu tespit etmişlerdir. İşletmelerin ticarete adil davrandıklarına yönelik genel tutumlar, ürün ilgisi, ürün beğenilebilirliği ve fiyat kabul edilebilirliği algısı üzerindeki etkileri aracılığıyla satın alma davranışı üzerinde doğrudan ve dolaylı olarak önemli bir etkiye sahiptir. Bir diğer çalışmada Shaw vd., (2005: 191) tüketicilere üretim süreçlerinin etik olarak gerçekleştiğinin bilgisinin verilmesi, kişinin sosyal olarak sorumlu seçimler yapma kapasitesini güçlendirmeye katkıda bulunduğunu ortaya koymuştur. Örneğin kahve üreticilerinin üretimde ve fiyatlarda adil davrandığını, etik olduğunu bilmek karar sürecini etkiler.

Essoussi ve Zahaf (2009) çalışmalarında organik tüketim sektörünün son zamanlarda geliştiğini ancak bu tüketimin daha fazla olmasını engelleyen faktörler arasında tüketicilerin organik ürünler hakkındaki bilgi eksikliğinin büyük rol oynadığını ifade etmektedirler. Organik tüketiciler, ürünler hakkında ve ürünlerin üretim faaliyetleri hakkında daha fazla araştırma yapmaya meyillidir. Bu süreçleri gerçekleştiremeyen tüketicide şüphe ve güven eksikliği oluşur. Benzer şekilde tüketiciler ürünü tanımalarına rağmen şirketin sosyal sorumlu yapısını bilmediğinden dolayı satın almadığını belirtmiştir (Oberseder vd., 2011: 16-19). Bu durumda tüketicilerin sorumsuz tüketim davranışlarında bulunması mümkündür. Dolayısıyla sorumlu tüketim kapsamında ürünlerin kendisi ve üretim süreçleriyle ilgili açık iletişim yararlı olacaktır.

Buradan yola çıkarak bilginin sorumsuz tüketim davranışı üzerindeki etkisi olduğu düşünülmektedir. Gerek ürünlerin üretimi ile ilgili etik bilgilerin paylaşılması gerekse ürünlerin tüketimi sonrasında oluşacak zararların bilgilendirilmesi sorumsuz tüketim davranışlarını etkilemektedir. Yapılan çalışmalar genellikle tüketicilerin, tükettikleri ürünlerin çevreye verdiği zarardan habersiz olduklarını göstermektedir. Tüketiciler daha fazla bilinçli hale geldikçe sorumsuz tüketim davranışları sergileme eğilimidaha düşük olabilir.

Tablo 3. Sorumsuz Tüketim Davranışı Boyutlarından Çevreci Bilinç Faktörleri



Değerler

Değerler, bir bireyin inançlarını ve tutumlarını organize etmek için temel oluşturan ve bireysel davranışa rehberlik eden temel yönelimler veya yol gösterici ilkelerdir (Stern, 2000). Schwartz (1994)'ın sunduğu değer çerçevesi kapsamında kendini geliştirme ve kendini aşma değerleri çevre yanlısı davranışlarla ilişkilendirilmiştir. Kendini aşma değerleri bireyin kendini, günümüzde ve gelecekteki kuşakları ve çevreyi düşünerek bencil olmayan davranışlar içeren değerlerdir. Buna karşın kendini geliştirme değerleri, kendi çıkarları ve amaçları doğrultusunda hareket eden, toplumun ve çevrenin zararına bile olsa kendi çıkarlarından ödün vermemeyi içeren değerlerden oluşur (Kuşdil ve Kağıtçıbaşı, 2000: 63). Kendini aşan değerler özgecil ve yardım etme davranışlarıyla ilişkilidir. Çevre yanlısı eylemler üzerinde olumlu etkileri vardır. Ancak kendini geliştirme değerleri çevreden çok bireyi önemseydiğinden dolayı çevre yanlısı görülmemektedir.

Urien ve Kilbourne (2011: 82-83), yaptıkları çalışmada üretkenlik ve kendini geliştirme değerlerini ele almışlardır. Üretkenlik, geleceğin ve gelecek neslin dikkate alınarak kültür ve çevre ilişkilerinin düzenlenmesiyle ilgiliyken kendini geliştirme, kişisel çıkarların daha çok ön plana çıktığı durumdur. Araştırmanın sonuçları incelediğinde üretkenliğin çevre yanlısı davranış niyetleri ile pozitif yönde

ilişkileri olduğu saptanmıştır. Geleceğe katkı sağlamanın önemli olduğuna inanan katılımcıların, organik satın alma, evsel atıkları azaltma ve çevre dostu ürünler satın alma gibi şeyler de dahil olmak üzere daha çevre dostu tüketim davranışlarında bulundukları ifade edilmiştir. Kendini geliştirme değer boyutu ile çevre yanlısı davranış niyetleri arasında negatif ilişkiler saptanmıştır. Dolayısıyla kendini geliştirme değer yapısına sahip bireylerin sorumsuz tüketim eğiliminde olduğu düşünülebilir.

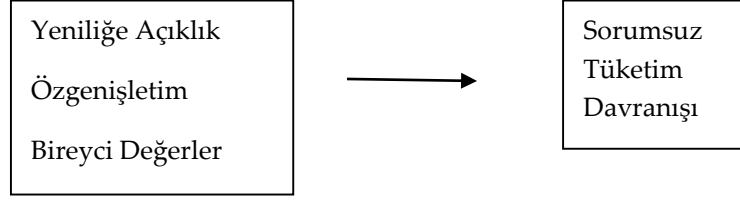
Bazı çalışmalar kolektivist (toplumcu) ve bireyci değerlerin çevre yanlısı davranışlar üzerindeki etkilerini incelemişlerdir. McCarty ve Shrum (1994), kolektivist değerlere sahip tüketicilerin geri dönüşüm davranışı ve ekolojik satın alma ile ilişkili olduğunu belirtir. Toplumsal özelliklere dikkat edilen ortamda bireylerin ait olduğu gruba ve çevreye saygılı olacağı düşünülür. Bu görüşü Yüce (2013: 289) yaptığı çalışma ile desteklemektedir. Yapılan çalışmada kolektivist değerler arttıkça, işletmelerin sosyal sorumluluk performanslarına yönelik algıları, çevreye karşı duyarlılık düzeylerinin, geri dönüşüm davranışlarının artacağı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda bireyci değerlere sahip kişiler ve toplumlar sorumsuz tüketim davranışları göstereceği düşünülebilir.

Thogersen ve Ölander (2002), evrenselcilik değerinin çevreci tüketici davranış üzerinde olumlu; iyilikseverlik ve hazcılığın ise çevre dostu tüketici davranışında olumsuz etkisi olduğunu göstermişlerdir. Alınacak ve Yılmaz (2008: 369) üniversite öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada öğrencilerin evrenselcilik ve iyilikseverlik değerlerine önem verdikleri görülmektedir. Ayrıca çalışmanın diğer değerlerini içeren güç, başarı ve hazcılık değer tiplerine daha fazla önem veren öğrencilerin çevreye duyarlı tüketim eğilimlerini daha az gösterdikleri tespit edilmiştir.

Diğer bir çalışmada, nüfuz sahibi olma, imaj koruma, yetkiye sahip olma, saygı ve başkaları üzerinde güç sahibi olmayı önemseyen güç arayan bireylerin sürdürülebilir ürünler alma eğilimlerinin düşük olduğu bulunmuştur. Bu durumun aksine saygılı, alçakgönüllü, dindar gibi geleneksel değerlere sahip olan bireylerin sürdürülebilir ürünler almaya daha yatkın oldukları saptanmıştır (Vermeir ve Verbeke, 2008).

Değer yapıları farklı şekillerde ele alınmış olmasında rağmen sorumlu tüketim bağlamında birçok çalışma literatürde geçerliliği olan Schwartz'ın modeli kullanmaktadır. Buna göre değerler, evrenselcilik, iyilikseverlik, geleneksellik, uyma, güvenlik, güç, başarı, hazcılık, uyarılım ve özyönelim başlıklarından oluşmaktadır (Schwartz, 1994: 24; Kuşdil ve Kağıtçıbaşı, 2000: 62). Bu değer yapıları dört grup altında iki boyut olarak sınıflandırılmıştır. İlk boyut yeniliğe açıklık (uyarılım, özyönelim) ve muhafazacı yaklaşım (geleneksellik, uyma, güvenlik); ikinci boyut ise, özşaşkınlık (evrenselcilik, iyimserlik) ve özgenişletim (güç, başarı, hazcılık) olarak tanımlanmıştır. Yeniliğe açıklık, bireylerin duygusal ve düşünsel ilgilerinin öngörülemeyen şekilde izlenmelerini sağlayan değerleri ifade eder. Muhafazacı yaklaşım ise bireylerin yakın olduğu kişi, kurum ve geleneklerle ilişkilerinin devamını ifade eden değerlerdir. İkinci boyutta yer alan özşaşkınlık, bireyin günümüzde yaşayan veya gelecekte yaşayacak olan insanları ve doğayı dikkate alarak kişisel çıkarlarından vazgeçmesini içeren değer yapılarıdır. Özgenişletim ise, başkalarının durumları dikkate alınmadan kişisel çıkarların ön planda tutulduğu değer yapılarını içerir.

Literatür sonuçları ve değer modelinin boyutları göz önüne alındığında Yeniliğe açıklık ve Özgenişletim değer yapılarına sahip olan bireylerin sorumsuz tüketim davranışları sergileyeceği düşünülebilir. Bireylerin başarı ve güç gibi kişisel çıkarların ön planda tutulduğu değer yapılarında tüketimle ilgili kararlarında aynı şekilde yine başkalarını ve çevreyi düşünmeden kişisel çıkarlarını ön planda tutulacağı düşünülmektedir. Yeniliğe açık olanların, özgür, meraklı ve kendi amaçları doğrultusunda hareket eden bireyler olduğu düşünülebilir. Ayrıca hayattan tat almasını bilen ve heyecanlı bir yaşantıya sahip olacakları düşünülebilir. Bu doğrultuda tüketimde gelecek nesillerin ve çevrenin yararları gözetilmeksizin satın alma kararları verecekleri öngörülür. Özetle, yeniliğe açıklık ve özgenişletim değer yapılarına sahip olan bireylerin sorumsuz tüketim davranışları sergileyeceği öngörülmektedir.

Tablo 4. Sorumsuz Tüketim Davranışı Boyutlarından Değer Faktörleri

Tüketici Etkinliği

Tüketici etkinliği, bireysel çabanın çevresel bir sorun karşısında etki oluşturmayacağına dair inançtır (Ellen vd., 1991: 103). Diğer bir deyişle, bireyler çevresel sorunlara karşı endişe duysa dahi bireysel çabalarının bu sorunlarla mücadele etmede ve sonucu değiştirmede etkisiz kalacağını düşünmeleridir (Straughan ve Roberts, 1999: 569; Roberts, 1996: 226).

Lee vd. (2014: 2099), bireylerin eylemlerinin toplumsal ortak yararı ilerletmek için bir fark yaratacağına inandıklarında, işbirliği yapma olasılıklarının daha yüksek olduğunu ve kişisel fayda sağlayan eylemlerde bulunma olasılıklarının daha düşük olduğunu tespit etmişlerdir. Yaptıkları çalışmada özgecil değerlerin çevresel kaygı ve tüketici tutum etkinliği üzerinde olumlu etkileri olduğunu bulmuşlardır. Çalışma ayrıca hem tüketici tutum etkinliğinin hem de çevresel kaygının iyi vatandaşlık davranışı ve yeşil satın alma davranışı üzerinde olumlu bir etkisinin olduğunu ortaya koymuştur.

Berger ve Corbin (1992: 84) algılanan tüketici etkinliği yani tüketicilerin eylemleri sonucunda toplumsal yararı sağladığına dair inançları fazla olduğunda bireylerin sorumlu tüketim üzerindeki tutum ve davranışı aynı doğrultuda olduğunu saptamıştır. Diğer bir deyişle, çevre sorunlarına karşı olumlu tutuma sahip olan insanlar, çevre sorununu çözmeye katkıda bulunabileceklerine inandıklarında, çevre yanlısı davranışlarda bulunma eğiliminde olurlar. Ancak bireyler davranışlarının ve tutumlarının değişmesinin çevreye herhangi bir etkisinin olmayacağına inandıklarında sorumsuz tüketim davranışlarında bulunmaktadırlar.

Bir grup bireyin çevrenin durumu hakkında çok endişeli olduğunu, ancak yalnızca büyük işletmelerin, hükümetlerin etkili çözümler üretebileceğine ikna olduğunu varsayalım. Bu bireyler çevrenin korunması ve kollanması hakkında olumlu görüşte olmalarına rağmen birey olarak yapabileceklerinin sınırlı olduğunu düşünür. Çevre hakkındaki sorumluluğun işletmelerin ve hükümetlerin olduğunu düşünürler. Bu düşünceye sahip kişiler çevre sorunlarına endişe duymalarına rağmen bu sorunların çözümünde kişisel davranışlarının etkisinin olmayacağını düşünebilir. Böylece sorumsuz tüketim davranışlarında bulunma eğilimleri artabilir.

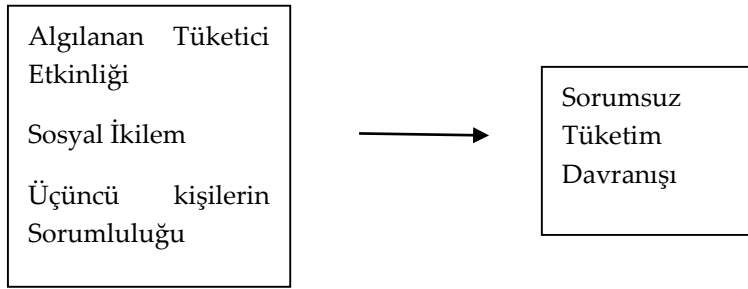
İkinci bir grup birey çevreyle hiç ilgilenmeyebilir ve bireysel çabanın çevresel konularda etkili olacağını düşünmeyebilir. Bu bireyler kendi çabalarının çevreyi koruma ve kollamada etkili olabileceğini düşünse de çevreyle ilgilenmedikleri için bu davranışları gerçekleştirmeyebilirler. Sonuç olarak sorumsuz tüketim davranışlarında bulunabilirler (Berger ve Corbin, 1992: 80).

Sosyal ikilem, bir grup üyesinin eylemlerini gerçekleştirmek için grup faydası ve kişisel çıkar arasında tercih yapmasına dayanır. Birey için en uygun olanı kendi çıkarıdır fakat bu seçim sonucunda hem kendi hem grup üyeleri olumsuz etkilenir. Örneğin, şiddetli kuraklığı önlemek amacıyla su tasarruf kampanyası kapsamında yaz aylarında çimlerin sulanmasının ertelenmesi istenir. Birey kendi çıkarlarını göz önünde tutarak çimlerini sulamaya devam edebilir. Ancak herkes kendi çıkarlarını düşünerek çim sulamaya devam ederse toplum suyun yokluğundan etkilenir. Diğer yandan birey, grup faydasını düşünerek çimleri sulamaz ise kendi çıkarlarını feda eder. Bu nedenle kişi sosyal ikilem içerisinde olacaktır. Çünkü her seçim ideal bir sonuca yol açmayacaktır. Böyle bir ikilem durumunda, kişinin çabasının sorunu çözmeye ne derece katkıda bulunacağına ilişkin algısı kişinin kararını ve davranışlarını açıklamaya yardımcı olabilir (Bandura, 1994: 29-30, Lee vd., 2014: 2099).

Tüketiciler, toplum çıkarlarından çok kişisel çıkarları için motive olduğunda ve bu durum kendileri için daha faydalı ise sorumsuz tüketim davranışlarında bulunabilirler. Tüketiciler, çevre dostu ürünlerin alternatiflerine göre daha yüksek fiyatlı daha düşük kaliteli olduğunu deneyimlediklerinde sorumsuz tüketim davranışlarına daha yatkın olabilir. Ayrıca geri dönüşüm gibi ek çaba gerektiren durumlarda sorumsuz tüketim davranışlarında bulunmaları daha olasıdır. Diğer yandan tüketiciler, sorumsuz tüketim davranışlarının nedeni olarak gerekli yasaların olmamasından dolayı hükümeti görebilirler (Dastous ve Legendre, 2009: 256-257).

Yapılan çalışmalar göz önüne alındığında tüketicilerin kendi çıkarları ve toplum çıkarları arasında kaldığında kendi çıkarlarını ön planda tutarak sorumsuz tüketim davranışlarını benimsedikleri görülebilir. Böyle bir durumda tüketiciler, bireysel çabalarının toplumsal faydayı etkilemediğini düşündüğünde sorumsuz tüketimde bulunur. Her ne kadar çevresel olaylara olumlu tutum sergileyen tüketiciler olsa da tüketim davranışının toplumun geneli tarafından benimsenmediği durumda kendi çıkarlarına odaklanır. Aynı şekilde çevreye karşı olumlu tutum sergileyen tüketiciler, sorumsuz tüketim davranışlarından kaynaklanan çevre sorunlarının işletmelerin ve hükümetlerin sorumluluğunda olduğunu düşündüğünde sorumsuz tüketim davranışlarında bulunmaya devam edebilir. Özetle, çevreyle ilgili sorumluluğun işletmelerde ve hükümetlerde olduğunu düşünen tüketiciler ve bireysel çabaların çevreyle ilgili sorunların çözümünde yetersiz olduğunu düşünen tüketiciler sorumsuz tüketim davranışlarında bulunabilir.

Tablo 5. Sorumsuz Tüketim Davranışı Boyutlarından Tüketici Etkinliği Faktörleri



Ürün Özellikleri

Tüketiciler satın alma karar süreçlerinde birçok faktörden etkilenmektedir. Bu faktörlerden bazıları ürün veya hizmete ait özellikleri içerir. Sorumlu tüketim kapsamında yapılan çalışmalarda ürünün fiyatı, kalitesi, ulaşımı ve mevcut olma durumu gibi faktörler ürün özellikleri olarak değerlendirilmektedir (Öberseder, 2011; Bray vd., 2011; Carrington vd., 2014).

Tüketicilerin tutumları, davranışsal niyetleri ve gerçek davranışları arasındaki farkları ortaya koymak için birçok çalışma yapılmıştır. Bunlardan biri de Bray vd. (2011) etik tutumların neden etik satın alma kararlarıyla sonuçlanmayacağını belirledikleri çalışmadır. Buna göre yapılan odak grup görüşmeleri sonucunda etik tüketimin engelleyicileri belirlenmiştir. Katılımcıların görüşleri sorumlu tüketimde ürün özellikleri bağlamında değerlendirildiğinde yüksek fiyat ve düşük kalite engelleyici etmenler olarak görülmektedir. Katılımcıların alternatifler arasında sorumlu tüketim ürünleri için daha fazla ödeme yaptıklarında zamanla bu davranışlarından uzaklaştıkları belirlenmiştir. Her ne kadar daha fazla ödeme yapmaya istekli olduklarını belirtse de somut bir ödül görmedikleri ve sınırlı miktarda harcama limiti olduğu için bu davranışlardan uzaklaşmaktadırlar. Ayrıca katılımcıların sorumlu tüketim kapsamındaki ürünleri daha düşük kaliteli algıladığı belirtilmektedir (Bray vd., 2011: 601-602).

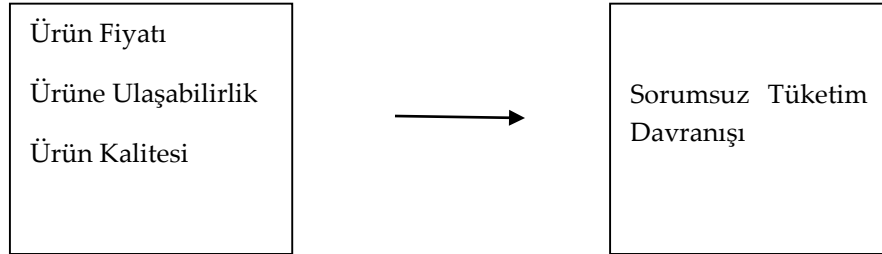
Benzer şekilde yapılan diğer bir çalışmada tüketicilerin etik kaygıları ile çelişen davranışlarına fiyatın neden olabileceği gösterilmektedir. Ayrıca ürün özellikleri kadar ürüne ulaşım, alışveriş yeri gibi faktörlerin de sorumlu tüketime engel olabileceği belirtilmiştir (Carrington vd., 2014: 2764-2765). Katılımcıların görüşlerine başvuran nitel bir çalışmada Gleim vd. yeşil tüketimin önündeki engelleri tespit etmişlerdir. Araştırmacılar verilen yanıtlara göre yeşil tüketim önündeki engelleri fiyat, kalite,

uzmanlık, güven, bulunabilirlik, ilgisizlik, marka sadakati ve diğer etkenler olarak belirlemişlerdir. Katılımcıların verdikleri yanıtlar çerçevesinde tüm kategoriler arasında fiyat %42,09 ile en büyük engel olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların fiyat ile ilgili yorumları şöyledir; “Yeşil ürünleri, normal ürünlere göre yaklaşık %20’lik bir fiyat aralığında, benzer olduğunda satın alırım. Ancak, maliyet normal ürünlerden önemli ölçüde yüksek olduğunda, normal ürünü satın alma eğilimindeyim. Bir ürün seçerken fiyat en büyük faktördür ve çevreci ürünler genellikle daha pahalıdır. Yeşil ürünler çevre için iyi olsa da, ortalama gelir için biraz pahalıdır”. İkinci en büyük engel %14,11 ile kalitedir. Tüketiciler genellikle geçmiş yeşil tüketim deneyimlerinde kalitesiz ürünlerle karşılaştığını ve bu nedenle yeşil tüketimden uzaklaştıklarını belirtmişlerdir. Bir diğer görüş ise yeşil ürünlerin kalitesinden şüphe ettikleri için sorumlu tüketimde bulunmadıklarını dile getirmiştir (Gleim vd., 2013: 47-49).

Satın alma karar sürecinde kurumsal sosyal sorumluluğun rolünü araştıran bir nitel çalışmada tüketicilerin karar verme sürecinde kurumsal sosyal sorumluluğun ilk planda olmadığı tespit edilmiştir. Bu durumun temel nedeni ise sosyal sorumlu ürünlerin fiyatlarının alternatiflerinden yüksek olmasıdır. Katılımcılar bu durum için; sosyal sorumlu ürünlerin diğerlerine göre üretim maliyetlerinin fazla olması ve dolayısıyla fiyatlarının yüksek olmasını anladıklarını fakat sınırlı bütçeye sahip olduklarından dolayı bu tarz tüketimden kaçındıklarını belirtmişlerdir (Öberseder vd., 2011: 16-19).

Barbarosa ve Pastore (2015: 19-20) yaptıkları çalışmada çevre bilincine sahip tüketicilerin neden çevre yanlısı tüketim gerçekleştirmediklerini araştırmışlardır. Sonuç olarak, mevcut olmama durumu, yüksek fiyat algısı ve yeşil ürünlerle ilgili yanlış iletişimin çevre bilincine sahip tüketicilerin yeşil ürün satın almamalarının ana nedenleri olarak belirtilmiştir. Buna göre bu nedenler çevre bilincine sahip tüketicilerin bile yeşil ürünleri satın almayı stresli, pahalı ve zaman kaybettiren bir aktivite olarak algılamasına neden olur. Böylece çevre bilincine sahip tüketiciler, tüketim sürecinde alternatiflerine göre yeşil ürünleri satın almanın daha fazla zaman gerektiren, daha pahalı ve daha fazla bilişsel süreç gerektiren bir aktivite olacağı için sorumsuz tüketim davranışında bulunmaktadır.

Tablo 6. Sorumsuz Tüketim Davranışı Boyutlarından Ürün Özellikleri Faktörleri



TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde birçok çevresel ve toplumsal sorunun temelini üretim ve tüketim süreçleri oluşturmaktadır (Dursun vd., 2016: 28). Tüketim her ne kadar yaşamı devam ettirebilmek için gerekli bir davranış olsa da beraberinde olumsuz durumları da getirmektedir (Sheth vd., 2011). Bireylerin tüketimin olumsuz yönleri hakkındaki bilgi seviyeleri artsa da tutum ve davranışlarında değişiklik olmamaktadır (Dastous ve Legendre, 2009; Ulusoy, 2015; Barbarossa ve Pastore, 2015). Bu çalışma bireylerin, tüketimin olumsuz etkileri hakkında olumlu algılara sahip olmasına rağmen tutum ve davranışlarının bu algı ile aynı doğrultuda olmasını etkileyen faktörleri belirlemeye çalışmaktadır. Sorumlu tüketim literatürü incelenerek tüketim sürecinde bireylerin sorumlu davranışlarını engelleyen faktörler kapsayıcı şekilde belirlenmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda sorumlu tüketimi engelleyici faktörler; yaşam tarzı, kişilik özellikleri, çevreci bilinç, değerler, tüketici etkinliği ve ürün özellikleri olarak belirlenmiştir.

Sorumlu tüketim literatüründe bireylerin yaşam tarzı ile tüketim davranışları arasındaki ilişkiyi belirlemek için genellikle VALS2 ölçeği kullanılmıştır (Lin, 2003). Bu çalışma bireylerin sorumlu tüketimini engelleyen yaşam tarzlarını belirlemek için VALS2 ölçeğini temel almaktadır. Bu doğrultuda

literatürdeki yapılan çalışmaların sonuçlarına göre Gerçekleştirilenler, Tecrübeliler ve Gayret edenler yaşam tarzına sahip tüketicilerin sorumsuz tüketim davranışı sergileyeceği anlaşılmaktadır.

Literatürde sorumlu tüketimde bulunmama faktörlerinden kişilik özellikleri ile ilgili yapılan çalışmalar genellikle özellik ve arketip yaklaşımına göre incelenmektedir. Özellik yaklaşımına göre ele alınan beş faktör kişilik yapılarından tüketim sürecinde bireylerin sorumlu davranışlarının önüne geçenler dışı dönük ve gelişime açık kişilik özellikleridir (Lucas vd., 2000; Luchs ve Mooradian, 2012: 137; Afriasih, 2015: 13; Doğan, 2013; Beyaz, 2020: 65-67). Kişilik yapılarının ele alındığı diğer bir çerçeve arketip özelliklerdir. Yapılan çalışmalar incelendiğinde bu özelliklerden bireylerin sorumlu davranışlarını engelleyenler Kâşif, Asi, Sihirbaz ve Soyтары olarak belirlenmiştir (Baştürk, 2009; Ayberk, 2014). Bu özelliklere sahip olan kişilerin daha çok bireysel düşüneceği, doğayı ve gelecek nesilleri dikkate almadan hareket edeceği ve sürekli yeniliklerin peşinden gideceği düşünülmektedir. Dolayısıyla tüketim sürecinde sorumsuz davranışlarda bulunacağı öngörülmektedir.

Sorumlu tüketimi engelleyen faktörlerden biri de çevre bilincidir. Yapılan çalışmalar incelendiğinde bilginin çeşitli şekillerde tüketim üzerinde etkisi olduğu görülmektedir. Öncelikle bireylerin, tüketimin yol açtığı sosyal ve çevresel sorunlar hakkında ne kadar çok bilgi sahibi olursa o kadar sorumlu davranacağı söylenebilir (Dastous ve Legendre, 2009). Bireylerin tüketim davranışlarını değiştirdiği takdirde elde edilecek faydalardan habersiz olması sorumsuz davranışlara neden olur (Stern, 1999). Ayrıca işletmelerin, yapı olarak ve üretim süreçlerinde çevreyi dikkate aldığını tüketicilere bilgilendirmemesi sorumsuz davranışlara yol açar (Shaw vd., 2005: 191; De Pelsmacker ve Janssens, 2006). Aynı şekilde ürünlerin çevreci olup olmadığının bilinmemesi tüketim süreçlerinde bireylerin sorumlu davranışlarını engelleyebilir (EssoussiveZahaf, 2009). Bu doğrultuda ürün bilgisi, üretim bilgisi ve çevre bilincinin eksikliği tüketicilerin sorumsuz davranışlarına neden olduğu söylenebilir.

Bireylerin sorumsuz tüketim davranışına neden olan etmenlerden biri de değerlerdir. Sorumlu tüketim bağlamında birçok çalışma literatürde geçerliliği olan Schwartz'ın modeli kullanmaktadır (Schwartz, 1994). Buna göre modelde yer alan Yeniliğe açıklık ve Özgenişletim değer yapılarına sahip olan bireylerin sorumsuz tüketimde bulunacağı düşünülmektedir. Buna göre bu değer yapısına sahip olan bireylerin daha çok kendi çıkarlarını düşündükleri, çevreyi ve gelecek nesli dikkate almadan tüketim davranışları gerçekleştirecekleri öngörülmektedir. Dolayısıyla tüketim süreçlerinde sorumsuz davranabilirler. Değer yapılarında ele alınan bir diğer faktör kolektivist ve bireyci değerlere sahip olma durumudur. Bu açıdan bakıldığında bireyci değerlere sahip olan kişilerin tüketim davranışlarında sorumsuz olacağı öngörülmektedir (McCarty ve Shrum, 1994; Thøgersen ve Ölander, 2002). Bu değer yapısına sahip olanların toplumsal sorunları dikkate almayan, hazzı tüketim davranışları sergileyecekleri düşünülmektedir (Vermeir ve Verbeke, 2008; Alnaçık ve Yılmaz, 2008). Sonuç olarak, yeniliğe açıklık, özgenişletim ve bireyci değerlere sahip olan bireylerin tüketim süreçlerinde sorumsuz davranacakları düşünülmektedir.

Tüketim süreçlerinde sorumsuz tüketim davranışlarına yol açan bir diğer faktör tüketici etkinliğidir. Tüketici etkinliği, kişinin davranışlarını değiştirmesiyle beraber toplumsal sorunların üstesinden geleceğine olan inancıdır (Ellen vd., 1991). Bireyler tüketim davranışlarını değiştirdiği takdirde sosyal ve toplumsal sorunların düzeleceğine inanırsa sorumlu tüketim gerçekleştirir (Berger ve Corbin, 1992; Lee vd., 2014). Ancak bireyler tüketim davranışlarını değiştirmelerinin hiçbir etkisi olmayacağına inanırsa sorumsuz tüketim davranışı sergileyebilmektedir. Ayrıca bireyler kendi çıkarları ile toplum çıkarları arasında kaldığında kendi çıkarlarına daha çok motive olduğunda sorumsuz tüketim davranışı sergileyebilmektedir. Ek olarak kendi çıkarları ile toplum çıkarları arasında kalan tüketiciler ortak bir davranış sergilenirse kendi çıkarlarından uzaklaşabilir. Aksi takdirde yine kendi çıkarlarını düşünerek sorumsuz tüketim gerçekleştirir. Son olarak, tüketiciler toplumsal sorunların kendisinin değil işletmelerin ve hükümetlerin sorumluluğunda olduğunu düşündüğünde sorumsuz tüketim davranışı sergileyebilmektedir. Özetle, bireyler tüketim davranışlarını değiştirmenin toplumsal sorunların çözümü için işe yaramadığını düşündüğünde, kendi çıkarları ile toplum çıkarları arasında kaldığında ve toplumsal sorunların işletmelerin ve hükümetlerin sorumluluğunda olduğunu düşündüğünde sorumsuz tüketim gerçekleştirebilir.

Son olarak, ürün özellikleri desorumsuz tüketim davranışöncüllerden biri olabilmektedir. Ürün özellikleri kapsamında tüketicilerin sorumlu tüketim hakkındaki tutumları ile davranışları arasındaki farkı ortaya koyan birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalara sorumsuz tüketim davranışının en önemli ürün özelliği fiyattır. (Bray vd., 2011). Çalışmalar incelendiğinde tüketicilerin sorumlu tüketimle ilgili olumlu tutumlar sergilediği ancak satın alma sürecinde sorumlu tüketim kapsamındaki ürünlerin alternatiflerine göre daha yüksek fiyatlı olduğundan dolayı kaçındıkları tespit edilmiştir. Tüketiciler bu ürünlerin üretim maliyetlerinin fazla olmasından dolayı fiyatlarının yüksek olduğunun bilincinde olmasına rağmen kısıtlı bütçeye sahip olduklarından dolayı sorumsuz tüketim davranış sergilemektedirler (Öberseder vd., 2011). Sorumlu tüketimi engelleyen bir diğer ürün özelliği kalitedir. Tüketicilerin sorumlu tüketim kapsamında yaptıkları geçmiş tüketim deneyimleri kalitesizlikle sonuçlandığı için sorumlu tüketim kapsamındaki ürünleri kalitesiz olarak görmekte ve bu ürünlerden uzak durmaktadırlar (Gleim vd., 2013). Son olarak, ürün özellikleri kadar alışveriş süresi içinde ürünlere ulaşmak da sorumsuz tüketim davranış nedenlerinden biridir (Carrington vd., 2014; Barbarosa ve Pastore, 2015). Buna göre sorumlu tüketim ürünlerinin bütün alışveriş alanlarında bulunması ve mağaza içerisindeki konumunun da kolayca tespit edilecek şekilde olması gerekmektedir. Aksi takdirde tüketiciler sorumlu tüketim davranışını zaman kaybı olarak algılamakta ve bu davranışlardan uzaklaşmaktadır. Sonuç olarak, yüksek fiyat, düşük kalite ve kolay ulaşım tüketicilerin sorumsuz tüketim davranış öncüllerinden sayılabilir.

Bu çalışma sorumsuz tüketim davranışöncüllerini belirlemeye yönelik derleyici özelliğe sahip bir çalışmadır. Bu doğrultudaki çalışmalar incelenerek kapsayıcı bir sınıflandırma gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Ancak bu sınıflandırmanın geçerliliğini tespit edebilmek için daha fazla araştırmaya gerek duyulmaktadır. Bu doğrultuda sorumlu tüketimi engelleyici öncüller ile boyutlar nicel olarak test edilip, aralarındaki ilişki ortaya konulmalıdır.

Ek olarak sorumlu tüketimi engelleyen boyutlar ve faktörler dikkate alınarak, tüketiciler için en fazla hangi boyutun ve faktörün tüketim sürecinde sorumsuz davranışlara neden olduğu tespit edilmelidir. Ayrıca sorumsuz tüketim davranış öncülleri kapsayıcı şekilde ele alınmaya çalışılmış olsa da sorumlu tüketim, içerisinde birçok motivasyonu barındıran bir kavram olduğu için farklı kavramların ele alınmasıyla sınıflandırma genişletilebilir. Benzer şekilde her ne kadar geniş bir çerçeve çizilmiş olsa da hem imkan hem de çatı kavram olmasından dolayı bütün literatür ele alınmış olmayabilir. Araştırmacılar bu durumları göz önüne alarak gelecek çalışmalarında literatürü genişletebilir ve çalışmayı ilerletebilir.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

KAYNAKÇA

- Afriasih, M, U. (2015). *Personality and life style analysis of socially responsible consumption*, Master Thesis, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Alınacak, Ü. ve Yılmaz, C. (2008). Değer yargıları ve tüketimde çevreci eğilimler, *Ulusal Pazarlama Kongresi*, 30.
- Ayberk, A, E. (2014). *Marka Kişiliği Çerçevesinde Arketip Yaklaşımı Yoluyla Reklamlarda Hikâye Anlatımı*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Maltepe Üniversitesi, İstanbul.
- Aydın, H. ve Ünal, S. (2016). A study on the effects of the consumer lifestyles on sustainable consumption, *Inquiry*, 1(2): 133-152.
- Bandura, A. (1994). Social cognitive theory and exercise of control over HIV infection, *In Preventing AIDS*, 25-59.
- Barbarossa, C. and Pastore, A. (2015). Why environmentally conscious consumers do not purchase green

- products: A Cognitive mapping approach, *Qualitative Market Research: An International Journal*, 18(2): 188-209.
- Baştürk, F. (2009). *Marka Kişilik Kuramında Arketip Yaklaşımı*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Berger, I. E. and 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.
- Beyaz, R. (2020). Z Kuşağı tüketicilerin kişilik özellikleri ve bilinçli tüketim eğilimleri arasındaki ilişkinin incelenmesi, *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 8(22): 51-75.
- BM: Et tüketimi doğaya zarar veriyor. (2021, Şubat). DW. <https://www.dw.com/tr/bm-ett%C3%BCketimi-do%C4%9Faya-zarar-veriyor/a-56455623> [Erişim Tarihi: 06.04.2021].
- Bray, J., Johns, N. and Kilburn, D. (2011). An Exploratory study into the factors impeding ethical consumption, *Journal of business ethics*, 98(4): 597-608.
- Carrington, M. J., Neville, B. A. and Whitwell, G. J. (2014). Lost in Translation: exploring the ethical consumer intention-behavior gap, *Journal of Business Research*, 67(1): 2759-2767.
- Cho, Y. N., Thyroff, A., Rapert, M. I., Park, S. Y. and Lee, H. J. (2013). To Be or Not to Be Green: Exploring individualism and collectivism as antecedents of environmental behavior, *Journal of Business Research*, 66(8): 1052-1059.
- 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, 21-37.
- Costa Jr, P. T., and McCrae, R. R. (1995). Domains and Facets: Hierarchical personality assessment using The revised NEO personality inventory, *Journal of Personality Assessment*, 64(1): 21-50.
- D'Astous, A. and Legendre, A. (2009). Understanding consumers' ethical justifications: A Scale for appraising consumers' reasons for not behaving ethically, *Journal of Business Ethics*, 87(2): 255-268.
- Danah, Z. (2004). *Ruhsal Zekâ*. (Çev. Burak Erdemli- Kemal Budak) Meta Yayınları.
- De Pelsmacker, P. and Janssens, W. (2007). A Model for fair trade buying behaviour: The role of perceived quantity and quality of information and of product-specific attitudes, *Journal of Business Ethics*, 75(4): 361-380.
- Dikmenli, Y. ve Konca, A. S. (2016). Validity and reliability study of environmental consciousness scale/Tüketici çevre bilinci algı ölçeği geçerlik ve güvenirlik çalışması, *Eğitimde Kuram ve Uygulama*, 12(6): 1273-1289.
- Doğan, T. (2012). Beş Faktör Kişilik Özellikleri ve Öznel İyi Oluş, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 14(1): 56-64.
- Dursun, İ. ve GÜNDÜZ, S. (2016). Türkiye'de sorumlu tüketim davranışı üzerine araştırmalar: Ulusal makaleler ve lisansüstü tezler üzerine bir derleme/Responsible consumption researches in Turkey: A review on national studies and dissertations, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(4): 1365-1391.
- Dursun, İ., Kabadayı, E. T. ve Tuğer, A. T. (2016). Sorumlu tüketim: neden? nasıl?, *Tüketici Yazıları* (V), 9.
- Ellen, P. S., Wiener, J. L. and Cobb-Walgren, C. (1991). The role of perceived consumer effectiveness in

- motivating environmentally conscious behaviors, *Journal of public policy&marketing*, 10(2): 102-117.
- Erciş, A., Ünal, S. ve Can, P. (2007). Yaşam tarzlarının satın alma karar süreci üzerindeki rolü, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2): 281-311.
- Eren, C. ve Dal, N, E. (2019). Markaların kişilik arketiplerinin algılanması: Otomobil markaları üzerine bir araştırma, *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, (43): 39-66.
- Erten, S. (2004). Çevre eğitimi ve çevre bilinci nedir, çevre eğitimi nasıl olmalıdır, *Çevre ve İnsan Dergisi*, 65(66): 1-13.
- Essoussi, L, H. and Zahaf, M. (2009). Exploring the decision-making process of canadian organic food consumers: Motivations and trust issues, *Qualitative Market Research: An International Journal*, 12(4): 443-459.
- Dünya Bankası: Dünya hızla artan atık miktarı nedeniyle alarm veriyor. (2018, Eylül).Sputniknews.<https://tr.sputniknews.com/cevre/201809211035314327birlesmismilletlerdunya-bankasi-rapor-atk-artma-asya-sahraalti-africa/>[Erişim Tarihi: 04.04.2021].
- Gleim, M. R., Smith, J, S., and Rews, D. and Cronin Jr, J, J. (2013). Against the green: A multi-method examination of the barriers to green consumption, *Journal of retailing*, 89(1): 44-61.
- Gulyás, E. (2008). Interpretations of ethical consumption, *Review of Sociology*, 14(1), 25-44.
- Hangi ülke ne kadar çöp üretiyor, ne kadarını geri dönüştürüyor? (2019, Temmuz).BBC. 48851661#:~:text=Endekse%20g%C3%B6re%2C%20d%C3%BCnya%20genelinde%20her,%C3%A7%C3%B6p%20oran%C4%B1%20ise%20y%C3%BCzde%2027 [Erişim Tarihi: 06.04.2021].
- Karaca, Ş. (2018). Yaşam tarzının sürdürülebilir tüketim davranışı üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bir çalışma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(3): 403-425.
- Kuşdil, M, E. ve Kağıtçıbaşı, Ç. (2000). Türk öğretmenlerin değer yönelimleri ve Schwartz değer kuramı, *Türk Psikoloji Dergisi*, 15(45): 59-76.
- Lee, Y, K., Kim, S., Kim, M, S. and Choi, J, G. (2014). Antecedents and interrelationships of three types of pro-environmental behavior, *Journal of Business Research*, 67(10): 2097-2105.
- Lin, F, Y. (2003). An analysis of hospitality consumer life styles in the United States, Unpublished PhD Thesis, Texas TechUniversity.
- Lucas, R, E., Diener, E., Grob, A., Suh, E, M. and Shao, L. (2000). Cross-Cultural evidence for the fundamental features of extraversion, *Journal of personality and social psychology*, 79(3): 452.
- Luchs, M, G. and Mooradian, T, A. (2012). Sex, personality, and sustainable consumer behaviour: elucidating the gender effect, *Journal of Consumer Policy*, 35(1): 127-144.
- Mark, M. and Pearson, C, S. (2001). The hero and the outlaw: Building extraordinary brands through the power of archetypes. New York.
- McCarty, J, A. and Shrum, L, J. (1994). The recycling of solid wastes: Personal values, value orientations, and attitudes about recycling as antecedents of recycling behavior, *Journal of Business research*, 30(1): 53-62.
- Memery, J., Megicks, P., Angell, R. and Williams, J. (2012). Understanding ethical grocery shoppers, *Journal of Business research*, 65(9): 1283-1289.

- Murphy, J. and Cohen, M. J. (2001). Sustainable consumption: Environmental policy and the social sciences, *In Exploring Sustainable Consumption*, 225-240, Pergamon.
- Oberseder, M., Schlegelmilch, B. B. and Gruber, V. (2011). Why don't consumers care about CSR? A qualitative study exploring the role of CSR in consumption decisions, *Journal of business ethics*, 104(4): 449-460.
- Özgül, E. (2010). Tüketicilerin değer yapıları, gönüllü sade yaşam tarzı ve sürdürülebilir tüketim üzerindeki etkileri, *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28(2): 117-150.
- Phipps, M., Ozanne, L. K., Luchs, M. G., Subrahmanyam, S., Kapitan, S., Catlin, J. R. and Weaver, T. (2013). Understanding the inherent complexity of sustainable consumption: A social cognitive framework, *Journal of Business Research*, 66(8): 1227-1234.
- Rasmussen, T. A. (2014). Experience and sustainable consumption, *The Journal of Transdisciplinary Environmental Studies*, 13(1): 2.
- Roberts, J. A. (1996). Green consumers in the 1990s: Profile and implications for advertising, *Journal of Business Research*, 36(3): 217-231.
- Sarı, S. ve Topçuoğlu, F. (2019). Kişilik tiplerinin sürdürülebilir tüketim davranışları üzerine bir araştırma, *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 24(2): 159-169.
- Schwartz, S. H. (1994). Are there universal aspects in the structure and contents of human values?, *Journal of social issues*, 50(4): 19-45.
- Shaw, D., Grehan, E., Shiu, E., Hassan, L. and Thomson, J. (2005). An exploration of values in ethical consumer decision making, *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 4(3): 185-200.
- Sheth, J. N., Sethia, N. K. and Srinivas, S. (2011). Mindful consumption: A customer-centric approach to sustainability, *Journal of the academy of marketing science*, 39(1): 21-39.
- Stern, P. (2000). Toward A coherent theory of environmentally significant behavior, *Journal of social issues*, 56(3): 407-424.
- Stern, P. C. (1999). Information, incentives and proenvironmental consumer behavior, *Journal of Consumer Policy*, 22(4): 461-478.
- Straughan, R. D. and 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.
- Thøgersen, J. and Olander, F. (2002). Human values and the emergence of a sustainable consumption pattern: A panel study, *Journal of Economic Psychology*, 23(5): 605-630.
- Ulusoy, E. (2016). Experiential responsible consumption, *Journal of Business Research*, 69(1): 284-297.
- Urien, B. and Kilbourne, W. (2011). Generativity and self-enhancement values in eco-friendly behavioral intentions and environmentally responsible consumption behavior, *Psychology & marketing*, 28(1): 69-90.
- Vermeir, I. and 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(3): 542-553.
- 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.

Yüce, A. (2013). Kollektivist kültür Değerinin sosyal sorumlu tüketim üzerine etkisini belirlemeye yönelik bir araştırma, *Journal of Graduate School of Social Sciences*, 17(2): 275-291.