

Tüketicilerin Döngüsel Ekonomiye Katılımları Üzerine Nitel Bir Araştırma



Betül BALIKÇIOĞLU¹
Melek AYDIN KANLITEPE²

Öz

Döngüsel ekonomiye geçişte en zayıf halka çoğu zaman tüketici olarak görülse de hareketin başlatıcısı olarak bilinçli tüketiciler önemli bir baskı unsurudur. Bu bağlamda çalışmanın amacı tüketicilerin döngüsel tüketim davranışlarını araştırmaktır. Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılarak 18 katılımcıyla derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, döngüsel tüketimle ilgili beş davranış bulgulanmıştır. Söz konusu davranışlar; satın almadan önce tüketimi azaltma, satın alma sırasında bilgi arayışı ve kullanım yoğunluğunu arttıracak çözüm arayışları, kullanım aşamasında ürün ömrünü uzatmak için gerçekleştirilen davranışlar ile son olarak ürünün üretim sürecine yeniden katılmasına yönelik elden çıkarma davranışları bulunmaktadır.

Anahtar kelimeler: Döngüsel ekonomi, döngüsel tüketim, döngüsel tüketim davranışı

- Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:** Doç. Dr., Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, bbalikci@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-7043-2544>
- Arş. Gör., Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, melek.aydin@mku.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-1311-4907>

Makale Türü / Paper Type: Araştırma Makalesi / Research Paper

Makale Geliş Tarihi / Received: 06.05.2022

Makale Kabul Tarihi / Accepted: 25.11.2022

A Qualitative Research on Consumers' Participation in the Circular Economy

Abstract

Although consumers are seen as the weakest link in the transition to the circular economy, conscious consumers have an important role as the initiator of this movement. In this context, the aim of the study is to investigate the participation of consumers' in the circular economy. The data were collected from 18 participants through in-depth interview technique using the qualitative research method. In the research, it was found that circular consumption consists of five behaviours gathered under four levels. These behaviors are; to reduce consumption before purchasing, to seek information at the purchasing stage and to find solutions that will increase the intensity of use of the products, to extend the life of the product during the usage phase and finally to dispose of the product in a way that allows it to be reused in the production system.

Keywords: Circular economy, circular consumption, circular consumption behaviour

Giriş

Günümüzde sanayileşme ve küreselleşme sonucunda artan üretim ve tüketimin olumsuz etkilerinden en önemlisi aşırı kaynak kullanımı ve atık miktarının sebep olduğu çevre tahribatıdır. PACE'in (The Platform for Accelerating the Circular Economy) 2019 raporuna göre küresel düzeydeki kaynak kullanımı 1970 yılındaki 26,7 milyar tondan, üç katından fazla bir artışla, 2017 yılında 92,1 milyar tona ulaşmıştır. Buna paralel olarak aynı yıllarda sera gazı salınımları 28 milyar tondan 53 milyar tona çıkmıştır (PACE, 2019: 11). AB ülkelerinin toplam evsel atık miktarı ise 2018 yılında 250 milyon ton olarak hesaplanırken Türkiye'de (on yılda %21 artarak) 2018'de 34,5 milyon tonu bulmuştur (Eurostat, 2018). Araştırmalara göre hane kaynaklı en yüksek çevresel etkiye sahip alanlardan biri özellikle elektrikli ve elektronik cihazlardan oluşan imal edilmiş ürünlerdir. Zira malzemelerin nihai ürünlere dönüştürülmesinde, malzemelerin üretiminde gerekli olanın yaklaşık üç katı kaynak kulla-

nılır ve bu üretim işlemi, zengin ülkelerin karbon ayak izine en önemli ikinci veya üçüncü katkı sağlayan maddesi olup emisyonlara katkıları servetle birlikte artış göstermektedir (Hertwich ve diğerleri, 2010). Yarı- m asır önce Boulding (1966), olumsuz çevresel etkilere karşı koymak için malzeme döngülerini kapatarak dayanıklılık, yeniden kullanım, yükseltme ve onarım için tasarım yaparak kaynakların toplam verimlili- ğini arttırarak çıktılarını azaltacak bir öngörü geliştirmiştir. Söz konusu öngörü, döngüsel ekonomi (circular economy) fikrinin temeli olarak ni- telendirilmektedir (Mont ve Heiskanen, 2015). Boulding’in (1966) öner- diği ve malzeme entropisinde ne artış ne de azalma olan kapalı sistemde tüketimden elde edilen tüm çıktıların üretim girdileri olacak şekilde sü- rekli olarak geri dönüştürülmesi esastır.

Döngüsel ekonomi, toksik malzeme kullanımının yasaklandığı ve atıkların “malzemelerin, ürünlerin, sistemlerin ve bunun içinde iş mo- delllerinin üstün tasarımı yoluyla” ortadan kaldırıldığı bir ‘endüstriyel sistem’ olarak nitelendirilir (Ellen MacArthur Foundation (EMF), 2012: 22). Geleneksel olan doğrusal üretim modelinin sürdürülemez olması sebebiyle gereken dönüşümü gerçekleştirmek için geliştirilen bir sistem olarak döngüsel ekonomi (EMF, 2015), ‘üret-kullan-at’ sürecine daya- nan doğrusal üretim modelinin değişimini zorunlu kılmaktadır.

Döngüsel ekonominin gelişmesinde yüksek ön maliyetler ve siyasi engellerin (Sauvé, Bernard ve Sloan, 2016) yanı sıra tüketici bilinci ve talep eksikliği de önemli bir engel olarak görülmektedir (Camacho-O- tero, Boks ve Pettersen, 2018; Kirzherr ve diğerleri, 2018). Döngüsel ekonomiye geçişte en zayıf halka çoğu zaman tüketici olarak görülse de hareketin başlatıcısı olarak bilinçli tüketiciler önemli bir baskı unsu- rudur. Zira günümüzde sayıları giderek artan bilinçli tüketicilerin oluş- turduğu baskılar, işletme kararlarına ve politika yapıcılara yön verecek niteliktedir. Döngüsel ekonominin yalnızca bir teknolojik yenilik değil aynı zamanda tüketici davranışı değişikliği olduğu da düşünülürse tü- keticilerin döngüsel ekonomiye katılımlarını anlamak önemli olacaktır.

Döngüsel ekonominin yaygınlaşmasında önemli bir etken olmasına rağmen, kavrama tüketici cephesinden bakan çalışmalar henüz keşifsel

nitelik taşımakta (Antikainen ve Lammi, 2016; Holmström ve Böhlin, 2017; Sijtsma, Snoek, Van Haaster-de Winter ve Dagevos, 2020) ve döngüsel çözümlerden bir veya bir kaçına odaklanarak kapsamda yetersiz kalmaktadır (Hazen, Mollenkopf ve Wang, 2017; Van Weelden, Muggge ve Bakker, 2016; Camacho-Otero, Pettersen ve Boks, 2017; Chamberlin ve Boks, 2018; Milios ve Matsumoto, 2019; Diddi ve Yan, 2019; Calvo-Porrall ve Lévy-Mangin, 2020). Ayrıca döngüsel ekonomi kavramı daha çok gelişmiş ülkelerde yürütülen araştırmalara konu olmuştur (Camacho-Otero ve diğerleri, 2018: 16). Döngüsel ekonomi üzerine Türkçe literatürde tanımlayıcı nitelikteki birkaç makale (Özsoy, 2018; Veral, 2018; Önder, 2018; Koçan, Gültekin ve Baştuğ, 2019; Açıkalm, 2020) ve kavramı işletme açısından inceleyen bir doktora tezinin (Yüce, 2020) olduğu görülmektedir. Bu bağlamda araştırmanın amacı; tüketim cephesinden döngüsel ekonomiye bir bakış sunmak ve tüketicilerin bu sisteme davranışsal olarak katılımının dışavurumunu ortaya çıkarmaktır.

Literatür Taraması

Döngüsel ekonomi kavramı literatürde ilk defa Pearce ve Turner (1990) tarafından kullanılmıştır (Özsoy, 2018). Döngüsel ekonomiye göre “her şey başka bir şeyin girdisidir” ve üretimde kapalı bir döngü oluşturmak esas alınmaktadır (Lieder ve Rashid, 2016: 43). Bu üretim modelinde, tıpkı doğada olduğu gibi, sürecin sonunda atık yerine besin/girdi meydana gelmesi ve döngünün sürdürülmesi hedeflenmektedir. Literatürde genel kabul gören basit bir tanımı olmamakla birlikte kavramın kapsamını ortaya koymaya çalışan çeşitli tanımlamalar mevcuttur. Geng ve Doberstien (2008: 232) döngüsel ekonomiyi tüm ekonomik sistemde kapalı bir malzeme akış döngüsünün gerçekleştirilmesi şeklinde tanımlamaktadır. Benzer şekilde Bocken, De Pauw, Bakker, ve Van Der Grinten (2016: 309) döngüsel ekonomiyi kaynak döngülerini yavaşlatan, kapatan ve daraltan ürün tasarımı ve iş modelleri şeklinde tanımlamaktadır. Avrupa Çevre Ajansı (European Environment Agency – EEA) kavramı “prensipl olarak, biyotik ve abiyotik malzemeler, su ve toprak dâhil olmak üzere her türlü doğal kaynağa” uygulanabilen “ekolojik tasarım,

onarım, tekrar kullanım, yenileme, yeniden üretim, ürün paylaşımı, atık önleme ve atıkların geri dönüşümünün” önemli olduğu bir sistem olarak belirli uygulamalar aracılığıyla tanımlamaktadır (EEA, 2016: 9). Avrupa Komisyonu’nun 2020’de kabul ettiği yeni dögüsel ekonomi eylem planında kavram; ürünlerin nasıl tasarlanacağından başlayarak, dögüsel ekonomi süreçlerinin ve sürdürülebilir tüketimin teşvik edilmesi ile israfın önlenmesine kadar ürünlerin yaşam dögüsü boyunca geçireceği tüm evreleri kapsayacak şekilde kullanılmaktadır (COM, 2020).

Kirchherr, Reike ve Hekkert (2017: 224) dögüsel ekonomi kavramını sürdürülebilir kalkınma amacıyla, mikro, mezo ve makro seviyelerde üretim, dağıtım ve tüketim süreçlerinde malzemeleri azaltma, tekrar kullanma, geri dönüştürme ve iyileştirmeye dayalı bir ekonomik sistem olarak tanımlamaktadır. Bunun yanı sıra sürdürülebilirlik ise ekonomik performans, sosyal gelişim ve çevresel yönetimin mevcut ve gelecek nesillerin yararına dengeli entegrasyonu olarak tanımlanmaktadır (Geissdoerfer, Savaget, Bocken ve Hultink, 2017). Bu kapsamda dögüsel ekonomi, sürdürülebilir bir gelecek için koşul olarak ele alınmakla birlikte dögüsel uygulamalar, sürdürülebilir kalkınma için etkili bir araç olarak görülmektedir (Sauvé ve diğerleri, 2016).

Bir sistem olarak dögüsel ekonomi temelde makro, mezo ve mikro şeklinde üç düzeyde incelenmektedir (Ghisellini, Cialani ve Ulgiati, 2016; Kirchherr ve diğerleri, 2017; Rovanto ve Bask, 2020). Makro düzeyde yapılan çalışmalar, dögüsel ekonominin genel endüstri yapısını ulusal ve küresel düzeyde nasıl etkilediğini analiz etmeye yöneliktir (Yong, 2007; Sakai ve diğerleri, 2011; Jiao ve Boons, 2014; McDowall ve diğerleri, 2017; Winans, Kendall ve Deng, 2017). Bu düzeyde hem üretim hem de tüketim boyutları birlikte değerlendirilerek sürdürülebilir kalkınma hedefine uygun dögüsel bir toplum yaratılmaya çalışılır (Geng ve Doberstein, 2008). Eko-şehirler yaratmak amacıyla eko-endüstriyel ağların oluşturulması ve şirketlerin atıkları ayrıştırma, yeniden üretim, tekrar kullanım, onarım gibi faaliyetleri hükümetlerce desteklenir. Ayrıca bu düzeyde tüketicilerin bilinçlendirilmesi amaçlanmaktadır. Geri dönüştürülmüş kâğıt gibi ürünlerin ‘yeşil ürün’ olarak işaretlenerek

özendirilmesi ve çevreye zarar veren ürünlerin üretiminin durdurulması için gerçekleştirilen tüm çabalar makro düzeydeki döngüsel ekonomi çabalarıdır (Geng ve Doberstein, 2008).

Mezo düzeydeki çalışmalarda ise bölgesel düzeyde eko-endüstriyel parklar incelenmektedir (Wenbo, 2011; Pan ve diğerleri, 2015; Govindan ve Hasanagic, 2018; Baldassarre ve diğerleri, 2019; Frei, Jack ve Krzyzaniak, 2020). Bu kapsamda, bir şirketin endüstriyel yan ürünü bir başka şirketin üretiminde girdi olabilmektedir. Eko-endüstriyel parklarda; atıkları en aza indirmek ve kaynak kullanım verimliliğini arttırmak adına şirketlerin etkileşime girmesi ve yeşil tedarik zinciri, genel olarak ürünlerin üreticilere yeniden değerlendirilmek üzere geri dönmesi anlamına gelen tersine lojistik gibi uygulamalar desteklenmektedir. Mikro düzeydeki döngüsel ekonomi araştırmaları; ürün (Selvfors, Rexfelt, Renström ve Strömberg, 2019), işletme faaliyetleri (Park ve diğerleri, 2010; Chen, Hung ve Ma, 2020) ve tüketici davranışlarına (Kuokkanen ve Sun, 2020) odaklanmaktadır. Bu düzey, genel olarak çevresel ayak izini azaltarak daha temiz bir üretim için atıkların azaltılması ve verimli kaynak kullanımına odaklanan girişimleri kapsamaktadır (Sauvé ve diğerleri, 2016).

Literatürde döngüsel ekonomiyi açıklamak için çeşitli kısaltmalar kullanılmaktadır. Bunlardan bazıları; 3R çerçevesi (Reduce, Reuse, Recycle) (Brennan ve diğerleri, 2015; Ghisellini ve diğerleri, 2016), 4R çerçevesi (Reduce, Reuse, Recycle, Recover) (Kirchherr ve diğerleri, 2017: 223) ve 6R çerçevesidir (Resale/direct reuse, Repurpose, Repair, Refurbish, Remanufacture, Resynthesize) (Sihvonen ve Ritola, 2015). En kapsamlı olanı ise 9R modeli olarak ifade edilmektedir (Kirchherr ve diğerleri, 2017). 9R modelinde doğrusal ekonomiden döngüsel ekonomiye doğru bir hiyerarşi vardır. Modelde yukarıya doğru çıkıldıkça döngüsellik artmaktadır (Potting ve diğerleri, 2017). Hiyerarşinin en altında doğrusal ekonomi felsefesine en yakın olan iyileştirme (recover) adımı bulunmaktadır. Diğer döngüsel çözümler, literatürdeki döngüsel ekonomiyi bir veya birkaçı üzerinden ele alan çalışmalarla birlikte, sırasıyla şöyledir: Geri dönüşüm (recycle) (Calvo-Porrall ve Lévy-Mangin, 2020), başka amaca uygunluk (repurpose), yeniden üretmek (remanufacture) (Hazen ve diğerleri, 2017; Camacho-Otero ve diğerleri, 2017; Chamber-

lin ve Boks, 2018; Milios ve Matsumoto, 2019) yenilemek (refurbish) (Van Weelden ve diğerleri, 2016), tamir etmek (repair) (Diddi ve Yan, 2019), tekrar kullanmak (reuse) (Chamberlin ve Boks, 2018), azaltmak (reduce), yeniden düşünmek (rethink) (Camacho-Otero ve diğerleri, 2017; Chamberlin ve Boks, 2018) ve reddetmek (refuse).

Döngüsel ekonomide, tüketim aşamasıyla ilgili üç tür kapalı döngü ayırt edilebilir. Birinci tipte, ürünler aynı veya farklı tüketiciler tarafından aynı veya farklı amaçlar için yeniden kullanılır. Ürünler ayrıca onarılabılır ve kullanımları aynı veya yükseltilmiş bir işlevle (ileri dönüşüm) genişletilebilir. İkinci tipte, ürünler geri alınır, sökülür ve parçaları yeniden bir üretim/ters lojistik sisteminde yeniden girdi olarak kullanılır. Üçüncü tipte, ne ürünler ne de parçaları ekonomik sistemde doğrudan bir değer üretir, bunun yerine malzemelerin değerinin geri kazanıldığı geri dönüşüm sistemine girerler. Döngü, ürünlerin, bunların parçalarının ve malzemelerinin kullanım sürelerini uzatarak, henüz kullanılmayan doğal kaynaklar üzerindeki baskıyı, yeni ürünlerin üretiminden kaynaklanan enerji kullanım miktarı ve kirlilik ile üretim ve tüketim sonrası atık hacimlerini azaltır (Mont ve Heiskanen, 2015).

Döngüsel ekonomiye tüketim açısından bakıldığında çeşitli işletme modellerinden söz etmek mümkündür. Buna göre iş modelleri; ikinci el ürünlerin tüketimi, erişim-temelli tüketim ve işbirlikçi tüketim şeklinde üç başlıkta ele alınabilir (Edbring, Lehner ve Mont, 2016). İkinci el tüketim modeli ile yeniden kullanımı sağlanarak ürün ömrünü uzatmak (Geissdoerfer ve diğerleri, 2017) döngüsel ekonominin işlevselleştirilmesidir. İkinci el tüketim, kaynak kullanımını ve israfı azaltmanın bir yolu olup bu modelde birincil ortaklar ve tedarikçiler olarak müşteriler bulunur (Gopalakrishnan ve Matthews, 2018). Edbring, Lehner ve Mont (2016) ikinci el ürün tüketimi, erişime dayalı tüketim ve ortak paylaşımaya yönelik tutumların ürün kategorilerine göre farklılıklar gösterdiğini belirlemişlerdir. Örneğin mobilya gibi eşyaların kolaylıkla yenilenebilir olması tercih edilmelerini sağlarken önceki sahiplerinden net izler taşıyan giyim eşyası gibi ikinci el ürünlerin kullanımı konusunda isteksizliklerin olduğu sonucuna varılmıştır.

Sahip olmadan ürün ve/veya hizmetlerin kiralanması şeklinde uygulanan erişime dayalı tüketim modelinin başarılı bir şekilde işlemesi için, ürünün niteliği önemli olmakla beraber erişim kolaylığı ile tüketici ve sağlayıcı arasındaki ilişkinin dinamikleri önemlidir (Raja ve diğerleri, 2013). Bu tüketim modelinin en başarılı örnekleri arasında scooter, bisiklet veya araba paylaşım programları (Tier, Circ, Zipcar) olmakla beraber abiye kıyafetlerden mücevherlere kadar çok farklı alanda çevrimiçi ve çevrimdışı ödünç alma uygulamalarına rastlamak mümkündür. Erişime dayalı tüketim modelinde tüketiciler, bir şeyler satın almak ve onlara sahip olmak yerine, ürünlere geçici olarak erişme deneyimi için ödeme yapmayı tercih ederler. Bu sayede sahiplenmek dolayısıyla mülkiyet, tüketicinin nihai arzusu olmaktan çıkar (Chen, 2009). ZipCar kullanıcıları üzerinde yapılan bir araştırma, insanların, ürüne bağlılığın geçici doğası nedeniyle erişime dayalı bir tüketim modelinde ürünlere yönelik bir sahiplik duygusu geliştirmedeğini göstermektedir (Bardhi ve Eckhardt, 2012).

Özellikle işbirliğine dayalı tüketim ve paylaşım ekonomisi, tüketicilerin döngüsel ekonomiye katılımlarında yeni roller üstlenmesinde etkilidir (Botsman ve Rogers 2010). Örneğin, tüketiciler şehir bahçeleri ile yiyecek üreterek ortak üretime katkı sağlayabilirler. Bundan başka, ‘kendin yap hareketine’ katılarak tüketiciler, birçok eşyayı kendi başlarına yapabilir ya da tamir edebilirken ayrıca bilgi ve becerilerini de paylaşabilirler. Paylaşım ve değişim temelli alternatif tüketim sistemleri ile az kullanılan ürün ve hizmetlerin kullanım yoğunluğu arttırılabilmektedir.

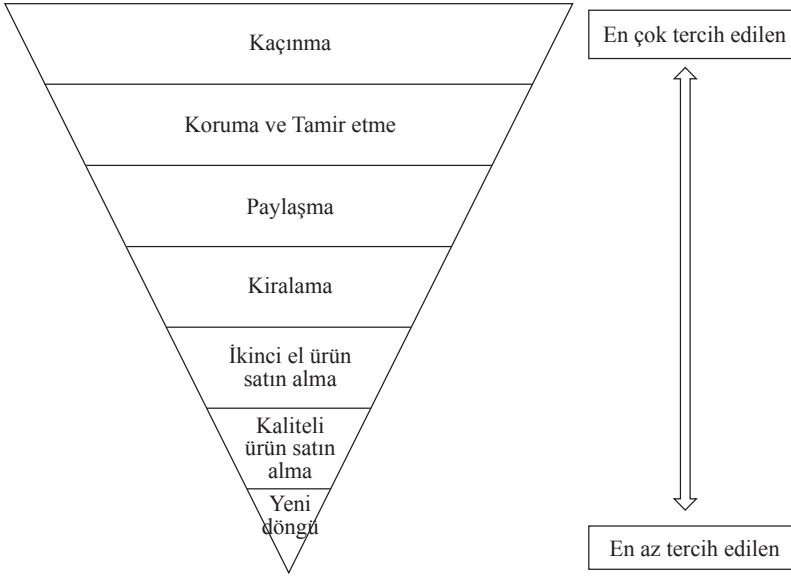
Botsman ve Rogers (2010), işbirlikçi tüketim ve paylaşım ekonomisine ek olarak insanların bireysel mal mülk sahipliğine dayalı sosyal statü anlayışından uzaklaşmaları gerektiğini belirtirler. Zira işbirlikçi tüketim, sahip olmak ve tüketmek yerine yapmaya, olmaya veya üretmeye metasızlaşarak tüketime geçişi sağlar (Dietz ve O’Neill, 2013). Her ne kadar erişim paylaşımına benzese de her iki tüketim biçimi bir mülkiyet devrini içermez. Paylaşım, “bizim olanı başkalarına kullanmaları için dağıtma eylem ve sürecini ve/veya kendi kullanımımız için başkalarından bir şey alma veya alma eylem ve sürecini” temsil eder (Belk, 2007: 126). Özetle döngüsel ekonomiye tüketim açısından katkı sağlayan bu modeller; kay-

nak kullanımını azaltmaya yönelik olup ürün ömrünün uzatılması, yenilenebilirlik, yeniden kullanım, onarım, kaynak kullanım yoğunluğunun artırılması ve kaydileştirmeye dayanır (Accenture, 2014).

Tüketicilerin satın alma karar süreci dikkate alındığında; satın alma öncesinde gösterdikleri davranışlardan başlamak ve kullanım sıklığı ve yoğunluğu dâhil olmak üzere ürünlerin nasıl kullanıldıkları, ürünün yeniden satılıp satılmayacağı, paylaşılıp paylaşılmayacağı, ürünlerin ne zaman, nasıl ve kim tarafından onarılacağı, ne zaman ve nasıl yenileneceği veya geri dönüştürüleceği ile ilgili kararlar ile ürünün hangi aşamada ve ne şekilde elden çıkarılabileceğinin tespit edilmesi tüketimde döngüsellığı sağlamak açısından önemlidir (Mont ve Heiskanen, 2015). Bu bağlamda döngüsel ekonomide tüketicilerin alıcı olarak satın aldıklarını; koruyan, tamir eden, satan, paylaşan ve ayrıştıran olmak üzere çeşitli rollerinden söz etmek mümkündür (Maitre-Ekern ve Dalhammar, 2019: 399).

Literatürde tüketicilerin tek kullanımlık, kısa ömürlü veya gereksiz ürünler satın almaktan kaçınmasına (Doğan ve diğerleri, 2015; Balderjahn ve diğerleri, 2013), eldeki ürünü koruyarak dikkatli kullanma ve bozulduğunda tamir etme davranışına (Kiraci ve Kayabasi, 2010), sahiplik devri yapılmaksızın kullanım hakkı elde etme, bağış ve ödünç alma veya verme davranışları kapsamında paylaşım davranışına (Barnes ve Mattsson, 2016; Doğan ve diğerleri, 2015; Balderjahn ve diğerleri, 2013), mülkiyet hakkı elde etmeden ürünün kendisinden ziyade belirli bir süre sağladığı hizmeti satın alma davranışı olarak tanımlanan kiralama davranışına (Doğan ve diğerleri, 2015; Balderjahn ve diğerleri, 2013), ikinci el ürün alıp satma davranışı, dayanıklı, enerji tasarruflu ve organik olan kaliteli ürünler tercih etme davranışına (Doğan ve diğerleri, 2015; Şener ve Hazer, 2008), yenilenmiş ve yeniden üretilmiş ürünler ile geri ve ileri dönüşüm yöntemleriyle yeni bir döngü oluşturma davranışına (Doğan ve diğerleri, 2015; Balderjahn ve diğerleri, 2013; Şener ve Hazer, 2008; Fraj ve Martinez, 2006) yönelik araştırmalar mevcuttur.

Şekil 1’de döngüsel ekonomide tüketici davranışları, en çok tercih edilenden en az tercih edilene doğru Maitre-Ekern ve Dalhammar (2019) tarafından oluşturulan bir sıralamayla verilmektedir.



**Şekil 1: Döngüsel ekonomide tüketim davranışı hiyerarşisi
(Maitre-Ekern ve Dalhammar, 2019: 403)**

Şekildeki piramidin en başında tek kullanımlık ürün satın almaktan kaçınma yer almaktadır. Daha sonra sırasıyla kullanılan ürünü koruma ve arızalandığında tamir etme, paylaşma kiralama, ikinci el ürün satın almayı tercih etme, yüksek kaliteli, dayanıklı ve enerji tasarruflu ürünleri satın alma ve son olarak da tekrar kullanım, yeniden üretim ya da geri dönüşümle yeni bir döngü oluşturmak için teslim etme davranışları bulunur (Maitre-Ekern ve Dalhammar, 2019: 420). Alıcı olarak tüketici; gereksiz ürünleri satın almaktan kaçınma, satın alma kararı verirken döngüsel iş modellerini tercih etme, ürün etiketlerini dikkatlice okuma, ikinci el ürünleri tercih etme, kiralama, ürün yerine kullanım hakkını satın alma, dayanıklı ve kaliteli ürünleri tercih etme, yedek parçası olan ürünleri satın alma gibi davranışlarda bulunmaktadır.

Koruyucu olarak tüketicinin çalışan ürünleri değiştirmekten kaçınma ve ürünlerin ömrünü uzatmak adına doğru kullanma ve bakım yapma gibi sorumlulukları vardır. Döngüsel ekonomide tüketici, tamiri mümkün olan ürünleri kendisi ya da uzman desteğiyle tamir etme yoluna gitmelidir.

Aynı zamanda yeniden kullanımı mümkün olan ürünleri çöpe atmaktansa satılmasını sağlayarak döngünün devamlılığını korumalıdır. Tüketici, maksimum yararın sağlanması adına, mümkün olan ürünleri başka kullanıcılarla paylaşmalı ve son olarak atıkları doğru bir şekilde ayrıştırmalıdır.

Yöntem

Araştırma Yöntemi ve Örneklem

Araştırmada mevcut literatürden yola çıkılarak yarı yapılandırılmış soru formu oluşturulmuş (Maitre-Ekern ve Dalhammar, 2019; Kirchherr ve diğerleri, 2017) ve döngüsel ekonomideki tüketim davranışlarının belirlenmesi üzerine bir nitel araştırma tasarlanmıştır.

Araştırmada amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırmalarda yaygın olarak kullanılan amaçlı örneklemede araştırmacının seçeceği bireyler, araştırma problemini ve çalışmadaki merkezi fenomeni anlama konusunda bilinçli olarak bilgi verebilecek niteliğe sahip olmalıdır (Patton, 2015). Bu doğrultuda, döngüsel ekonominin sürdürülebilirlik amacına hizmet eden bir araç olması sebebiyle katılımcıların araştırmanın çatısını oluşturan sürdürülebilir tüketim ile ilgili bilgi sahibi ve deneyimli olmalarına ve farklı yaş, cinsiyet ve gelir düzeylerine sahip olmalarına özen gösterilmiştir. Pazarlama ve tüketim mesajlarının fazla olması ve buna karşılık sosyal ve çevresel konularda faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları ve dernek gibi toplulukların aktif olması sebebiyle katılımcılar üç büyük şehirden (İstanbul, Ankara ve İzmir) seçilmiştir.

Nitel araştırmalarda, verilerin tekrarlanması durumunda veri doygunluğuna ulaşıldığı anlaşılmaktadır (Baltacı, 2019: 373). Görüşmeler sırasında yeni veri girişleri takip edilmiş ve araştırmacı tarafından yeterli veri doygunluğuna ulaşıldığı düşünüldüğünde araştırma sonlandırılmıştır. Araştırmanın örnekleme 18 katılımcıdan oluşmaktadır. Gizliliğin sağlanması adına katılımcılara görüşme sırası esas alınarak kod adları verilmiştir. Katılımcı profili Tablo 1’de verilmektedir.

Katılımcıların bilgisi ve izni dâhilinde görüşmeler ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır. Toplam görüşme süresi 13 saat 11 dakikadır. Gö-

rüşmelerin ses kayıtları docx. uzantılı Microsoft Office Word belgesine deşifre edilerek çözümlenebilir hale getirilmiştir. Görüşmelerin toplam dökümü 220 sayfadır (12 punto, Times New Roman yazı fontu, 1 satır aralığıyla). Veriler teorik çerçeveye dayalı olarak oluşturulan kategoriler kapsamında derlenmiştir. Verilerin analizinde Maxqda 2018 programından yararlanılmıştır.

Tablo 1: Katılımcı profili

Kod	Yaş	Cinsiyet	Eğitim	Meslek	Gelir
G 1	28	Kadın	Y.Lisans	Akademisyen	10.000 TL
G 2	44	Erkek	Lisans	Öğretmen	7.000 TL
G 3	30	Erkek	Lisans	Öğrenci	7.000 TL
G 4	29	Kadın	Y.Lisans	Öğrenci	6.000 TL
G 5	34	Kadın	Y.Lisans	Öğretmen	9.000 TL
G 6	23	Erkek	Lisans	Memur	4.500 TL
G 7	43	Kadın	Doktora	Endüstriyel Tasarımcı	9.000 TL
G 8	31	Kadın	Lisans	Gazeteci	15.000 TL
G 9	24	Erkek	Lisans	Yeni mezun	3.000 TL
G 10	48	Kadın	Doktora	Çevre Mühendisi	20.000 TL
G 11	30	Erkek	Y.Lisans	Öğrenci	5.200 TL
G 12	26	Kadın	Y.Lisans	Diyetisyen	20.000 TL
G 13	30	Kadın	Lisans	Mimar	10.000 TL
G 14	31	Kadın	Y.Lisans	Uzman	12.000 TL
G 15	31	Kadın	Y.Lisans	Öğrenci	5.000 TL
G 16	30	Kadın	Y.Lisans	Akademisyen	10.000 TL
G 17	25	Erkek	Lisans	Avukat(STK çalışanı)	12.000 TL
G 18	46	Kadın	Y.Lisans	Çevre Mühendisi	10.000 TL

Görüşmeler 7 Temmuz 2021 ile 31 Ağustos 2021 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların literatürde yer alan tanımsal ölçütlere uygunluk göstermelerine dikkat edilmiştir. Döngüsel tüketim davranışı ölçütlerine uygun olmadığı düşünülen bir katılımcı (G 6) araştırmaya dâhil edilmemiştir.

Araştırmanın Geçerliği ve Güvenirliği

Bilimsel araştırmalar için önemli olan geçerlik ve güvenirliğin sağlanması nitel araştırmalarda nicel araştırmalardan farklı şekilde ölçülmektedir. Nitel araştırmaların inandırıcılık, aktarılabirlik, güvenilebilirlik ve onaylanabilirlik olarak belirlenen dört ölçüt açısından sınanması gerekmektedir (Guba ve Lincoln, 1982: 246-247). Bu dört ölçütün sağlanması için kullanılan yöntemler Tablo 2’de sunulmaktadır.

Tablo 2: Nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenirliğin sağlanması için kullanılan yöntemler

Ölçüt	Nitel Araştırma	Yöntemler
İç geçerlik	İnandırıcılık	Uzun süreli etkileşim Derinlik odaklı veri toplama Katılımcı teyidi
Dış geçerlik	Aktarılabirlik	Ayrıntılı betimleme Amaçlı örnekleme
İç güvenirlik	Güvenilebilirlik	Tutarlık incelemesi
Dış güvenirlik	Onaylanabilirlik	Teyit incelemesi

Araştırmada izlenen sürecin gerçekliği ortaya çıkarmadaki yeterliliğiyle ilişkili olan iç geçerlilik ölçütü nitel araştırmalarda inandırıcılık kriterine karşılık gelmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 255).

Bu araştırmada inandırıcılık kriterinin sağlanması için uzun süreli etkileşim, derin odaklı veri toplama ve katılımcı teyidi yöntemleri kullanılmıştır. Araştırmada görüşmeler için yeterli bir zaman ayrılarak katılımcılarla uzun süreli etkileşim gerçekleştirilmiş ve bir güven ortamı yaratılmaya çalışılmıştır. Derin odaklı veri toplama, araştırmacının görüşmeler sırasında gelen verileri anlama, yorumlama, karşılaştırma ve kavramsallaştırma yeterliliği şeklinde açıklanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 267). Araştırmada görüşmelerden önce derinlemesine bir literatür taraması gerçekleştirilerek teorik alt yapı edinilmiştir. Bu sayede görüşmeler sırasında gelen verileri yeni sorularla irdeleme, anlam-

landırma ve sınıflandırma yeterliğine sahip olunmuştur. Son olarak görüşmeler sırasında katılımcıların ifadeleri toparlanarak katılımcılardan teyit istenmiştir. Bu yöntemle yanlış anlaşılmalardan kaynaklı sorunların önüne geçilmesi amaçlanmaktadır.

Nitel araştırmalardaki benzer grup ya da ortamlar için genellenebilir olmasına ilişkin dış geçerlik ölçütü nitel araştırmalarda aktarılabirlik kriteri ile sağlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 255). Araştırmada aktarılabirlik kriterinin sağlanması için ayrıntılı betimleme yöntemi ve amaçlı örnekleme yöntemleri kullanılmıştır. Ayrıntılı betimleme yöntemi, yeterli düzeyde ham verinin araştırmadaki temalara uygun şekilde düzenlenerek doğrudan alıntılarla aktarılması şeklinde gerçekleştirilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 270). Bu araştırmada her bir tema için yeterli sayıda katılımcı görüşü birebir alıntılarla italik karakterle verilerek okuyuculara verileri yorumlama olanağı sunulmuştur. Ayrıca amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmış ve katılımcılar araştırma konusunda bilinçli olarak bilgi verebilecek niteliğe sahip olmalarına göre seçilmiştir. Araştırmanın güvenilirliğinin sağlanması konusunda iç güvenilirlik başka araştırmacıların aynı verileri kullanarak aynı sonuçlara ulaşmasıyla ilişkilirken dış güvenilirlik benzer ortamlarda yapılan araştırmalarda aynı araştırma sonuçlarının elde edilmesine işaret etmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 255). Araştırmada güvenilebilirliğin sağlanması için başka bir araştırmacının süreç ve sonuçları incelemesi yoluyla tutarlık incelemesi gerçekleştirilmiştir. Son olarak araştırmada dış güvenilirlik kriteriyle ilişkilendirilen onaylanabilirlik ölçütünün sağlanması için ise teyit incelemesi yöntemi kullanılmıştır. Araştırmacının nesnelliği tam olarak sağlamasının güçlüğü sebebiyle ham verilerin depolanması ve teyit incelemesi için saklanması gerekmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 272). Araştırmada ham veriler bir uzmanın değerlendirmesine sunulmuştur.

Bulgular

Yapılan nitel araştırmada literatürdeki tüketimden kaçınma, koruma ve tamir etme, paylaşma, kiralama, ikinci el ürün satma veya satın alma,

kaliteli ürün tercih etme ve son olarak geri dönüşüm, ileri dönüşüm, yenilenmiş ürün, yeniden üretilmiş ürün tercih etmeyi kapsayan yeni döngü oluşturma davranışları teyit edilmiştir (Maitre-Ekern ve Dalhammar, 2019). Bunun yanında yeni bir davranışın keşfi gerçekleşmemiştir. Ancak literatürdeki yedi davranış araştırma sonucunda beş tüketim davranışına dönüştürülmüştür. Oluşturulan temalar aşağıda başlıklandırılmakta ve iç güvenirliliğin sağlanması adına katılımcı söylemleriyle desteklenmektedir.

Tüketimi Azaltma

Literatürdeki tüketimden kaçınma davranışı bu çalışmada tüketimi azaltma olarak değerlendirilmiştir. Tüketimi azaltma: satın alma arayışına girmeden önce tüketicilerin tüketimi azaltmak adına gereksiz, tek kullanımlık veya kısa ömürlü ürünler satın almaktan kaçınmasıdır. Düşünerek ve ihtiyaç odaklı satın alma davranışı, minimalist yaşam tarzına sahip olma, toplu taşıma araçlarını tercih etme, et tüketimini azaltma ve hatta az sayıda çocuk sahibi olma eğilimi bu boyuta örnek olarak gösterilebilmektedir (Başçı, 2015: 56). Bu konuya ilişkin bazı katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

Gerçekten fazla alışveriş yapma eğiliminde olabiliyoruz. O nedenle işte beynimizi de yanımıza alarak alışverişe gitmek ve sorguluyor olmak gerekiyor. İşte gittin, mavi kazak alacaksın. Bir tut elinde ve sor kendine. Dükkânın içinde gez. Gerçekten ama gerçekten bunu almaya ihtiyacın var mı diye bir sor. Bir iki dakika kal. Ve ondan sonra onun kararını ver. (G 10)

Çoğunlukla liste hazırlayarak bir şey almaya çalışıyorum. Bu daha böyle sezgisel satın alma gibi bir şey oluyor bazen. Yani mesela açken markete gitmemek bile burada önemli. Karnım tok bir şekilde markete gidip gereksiz şeyleri almamaya çalışıyorum. Bir şey alacaksam kendimi sorguluyorum. Buna gerçekten ihtiyacım var mı, ne kadar süre kullanacağım? Ben bunu niye alıyorum gibi. (G 17)

Şimdi pandemi döneminde mesela maalesef ki çok arttı tek kullanımlıklar. Çünkü işte hijyen kaygısı denildi. Hayır! İnsanların kendi cam

şeyleri var. Mesela zeytin alacak diyelim oradaki poşete koydurtmayıp evinden cam kavanozu almış diyor ki tart ve buraya koy. (G 1)

Bilgi Arayışı

Bilgi arama, bireylerin belirli bir konu hakkında bilgi arayarak aktif olarak bilgi durumlarını değiştirmeyi amaçladıkları kasıtlı, amaçlı bir süreçtir. Bilgi ve enformasyon, tüketici bilincini artırmada ve kişisel normlar ve inançlarla tutarlı satın alma seçimleri yapmada önemli bir rol oynar. Tüketicilerin teknik bilgi bombardımanına tutulduğu çağdaş toplumda, karar vermek için gerekli bilgileri filtreleme ve anlama becerisini geliştirmek önemlidir (Shao, 2019). Birçok şirket, atıkları geri kazanmak ve geri dönüşüm veya ileri dönüşüm yoluyla yeni bir ürün veya ambalaj üretmek için yenilikçi çözümler uygulamaktadır (Gusmerotti ve diğerleri, 2019). Ambalajın çevresel özellikleri hakkında ek bilgi toplamaya yönelik tüketici eğilimi (Dholakia, 2001), döngüsel tüketimin anlaşılmasında önemlidir. Newton ve diğerleri (2015), çevreye duyarlı tüketicilerin satın aldıkları ürünler hakkında bilinçli kararlar verme olasılıklarının daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Örneğin, satın almadan önce gıda etiketlerini inceleyen ve bu ürünlerin sağlıkları veya çevreleri için yararlı olabileceğini düşünen tüketicilerin, yeniden kullanım veya geri dönüşüm yoluyla atıkları sürdürülebilir değere dönüştürülebilir gıdalar için olumlu bir satın alma niyeti taşıdıklarını ortaya çıkarmışlardır (Borrello ve diğerleri, 2017). Bu şekilde, bilgi arama eylemi, döngüsel ürünlerin satın alınmasıyla ilgili çevreye duyarlı seçimler yapma olasılığını artırabilmektedir. Öte yandan, aktif olarak bilgi aramak, tüketicinin bir şirketin ürünlerinin çevresel yönleriyle ilgili şeffaflığına karşı artan bir duyarlılığıyla sonuçlanabilir (Szilagyı ve diğerleri, 2022). Bundan başka Wang ve Hazen (2016) kalitenin, yeniden üretilmiş ürünlerle ilgili olarak tüketici satın alma davranışının önemli bir belirleyicisi olduğu fikrini desteklemektedir. Söz konusu çalışmada kalite bilgisinin kilit bir belirleyici olarak ortaya çıkması, kalitenin tüketicilerin zihninde ön planda olduğu gerçeğinin altını çizmektedir.

Araştırmada literatürdeki dayanıklı ve enerji verimliliği sağlayan ürün tercihi olarak tanımlanan kaliteli ürün tercih etme davranışının kap-

samı yeniden düzenlenmiştir. Bu davranış, tüketicilerin satın alma kararı verirken daha az kaynak kullanımını sağlayan, çevreye zararlı olmayan içeriğe sahip, tamir edilebilir, dayanıklı ürün arayışıyla seçici satın alma gerçekleştirmesi şeklinde tanımlanabilen bilgi arayışı davranışına dönüştürülmüştür. Tüketicilerin yedek parça desteği sağlayan, tamir edilebilir, garantili, sigortalı, enerji tasarruflu, dayanıklı, çevreci ürünleri tercih etmesi bu kapsamda değerlendirilir. Bu davranışa ilişkin bazı ifadeler aşağıda verilmektedir.

Çok dikkat ediyorum kesinlikle dayanıksız tüketim yapmamaya çalışıyorum. Bu yüzden de belki satın alma esnasında biraz daha büyük miktarda bir ödeme yapıyorum ama bunun doğru olduğunu düşünüyorum. Yani iki yılda bir o ürünü tekrar alıp daha ucuzunu almaktansa tek seferde alıp uzun süre kullanmanın daha ekonomik olduğunu düşünüyorum. (G 9)

Markalara güvenmiyorum ben kendim içeriğine bakarak hani gerçekten de bir enerji tasarrufu sağlıyor mu işte uzun ömürlü kullanabilecek miyim ona bakarak daha çok tercih ediyorum. (G 1)

Sloganı vardır ya ucuz ürün kullanacak kadar zengin değilim. İşte kaliteli ayakkabı alayım. Uzun gitsin. Yani vegan arkadaşlar işte deriye karşılar ama ben böyle cüzdân, çanta gibi şeylerde şunu düşünüyorum yani hani tamam bir hayvancağızın hani bir rahmetlinin sonucu olarak bu üretildi [ama] sonuç ürün gerçekten ömürlük olabiliyor. Tabanını değiştirttim sadece. On üç yıl olmuş. Yani belki bir on üç yıl daha gidecek. Hani evet bir hayvan ürünü ama yani dayanıklı olması beni inanılmaz heyecanlandırıyor ve sevindiriyor ve satın alma sebebi olabiliyor gerçekten. (G 7)

Yeniden Düşünme

Yapılan araştırmada paylaşma, kiralama ve ikinci el ürün tercihinin piyasadaki arzla doğrudan ilişkili olduğu anlaşılmıştır. Bu davranışlar literatürde ana akıma alternatif olarak gösterilen bu iş modelleri kapsamında ele alınmaktadır (Edbring, Lehner ve Mont, 2016). Bu araştırma-

da katılımcıların piyasada örneğin kiralama ile ilgili çok fazla seçenek olmamasından yakındığı görülmüştür. Bununla ilgili olarak bir katılımcı Varşova’da bisiklet, scooter ve araba kiralama için mobil uygulamaların bulunduğunu, ancak buna benzer uygulamaların Türkiye’de yaygın olmadığı ifade etmiştir. Bu ulaşım örnekleri gibi sürdürülebilir iş modellerinin son zamanlarda ülkemiz için de yaygınlık kazanmaya başladığı söylenebilir de (Sarıışık ve Ercoşkun, 2021: 74) tüketiciler açısından kullanımı arz yoğunluğuna bağlı olan bu davranışların bir arada ele alınması uygun görülmektedir. Bu nedenle bu davranışlar, ihtiyacın yeni üretime sebep olmayacak şekilde mevcut ürünün kullanım yoğunluğunu arttırarak karşılanması şeklinde yeniden düşünme davranışı altında bir arada değerlendirildi. Bağış kabul etme, kullanılmayan ürünü bedelsiz verme, ödünç alma, ödünç verme, kiraya verme, kiralama, ortak paylaşım açık ürün ve hizmetlerden yararlanma, ikinci el satın alma, kullanılmayan ürünü satma, takas etme bu kapsamda değerlendirilen davranışlardır. Konuya ilişkin katılımcı ifadelerinden bazıları şöyledir:

Özgür dönüşüm diye bir şey var. İhtiyaç sahibi özellikle öğrenci arkadaşlar ihtiyaç duydukları şeyleri oradan alıp işte iki sene, bir sene, bir ay kullanıp sonra geri o dönüşüme katıyorlardı. Bunun dışında yaptığım şey güvenilir arkadaşlarımla kitap dönüşümü. Hani niye gidip satın alalım ağaçları yok edelim. Varsa senden okuyayım sonra sana geri vereyim gibi bu tarz şeyler yapıyoruz. (G 15)

Kiralama opsiyonu varsa ve hani atıyorum matkap yani kiralayabiliyorsam yakın bir yerden kesin tercih ederim. Ama eğer hani opsiyonum yoksa işte tanıdıklara sorarım. Genelde öyle başlıyor. Sonra işte daha uzağa gidiyorsun. (G 14)

Hem bir maddi boyutu var, gayet ekonomik ve mantıklı. Hem de ekolojile de ilgili bir mesele bu. Yani binlerce litre su tüketilerek elde edilen küçük bir elektronik ürünü yeniden satın alıp devamlılığını sağlamak, daha önceden kullanılmış sadece küçük bir arızası olan ya da sadece güncel bir model olmayan bir ürünü alıp ekolojiye daha az zarar vermenin bilincindeyim. (G 2)

Koruma ve Tamir

Kullanım ömrünü uzatmak adına ürüne uygun şekilde bakım yapılması ve arızalı ürünün orijinal işlevini yerine getirmesi için tamir edilmesi şeklinde gerçekleşmektedir. Döngüsel ekonomi faaliyetlerini destekleyen tüketicilerin kullandıkları ürünler arızalandığında tamir etme eğilimi daha yüksek olmaktadır. Ancak tüketicilerin ürünlerini nerede ve nasıl tamir edeceğini bilmemeleri ve araştırmanın çok fazla çaba gerektirmesi önemli bir handikap olarak ele alınmaktadır (Cerulli-Harms ve diğerleri, 2018: 11). Bununla ilgili bazı katılımcıların belediyelerin düzenlediği tamir atölyelerinden bahsetmeleri dikkat çekmektedir. Bu davranışa ilişkin bazı katılımcı ifadeleri aşağıda verilmektedir.

Bozulduysa kendim tamir edebiliyorsam ederim. Edemezsem tamir ettirmeye çalışırım. Hani son çare olarak yeni ürün alma taraftarıyım. Hatta bozulan ürünlerin de bir kısmını saklıyorum ki ileride belki parçaları falan lazım olur diye. (G 3)

Kesinlikle bir ürünün son kullanma noktasına gelene kadar çalışması mümkün olmayacak duruma gelene kadar kullanırım, tamir ederim, yenilerim. Eğer mümkünse, tamir edilmeyecekse bile, onu başka bir forma dönüştürüp o şekilde kullanmaya çalışırım. (G 9)

Titiz de kullanıyorum yani özenliyim her konuda. Mesela saç kurutması vardı, motoru çok ısınıyor diye hakikaten sürekli kapatıp açıyordum. Hani ısındığını hissettiğim zaman hemen kapatıp soğutuyordum ki ömrü uzasın ve ömrü gerçekten uzun oldu düşününce. Özenli kullanma sayesinde oldukça iyi hizmet etti bana.(G 7)

Döngüyü Sürdürme

Döngünün sürdürülmesi, kullanım ömrü dolmuş ürünlerin doğal veya teknik yollarla yeni bir üretim sürecinden geçirilerek döngüde tutulmasının sağlanmasıdır. Üretim ve tüketim atıklarının yeniden kullanılarak değer yaratılması döngüsel ekonominin önemli konularındandır (Calvo-Porrall ve Lévy-Mangin, 2020: 1). Bu amaçla gerçekleştirilen geri dönüşüme verme, geri dönüşüm yapma, ileri dönüşüm yapma, ile-

ri dönüşüm yapılmış ürünleri tercih etme, yeniden üretilmiş ürün satın alma, yenilenmiş ürün satın alma şeklindeki tüm davranışlar döngüyü sürdürme davranışı olarak değerlendirilir. Bu tüketim davranışıyla ilgili katılımcı ifadelerinden bazıları şu şekildedir:

Evde plastik, kâğıt, metal, cam atıklarımı ayrı topluyorum. Onları atarken hacim azaltma operasyonunu yapıyorum. Yani bilinçli bir çevre mühendisi olarak. ... Ondan sonra kompost bulabildiğim toprak olduğu zaman arada bazı şeyleri gömüyorum. Yani işte böyle elma kabuğu hani sebze meyve çiğ kabukları gömüyorum. Bokaşi kompostla ilgili arkadaşlarımdan tecrübelerini dinlediğimiz bir grubumuz var. (G 10)

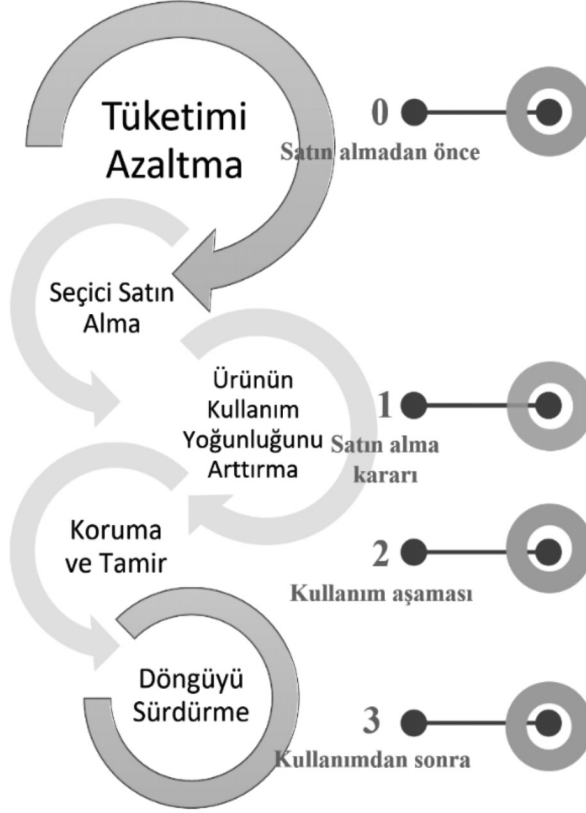
[Eşyaları] kullanmama nedenime göre ayırıyorum. Kullanmama nedenim eskimiş olmalarıysa ev içi kullanım yapıyorum ve böylece ev içi kullanım için ayrıyeten bir tüketim yapmıyorum. Onları, bez olabilir, başka bir şey olabilir, çeşitli şeylere dönüştürüyorum. Mesela çok güzel nostaljik eski nevresimler bulmuştum büyükannemin evinde. Onları şu anda moda olan çok güzel gömleklere dönüştürdüm. Bu şekilde onları dönüştürmeye çalışıyorum çöpe atmak yerine. Ama en kullanılmayacak hale geldikten sonra onları geri dönüşüm kutularına gönderiyorum. (G 9)

Amerika'ya giden arkadaşım bana refurbished iPhone getirdi. Biraz vicdan azabını azaltıcı bir şey oldu. ... Fiyatı da daha uygundu falan. Tabii yani bunun yaygınlaşması iyi olur. Benim duyduğum başka [firma] yok. Vestel'in ARGE'sinde böyle bir hazırlık olduğunu duydum arkadaşımından, orada çalıştığı için, ama ne zaman piyasada duyulur bunlar onu bilmiyorum yani. (G 7)

Sonuç

Döngüsel ekonomi, tüm ekonomik sistemde kapalı bir malzeme akış döngüsünün gerçekleştirilmesidir (Geng ve Doberstien, 2008: 232). Bu kapsamda döngüsel ekonomi üretim modelinde atıkların kaynağa dönüştürülerek sistem içinde tutulması esas alınmaktadır. Bu çalışmada ise döngüsel ekonomi modeline uygun tüketici davranışları araştırılmıştır. Araştırma kapsamında dört düzeyde yer alan beş tüketici davranışı be-

lirlenmiştir (Şekil 2). Bunlar: Tüketimi azaltma, bilgi arayışı, yeniden düşünme, koruma ve tamir ile döngüyü sürdürme davranışı şeklindedir.



Şekil 2: Döngüsel tüketim davranışı

Şekil 2’de görüldüğü üzere sıfırıncı düzeyde tüketicinin satın almadan önce tüketmemek ve tüketimini azaltmak için verdiği kararlar yer almaktadır. Birinci düzeyde, tüketicinin satın alma kararı verirken gösterdiği davranışlar yer almaktadır. Bu kapsamda değerlendirilen döngüsel tüketim davranışları, tüketicinin bilgi arayışında bulunarak seçici satın alma gerçekleştirmesi ve ihtiyacını yeni üretime sebep olmayacak şekilde ürün kullanım yoğunluğunu arttırarak karşılama yollarını değerlendirmesi şeklindedir. Bu düzeyde paylaşım davranışı, kiralama davranışı

ve ikinci el ürün kullanımı ürün kullanım yoğunluğunun arttırılmasını sağlayan tüketim davranışlarıdır. İkinci düzeyde tüketicinin kullanım aşamasında ürünün ömrünü uzatmak için çaba göstermesi bulunmaktadır. Bu düzeyde koruma ve tamir davranışları önem arz etmektedir. Son olarak üçüncü düzeyde ise kullanımdan sonra ürünü yeniden üretim sürecine katacak yollarla elden çıkararak döngünün sürdürülmesini sağlamak şeklinde sınıflandırılmaktadır.

Bu çalışmanın bulguları Maitre-Ekern ve Dalhammar (2019) tarafından belirlenen tüketici davranışlarıyla örtüşmektedir ve araştırma sonucunda yeni bir tüketici davranışına rastlanmamaktadır. Döngüsel ekonomide tüketici davranışları sıralamasında piramidin en başında en çok tercih edilen tüketici davranışı olarak tek kullanımlık ürün satın almaktan kaçınma yer almaktadır. Daha sonra kullanılan ürünü koruma ve arızalandığında tamir etme, paylaşma, kiralama, ikinci el ürün satın almayı tercih etme, yüksek kaliteli, dayanıklı ve enerji tasarruflu ürünleri satın alma davranışları bulunmaktadır. En az tercih edilen ve piramidin son basamağında yer alan davranış ise tekrar kullanım, yeniden üretim ya da geri dönüşüm aracılığıyla yeni bir döngü oluşturmak için elden çıkarılan ürünleri teslim etme davranışları ele alınmaktadır (Maitre-Ekern ve Dalhammar, 2019: 420). Literatürdeki paylaşma, kiralama ve ikinci el ürün tercih etme davranışları tüketim açısından ayrı davranışlar olarak görülse de bu davranışlar döngüsel iş modeli olarak piyasaya sunulan arzla ilişkilidir (Edbring, Lehner ve Mont, 2016). Bu nedenle bu üç davranışın ayrı ele alınmasındansa tüketim ihtiyacının ürün kullanım yoğunluğunun arttırılmasıyla karşılayan çözümler şeklinde bir arada değerlendirilmesinin uygun olacağına kanaat getirilmiştir. Bu doğrultuda araştırma sonucunda literatürdeki bu yedi davranış beş tüketim davranışına dönüştürülerek temalar yeniden düzenlenmiştir.

Genel olarak tüketiciler, satın alma kararları verirken mal ve hizmetlerin değerini ve riskini değerlendirerek rasyonel olma eğilimi gösterirler. Dolayısıyla döngüsel tüketim davranışını arttırmaya yönelik tüketicilerin bilişsel, psikolojik ve ekonomik kaygılarının giderilmesine yönelik uygulamaların önemi artacaktır. Özellikle de ürün ve hizmetlerin kalite

tesi ile maliyetlerinin satın alma kararlarını önemli düzeyde etkilediği dikkate alındığında (Wang ve Hazen, 2016) bir malın dayanıklılık veya onarılabılır olma özellikleri ile ilgili bilgi ve onarım hizmetinin maliyeti döngüsel tüketim davranışına yön verecektir. Sonuç olarak belirli bir durum ne kadar az tüketim ile sürdürülebilirse o kadar iyi olacaktır.

Kısıtlar

Bu araştırmada bazı kısıtlar bulunmaktadır. Öncelikle görüşmeler, her ne kadar yüz yüze planlanmaya çalışılsa da, yaşanan Covid 19 pandemisi sebebiyle yüz yüze görüşmenin mümkün olmadığı katılımcılarla çevrimiçi olarak gerçekleştirilmiştir. Bunun yanında yapılan araştırma, döngüsel ekonomide tüketici davranışlarına ayrıntılı ve derin bir bakış sunması açısından önemli olsa da araştırmada uygulanan nitel yöntemin doğası gereği araştırmanın bulguları genellenememektedir (Dedeoğlu, 2002: 79).

Öneriler

Gelecek çalışmalarda nicel araştırma yöntemi yoluyla tüketicilerin döngüsel davranışlarını geniş kitlelerde incelemek literatüre önemli bir katkı sağlayacaktır. Bunun yanında araştırmada döngüsel tüketim davranışları farklı ürün kategorilerine göre değil genel olarak incelenmiştir. Zira Edbring, Lehner ve Mont (2016) genç tüketicilerin tutumlarının ürüne göre farklılıklar gösterdiğini ortaya çıkarmışlardır. Örneğin, döşeme ve kumaş gibi malzemelerden yapılmış ikinci el ürünleri kullanmaya, ahşap ve metal gibi sert malzemelerden yapılmış ürünlere göre daha az olumlu baktıkları ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla gelecekte yapılacak araştırmalarda tüketicilerin ikinci el, ortak paylaşım ve kiralama tüketiminin ürün kategorilerine göre nasıl farklılaştığının tespit edilmesi yararlı bilgiler sağlayacaktır. Ayrıca tüketicilerin döngüsel ekonomiye katılımlarını güdüleyen faktörlerin belirlenmesine yönelik araştırmaların yapılması söz konusu davranışın teşvik edilmesini sağlamaya yönelik çabaların geliştirilmesi açısından önemlidir.

Araştırmanın bulgularından hareketle tüketicilerin döngüsel ekonomiye katılımlarını sağlamaya yönelik politika yapıcılarına, üretici ve

pazarlama şirketlerine bazı önerilerde bulunulabilir. Tüketicilerin geri dönüşüm altyapısına erişime, malzemelerin nasıl ayrıştırılacağı, toplanacağı ve uygun toplama noktalarına nasıl geri gönderileceği konusunda eğitime ve sisteme katılımlarının desteklenmesi gerekir (McKenzie-Mohr, 2011). Bu bağlamda öncelikle politika yapımcıların döngüsel üretim ve tüketim modelinin uygulanmasına yönelik bir eylem planının oluşturulmasına yönelik girişimlerde bulunması gerekmektedir. Ayrıca tüketici olmanın ötesinde birey olarak ortak-üretim katılım sağlanmalıdır (Ritzer, Dean ve Jurgenson, 2012). Söz konusu eylem planı doğrultusunda tüketicilerin döngüsel ekonomiye katılımını artırmak için; ürünlerin kullanım ömürleri, onarım hizmetlerinin mevcudiyeti, yedek parçaya erişim ve onarım kılavuzlarının ayrı bir şekilde düzenlenmesini sağlayarak üretici ve pazarlama şirketlerinin döngüsel üretimle ilgili tüketicilere her kademedede güvenilir ve şeffaf bilgi verilmesini sağlayacak yeni yasal düzenlemelere gidilebilir. Bundan başka ürünleri onarmak veya ikinci el ürünler satın almak gibi döngüsel tüketim uygulamalarına yönelik olumlu tutumların oluşturulmasına yönelik kampanyalar başlatılabilir. Kamu ve özel sektör işbirliği ile geliştirilecek kamu spotlarında; dayanıklı ve kolay tamir edilebilir ürünlerin uzun vadede yüksek kalite ve maliyet tasarrufu ile ilişkilendirmek faydalı olacaktır. Dayanıklılık ve tamir edilebilirlik ile bu tür çağrışımlar yapmak, sosyal normları daha dayanıklı ve daha kolay tamir edilebilir ürünlerin satın alınmasına doğru değiştirebilir. Ayrıca bu davranış değişikliği tüketicilerin aktif katılımının ağızdan ağıza iletişim yolu ile yayılmasını sağlayarak da gerçekleştirilebilir.

Döngüsel tüketim yanlısı tutumların güçlendirilmesi ve yaygınlaştırılmasını sağlayacak eğitim politikaları teşvik edilmelidir. Özellikle eğitimin her kademesinde çocuklar ve gençlerin bu konudaki tutum oluşumlarının sağlanarak güçlendirilmesi önemlidir. Örneğin; üniversitelerde gençlerin katılımı ile topluluklar oluşturulabilir, ortak paylaşım ve takas pazarları etkinlikleri planlanabilir.

Sürdürülebilir tüketici tercihlerinin yaratılması açısından üretici veya pazarlama şirketleri; temel ürün bileşenlerinin tüketiciler tarafından değiştirilebilir hale getirilmesini veya ürün kullanım kılavuzlarında küçük

kusurlar için onarım talimatlarının verilmesini sağlayacak ürün politikası değişikliklerine gidebilirler. Bundan başka üretici işletmelerin temel ürün bileşenlerinin tüketiciler tarafından kolay bir şekilde erişimlerini sağlayarak bozulan ürünlerin onarımını da teşvik etmelidirler. Kullanım kılavuzları aracılığı ile basit onarım talimatları ile internet sayfalarında onarım videolarına yer verebilirler. Onarım konusundaki farkındalığın artırılması onarım ve ürün kiralama kafeleri gibi ortak paylaşımı teşvik eden yeni iş fırsatlarının da değerlendirilmesi açısından önemli olacaktır.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Bu araştırma, bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun gerçekleştirilmiştir.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

İki yazar da eşit katkı sağlamıştır.

Destek Beyanı

Bu araştırma, 21.D.017 numaralı proje ile Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi BAP Koordinatörlüğü tarafından desteklenmiştir.

Çıkar Beyanı

Bu araştırma herhangi çıkar çatışmasına konu değildir.

Kaynakça

- Accenture. (2014). The internet of things: The future of consumer adoption, https://www.accenture.com/t20150624T211456__w__usen/_acnmedia/Accenture/Conversion-Assets/DotCom/Documents/Global/PDF/Technology_9/Accenture-Internet-Things.pdf (Erişim Tarihi: 04.03.2021)
- Açıkalın, N. (2020). Sürdürülebilir pazarlama bakış açısı ile döngüsel ekonomi incelemesi, *Sakarya İktisat Dergisi*, 9(3), 238–257.
- Antikainen, M. ve Lammi, M. (2016). Consumer acceptance of novel sustainable circular services, In *ISPIM Conference Proceedings*, The International Society for Professional Innovation Management (ISPIM).
- Baldassarre, B., Schepers, M., Bocken, N., Cuppen, E., Korevaar, G. ve Calabretta, G. (2019). Industrial symbiosis: Towards a design process for eco-industrial clusters by integrating circular economy and industrial ecology perspectives, *Journal of Cleaner Production*, 216, 446–460.
- Balderjahn, I., Buerke, A., Kirchgeorg, M., Peyer, M., Seegebarth, B. ve Wiedmann, K.P. (2013). Consciousness for sustainable consumption: Scale development and new insights in the economic dimension of consumers' sustainability, *AMS Review*, 3(4), 181–192.
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır?, *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368–388.
- Bardhi, F. ve Eckhardt, G.M. (2012). Access-based consumption: The case of car sharing, *Journal of Consumer Research*, 39(4), 881–898.
- Barnes, S.J. ve Mattsson, J. (2016). Understanding current and future issues in collaborative consumption: A four-stage delphi study, *Technological Forecasting and Social Change*. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.01.006> (Erişim Tarihi: 05.03.2022).

- Başçı, E. (2015). *Pazarlama ve tüketim toplumuna eleştirel bir bakış: Tüketim karşıtlığına ilişkin nitel bir model*. (Yayımlanmamış doktora tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Belk, R. (2007). Why not share rather than own?, *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 611(1), 126–40.
- Bocken, N.M., De Pauw, I., Bakker, C. ve Van Der Grinten, B. (2016). Product design and business model strategies for a circular economy, *Journal of Industrial and Production Engineering*, 33(5), 308–320.
- Borrello, M.; Caracciolo, F.; Lombardi, A.; Pascucci, S.; Cembalo, L. (2017). Consumers' Perspective on Circular Economy Strategy for Reducing Food Waste. *Sustainability*, 9(141), 1–18.
- Botsman, R. Ve Rogers, R. (2010). Beyond Zipcar: Collaborative consumption. *Harvard Business Review*, 88(10), 30. Erişim adresi <https://hbr.org/2010/10/beyond-zipcar-collaborative-consumption>
- Boulding, K. (1966). The economics of the coming spaceship earth. In: Jarrett, h., ed., *environmental quality in a growing economy*, Resources for the Future/Johns Hopkins University Press, Baltimore, 3–14.
- Brennan, G., Tennant, M. and Blomsma, F. (2015). *Business and production solutions: closing loops and the circular economy*. In: Kopnina, H., Blewitt, J. (Ed.), *Sustainability: Key Issues*. London, United Kingdom: Routledge.
- Calvo-Porrall, C. ve Lévy-Mangin, J.P. (2020). The circular economy business model: Examining consumers' acceptance of recycled goods, *Administrative Sciences*, 10(2), 28.
- Camacho-Otero, J., Boks, C. ve Pettersen, I.N. (2018). Consumption in the circular economy: a literature review, *Sustainability*, 10(8), 2758.
- Camacho-Otero, J., Pettersen, I.N. ve Boks, C. (2017). Consumer and user acceptance in the circular economy: What are researchers missing?, *PLATE: Product Lifetimes and The Environment*.

- Cerulli-Harms, Annette; Suter, James; Landzaat, Wouter; Duke, Charlotte; Rodriguez Diaz, Adriana; Porch, Lucas; Svatikova, Katarina (2018). *Behavioural study on consumers' engagement in the circular economy*. In European Commission. Directorate-General for Justice and Consumers: Brussels, Belgium.
- Chamberlin, L. ve Boks, C. (2018). Marketing approaches for a circular economy: Using design frameworks to interpret online communications, *Sustainability*, 10(6), 2070.
- Chen, Y. (2009). Possession and access: Consumer desires and value perceptions regarding contemporary art collection and exhibit visits, *Journal of Consumer Research*, 35(6), 925–940.
- Chen, L. H., Hung, P. ve Ma, H.W. (2020). Integrating circular business models and development tools in the circular economy transition process: A firm-level framework, *Business Strategy and the Environment*, 29(5), 1887–1898.
- COM (2020). A new circular economy action plan for a cleaner and more competitive Europe, https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:9903b325-6388-11ea-b73501aa75ed71a1.0017.02/DOC_1&format=PDF (Erişim Tarihi: 04.04.2022)
- Dedeoğlu, A.Ö. (2002). Tüketici davranışları alanında kalitatif araştırmaların önemi ve multidisipliner yaklaşımlar, *D.E.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi*, 17(2), 75–92.
- Didi, S. ve Yan, R.N. (2019). Consumer perceptions related to clothing repair and community mending events: A circular economy perspective, *Sustainability*, 11(19), 5306.
- Dietz, R. ve O'Neill, D. (2013). *Enough is enough*. Stanford Social Innovation Review. <https://doi.org/10.48558/54Y2-6T19>. (Erişim Tarihi: 04.03.2021)
- Doğan, O., Bulut, Z.A. ve Çımrın, F.K. (2015). Bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışlarının ölçülmesine yönelik bir ölçek geliştirme çalışması, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29(4), 659–678.

- Ellen MacArthur Foundation (EMF) (2012). Towards a circular economy: Economic and business rationale for an accelerated transition. Erişim adresi <https://ellenmacarthurfoundation.org/towards-the-circular-economy-vol-1-an-economic-and-business-rationale-for-an>
- EMF (2015). Towards the circular economy: Economy and business rationale for accelerated transition, Ellen MacArthur Foundation, Cowes, UK. Erişim adresi <https://ellenmacarthurfoundation.org/towards-a-circular-economy-business-rationale-for-an-accelerated-transition>
- EEA (European Environment Agency) (2016). Circular economy in Europe-developing the knowledge base, EEA Report No 2/2016. Copenhagen: European Environment Agency, Erişim adresi <https://www.eea.europa.eu/publications/circular-economy-in-europe>
- Edbring, E.G., Lehner, M. ve Mont, O. (2016). Exploring consumer attitudes to alternative models of consumption: motivations and barriers, *Journal of Cleaner Production*, 123, 5-15.
- Eurostat (2018). Municipal waste statistics. European Statistical Office. Erişim adresi <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database> (Erişim Tarihi: 04.03.2022)
- Fraj, E. ve Martinez, E. (2006). Environmental values and lifestyles as determining factors of ecological consumer behaviour: An empirical analysis, *Journal of Consumer Marketing*, 23, 113–144. <https://doi.org/10.1108/07363760610663295>
- Frei, R., Jack, L. ve Krzyzaniak, S.A. (2020). Sustainable reverse supply chains and circular economy in multichannel retail returns., *Business Strategy and the Environment*, 29(5), 1925–1940.
- Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N.M. ve Hultink, E.J. (2017). The circular economy–A new sustainability paradigm? *Journal of Cleaner Production*, 143, 757–768.
- Geng, Y. ve Doberstein, B. (2008). Developing the circular economy in china: Challenges and opportunities for achieving 'leapfrog Devel-

- opment, *The International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 15(3), 231–239.
- Ghisellini, P., Cialani, C. ve Ulgiati, S. (2016). A review on circular economy: The expected transition to a balanced interplay of environmental and economic systems, *Journal of Cleaner Production*, 114, 11–32.
- Gopalakrishnan, S. ve Matthews, D. (2018), Consumer attitudes and communication in circular fashion, *Journal of Fashion Marketing and Management*, 22(3), 189-208.
- Govindan, K. ve Hasanagic, M. (2018). A systematic review on drivers, barriers, and practices towards circular economy: A supply chain perspective, *International Journal of Production Research*, 56(1–2), 278–311.
- Guba, E. G. ve Lincoln, Y. S. (1982). Epistemological and methodological bases of naturalistic inquiry. *Educational Communication and Technology Journal*, 30(4), 233–252.
- Hazen, B.T., Mollenkopf, D.A. ve Wang, Y. (2017). Remanufacturing for the circular economy: An examination of consumer switching behavior, *Business Strategy and the Environment*, 26(4), 451–464.
- Hertwich, E., E. Van der Voet, S. Suh ve A. Tukker (2010). *Assessing the environmental impacts of consumption and production: Priority products and materials*, Paris: UNEP.
- Holmström, S. ve Böhlin, H. (2017). *Towards a circular economy: A qualitative study on how to communicate refurbished smartphones in the Swedish market*. UMEA Universitet.
- Jiao, W. ve Boons, F. (2014). Toward a research agenda for policy intervention and facilitation to enhance industrial symbiosis based on a comprehensive literature review, *Journal of Cleaner Production* 67, 14–25.
- Kirchherr, J., Reike, D. ve Hekkert, M. (2017). Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions, *Resources, Conservation and Recycling*, 127, 221–232.

- Kirchherr, J., Piscicelli, L., Bour, R., Kostense-Smit, E., Muller, J., Huibrechtse-Truijens, A. ve Hekkert, M. (2018). Barriers to the circular economy: Evidence fom the European Union (EU), *Ecological Economics*, 150, 264–272.
- Kiraci, H. ve Kayabasi, A. (2010). Real and spurious sustainable consumption behavior in Turkey: A field research, *Innovative Marketing*, 6(2), 43–47.
- Koçan, A., Gültekin, D.G. ve Baştuğ, M. (2019). Yeni ekonomi ve iş modelleri: Döngüsel ekonomi ve paylaşım ekosistemleri, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 67, 125–137.
- Kuokkanen, H. ve Sun, W. (2020). Companies, meet ethical consumers: Strategic CSR management to impact consumer choice, *Journal of Business Ethics*, 166(2), 403–423.
- Lieder, M. ve Rashid, A. (2016). Towards circular economy implementation: A comprehensive review in context, *Journal of Cleaner Production*, 115, 36–51.
- Maitre-Ekern, E. ve Dalhammar, C. (2019). Towards a hierarchy of consumption behaviour in the circular economy, *Maastricht Journal of European and Comparative Law*, 26(3), 394–420.
- McDowall, W., Geng, Y., Huang, B., Barteková, E., Bleischwitz, R., Türkel, S., Kemp, R. ve Doménech, T. (2017). Circular economy policies in China and Europe, *Journal of Industrial Ecology*, 21(3), 651–661.
- McKenzie-Mohr, D. (2011). *Fostering sustainable behavior: An introduction to community-based social marketing*, Gabriola Island, B.C: New Society Publishers.
- Milios, L. ve Matsumoto, M. (2019). Consumer perception of remanufactured automotive parts and policy implications for transitioning to a circular economy in Sweden, *Sustainability*, 11(22), 6264.
- Mont, O. ve Heiskanen, E. (2015). *Breaking the stalemate of sustainable consumption with industrial ecology and a circular economy*, In:

- Reisch, L., Thøgersen, J. (Ed.), *Handbook of Research on Sustainable Consumption*. Edward Elgar Publishing, 33–47.
- Newton, J.D.; Tsarenko, Y.; Ferraro, C.; Sands, S. (2015). Environmental concern and environmental purchase intentions: The mediating role of learning strategy. *Journal of Business Research*, 68(9), 1974–1981.
- Önder, H. (2018). Sürdürülebilir kalkınma anlayışında yeni bir kavram: döngüsel ekonomi, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (57), 196–204.
- Özsoy, T. (2018). Döngüsel ekonomi: Almanya'daki durumun bir özeti, *Global Journal of Economics and Business Studies*, 7(14), 129–143.
- PACE (2019). *The Circularity Gap Report*, The Platform for Accelerating the Circular Economy.
- Pan, S.Y., Du, M.A., Huang, I.T., Liu, I.H., Chang, E.E. ve Chiang, P.C. (2015). Strategies on implementation of waste-to-energy (WTE) supply chain for circular economy system: A review, *Journal of Cleaner Production*, 108, 409–421.
- Park, J., Sarkis, J. ve Wu, Z. (2010). Creating integrated business and environmental value within the context of china's circular economy and ecological modernization, *Journal of Cleaner Production*, 18(15), 1494–1501.
- Patton, M.Q. (2015). *Qualitative evaluation and research methods* (4th ed.), Thousand Oaks, CA: Sage.
- Pearce, D.W. ve Turner, R.K. (1990). *Economics of natural resources and the environment*. Johns Hopkins University Press.
- Potting, J., Hekkert, M.P., Worrell, E. ve Hanemaaijer, A. (2017). Circular economy: measuring innovation in the product chain (No. 2544). PBL Publishers.
- Raja, J. Z., Bourne, D., Goffin, K., Çakkol, M., ve Martinez, V. (2013), Achieving customer satisfaction through integrated products and

- services: An exploratory study, *Journal of Product Innovation Management*, 30(6), 1128–1144.
- Ritzer, G., Dean, P., Jurgenson, N. (2012). The coming age of the prosumer, *American Behavioural Scientist*, 54(4), SAGE publications, 379–398.
- Rovanto, I. ve Bask, A. (2020). Systemic circular business model application at the company, supply chain and society levels—A view into circular economy native and adopter companies, *Business Strategies and the Environment*. <https://doi.org/10.1002/bse.2677>
- Sakai, S.I., Yoshida, H., Hirai, Y., Asari, M., Takigami, H., Takahashi, S., ... ve Chi, N.K. (2011). International comparative study of 3r and waste management policy developments, *Journal of Material Cycles and Waste Management*, 13(2), 86–102.
- Sarıışık, B. E. ve Ercoşkun, Ö. Y. (2021). Dünyada ve Türkiye’de mikro hareketlilikte e-scooter sistemleri. *Eksen Dokuz Eylül Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 2(1), 72–94.
- Sauvé, S., Bernard, S. ve Sloan, P. (2016). Environmental sciences, sustainable development and circular economy: Alternative concepts for trans-disciplinary research, *Environmental Development*, 17, 48–56.
- Selvefors, A., Rexfelt, O., Renström, S. ve Strömberg, H. (2019). Use to use—A user perspective on product circularity *Journal of Cleaner Production*, 223,1014–1028.
- Sihvonen, S. ve Ritola, T. (2015). Conceptualizing ReX for aggregating end-of-life strategies in product development, *Procedia Cirp*, 29, 639–644.
- Sijtsema, S.J., Snoek, H.M., Van Haaster-de Winter, M.A. ve Dagevos, H. (2020). Let’s talk about circular economy: A qualitative exploration of consumer perceptions, *Sustainability*, 12(1), 286.
- Szilagyi A, Cioca LI, Bacali L, Lakatos ES, ve Birgovan AL. (2022). Consumers in the Circular Economy: A Path Analysis of the Un-

- derlying Factors of Purchasing Behaviour. *International Journal of Environmental Research Public Health*, 19(18), 11333. doi: 10.3390/ijerph191811333.
- Şener, A. ve Hazer, O. (2008). Values and sustainable consumption behavior of women: A Turkish sample, *Sustainable Development*, 16, 291–300.
- Testa F, Iovino R, Iraldo F. (2020). The circular economy and consumer behaviour: The mediating role of information seeking in buying circular packaging. *Business Strategy Environment*, 29(8), 1–14. <https://doi.org/10.1002/bse.2587>
- Van Weelden, E., Mugge, R. ve Bakker, C. (2016). Paving the way towards circular consumption: Exploring consumer acceptance of refurbished mobile phones in the dutch market, *Journal of Cleaner Production*, 113, 743–754.
- Veral, E.S. (2018). Döngüsel ekonomiye geçiş doğrultusunda yeni tedbirler ve AB üye ülkelerinin stratejileri, *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, 17(2), 463–488.
- Wang, Y. ve Hazen, B.T. (2016), Consumer product knowledge and intention to purchase remanufactured products, *International Journal of Production Economics*, 181,460–469.
- Wenbo, L. (2011). Comprehensive evaluation research on circular economic performance of eco-industrial parks, *Energy Procedia*, 5, 1682–1688.
- Winans, K., Kendall, A. ve Deng, H. (2017). The history and current applications of the circular economy concept, *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 68, 825–833.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yong, R. (2007). The circular economy in China, *Journal of Material Cycles and Waste Management*, 9(2), 121–129.

Yüce, M. E. (2020). *Döngüsel ekonomi ve yeşil yönetim uygulamalarının inovasyon üzerinden firmanın büyüme performansı üzerine etkisi*. (Yayımlanmamış doktora tezi) Beykent Üniversitesi, İstanbul.

Extended Summary

A Qualitative Research on Consumers' Participation in the Circular Economy

Half a century ago, Boulding (1966) argued that to counteract negative environmental influences, resources could be reduced by closing material cycles, designing for durability, reuse, upgrading and repair, increasing the overall efficiency of their output. This foresight is characterized as the basis of the circular economy idea (Mont and Heiskanen, 2015). In the closed system proposed by Boulding (1966), where there is neither increase nor decrease in material entropy, it is essential that all outputs from consumption are continuously recycled as production inputs.

The circular economy concept was first used in the literature by Pearce and Turner (1990). According to the circular economy, “everything is the input of something else” and it is based on creating a closed loop in production (Lieder and Rashid, 2016: 43). In this production model, as in nature, it is aimed to produce nutrient/input instead of waste at the end of the process and to continue the cycle. Although there is no generally accepted simple definition in the literature, there are various definitions that try to reveal the scope of this concept. Geng and Doberstien (2008: 232) define circular economy as the realization of a closed material flow cycle in the entire economic system.

In the transition to the circular economy, the responsibility based primarily with governments, businesses and consumers. High upfront costs and political barriers (Sauvé et al., 2016) as well as lack of consumer awareness and acceptance are seen as major barriers to the development of the circular economy (Camacho-Otero et al., 2018; Kirchherr et al., 2018). Although the weakest link in this triangle is often seen as the consumer, conscious consumers as the initiator of the movement are an important element of pressure.

On the consumption front of the circular economy, it is possible to mention three business models as consumption of second-hand goods, access-based consumption, and collaborative consumption (Edbring, Lehner, and Mont, 2016). Extending product life by reusing an existing product in a second-hand consumption model (Geissdoerfer et al., 2017) is the functionalization of the circular economy. Second-hand consumption is a way to reduce resource use and waste. In this model, the primary partners and suppliers are customers (Gopalakrishnan and Matthews, 2018). While the quality of the product is import-

ant for the successful operation of the access-based consumption model, which is implemented as the rental of products and/or services without owning, the ease of access and the dynamics of the relationship between the consumer and the provider are also important (Raja et al., 2013). Among the most successful examples of this consumption model are scooter, bicycle or car sharing programs (Tier, Circ, Zipcar), but it is possible to come across online and offline borrowing applications in many different areas from evening dresses to jewelry. In the access-based consumption model, consumers prefer to pay for the experience of accessing products temporarily, rather than buying and owning things. In this way, ownership ceases to be the ultimate desire of the consumer (Chen, 2009). A study of ZipCar users shows that people do not develop a sense of ownership for products in an access-based consumption model due to the temporary nature of product attachment (Bardhi and Eckhardt, 2012).

Particularly, the collaborative consumption and sharing economy are effective in taking on new roles for consumers to participate in the circular economy (Botsman and Rogers 2010). For example, consumers can contribute to co-production by producing food with city gardens. Furthermore, by participating in the do it by yourself movement, consumers can make or repair many items themselves, while also sharing their knowledge and skills. The intensity of use of less used products and services can be increased with alternative consumption systems based on sharing and exchange. Botsman and Rogers (2010) state that in addition to the cooperative consumption and sharing economy, people should move away from the understanding of social status based on individual property ownership. Because, collaborative consumption provides the transition to consumption by becoming non-commodities instead of having and consuming (Dietz and O'Neill, 2013). Although access is similar to sharing, both forms of consumption do not involve a transfer of ownership. Sharing represents “the act and process of distributing what is ours to others for their use and/or the act and process of receiving or receiving something from others for our own use” (Belk, 2007: 126).

Although it is an important factor in the spread of the circular economy, studies that look at the concept from the consumer side are still exploratory (Antikainen and Lammi, 2016; Holmström et al., 2017; Sijtsema et al., 2020) and are insufficient in scope by focusing on one or more of the circular solutions (Hazen et al, 2017; Van Weelden et al, 2016; Camacho-Otero et al, 2017; Chamberlin and Boks, 2018; Milios and Matsumoto, 2019; Diddi and Yan, 2019; Calvo-Porrall and Lévy-Mangin, 2020). In this context, the aim of the research is; to present a view to the circular economy from the consumption

side and to reveal the expression of the behavioural participation of consumers in this system.

A qualitative research method was used through face-to-face in-depth interviews. 18 consumers were interviewed by using purposive sampling method. With the knowledge and permission of the participants, the interviews were recorded with a voice recorder. Total call time is 13 hours 11 minutes. The data were compiled within the categories created based on the theoretical framework. Maxqda 2018 program was used in the analysis of the data. The interviews took place between 7 July 2021 and 31 August 2021. New data entry was followed during the interviews and the research was terminated when it was thought that sufficient data saturation was reached.

As a result of the research, five consumer behaviours were determined at four levels. These are: reducing consumption, information seeking, rethinking purchase behaviour, repair and maintenance and recirculate. These circular consumption behaviours support Maitre-Ekern and Dalhammar (2019) findings. At the zero level, there are behaviours that include the consumer's decisions to avoid and reduce consumption before purchasing a product. Circular consumption behaviours evaluated at this level are the consumer's search for information, making selective purchases, and evaluating ways to meet their needs by increasing the intensity of product use in a way that does not cause new production. At the first level, there are consumption behaviours that increase the intensity of product use, such as sharing behaviour, rental behaviour and second-hand product use. At the second level, there is the consumer's effort to extend the life of the product in the usage phase. Finally, at the third level, the cycle is maintained by disposing of the product after use in a way that reintegrates it into the manufacturing process.

In general, consumers tend to be rational by evaluating the value and risk of goods and services when making purchasing decisions. Therefore, the importance of practices aimed at increasing the circular consumption behaviour and eliminating the cognitive, psychological and economic concerns of consumers will increase. Considering that the quality and costs of products and services affect purchasing decisions significantly (Wang and Hazen, 2016), information about the durability or repairability of a good and the cost of repair service will encourage participation in the circular economy.

There are some limitations in this research. First of all, the interviews were conducted online with the participants, where it was not possible to meet face-to-face due to the Covid 19 pandemic, although it was tried to be planned face-

to-face. In addition, although the research is important in terms of providing a detailed and deep view of consumer behaviour in the circular economy, the findings cannot be generalized due to the nature of the qualitative method applied in the research (Dedeoğlu, 2002: 79). In addition, since the qualitative research method was applied in the research, the number of participants is low. In future studies, examining consumers attitudes and behaviours to circular economy through quantitative research method will make an important contribution to the literature.

In addition, in this study, consumers' participation in the circular economy were examined in general but not based on different product categories. In future research, it will be useful to determine how consumers' attitudes towards second-hand, shared economy and product rental differ according to product categories. Apart from the qualitative research method, such differences can be revealed, especially by using the experimental method.