

Elektrikli Araç Kullanıcılarının Sürdürülebilir Tüketim Davranışına İlişkin Farkındalıkları: Nitel Bir Araştırma¹

Büşra Özdemir² 
Mefune Özbakır Umut³ 

Elektrikli Araç Kullanıcılarının Sürdürülebilir Tüketim Davranışına İlişkin Farkındalıkları: Nitel Bir Araştırma	Awareness of Electric Vehicle Users Regarding Sustainable Consumption Behavior: A Qualitative Research
Özet Bu araştırmanın amacı, elektrikli araç kullanıcılarının satın alma kararlarında sürdürülebilirlik unsurlarının nasıl bir rol oynadığını derinlemesine incelemek ve sürdürülebilir tüketim için farkındalıklarını çözümleyerek ilgili markanın sürdürülebilirlik odaklı stratejik yönelimlerine katkı sağlamaktır. Bu nitel araştırma, amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme yöntemiyle yapılmıştır (Merriam, 2013) ve 20 TOGG kullanıcısıyla yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen veriler, içerik analiziyle incelenmiştir. Analiz süreci MAXQDA aracılığıyla yürütülmüştür. Bulgular, sürdürülebilirlik farkındalığı ile satın alma davranışı arasında ilişki bulunduğunu, fakat yerli ve milli faktörün çevresel kaygılardan daha belirleyici olduğunu göstermiştir. Kullanıcıların TOGG tercihiinde çevreci kimlik, teknolojik özellikler ve ekonomik erişilebilirlik gibi unsurlar tamamlayıcı etkenler olarak ortaya çıkmıştır. Çalışma, sürdürülebilirlik algısının kullanıcı	Abstract This study aims to examine how sustainability factors influence the purchasing decisions of electric vehicle users and to analyze their awareness of sustainable consumption, contributing to the brand's sustainability-oriented strategic direction. This qualitative research was conducted using criterion sampling (Merriam, 2013), and data were collected through semi-structured interviews with 20 TOGG users and analyzed through content analysis. The analysis process was supported by MAXQDA. Findings reveal a relationship between sustainability awareness and purchasing behavior; however, national and domestic motivations appear more influential than environmental concerns. Factors such as ecological identity, technological features, and economic accessibility emerge as complementary drivers of TOGG preference. The study provides a multidimensional qualitative evaluation of how sustainability perceptions shape user behavior.

¹ Bu çalışma ilk yazarın Yüksek Lisans tezinden türetilmiştir.

² **Sorumlu Yazar/Corresponding Author:** Yüksek Lisans Öğrencisi, Bolu İzzet Baysal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, bsr.zdemir@gmail.com

³ Doç. Dr., Bolu İzzet Baysal Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Anabilim Dalı, ozbakir_m@ibu.edu.tr

<i>davranışındaki çok boyutlu etkilerine dair nitel bir değerlendirme sunmaktadır.</i>	
Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Tüketim, Sürdürülebilir Ulaşım, Elektrikli Araçlar, TOGG	Keywords: Sustainable Consumption, Sustainable Transportation, Electric Vehicles, TOGG
JEL Kodları: Q01, M31	JEL Codes: Q01, M31

**Araştırma ve
Yayın Etiği
Beyanı**

Bu çalışma Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi'nin 20.01.2025 tarih ve 25/37 sayılı Etik Kurul Onay Belgesi ile bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.

**Yazarların
Makaleye Olan
Katkıları**

Çalışmanın tümü her iki yazarın ortak katkısıyla gerçekleştirilmiştir.

Çıkar Beyanı

Yazarlar açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.

1. Giriş

Küresel ölçekte çevresel sorunların etkisinin giderek daha belirgin hâle gelmesi, sürdürülebilir kalkınma hedeflerini birçok sektör için öncelikli bir gündem haline getirmiştir. Bu süreç hem toplumsal yaşamda hem de iş dünyasında sürdürülebilirliğe yönelik farkındalığın artmasına neden olmuş; üretim ve tüketim alışkanlıklarında önemli bir dönüşüm sürecini beraberinde getirmiştir (Vaz vd., 2017).

Bu dönüşümden etkilenen sektörlerden biri olan otomotiv sektörü, çevre üzerindeki etkisi nedeniyle sürdürülebilirlik tartışmalarının odağında yer almaktadır. Otomotiv sektörüne yönelik alınacak kararlar, yalnızca sektörel gelişmeler açısından değil, aynı zamanda gelecek kuşakların yaşam kalitesi bakımından da kritik bir rol üstlenmektedir (Lukin vd., 2022, s. 1–3).

Ulaşım faaliyetlerinin küresel sera gazı emisyonları içerisindeki payı göz önüne alındığında, sürdürülebilir ulaşım çözümlerine duyulan ihtiyaç daha belirgin bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Nitekim, küresel sera gazı

emisyollarının yaklaşık %20'si ulaşım kaynaklı olup, bu emisyonların büyük bir kısmı kara yolu taşımacılığından kaynaklanmaktadır (International Energy Agency, 2023). Türkiye'de ise ulaşım sektörünün toplam sera gazı emisyonları içerisindeki payı 2022 yılı itibarıyla %23,7'ye ulaşmıştır (TÜİK, 2025).

Türkiye'nin yerli elektrikli otomobil girişimi olan Türkiye'nin Otomobili Girişim Grubu (TOGG), sürdürülebilir ulaşım anlayışı çerçevesinde çevre dostu mobilite çözümleri sunan bir örnek olarak değerlendirilmektedir. TOGG elektrikli araçların sunduğu yeni nesil teknolojiler, yalnızca teknik bir dönüşümü değil, aynı zamanda kullanıcıların ulaşım ve tüketim alışkanlıklarında da bir değişimi beraberinde getirmektedir. Bu nedenle, TOGG'un benimsediği sürdürülebilirlik yaklaşımının kullanıcı davranışlarıyla nasıl ilişkilendiğinin incelenmesi, markanın geleceğe dönük stratejik yönelimlerinin anlaşılması bakımından önem taşımaktadır.

Sürdürülebilirlik kavramı, çevresel boyutla sınırlı olmayan; ekonomik ve toplumsal sorumlulukları da kapsayan çok yönlü bir yaklaşım olarak ele alınmaktadır (Mensah, 2019). Bu çok yönlü yapı, bireylerin tüketim tercihlerini ve işletmelerin stratejik kararlarını önemli ölçüde etkilemektedir. Sürdürülebilir pazarlama, sürdürülebilir tüketim ve sürdürülebilir ulaşım gibi kavramlar, günümüzde yalnızca teorik tartışmaların konusu olmaktan çıkmış; bilinçli tüketim ve yaşam biçimlerinin önemli unsurları hâline gelmiştir. Elektrikli araçlar ise bu sürecin somut uygulama alanlarından biri olarak sürdürülebilir ulaşımın gelişimine katkı sunmaktadır.

Literatür incelendiğinde, sürdürülebilirlik ve elektrikli araçlar odağında çeşitli çalışmalar bulunmaktadır, bunun beraberinde TOGG markasını sürdürülebilirlik perspektifiyle değerlendiren ve kullanıcı davranışlarını nitel bir yöntemle inceleyen çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Bu durum, TOGG

kullanıcılarının sürdürülebilirlik farkındalıklarının, satın alma nedenlerinin ve sürdürülebilir davranış kalıplarının incelenmesini önemli kılmaktadır.

Bu araştırma, TOGG marka elektrikli araç kullanıcılarının satın alma kararlarında sürdürülebilirlikle ilişkili nedenlerin rolünü incelemeyi ve kullanıcıların sürdürülebilir tüketime yönelik farkındalıklarını nitel bir yaklaşımla anlamayı amaçlamaktadır. Çalışma, yalnızca kullanıcıların sürdürülebilirlik kavramını nasıl algıladıklarını ortaya koymayı değil, aynı zamanda bu algının satın alma davranışları üzerindeki etkisini anlamayı hedeflemektedir. Bu yönüyle araştırmanın, TOGG'un ve sektördeki diğer markaların sürdürülebilirlik odaklı stratejik yaklaşımlarına ve sürdürülebilir ulaşım alanındaki akademik ve toplumsal çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Sürdürülebilirlik Farkındalığı ve Tüketici Davranışı

Sürdürülebilirlik, yalnızca çevresel sorunlara odaklanan basit bir anlayış olarak değil; ekonomik ve toplumsal boyutları da kapsayan çok yönlü bir anlayış olarak ele alınmaktadır. Bu çok yönlü yapı, bireylerin gündelik yaşam tercihlerinden işletmelerin uzun vadeli stratejik kararlarına kadar geniş bir etki alanına sahiptir (Şen vd., 2018, s. 6–7). Günümüzde doğal kaynakların sınırlılığı, çevresel bozulmalar ve artan toplumsal eşitsizlikler, sürdürülebilirlik odaklı bir farkındalığın önemini daha da görünür hâle getirmiştir.

Sürdürülebilirliğin temel amacı, bugünün ihtiyaçları karşılanırken gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama olanaklarının tehlikeye atılmamasıdır. Bu yaklaşım, kaynakların bilinçli kullanımı ve çevresel, sosyal ve ekonomik dengelerin birlikte gözetilmesini gerektirmektedir (WCED, 1987; Onaran, 2014, s. 1). Bu çerçevede sürdürülebilirlik, yalnızca çevreyi koruma hedefiyle sınırlı

kalmamakta; toplum refahının artırılması ve uzun vadeli kalkınmanın sağlanmasını da kapsamaktadır (Şen vd., 2018, s. 41).

Bu anlayışın bireysel tabandaki karşılığı ise sürdürülebilir tüketim kavramı ile ortaya çıkmaktadır. Sürdürülebilir tüketim, mal ve hizmetlerin kullanımında doğal kaynakların, toksik maddelerin ve atık oluşumunun yaşam döngüsü boyunca en aza indirilmesini hedefleyen bir anlayışı ifade etmektedir (Nkamnebe, 2013, s. 1). Bu doğrultuda bu anlayış, tüketicilerin yalnızca neyi ne kadar tükettiklerine değil; nasıl, ne amaçla ve hangi nedenlerle tükettiklerine odaklanmalarını gerekli kılmaktadır.

Sürdürülebilir tüketim davranışı, bireylerin bilgi düzeyi, değer yargıları, alışkanlıkları ve toplumsal normları gibi çeşitli faktörlerden etkilenmektedir. Bu bağlamda sürdürülebilirlik farkındalığı, yalnızca algısal bir zeminde sınırlı kalmayıp, zamana dolayısıyla teknolojiye, yeniliklere yani moda algısına ayak uyduran tutumlara ve davranışlara dönüşebilen dinamik bir süreç olarak değerlendirilmektedir (Charter vd., 2002, s. 11; Jackson vd., 2004, s. 16). Günlük yaşamda enerji tasarrufu, geri dönüşüm, israfın azaltılması ve çevreye duyarlı ürünlere yönelim gibi davranışlar, bu farkındalığın somut çıktıları olarak görülmektedir.

Sürdürülebilir tüketim, tek seferlik bir tercihten ziyade; satın alma öncesi, satın alma süreci ve satın alma sonrası değerlendirmeleri kapsayan aşamalı bir süreç olarak değerlendirilmektedir. Bu süreçte bireylerin sahip oldukları farkındalık düzeyi, karar verme aşamalarını etkilemektedir. Özbakır ve Velioğlu'nun (2010, s. 74–75) ortaya koyduğu çerçeveye göre sürdürülebilir tüketimi etkileyen rasyonel, psikolojik ve sosyolojik unsurlar, tüketici davranışlarının şekillenmesinde belirleyici bir rol üstlenmektedir. Bu yaklaşım, sürdürülebilirlik farkındalığının yalnızca bilgi düzeyinde kalmadığını; tüketim kararlarının tüm aşamalarına yayılan bir etki sağladığını göstermektedir.

Dolayısıyla sürdürülebilirlik farkındalığı, tüketici davranışlarını şekillendiren temel unsurlardan biridir. Farkındalık düzeyinin artması, bireylerin tüketim tercihlerinde çevresel, sosyal ve ekonomik etkileri birlikte değerlendiren daha sorumlu bir yaklaşım benimsemelerini sağlamaktadır (Hanss, 2012, s. 17). Bu yönüyle sürdürülebilir tüketim, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşılmasında bireysel davranışların taşıdığı önemi açık biçimde ortaya koymaktadır.

2.2. Sürdürülebilir Ulaşım ve Elektrikli Araçlar

Sürdürülebilirlik anlayışının ulaşım alanına etkileri, çevresel etkilerin azaltılması, kaynakların verimli kullanılması ve toplumsal refahın gözetilmesi gibi çok boyutlu hedefleri içeren sürdürülebilir ulaşım anlayışını gündeme getirmiştir. Ulaşım, bireylerin ve eşyaların bir yerden başka bir yere hareketini sağlayan temel bir ihtiyaç olmakla birlikte; zaman, maliyet, güvenlik, enerji kullanımı ve çevresel etkiler gibi birçok unsuru bir arada barındıran bir kavramdır (Önder ve Akdemir, 2022, s. 750; Kababulut ve Helvacı, 2017). Bu nedenle ulaşım sistemlerinin planlanması ve uygulanmasında sürdürülebilirlik ilkelerinin dikkate alınması giderek daha önemli hâle gelmiştir (Cirit, 2014, s. 9).

Günümüzde ulaştırma faaliyetleri; artan nüfus, kentleşme ve ekonomik hareketlilikle birlikte enerji kullanımı, hava kirliliği ve sera gazı emisyonları açısından önemli çevresel sorunlara yol açmaktadır. Ulaşım sektörü, tüm dünyada fosil yakıt tüketiminin en yoğun olduğu alanlardan biri olarak öne çıkmakta dolayısıyla sera gazı emisyonları üzerinde belirleyici bir etki oluşturmaktadır (Uçar ve Çoban, 2023, s. 485–486; Akbulut, 2016, s. 350). Bu durum, ulaşım ihtiyacının ortadan kaldırılmasından ziyade daha çevreci ve sürdürülebilir seçeneklerle karşılanmasını ihtiyaç haline getirmektedir (Litman, 2011, s. 3–4).

Sürdürülebilir ulaşım, bireylerin ve toplumların erişim ihtiyaçlarını ekosistemin doğal işleyişi ile uyumlu biçimde karşılamayı, emisyon ve atıkları azaltmayı, yenilenebilir kaynak kullanımını desteklemeyi ve sosyal eşitliği gözetmeyi amaçlayan bir yaklaşım olarak tanımlanmaktadır (Janic, 2006, s. 83; Litman, 2011, s. 2; Pei vd., 2010, s. 2–3). Bu yaklaşım, yalnızca teknik çözümleri değil; aynı zamanda politika yapıcılarının, yerel yönetimlerin ve bireylerin bilinçli katılımını da içeren holistik bir dönüşümü gerekli hale getirmektedir (Şimşek, 2014, s. 1; Tonk ve Arslan, 2020, s. 192).

Bu dönüşümün önemli unsurlarından biri olarak elektrikli araçlar, sürdürülebilir ulaşım hedefleri doğrultusunda giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Elektrikli araçlar, fosil yakıt kullanımını azaltma potansiyeli, düşük emisyon ölçümleri ve enerji verimliliği gibi özellikleriyle, ulaşım sektöründe çevresel etkilerin en aza indirilmesine katkı sunmaktadır (Ustabaş, 2014, s. 269; Sun vd., 2019). Elektrikli araç teknolojisinin ilk örnekleri 19. yüzyıla kadar uzansa da sınırlı menzile, altyapı eksikliği ve yüksek maliyet gibi nedenlerle uzun süre yaygınlaşamamıştır (Chan, 2013, s. 206–207). Fakat küresel iklim değişikliği, enerji güvenliği ve çevresel kaygıların artmasıyla birlikte, özellikle 2000’li yıllardan sonra söz konusu araçlara yönelik ilgi yeniden gündeme gelmiştir (Ustabaş, 2014, s. 275).

Elektrikli araçlar, ulaşımın yalnızca teknik bir unsur olarak değil, aynı zamanda sürdürülebilir tüketim anlayışının bir yansıması olarak değerlendirilmektedir. Bu araçların tercih edilmesi, bireylerin çevresel etkileri dikkate alan tüketim kararları aldığını ve ulaşım ihtiyacını daha sürdürülebilir seçeneklerle karşılamaya yöneldiğini göstermektedir. Bu doğrultuda elektrikli araçların kullanımının artması, petrol tüketiminin ve karbon salınımının azaltılmasına katkı sağlamakta; bu durum sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle

uyumlu bir dönüşümü desteklemektedir (International Energy Agency, 2023; İstanbul Planlama Ajansı, 2023).

Elektrikli araçlar; tam elektrikli, hibrit ve plug-in hibrit olmak üzere farklı türlerde sınıflandırılmakta ve bu çeşitlilik, farklı kullanıcı ihtiyaçlarına hitap eden alternatifler sunmaktadır (Keogh, 2011, s. 10; Kırmızıgül ve Baykal, 2023, s. 229). Özellikle tam elektrikli araçlar, sıfır egzoz emisyonu ve sessiz çalışma özellikleriyle şehir içi ulaşımında sürdürülebilirlik açısından önemli faydalar sağlamaktadır (Ehsani vd., 2021, s. 967–969).

Bu çerçevede elektrikli araçlar, sürdürülebilir tüketim davranışlarının ulaşım alanındaki somut bir etkisi olarak değerlendirilebilir. Bireylerin elektrikli araçlara yönelik farkındalık düzeyleri, bu araçlara yükledikleri çevresel ve toplumsal anlamlar ile satın alma ve kullanım kararları, sürdürülebilir ulaşım dönüşümü açısından etkin bir rol oynamaktadır (Steg ve Gifford, 2005, s. 62; Martins vd., 2019, s. 2). Dolayısıyla elektrikli araçlar, hem çevresel etkileri azaltan bir teknoloji hem de sürdürülebilir tüketim bilincine olumlu katkı sağlayan bir araç olarak değerlendirilmektedir.

Türkiye’de sürdürülebilir ulaşım ve elektrikli araç teknolojisinin yerli bir örneği olarak Türkiye’nin Otomobili Girişim Grubu (TOGG) öne çıkmaktadır. TOGG, yalnızca bir otomobil olmanın ötesinde; sürdürülebilirlik, teknoloji ve yerli üretim temeline dayanan bir mobilite yaklaşımı doğrultusunda faaliyet göstermektedir. TOGG’un sürdürülebilirlik vizyonu, çevreye duyarlı ulaşım çözümleri sunmanın ötesinde, küresel ölçekte rekabet edebilecek yerli bir teknoloji markası olma hedefini taşımaktadır (TOGG, 2021).

TOGG’un benimsediği bu yaklaşım; tamamen elektrikli teknolojisi, enerji verimliliği, düşük emisyon hedefleri ve akıllı mobilite çözümleriyle sürdürülebilir ulaşım hedeflerine katkı sağlamayı amaçlamaktadır (TOGG Arabaları, 2024). Aynı zamanda veriye dayalı iş yapısı, yeni nesil çevreci

yaklaşımı ve kullanıcı odaklı teknolojisiyle, sürdürülebilir tüketim davranışının desteklenmesine katkı sağlamaktadır. Bu yaklaşımıyla TOGG, elektrikli araç teknolojisinin bireylerin tüketim yönelimleri ve sürdürülebilirlik farkındalıkları üzerindeki etkisini incelemek açısından anlamlı bir örnek sunmaktadır.

3. Yöntem

Bu araştırma, TOGG kullanıcılarının sürdürülebilirlik farkındalıklarını ve bu farkındalığın satın alma kararları üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlayan nitel bir çalışmadır. Nitel araştırma yöntemi, bireylerin deneyimlerini, algılarını ve değerlendirmelerini kendi bağlamı içerisinde ele alarak araştırma konusunun derinlemesine anlaşılmasına olanak tanınması nedeniyle tercih edilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2013, s. 41; Merriam, 2013, s. 23).

Nitel araştırma yaklaşımı, katılımcıların sosyal davranışlarını, tutumlarını ve deneyimlerini esnek bir yapıda incelemeye imkân tanımakta; bu sayede araştırma süreci, katılımcı perspektifine dayalı olarak şekillendirilebilmektedir (Nakip ve Yaraş, 2017, s. 111–112). Bu çalışmada da katılımcıların sürdürülebilirlik, tüketim davranışları ve sürdürülebilir ulaşım tercihlerine ilişkin düşüncelerinin bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Araştırma sürecinde elde edilen veriler, tümevarımsal bir analiz yaklaşımı çerçevesinde ele alınmış; analiz süreci, verilerden elde edilen bulgulara dayalı olarak aşamalı biçimde geliştirilmiştir. Nitel araştırmalarda araştırmacının sürecin doğal bir parçası olması ve verilerle etkileşim hâlinde ilerlemesi, araştırma konusuna ilişkin yeni ve özgün çıkarımların ortaya konmasına olanak sağlamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013, s. 45–46; Creswell, 2013, s. 43–44).

Çalışmada, TOGG kullanıcılarının satın alma sürecinde sürdürülebilirlik algılarının nasıl şekillendiği, bu algıların satın alma gerekçelerine hangi düzeyde

etki ettiği ve elektrikli araç kullanımının kullanıcıların sürdürülebilir tüketime ilişkin farkındalıklarında bir dönüşüm sağlayıp sağlamadığı nitel veri aracılığıyla analiz edilmektedir. Bu yönüyle araştırma, TOGG'un sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımının kullanıcı perspektifinden nasıl karşılık bulunduğunu anlamayı amaçlamaktadır.

Bu temel amaç doğrultusunda araştırma soruları şunlardır:

-Sürdürülebilirlik bilinci, TOGG kullanıcılarının satın alma kararına yönelik yaklaşımlarında nasıl yer bulmaktadır?

-TOGG kullanıcılarının sürdürülebilir ulaşım tüketimine ilişkin farkındalıkları nelerdir?

-TOGG kullanıcılarının sürdürülebilirlik ve çevresel duyarlılık düzeyleri, satın alma kararlarında ne ölçüde belirleyici rol oynamaktadır?

-TOGG'un sürdürülebilirlik odaklı pazarlama stratejileri, kullanıcı davranışlarında nasıl karşılık bulmaktadır?

-TOGG kullanıcılarının sürdürülebilir ulaşım tercihlerinde çevresel faktörler, ekonomik faydalar, sosyal sorumluluk ve toplumsal duyarlılık, devlet teşvikleri ve yerli üretim bilinci nasıl anlamlandırılmaktadır?

3.1. Örneklem Seçimi

Bu araştırmada, nitel araştırma yaklaşımına uygun olarak amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme yöntemi, araştırılan konuya ilişkin ayrıntılı ve derinlemesine bilgiye sahip olduğu düşünülen bireylerin seçilmesine imkân tanınması nedeniyle tercih edilmektedir (Merriam, 2013, s. 76). Bu yöntem, kapsamlı ve zengin verilere ulaşılabilecek vakaların detaylı biçimde incelenmesine olanak sağlayarak araştırma konusunun daha iyi anlaşılmasını mümkün kılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013, s. 135).

Amaçlı örnekleme yöntemlerinden biri olan ölçüt örnekleme, araştırmacı tarafından belirlenen ya da önceden tanımlanmış ölçütleri karşılayan bireylerin araştırmaya dâhil edilmesini esas alan bir örnekleme yaklaşımıdır. Bu yöntemde, belirli kriterlere uygun katılımcıların seçilmesiyle araştırma sorularıyla doğrudan ilişkili verilerin elde edilmesi amaçlanmaktadır (Yağar ve Dökme, 2018, s. 4).

Araştırmanın evrenini TOGG kullanıcıları oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise TOGG kullanıcıları arasından, belirlenen ölçütler doğrultusunda seçilen bir grup katılımcıdan meydana gelmektedir. Katılımcıların seçiminde, demografik farklılıkların dikkate alınması yoluyla araştırma bulgularının çeşitli bakış açılarıyla desteklenmesi ve zenginleştirilmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda ölçüt örnekleme yöntemi kullanılarak, nitel araştırma kapsamında farklı görüşlerin ortaya konulmasına olanak sağlanmıştır.

Ölçüt örnekleme kapsamında araştırmaya dâhil edilecek katılımcıların belirtilen koşulları sağlaması gerekmektedir, bu koşullar; TOGG marka bir araca sahip olmak, aracı bireysel kullanım amacıyla satın almış olmak, araştırmaya gönüllü olarak katılmayı kabul etmek olarak belirlenmiştir.

3.2. Veri Toplama ve Analiz

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme yöntemi, bireylerin deneyimlerini, algılarını ve tutumlarını kendi ifadeleriyle aktarmalarına olanak tanınması nedeniyle nitel araştırmalarda sıklıkla tercih edilen bir yöntemdir (Yıldırım ve Şimşek, 2013, s. 147; Merriam, 2013, s. 85).

Görüşme soruları, araştırmanın amacı ve araştırma soruları doğrultusunda literatür temel alınarak hazırlanmıştır. Sorular, katılımcıların sürdürülebilirlik, sürdürülebilir tüketim, sürdürülebilir ulaşım ve TOGG marka algısına ilişkin

deneyimlerini serbestçe ifade edebilmelerini sağlayacak biçimde açık uçlu olarak yapılandırılmıştır.

Veri toplama süreci 2025 yılı Şubat ve Mart ayları arasında yürütülmüş; toplam 20 TOGG kullanıcısı ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler ortalama 30 dakika sürmüş ve katılımcıların onayı alınarak ses kaydı yapılmıştır. Elde edilen kayıtlar, analiz sürecinde çözümleme yapılarak yazılı metne dönüştürülmüştür ve bilgisayar destekli nitel veri analiz programı MAXQDA ile analiz edilmiştir. Programın tercih edilme nedeni, verilerin sistematik şekilde kodlanmasına olanak tanınması, temaların görsel olarak düzenlenmesini kolaylaştırması ve araştırmacının yorumlama sürecinde analitik derinliği destekleyen işlevsel araçlar sunmasıdır. Böylece kodlar arası ilişkiler daha görünür hale getirilmiş ve analiz süreci daha bütüncül bir bakış açısıyla yürütülmüştür.

Bu araştırmada geçerliğin sağlanması amacıyla, veri toplama ve analiz süreci araştırmanın amacıyla uyumlu biçimde planlanmış; katılımcılara yöneltilen sorular açık, anlaşılır ve yönlendirici olmayan bir yapıda hazırlanmıştır. Görüşmeler sırasında araştırmacı tarafsız ve objektif bir tutum benimsemiş, katılımcı görüşlerinin doğal akışı içerisinde ortaya çıkmasına özen göstermiştir. Elde edilen ses kayıtları çözümlenerek yazılı metne aktarılmış, ardından veriler dikkatli ve sistematik bir biçimde kodlanmıştır.

Araştırmanın güvenilirliğini artırmak amacıyla, veri toplama ve analiz sürecinin tüm aşamaları ayrıntılı biçimde raporlanmış, kullanılan yöntem ve analiz adımları açıkça tanımlanmıştır (Johnson, 2015). İçerik analizi sürecinde betimleme, kodlama, tema oluşturma ve yorumlama aşamaları Heppner vd. (2013)'nin önerdiği çerçeve doğrultusunda yürütülmüştür. Veriler, MAXQDA nitel veri analiz programı kullanılarak analiz edilmiş; kodlar arasındaki ilişkiler sistematik olarak değerlendirilmiştir.

Nitel araştırmalarda dış geçerliğin sağlanabilmesi için araştırma bağlamının, rneklemen ve veri toplama sürecinin ayrıntılı biçimde açıklanması önem taşıtmaktadır (Miles ve Huberman, 1994). Bu çalışmada katılımcı seçim ltleri açıkça tanımlanmış, görüşmelerin gerçekleştirildiği ortam ve süreç detaylı biçimde sunulmuştur.

Veri doygunluğu, 20 katılımcı ile yapılan görüşmeler sonucunda sağlanmış; görüşmelerden elde edilen verilerin tekrar etmeye başlaması ve yeni bilgi üretmemesi dikkate alınarak veri toplama süreci etik kurallar çerçevesinde sonlandırılmıştır (Arslan, 2022).

Son olarak, araştırma sürecinde etik ilkelere bağlı kalınmış; katılımcılardan gönüllü olarak katılım izni alınmış ve elde edilen veriler yalnızca bilimsel amaçlarla kullanılmıştır. Bu yaklaşım, araştırmanın hem geçerliğini hem de güvenirliğini destekleyen temel unsurlar arasında yer almaktadır (Kirk ve Miller, 1986; Quintão vd., 2020).

4. Bulgular

Bu bölümde elde edilen bulgular araştırma soruları doğrultusunda sistematik bir biçimde sunulmaktadır. Her tema altında, bulguların daha açık anlaşılmasını sağlamak amacıyla doğrudan katılımcı ifadelerine yer verilmiştir. Katılımcılar, gizliliği korumak amacıyla K1, K2, K3... gibi kodlarla tanımlanmıştır. Katılımcılara ait demografik bilgiler Tablo 1’de sunulmaktadır.

Tablo 1: Katılımcılara ait Demografik Bilgiler

Katılımcı Kodu	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu	Meslek	TOGG Kullanım Sresi
K1	Erkek	45	Lisans	Emekli ğretmen	24 Ay

K2	Erkek	41	Lisans	Esnaf	8 Ay
K3	Erkek	35	Lisans	Makine Mühendisi	16 Ay
K4	Erkek	35	Lise	Esnaf	12 Ay
K5	Kadın	43	Lise	Ev Hanımı	24 Ay
K6	Kadın	26	Lisans	Makine Mühendisi	12 Ay
K7	Erkek	37	Lisans	Esnaf	12 Ay
K8	Erkek	47	Lise	Esnaf	12 Ay
K9	Erkek	55	Lise	Esnaf	10 Ay
K10	Kadın	30	Lisans	Dış Hekimi	18 Ay
K11	Kadın	30	Lisans	Hemşire	3 Ay
K12	Kadın	33	Lisans	Öğretmen	3 Ay
K13	Erkek	31	Yüksek Lisans	Makine Mühendisi	4 Ay
K14	Erkek	61	Lisans	Doktor	3 Ay
K15	Kadın	29	Yüksek Lisans	Öğrenci	6 Ay
K16	Erkek	50	Lisans	Esnaf	18 Ay
K17	Kadın	32	Doktora	Akademisyen	18 Ay
K18	Erkek	35	Lise	Esnaf	4 Ay
K19	Erkek	53	Doktora	Akademisyen	18 Ay
K20	Erkek	39	Lise	Esnaf	13 Ay

Katılımcıların cinsiyetine göre dağılımı incelendiğinde, örneklemin %35'ini (7 kişi) kadınlar, %65'ini (13 kişi) ise erkekler oluşturmaktadır. Katılımcıların yaş dağılımları incelendiğinde, örneklemin %50'sini (10 kişi) 26–35 yaş aralığındaki bireyler, %25'ini (5 kişi) 36–45 yaş aralığındaki bireyler, %20'sini

(4 kişi) 46–60 yaş aralığındaki bireyler ve %5’ini (1 kişi) 61 yaş ve üzeri bireyler oluşturmaktadır. Katılımcıların eğitim durumu dağılımları incelendiğinde, örneklemin %30’unu (6 kişi) lise mezunu bireyler, %50’sini (10 kişi) lisans mezunu bireyler, %10’unu (2 kişi) yüksek lisans mezunu bireyler ve %10’unu (2 kişi) doktora derecesine sahip bireyler oluşturmaktadır. Katılımcıların meslek gruplarına göre dağılımları incelendiğinde, örneklemin %40’ı (8 kişi) esnaf, %15’i (3 kişi) makine mühendisi, %10’u (2 kişi) akademisyen, %10’u (2 kişi) öğretmen, %5’i (1 kişi) diş hekimi, %5’i (1 kişi) doktor, %5’i (1 kişi) ev hanımı, %5’i (1 kişi) hemşire ve %5’i (1 kişi) öğrenci bireylerden oluşmaktadır. Katılımcıların TOGG marka elektrikli aracı kullanım süresi incelendiğinde, örneklemin %10’u (2 kişi) 24 ay, %20’si (4 kişi) 18 ay, %5’i (1 kişi) 16 ay, %5’i (1 kişi) 13 ay, %20’si (4 kişi) 12 ay, %5’i (1 kişi) 10 ay, %5’i (1 kişi) 8 ay, %5’i (1 kişi) 6 ay, %10’u (2 kişi) 4 ay ve %15’i (3 kişi) 3 ay TOGG kullanmıştır.

4.1. Sürdürülebilirlik Farkındalıklarına İlişkin Bulgular

Veri analizi sonucunda, katılımcıların sürdürülebilirlik kavramına ilişkin farkındalık düzeylerinin farklılık gösterdiği görülmüştür. Araştırmaya katılan 20 kişiden 10’unun sürdürülebilirlik kavramına ilişkin belirgin bir farkındalığa sahip olmadığı tespit edilmiştir. Diğer 10 katılımcının ise sürdürülebilirlik kavramına ilişkin farkındalığa sahip olduğu görülmüştür. Bu katılımcılar sürdürülebilirliği; çevresel duyarlılık, kaynakların verimli kullanımı ve gelecek nesillerin korunması çerçevesinde değerlendirmiştir.

4.2. TOGG Satın Alma Nedenlerine İlişkin Bulgular

Yapılan analiz sonucunda, katılımcıların TOGG marka elektrikli aracı satın alma nedenlerinin altı ana kategori altında toplandığı görülmüştür. Bu kategoriler; kişisel nedenler, psikolojik nedenler, yerli ve milli olması, ekonomik nedenler, çevresel nedenler ve teknik nedenler olarak belirlenmiştir.

Kişisel nedenler incelendiğinde, katılımcıların elektrikli araçlara yönelik “ilgi ve merak” duygusunun satın alma kararlarında etkili olduğu görülmüştür. Bu durumu yansıtan katılımcı ifadeleri şu şekildedir: K4: “... teknik olarak ilgim var...”, K13: “... teknik olarak bir ilgim de var...”

Psikolojik nedenler kapsamında, TOGG’un katılımcılara “prestij” sağladığı yönündeki algının satın alma kararlarını etkilediği görülmüştür. Bu duruma ilişkin bir katılımcı ifadesi K2: “Yani prestij etkiler yani... Biz TOGG’da o prestiji yakaladığımızı düşünüyoruz...” şeklindedir.

Satın alma kararında öne çıkan en belirgin faktörlerden biri, aracın yerli ve milli üretim niteliğidir. Katılımcılar, TOGG’u tercih etme nedenlerini büyük ölçüde ulusal üretime destek verme isteğiyle ilişkilendirmiştir. Bu durumu yansıtan bazı katılımcı ifadeleri şu şekildedir: K1: “TOGG’u sadece milli olduğu için alıyorum”, K8: “Valla bizim ilk baştaki tercihimiz yerli ve milli olması”, K9: “Benim en büyük almamın sebebi yerli ve milli olması...”, K15: “Önceliğimiz Türk arabası olması”, K17: “TOGG’u tercih etme sebebin en başta yerli milli olmasıydı”.

Ekonomik nedenler değerlendirildiğinde, bu kategori altında “kullanım maliyetinin uygunluğu”, “satın alma maliyetinin uygunluğu”, “yakıt maliyetinin düşük olması” ve “yatırım amaçlı” alt kodlarının ortaya çıktığı görülmüştür. Katılımcılar; bakım, şarj maliyeti ve kredi imkânlarını ekonomik açıdan belirleyici unsurlar olarak ifade etmiştir. Bu durumu yansıtan bazı ifadeler şöyledir: K11: “... bir kere fiyat-performans ürünü... bunlar hep bir tasarruf...”, K14: “... kredi, fiyat anlamında ekonomi bana uydu...”, K10: “... düşük fiyat, faizsiz kredi... yatırım gibi düşündüm.”

Çevresel nedenler incelendiğinde, katılımcıların elektrikli araç tercihlerini; egzoz emisyonlarının azaltılması, çevreye zarar vermemesi ve fosil yakıtlardan uzak durma isteğiyle ilişkilendirdiği görülmüştür. Bu duruma ilişkin örnek

katılımcı ifadeleri şunlardır: K2: "... akaryakıtın havaya verdiği zararlar etkili oldu...", K12: "Öncelikle çevreye daha az zarar veren. Elektrikli zaten. İşte o yüzden çevreye daha az zarar verdiği için".

Teknik nedenler kapsamında ise katılımcıların TOGG'u; tasarım özellikleri, teknolojik donanım, geniş iç dizayn, uzun menzil, güçlü olması, dış görünüşü, ekranların çoklu kullanımı, konfor, kullanım kolaylığı, tasarım ve SUV özellikleri gibi unsurlar nedeniyle tercih ettikleri görülmüştür. Bu durumu yansıtan bazı katılımcı ifadeleri şu şekildedir: K11: "Tasarımını beğeniyorum. İç donanımı falan olanakları çok fazla. Çok özellikleri olan bir araba", K7: "Konforundan memnunum geniş bir araç. Yol tutuşu anlamında da konforlu bir araç. Sessiz bir araç, performanslı bir araç, yüksek performanslı bir araç. Yani yeni nesil araçta olması gereken bütün özellikler mevcut, memnunuz", K3: "... yani, bunda aynı anda üç tane ekrana hükmedebilirken, çocuk oyun oynarken işte birisi televizyon izleyip birisi de orada başka bir şey yapabilir..." şeklinde ifade edilmiştir.

4.3. Sürdürülebilir Davranış Kalıplarına İlişkin Bulgular

Yapılan analiz sonucunda, katılımcıların sürdürülebilir davranış kalıpları "doğal içerikli ürün", "geri dönüşüm", "yeniden kullanım", "israf etmemek", "yere çöp atmamak", "gelecek nesillere sorumluluk", "yeşil enerji kullanımı", "tasarruf", "sosyal sürdürülebilirlik-boykot ürünleri", "çevreyi korumak", "poşet kullanmama", "organik gıda tüketimi" ve "yok" olarak 13 farklı kategoride incelenmiştir.

Sürdürülebilir davranış kalıpları incelendiğinde, doğal içerikli ürün kodu bir defa kodlanmıştır. Bu kodun oluşturduğu örnek ifade şu şekildedir: K17: "Ürünlere bakarken daha doğal ürünleri tercih etmeye çalışıyorum, etiketine bakıyorum."

Geri dönüşüm kodu, sürdürülebilir davranış kalıpları incelendiğinde altı defa kodlanmıştır. Bu kodun oluşturduğu örnek ifade şu şekildedir: K17: “... daha çok biz mesela geri dönüştürülebilir malzemeleri, geri dönüştürülebilir çöp kutularına atmaya çalışıyoruz.”

Yeniden kullanım kodu, sürdürülebilir davranış kalıpları incelendiğinde bir defa kodlanmıştır. Bu kodun oluşturduğu örnek ifade şu şekildedir: K16: “İkinci el eşyalarımı da değerlendirmeye çalışırım. Değerlendirmeye derken ihtiyacı olana ihtiyacını vermeye çalışırım. Eğer para değeri varsa onu satmaya çalışırım.”

İsraf etmemek kodu, sürdürülebilir davranış kalıpları incelendiğinde bir defa kodlanmıştır. Bu kodun oluşturduğu örnek ifade şu şekildedir: K6: “... biz de bunu hala sürdürüyoruz, ben bu yaşta halen daha bir şeyin israf olmamasına, yemeğin israf olmamasına, artan yemeğin sokak hayvanlarına gitmesine, ne bileyim, hala ışıkları kapatmadan, yeni nesil mesela ışıkları kapatmadan uyuyor ama biz o ışıkları kapatmadan uyuyamıyoruz, tam tersiyiz.”

Yere çöp atmamak kodu, sürdürülebilir davranış kalıpları incelendiğinde bir defa kodlanmıştır. Bu kodun oluşturduğu örnek ifade şu şekildedir: K1: “Vallahi pikniğe gittiğim zaman çöpümü kendim topluyorum. Gözümün önünde pislik varsa alıyorum, topluyorum. Ama gidip de sokakta pislik varsa gidip bir sigara izmariti toplamıyorum. Nedir, önümüze düşer, arabamda bir şey vardı, az önce bidonu açtım, içine attım. Yere atmıyorum.”

Gelecek nesillere sorumluluk kodu, sürdürülebilir davranış kalıpları incelendiğinde iki defa kodlanmıştır. Bu kodun oluşturduğu örnek ifade şu şekildedir: K2: “... biz geleceğimize, çocuklarımıza, bundan 50 yıl sonra, 100 yıl sonra, 500, 1000 yıl sonra onlara biz nasıl bulduysak daha iyi bir şekilde bırakmamız gerekiyor.”

Yeşil enerji kullanımı kodu, sürdürülebilir davranış kalıpları incelendiğinde bir defa kodlanmıştır. Bu kodun oluşturduğu örnek ifade şu şekildedir: K13: “Yeşil enerji kullanmaya çalışıyoruz. Evimde güneş paneli kullanıyorum.”

Tasarruf kodu, sürdürülebilir davranış kalıpları incelendiğinde beş defa kodlanmıştır. Bu kodun oluşturduğu örnek ifade şu şekildedir: K12: “Kaynağımı tasarruflu kullanıyorum genelde. Atıyorum sudur. Suları daha tasarruflu kullanmaya çalışıyorum. Boşa elektrik yapmama şeklinde...”

Sosyal sürdürülebilirlik-boykot ürünleri kodu, sürdürülebilir davranış kalıpları incelendiğinde iki defa kodlanmıştır. Bu kodun oluşturduğu örnek ifade şu şekildedir: K9: “... yani şöyle ben bir markete gittiğimde, bir alışverişe gittiğimde kesinlikle bir kere boykot ürünlerine çok dikkat ediyorum. Yani biliyorsunuz boykot ürünlerini. Gerekli zaman markette tezgâhtara soruyorum. Hani boykot ürünü olmayan yerli bizim yaptığımız bir ürün var mı? Kesinlikle tercih ediyorum.”

Çevreyi korumak kodu, sürdürülebilir davranış kalıpları incelendiğinde iki defa kodlanmıştır. Bu kodun oluşturduğu örnek ifade şu şekildedir: K15: “... ama ormanın en ücra köşesine gittiğinde bile çöp buluyorsun yanında. Çok üzücü bir durum. Mesela hemen bir poşet bulup hepsini toplar aşağı kadar indiririm yani. Bunu yapmazsam kendimi kötü hissediyorum yani. Doğaya zarar verilmesi beni çok üzüyor.”

Poşet kullanmama kodu, sürdürülebilir davranış kalıpları incelendiğinde iki defa kodlanmıştır. Bu kodun oluşturduğu örnek ifade şu şekildedir: K17: “... artık mesela plastik poşet almamaya dikkat ediyorum.”

Organik gıda tüketimi kodu, sürdürülebilir davranış kalıpları incelendiğinde iki defa kodlanmıştır. Bu kodun oluşturduğu örnek ifade şu şekildedir: K11:

“Gıdalarda organik ürünler tercih etmeye çalışıyorum. Çocuklarım da var biraz ondan ötürü organik şeyler tercih ediyorum.”

Sürdürülebilir davranış kalıpları incelendiğinde, yok kodu, herhangi bir sürdürülebilir davranışın gözlemlenmediği durumlar için kullanılmıştır ve bir defa kodlanmıştır. Bu kodun oluşturduğu örnek ifadeler şu şekildedir: K18: “Ona çok dikkat etmiyorum ben açıkçası.”

4.4. Sürdürülebilir Ulaşım Farkındalığına İlişkin Bulgular

Veri analizi sonucunda, katılımcıların sürdürülebilir ulaşım kavramına ilişkin farkındalık düzeylerinin farklılaştığı görülmüştür. Araştırmaya katılan 20 katılımcıdan dördünün sürdürülebilir ulaşım farkındalığının olmadığı, 16 katılımcının ise bu kavrama ilişkin farkındalığa sahip olduğu tespit edilmiştir.

Söz konusu durumu yansıtan bazı katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K1: “... şimdi sürdürülebilir, az önce siz konunun başından beri hep sürdürülebilir, hep sürdürülebilir. Ya sürdürülebilirlikteki kastımız ne?”

K5: “... yani şimdi bir tüplü arabanın yanından geçtiğiniz zaman bir tüp kokusu alıyorsunuz. Ama çok güzel bir şey elektrikli, egzoz ya da tüplü kokular yok. Çok iyi bence...”

Diğer 16 katılımcının ise sürdürülebilir ulaşım kavramına ilişkin farkındalığının olduğu söylenebilir. Buna ilişkin örnek katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K3: “Sürdürülebilir ulaşım tamamen elektrikliye dönmesi lazım bence bütün araçların hani şeye dönmesi lazım, elektrik sistemine dönüp bataryalarının daha işte şey olması lazım kapasitesi artırılması lazım. elektrikli bisikletim var, yazın onu kullanıyorum mesela, yani, şehir içinde şeyde falan elektrikli o da...”

K13: “... ekonomiyi çağrıştırıyor, ekonomik ulaşımı. Ben zaten bundan önceki aracım hibritti. Ondan sonra yarı elektrikli bir araçtı. Ondan sonra tam elektrikliye geçmeye karar verdim.”

5. Tartışma

Bu araştırma, TOGG marka elektrikli araç kullanıcılarının sürdürülebilirlik farkındalıklarını, satın alma nedenlerini, sürdürülebilir davranış kalıplarını ve sürdürülebilir ulaşım algılarını nitel bir yaklaşımla incelemiştir. Elde edilen bulgular, katılımcıların sürdürülebilirliğe ilişkin bakış açılarının homojen olmadığını; farkındalık düzeylerinin bireysel bilgi, değerler ve günlük yaşam pratikleri doğrultusunda farklılaştığını ortaya koymaktadır.

Araştırma bulguları, TOGG marka elektrikli araçların satın alma nedenleri arasında yerli ve milli üretim algısının en baskın unsur olduğunu göstermektedir. Katılımcılar, TOGG’u yalnızca çevreci veya ekonomik bir ulaşım aracı olarak değil, aynı zamanda ulusal bir değer ve toplumsal bir proje olarak konumlandırmaktadır. Bu bulgu, Işık (2025) ve Tilki vd. (2022) çalışmalarında vurgulanan yerli üretim algısının satın alma niyeti üzerindeki olumlu etkisiyle örtüşmektedir. Bununla birlikte, bu çalışmada yerli ve milli algının, çevresel sürdürülebilirlikten daha baskın bir satın alma motivasyonu olarak öne çıkması, TOGG özelinde özgün bir sonuç olarak değerlendirilmektedir.

Bu bulgu, sürdürülebilir tüketimin her zaman ‘çevreci niyet’ üzerinden okunamayacağını; bazı bağlamlarda (TOGG gibi) ulusal kimlik/yerli üretime destek gibi sosyo-politik güdülerle tetiklenebildiğini göstermektedir. Bu durumda sürdürülebilirlik, katılımcı nezdinde ‘birincil amaç’ değil ‘ikincil/yan fayda’ olarak konumlanmaktadır.

Dolayısıyla TOGG satın alımını doğrudan ‘sürdürülebilir tüketim davranışı’ olarak sınıflarken, niyet ve çıktı ayrımını gözetmek gerekir. Başka bir ifadeyle,

satın alma motivasyonu millî kimlik ekseninde şekillense dahi, elektrikli araç kullanımının çevresel etkileri sürdürülebilirlik perspektifinde değerlendirilebilir; ancak bu durumun “sürdürülebilir tüketim bilinci”ni ne ölçüde temsil ettiği tartışma düzeyinde açıkça ayrıştırılmalıdır.

Ayrıca satın alma nedenleri yalnızca ulusal kimlik ve çevresel duyarlılıkla sınırlı kalmamaktadır. Katılımcılar, TOGG’un ekonomik avantajlarını, özellikle düşük kullanım maliyetlerini ve enerji tasarrufu sağlamasını, karar süreçlerinde belirleyici faktörler arasında ifade etmişlerdir. Mandys (2021) ile Dutta ve Hwang’ın (2021) çalışmaları, elektrikli araç tercihlerinde ekonomik faktörlerin önemine dikkat çekerken, bu araştırmanın bulguları da TOGG kullanıcılarının benzer biçimde ekonomik gerekçeleri önceliklendirdiğini göstermektedir.

Araştırmada elde edilen bir diğer önemli bulgu, katılımcıların sürdürülebilirlik farkındalık düzeylerinin sürdürülebilir davranış kalıplarıyla doğrudan ilişkili olduğudur. Sürdürülebilirlik kavramına ilişkin farkındalığa sahip olan katılımcıların, geri dönüşüm, tasarruf, enerji verimliliği ve yeniden kullanım gibi davranışları günlük yaşamlarında daha sistematik biçimde benimsedikleri görülmektedir. Buna karşılık, sürdürülebilirlik kavramını yüzeysel ya da yanlış biçimde değerlendiren katılımcıların, bu tür davranışları sınırlı düzeyde sergiledikleri dikkat çekmektedir. Bu bulgu, Küçükyörük ve Kurtuldu (2022) ile Diksaç’ın (2019) çevre bilinci ile sürdürülebilir tüketim davranışı arasındaki ilişkiye dair sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir.

Sürdürülebilir davranış kalıplarına ilişkin bulgular, katılımcıların yalnızca çevresel değil, aynı zamanda etik ve toplumsal hassasiyetlere dayalı davranışlar da sergilediklerini ortaya koymaktadır. Boykot ürünlerinden kaçınma, organik ürün tercih etme ve poşet kullanmama gibi davranışlar, sürdürülebilirliğin bireysel tüketim kararları üzerinden sosyal bir anlam kazandığını göstermektedir. Bununla birlikte, bazı katılımcıların sürdürülebilirlik

kapsamında herhangi bir davranış sergilemediğini açıkça ifade etmeleri, farkındalık çalışmalarının toplumun tüm kesimlerine henüz ulaşamadığını ortaya koymaktadır.

Araştırmada sürdürülebilir ulaşım farkındalığına ilişkin elde edilen bulgular da benzer bir dağılım göstermektedir. Sürdürülebilir ulaşım farkındalığına sahip katılımcılar, elektrikli araçları çevresel etkiler, fosil yakıtlardan uzaklaşma ve emisyon azaltımı bağlamında değerlendirirken; farkındalık düzeyi düşük olan katılımcıların bu kavramı daha çok bireysel konfor ve ekonomik fayda üzerinden anlamlandırdıkları görülmektedir. Bu durum, Akbulut (2016) ile Demirtürk'ün (2021) sürdürülebilir ulaşımın toplumsal düzeyde doğru tanımlanması gerekliliğine ilişkin vurgularıyla örtüşmektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, bu araştırmanın bulguları, TOGG örneği üzerinden sürdürülebilirlik farkındalığının, satın alma motivasyonları ve günlük yaşam pratikleriyle çok boyutlu bir ilişki içerisinde olduğunu ortaya koymaktadır. Yerli ve milli üretim algısı, ekonomik gerekçeler ve teknik donanım gibi rasyonel unsurlar, sürdürülebilirlik farkındalığıyla iç içe geçerek, kullanıcıların elektrikli araç tercihlerini şekillendirmektedir.

6. Sonuç

Bu araştırma, TOGG marka elektrikli araç kullanıcılarının sürdürülebilirlik farkındalığı, sürdürülebilir tüketim davranışları, sürdürülebilir ulaşım farkındalığı ve TOGG satın alma nedenlerini nitel bir bakış açısıyla incelemiştir. Elde edilen bulgular, katılımcıların sürdürülebilirlik kavramını algılama biçimlerinin ve bu kavramı günlük yaşamlarına yansıtma düzeylerinin farklılaştığını ortaya koymaktadır.

Araştırma bulguları, TOGG satın alma nedenlerinin kişisel, psikolojik, yerli–milli, ekonomik, çevresel ve teknik gerekçelerden oluştuğunu göstermektedir.

Katılımcılar, aracı tercih ederken çevresel kaygıların yanı sıra yerli ve milli üretim algısını, ekonomik avantajları, teknik ve teknolojik özellikleri, prestij sağlamasını ve kişisel ilgi-merak unsurlarını birlikte değerlendirmektedir. Bulgular, özellikle yerli ve milli üretim nedeninin, birçok katılımcı için satın alma kararında belirleyici bir unsur olarak öne çıktığını göstermektedir. Bunun yanında, düşük kullanım maliyeti, yakıt tasarrufu ve kredi olanakları gibi ekonomik unsurlar da karar sürecinde etkili faktörler arasında yer almaktadır.

Araştırmanın bir diğer sonucu, katılımcıların sürdürülebilirlik farkındalık düzeylerinin homojen olmamasıdır. Katılımcıların bir kısmı sürdürülebilirlik kavramını daha genel anlamlar çerçevesinde değerlendirirken, diğer bir kısmı bu kavramı enerji tasarrufu, geri dönüşüm, ikinci el eşya kullanımı, israf etmeme, organik ürün tercih etme ve poşet kullanımını azaltma gibi günlük yaşam pratikleriyle ilişkilendirmektedir. Bu durum, sürdürülebilirlik farkındalığının davranışlara yansıma biçiminin bireyler arasında farklılaştığını göstermektedir.

Sürdürülebilir ulaşım farkındalığına ilişkin bulgular da benzer biçimde farklı düzeylerde ortaya çıkmıştır. Bazı katılımcılar sürdürülebilir ulaşımı çevresel etkilerin azaltılması ve fosil yakıtlardan uzaklaşma bağlamında değerlendirirken, bazı katılımcılar bu kavramı daha çok bireysel konfor ve ekonomik fayda çerçevesinde anlamlandırmaktadır. Buna rağmen, genel olarak elektrikli araçların fosil yakıtlı araçlara kıyasla daha çevre dostu bir ulaşım alternatifi olarak görüldüğü anlaşılmaktadır.

Araştırma sonuçları, sürdürülebilirlik farkındalığına sahip olan katılımcıların sürdürülebilir davranış kalıplarını daha fazla benimsediklerini ve bu davranışları günlük yaşamlarında bir alışkanlık hâline getirdiklerini göstermektedir. Bununla birlikte, sürdürülebilirlik farkındalığı düşük olan bazı katılımcıların da sürdürülebilir ulaşımın önemine vurgu yapmaları, bu konuya yönelik genel bir duyarlılığın bulunduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak, bu araştırma TOGG örneği üzerinden sürdürülebilirlik farkındalığı ile elektrikli araç satın alma davranışı arasındaki ilişkinin birden fazla gerekçeye dayandığını göstermektedir. Satın alma kararlarında yerli ve milli üretim algısının öncelikli olduğu; prestij algısı, ekonomik avantajlar ve teknik-teknolojik özelliklerin ise bu karar sürecinde destekleyici unsurlar olarak değerlendirildiği anlaşılmaktadır. Bu yönüyle çalışma, Türkiye’deki elektrikli araç kullanıcılarının sürdürülebilirlik temelli tercihlerinin ulusal gurur, ekonomik gerçeklik ve teknolojik beklentiler çerçevesinde değerlendirildiğini ortaya koymaktadır.

Araştırma sonuçları, sürdürülebilir ulaşım bağlamında elektrikli araç kullanıcılarının tercihlerini etkileyen faktörlerin anlaşılmasına katkı sağlamaktadır. Elde edilen bulgular, TOGG kullanıcılarının satın alma kararları ve sürdürülebilirlik farkındalıkları çerçevesinde, tüketici davranışlarının hangi gerekçelerle şekillendiğine ilişkin bir çerçeve sunmaktadır. Bu yönüyle çalışmanın, sürdürülebilir ulaşım ve elektrikli araç kullanımına yönelik karar süreçlerini anlamaya yönelik sınırlı ve özgün nitel veriler ortaya koymaktadır.

7. Öneriler

Bu araştırma doğrultusunda, işletmelere yönelik, topluma yönelik ve literatüre yönelik öneriler sunulmuştur.

7.1. İşletmelere Yönelik Öneriler

Bu araştırma bulguları doğrultusunda, TOGG markası ve sektörde faaliyet gösteren diğer elektrikli araç işletmeleri için bazı önerilerde bulunmak mümkündür.

Araştırma sonuçları, kullanıcıların TOGG’u tercih ederken yerli ve milli üretim olmasına özel bir anlam yüklediklerini göstermektedir. Bu durum, markanın yerli ve milli kimliğinin kullanıcılarla duygusal bir bağ kurulmasını

sağlayan önemli bir unsur olduğunu ortaya koymaktadır. Bu nedenle söz konusu özelliğin, iletişim çalışmalarında ve marka konumlandırmasında daha açık ve samimi bir şekilde vurgulanması önerilmektedir.

Araştırma bulguları, çevresel kaygıların elektrikli araç satın alma kararlarında etkili olduğunu; ancak bu konudaki farkındalık düzeyinin tüm kullanıcılar arasında aynı olmadığını göstermektedir. Bu doğrultuda, sürdürülebilir ulaşımın bireysel katkılarla nasıl desteklenebileceğini anlatan, yönlendirici ve bilgilendirici içeriklerin geliştirilmesi önem taşımaktadır. Markanın çevreci yönünün, yalnızca teknik özellikler üzerinden değil, günlük yaşamla ilişkilendirilen somut örnekler aracılığıyla daha anlaşılır bir biçimde aktarılması, kullanıcı farkındalığını artırmaya katkı sağlayabilir.

Araştırma sonuçları, ekonomik avantajlar ile teknik ve teknolojik özelliklerin de satın alma kararlarında etkili faktörler arasında yer aldığını ortaya koymaktadır. Bu kapsamda, elektrikli araç kullanımının sağladığı ekonomik ve pratik faydaların sade bir dil ile aktarılması, potansiyel kullanıcıların karar süreçlerini kolaylaştırabilir. Ayrıca, kullanıcıların araçtaki teknolojik özelliklerden daha etkin şekilde yararlanabilmeleri için bu özelliklerin anlaşılır biçimde tanıtılmasına yönelik bilgilendirici içeriklerin sunulması yararlı olacaktır.

Bu bulgular doğrultusunda, işletmelerin sürdürülebilirlik, ekonomik fayda ve teknik özellikleri birlikte ele alan, kullanıcıyı bilgilendirmeyi ve farkındalık oluşturmaya amaçlayan bir yaklaşım benimsemeleri, elektrikli araçların tercih edilmesini ve sürdürülebilir ulaşım farkındalığının güçlenmesini destekleyebilir.

7.2. Topluma Yönelik Öneriler

Bu araştırmadan elde edilen bulgular, sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir ulaşım konularında toplum açısından değerlendirilmesi gereken bazı konular olduğunu göstermektedir.

Bu araştırmanın bulguları, sürdürülebilirlik farkındalığının toplum içerisinde homojen bir dağılım göstermediğini ve bireyler arasında farklı düzeylerde algılandığını ortaya koymaktadır. Bu durum, sürdürülebilir tüketim ve sürdürülebilir ulaşım davranışlarının yaygınlaşabilmesi için toplumsal bilinç düzeyinin güçlendirilmesine yönelik çalışmalara ihtiyaç olduğunu göstermektedir.

Araştırma sonuçları, sürdürülebilirlik farkındalığının yalnızca çevresel bilgi düzeyiyle değil, bireylerin gündelik yaşam alışkanlıklarıyla da şekillendiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, sürdürülebilir yaşam alışkanlıklarının toplum genelinde daha görünür ve anlaşılır hale getirilmesini sağlayacak bilgilendirici ve farkındalık artırıcı uygulamaların önem taşıdığı değerlendirilmektedir. Özellikle enerji tasarrufu, geri dönüşüm ve bilinçli tüketim gibi konuların günlük yaşamla ilişkilendirilerek ele alınması, sürdürülebilirlik kavramının içselleştirilmesine katkı sağlayabilir.

Araştırmada bazı katılımcıların sürdürülebilirlik kavramını sınırlı ya da yüzeysel biçimde anlamlandığı görülmüştür. Bu durum, kavramın toplum nezdinde soyut bir çerçevede algılandığını göstermektedir. Bu nedenle, sürdürülebilirliğin somut örnekler ve günlük yaşamla ilişkilendirilen pratikler üzerinden anlatılması, kavramın daha geniş kitleler tarafından anlaşılmasına katkı sağlayabilir. Bu tür yaklaşımlar, sürdürülebilirlik bilincinin toplumsal düzeyde güçlendirilmesine destek olabilir.

Sürdürülebilir ulaşım bağlamında ise, toplumun fosil yakıtlı ulaşımın çevresel etkileri ve elektrikli araçların sunduğu avantajlar konusunda yeterli bilgiye sahip olmamasının, bu alandaki dönüşümü yavaşlatan faktörlerden biri olduğu değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda, sürdürülebilir ulaşımın çevresel ve toplumsal faydalarına ilişkin bilgilendirici içeriklerin yaygınlaştırılmasının, farkındalık düzeyinin artırılmasında etkili olabileceği düşünülmektedir.

Toplu taşıma, bisiklet ve yaya ulaşımı gibi çevre dostu ulaşım biçimlerinin teşvik edilmesi, sürdürülebilir ulaşımın toplumsal düzeyde benimsenmesini destekleyebilir. Bu doğrultuda, bireylerin alternatif ulaşım biçimlerine yönelmesini teşvik eden bilgilendirici ve farkındalık artırıcı yaklaşımların, daha sürdürülebilir ve yaşanabilir kentlerin oluşturulmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

7.3. Literatüre Yönelik Öneriler

Araştırma bulguları, elektrikli araçlar ve sürdürülebilirlik alanında yeni akademik çalışmalar açısından çeşitli tartışma konuları ortaya koymaktadır.

Bu çalışmada, TOGG marka elektrikli araç kullanıcılarının satın alma nedenleri, sürdürülebilirlik farkındalık düzeyleri ve sürdürülebilir ulaşım tercihlerine ilişkin özgün nitel veriler elde edilmiştir. Literatürde TOGG elektrikli araç markasına odaklanan çalışmaların sınırlı olduğu dikkate alındığında, bu araştırmanın ilgili alana katkı sağlayabilecek bir çalışma olduğu düşünülmektedir.

Araştırma bulguları, elektrikli araç satın alma kararlarının yalnızca çevresel ya da ekonomik gerekçelerle sınırlı olmadığını; yerli ve milli üretim algısı, prestij, kişisel ilgi ve teknik donanım gibi çeşitli unsurların birlikte değerlendirildiğini göstermektedir. Bu doğrultuda, gelecekte yapılacak çalışmalarda, yerli üretim markalara yönelik tüketici algısının çevresel,

ekonomik ve sosyal sürdürülebilirlik boyutlarıyla birlikte ele alınmasının literatüre önemli katkılar sağlayabileceği düşünülmektedir. Özellikle milli değer, prestij algısı ve sosyopsikolojik unsurların satın alma davranışı üzerindeki rolünü inceleyen çalışmaların artırılmasının yararlı olacağı düşünülmektedir.

Bu araştırmada, kişisel ilgi, merak, teknik özellikler ve prestij gibi kişisel faktörlerin satın alma kararlarında etkili olduğu görülmüştür. Bu tür bireysel ve psikolojik etkenlerin, demografik değişkenler; yaş, cinsiyet, gelir düzeyi, eğitim durumu açısından nasıl farklılaştığını inceleyen karşılaştırmalı araştırmaların, elektrikli araç tüketici profiline ilişkin daha derinlikli bir anlayış sunabileceği değerlendirilmektedir.

Buna ek olarak, yerli/milli motivasyonun zaman içinde azalıp azalmadığı ve kullanım deneyimi arttıkça çevresel ya da rasyonel faydaların (ör. ekonomik tasarruf, pratiklik, altyapı deneyimi) satın alma ve kullanım söyleminde daha baskın hale gelip gelmediğini inceleyen boylamsal çalışmaların yürütülmesi literatüre katkı sağlayabilir. Özellikle araç sahiplik/kullanım süresi farklı olan kullanıcıların zaman içindeki algı ve davranış değişimlerinin izlenmesi, motivasyonların dönüşümünü daha net ortaya koyacaktır.

Elde edilen bulgular, sürdürülebilirlik farkındalığının katılımcılar arasında farklı düzeylerde olduğunu ve bu farkındalığın davranışlara yansıma biçimlerinin de çeşitlilik gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, sürdürülebilirlik farkındalığı ile sürdürülebilir tüketim davranışları arasındaki ilişkinin, yalnızca bilgi düzeyiyle değil; bireysel değerler, günlük alışkanlıklar ve toplumsal normlar gibi çok sayıda değişkenle şekillendiğini göstermektedir. Bu bağlamda, söz konusu ilişkiyi farklı değişkenler odağında ele alan nitel ve nicel çalışmaların birlikte yürütülmesinin literatüre katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Extended Abstract**Awareness Of Electric Vehicle Users Regarding Sustainable Consumption Behavior: A Qualitative Research**

Global environmental challenges have placed sustainability at the center of societal and economic agendas, leading to significant shifts in production and consumption practices (Vaz et al., 2017). In this context, the automotive sector has become a focal point due to its substantial environmental impact and its relevance for future generations (Lukin et al., 2022). Transportation accounts for nearly 20% of global greenhouse gas emissions and 23.7% in Türkiye as of 2022 (International Energy Agency, 2023; TÜİK, 2025). As a national electric vehicle initiative, TOGG represents an example of environmentally oriented mobility, influencing both transportation habits and consumption behaviors. Sustainability, understood as a multidimensional concept encompassing environmental, economic, and social dimensions (Mensah, 2019), increasingly shapes consumer decisions. Concepts such as sustainable marketing, sustainable consumption, and sustainable mobility have become integral to modern consumption. Electric vehicles play a critical role by reducing emissions, supporting energy efficiency, and promoting environmentally conscious habits (Ustabaş, 2014; Sun et al., 2019). Despite the expansion of research on sustainability and electric mobility, studies focusing on TOGG from a sustainability-centered qualitative perspective remain limited. This study examines TOGG users' sustainability awareness, motivations for adopting electric mobility, and how sustainability considerations influence purchasing behaviors, offering insights for sectoral strategies and sustainable mobility initiatives.

Method

This study employed a qualitative design to explore how TOGG users understand sustainability and how this awareness shapes their purchasing decisions. A qualitative approach was chosen because it allows the examination of experiences, perceptions, and meaning-making processes in their natural context, providing deeper insight into user perspectives (Yıldırım & Şimşek, 2013; Merriam, 2013). Criterion sampling was used to identify participants who met predefined conditions relevant to the research aim

(Merriam, 2013). The sample consisted of TOGG users who owned the vehicle for personal use and voluntarily agreed to participate, with demographic variation considered to enrich the data. Twenty users participated.

Data were collected through semi-structured, face-to-face interviews conducted between February and March 2025. This technique enabled detailed accounts while allowing the researcher flexibility to probe emerging themes (Yıldırım & Şimşek, 2013; Strauss & Corbin, 1998). Interviews lasted approximately 30 minutes, were audio-recorded with consent, and transcribed verbatim.

Content analysis was used to identify meaningful patterns and conceptual relationships (Yıldırım & Şimşek, 2013; Özdemir, 2010). MAXQDA supported systematic coding, theme organization, and interpretation, following an inductive logic that allowed insights to emerge from participant narratives.

Validity and reliability were ensured through transparent and consistent procedures. Interview questions were clear and non-directive, and the researcher maintained neutrality. All analytic steps—transcription, coding, theme generation, and interpretation—were documented in detail (Johnson, 2015; Heppner et al., 2013). External validity was strengthened through clear descriptions of sampling criteria, research setting, and data collection context (Miles & Huberman, 1994). Data saturation was reached after interviews with 20 participants (Arslan, 2022). Ethical principles were upheld, ensuring voluntary participation and confidentiality (Kirk & Miller, 1986; Quintão et al., 2020).

The study has inherent limitations. Because it focuses exclusively on TOGG users, findings cannot be generalized to other electric vehicle owners or the broader population. The qualitative design relies on subjective accounts shaped by participants' experiences and knowledge levels, and the results may vary across different contexts or time periods.

Findings

The analysis was based on data obtained through face-to-face semi-structured interviews with 20 TOGG users. Following transcription, the data were coded and

examined through content analysis using MAXQDA, enabling the development of thematic categories that reflect users' sustainability perceptions, purchasing motives, sustainable behavior patterns, and awareness of sustainable transportation.

Sustainability Awareness Findings

Findings show substantial variation in participants' sustainability awareness. Half of the users demonstrated limited or incorrect interpretations, often equating sustainability with continuity or product availability. The other half expressed a more accurate understanding, emphasizing responsible resource use, environmental protection, and intergenerational responsibility. Overall, sustainability awareness appeared divided, ranging from superficial interpretations to environmentally grounded definitions.

Motives for Purchasing TOGG

Findings show that TOGG purchase motivations clustered into six categories: personal interest, psychological motives, national-domestic identity, economic considerations, environmental concerns, and technical features. National identity emerged as the strongest factor, while personal curiosity, perceived prestige, low operating costs, favorable credit options, reduced emissions, and avoidance of fossil fuels also influenced decisions. Technical aspects—such as design, performance, comfort, and technological features—played an additional role. Overall, TOGG was perceived as combining national pride, economic advantages, environmental benefits, and strong technical performance.

Sustainable Behavior Patterns

The analysis identified 13 categories of sustainable behavior among participants, including the use of natural products, recycling, reusing items, avoiding waste, not littering, acting with responsibility toward future generations, using green energy, saving resources, boycotting certain products for social reasons, protecting the environment, avoiding plastic bags, consuming organic food, and no sustainable behavior. These categories reflect how environmental, social, and economic sustainability is practiced in daily life. Recycling, resource conservation and environmental protection were among the most frequently mentioned behaviors, while

a small number of participants reported no specific sustainable practices, indicating varying levels of engagement with sustainability in everyday routines.

Awareness of Sustainable Transportation

Findings indicate varying levels of awareness regarding sustainable transportation. Four of the 20 participants lacked a clear understanding of the concept and questioned what was meant by “sustainable” transportation. The remaining 16 participants demonstrated awareness, commonly associating sustainable transportation with electric mobility, reduced emissions, and decreased reliance on fossil fuels. They highlighted electric vehicles as offering environmental benefits, economic advantages through home charging and potential use of solar energy, and increased comfort and convenience in daily mobility. Overall, sustainable transportation was perceived primarily through the lens of electric vehicle use, combining environmental, economic, and practical considerations.

Conclusion

This study examined TOGG users’ sustainability awareness, sustainable consumption behaviors, sustainable transportation perceptions, and purchase motivations through a qualitative approach. The findings show considerable variation in how participants conceptualize sustainability and integrate it into daily practices. Purchase motivations clustered around personal, psychological, national–domestic, economic, environmental, and technical factors. Participants assessed TOGG not only for its environmental benefits but also for its national identity, economic advantages, technological features, prestige, and personal interest, with national pride emerging as the strongest driver, complemented by operating cost advantages and fuel savings.

Sustainability awareness was heterogeneous. Some participants associated the concept with broad or abstract meanings, while others linked it to concrete practices such as energy conservation, recycling, reuse, and waste reduction. Awareness of sustainable transportation also varied: some emphasized environmental benefits and reduced reliance on fossil fuels, while others framed it in terms of comfort or economic

convenience. Overall, electric vehicles were widely perceived as more environmentally friendly than conventional cars.

Participants with higher sustainability awareness tended to demonstrate more sustainable behaviors; however, even those with lower awareness acknowledged the broader importance of sustainable mobility. The findings indicate that electric vehicle purchasing behavior in the TOGG context is shaped by interacting motives—particularly national sentiment, supported by perceptions of prestige, economic considerations, and technological expectations. The study contributes to understanding consumer decision-making in sustainable transportation and offers qualitative evidence on how sustainability awareness intersects with electric vehicle preferences in the emerging TOGG market.

Recommendations

Based on the findings, several recommendations are offered for businesses, society, and future research. For businesses, TOGG's national and domestic identity stands out as a primary factor influencing user preferences and can be emphasized more clearly in communication strategies. Since sustainability awareness varies among users, providing practical information on sustainable mobility and clear explanations of the economic and technological benefits of electric vehicle use may support informed decision-making. Strengthening users' understanding of technological features through simple instructional content is also recommended.

At the societal level, the heterogeneous sustainability awareness observed in the study highlights the need for broader public education. Emphasizing concrete practices—such as energy conservation, recycling, and conscious consumption—may facilitate greater internalization of sustainability. Increasing awareness of the environmental impacts of fossil-fuel transportation and the advantages of electric mobility could further encourage sustainable transport behaviors.

For the academic field, this study offers original qualitative insights into TOGG users' motivations and sustainability awareness, addressing an existing research gap. The findings demonstrate the multifaceted nature of electric vehicle adoption, shaped

by national identity, prestige, personal interest, and technical features. Future studies may explore these factors across different demographic groups and examine sustainability awareness and sustainable consumption behaviors through both qualitative and quantitative methods.

Kaynakça

- Akbulut, F. (2016), “Kentsel Ulaşım Hizmetlerinin Planlanması ve Yönetiminde Sürdürülebilir Politika Önerileri”, *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 336-355.
- Arslan, E. (2022), “Nitel Araştırmalarda Geçerlilik ve Güvenilirlik”, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (51), 395-407.
- Chan, C. C. (2013), “The Rise & Fall of Electric Vehicles in 1828–1930: Lessons learned”, *Proceedings of the IEEE*, 101(1), 206-212.
- Charter, M., Peattie, K., Ottman, J. ve Polonsky, M. (2002), *Marketing and Sustainability*, Centre for Business Relationships, Accountability, Sustainability and Society (BRASS), The Centre for Sustainable Design.
- Cirit, F. (2014), *Sürdürülebilir Kentiçi Ulaşım Politikaları ve Toplu Taşıma Sistemlerinin Karşılaştırılması*, İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü.
- Creswell, J. W. (2013), *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşım Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni* (3. Baskı), Çev. S. B. Demir, Ankara: Siyasal Kitabevi. (Orijinal eserin basım tarihi 2007).
- Demirtürk, D. (2021), “Sürdürülebilir Ulaşımında Sera Gazı Etkisini Azaltmaya Yönelik Çalışmalar”, *Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi*, 9(4), 1080-1092.
- Diktaş, R. (2019), *Çevre Bilinci ve Yaşam Tarzının Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisi ve Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Dutta, B. ve Hwang, H.-G. (2021), “Consumers’ Purchase Intentions of Green Electric Vehicles: The Influence of Consumers’ Technological and Environmental Considerations”, *Sustainability*, 13(21), 12025.
- Ehsani, M., Singh, K. V., Bansal, H. O. ve Mehrjardi, R. T. (2021), “State of The Art and Trends in Electric and Hybrid Electric Vehicles”, *Proceedings of the IEEE*, 109(6), 967-984.
- Hanss, D. (2012), *Explaining Sustainable Consumption: Findings from Cross-Sectional and Intervention Approaches*, Doktora Tezi, Bergen Üniversitesi.
- Heppner, P. P., Wampold, B. E. ve Kivlighan, D. M. (2013), *Psikolojik Danışmada Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Mentis Yayıncılık.
- İstanbul Planlama Ajansı (2023), “Kent Gündemi: Sürdürülebilir Ulaşım”, <https://ipa.istanbul/wp-content/uploads/2023/11/KENT-GUNDEMI-SURDURULEBILIR-ULASIM-2.pdf>, (Erişim: 09.08.2024).
- International Energy Agency (2023), “CO2 Emissions from Fuel Combustion”, <https://www.iea.org/reports/co2-emissions-in-2023>, (Erişim: 17.06.2025).
- Işık, M. (2025), *Tüketicilerin Yerli Otomobil Satın Alma Niyeti: Teknolojik İmaj ve Marka Bilinirliği Bağlamında Nitel Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi.
- Jackson, T., Jager, W. ve Stagl, S. (2004), “Beyond Insatiability: Needs Theory, Consumption and Sustainability”, Ed. T. Jackson, *The Ecological Economics of Consumption*, Centre for Environmental Strategy, University of Surrey, 79-110.
- Janic, M. (2006), “Sustainable Transport in The European Union: A Review of The Past Research and Future Ideas”, *Transport Reviews*, 26(1), 81-104.

- Johnson, A. P. (2015), *Eylem Araştırması El Kitabı*, Ankara: Anı Yayıncılık.
- Kababulut, F. Y. ve Helvacı, C. (2017), “Büyük Şehirlerde Ulaşım Sistemleri ve Sorunları: İzmir İli Özelindeki Sorunlara Çözüm Önerileri”, *Planlama Dergisi*, 27(3), 215-221.
- Keogh, C. (2011), *A Life-Cycle Analysis of The Costs & Benefits of BEV/HEV/PHEV*, Doktora Tezi, İrlanda Ulusal Üniversitesi, Dublin.
- Kirk, J. ve Miller, M. L. (1986), *Reliability and Validity in Qualitative Research*, London: Sage.
- Kırmızıgül, İ. E. ve Baykal, B. (2023), “Elektrikli Araç Tercihinde Tüketici Motivasyonu”, *Sosyal Bilimler Metinleri*, 2023(2), 223-241.
- Küçükyörük, G. ve Kurtuldu, G. (2022), “Sürdürülebilir Pazarlamanın Sürdürülebilir Tüketim Üzerindeki Etkisinde Çevre Bilincinin Aracılık Rolü”, *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi e-Dergi*, 11(2), 141-162.
- Litman, T. (2011), *Sustainability and Livability: Summary of Definitions, Goals, Objectives and Performance Indicators*, Victoria Transport Policy Institute, https://www.vtpi.org/sus_liv.pdf, (Erişim: 11.12.2025).
- Lukin, E., Krajnović, A. ve Bosna, J. (2022), “Sustainability Strategies and Achieving SDGs: A Comparative Analysis of Leading Companies in The Automotive Industry”, *Sustainability*, 14(7), 4000.
- Mandys, F. (2021), “Electric Vehicles and Consumer Choices”, *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 142, 110874.
- Martins, V. W. B., Anholon, R. ve Quelhas, O. L. G. (2019), “Sustainable Transportation Methods”, Ed. W. Leal Filho, *Encyclopedia of Sustainability in Higher Education*, Springer, 1847-1853.

- Mensah, J. (2019), “Sustainable Development: Meaning, History, Principles, Pillars, and Implications for Human Action”, *Cogent Social Sciences*, 5(1), 1653531.
- Merriam, S. B. (2013), *Nitel Araştırma: Desen ve Uygulama için Bir Rehber* (3. Baskı), Çev. S. Turan, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (1994), *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (2. Baskı), London: Sage.
- Nakip, M. ve Yaraş, E. (2017), *SPSS Uygulamalı Pazarlamada Araştırma Teknikleri* (4. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Nkamnebe, A. (2013), “Corporate Social Responsibility”, *Encyclopedia of Corporate Social Responsibility*, Springer.
- Onaran, B. (2014), *Sürdürülebilir Pazarlama*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Önder, H. G. ve Akdemir, F. (2022), “Sürdürülebilir Ulaşım Altyapısının Pandemi Döneminde Yeniden Kurgulanması: Mikromobilité Trendleri ve Türkiye”, *İdealkent*, 13(16), 748-770.
- Özbakır, M. ve Nurtanış Velioğlu, M. (2010), “Pazarlamaya Sürdürülebilirlik Çerçevesinden Bakış ve Bir Örnek Olay Analizi”, *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 71-101.
- Özdemir, M. (2010), “Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323-343.
- Pei, Y. L., Amekudzi, A., Meyer, M., Barrella, E. ve Ross, C. (2010), “Performance Measurement Frameworks and Development of Effective Sustainable Transport Strategies and Indicators”, *Transportation Research Record*, 2163(1), 73-80.

- Quintão, C., Andrade, P. ve Almeida, F. (2020), “How to Improve The Validity and Reliability of A Case Study Approach?”, *Journal of Interdisciplinary Studies in Education*, 9(2), 264-275.
- Steg, L. ve Gifford, R. (2005), “Sustainable Transportation and Quality of Life”, *Journal of Transport Geography*, 13(1), 59-69.
- Strauss, A. ve Corbin, J. (1998), *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*, London: SAGE Publications.
- Sun, X., Li, Z., Wang, X. ve Li, C. (2019), “Technology Development of Electric Vehicles: A Review”, *Energies*, 13(1), 90.
- Şen, H., Kaya, A. ve Alpaslan, B. (2018), “Sürdürülebilirlik Üzerine Tarihsel ve Güncel Bir Perspektif”, *Ekonomik Yaklaşım*, 29(107), 1-47.
- Şimşek, A. V. (2014), *Sürdürülebilir Ulaşım Politikaları Çerçevesinde Özel Araç Sahiplerinin Toplu Taşımaya Yönlendirilmesinde Park Et Devam Et Yöntemi: İstanbul Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Tilki, İ., Bozkurt, B., Aktan, M. ve Koçak, A. (2022), “Türkiye’nin Ülke İmajı ile Genel Ürün İmajının Yerli Otomobil TOGG’un Algılanan Ürün İmajına ve Satın Alma Niyetine Etkisi”, *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(2), 91-126.
- TOGG Arabaları (2024), “TOGG ve Sürdürülebilirlik”, https://www.toggarabaları.com/togg-ve-surdurulebilirlik/#google_vignette, (Erişim: 01.12.2024).
- TOGG (2021), *Geleceğin Mobilite Platformu*, Türkiye'nin Otomobili Girişim Grubu Sanayi ve Ticaret A.Ş., <https://www.togg.com.tr/about>, (Erişim: 05.07.2024).

- Tonk, E. C. ve Arslan Selçuk, S. (2020), “Cittaslow Unvanı Alan Kentlerin Sürdürülebilir Ulaşım Bağlamında İncelenmesi ve Ankara-Güdül İlçesi için Öneriler”, *Euroasia Journal of Mathematics, Engineering, Natural & Medical Sciences*, 7(8), 188-201.
- TÜİK (2025), “Sera Gazı Emisyon İstatistikleri, 1990–2022”, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Sera-Gazi-Emisyon-Istatistikleri-1990-2022-53701>, (Erişim: 17.06.2025).
- Uçar, M. ve Çoban, S. (2023), “Ulaştırma Sektöründeki Enerji Tüketimi, Ekonomik Büyüme ve Çevresel Kalite İlişkisi”, *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 13(1), 485-506.
- Ustabaş, A. (2014), “Mikro ve Makro Etkileri Yönünden Elektrikli Otomobiller (Türkiye Ekonomisi Örneği)”, *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 36(1), 269-291.
- Vaz, C. R., Rauen, T. R. S. ve Lezana, Á. G. R. (2017), “Sustainability and Innovation in The Automotive Sector: A Structured Content Analysis”, *Sustainability*, 9(6), 880.
- WCED (1987), *Our Common Future*, Oxford: Oxford University Press.
- Yağar, F. ve Dökme, S. (2018), “Niteliksel Araştırmaların Planlanması: Araştırma Soruları, Örneklem Seçimi, Geçerlik ve Güvenirlik”, *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3(3), 1-9.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013), *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (9. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.