**TÜRKİYE’DEKİ TÜKETİCİLERİN İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ İLE İLGİLİ FARKINDALIKLARININ BELİRLENMESİ\***

Ahmad Samim POUYA1

Özge Can NİYAZ2

1,2Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü

**Özet**

İklim değişikliği günümüzde etkisini artarak gösteren ve acil önlem alınması gereken bir konudur. İklim değişikliği sorunu; sel basmaları, kuraklıklar gibi felaketler ile gözle görünür hale gelmeye başlamıştır. Çevre tahribatı; temel sektörler arasında en çok, üstü açık bir fabrika olan tarım sektörünü olumsuz etkilemektedir. Bu durumun da gelecekte insan beslenmesi için gerekli tarımsal ve yaşamsal faaliyetleri zorlaştıracağı düşünülmektedir. İnsan davranışları, çevrenin korunması ya da tahribatı üzerinde doğrudan etkilidir. İnsan davranışlarının olumlu yönde değişmesi ile çevre tahribatının önüne geçmek ve çevreyi korumak mümkündür. Türkiye, çevre tahribatı açısından oldukça önemli sorunlara sahiptir. Bu çalışmanın ana materyalini Türkiye’de yaşayan 400 tüketici ile online olarak yapılan anketlerden elde edilen birincil veriler oluşturmaktadır. Anketlerden elde edilen özgün verilerin değerlendirilmesinde ise temel istatistiki yöntemler kullanılmıştır. Araştırma kapsamında, tüketicilerin iklim değişikliği konusundaki farkındalıkları incelenmiştir. Buna göre iklim değişikliği kavramını duyanların oranı % 98,8, iklim değişikliğinin farkında olduğunu belirtenlerin oranı % 96,5 ve iklim değişikliğinin ciddi bir sorun olduğunu düşünenlerin oranı ise % 96,5’tir. Bunlara ek olarak araştırma kapsamındaki tüketicilerin % 97,0’si iklim değişikliğinin insan hayatını olumsuz etkilediğini ve % 95,8’i doğal hayatı olumsuz etkilediğini düşünmektedir Araştırma kapsamındaki tüketicilerin % 63,8’i iklim değişikliğinin tehlikeli boyutlara ulaştığını belirtmiştir. Araştırma kapsamındaki tüketicilerin çoğunluğu iklim değişikliğinin sebepleri olarak; doğaya zarar veren insan faaliyetleri, nüfus baskısı, tüketim gibi nedenleri görmektedir. Araştırmadaki tüketiciler; iklim değişikliğinin aşırı sıcak havalar, yangınlar, seller gibi felaketlere yol açtığını düşünmektedir. Buna göre iklim değişikliği konusunda, insanları bilinçli davranmaya yönledirecek faaliyetlerin öne çıkarılması önerilmektedir.

**Anahtar kelimeler:**Farkındalık, İklim değişikliği, Tüketici, Türkiye

\*Bu çalışma Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsünde yapılan ‘‘Türkiye’deki Tüketicilerin İklim Değişikliği ile İlgili Davranışlarının Belirlenmesi’’ konulu yüksek lisans tezinden yayınlanmıştır.

**DETERMINING THE AWARENESS OF CONSUMERS IN TURKEY ABOUT CLIMATE CHANGE**

**Abstract**

Climate change is an issue that is increasingly having an impact today and urgent action needs to be taken. The problem of climate change; flooding has become visible with disasters such as droughts. Environmental destruction; among the basic sectors, it negatively affects the agricultural sector, which is an open-top factory. It is thought that this situation will complicate the agricultural and vital activities necessary for human nutrition in the future. Human behavior has a direct effect on the protection or destruction of the environment. With the positive change of human behavior, it is possible to prevent environmental destruction and protect the environment. Turkey has very important problems in terms of environmental destruction. The main material of this study is the primary data obtained from online surveys with 400 consumers living in Turkey. Basic statistical methods were used in the evaluation of the original data obtained from the surveys. As part of the research, consumers' awareness of climate change was examined. Accordingly, 98.8 % of consumers that hear the concept of climate change, 96.5 % of consumers that say they are aware of climate change and 96.5 % of consumers that think climate change is a serious problem. In addition, 97.0 % of consumers in the study think that climate change negatively affects human life and 95.8 % of consumers think it negatively affects wildlife. Also, 63.8 % of consumers in the study stated that climate change has reached dangerous levels. The majority of consumers in the study cited climate change as the cause of climate change; human activities that harm nature, population pressure, consumption. Consumers in the study; climate change is thought to cause disasters such as extreme hot weather, fires and floods. Accordingly, it is recommended to highlight activities that will lead people to act consciously on climate change.

**Keywords:** Awareness, Climate change, Consumer, Turkey