**TÜRKİYE’DEKİ TÜKETİCİLERİN KATI ATIKLARIN GERİ DÖNÜŞÜMÜ KONUSUNDAKİ BİLİNÇ DÜZEYLERİNİN VE FARKINDALIKLARININ BELİRLENMESİ**

**Alptekin Mert YILMAZ¹\***

**Özge Can NİYAZ²**

**Oktay TOMAR3**

**1,3 Kocaeli Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü**

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

**\*Sorumlu yazar: E-mail: alptekin.yilmaz@kocaeli.edu.tr**

**ÖZET**

*Her geçen gün artan dünya nüfusuna paralel olarak insan ihtiyaçlarını karşılamak niyeti ile tüketim de artmaktadır. Bununla birlikte gıda ve gıda dışı alanlarda ürünlerin muhafaza edilmesini sağlayan ambalajların oluşturduğu katı atık miktarı da yükselmektedir. Tüketim eyleminden arta kalan katı atıkların akıbeti, hem uluslararası hem de ulusal alanda çözüm bekleyen bir sorun olarak görülmektedir. Buradan yola çıkarak, katı atık yönetimi ile ilgili konuların diğer çevre sorunları gibi giderek önem kazandığı söylenebilir. Doğanın dengesinin, nüfus baskısı ve bilinçsiz insan davranışları gibi sebeplerle giderek bozulması; iklim değişikliği, çevre kirliliği, çölleşme gibi telafisi zor olan sorunlara dönüşmektedir. Bu noktada, insan ihtiyaçları giderilirken çevre dostu yöntemlerin kullanımı önem kazanmaktadır. Geri dönüşüm kavramı, hem doğal kaynakların etkin kullanımı hem de ekonomik açıdan oldukça önemlidir. Geri dönüşüm, yeniden değerlendirilme imkanı olan katı atıkların, çeşitli işlemlerden geçirilerek yeniden üretim sürecine dahil edilmesi anlamına gelen bir kavramdır. Geri dönüşüm; doğal ve ekonomik kaynakların etkin kullanımını sağlamaktadır. Ayrıca geri dönüşüm, depolama ve çöp alanlarının aşırı kullanımının önüne geçmek açısından önemli bir yöntemdir. Geri dönüşüm eylemi üzerinde tüketici davranışları ana etmendir. Geri dönüşüm programlarının başarısı, tüketicilerin katılımı ile doğru orantılıdır. Geri dönüştürülebilir maddelerin tüketiciler tarafından ayrıştırılması, geri dönüşüm tesislerinde ayrıştırmaya göre daha düşük maliyetlidir. Bu sebeplerle atıkların geri dönüşümünde tüketici davranışlarının araştırılması büyük öneme sahiptir. Bu çalışmanın amacı Türkiye’deki tüketicilerin katı atıkların geri dönüşümü konusundaki bilinç düzeylerinin ve farkındalıklarının belirlenmesidir. Bu çalışmada online anket formu ile elde edilen birincil veriler kullanılmıştır. Çalışmanın kapsamında basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenen 415 tüketici ile anket yapılmıştır. Anketlerden elde edilen birincil veriler, temel istatistiki yöntemler ile değerlendirilmiştir. Çalışma sonuçlarına göre; Türkiye’deki tüketicilerin % 47,7’si cam eşyaları, % 41,4’ü plastik malzemeleri, % 53,5’i kağıt, karton ve türevlerini, % 41,4’ü kumaş eşyaları ve % 39,8’i elektronik eşyalar ve pilleri geri dönüşüme ayırdıklarını belirtmişlerdir. Araştırma kapsamındaki tüketicilerin bilinç düzeyleri genel olarak yüksektir. Türkiye’deki tüketicilerin geri dönüşüm ile ilgili ana sorunları; geri dönüşüm yapmak isteyen tüketiciler için sağlanan imkanların yetersiz olmasıdır. Bu nedenle özellikle yerel yönetimler kanalıyla geri dönüşüm kutularının sayılarının arttırılması ve bu kutulara her atık için ayrı bölmeye sahip olma özelliği kazandırılarak geri dönüşüm kutularının çeşitliliğinin sağlanması önerilmektedir.*

*Anahtar Kelimeler: Davranış, Geri Dönüşüm, Tutum, Tüketici, Türkiye.*

**DETERMINING THE LEVELS OF CONSCIOUSNESS AND AWARENESS OF CONSUMERS IN TURKEY ABOUT RECYCLING SOLID WASTE**

**Alptekin Mert YILMAZ¹\***

**Özge Can NİYAZ²**

**Oktay TOMAR3**

**1,3 Kocaeli Universty, Faculty of Agriculture, Department of Agricultural Economics**

**2 Çanakkale Onsekiz Mart Universty, Faculty of Agriculture, Department of Agricultural Economics**

**\* Corresponding author: E-mail:** **alptekin.yilmaz@kocaeli.edu.tr**

**ABSTRACT**

*In parallel with the increasing world population, consumption is increasing with the intention of meeting human needs. Along with this, the amount of solid waste generated by the packaging that ensures the preservation of products in food and non-food areas is also increasing. The fate of solid wastes remaining from consumption action is seen as a problem pending solution both internationally and nationally. Based on this, it can be said that issues related to solid waste management are gaining importance as other environmental problems. The balance of nature is gradually deteriorating due to reasons such as population pressure and unconscious human behavior; It turns into problems that are difficult to compensate such as climate change, environmental pollution and desertification. At this point, it is important to use environmentally friendly methods while meeting human needs. The concept of recycling is very important both in terms of effective use of natural resources and economically. Recycling is a concept that means the inclusion of solid wastes, which can be recycled, into the re-production process through various processes. Recycling; ensures the efficient use of natural and economic resources. In addition, recycling is an important method in terms of preventing excessive use of landfills and landfills. Consumer behavior is the main factor on recycling action. The success of recycling programs is directly proportional to the participation of consumers. Separating recyclable materials by consumers is less costly than separation in recycling facilities. For these reasons, researching consumer behavior in waste recycling is of great importance. The purpose of this study is to determine the level of consciousness and awareness of consumers in Turkey about the recycling of solid wastes. In this study, primary data obtained by online questionnaire were used. Within the scope of the study, a questionnaire was conducted with 415 consumers selected by using simple random sampling method. Primary data obtained from the surveys were evaluated using basic statistical methods. According to the results of the study, 47.7 % of the consumers stated that they recycled glass materials, 41,4 % of the consumers stated that they recycled plastic materials, 53,5 % of the consumers stated that they recycled paper, cardboard and derivatives, 41,4 % of the consumers stated that they recycled fabric items, 39,8 % of the consumers stated that they recycled electronics and batteries. The awareness level of the consumers within the scope of the research is generally high. The main problems of consumers in Turkey regarding recycling; The opportunities provided for consumers who want to recycle are insufficient. For this reason, it is recommended to increase the number of recycling bins, especially through local governments, and to ensure the diversity of recycling bins by giving these bins the feature of having separate compartments for each waste.*

*Keywords: Behavior, Recycling, Attitude, Consumer, Turkey.*