

Pazarlama Yaklaşımlarında Sürdürülebilirlik

Editörler

Doç. Dr. Kazım KILINÇ

Doç. Dr. Yavuz AKÇİ

Dr. Öğr. Üyesi Arif YILDIZ

Dr. Öğr. Üyesi Ramazan ASLAN

Pazarlama Yaklaşımlarında Sürdürülebilirlik

Editörler

Doç. Dr. Kazım KILINÇ

Doç. Dr. Yavuz AKÇI

Dr. Öğr. Üyesi Arif YILDIZ

Dr. Öğr. Üyesi Ramazan ASLAN



ISBN: 978-625-8190-37-3

Redaksiyon
Asos Yayınları

Kapak
Asos Yayınları

Mizanpaj
Burhan MADEN

Birinci Baskı: 2022



ASOS YAYINLARI

Çaydaçıra Mah. Hacı Ömer Bilginoğlu
Cad. No: 67/2-4/ ELAZIĞ
e-posta: asosyayinlari@gmail.com
web: www.asosyayinlari.com
Tel: 0532 643 75 23
Yayınevi Sertifika No: 47901

Yayıncının yazılı izni olmadan hiçbir şekilde çoğaltılamaz.



Bütün bölümler intihal.net benzerlik tespit programından geçirilmiştir.

Bu yayını BOOKCITES tarafından indekslenmiştir.

Yazarlar, yazmış oldukları bölümlerin özgünlüğünden sorumludur.

Pazarlama Yaklaşımlarında Sürdürülebilirlik

Editörler

Doç. Dr. Kazım KILINÇ

Doç. Dr. Yavuz AKÇİ

Dr. Öğr. Üyesi Arif YILDIZ

Dr. Öğr. Üyesi Ramazan ASLAN



ÖNSÖZ

Dünya nüfusundaki artış, teknolojideki gelişmeler ve işletmeler arasındaki rekabetin yoğunlaşması, olumlu sonuçların yanı sıra bazı olumsuz sonuçları da beraberinde getirmiştir. Nüfusun kırsaldan kente taşınması kent nüfus yoğunluğunun artmasına ve sonrasında mega şehirlerin oluşmasına sebep olmuştur. Bu şehirlerdeki tüketicilerin yeni ve farklı ihtiyaçlarını karşılayarak hayatlarını daha kolay hale getirmek amacıyla genellikle doğal kaynaklardan tavizler verilmek zorunda kalınmıştır. Artan ve değişen tüketici talepleri daha fazla kaynak kullanımını gerektirdiğinden bir bakıma gelecek tüketilmeye başlanmıştır. Sekiz milyara yaklaşan dünya nüfusu için mevcut kaynakların artık yetmeyeceği fark edildiğinden kaynakların daha etkin ve verimli kullanılması hatta daha az kullanılması çabalarına gidilmiştir. Bu konudaki bilinç düzeyi yükselen tüketicilerin çevre ve kaynak kullanımını hassasiyeti arttığundan marka tercihlerinde değişimler olmaya başlamıştır.

Sürdürülebilirlik kavramı genellikle imalat yapan firmalar için önemli görülen başlıklardan biri olarak görülmektedir. Fakat sistemli bir bakış açısıyla değerlendirildiğinde sürdürülebilirliğin işletme fonksiyonlarının tümünde dikkate alınması gereken bir olgu olduğu söylenebilir. İşletme fonksiyonları arasındaki uyumun, işletme başarısındaki etkisi bilinen bir gerçektir. Bu nedenle üretim fonksiyonundaki sürdürülebilirlik uygulamalarının pazarlama fonksiyonu ve diğer fonksiyonlarda da uygulanması beklenmektedir.

Bu kitap pazarlama yaklaşımlarında sürdürülebilirliğin incelenmesi amacıyla hazırlanmıştır. Farklı üniversitelerdeki akademisyenlerin bir araya gelmesiyle pazarlama yaklaşımları ve uygulamalarında sürdürülebilirliği ele alan bölümler oluşturulmuştur. Pazarlama yaklaşımlarının tümünün ele alınmasının zaman ve hacimsel zorluklarından dolayı bu kitapta on bir yaklaşıma yer verilmiştir. Kitabın; araştırmacıların, öğrencilerin ve işletme yöneticilerinin bakış açılarında farklılık oluşturacağını ümit etmekteyiz. Pazarlama bilimine ve ticari hayata katkılar sağlaması dileğiyle.

