

Sürdürülebilir Tüketim Kavramı Üzerine Bibliyometrik Analiz

A Bibliometric Analysis on the Concept of Sustainable Consumption

Çalışma Başvuru Tarihi: 28.07.2025

Çalışma Kabul Tarihi: 11.08.2025

Çalışma Türü: Araştırma Makalesi

Elif EŞKİN*

Eda KUTLU**

Anahtar

Kelimeler:

Sürdürülebilir
Tüketim,
Bibliyometrik
Analiz, R.

ÖZET

Amaç: Sürdürülebilirlik, son yıllarda küresel ölçekte en fazla dikkat çeken kavramlardan biri haline gelmiştir. Sürdürülebilir tüketim ise çevresel etkilerin minimize edilmesi ve kaynakların daha verimli kullanılmasına yönelik bireysel ve toplumsal davranışların önemli bir parçası olarak öne çıkmaktadır. Sürdürülebilir tüketim davranışlarına dair literatür giderek genişlemiş olsa da bu alandaki çalışmaların genel yapısı, yayın eğilimleri ve uluslararası iş birlikleri hakkında daha kapsamlı bir analiz eksikliği bulunmaktadır. Bu çalışmanın amacı sürdürülebilir tüketim kavramına yönelik literatürün yıllar içinde sergilediği gelişimi ve literatürünün mevcut durumunu sistematik bir şekilde ortaya koymaktır. Aynı zamanda elde edilen bulgular ile gelecekteki araştırmalar için yol gösterici bir çerçeve sağlanarak ve davranışsal dönüşümü destekleyici stratejilerin oluşturulmasına olanak tanıyarak hem akademik hem de politika yapıcılar için stratejik bir rehber oluşturmaktır. **Gereç ve Yöntem:** Bu çalışmada sürdürülebilir tüketim konusundaki bilimsel literatür, Web of Science (WoS) veri tabanından 1980 ile 1 Temmuz 2025 tarihleri arasında yayımlanan 1413 uluslararası yayın kullanılarak incelenmiştir. R programlama dili ve Bibliometrix paketi kullanılarak gerçekleştirilen analizde en çok atıf alan makaleler, yazarlar arasındaki iş birliği ilişkileri, araştırma topluluğunun sosyal yapısı, yayın eğilimleri, temel kavramsal odaklar, iş birliği ağları ve potansiyel araştırma boşlukları detaylı bir şekilde incelenmiştir. **Bulgular:** İncelenen dönemde sürdürülebilir tüketim alanında en üretken yazar Thøgersen, J., en fazla atıf alan çalışma ise White (2019)'ın "How to Shift Consumer Behaviors to be More Sustainable: A Literature Review and Guiding Framework" başlıklı makalesi olmuştur. Ayrıca, International Journal of Consumer Studies dergisi, sürdürülebilir tüketim üzerine en fazla yayına sahip dergi olarak öne çıkmıştır. Çalışmada sürdürülebilir tüketim terimi, literatürde en fazla etkileşime giren kavram olarak belirlenirken, Yönetim (Management) ve Model (Model) kavramları yüksek merkezîyet değerlerine sahip olup sürdürülebilir tüketim davranışlarıyla doğrudan etkileşim içindedir. ABD 132 yayınlı en fazla bilimsel katkı sağlayan ülke olurken, Warsaw School of Economics (Polonya) en fazla yayına sahip kurum olmuştur. **Sonuç:** Bu çalışma sürdürülebilir tüketimle ilişkin uluslararası literatürü bibliyometrik analiz yoluyla inceleyerek alandaki yayın eğilimlerini, temel kavramsal odakları, iş birliği ağlarını ve araştırma boşluklarını ortaya koymuş; böylece hem mevcut bilgi birikimine katkı sağlamış hem de gelecekteki araştırmalar için yol gösterici bir çerçeve sunmuştur.

Keywords:

Sustainable
Consumption,
Bibliometric
Analysis, R.

ABSTRACT

Objective: Sustainability has become one of the most prominent concepts on a global scale in recent years. Sustainable consumption stands out as an important part of individual and social behaviors aimed at minimizing environmental impacts and using resources more efficiently. Although the literature on sustainable consumption behaviors has expanded, there is a lack of comprehensive analysis of the general structure of studies in this field, publication trends, and international collaborations. The aim of this study is to systematically reveal the development of the literature on the concept of sustainable consumption over the years and its current state. At the same time, it aims to provide a strategic guide for both academics and policymakers by providing a guiding framework for future research based on the findings obtained and enabling the development of strategies that support behavioral change. **Materials and Methods:** In this study, the scientific literature on sustainable consumption was examined using 1,413 international publications published between 1980 and July 1, 2025, from the Web of Science (WoS) database. In the analysis conducted using the R programming language and the Bibliometrix package, the most cited articles, collaboration relationships among authors, the social structure of the research community, publication trends, main conceptual focuses, collaboration networks and potential research gaps were examined in detail. **Findings:** During the period under review, the most prolific author in the field of sustainable consumption was Thøgersen, J., while the most cited work was White (2019)'s article titled "How to Shift Consumer Behaviors to be More Sustainable: A Literature Review and Guiding Framework." In addition, the International Journal of Consumer Studies stood out as the journal with the most publications on sustainable consumption. In the study, the term sustainable consumption was identified as the concept with the most interaction in the literature, while the concepts of Management and Model had high centrality values and were in direct interaction with sustainable consumption behaviors. The United States is the country that has contributed the most to the field with 132 publications, while the Warsaw School of Economics (Poland) is the institution with the most publications. **Conclusion:** This study examined the international literature on sustainable consumption through bibliometric analysis, revealing publication trends, key conceptual focuses, collaboration networks, and research gaps in the field. In doing so, it contributed to the existing body of knowledge and provided a guiding framework for future research.

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü, ekartal@sakarya.edu.tr, ORCID: 0009-0005-7295-6954

** Dr., Bağımsız Araştırmacı, edaakutlu@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7758-011X

1. GİRİŞ

Çevresel sorumluluk ve kalkınma politikalarının gündemde daha fazla yer bulduğu 20. yüzyılın sonlarından itibaren sürdürülebilir tüketim kavramı da artan bir şekilde önem kazanan konular arasında yer almaktadır. 1987 yılında yayınlanan “Brundtland Raporu” ile küresel ölçekte dikkat çeken *sürdürülebilirlik* kavramının bir uzantısı olan *sürdürülebilir tüketim* kavramı, ilk kez 1992 yılında düzenlenen “Rio Çevre ve Kalkınma Konferansı” ile gündeme gelmiş ve sürdürülemez üretim ve tüketim kalıplarının çevresel bozulmanın başlıca nedenlerinden biri olduğu vurgulanmıştır (Villi, 2024). 1994 yılında düzenlenen Oslo Sempozyumu’nda ise sürdürülebilir tüketim, bireylerin temel ihtiyaçlarını karşılarken yaşam kalitesini sürdürmeleri ve doğal kaynakları gelecek kuşakların gereksinimlerini tehlikeye atmadan verimli bir şekilde kullanmaları olarak tanımlanmıştır (Artuç, 2024: 29).

Bu gelişmelere paralel bir şekilde, son yıllarda bu alanda yürütülen akademik çalışmaların sayısında da önemli ölçüde bir artış yaşanmaktadır. Özellikle 2016 sonrası dönemde sürdürülebilir tüketimle ilişkin yayın hacminde belirgin bir yükseliş gözlemlenmektedir (Kashyap vd., 2023). Literatürde yer alan sürdürülebilir tüketim konulu çalışmalar incelendiğinde, yeşil tüketim davranışının belirleyicileri, tüketici tutumları, sürdürülebilir moda ve çevreye yönelik eğilimler, çevresel farkındalık gibi kavramların öne çıktığı görülmektedir (Barbarossa ve De Pelsmacker, 2016; De Medeiros vd., 2014). Ancak bu çalışmaların büyük çoğunluğu mikro düzeyde tüketici davranışlarına odaklanmakta, alanın genel yapısını değerlendiren sistematik ve bütüncül analizlerin sayısı sınırlı kalmaktadır (Joshi ve Rahman, 2015). Bu durum sürdürülebilir tüketim literatürünün yapısal özelliklerini ve gelişim dinamiklerini ortaya koyacak nitelikli bibliyometrik analizlere duyulan ihtiyacı ortaya koymaktadır.

Buradan hareketle bu çalışmada sürdürülebilir tüketim alanındaki akademik yayınların kapsamlı biçimde analiz edilmesi amacıyla bibliyometrik yöntem tercih edilmiştir. Bibliyometrik analiz, büyük hacimli akademik veri setlerini yapılandırarak yayın eğilimleri, atıf ilişkileri ve iş birliği ağları gibi boyutları nicel olarak değerlendirmeye imkan sağlayan bir yöntemdir (Donthu vd., 2021). Bu bağlamda Web of Science veri tabanından 1980 – 1 Temmuz 2025 yılları arasında yayınlanan toplam 1413 çalışma analiz kapsamına değerlendirilmiştir. Elde edilen veriler atıf analizi, kavramsal yapı, yazar ve kurum iş birlikleri, anahtar kelime eş-görünümü ve tematik haritalama gibi farklı bibliyometrik tekniklerin uygulanmasına olanak sağlayan Bibliometrix (Aria ve Cuccurullo, 2017) yazılımı aracılığıyla incelenmiştir.

Gerçekleştirilen bibliyometrik analiz ile sürdürülebilir tüketim literatürünün yapısının, gelişim eğilimlerinin ve araştırma önceliklerinin bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Literatürde öne çıkan anahtar temaların, iş birliği ağlarının ve en etkili yayınların belirlenmesi, sürdürülebilir tüketim literatürünün mevcut durumunu sistematik biçimde haritalandırarak alana özgün ve yapısal bir katkı sunacaktır.

2. SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM

Sürdürülebilir tüketim artan nüfus, yoğun sanayileşme ve kontrolsüz tüketimin yol açtığı çevresel bozulma ile doğal kaynakların hızla tükenmesi sorunlarına karşı, günümüz dünyasında ön plana çıkan temel kavramlardan biri haline gelmiştir. Sürdürülebilir tüketim en basit haliyle, “çevreye daha az zarar veren bir tüketim biçimi” olarak tanımlanmaktadır (Paavola, 2001: 228). Kavram, bireylerin temel insani ihtiyaçlarını karşılarken, mal ve hizmetlerin aşırı veya füzuli tüketiminden kaçınmaları, çevre, toplum ve gelecek nesillerin ihtiyaçlarını gözetmeleri prensibine dayanmaktadır (Primanayagam vd., 2024). Bireylerin çevre üzerindeki etkilerini azaltmayı amaçlayan sürdürülebilir tüketim, tüketim davranışlarının; ekolojik ürün tercihleri, daha seyrek tüketim, ürün ömrünün uzatılması ve atıkların geri dönüşüm ya da yeniden kullanım için ayrıştırılması gibi dört temel ilke doğrultusunda şekillendirilmesini ifade etmektedir (Booi-Chen ve Teck-Chai, 2009; Lee vd., 2015).

Her ne kadar sürdürülebilir tüketim kavramı çevresel kaygılar ekseninde gelişmiş olsa da ekonomik ve toplumsal boyutlarıyla da değerlendirilen kapsamlı bir olgudur. (Bayazıt ve Saygılı Akkaya, 2024). Sürdürülebilir tüketim yalnızca çevresel kaygılar temelinde şekillenen bir davranış biçimi olmanın ötesinde, aynı zamanda ekonomik eşitsizliklerin azaltılması ve toplumsal dayanışmanın güçlendirilmesine yönelik etik bir yaklaşımı da içermektedir. Adil ticaret uygulamaları, yerel üreticilerin desteklenmesi, atıkların geri dönüştürülmesi ve yeniden değerlendirilmesi gibi sürdürülebilir kaynak yönetimi stratejileri bu anlayışın pratik yansımaları arasında yer almaktadır (Sesini vd., 2020). Bu bağlamda sürdürülebilir tüketim, bireysel kararlarla sınırlı kalmayan, kültürel normlar, ekonomik yapı ve küresel çevre politikalarıyla karşılıklı etkileşim içinde olan sistematik bir dönüşümün göstergesi niteliğindedir. Bu dönüşümün sürdürülebilir şekilde ilerleyebilmesi için yalnızca bireylerin davranışlarını değiştirmesi yeterli değildir; aynı zamanda politika yapıcıların, işletmelerin ve diğer kurumsal aktörlerin bütüncül ve disiplinler arası bir anlayışla hareket etmeleri gerekmektedir (Akdoğan, 2023; Şen, 2025).

Bireysel bağlamda sürdürülebilir tüketim davranışı ise pek çok faktörün etkisi altında gerçekleşmektedir. Bireylerin çevresel tutumları, değer yargıları, inanç sistemleri ve sosyal normlara uyum düzeyleri sürdürülebilir tüketim davranışları üzerinde belirleyici rol oynamaktadır. Tüketicilerin çevresel farkındalık düzeyleri arttıkça, çevre dostu ürün ve hizmetleri tercih etme olasılıkları da artmaktadır (Minton vd., 2012). Araştırmalar, sürdürülebilir ürün satın almaya yatkın bireylerin genellikle bu davranışları kendi kimliklerinin bir yansıması olarak gördüklerini ve bununla özdeşleştirdiklerini göstermektedir (Barbarossa ve De Pelsmacker, 2016). Ancak buna rağmen birçok birey, sürdürülebilir seçim yapma konusunda istekli olsa da bu isteğini eyleme dönüştürme noktasında zorlanmaktadır. Bu durum literatürde “niyet-eylem boşluğu” olarak tanımlanmakta ve sürdürülebilir tüketimi sınırlayan önemli bir faktör olarak değerlendirilmektedir (Joshi ve Rahman, 2015). Özellikle yüksek fiyat, sınırlı erişilebilirlik, ürün bilgisinin yetersizliği gibi yapısal engeller, bireylerin sürdürülebilir tercihler yapmasını güçleştirmektedir (White vd., 2019). Dolayısıyla sürdürülebilir tüketim davranışlarının gelişebilmesi yalnızca bireysel bilinçle değil aynı zamanda bu davranışları kolaylaştıracak politika düzenlemeleri, kurumsal uygulamalar ve piyasa koşullarıyla da yakından ilişkilidir. Bu doğrultuda sürdürülebilir tüketime dair artan akademik ilgi ile kavramsal çeşitliliğin sistemli bir biçimde incelenmesi, alandaki mevcut bilgi yapısının daha iyi anlaşılmasına katkıda bulunacak ve davranışsal dönüşümü destekleyici stratejilerin oluşturulmasına olanak tanıyacaktır.

3. YÖNTEM

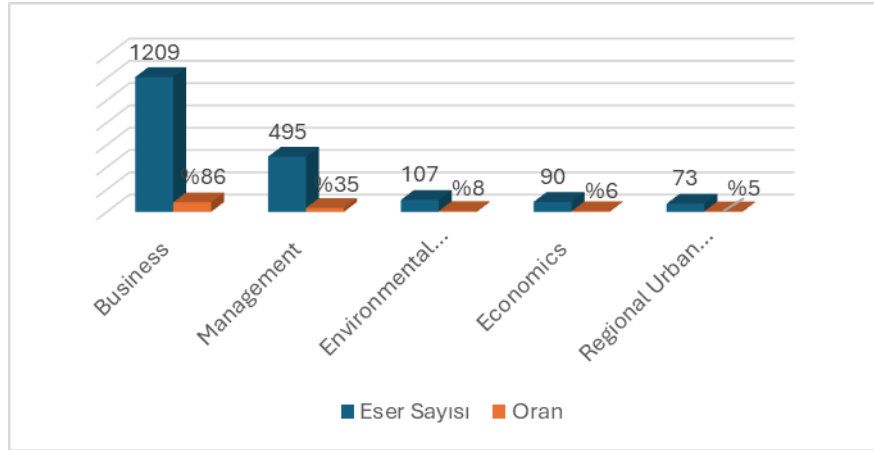
Bu çalışmada, sürdürülebilir tüketime yönelik uluslararası literatür bibliyometrik analiz yöntemleriyle incelenmiş; böylece alana ilişkin temel yapının ve araştırma eğilimlerinin ortaya konması amaçlanmıştır. Akademik yayınların bibliyometrik analizinde en sık başvuru alanı veri tabanlarından biri olan Web of Science (Yang vd., 2013), bu amaç doğrultusunda tercih edilmiş ve sürdürülebilir tüketim konulu yayınlar bu veri tabanı üzerinden taranmıştır. Çalışmanın verileri, 1980- 1 Temmuz 2025 tarihleri arasında yayımlanan literatürü kapsayacak şekilde elde edilmiştir. WoS veri tabanında çalışmanın amacına yönelik “Business” ve “Management” kategorisi seçilerek tarama daraltılmıştır. Araştırma yalnızca tek bir dil (örneğin İngilizce) ile sınırlı kalmayıp tüm dilleri kapsayacak şekilde yürütülmüştür. Bu kapsamda Web of Science veri tabanı üzerinde sürdürülebilir tüketime ilişkin toplam 1413 çalışmaya ulaşılmıştır. Çalışmada kullanılan analizler, Aria ve Cuccurullo’nun (2017) R tabanlı geliştirdiği Bibliometrix paketi yardımıyla gerçekleştirilmiştir. Bibliyometrik analiz sürecinde sürdürülebilir tüketime ilişkin literatürün

yıllara göre seyri ve bu alanda en yüksek üretkenliğe sahip yazarlar, iş birliği ağları, en sık atıf alan çalışmalar ve anahtar kelime eşleşmeleri gibi temel göstergeler analiz edilmiştir. Söz konusu yazılım paketi, literatürün yapısal özelliklerini ortaya koymak ve alandaki akademik eğilimleri görselleştirmek açısından kapsamlı bir araç sunmaktadır (Aria ve Cuccurullo, 2017).

3.1. Veri Toplama Süreci

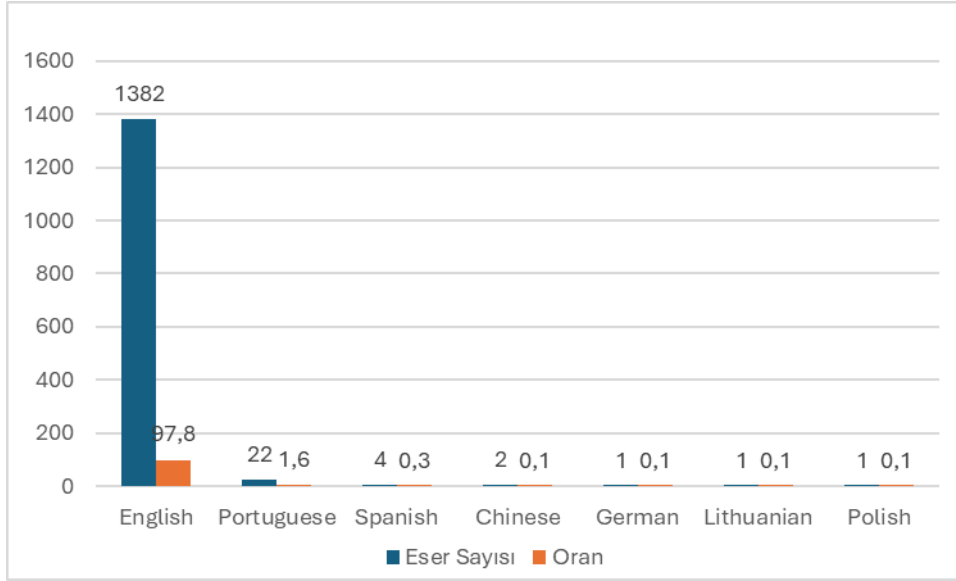
Web of Science (WoS) veri tabanında sürdürülebilir tüketim konulu çalışmalara ulaşabilmek amacıyla veri tabanının aramalar bölümüne “sustainable consumption” kelimesi girilmiş ve bu kelimenin yer aldığı ilgili eserlere ulaşılmıştır. Bu konu araması yayınların başlığında, özetinde ve/veya anahtar kelimelerinde “sustainable consumption” teriminin tanımlandığı çalışmalara ulaşılmasını sağlamaktadır.

Öncelikle tüm veri tabanı ele alındığında “Sürdürülebilir Tüketim” kavramına yönelik 6.143 esere ulaşılmıştır. WoS veri tabanında “Business” ve “Management” kategorisi seçilerek yapılan daraltma sonucu toplam eser sayısı 1413 olarak ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilir tüketim kavramının yer aldığı eserlerin kategorilere göre dağılımı Şekil 1’de yer almaktadır. “Business” kategorisi tüm eserler arasında %86’lık oran ile ilk sırada yer alırken onu takip eden 495 eser sayısı ile “Management” kategorisi %35’lik orana sahiptir.



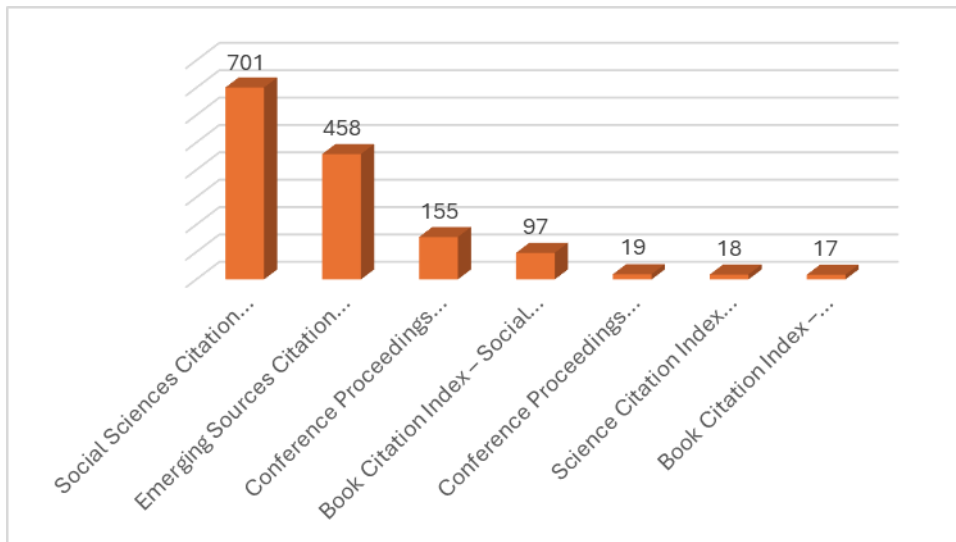
Şekil 1: Sürdürülebilir Tüketim Kavramına Yönelik Eserlerin Kategorilere Göre Dağılımı

Sürdürülebilir tüketim kavramına ilişkin eserleri yayın dili açısından sergilediği dağılım incelendiğinde aşağıdaki Şekil 2’de yer alan sonuçlara ulaşılmıştır. Buna göre incelenen eserlerin %98’lik oran ile İngilizce dilinde olduğu görülmektedir. En fazla yayın oluşturulan ikinci dil ise 22 eser sayısı ile Portekizcedir.



Şekil 2: Sürdürülebilir Tüketim Kavramının Yayın Diline Göre Dağılımı

Çalışmanın amacına yönelik olarak WOS indekslerinde SSCI (Social Sciences Citation Index) 701 eser ile sosyal bilimler alanında en yüksek sayıda yayın bulundurmaktadır. Bunu sırasıyla “ESCI (Emerging Sources Citation Index)” 458 yayın, “Conference Proceedings Citation Index – Social Science & Humanities (CPCI-SSH)” 155 yayın, “Book Citation Index – Social Sciences & Humanities (BKCI-SSH)” 97 yayın ile takip etmektedir. Bu verilere göre akademik yayınların ağırlıklı olarak sosyal bilimler alanında dergilerde yayımlandığını göstermektedir.



Şekil 3: Sürdürülebilir Tüketim Kavramının İndeks Dağılımı

3.2. Veri Özellikleri

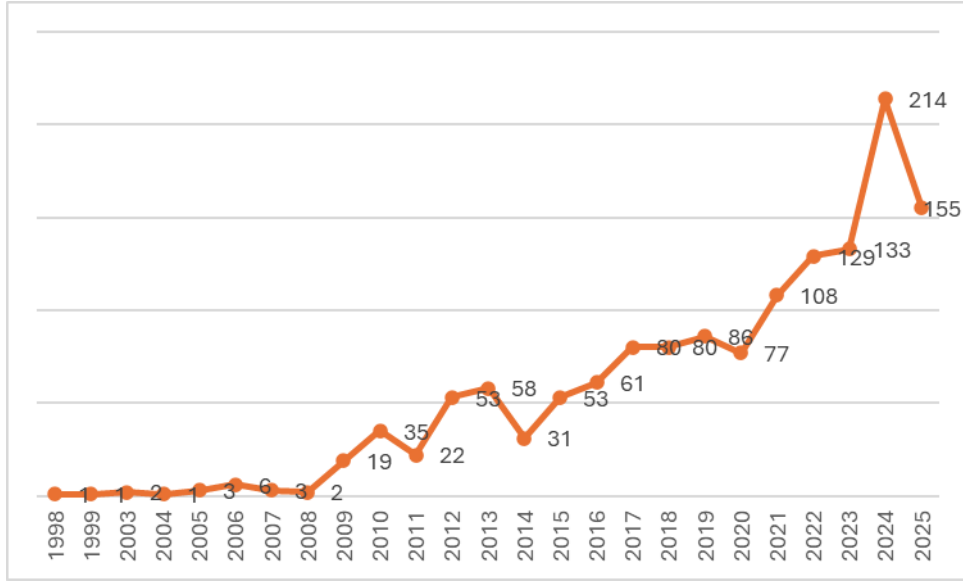
Araştırma kapsamında elde edilen 1413 esere ilişkin zaman aralığı, belge türü, yazar sayısı gibi ana özellikler Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1: Veriler Hakkında Ana Bilgiler

Zaman Aralığı	1998:2025	Belge Türleri	
Kaynaklar (Dergiler, Kitaplar, vb.)	351	Makale	1001
Belgeler	1413	Kitap Bölümü	77
Yıllık Büyüme Oranı %	20.54	Erken Erişim	71
Belge Ortalama Yaşı	May.46	Bildiri Kâğıdı	4
Belge başına ortalama atıflar	26.86	Geri Çekilen Yayın	1
Anahtar Sözcükler Artı (ID)	1860	Kitap	4
Yazarın Anahtar Sözcükleri (DE)	3751	Kitap İncelemesi	6
Yazarlar		Düzeltilme	2
Yazarlar	3472	Editöryal Materyal	17
		Editöryal Materyal; Kitap Bölümü	11
		Toplantı Özeti	2
		Bildiri Kâğıdı	157
Tek yazarlı belgeler	227	İnceleme	52
		İnceleme; Kitap Bölümü	5
		İnceleme; Erken Erişim	3

Tablo 1'e göre 1998 ile 2025 yılları arasında toplam 1413 eser yayınlanmış olup eserlerin yaklaşık %71'inin makalelerden oluştuğu görülmektedir. Belge başına ortalama atıf 26.86; yıllık büyüme oranı yüzde 20,54 olarak ortaya çıkmıştır. Tek yazarlı belge sayısı 227'dir. Bu tablo kavrama yönelik akademik yayınların önemli bir bölümünün **makaleden oluştuğunu göstermektedir.**

Belirlenen ilgili indeksler ve kategoriler ışığında kavrama ilişkin üretilmiş olan eserlerin yıllara göre dağılımı ise aşağıdaki Şekil 4 ile gösterilmiştir.



Şekil 4: Yıllar İtibariyle Eser Sayıları

Kavrama ilişkin ilk çalışma 1998 yılında yayımlanmış olup izleyen yıllarda da sayı yok denecek kadar azdır. Ancak 2010 yılı itibariyle bir artış trendi gözlemlenmiştir. Bu artış genel olarak düşük seviyelerde kalsa da analizin yapıldığı tarih itibariyle 2025 yılının ilk yarısında elde edilen veriler bir önceki yıla kıyasla artışın olacağını ve kavrama yönelik ilginin devam edeceğini göstermektedir.

4. BULGULAR

Bu aşamada “Sürdürülebilir Tüketim” konusunda ele alan 1413 çalışmanın bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz üç alt başlık ile değerlendirilmiş olup öncelikle atıf ve üretkenlik analizi daha sonra kavramsal yapı analizi yapılmıştır. En son adım da ise sosyal yapı analizi yapılmıştır. Tüm bu analizler ile sürdürülebilir tüketim konusunda akademik üretkenlik, gelişimi ve iş birliği dinamikleri değerlendirilmiştir.

4.1. Atıf ve Üretkenlik Analizleri

Araştırma alanının yapısını daha iyi anlamak adına gerçekleştirilen atıf ve üretkenlik analizleri gelecekteki çalışmalara yön verecek temel kaynakları belirlemek açısından stratejik öneme sahiptir. Üretkenlik analizi, belirli bir dönemde en fazla yayını yapan yazarları, kurumları, ülkeleri ya da dergileri belirlemeye yönelik nicel bir analizdir. Bu analiz türü sayesinde, ilgili araştırma alanına en çok katkı sağlayan aktörler tespit edilebilmekte ve bilimsel çıktıların zaman içindeki gelişimi izlenebilmektedir (Aria ve Cuccurullo, 2017). Atıf analizi ise, belirli bir akademik yayının başka çalışmalar tarafından ne sıklıkla referans alındığını inceleyerek, literatürdeki etkisini ve görünürlüğünü ölçmeyi amaçlamaktadır. Atıf

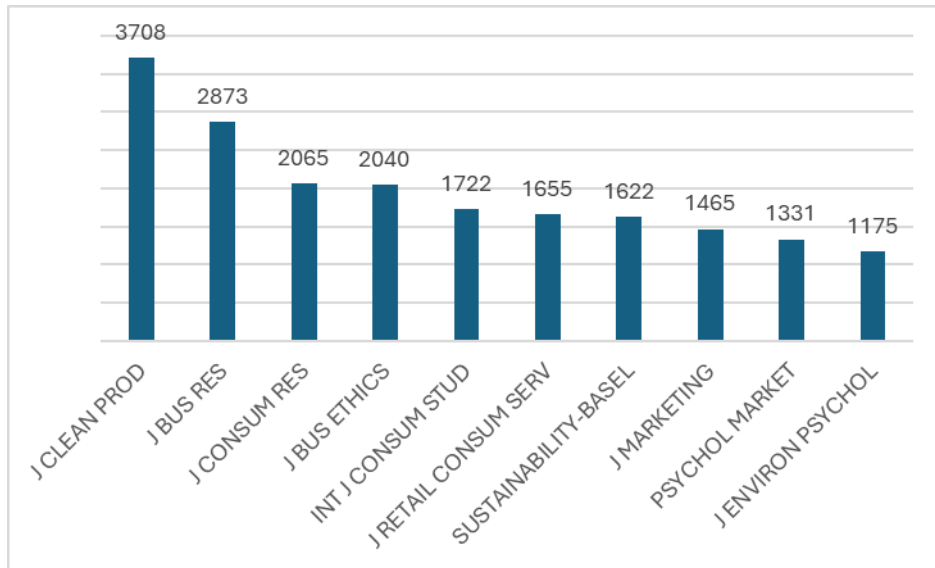
sayıları, bir çalışmanın bilimsel katkısının göstergesi olarak değerlendirilmekte ve literatürde hangi çalışmaların temel referans kaynağı hâline geldiğini ortaya koymaktadır (Donthu vd., 2021). Bu analizler ile alandaki en etkili yazarlar, kurumlar ve dergilerin belirlenmesine olanak sağlanmaktadır.

En çok yayın yapan kaynaklar incelendiğinde 97 yayımla “*International Journal of Consumer Studies*” dergisinin öne çıktığı görülmektedir. Bunu 66 yayımla “*Business Strategy And The Environment*” ve 51 yayımla “*Journal of Retailing And Consumer Services*” takip etmektedir. Elde edilen verilerin ilk onu ele alındığında en fazla yayın üreten kaynaklar Şekil 5 ile gösterilmiştir.



Şekil 5: En Çok Yayın Yapan Dergiler

Sürdürülebilir tüketim konusunda 1413 çalışma arasında en fazla atıf alan ilk on dergi ise aşağıdaki Şekil 6’da yer almaktadır.



Şekil 6: En Çok Atıf Alan Dergiler

Şekil 6'ya göre sürdürülebilir tüketim konusunda en fazla alıntı yapılan kaynaklar arasında “Journal of Cleaner Production” (3708 atıf), “Journal of Business Research” (2873 atıf), “Journal of Consumer Research” (2065 atıf) ve “Journal of Business Ethics” (2040 atıf) dergilerinin öne çıktığı görülmektedir. Ayrıca söz konusu grafikte yüksek atıf alan diğer beş yayına ait veriler de yer almaktadır. Bu bulgular, sürdürülebilir tüketim literatüründe disiplinler arası bir yaklaşımın benimsendiğini ve sürdürülebilir tüketim konusunun farklı araştırma perspektiflerinden ele alındığını göstermektedir.

Örneğin, çevresel sürdürülebilirliğe odaklanan ve uygulamalı çalışmalara sıkça yer veren “Journal of Cleaner Production”, sürdürülebilir üretim ve tüketim süreçlerinin çevresel etkilerini azaltmaya yönelik stratejilerin tartışıldığı öncü bir platformdur. Bu dergi, sürdürülebilir tüketim davranışlarını teknik, yönetsel ve sistemsel düzeylerde ele alan kapsamlı çalışmalara ev sahipliği yapmaktadır.

“Journal of Business Research” ise pazarlama, tüketici davranışı ve yönetsel karar alma süreçlerine odaklanarak, sürdürülebilirlik ilkelerinin iş dünyasındaki yansımalarını araştıran çalışmalara yer vermektedir. Bu bağlamda, sürdürülebilir tüketim davranışlarının şekillenmesinde işletmelerin rolü ve tüketicilerle kurulan etkileşim önemli bir araştırma konusu olarak öne çıkmaktadır.

Tüketici davranışları ve psikolojik unsurlar üzerine yoğunlaşan “Journal of Consumer Research” ise, bireylerin sürdürülebilir ürün ve hizmetlere yönelik tutumlarını, motivasyonlarını ve karar alma süreçlerini analiz eden teorik ve deneysel çalışmalarla dikkat çekmektedir. Bu dergi, özellikle sürdürülebilirlik odaklı davranışsal değişim mekanizmalarının anlaşılması açısından önemli katkılar sunmaktadır.

“Journal of Business Ethics” ise, sürdürülebilirliğin etik boyutuna odaklanarak, tüketim alışkanlıklarının ahlaki temelleri, kurumsal sorumluluk ve adil ticaret gibi konuları ön plana çıkarmaktadır. Bu sayede sürdürülebilir tüketim yalnızca çevresel bir mesele olarak değil, aynı zamanda etik ve toplumsal bir sorumluluk olarak da ele alınmaktadır.

Bu dergilerin sürdürülebilir tüketim konusunda yüksek düzeyde atıf alması hem teorik hem de pratik düzeyde kapsamlı ve etkili araştırmaların bu yayın organlarında yoğunlaştığını ve bu dergilerin alana yön verici nitelikte olduklarını göstermektedir.

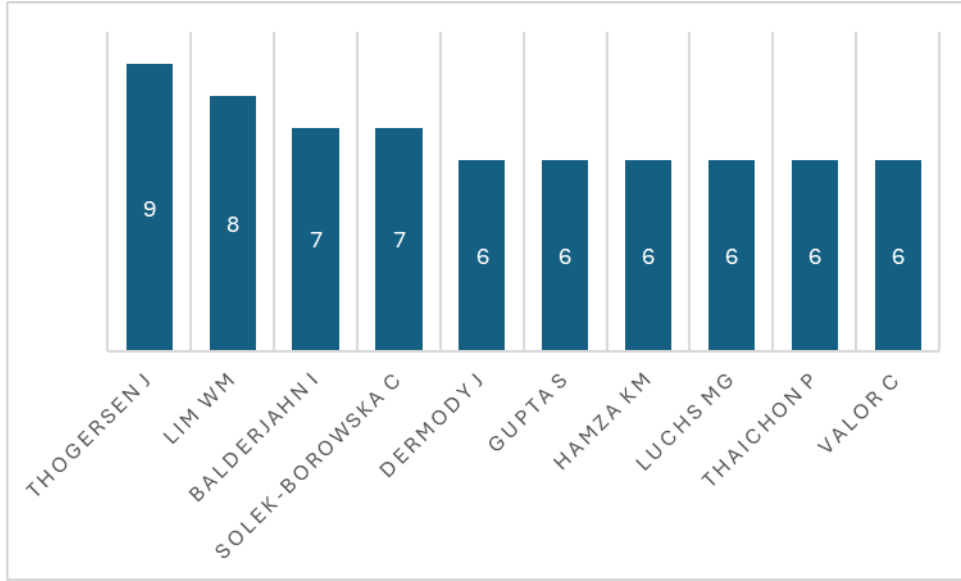
İncelenen dergilerin yıllar içindeki gelişimine ilişkin bilgilere aşağıdaki Tablo 2’de yer verilmiştir. Buna göre üretilen eserler 2010’lu yıllarda başlamış ve düşük seviyede bir artış

sergilemiştir. En çok yayın üreten dergi ise “International Journal of Consumer Studies” olmuştur.

Tablo 2: Dergilerin Yıllar İçerisindeki Gelişimi

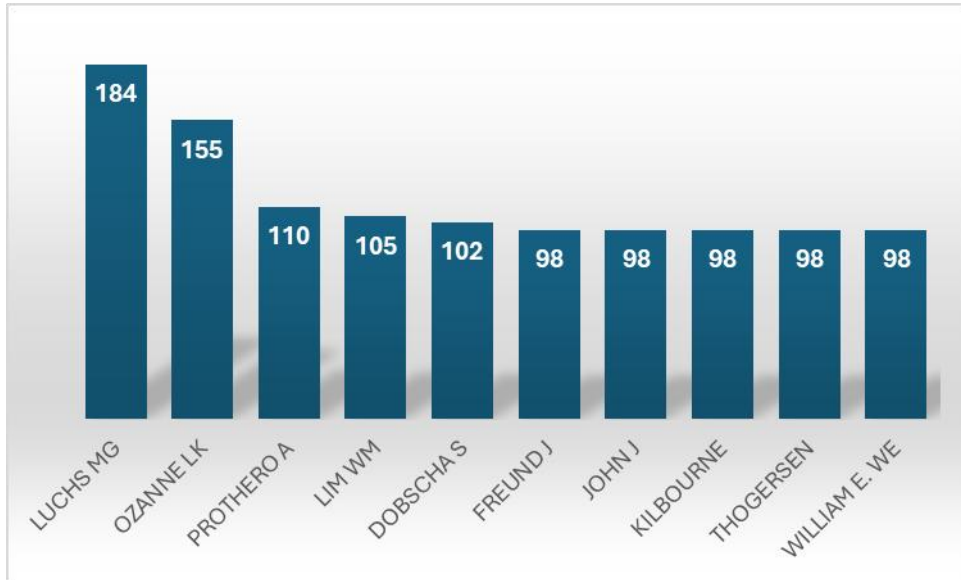
Yıl	International Journal of Consumer Studies	Business Strategy and The Environment	Journal of Retailing and Consumer Services	Journal of Business Research	Journal of Consumer Behaviour
2025	97	66	51	36	36
2024	89	51	45	34	31
2023	85	38	31	31	19
2022	80	28	23	29	16
2021	73	25	18	24	13
2020	71	21	8	21	6
2019	66	17	6	18	5
2018	63	11	5	16	5
2017	57	7	4	12	3
2016	50	4	4	8	3
2015	43	4	3	7	2
2014	37	4	3	6	2
2013	28	4	3	5	1
2012	23	3	1	4	1
2011	19	2	1	3	1
2010	16	1	1	2	1
2009	15	0	1	1	0
2008	2	0	0	0	0
2007	1	0	0	0	0
2006	0	0	0	0	0
2005	0	0	0	0	0
2004	0	0	0	0	0
2003	0	0	0	0	0
2002	0	0	0	0	0
2001	0	0	0	0	0
2000	0	0	0	0	0
1999	0	0	0	0	0
1998	0	0	0	0	0

Sürdürülebilir tüketim kavramında en çok yayın üreten ilk on yazara ilişkin bilgiler Şekil 7’de verilmiştir. Thogersen, J. (9), LIM, W.M. (8), Balderjahn, I. ile Solek-Borowska, C. (7) eser ile listenin en başında yer almaktadır. Bu da ilgili yazarların sürdürülebilir tüketim konusunda literatüre sundukları katkıyı ortaya koymaktadır.



Şekil 7: En Çok Yayın Yapan Yazarlar

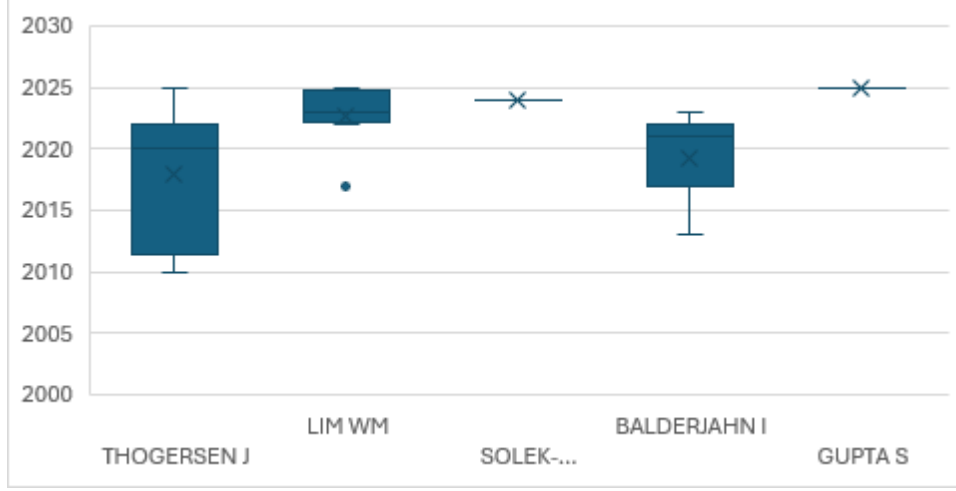
En çok atıf alan yerel yazarlar ise Şekil 8’de yer almaktadır. Atıf sayıları belirtilen yazarların eserleri ile alanyazındaki diğer akademik çalışmalara referans olmaları yönündeki önemini göstererek literatürde kritik bir rol olmuştur. Ayrıca bu atıflar yazarların sürdürülebilir tüketim konusunda artan ilgisini göstermesi açısından önemli bir bilgi sunmaktadır. Grafikte de görüldüğü üzere Luchs M. G. 184 atıf ile en çok referans gösterilen çalışmayı yapan yazar olmuştur.



Şekil 8: En Çok Atıf Alan Yazarlar

Sürdürülebilir tüketim konusunda en fazla eser üreten ilk beş yazarın yıllar içerisindeki üretimi Şekil 9 ile gösterilmiştir. Bu verilere bakıldığında Thogersen, J.'nin 2010'dan itibaren düzenli olarak eser ürettiği anlaşılmaktadır. Yine Lim. W.M. (2017-2025) yılları arasında

eserler yayımlamıştır. Solek-Borowska, C. (2024), Alderjahn, I. (2013-2023), Gupta, S. (2025) yıllarında yayımladıkları eserler sürdürülebilir tüketim konusundaki çalışmaların yıllar içinde artan önemini ve bu yazarların ilgili konudaki sunmuş oldukları katkıları göstermektedir.



Şekil 9: Yazarların Yıllar İçindeki Üretimi

Sürdürülebilir tüketim konusunda en çok yayın üreten kurumlara ilişkin ilk on üniversite Tablo-3’ te gösterilmiştir. Bu tabloya göre bu üniversiteler arasında 41 yayınlı en fazla akademik yayın üreten kurum “Warsaw School of Economics (Polonya)” olarak ortaya çıkmıştır. Buna en yakın olarak 40 yayınlı ile “Bucharest University of Economic Studies (Romanya)” olmuştur. Elde edilen bulgular ile sürdürülebilir tüketim konusunda en büyük katkıyı üniversitelerin verdiğini söylemek mümkündür. Bunun yanında sürdürülebilir tüketim konusundaki çalışmaların Polonya, Romanya ve Avustralya gibi belirli bölgelerde gerçekleşiyor olması bu alandaki akademik çalışmalara verilen önem ve katkının boyutunu göstermektedir. Aynı zamanda sürdürülebilirlik ve çevreci bilincin küresel ölçüde artan önemi ortaya koymaktadır.

Tablo 3: En Fazla Eser Üreten Üniversite ve Yayın Sayıları

	Kurum/Üniversite Adı	Yayın Sayısı
1	Warsaw School of Economics (Polonya)	41
2	Bucharest University of Economic Studies (Romanya)	40
3	Swinburne University of Technology (Avustralya)	29
4	Lund University (İsveç)	28
5	University of Manchester (Birleşik Krallık)	23
6	National Economic University (Ukrayna)	22
7	Technical University of Berlin (Almanya)	22
8	Griffith University (Avustralya)	20
9	Latvia University of Agriculture (Letonya)	19
10	University of Leeds (Birleşik Krallık)	18

Tablo 4’te, en fazla yayın üreten ülkelere ilişkin veriler sunulmuştur. Elde edilen bulgulara göre Amerika Birleşik Devletleri (132 yayın), Birleşik Krallık (128 yayın) ve Hindistan (105 yayın), yayın sayıları bakımından ilk üç sırada yer almakta ve akademik alandaki liderliklerini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda özellikle Hindistan’ın yüksek yayın sayısı dikkat çekmektedir. Bu durum ülkede son yıllarda artan araştırma yatırımlarıyla birlikte akademik nüfusta yaşanan büyümeye işaret etmektedir. Çin (93 yayın) ve Almanya (87 yayın) da yüksek yayın sayıları ile dikkat çeken diğer ülkeler arasında yer almaktadır. Yayınların Brezilya, Kore, Romanya gibi farklı kıtalara yayılmış olması ise akademik üretimin yalnızca belirli bölgelerde değil, küresel ölçekte genişlediğini ve bilimsel çalışmaların coğrafi çeşitliliğinin arttığını göstermektedir.

Tablo 4: En Fazla Eser Üreten Ülke ve Yayın Sayıları

	Ülke	Yayın Sayısı		Ülke	Yayın Sayısı
1	USA	132	11	Spain	36
2	United Kingdom	128	12	Romania	33
3	India	105	13	Malaysia	32
4	China	93	14	Finland	31
5	Germany	87	15	Korea	31
6	Brazil	62	16	Portugal	26
7	Poland	60	17	Vietnam	25
8	Australia	47	18	Latvia	23
9	Italy	47	19	Sweden	23
10	France	37	20	Netherlands	21

Tablo 5 ile en çok atıf alan eserlerin Web of Science ve Google Akademi’deki atıf sayıları ele alınmıştır. 1413 yayında en çok atıf alan eser “*White, K. (2019). How to SHIFT Consumer Behaviors to be More Sustainable: A Literature Review and Guiding Framework.*” olmuştur. İkinci sırada “*Tanner, C. (2003). Promoting sustainable consumption: determinants of green purchases by Swiss Consumers.*” yer almıştır. White ve diğerlerinin (2019) çalışması, sürdürülebilir tüketim davranışlarını değiştirmeye yönelik çerçeveler sunduğu için hem teorik hem de uygulamalı literatürde önemli bir yere sahiptir. Çalışma, sürdürülebilir tüketici davranışlarını teşvik etmenin en etkili yollarını inceleyen pazarlama ve davranış bilimi literatürünün kapsamlı bir derlemesini sunmaktadır. Bu sayede çalışma, hem literatürdeki bilgileri derleyerek teorik bir altyapı oluşturmakta hem de bu bilgileri pratik davranışsal değişim stratejileri için bir çerçeveye dönüştürerek uygulamaya yönelik bir katkı sağlamaktadır. Bu çalışmanın, bireyleri sürdürülebilir tüketim davranışına yönlendirmeye yönelik stratejileri ve bu süreçte karşılaşılabilecek engelleri ele alarak davranış değişimini teşvik eden yaklaşımları açıklaması ve alandaki en fazla atıf alan çalışma olması, davranışsal değişim stratejilerine odaklanan araştırmaların literatürde önemli bir etki yarattığını göstermektedir. En fazla atıf alan ikinci eser olan Tanner’ın (2003) çalışması ise tüketicilerin

yeşil gıda satın almalarını teşvik etme yollarını ve bu satın almaların önündeki kişisel ve bağlamsal engelleri ele almaktadır. Kişisel engeller bağlamında tutumlar, kişisel normlar, algılanan davranışsal engeller, bilgi gibi faktörler ele alınırken, bağlamsal engeller açısından sosyoekonomik özellikler, yaşam koşulları, mağaza özellikleri gibi faktörler değerlendirilmiştir. Her iki çalışma da sürdürülebilir tüketim literatüründe hem bireysel davranışsal faktörlere hem de çevresel koşullara odaklanan çok boyutlu yaklaşımların önemini ortaya koymaktadır. Davranış değişimini hedefleyen teorik çerçevelerin yanı sıra uygulamaya dönük stratejilerin de geliştirilmesi, sürdürülebilir tüketim hedeflerine ulaşmada kritik bir unsurdur. Bu sebeple, gelecekteki araştırmalar için hem kuramsal hem de pratik açıdan güçlü bir temel sunan bu iki çalışma, literatürde en fazla atıf alan çalışmalar olmuştur.

“Prothero, A. (2011). *Sustainable consumption: opportunities for consumer research and public policy.*”, “Brough, A.R. (2016). *Is eco-friendly unmanly? the green-feminine stereotype and its effect on sustainable consumption*” ve “Peattie, K. (2009). *Social marketing: a pathway to consumption reduction?*” gibi eserlere bakıldığında WoS ve Google Akademi Atıf Sayıları arasında neredeyse 3 katı oranında kayda değer bir fark bulunmaktadır. Bu durum Google Akademik’in daha geniş bir yayın yelpazesini tarayabilmesi olarak açıklanabilir. Google Akademik, kitaplar ve İngilizce dışındaki yayınlar da dahil olmak üzere daha geniş bir akademik literatürü kapsadığı için genellikle Web of Science’tan daha yüksek atıf sayıları sunmaktadır. Buna karşın WoS daha seçici bir şekilde nitelikli dergiler (örneğin SSCI) indeksleyerek daha kontrollü ve kaliteli bir atıf verisi sağlar ve aynı zamanda kendi kendine atıfları daha etkili bir şekilde yönetme avantajına sahiptir (Balcı vd., 2019).

Tablo 5: En Fazla Atıf Alan 20 Yayın

Yayın	Yayınlandığı Dergi	DOI	WoS Atıf Sayısı	Google Akademik Atıf Sayısı
White, K. (2019). How to SHIFT Consumer Behaviors to be More Sustainable: A Literature Review and Guiding Framework.	Journal of Marketing	10.1177/0022242919825649	1015	2351
Tanner, C.(2003). Promoting sustainable consumption: determinants of green purchases by Swiss Consumers.	Psychology & Marketing	10.1002/mar.10101	719	1857
Prothero, A.(2011). Sustainable consumption: opportunities for consumer research and public policy	Journal of Public Policy & Marketing	10.1509/jppm.30.1.31	478	1197
Brough, A.R. (2016). Is eco-friendly unmanly? the green-feminine stereotype and its effect on sustainable consumption	Journal of consumer research	10.1093/jcr/ucw044	449	1072

Park, H.J. (2020). Exploring attitude-behavior gap in sustainable consumption: comparison of recycled and upcycled fashion products	Journal of Business Research	10.1016/j.jbusres.2018.08.025	444	964
Kristoffersen, E.(2020). The smart circular economy: A digital-enabled circular strategies framework for manufacturing companies	Journal of Business Research	10.1016/j.jbusres.2020.07.044	383	801
Peattie,K.(2009).Social marketing: a pathway to consumption reduction?	Journal of Business Research	10.1016/j.jbusres.2008.01.033	377	1138
Antonetti,P.(2014).Feelings that make a difference: how guilt and pride convince consumers of the effectiveness of sustainable consumption choices.	Journal of Business Ethics	10.1007/s10551-013-1841-9	333	695
Hazen, B.T. (2017).Remanufacturing for the circular economy: an examination of consumer switching behavior .	Business Strategy and the Environment	10.1002/bse.1929	282	552
Morgan, L.R.(2009).An investigation of young fashion consumers' disposal habits	International Journal of Consumer Studies I	10.1111/j.1470-6431.2009.00756.x	277	880
Phipps, M.(2013).Understanding the inherent complexity of sustainable consumption: a social cognitive framework	Journal of Business Research	10.1016/j.jbusres.2012.08.016	262	650
Budeanu,A.(2007).Sustainable tourist behaviour - a discussion of opportunities for change.	International Journal of Consumer Studies	10.1111/j.1470-6431.2007.00606.x	262	764
Pepper,M.(2009). An examination of the values that motivate socially conscious and frugal consumer behaviours.	International Journal of Consumer Studies	10.1111/j.1470-6431.2009.00753.x	251	591
Verain, N. M.C.D.(2012).Segments of sustainable food consumers: a literature review.	International Journal of Consumer Studies	10.1111/j.1470-6431.2011.01082.x	245	476
Michaud,C.& Llerena,D.(2011).Green consumer behaviour: an experimental analysis of willingness to pay for remanufactured products.	Business Strategy and the Environment	10.1002/bse.703	244	459
Phipps vd., (2013). Understanding the inherent complexity of sustainable consumption: a social cognitive framework.	Journal of Business Research	10.1111/j.1470-6431.2009.00752.x	243	650
Rana,J. (2020).Health motive and the purchase of organic food: A meta-analytic review.	International Journal of Consumer Studies	10.1111/ijcs.12556	240	395
Roh,T.(2022). Unveiling ways to reach organic purchase: Green perceived value, perceived knowledge, attitude, subjective norm, and trust.	Journal of Retailing and Consumer Services	10.1016/j.jretconser.2022.102988	234	400

Thøgersen, J.(2010).Country differences in sustainable consumption: the case of organic food.	Journal of Macromarketing	10.1177/0276146710361926	227	550
Black,I.R.(2010).Anti-consumption as part of living a sustainable lifestyle: daily practices, contextual motivations and subjective values.	Journal of Consumer Behaviour	10.1002/cb.337	226	685

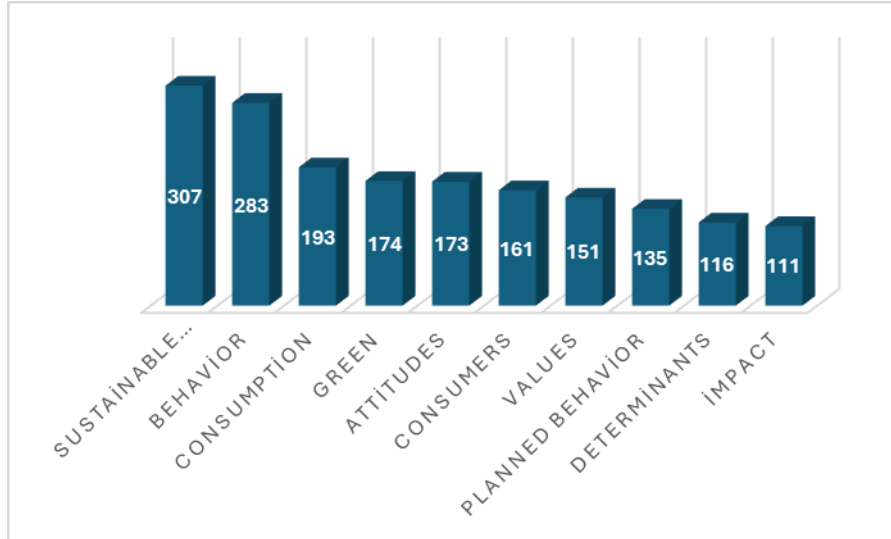
4.2. Kavramsal Yapı Analizleri

Bu aşamada “sürdürülebilir tüketim” alanına ilişkin anahtar kelime ve tematik harita analizleri yapılarak kavramsal yapıyı ortaya koymak amaçlanmıştır. Anahtar kelime analizi bibliyometrik çalışmaların kavramsal boyutunu anlamaya yönelik kullanılan temel yöntemlerden biridir. Bu analiz türü literatürde en sık kullanılan anahtar kelimeleri belirleyerek araştırma alanının temel kavramlarını, odak noktalarını ve eğilimlerini ortaya çıkarmaktadır (Donthu vd., 2021). Tematik harita analizi ise anahtar kelime kümeleri arasında oluşan yapısal ilişkileri iki boyutlu bir düzlemde görselleştiren kavramsal haritalar üretmeyi amaçlar. Bu analizde temalar yoğunluk ve merkezilik düzeylerine göre sınıflandırılır. Merkezilik temanın diğer temalarla olan bağlantı gücünü; yoğunluk ise temanın kendi içindeki gelişmişlik düzeyini gösterir. Bu şekilde temalar temel, gelişen, niş (özel) veya az gelişmiş yapılar olarak kategorize edilebilmektedir (Aria ve Cuccurullo, 2017; Cobo vd., 2011). Tematik harita analizi özellikle bir alandaki bilgi kümelerinin değerlendirilmesi ve gelecekteki araştırma boşluklarının belirlenmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

4.2.1. Anahtar Kelime Analizi

Aşağıdaki Şekil 10 en çok tekrar edilen anahtar kelimeleri göstermektedir. Anahtar kelimeler bakımından inceleme yapıldığında “*Sustainable* (307), *behavior* (283), *consumption* (193) ve *Green* (174)” kelimelerinin öne çıktığı görülmektedir. Bu durum çalışmalarda sürdürülebilir tüketim kavramının alanın odak noktası olduğunu göstermektedir. “Behavior” kelimesinin sıklıkla kullanılıyor olması ise sürdürülebilir tüketimin çevresel sorunların yanında psikolojik ve sosyolojik boyutunun da varlığını yansıtmaktadır.

Elde edilen bilgiler sürdürülebilir tüketim alanındaki çalışmaların büyük oranda tüketicilerin davranış, tutum ve yaklaşımları etrafında şekillendiğini, akademik çalışmalarda çevresel ve davranışsal bakış açıları arasında bir iş birliği olduğunu göstermektedir.



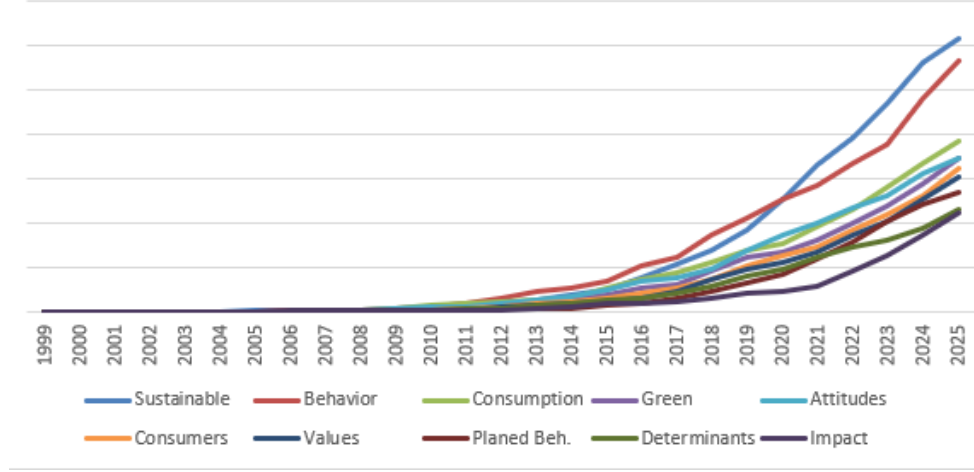
Şekil 10: En Çok Tekrarlanan Anahtar Kelimeler

Aşağıdaki Şekil 11 ise en çok tekrar edilen anahtar kelimeleri görselleştirerek gelecekteki araştırmalar için anahtar kelimelerin belirlenmesine yardımcı olarak farklı bir gösterim türüdür.



Şekil 11: En Çok Tekrarlanan Anahtar Kelime Ağı

İlgili anahtar kelimelerin yıllar içindeki etkililiği Şekil 12’de daha açık bir şekilde gözlemlenebilmektedir. Verilere bakıldığında terimlerin 2010’lu yıllardan itibaren artışa geçtiği ve özellikle 2020 yılı itibariyle hızlı bir yükseliş sergilediği görülmektedir. Bu eğilimin sürdürülebilirlik ve buna bağlı kavramların giderek daha fazla önem kazandığını, gelecekte bu alanda daha fazla akademik çalışmanın ortaya çıkabileceğini ve toplumların sürdürülebilirlik, tüketim ve çevre bilinci gibi konularda farkındalığının artacağını gösterdiğini söylemek mümkündür.



Şekil 12: Anahtar Kelimelerin Yıllar İçerisindeki Etkililiği

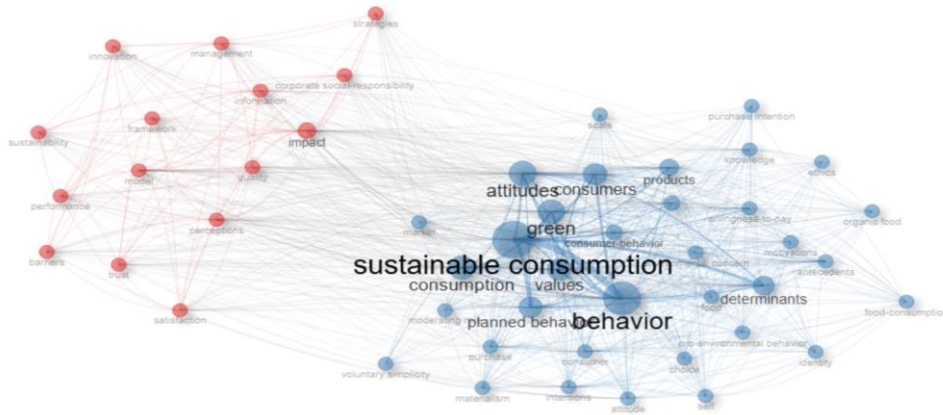
Literatürde sürdürülebilir tüketim kavramına yönelik en sık kullanılan anahtar kelimelerin yıllar içindeki etkinliği Tablo 6’da da yer almaktadır. Yıl (Q1), Yıl (Median) ve Yıl (Q3) olarak ifade edilen sütunlar, ilgili terimlerin literatürde öne çıktığı yılları göstermektedir. Örneğin “Sustainable consumption” terimi 2019 yılında ilk kez literatürde belirgin bir şekilde yer almaya başlamışken, “green” ve “attitudes” gibi kavramlar 2018 yılında daha fazla kullanılmaya başlanmıştır. Ayrıca “Sustainable consumption” ve “green” terimleri, özellikle 2023-2024 yılları arasında (Q3) önemli bir artış göstermiştir. Bu durum sürdürülebilir tüketim ve çevre dostu yaklaşımların akademik alandaki öneminin hızla arttığına ve ilerleyen yıllarda bu alandaki çalışmaların daha da yoğunlaşacağına işaret etmektedir.

Tablo 6: Anahtar Kelimelerin Yıllara Göre Etkinlikleri

Kelime	Sıklık	Yıl (Q1)	Yıl (Median)	Yıl(Q3)
Disposition	5	2014	2015	2022
environmental attitudes	14	2012	2016	2018
Patterns	7	2012	2016	2020
Myth	6	2013	2016	2017
Policy	17	2016	2017	2020
Paradigm	9	2013	2017	2022
Demand	8	2015	2017	2020
Market	31	2016	2018	2022
anti-consumption	24	2017	2018	2020
Governance	18	2015	2018	2020
Consumer	89	2016	2019	2023
Choice	40	2018	2019	2023
Materialism	37	2018	2019	2023
Beliefs	22	2018	2020	2024
Future	19	2018	2020	2022
Energy	18	2017	2020	2022

sustainable consumption	307	2019	2021	2023
Behavior	283	2018	2021	2024
Attitudes	173	2018	2021	2023
Consumption	193	2018	2022	2024
Green	174	2018	2022	2024
Consumers	161	2019	2022	2024
Impact	111	2021	2023	2024
pro-environmental behavior	50	2021	2023	2024
Performance	43	2020	2023	2024
perceived value	26	2022	2024	2024
Perception	20	2022	2024	2024
circular economy	18	2022	2024	2025
self-determination theory	9	2023	2025	2025
social norms	5	2024	2025	2025

Anahtar kelimeler arasındaki bağlantılar Şekil 13' te daha net bir şekilde görülebilmektedir. Bu ağ akademik çalışmalarda anahtar kelimelerin birlikte ne sıklıkla kullanıldığını ve aralarındaki bağlantı yoğunluğunu ortaya koymaktadır. Böyle bir iş birliği ağı literatürdeki temel kavramların, odak noktalarının ve eğilimlerinin nasıl bir araya geldiğini görselleştirerek akademik çalışmalara anlamlı bir katkı sağlamaktadır.



Şekil 13: Anahtar Kelimelerin Birlikte Oluşum Ağı

Ağ iki kümeden oluşmuş olup birinci kümede Impact (Etki), model, perceptions (algılar), management (yönetim), information (bilgi), framework (çerçeve), corporate social-responsibility (kurumsal sosyal sorumluluk), satisfaction (memnuniyet), performance (performans), quality (kalite), trust (güven), barriers (engeller), sustainability (sürdürülebilirlik), innovation (inovasyon) ve strategies (stratejiler) kelimeleri; ikinci kümede ise Behavior (davranış), consumption (tüketim), green (yeşil), attitudes (tutumlar), consumers

(tüketiciler), values (değerler), planned behavior (planlı davranış), determinants (belirleyiciler), products (ürünler), intention (niyet), consumer (tüketici), consumer-behavior (tüketici davranışı), antecedents (öncüller), willingness-to-pay (ödemeye isteklilik), intentions (niyetler), knowledge (bilgi), purchase (satın alma), attitude (tutum), pro-environmental behavior (çevre yanlısı davranış), food (gıda), environmental concern (çevresel kaygı), choice (seçim), self (benlik), materialism (materyalizm), food-consumption (gıda tüketimi), identity (kimlik), moderating role (düzenleyici rol), motivations (motivasyonlar), organic food (organik gıda), voluntary simplicity (gönüllü sadelik), market (pazar), purchase intention (satın alma niyeti), scale (ölçek) ve ethics (etik) kelimeleri yer almaktadır.

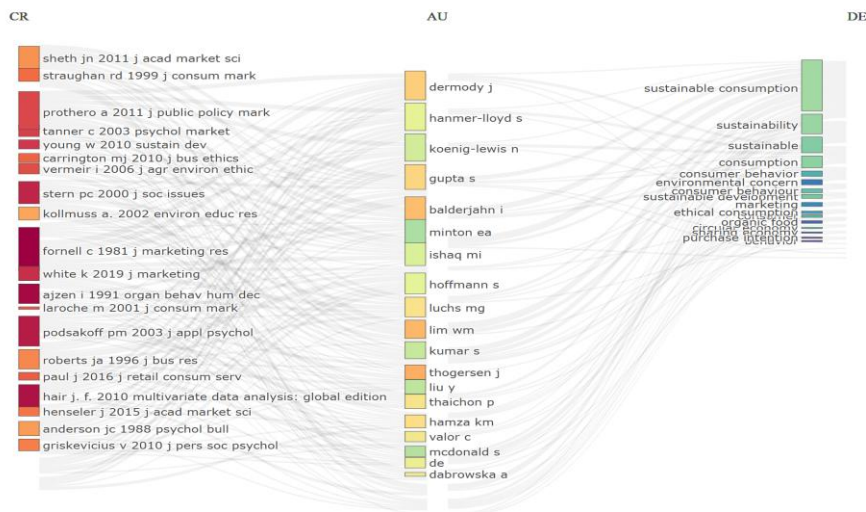
Birinci küme sürdürülebilir tüketim araştırmalarının daha çok makro düzeyde yani örgütsel ve sistemsel yaklaşımlara odaklandığını ortaya koymaktadır. “Yönetim” ve “Model” kavramları, sürdürülebilir tüketim davranışlarıyla doğrudan bağlantılıdır ve bu durum konunun sadece bireysel tercihlerle sınırlı olmadığını aynı zamanda yönetişim, kurumsal strateji ve sistem tasarımı gibi alanlarla da ilişkili olduğunu gösteriyor. “Kurumsal sosyal sorumluluk” ve “inovasyon” terimleri işletmelerin sürdürülebilirlikteki rolüne dikkat çekerken “engeller” ve “bilgi” gibi kavramlar sürdürülebilir tüketimin yayılmasındaki zorlukları ve bu engellerin aşılmasında bilginin önemini vurgulamaktadır. “Güven” ve “memnuniyet” ise sürdürülebilir uygulamaların başarısında tüketici algısının ne kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır.

İkinci küme sürdürülebilir tüketim araştırmalarının bireysel düzeyde psikolojik ve sosyolojik yönleri yoğunlaştığını göstermektedir. “Sürdürülebilir”, “davranış”, “tüketim” ve “Yeşil” gibi anahtar kelimeler konunun çevresel boyutlarının yanı sıra psikolojik ve sosyolojik yönlerini de kapsadığını ortaya koymaktadır. Çalışmalar tüketicilerin tutumları, niyetleri ve davranışları etrafında şekillenmekte ve çevresel ile davranışsal faktörler arasında bir etkileşim olduğunu vurgulamaktadır. “Değerler”, “kimlik” ve “motivasyonlar” gibi kavramlar bireylerin sürdürülebilir davranışlarını etkileyen kişisel faktörleri yansıtır. Ayrıca “gıda” ve “organik gıda” gibi ürün kategorileri sürdürülebilir tüketimin belirli sektörlerde nasıl şekillendiğini gösterirken “etik” kavramı, sürdürülebilir tüketimin sadece çevresel değil aynı zamanda toplumsal ve ekonomik eşitsizlikleri de ele aldığını vurgulamaktadır.

Bu iki kümenin birlikteliği sürdürülebilir tüketim alanındaki araştırmaların çok disiplinli bir karaktere sahip olduğunu ve konunun hem makro (yönetim, kurumsal) hem de mikro (bireysel davranış, psikoloji, motivasyon) düzeyde ele alındığını açıkça göstermektedir. Özetle birinci küme sürdürülebilirlik uygulamalarının daha çok kurumsal ve stratejik boyutlarına odaklanırken; ikinci küme bireysel kararlar, algılar ve davranışsal mekanizmalar üzerindeki

derinlemesine analizleri temsil etmektedir. Bu durum sürdürülebilir tüketimin karmaşık bir olgu olduğunu ve bireysel bilinçten politika düzenlemelerine, kurumsal uygulamalardan piyasa koşullarına kadar birçok faktörle yakından ilişkili olduğunu göstermektedir.

Aşağıda yer alan üç alan grafiği (Şekil 14) ise anahtar kelimeler ile eserlerin nerede yayınlandığının ve en fazla hangi yazar tarafından ele alındıkları arasındaki ilişkiyi özetlemektedir. En fazla kullanılan anahtar kelime “Sürdürülebilir Tüketim” ve “Sürdürülebilirlik” olmuştur. Bu kavramlar en fazla “Journal of Marketing” dergisinde yer alırken en çok yayın J. Dermody tarafından gerçekleştirildiği görülmektedir.



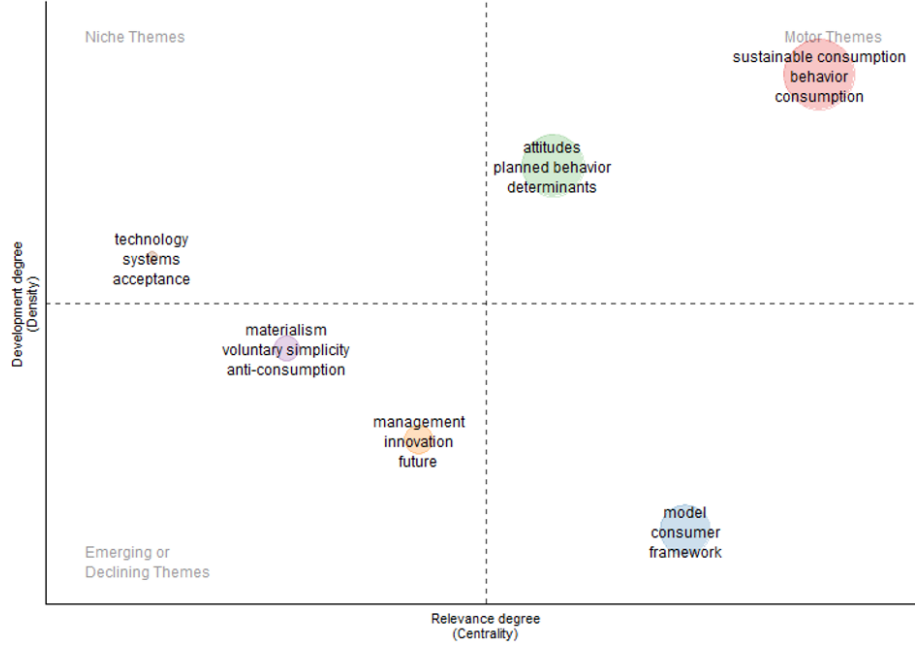
Şekil 14: Üç Alan Grafiği

4.2.2. Tematik Harita Analizi

Tematik harita analizi, sürdürülebilir tüketim üzerine yapılan çalışmaların hangi konularda yoğunlaştığını ve bu süreçteki eğilimleri inceleyen bir yöntemdir. Bu analiz ile anahtar kelimeler arasındaki ilişkiler iki boyutlu haritalarla görselleştirilir. Temalar “merkezlilik” ve “yoğunluk” gibi ölçütlerle sınıflandırılır. Merkezlilik, bir temanın diğer temalarla olan bağlantı gücünü gösterirken yoğunluk o temanın literatürdeki gelişmişlik düzeyini belirtir. Bu ölçütler temaların temel, gelişen, niş veya az gelişmiş yapılar olarak gruplandırılmasını sağlar. Tematik harita analizi araştırma alanındaki bilgi kümelerini değerlendirme ve potansiyel araştırma boşluklarını belirleme bakımından oldukça önemlidir.

Şekil 15’te Sustainable consumption (Sürdürülebilir tüketim), Attitudes (Tutumlar), Model (Model) Management (Yönetim), Materialism (Metaryalizm) ve Tecnology (Teknoloji)

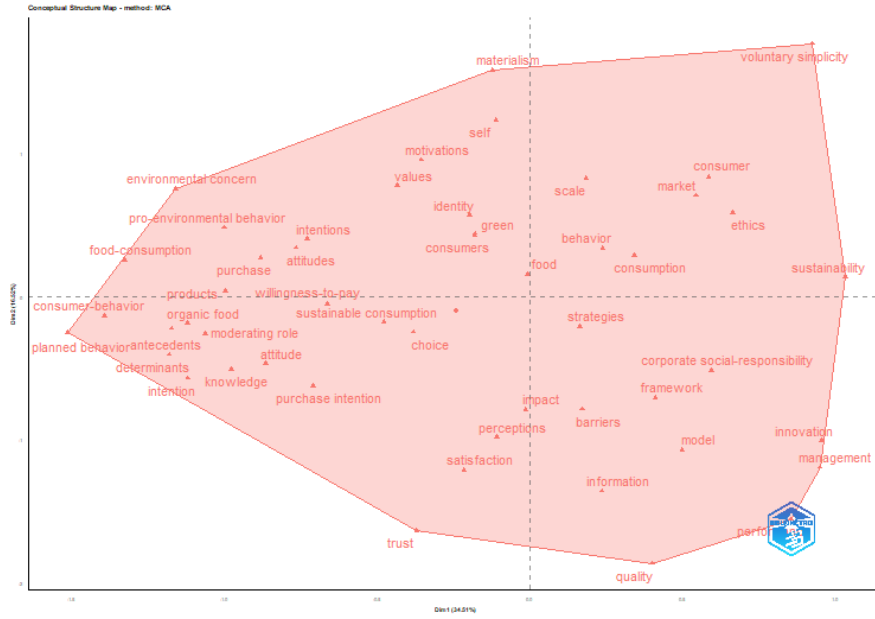
terimleri üzerine yoğunlaşmış alt temalar bulunmaktadır; bu konumlandırmalar yoğunluklara ve merkeziyete göre oluşmaktadır.



Şekil 15: Tematik Harita

Merkeziyet ve yoğunluk düzeylerine göre yapılan konumlandırmalar dikkate alındığında, söz konusu temaların hem alandaki temel yönelimleri hem de gelişme potansiyeli taşıyan araştırma alanlarını yansıttığı söylenebilir. Örneğin “Attitudes” teması bireylerin sürdürülebilir tüketimle yönelik tutumlarının literatürde önemli bir inceleme alanı olduğunu; “Management” ise örgütsel düzeydeki uygulama ve stratejilerin ön plana çıktığını göstermektedir. “Materialism” teması tüketim davranışlarının değer yönelimleriyle ilişkisini vurgularken; “Technology” teması dijitalleşmenin ve teknolojik yeniliklerin sürdürülebilirlik bağlamındaki etkisine işaret etmektedir.

Şekil 16’da farklı araştırma alanlarını içeren daha kavramlar gösterilmiştir. Consumption (tüketim), sustainability (sürdürülebilirlik) terimleri sol üst (motor) çeyrekte yer alarak yüksek merkeziyet ve yoğunluğu göstermektedir. Attitudes (tutumlar), values (değerler) terimleri niş(özel) temayı temsil eden sol alt çeyrekte bulunmaktadır. Sustainable consumption (sürdürülebilir tüketim) terimi sol alt çeyrekte bulunarak düşük merkeziyet ve yoğunluğa sahip temayı temsil etmektedir.



Şekil 16: Kavramların Tematik Haritası

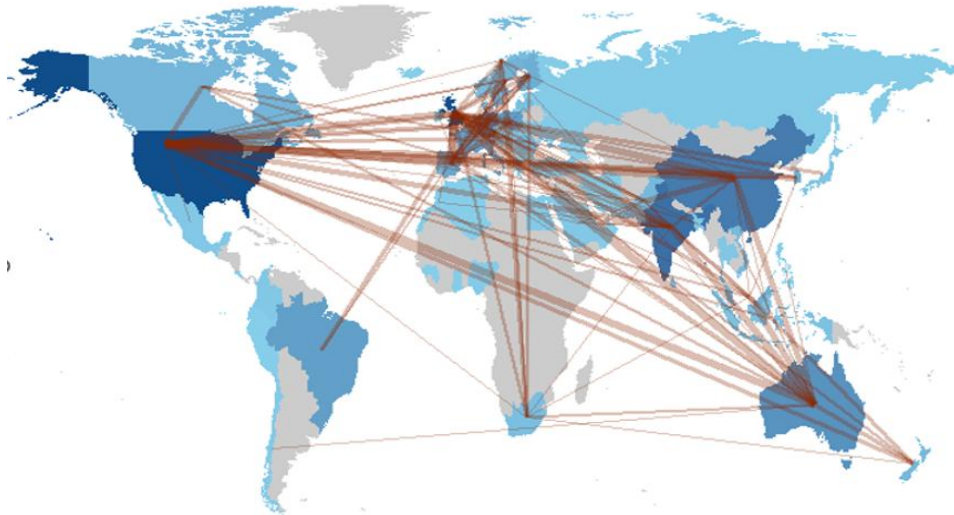
Bu tematik harita sürdürülebilir tüketim alanındaki araştırmaların çok disiplinli bir karakter taşıdığını ve bireysel, yönetsel, etik ve teknolojik boyutlarda farklı alt temalar etrafında yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. “Sustainability”, “Consumer” ve “Ethics” gibi kavramların merkezde yer alması, alandaki ana eksenin hâlâ birey-tüketim-etik ilişkisi etrafında şekillendiğini göstermektedir. Öte yandan, “Innovation”, “Model” ve “Corporate Social Responsibility” gibi temaların yönetim ve politika düzeyinde gelişmeye açık alanlar olduğuna işaret etmektedir.

4.3. Sosyal Yapı Analizi

Sosyal yapı analizleri bibliyometrik analizlerde araştırma alanının aktörleri arasında kurulan iş birliği ağlarını inceleyerek bilimsel üretimin sosyal boyutunu ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu analizler aracılığıyla araştırmacılar, kuruluşlar ve ülkeler arasındaki ortaklıklar görselleştirilmekte ve iş birliğinin yoğunlaştığı kümeler belirlenmektedir (Zupic ve Čater, 2015). Sosyal yapı analizi, yalnızca iş birliği yapısını değil, aynı zamanda araştırma alanının bilimsel üretim ağlarını, etki merkezlerini ve bilginin yayılma biçimlerini ortaya koymaktadır (Donthu vd., 2021).

Sürdürülebilir tüketim kavramına ilişkin olarak yazarların ürettikleri yayınlar ile diğer yazarlarla bulundukları iş birlikleri ve yazar-ülke yapısı incelenerek sosyal ağ ortaya çıkarılmış ve bu şekilde sosyal yapı analiz edilebilmiştir. Haritalarda kullanılan farklı kalınlık ve koyulukta çizgi veya şekiller, yazarlar arasındaki iş birliği yoğunluğunu göstermektedir.

Ülkeler arası iş birliği ağı ise aşağıda yer almaktadır. Şekil 19 ile sunulan ağ yapısı, kümelenme ve bağlantı yoğunluğu parametrelerinin değerlendirilmesi ile ülkeler arası bilimsel iş birliğini daha derinlemesine incelemeyi mümkün kılmaktadır. Örneğin Avustralya merkezli kümelenmede Kanada, Çin, Fransa, Malezya ve Yeni Zelanda gibi çok sayıda ülke ile iş birliği bulunmaktadır. Benzer şekilde, Amerika Birleşik Devletleri (A.B.D.), Avustralya, Almanya, Çin, Kore, Pakistan, Endonezya, Finlandiya ve Birleşik Krallık gibi toplamda 45 ülke ile bilimsel iş birliği yapmaktadır. A.B.D.'nin bu denli geniş bir coğrafyada yer alan ülkelerle sıkı bir iş birliği ağına sahip olması, ülkenin bilimsel çalışmalarındaki eğilimler ile özellikle sürdürülebilirlik ve çevre dostu yaklaşımlar konusundaki yoğun ilgisini yansıtmaktadır. Bu durum A.B.D.'nin gelecekteki bilimsel iş birliklerinde önemli bir artış göstereceğini, sürdürülebilirlik alanındaki katkılarının önümüzdeki yıllarda daha da güçleneceği gerçeğini ortaya koymaktadır.



Şekil 19: Ülkeler Arası İş Birliği Ağı

5. SONUÇ

Bu çalışma, sürdürülebilir tüketim kavramının küresel ölçekte artan önemini ortaya koymayı amaçlamakta ve bu doğrultuda uluslararası literatürü bibliyometrik yöntemle analiz etmektedir. Web of Science (WoS) veri tabanında 1980 ile 1 Temmuz 2025 tarihleri arasında yayımlanmış 1413 akademik yayın, R programında yer alan Bibliometrix paketi aracılığıyla incelenmiştir. Elde edilen bulgular, literatürdeki yayın eğilimlerini, yazar üretkenliğini, bilimsel iş birliği ağlarını, anahtar kavram kümelerini ve tematik yoğunlukları detaylı biçimde ortaya koyarak sürdürülebilir tüketim alanının mevcut yapısını ve gelecekteki yönelimlerini değerlendirme imkânı sunmuştur.

Analiz sonuçlarına göre sürdürülebilir tüketim literatüründe en fazla yayın üreten yazar Thogersen, J. olurken, en çok atıf alan çalışma White ve diğerlerine (2019) ait olan “How to SHIFT Consumer Behaviors to be More Sustainable: A Literature Review and Guiding Framework” başlıklı makale olmuştur. Bu çalışma, sürdürülebilir tüketici davranışlarını teşvik etmeye yönelik stratejik çerçeveleri ortaya koyarak, alanda davranışsal değişim stratejilerinin önemini vurgulamaktadır. Dergi bazında ise “International Journal of Consumer Studies”, en fazla yayına ev sahipliği yapan yayın organı olarak öne çıkarken; kurumsal düzeyde Warsaw School of Economics en üretken kurum, ülke bazında ise Amerika Birleşik Devletleri en fazla yayına katkı sunan ülke olmuştur. Bununla birlikte, Birleşik Krallık, Hindistan, Çin ve Almanya gibi ülkelerin de önemli katkılarda bulunması sürdürülebilir tüketim araştırmalarının coğrafi çeşitliliğini ve küresel düzeyde artan çevresel farkındalığı yansıtmaktadır.

Sosyal yapı analizleri, özellikle ABD, Birleşik Krallık ve Çin’in bilimsel iş birliği ağlarının merkezinde yer aldığını ve bu ülkeler arasında kurulan uluslararası ortaklıkların disiplinlerarası yaklaşımların gelişmesine katkı sunduğunu ortaya koymuştur. Kavramsal yapı analizlerinde ise “sustainable consumption” teriminin merkezî konumda olduğu ve bu kavramın etrafında “attitudes”, “knowledge”, “behavior” ve “green” gibi bireysel ve sosyal faktörlerin kümелendiği görülmüştür. Bu durum, sürdürülebilir tüketim olgusunun yalnızca çevresel bir mesele değil, aynı zamanda psikolojik ve kültürel bağlamlarda da ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır. Ayrıca “management” ve “model” kavramlarının yüksek merkezilik ve yoğunluk değerleriyle yer alması, uygulamalı çalışmaların artışı ve bireysel tercihlerden kurumsal strateji ve sistem tasarımına yönelen araştırma eğilimlerini göstermektedir.

Bununla birlikte, literatürde “tüketici davranışları”, “çevresel farkındalık” ve “niyet-eylem boşluğu” gibi pratik konulara ağırlık verildiği, buna karşın “materyalizm” gibi daha soyut ve temel değerlere ilişkin kavramların henüz yeterince işlenmediği tespit edilmiştir. Materyalizm teması, tematik haritada düşük yoğunlukta yer almakta ve literatürde potansiyel bir araştırma alanı olarak varlığını sürdürse de henüz çeşitlenmemiş ve ana temalarla bütünleşmemiş görünmektedir. Literatürde bireylerin sürdürülebilir seçimlere yönelik olumlu tutumlara sahip olmalarına rağmen yüksek fiyatlar, sınırlı erişilebilirlik ve yapısal engeller gibi nedenlerle bu tutumlarını davranışa dönüştürmekte zorlandıkları vurgulanmaktadır (Tanner, 2003; White vd., 2019). Bu durum araştırma odağının daha çok pratik çözümler ve uygulamaya yönelik davranışsal belirleyicilere kaymasına neden olmuştur. Gelecekte yapılacak çalışmaların

materyalizmin sürdürülebilir tüketim üzerindeki etkisini ve diğer faktörlerle olan etkileşimini daha kapsamlı biçimde ele alması, literatürdeki bu boşluğu doldurmaya katkı sağlayacaktır.

Bu çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. İlk olarak, analiz yalnızca Web of Science veri tabanındaki yayınlarla sınırlıdır; dolayısıyla Scopus veya Google Scholar gibi diğer veri tabanları farklı sonuçlar doğurabilir. İkinci olarak, araştırma “sustainable consumption” anahtar kelimesiyle yapılan taramaya dayandığından, farklı anahtar kelimelerle yapılacak aramalar daha kapsamlı bir literatür görünümü sağlayabilir. Üçüncü olarak, çalışma yalnızca nicel analizlere dayanmakta, yayınların içeriklerine ilişkin nitel bir değerlendirme sunmamaktadır. Son olarak, analiz yalnızca 1980–2025 tarih aralığındaki yayınları kapsadığından gelecekteki eğilimleri öngörmek sınırlı kalmaktadır.

Bu sınırlılıklar ve yukarıda değinilen bulgular doğrultusunda, gelecekteki araştırmalar için bazı önerilerde bulunulabilir. Öncelikle, bireysel davranışların yanı sıra sürdürülebilir tüketimin toplumsal normlar, kamu politikaları ve kurumsal uygulamalarla ilişkisini inceleyen çalışmalar artırılmalıdır. Bu durum, sürdürülebilirliğin yalnızca bireysel değil aynı zamanda sistemsel bir dönüşüm gerektirdiği anlayışını pekiştirecektir. Ayrıca bireylerin olumlu tutumlarının gerçek davranışlara nasıl dönüştüğü, özellikle “niyet-eylem boşluğu” çerçevesinde daha derinlemesine ele alınmalı; bu konuda deneysel ve nitel araştırmalar yoluyla etkili stratejiler geliştirilmelidir. Bireysel değerler, bilinç ve farkındalık gibi faktörlerin kültürel ve sosyoekonomik bağlamlarda nasıl farklılaştığını incelemek de literatüre önemli katkılar sunacaktır. “Materialism” ve “technology” gibi temalara odaklanan detaylı analizler, henüz yeterince keşfedilmemiş araştırma boşluklarını doldurmaya yardımcı olacaktır. Son olarak, düşük ve orta gelirli ülkelerde sürdürülebilir tüketim dinamiklerini ele alan çalışmaların artırılması ve farklı veri tabanları kullanılarak karşılaştırmalı bibliyometrik analizlerin yapılması, alana hem teorik hem de metodolojik çeşitlilik kazandıracaktır. Bu kapsamlı yaklaşımlar, sürdürülebilir tüketim alanındaki akademik birikimi derinleştirerek, hem literatüre katkı sağlayacak hem de toplumsal düzeyde etkili ve uygulanabilir çözümler geliştirilmesine zemin hazırlayacaktır.

KAYNAKLAR

Akdoğan, L. (2023). Sürdürülebilir Tüketim: Kavramsal Bir Çalışma. *Oğuzhan Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 43-53.

- Antonetti, P., & Maklan, S. (2014). Feelings that make a difference: How guilt and pride convince consumers of the effectiveness of sustainable consumption choices. *Journal of business ethics*, 124(1), 117-134.
- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959-975.
- Artuç, M. (2024). Sürdürülebilir Çevrenin Tarihçesi. İçinde N. S. Eser ve S. E. Ayhün. (Ed.), *Disiplinlerarası Yaklaşımlarla Sürdürülebilir Çevre* (1. Baskı 1-38).
- Balcı, A., Cicioğlu, F., & Kalkan, D. (2019). Türkiye'deki uluslararası ilişkiler akademisyenleri ve bölümlerinin akademik etkilerinin google scholar verilerinden hareketle incelenmesi. *Uluslararası İlişkiler, Akademi Dergisi*, 16(64), 57-75.
- Barbarossa, C., & De Pelsmacker, P. (2016). Positive and negative antecedents of purchasing eco-friendly products: A comparison between green and non-green consumers. *Journal of Business Ethics*, 134(2), 229-247.
- Bayazıt, A., & Akkaya, N. S. (2024). Bireylerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının İncelenmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 16(4), 2722-2745.
- Black, I. R., & Cherrier, H. (2010). Anti-consumption as part of living a sustainable lifestyle: Daily practices, contextual motivations and subjective values. *Journal of Consumer Behaviour*, 9(6), 437-453.
- Booi-Chen, T., & Teck-Chai, L. (2009). Examining sustainable consumption patterns of young consumers: is there a cause for concern? *The Journal of International Social Research*, 2(9), 465-472.
- Brough, A. R., Wilkie, J. E., Ma, J., Isaac, M. S., & Gal, D. (2016). Is eco-friendly unmanly? The green-feminine stereotype and its effect on sustainable consumption. *Journal of Consumer Research*, 43(4), 567-582.
- Budeanu, A. (2007). Sustainable tourist behaviour—a discussion of opportunities for change. *International Journal of Consumer Studies*, 31(5), 499-508.
- De Medeiros, J. F., Ribeiro, J. L. D., & Cortimiglia, M. N. (2014). Success factors for environmentally sustainable product innovation: a systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 65, 76-86.

- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296.
- Hazen, B. T., Mollenkopf, D. A., & Wang, Y. (2017). Remanufacturing for the circular economy: An examination of consumer switching behavior. *Business Strategy and the Environment*, 26(4), 451-464.
- Joshi, Y., & Rahman, Z. (2015). Factors affecting green purchase behaviour and future research directions. *International Strategic Management Review*, 3(1-2), 128-143.
- Kashyap, N., Khandai, S., & Mathew, J. (2023). Sustainable consumption: a bibliometric study. *Dynamic Relationships Management Journal*, 12(2), 65-79.
- Kristoffersen, E., Blomsma, F., Mikalef, P., & Li, J. (2020). The smart circular economy: A digital-enabled circular strategies framework for manufacturing companies. *Journal of Business Research*, 120, 241-261.
- Lee, C. K., Levy, D. S. ve Yap, C. S. F. (2015). How does the theory of consumption values contribute to plac eidentity and sustainable consumption? *International Journal of Consumer Studies*, 39(6), 597–607.
- Michaud, C., & Llerena, D. (2011). Green consumer behaviour: an experimental analysis of willingness to pay for remanufactured products. *Business Strategy and The Environment*, 20(6), 408-420.
- Minton, E., Lee, C., Orth, U., Kim, C. H., & Kahle, L. (2012). Sustainable marketing and social media: A cross-country analysis of motives for sustainable behaviors. *Journal of Advertising*, 41(4), 69-84.
- Paavola, J. (2001). Towards sustainable consumption: economics and ethical concerns for the environment in consumer choices, *Review of Social Economy*, 59,227-48.
- Park, H. J., & Lin, L. M. (2020). Exploring attitude–behavior gap in sustainable consumption: Comparison of recycled and upcycled fashion products. *Journal of Business Research*, 117, 623-628.
- Peattie, K., & Peattie, S. (2009). Social marketing: a pathway to consumption reduction? *Journal of Business Research*, 62(2), 260-268.

- Pepper, M., Jackson, T., & Uzzell, D. (2009). An examination of the values that motivate socially conscious and frugal consumer behaviours. *International Journal of Consumer Studies*, 33(2), 126-136.
- Phipps, M., Ozanne, L. K., Luchs, M. G., Subrahmanyam, S., Kapitan, S., Catlin, J. R., ... & Weaver, T. (2013). Understanding the inherent complexity of sustainable consumption: A social cognitive framework. *Journal of Business Research*, 66(8), 1227-1234.
- Piramanayagam, S., Sen, S., & Seal, P. P. (2024). Sustainable consumption behaviour among guests in luxury hotels through the lens of the extended theory of planned behaviour. *Environment, Development and Sustainability*, 26(10), 25397-25413.
- Prothero, A., Dobscha, S., Freund, J., Kilbourne, W. E., Luchs, M. G., Ozanne, L. K., & Thøgersen, J. (2011). Sustainable consumption: Opportunities for consumer research and public policy. *Journal of Public Policy & Marketing*, 30(1), 31-38.
- Rana, J., & Paul, J. (2020). Health motive and the purchase of organic food: A meta-analytic review. *International Journal of Consumer Studies*, 44(2), 162-171.
- Roh, T., Seok, J., & Kim, Y. (2022). Unveiling ways to reach organic purchase: Green perceived value, perceived knowledge, attitude, subjective norm, and trust. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 67, 102988.
- Sesini, G., Castiglioni, C., & Lozza, E. (2020). New trends and patterns in sustainable consumption: a systematic review and research agenda. *Sustainability*, 12(15), 5935.
- Sheth, J. N. (2011). Impact of emerging markets on marketing: rethinking existing perspectives and practices. *Journal of Marketing*, 75(4), 166-182.
- Şen, B. (2025). Yeşil pazarlamanın evrimi ve dijitalleşen dünyada sürdürülebilir tüketim davranışlarına etkisi. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 20(1), 234-255.
- Tanner, C., & Wölfling Kast, S. (2003). Promoting sustainable consumption: determinants of green purchases by Swiss consumers. *Psychology & Marketing*, 20(10), 883-902.
- Thøgersen, J. (2010). Country differences in sustainable consumption: The case of organic food. *Journal of Macromarketing*, 30(2), 171-185.

- Verain, M. C., Bartels, J., Dagevos, H., Sijtsma, S. J., Onwezen, M. C., & Antonides, G. (2012). Segments of sustainable food consumers: a literature review. *International Journal of Consumer Studies*, 36(2), 123-132.
- Villi, B. (2024). Tüketicilerin ekolojik zekâları ile sürdürülebilir tüketim davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 16 (4), 2321-2337.
- White, K., Habib, R., & Hardisty, D. J. (2019). How to SHIFT consumer behaviors to be more sustainable: A literature review and guiding framework. *Journal of Marketing*, 83(3), 22-49.
- Yang, L., Chen, Z., Liu, T., Gong, Z., Yu, Y., Wang, J., (2013). Global trends of solid waste research from 1997 to 2011 by using bibliometric analysis. *Scientometrics*, 96, 133–146.
- Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472.