

T.C
KARABÜK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

**TÜKETİCİLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM NİYETİNİN PLANLI
DAVRANIŞ TEORİSİ KAPSAMINDA BELİRLENMESİ**

DOKTORA TEZİ

Hazırlayan

İlknur AYAR

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Ahmet GÜRBÜZ

Karabük

Mart-2019

T.C
KARABÜK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

TÜKETİCİLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM NİYETİNİN PLANLI
DAVRANIŞ TEORİSİ KAPSAMINDA BELİRLENMESİ

DOKTORA TEZİ

Hazırlayan
İlknur AYAR

Tez Danışmanı
Prof. Dr. Ahmet GÜRBÜZ

Karabük
Mart-2019

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	1
TEZ ONAY SAYFASI.....	4
DOĞRULUK BEYANI	5
ÖNSÖZ	6
ÖZ	7
ABSTRACT.....	8
ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ.....	9
ARCHIVE RECORD INFORMATION	10
KISALTMALAR	11
ARAŞTIRMANIN KONUSU	12
ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	13
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	16
ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ / PROBLEM	16
EVREN VE ÖRNEKLEM	18
KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER	19
GİRİŞ	21
BİRİNCİ BÖLÜM	22
TÜKETİM UNSURU	22
1.1. Tüketim ve Tarihsel Süreci	23
1.2. Tüketici Davranışı ve Modelleri	28
1.2.1. Kara Kutu Modeli.....	29
1.2.2. Marshall ekonomik modeli	30
1.2.3. Freud Benlik Modeli.....	31
1.2.4. Veblen Modeli	31
1.2.5. Howard ve Sheth Modeli	32
1.2.6. Engel, Kollat ve Blackwell Modeli.....	33
1.2.7. Nicosia Modeli	34
1.2.8. Maslow İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı.....	35
1.2.9. Assael Modeli.....	36
İKİNCİ BÖLÜM.....	38

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ve SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM.....	38
2.1. Sürdürülebilirlik	39
2.2. Sürdürülebilir Kalkınma.....	43
2.2.1. İktisadi Sürdürülebilirlik.....	45
2.2.2. Çevresel Sürdürülebilirlik	46
2.2.3. Sosyal Sürdürülebilirlik	46
2.3. Sürdürülebilirlik Düşüncesinin Tarihsel Gelişimi	49
2.4. Sürdürülebilir Tüketim Kavramı.....	52
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....	61
PLANLI DAVRANIŞ TEORİSİ.....	61
3.1. Sebep Eylem Teorisi	61
3.2. Planlı Davranış Teorisi	63
3.2.1. Davranışsal Niyetler	65
3.2.2. Davranışa Yönelik Tutumlar	66
3.2.3. Subjektif Norm.....	67
3.2.4. Algılanan Davranışsal Kontrol	67
3.2.5. Özgeci Değerler	70
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM.....	72
SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM ÖLÇEĞİ GELİŞTİRME ÇALIŞMASI	72
4.1. Veri Toplama Aracının Geliştirilme Süreci.....	72
4.2. Madde Havuzunun Oluşturulması ve Uzman Görüşü Alınması.....	73
4.3. Kapsam Geçerliğinin Sağlanması.....	73
4.4. Pilot Uygulamanın Yapılması ve Verilerin Toplanması.....	78
4.4.1. Pilot Uygulamaya Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi	79
4.4.2. Pilot Uygulamaya Yönelik Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	83
4.4.3. Çalışmanın Güvenilirlik Kriterlerine Ait Yapılan İşlemler.....	88
BEŞİNCİ BÖLÜM.....	93
SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM DAVRANIŞININ PLANLI DAVRANIŞ TEORİSİ KAPSAMINDA İNCELENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA.....	93
5.1. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Ölçeğine Ait Açıklayıcı Faktör Analizi	93
5.2. Sürdürülebilir Tüketim Ölçeğine Yönelik Güvenilirlik Analizi Sonuçları	98

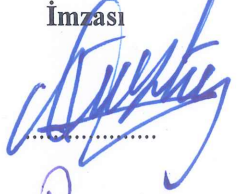
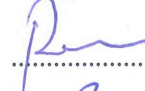

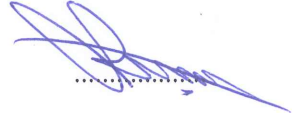
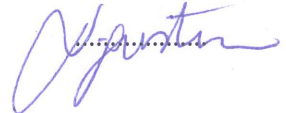
5.3. Nihai Araştırma Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Ölçeğine Ait Doğrulatoryı Faktör Analizi Sonuçları	104
5.4. Araştırmanın Örnelemine ve Çalışma Grubuna Yönelik Sonuçlar.....	108
5.5. Araştırma Problemlerine Yönelik Sonuçlar	116
SONUÇ	121
KAYNAKÇA	129
TABLolar LİSTESİ	150
ŞEKİLLER LİSTESİ	152
EKLER	153
ÖZGEÇMİŞ	157



TEZ ONAY FORMU

Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne,

İlknur AYAR'a ait "Tüketicilerin Sürdürülebilir Tüketim Niyetinin Planlı Davranış Teorisi Kapsamında Belirlenmesi" adlı bu tez çalışması Tez Kurulumuz tarafından İşletme Programı Doktora tezi olarak oybirliği/oyçokluğu ile kabul edilmiştir.

	Akademik Unvanı, Adı ve Soyadı	İmzası
Tez Kurulu Başkanı / Danışman Üye	: Prof. Dr. Ahmet GÜRBÜZ	
Üye	: Doç. Dr. Ramazan AKSOY	
Üye	: Doç. Dr. Nurettin AYAZ	
Üye	: Dr. Öğr. Üyesi Ozan BÜYÜKYILMAZ	
Üye	: Dr. Öğr. Üyesi Nurdan GÜRKAN	

Tez Sınavı Tarihi: 08.03.2019

Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu bu tez ile **Doktora** derecesini onamıştır.

Doç. Dr. Sinan YILMAZ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdür V.



DOĞRULUK BEYANI

Doktora tezi olarak sunduğum bu çalışmayı bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı herhangi bir yola tevessül etmeden yazdığımı, araştırmamı yaparken hangi tür alıntıların intihal kusuru sayılacağını bildiğimi, intihal kusuru sayılabilecek herhangi bir bölüme araştırmamda yer vermediğimi, yararlandığı eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bu eserlere metin içerisinde uygun şekilde atıf yapıldığı beyan ederim.

Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak ahlaki ve hukuki tüm sonuçlara katlanmayı kabul ederim.

Adı Soyadı: İlknur AYAR

İmza



ÖNSÖZ

Tüketim malları ve hizmetleri insanların yaşamında çok çeşitli roller oynamaktadır. Bu rollerin bazıları tamamen işlevseldir. Örneğin, gıda ürünleri var olma ihtiyacını, konutlar temel koruma ihtiyacını karşılar. Ancak bazı ürünlerin farklı birtakım amaçları da vardır. Arabalar, evler, modalar, hediyeler, kupalar, fotoğraflar, hayatlarımızda sembolik roller de oynamaktadır. Tüketiciler artık eskisinden daha çok alışveriş seçeneğine sahiptir. İstek ve ihtiyaçları artık tam anlamıyla karşılanamaz hale gelmiştir çünkü her geçen gün bu ihtiyaçları tatmin etmenin farklı yollarını sunacak yeni ürün ve hizmetler ortaya çıkmaktadır. Gün geçtikçe artan bu ürün ve hizmet çeşitlilikleri bir taraftan önemli sorunlara da sebep olmaktadır. Çevre sorunlarının artması, kaynakların giderek kıtlaşması, geleceğe yönelik endişelerin gündeme gelmesi ile birlikte, neyse ki bireylerde çevre bilinci oluşmaya başlamış ve sürdürülebilir tüketim kavramı gündeme gelmiştir. Tüketicilerin sürdürülebilir tüketim niyetlerinin belirleyicilerini ortaya koymak üzere yola çıkılan bu çalışmanın ve doktora eğitimimin her aşamasında desteğini esirgemeyen danışman hocam Sayın Prof. Dr. Ahmet GÜRBÜZ'e, yeni tezin başından bu yana fikirleri ve destekleri ile çalışmaya yön veren değerli hocalarım Sayın Doç. Dr. Nurettin AYZAZ'a ve Sayın Dr. Öğr. Üye. Ozan BÜYÜKYILMAZ'a ve emeği geçen tüm hocalarıma teşekkürlerimi bir borç biliyorum. Doktora eğitimim boyunca birlikte çalıştığım arkadaşım Tuğba YEĞİN'e, hayatımın her anında olduğu gibi bu süreçte de tüm fedakarlıkları fazlasıyla yapan kıymetli anne, babam ve kardeşlerime, minik yeğenim Yiğit'e, çalışmalarım boyunca desteğini esirgemeyen, anlayışı ve ilgisiyle hep yanımda olan sevgili eşim Barış AYAR'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

ÖZ

Araştırmanın amacı tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranışlarını ve bu davranışı etkileyen faktörleri, literatürde pek çok alanda kullanılmakta olan Planlı Davranış Teorisi çerçevesinde belirlemektir. Bu teoriye göre; tutum, öznel normlar ve algılanan davranış kontrol değişkenleri, davranış performansını güçlü bir şekilde etkileyen niyeti tahmin ederken, davranışın ilk öngörücüsü olarak niyeti ele alır. Daha önceki araştırmalar, insanların yaşam biçimlerini ve davranış kalıplarını değiştirmek için, meselelere karşı tutum ve görüşlerinin ve bu tutumların niyet ve davranışlarını nasıl etkilediğini belirlemenin gerekliliğini savunmuşlardır.

Bu gereklilik dahilinde oluşturulan araştırmada birincil verilen anket yöntemi ile Kastamonu ilindeki tüketicilerden toplanmıştır. Araştırmada kullanılan anket daha önceki çalışmalardan faydalanılarak uyarlanmış, geçerlik ve güvenilirlik analizleri yapılarak alana kazandırılmıştır. Araştırma verileri son zamanlarda sosyal bilimler ve davranış bilimlerinde sıklıkla kullanılan Yapısal Eşitlik Modellemesi ile test edilmiştir. Araştırma sonunda, Planlı Davranış Teorisinin değişkenleri olan tutum, öznel norm, algılanan davranışsal kontrolün ve ayrıca modele eklenen özgeci değerler boyutunun sürdürülebilir tüketim niyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkisinin olduğu, niyetin de sürdürülebilir tüketim davranışı üzerinde etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır. Araştırmanın sonuçlarının sürdürülebilir pazarlama anlayışını benimseyen firmalar, politika belirleyicileri ve bilime katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Tüketim, Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Tüketim, Planlı Davranış Teorisi

ABSTRACT

Aim of this paper is to state consumers' behaviour of sustainable consumption and the factors affecting this behaviour within the scope of theory of planned behaviour used a lot in the literature. According to the theory, while the attitude, subjective norms and perceived behavioural control variables predict the intention, which heavily affects the performance of the behaviour, the intention is approached as the first predictor of the behavior. Former researches states that, to change their lifestyle and behaviour pattern, it is a necessity determining people's attitudes and opinions towards problems and how these attitudes and opinions affect their intentions and behaviours.

In this paper, formed within the necessity mentioned above, primary data are obtained from the consumers of Kastamonu via questionnaire method. The questionnaire used in this research is formed by the researcher by utilizing her former studies, analyzed in terms of validity and reliability and introduced into the literature. Research data are tested with structural equation modeling used very often recently by Social and Behavioural Sciences. At the end of the study, it is seen that attitude, subjective norm, perceived behavioural control, which are the variables of the theory of planned behaviour, and altruist values, which are added by the researcher, have a statistically meaningful effect on intention of sustainable consumption and the intention is also effective on behaviour of sustainable consumption. It can be said that the results are beneficial for the companies adopting marketing approach, policy makers and the science.

Keywords: Consumption, Sustainability, Sustainable Consumption, Theory of Planned Behaviour

ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ

Tezin Adı	Tüketicilerin Sürdürülebilir Tüketim Niyetinin Planlı Davranış Teorisi Kapsamında Belirlenmesi
Tezin Yazarı	İlknur AYAR
Tezin Danışmanı	Prof. Dr. Ahmet GÜRBÜZ
Tezin Derecesi	Doktora
Tezin Tarihi	08/03/2019
Tezin Alanı	İşletme
Tezin Yeri	KBÜSBE - KARABÜK
Tezin Sayfa Sayısı	158
Anahtar Kelimeler	Tüketim, Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Tüketim, Planlı Davranış Teorisi

ARCHIVE RECORD INFORMATION

Name of the Thesis	Stating Consumer's Intentions of Sustainable Consumption Within The Context Of Theory Of Planned Behaviour
Author of the Thesis	İlknur AYAR
Advisor of the Thesis	Prof. Dr. Ahmet GÜRBÜZ
Status of the Thesis	Doctorate
Date of the Thesis	08/03/2019
Field of the Thesis	Business Administration
Place of the Thesis	KBÜSBE- KARABÜK
Total Page Number	158
Keywords	Consumption, Sustainability, Sustainable Consumption, Theory of Planned Behaviour

KISALTMALAR

ADK	: Algılanan Davranışsal Kontrol
AFA	: Açıklayıcı Faktör Analizi
BM	: Birleşmiş Milletler
DFA	: Doğrulayıcı Faktör Analizi
DYN	: Davranışa Yönelik Niyet
EKB	: Engel, Kollat ve Blackwell
HS	: Howard Sheth Modeli
KGİ	: Kapsam Geçerlik İndeksi
KGO	: Kapsam Geçerlik Oranı
ÖD	: Özgeci Değerler
ÖZ	: Öznel Norm
STD	: Sürdürülebilir Tüketim Davranışı
T	: Tutum
WCED	: Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu

ARAŞTIRMANIN KONUSU

Modern tüketim toplumunda var olan tüketim kalıpları, yalnızca çevre üzerindeki etkileri nedeniyle değil, yaşam kalitemizi de tehdit ettiği için ihtiyaçlarımıza cevap veremez hale gelmiştir (Bener ve Babaoğul, 2008; s. 2-3; Grabs vd., 2016, s. 99). Çevreye zarar verici, yıkıcı davranışların ortaya çıkardığı tehditler yoğunlaştıkça çevre bilincini artırmanın ve çevre dostu davranışlara yönelik niyeti oluşturmanın yollarını belirleme ihtiyacı giderek önem kazanmıştır (Brough vd, 2016, s. 567).

1992 yılında Rio de Janeiro'daki BM Çevre ve Kalkınma Konferansı'nda sürdürülebilir tüketim ve üretim, çevre ve kalkınma kavramlarını birbirine bağlayan kapsamlı bir tema olarak kabul edilmiştir. Son yıllarda ise önemli bir politika ve araştırma gündem maddesi haline gelmiştir (Liu, Oosterveer ve Spaargaren, 2016, s.3).

Tüketici boyutundan bakıldığında ise çevreye duyarlı bireylerin sayıları giderek artar hale gelmiştir. Çevreye duyarlı bu tüketiciler organik gıda, çevre dostu deterjanlar ve kimyasallar gibi sıkça satın alınan tüketim maddelerini, çevre duyarlı dayanıklı ürünleri ve hizmetleri oldukça tercih eder olmuştur. Ancak sürdürülebilir tüketici davranışı, birçok farklı faktöre bağlı olarak geniş ölçüde değişmektedir. Bu nedenle, bu çalışma, çevreye duyarlı satın alma davranışlarını incelerken bu farklı faktörleri, davranışların nedenlerini belirlemeye yönelik olarak geliştirilmiş Planlı Davranış Teorisi çerçevesinde belirlemeyi kapsamaktadır. Planlı Davranış Teorisi modeli, çevreci davranışları keşfetmek için literatürde en sık kullanılan modellerden biridir (Jackson, 2005, s. 50).

Bu araştırma, sürdürülebilir tüketim davranışının belirleyicilerini ortaya koyarken, sürdürülebilir tüketici davranışı ölçeği adı verilen yeni bir araştırma aracının uyarlanmasını da içermektedir. Araştırmada kullanılan bu ölçek, sürdürülebilir tüketim davranışını Ajzen (1985) tarafından geliştirilen Planlı Davranış Teorisi kapsamında tahmin etmeye yönelik olarak geliştirilmiştir. Planlı Davranış Teorisine göre, insanların toplumsal davranışları belirli faktörlerin kontrolü altında olup belirli sebeplerden kaynaklanır ve planlı bir şekilde ortaya çıkar. Teoriye göre farklı türlerdeki davranışlara yönelik tutum, öznel norm ve davranışsal kontrol algısı, davranışsal bir niyetin oluşmasını sağlar. Şöyle ki bir davranışı gerçekleştirmeye yönelik niyetler, davranışa, öznel normlara ve algılanan davranışsal kontrollere yönelik

tutulardan tahmin edilebilir ve bu niyetler, davranışsal kontrol algıları ile birlikte, fiili davranışta farklılıklara yol açar.

Bu araştırmanın temelini Planlı Davranış Teorisine dayandırılmasının nedeni, bu teorinin, davranış, davranışsal niyet ve bilgilendirme sürecine katkı sağlaması ve davranışın belirleyicilerini ortaya koyma, ölçme ve kavramsallaştırma anlamında araştırmacıya sistematik bir yaklaşım sunmasıdır (Korkmaz ve Ermeç Sertoğlu, 2013: 133). Ayrıca bu çalışmada Planlı Davranış Teorisi değişkenlerine, araştırmanın önemi kısmında da ayrıca değinilen özgeci değerler değişkeni de eklenilerek model genişletilmiştir. Bu açıdan değerlendirildiğinde özellikle ülkemizde tüketicilerin sürdürülebilir tüketim niyetlerinin belirleyicilerini doğru bir şekilde ortaya koyma, ölçme ve kavramsallaştırma açısından araştırma önem taşımaktadır.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Tüketicilerin, doğal kaynakların, atık salınımlarının ve çevreye zarar verici maddelerin kullanımını en aza indirerek, temel gereksinimlerini karşılamayı amaç edinen ve gelecek kuşakların gereksinimleri de dikkate alınarak, daha iyi bir yaşam kalitesi sunan mal ve hizmetlerin kullanımı olarak tanımlanabilen sürdürülebilir tüketim kavramı, sadece çevresel kaygılara değil, doğal kaynakların korunması, yoksullukla mücadele, endüstriyel verimlilik, ekonomik kalkınma, sağlık, eğitim ve yaşam kalitesi gibi çok farklı alanlara hitap eden bir yaklaşımdır (Karalar ve Kiracı, 2011, s. 65). Araştırma konusu bu açıdan ele alındığında araştırmanın pek çok farklı alan için önem taşıdığı söylenilebilir.

Tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranışını hangi nedenlerden kaynaklı gerçekleştirdiklerini ya da gerçekleştirmediklerini doğru anlamaları, sürdürülebilir pazarlama anlayışını benimseyen firmalar için de oldukça önemlidir.

Araştırmada tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranışına yönelik niyetlerini öngörmeye yönelik Planlı Davranış Teorisi olarak adlandırılan yaklaşım ele alınacaktır. Planlı Davranış Teorisi, bireysel davranışları etkileyen hem dış hem de iç faktörleri incelemek için kullanılır. Bu teori; tutum, algılanan normlar ve algılanan davranış kontrolü, davranış performansını güçlü bir şekilde etkileyen niyetleri belirlerken, davranışın öngörücüsü olarak niyeti ve algılanan davranışsal kontrolü ele alır (Liu, Oosterveer ve Spaargaren, 2016, s. 15). Algılanan kontrol, davranış üzerinde

doğrudan bir etkiye sahip olabilir ve davranışları, niyetler üzerindeki etkisiyle dolaylı olarak da etkileyebilir. Davranışsal kontrol; kişilerin, davranışı gerçekleştirecek kontrole (güç, beceriler, engeller vb.) sahip olup olmadıklarına ilişkin algılamalarını açıklar.

Araştırmada, tüketicilerin sürdürülebilir tüketim niyeti Planlı Davranış Teorisi kapsamında incelenirken, modelde bulunan davranışa yönelik tutumlar, öznel normlar, ve algılanan davranışsal kontrol değişkenlerinin yanı sıra özgeci değerler değişkeninin de niyet ile birlikte davranışın üzerindeki etkisi üzerinde durulmuştur.

Özgecilik (Altruizm) kavramı ilk kez “başkaları için yaşama eğilimi ya da isteği” olarak Auguste Comte tarafından tanımlanmıştır. Bencil duyguların bastırılması ile birlikte çevredekilere yardım etmek, ilgi göstermek olarak açıklanan özgecil davranışlar, bireyin belirli yardım eylemlerini gerçekleştirme eğiliminde olduğu moral (kişisel) zorunluluğun yoğunluğundan etkilenir. Belirli durumlarda, bireyin norm ve değerlerinin, bilişsel yapısının harekete geçirilmesiyle ahlaki yükümlülük duyguları oluşur. Yükümlülük duyguları ve üretildikleri norm ve değerler, yalnızca başkalarına fayda sağlayabilecek davranışlarla ilgili olduğunda özgecilik kavramı gündeme gelir (Schwartz, 1977, s. 227). Özgeci davranışa ilişkin yapılan araştırmalar insanların kendi istekleriyle başkalarına yardım etme, ödül beklentisine girmeden onlar için birşeyler yapmalarının üzerinde yoğunlaşmıştır (Topses, 2012, s. 61). Sürdürülebilir tüketim kavramının tanımlamalarına bakıldığında ise bu tüketimin gelecek nesillerin gereksinimlerinin dikkate alınması, yoksullukla mücadele, ekonomik kalkınma gibi toplumsal düşünceler ile daha az tüketme, tüketimi kısıtlama üzerinde uzlaşıldığı görülmektedir. Bundan dolayı sürdürülebilir tüketim davranışının belirleyicileri üzerine gerçekleştirilen bu çalışmada Planlı Davranış Teorisi değişkenlerinin yanı sıra özgeci değerler değişkeninin eklenerek modelin geliştirilmesi araştırmaya bilimsel anlamda fark katacaktır.

Bu araştırma, sürdürülebilir tüketici davranışı ölçeği adı verilen yeni bir ölçme aracının uyarlanması da içermektedir. Araştırmada geliştirilen bu ölçek, literatürde daha önce yapılmış çalışmalarda kullanılan ölçeklerden uyarlanan maddeleri kapsamaktadır (Tanner ve Kast, 2003; Smith, Haugtvedt ve Petty, 1994; Roberts, 1996; Fishbein ve Ajzen, 2010; Onel, 2014; Thøgersen, 2006; Paul, Modi ve Patel, 2016; Dean, Raats ve Shepherd, 2012; Stern vd., 1999). Ölçek geliştirme çalışmasına

geçilmeden önce konu ile ilgili mevcut bir ölçeğin var olup olmadığı, eğer var ise araştırma amacına ne kadar duyarlı olup olmadığına bakılmalıdır. Araştırma konusu kapsamında yapılan literatür incelemesi sonucunda araştırmanın temelini dayandırdığı Planlı Davranış Teorisi çerçevesinde genel bir sürdürülebilir tüketim niyet ölçeğine çok az sayıda rastlanılmıştır (Leeuw vd., 2015).

Literatürde daha çok belli bazı tüketim alanlarında sürdürülebilir davranışlarını belirlemeye yönelik ölçeklere rastlanılmıştır. Örneğin, Sparks ve Shepherd (1992) çalışmalarını organik olarak üretilen sebzelerin tüketimine yönelik olarak, Ajzen vd. (2011) enerji tasarrufu davranışına yönelik niyeti belirlemek üzere, Dean vd. (2012) organik yiyecek tercihlerini araştırmaya yönelik, Mostafa (2006), Riley ve Kohlbacher (2016) çalışmalarında sürdürülebilir satın alma niyetine yönelik olarak, Thøgersen (2006) sürdürülebilir kaynak kullanımını kapsamında sürekli olarak tekrar eden seyahat modu seçimlerini anlamak için geliştirilen çeşitli ölçekler uygulamışlardır. Ayrıca, yurtdışında yürütülen araştırmalardaki ölçek maddelerinin ülkemizdeki tüketim davranışlarını açıklamada yeterli olmayabileceği de önemli bir unsurdur. Örneğin, Yükseler (2014), Türkiye ve AB ülkeleri tüketim harcamaları yapısı üzerine yaptığı incelemede, ülkemizdeki tüketim kalıplarının AB ülkelerine yaklaşmaya başladığı ancak hala önemli farklılıkların sürdüğünü ortaya koymuştur.

Ülkemizde yapılan çalışmalara bakıldığında ise; Korkmaz ve Ermeç Sertoğlu (2013) tarafından gıda tüketimi davranışlarında sürdürülebilir tüketime yönelik bir ölçek ile, Hoq (2017) tarafından tüketicilerin paylaşım ekonomisine katılma motivasyonunu tanımlamaya yönelik bir ölçek ile, Başar (2016) tarafından sürdürülebilir tüketimin belirleyici nedenlerinden ve niyetten bağımsız olarak hanehalklarının mevcut sürdürülebilir tüketim davranışlarını belirlemeye yönelik bir ölçek ile, Ergen (2014) ise maddi değerler, gönüllü sade yaşam biçimi ve çevre bilgisi değişkenleri çerçevesinde sürdürülebilir tüketim davranışını belirlemeye yönelik çalışmalar dikkat çekmiştir.

Sonuç olarak Leeuw vd. (2015, s. 129), bilginin aktarılmasının, yaşam biçimlerini ve davranış kalıplarını değiştirmek için yeterli olmayabileceğini ifade ederken, insanların doğru bilgiye sahip olmalarını sağlamaya çalışmak yerine, insanların meseleye karşı subjektif görüşlerini ve bu görüşlerin niyet ve davranışlarını nasıl etkilediğini belirlemenin gerekliliğini savunmuşlardır. Ancak o zaman ya

arzulanan davranışların benimsenmesini engelleyen, onu destekleyenlerin güçlenmesine engel olan faktörlere karşı koymak ya da arzulanan davranışı teşvik eden yeni faktörlerin geliştirilmesini kolaylaştırmak mümkündür. Tüketicilerin sürdürülebilir tüketime yönelik kararlarını etkileyen bu faktörler belirlenebildiğinde sürdürülebilir tüketime yönelten ve engelleyen unsurlar ortaya konulabilir. Bu açıklamalar ışığında tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranışlarını etkileyen faktörleri belirlemek üzere Planlı Davranış Teorisi kapsamında sürdürülecek olan araştırmanın sonuçlarının sürdürülebilir pazarlama anlayışını benimseyen firmalar, sektör ve bilime katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Tüketicilerin sürdürülebilir tüketim niyetlerinin Planlı Davranış Teorisi kapsamında belirlenmesini amaçlayan bu çalışmada, verilerin toplanması amacıyla sosyal bilimler ve eğitim bilimleri gibi alanlarda oldukça sık kullanılan anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada birincil verilere ulaşmak üzere kullanılan anket formu 2 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde tüketicilerin demografik bilgilerine ulaşmayı amaçlayan 6 madde bulunmaktadır. Bunlar literatürde sürdürülebilir tüketim niyetini belirlemek üzere çalışılan önceki araştırmalarda sık sık rastlanılan yaş, medeni durum, cinsiyet, eğitim durumu, hane gelir durumu ve hanedeki kişi sayısı değişkenleridir (Roberts, 1996; Korkmaz ve Ermeç Sertoğlu, 2013; Leeuw vd., 2015; Emekçi, 2017). Anketin ikinci bölümünde tüketicilerin nihai sürdürülebilir tüketim davranışlarını belirlemek üzere literatürde daha önce yapılmış çalışmalarda kullanılan ölçeklerden uyarlanan 36 madde araştırmaya dahil edilmiştir (Tanner ve Kast, 2003; Smith, Haugtvedt ve Petty, 1994; Roberts, 1996; Fishbein ve Ajzen, 2010; Onel, 2014; Thøgersen, 2006; Paul, Modi ve Patel, 2016; Dean, Raats ve Shepherd, 2012; Stern vd., 1999).

Anket yöntemiyle elde edilen veriler, bilgisayar ortamında, “Sosyal Bilimler İçin İstatistiksel Paket Programı (SPSS) 20.0 ve (LISREL)” 8,7 paket programı yardımıyla analiz edilmiş ve değerlendirilmiştir.

ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ / PROBLEM

Planlı Davranış Teorisinde niyet, davranışın hemen öncüsüdür ve bireyin belirli bir davranışı sergileyip sergilemeyeceğini göstermektedir. Teoriye göre davranışlar,

bilinçli kararların sonuçlarıdır ve bu sonucu davranışa yönelik niyetler yönlendirmektedir. Niyetler ise; tutumlar, öznel normlar ve algılanan davranış kontrolleri tarafından yönlendirilmektedir (Ajzen, 1991). Bu durumda bireyin sürdürülebilir tüketime yönelik tutumu, toplumsal normlar ve davranışı gerçekleştirip gerçekleştiremeyeceğine yönelik olarak geliştirdiği algıladığı davranışsal kontrol ile birlikte yönlendirilen sürdürülebilir tüketime yönelik niyetinin, nihai sürdürülebilir tüketim davranışını ortaya koyacaktır. Bu durumda bireyin çevreye duyarlı tüketici olup olmayacakları, bahsedilen faktörler tarafından yönlendirilen sürdürülebilir tüketim niyetleri ile tahmin edilebilecektir. Ayrıca araştırmada Stern vd. (1999) tarafından ortaya konulan “özgeci değerler” değişkeni de sürdürülebilir tüketimi belirleyen faktörler arasında ele alınmıştır.

Tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranışlarının ve bu davranışların belirleyicilerinin ortaya konulmasının amaçlandığı bu çalışmada, amaca yönelik oluşturulan problemler aşağıdaki gibidir:

1. Planlı Davranış Teorisinin değişkenlerinin (kişisel tutum, öznel norm ve algılanan davranış kontrolü) tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranışı üzerindeki etkileri nelerdir?

2. Özgeci değerler değişkeninin sürdürülebilir tüketim davranışı üzerindeki etkileri nelerdir?

Bu sorulara yönelik olarak geliştirilen araştırma hipotezleri şu şekilde oluşturulmuştur:

H₁: Tüketicilerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışına Yönelik Tutumlarının Sürdürülebilir Tüketim Niyeti üzerinde etkisi vardır.

H₂: Tüketicilerin sahip oldukları Öznel Normların Sürdürülebilir Tüketim Niyeti üzerinde etkisi vardır.

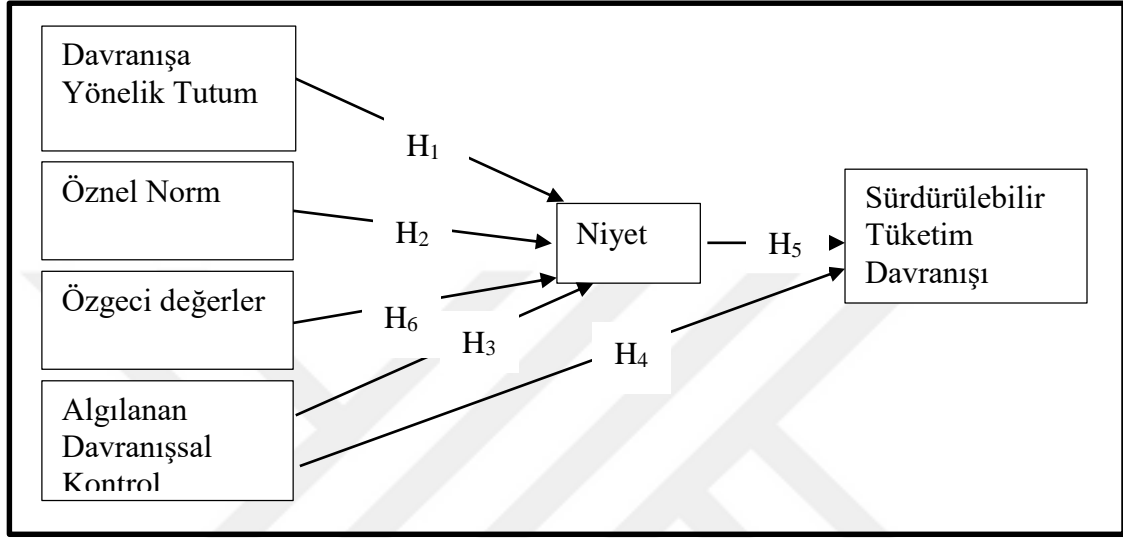
H₃: Tüketicilerin Algıladıkları Davranışsal Kontrolün Sürdürülebilir Tüketim Niyeti üzerinde etkisi vardır.

H₄: Tüketicilerin Algıladıkları Davranışsal Kontrolün Sürdürülebilir Tüketim Davranışı üzerine doğrudan etkisi vardır.

H₅: Tüketicilerin Sürdürülebilir Tüketim Niyetinin Sürdürülebilir Tüketim Davranışı üzerinde etkisi vardır.

H₆: Tüketicilerin Özgeci Değerlerinin Sürdürülebilir Tüketim Niyeti üzerinde etkisi vardır.

Araştırma soruları ve oluşturulan araştırma hipotezleri çerçevesinde araştırma değişkenleri arasındaki ilişkilerin şematik olarak gösterildiği araştırma modeli Şekil 1'de sunulmaktadır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

EVREN VE ÖRNEKLEM

Bu araştırmanın genel evrenini Türkiye’de yaşayan tüketicilerin tamamı oluşturmaktadır. Karasar (1998)’a göre araştırmanın evreni olarak tanımlanan genel evren, tanımlanması kolay ama ulaşılması zor olan evrendir. Araştırmacı, araştırma evreninin özelliklerini temsil eden, daha ulaşılabilir bir modelini evren olarak belirleyebilir ve bu evren de çalışma evreni olarak adlandırılmaktadır. Bu durumda önce araştırmanın genel evreni belirlenmeli, ardından tanımlanan bu evreni temsil edecek örneklemin belirlenmesine olanak tanıyacak çalışma evreni belirlenmelidir (Özen ve Gül, 2007, s. 395-396). Bu bilgilere dayanarak araştırmanın çalışma evreni, daha ulaşılabilir, daha ekonomik olarak araştırmanın yürütülmesine olanak sağlayacak, aynı zamanda genel evreni temsil edebilecek şekilde Kastamonu ili ile sınırlandırılmıştır. Araştırmacı çalışma evreninin tümünden, evrenin tümüne ulaşmanın mümkün olmadığı (ekonomik, zaman, ulaşamama gibi) durumlarda evreni temsil edebilecek bir kısımdan elde edeceği veriler ile çalışma evrenini temsil eder. 2017 yılına göre 372.373 olan Kastamonu nüfusu üzerinden, zaman tasarrufu sağlaması,

ekonomik ve ulaşılabilir olması nedeniyle, söz konusu ana kitleyi temsil edecek bir örneklem büyüklüğü belirleme yoluna gidilmiştir.

Tablo 1. %95 Güven Düzeyinde Farklı Nüfus Büyüklükleri İçin Örnek Boyutları

Nüfus	Hata Marjı			
	%5	%3	%2	%1
50	44	48	49	50
100	79	91	96	99
150	108	132	141	148
200	132	168	185	196
250	151	203	226	244
300	168	234	267	291
400	196	291	343	384
500	217	340	414	475
750	254	440	571	696
1000	278	516	706	906
2000	322	696	1091	1655
5000	357	879	1622	3288
10000	370	964	1936	4899
100000	383	1056	2345	8762
1000000	384	1066	2395	9513
10000000	384	1067	2400	9595

Kaynak: Saunders, Lewis ve Thornhill, 2009, s. 219.

Tablo 1, farklı hata boyutları ve yüzde 95'lik bir güven seviyesinde, farklı nüfus büyüklükleri için gerekli olan minimum örnek büyüklüklerine yönelik bir kılavuz sunmaktadır (Saunders, Lewis ve Thornhill, 2009, s. 219). Bu durumda 100.000 ün üzerindeki nüfus popülasyonlarında %95 güven aralığında doğru sonuç elde edebilmek için gereken örnek sayısı 384 kişi ve üzeridir. Yine araştırmacıya zaman tasarrufu sağlaması, ekonomik ve ulaşılabilir sonuçlara varılabilmesi nedeniyle örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme metodu tercih edilmiş olup, örneklemin ana kitleyi iyi temsil etmesi gerekliliği nedeniyle, farklı sosyo-ekonomik özellikteki bireylere ulaşmak için özen gösterilmiştir.

Nihai araştırma kapsamında geri dönüş oranları da düşünülerek 500 anket dağıtılmış, bunlardan 471 anket geri dönmüş, aralarından 57 tanesinin eksik ve hatalı doldurulduğu tespit edilmiş olup analize dahil edilmemiştir.

KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER

Araştırma, Kastamonu ilindeki tüketiciler ile sınırlandırılmış olup, veri toplama işlemi, anket formları vasıtasıyla Mayıs 2018 – Ağustos 2018 tarihleri arasında

gerçekleştirilmiştir. Bu durum araştırmanın bir sınırlılığı olarak gösterilebilir. Bu araştırmada sürdürülebilir tüketim davranışı Planlı Davranış Teorisi kapsamında araştırılmıştır. Sürdürülebilir tüketim davranışıyla ilgili olarak ülkemizde yapılacak diğer çalışmalar davranışların nedenlerini tahmin etmeyi sağlayan başka teoriler temelinde yürütülebilir. Araştırmada kolayda örneklem yöntemiyle örneklemin belirlenmiş olması da araştırmanın sınırlılıklarından birisidir. Aynı zamanda araştırmaya dahil edilmek istenilen bireylerin anket yöntemiyle bilgi vermek istememeleri ve araştırmaya katılmaktan uzak durmaları da araştırmada karşılaşılan güçlüklerden biridir.



GİRİŞ

Dünyanın var oluşundan bu yana insanlar temel ihtiyaçlarını gidermek üzere doğayla mücadele etmiş, neticesinde doğa ve çevrede birtakım değişikliklere yol açarak yaşamlarını sürdürmüştür. Doğal kaynakları cömertçe kullanarak, daha ileri uygarlıklara ulaşmayı sağlamışlardır. Kaynakların bu cömertçe kullanımı, insanlığın olumlu kazanımlar elde etmesini sağlasa da, ekonomik çıktıdaki artış refahta sürekli artışlara yol açmamıştır. Cömertçe kullanılan bu kaynakların birçoğunun yenilenememesi, bazı kaynakların bilinçsizce ve aşırı miktarlarda kullanılması sonucunda bu tüketim davranışları doğa ve çevre üzerinde tahribata yol açmıştır. Bu durum insanın geleceğini de tehdit eder hale gelmiştir (Bener ve Babaoğul, 2008, s. 1). Tüm bu tehditler, çevrenin refahını önemli ölçüde etkileyen bireylerin davranışlarını değiştirerek çevreye verilen etkiyi azaltmak, gelecek nesillerin de yaşamlarını sürdürebilmesine olanak sağlayacak şekilde kaynak kullanımını sınırlandırmak olarak tanımlanan sürdürülebilir tüketim kavramının gündeme gelmesine sebep olmuştur. Bu kavram ayrıca disiplinler arası bir yaklaşımı ifade eder. Tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranışını hangi nedenlerden kaynaklı gerçekleştirdiklerini ya da gerçekleştirmediklerini doğru bir şekilde anlamak politika geliştiriciler ve çevre bilimciler kadar, sürdürülebilir pazarlama anlayışını benimseyen firmalar için de oldukça önemlidir.

Araştırmada tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranışına yönelik niyetlerini öngörmeye yönelik Planlı Davranış Teorisi olarak adlandırılan yaklaşım ele alınmıştır. Bu teori; tutum, algılanan normlar ve algılanan davranış kontrolü, davranış performansını güçlü bir şekilde etkileyen niyetleri belirlerken, davranışın öngörücüsü olarak niyeti ve algılanan davranışsal kontrolü ele alır. (Liu, Oosterveer ve Spaargaren, 2016, s. 15). Algılanan kontrol, davranış üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olabilir ve davranışları, niyetler üzerindeki etkisiyle dolaylı olarak da etkileyebilir. Araştırmanın bir diğer değişkeni olan özgeci değerler ise, bireylerin başkalarını düşünerek yardımcı olma, onlar için bir şeyler yapma niyetlerini ortaya koyar. Bu açıklamalar ışığında tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranışlarını etkileyen niyetleri belirlemek üzere Planlı Davranış Teorisi kapsamında sürdürülecek olan araştırmanın sonuçlarının sürdürülebilir pazarlama anlayışını benimseyen firmalar, sektör ve bilime katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

TÜKETİM UNSURU

Pazarlama, insan ihtiyaçlarını karlı bir biçimde karşılamayı hedefler. İhtiyaçlar, tatmin edilmemiş insan dürtüleri olarak tanımlanabilir. İnsan ihtiyaçları sınırsızdır. Ancak, bu ihtiyaçları tatmin etmek için sahip olunan kaynaklar sınırlıdır. İnsanlar bu ihtiyaçları gidermek için tüketimde bulunur. Tüketimin şekillenmesinde ise, çok sayıda faktör rol oynar (İslamoğlu ve Altunışık, 2008, s. 55).

İnsanlar farklı nedenlerle mal ve hizmetleri tüketirler. Hava, su, barınma gibi biyolojik gereksinimler, yemek, uyku, dinlenme gibi fizyolojik gereksinimler, belirli bir grubun üyesi olma, sevilme, onaylanma, statü ve itibar sahibi olma, başarılı olma gibi psikolojik gereksinimler, ürün ve hizmetlerin kaliteli olması, beklenen faydayı vermesi gibi faydacı gereksinimler, ürün yoluyla heyecan duyma, fantezi kurma, günlük rutinlikten kurtulma gibi hazcı gereksinim insanları tüketime sevk eder.

Doğası gereği, tüm insanlar hayatta kalmaları için tüketmektedirler. Tüketim olgusu, oldukça karmaşık bir yapıya sahip olmasından dolayı, birçok bilim dalının ilgisini çeken önemli bir konu olmuştur. Bazı yazarlar tarafından tüketim kavramı bir şeyleri kullanmak, bitirmek, harcamak şeklinde olumsuz olarak nitelendirilirken, bazıları tarafından da insanın fizyolojik, biyolojik, sosyal ve kültürel sınırsız ihtiyaçlarının karşılanması için maddi manevi değerlerin kullanılması olarak tanımlanmış, dolayısıyla zaman içerisinde farklı anlamlar kazanmıştır (Torlak, 2000, s. 17).

Genel olarak tüketim, herhangi bir ürünün veya hizmetin seçimi, satın alınması, kullanılması, bakımı, onarılması ve elden çıkarılmasıdır (Campbell, 1995, s. 102). Başka bir tanıma göre ise tüketim, toplumdaki tüm bireylerin doğrudan doğruya ihtiyaçlarını karşılayan mal ve hizmetleri kullanma eylemidir (Alkın, 1992, s. 164). Günümüzde karmaşık bir yapı haline gelen ve zamanımızın sosyo-kültürel özelliklerini tanımlamada en çok başvurulan kavramlardan biri olan tüketim, en basit ifadeyle bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak için mal ve hizmetlerin harcanması olarak tanımlanabilir (Başfıncı, 2011, s. 116). Satın alma eylemi öncesinde başladığını söyleyebileceğimiz bir süreç olarak tüketimi tüketiciler mal ya da hizmeti satın almadan önce başlatmaktadırlar. Yine aynı şekilde satın alma sonrasında da tüketimin

bizzat yerine getirilmesi yolu ile devam ettirmektedirler (Torlak ve Altunışık, 2012, s. 141).

Tüketim kavramı, sosyologlar, toplum psikolojisi ile uğraşanlar ya da sosyal kuramcılardan çok, ekonomistlerin, reklamcılarının ve pazar araştırmacılarının ilgi konusu olmuştur (Bockock, 2005, s. 13). Örneğin, ekonomi açısından tüketim, bilinçli bir kişi tarafından rasyonel tercih yoluyla faydayı ve refahı en üst düzeye çıkarmak için gerçekleştirilen bir eylemdir. Tüketim, yaşam kalitesinin bir göstergesi olarak, ekonomik büyüme ve gelişmenin ana gücünü oluşturmaktadır. İnsanların ve toplumun tamamının devamlılığı için ve bunun sayesinde şirketler ve ekonomi için de bir itici güç olarak kabul edilmektedir. Tüketim süreci boyunca insan yalnızca yaşamını sürdürmekle kalmaz aynı zamanda onu genişletir, derinleştirir ve değiştirir. Bu anlamda, tüketim sadece üretimin amacı değil, aynı zamanda varsayımı, koşulu ve itici gücüdür (Olejniczuk-Merta, 2016, s. 95).

Tüketim kavramı genel olarak tanımlandıktan sonra tarihsel süreci içindeki yerine değinmekte fayda vardır.

1.1. Tüketim ve Tarihsel Süreci

Tarih boyunca farklı disiplinler tüketimle ilgili çeşitli tanımlamalar yapmıştır. Tüketim, sosyal bilimlerin ayrı disiplinlerinde çeşitli boyutları ile tartışılmış ve bir dizi sosyal bilimsel çalışmaya konu olmuş bir olgudur. İktisadi bir etkinlik olarak tüketim, iktisat disiplini içindeki farklı modeller kapsamında incelenmiş, süreç içinde çeşitli tüketim teorileri ortaya konulmuştur. Bunun yanı sıra, toplumsal tabakalar, tüketim kalıpları, çeşitli toplumsal dinamikler altında açığa çıkan tüketim eğilimleri gibi konular, çeşitli bağlamları ile sosyolojik araştırmalarda yer almıştır (Demirci, 2008, s. 6).

Bu konulara bakıldığında öncelikle, Keynes, Mutlak Gelir Hipotezi (Keynesgil Tüketim Fonksiyonu) 1936'da ortaya atılmış, tüketimin reel gelirin istikrarlı bir fonksiyonu olduğu varsayılmıştır. Tüketimin reel gelire bağlı olduğu açık bir biçimde ilk kez ortaya konulmuştur. Tüketim fonksiyonunun eğimini değiştirecek gelir dağılımı, yasal düzenlemeler, yerleşik uygulamalar ve psikolojik nitelikteki tüketici davranışlarını etkileyen etkenler genellikle kısa dönemde hemen değişmez. Dolayısıyla tüketim fonksiyonunun konumu ve eğimi büyük ölçüde istikrarlıdır (Fisunoğlu ve Köksel Tan, 2009, s. 36).

Friedman sürekli gelir hipotezinde ise tüketimin, tüketicilerin cari dönemdeki harcanabilir gelirleri ile birlikte ileriki dönemde elde etmeyi umdukları gelirlerine de bağlı olduğu şeklinde, tüketim davranışının teorik bir açıklaması ortaya konulmuştur. Sürekli gelir geçmiş, şimdiki ve gelecekteki gelirlerin ortalaması olarak tanımlanmıştır. Sürekli gelir, bireylerin tüketimlerini değiştiren faktördür. 18. yüzyılın sonlarında dönemin en önemli iktisatçılarından olan Adam Smith, tüketimi, sadece ekonomik açıdan ele almış, üretimin nihai amacı olarak tanımlamıştır (Smith, 1991). Bu dönemde tüketim, üretimin nedensel bir faktörü olarak görüldüğünden insanlar, daha fazla tüketmeye teşvik edilmiştir. İnsanlar sınırsız ihtiyaçlarını gidermek maksadıyla serbest piyasalarda mal ve hizmet satın alırken, kısa vadeli tatminlerini en üst düzeye çıkarmak için tüketmektedir (Wilk, 2002, s. 6). Günümüzdeki tanımlamanın aksine istek ve arzuların tercihler üzerindeki etkileri görmezden gelinmiş; gıda, giyim ve barınma gibi temel ihtiyaçları karşılayan bir kavram olarak düşünülmüştür. Tüketim, bütün ekonomik faaliyetleri şekillendiren nihai bir süreç olarak değerlendirilmiştir (Nişancı, 2013, s. 7). Bu süreç, tümüyle rasyonel oldukları varsayılan tüketicilerin, belli bir değer karşılığında tüketim mallarını üreticilerden elde etmeleri üzerine kurulmuştur. Hem üretici tarafının hem de tüketici tarafının, bu süreç sonunda belli bir yarar sağlamış olduğu kabul edilmiştir (Albayrak ve Duyku, 2014, s. 52). 19. yüzyıldan itibaren Georg Simmel (1957), Thorstein Veblen (1965), Mary, Douglas ve Isherwood (1979) gibi yazarlar tüketimi, özellikle yaşam tarzı, kişilik, statü ve kültürel nitelikler çerçevesinde incelemişlerdir.

Veblen (2005, s. 61)'e tüketimi, bireylerin sadece ihtiyaçlarını karşılamak için değil, dikkat çekmek, buldukları grup içinde üstün görünmek ya da bir üst gruba dahil olmak gibi amaçlar doğrultusunda gerçekleştirdikleri eylem şeklinde açıklamıştır. Aksi halde, tüketimdeki sayı ve nitelikteki bir eksiklik, aşağılık ve değersizliğin işaretidir. Veblen, tüketimin amacının sadece biyolojik ihtiyaçların tatmininden ibaret olmadığını ileri sürmüştür. Her toplumda tüketim tüketicinin toplumsal statüsünü göstermek gibi, aynı derecede önemli olan diğer bir fonksiyona sahiptir. Tüketimin belirli sosyal sınıflara özgü olması halinin giderek azaldığı 19. Yüzyıl, endüstriyel üretimin giderek hız kazanması ve tüketim mallarının niceliksel olarak artmasıyla günümüz tüketim özelliklerinin ortaya çıktığı dönem olmuştur (Başar, 2016, s. 5). 21. yy.'a gelindiğinde ise, 'yaşamak için tüketen' toplumların yerini, adeta 'tüketmek için yaşayan' toplumlara bıraktığı gözlemlenmektedir. Öyle ki,

bunun bir sonucu olması bakımından, insanlar artık gelişmiş toplumlarda yalnızca yaşamlarını sürdürebilmek için değil, aynı zamanda tüketim mallarını almaya güçleri yetsin diye çalışır hale gelmişlerdir. (Bocock, 2005, s. 57). Araştırmacılar tüketim kavramını, özellikle de tüketim arkasındaki itici güçleri, çeşitli açılardan incelemişlerdir. Bu bağlamda, Ropke (1999, s. 417), ekonomik (makro düzeyde), sosyo-psikolojik (mikro düzeyde) ve günlük yaşam kategorilerine dayalı tüketim için itici güçlerin kapsamlı bir incelemesini sunmuştur. Tablo 2, Ropke'un (1999, s. 417) tüketimdeki itici güçlerin, sınıflandırmasını göstermektedir.

Tablo 2. Ropke'nin Tüketim Sürücüleri Sınıflandırması

Güç kategorisi	Tüketimin arkasındaki itici güçler	Tüketimin arkasındaki güçleri arttıran tarihsel ve yapısal değişiklikler
Ekonomik (makro düzey)	Üreticiler açısından yeni ürünler, çeşitlendirme, yenilikler ve maliyetlerin düşürülmesi verimlilik artışı ve rekabet piyasa ilişkilerinin genişletilmesi	Reklamların kullanımı Kredi imkanları İş gücü piyasası kurumları: "sadece harcamak için çalışın" zihniyeti. Nispi fiyatlar ve sektörel kaymalar: Endüstriyel olarak üretilen mallar genellikle ilgili çevresel maliyetleri, mesleki sağlık ve güvenlik konularını içermezler. Dolayısıyla ürün tüketimi, doğal çevre ve insan sağlığı gibi diğer yönlerden daha ucuz hale gelmiştir.
Sosyo-psikolojik (mikro düzey)	Doyumsuz istekler: aşırı tüketim Tüketiciler arasında özentilik: dikkat çekici tüketim Bireyler, toplumun sosyal hiyerarşik organizasyonu ile birlikte mallar yoluyla dünyayı anlamlandırmaktadır Malların sembolik katkısı öz kimlik ihtiyacı	<u>Bireyselleşme:</u> Bireyselleşme nedeniyle geleneksel ve sosyal bağlantılardan koparıldığında, bireyler kendi kimliğini sergilemek için bir araç olarak tüketim arayışına girmişlerdir. Kişiler arası bağımsızlık artmıştır. Dünya çapındaki ağlara bağımlılık ve tüketim imkânlarını daha da arttıran büyük ölçekli sosyal yapılar ortaya çıkmıştır.
Gündelik Yaşam	Arzuların ve duyguların toplumsal ilişkilere ilişkin önemi	İdeal ailenin ikiliği; aile bireylerinin yakınlığını korurken, aynı zamanda her aile bireyinin bireyselliğini koruyan tüketim.

Kaynak: Ropke, I. (1999, s. 417).

Özünde, Ropke'nin (1999) sınıflandırması, günümüz tüketim trendinin yalnızca insanın psikolojik gelişimi ile değil aynı zamanda toplumsal, ekonomik, teknolojik ve tarihi ilerlemeler yoluyla daha uzun bir süre ilerlediğini göstermektedir. Tüketim sürücüleri hakkındaki bu genel anlayış, bireysel (mikro düzeyde) tüketim davranışının altında yatan sosyo-psikolojik güçlerin incelenmesini gerekli kılmıştır. Bu gerekliliğe dayanarak denilebilir ki tüketim ekonomi biliminin yanında antropoloji, sosyoloji, psikoloji ve biyoloji ile de ilişkilidir. Şöyle ki günümüzde tüketim, yalnızca ekonomik bir süreçten ibaret değildir ve insanların biyolojik, sosyolojik ve psikolojik nitelikleri de tüketim davranışları üzerinde belirleyici etkiye sahiptir. İnsanlar, sosyal ve kültürel modern tüketim uygulamalarından etkilendiklerinde ekonomik güçleri yeterli olmasa bile filmlerde, yazılı basında ve televizyonda sergilenen mallara sahip olmayı arzu etmektedirler (Bocock, 2005, s. 13).

Postmodernizm ile birlikte değişen bu tüketim olgusu, ekonomik bir unsur olma niteliğinden de sıyrılarak sosyal teoriye girmiş, çeşitli gösterge ve sembolleri de içeren kültürel bir kimlik kazanmıştır (Aydın, Marangoz ve Fırat, 2015, s. 24). Artık tüketim sosyal bir faaliyettir. Tüketim seçimlerinin, yalnızca faydayı en üst düzeye çıkarmakla kalmayıp aynı zamanda zenginliği gösterdiği, inançları ifade ettiği ve kimliği sürdürdüğü sonucu ortaya çıkmıştır. Bireyin daha fazla tüketerek, tüketimi bir yaşam tarzı haline getirerek toplumda kabul edilme, dışlanmama, yer edinme gereksinimini gidereceğine dair inancı bireyleri hep daha fazla tüketmeye sevk eder hale gelmiştir. Sonuç olarak son yıllarda tüketmek insanların amacı haline gelmiştir. Ortaya çıkan bu yeni toplumsal tüketim çerçevesindeki eğilimler şu şekilde özetlenebilir (Kahvecioğlu, 2004, s. 47-48).

1. Tüketim mallarının miktarının giderek artması,
2. Eğitim, sağlık gibi insanlararası etkileşime yönelik hizmetlerin devlet yerine piyasa tarafından sunulur olması,
3. Alışverişin biçim değiştirmesi ve bir boş zaman etkinliği haline bürünmesi,
4. Eğlence ve boş zaman etkinliklerine yönelik olarak tüketimin giderek artar hale gelmesi,
5. Diğer bağımlılıklarda olduğu gibi, bazı tüketicilerde alışveriş bağımlılığının arması,
6. Tüketiciyi korumaya yönelik kuruluşların gündeme gelmesi ve sayılarının artması,

7. Borçlanma ve kredilendirmede değişikliklerin gündeme gelmesi, kredi kartı kullananların sayıca artması,

8. Tüketim mekanlarının artışı, bünyesinde eğlence tüketimine ve toplu alışverişe imkan sağlayan alışveriş merkezlerinin yaygınlaşması,

9. Reklam ve ambalaj teknolojilerindeki değişimler ile birlikte ambalaj, promosyon ve ambalajın tüketimdeki öneminin artması,

10. Artan tüketici sayıları ve tüketim miktarının getirdiği olumsuzluklardan olan kredi kartı dolandırıcılıkları, hırsızlıkları gibi durumlar ile mücadele etmek üzere mağaza güvenlik sistemleri gibi teknolojilerin gelişmesi ile birlikte toplumlarda tüketim bir araç halinden çıkıp bir amaç haline gelmiştir.

Sosyal tüketim teorileri tüketimi; grupların yapısına ve grup üyelerine dikkat çeken bir grup olgusu, toplu bir davranış biçimi olarak görmektedir. Sosyal yapı değiştiği zaman ihtiyaçlar ve tüketim de artar (Wilk, 2002, s. 6). Sosyal uygulamalar, geleneksel anlamda "tüketim" olarak düşünülemez birçok etkinlik türünü de içerir. Bu nedenle günümüzde politika yapıcılar ve sosyal hareketler için vatandaşların ve tüketicilerin görüş ve davranışlarının önemi gittikçe artmaktadır (Spaargaren, 2003, s. 687).

Tüketim konusundaki araştırmaların çoğu, ekonomide, altyapıda ve toplumda kitlesel tüketim sistemi oluşturan yapısal değişikliklerden bahsederken, öte yandan, tüketici kültürüne neden olan değerler, tutumlar ve davranışlardaki bireysel değişikliklere odaklanmaktadır (Zukin ve Maguire, 2004, s. 174-175). Tüketim kalıplarını değiştirmeye ve daha sürdürülebilir hale getirmeye çalışıldığında tüketim sürücülerini doğru anlamak önem kazanmaktadır. Tüketim sürücülerini anlayabilmek için, "insanlar neden bir davranışta bulunurlar?, Bir davranış biçimini diğer davranış biçimine neden tercih ederler?" sorularını cevaplandırmak gerekmektedir (Hofstetter, Madjar ve Ozawa, 2006, s. 106).

Tüketici davranışlarına yönelik bu soruları cevaplayabilmek, tüketici davranışını etkileyen politikaların anlaşılması, tüketimin öncüllerinin ne olduğunu, nasıl etkilendiğini, şekillendirildiğini ve kısıtlandığını anlayabilmek için tüketici davranış modellerinden bahsetmek gerekir.

1.2. Tüketici Davranışı ve Modelleri

Tüketici davranışlarını motive etmek veya teşvik etmek için tüketici davranışlarını anlamak bir ön şarttır (Gürbüz, Ayaz ve Albayrak, 2015, s. 377). Tüketici davranışları tüketicilerin ihtiyaç ve arzularını tatmin etmek amacıyla, ürünler, hizmetler, fikirler veya deneyimleri araştırma, seçme, tüketme, satın alma ve kullanım ile sonrasında elden çıkarma gibi faaliyet olarak tanımlanmaktadır (İslamoğlu ve Altunışık, 2008, s. 6). Tüketim süreci ise, en genel anlamda, tüketicinin bir ihtiyacı hissetmesi ile başlayarak bu ihtiyacı karşılamak için alternatifler üzerine araştırmalar yapması, belirlediği alternatiflerden seçim yapması, satın alma kararı, ürünün tüketimi ve tüketim sonrası değerlendirme ile birlikte üründen kurtulma aşamalarından oluşan bir süreci anlatmaktadır (İslamoğlu ve Altunışık, 2008, s. 7; Odabaşı ve Barış, 2015, s.31).

Tüketici davranışı çalışmaları ise, kişilerin ne satın aldıklarını, niçin satın aldıklarını, nasıl satın aldıklarını, ne zaman satın aldıklarını, nereden satın aldıklarını ve ne sıklıkta satın aldıklarını, elindeki kaynakları (para, zaman, enerji) harcarken nasıl karar verdiklerini araştırmaktadır (Schiffman ve Kanuk, 1987:6). İnsan davranışının bir alt bölümü olan tüketici davranışı, kişinin özellikle ekonomik ürünleri ve hizmetleri satın alma ve kullanmadaki kararları ve bununla ilgili faaliyetleridir (İslamoğlu ve Altunışık, 2008, s. 7). Bu açıdan bakıldığında tüketici davranışlarını ifade eden satın alma ve kullanma kararları bir problem çözme sürecini kapsamaktadır.

Alanyazında birçok disipline uygulanan, insan düşüncesini ve davranışını tanımlamak için beş aşamalı bir problem çözme süreci yer almaktadır. Bu beş aşama, (1) sorunun belirlenmesi, (2) bilgi araştırması, (3) alternatiflerin değerlendirilmesi, (4) seçim ve (5) sonuçları kapsamaktadır (Dewey, 1910, s.72). Problem çözme süreci amaç, ulaşılmak istenen sonuç ve eldeki koşullar arasındaki çatışma olarak tanımlanmaktadır. Problemi tanıma karar sürecinin doğru anlaşılmasıyla oldukça ilgilidir. Sorun, düşüncenin sonucunu tespit eder ve sonunda düşünme sürecini kontrol eder. (Dewey, 1910, s. 12). Tüketici karar sürecine yönelik özellikle problem tanıma aşamasına atfen, Engel, Kollat ve Blackwell tanımı ile Dewey'in geliştirdiği tanım arasında bir benzerlik vardır. Engel, Kollat ve Blackwell'e göre bir tüketici arzulanan durum ile algılanan ile fiili durum arasındaki farkı yeterince büyük olarak fark edince problemi tanıma gerçekleşir (Engel, Kollat ve Blackwell, 1968, s. 360-361).

Tüketici açısından bir problem çözme süreci olarak da görülen satın alma süreci pazarlamada çok önemli bir konudur ve bu konuda tüketici davranışı modelleri hakkında fikir sahibi olmak büyük önem taşımaktadır (Lawrence, 1966, s. 216; Rau ve Samiee, 1981, s. 303; Henry, 1991, s. 3). Tüketici davranış modelleri tanımlanırken öncelikle model kavramından bahsetmek gerekir. Model, elemanları ve bu elemanlar arasındaki ilişkiyi gösteren bir yapıdır. Bu durumda alıcı davranış güçleri ve değişkenlerini diyagramlamak için yapılan bir girişimdir. Genellikle bir model, çeşitli bileşenleri, bir şeyi temsil eden bir bütüne bağlar (Pride, 1972, s. 9-10).

Tüketici davranışı modeli, tüketici karar sürecini temsil eder. Bu bağlamda tüketici davranışları modelleri, tüketicilerin satın alma faaliyetlerini nasıl yürüttüklerini ve bu davranışların ortaya çıkış şekillerini betimlemeye ilişkin görevleri üstlenirler. Davranışı motive eden ve şekillendiren güçleri hipotez haline getirirler. Tüketicilerin davranışlarının yapısını göstererek tüketici davranışı olgusunun özellikleri ve faaliyetleri hakkında bir şeyler anlatmaktadırlar. Tüketici davranışı modeli kısaca tüketici satın alma kararını gösteren bir çerçeve, bir şema ve sunulan düşüncenin bir temsilidir. Gerçek pazarlama dünyasıyla tam olarak uyuşan veya uyuşmayabilecek varsayımlara dayanır ancak yine de, bir satın alma sürecinde neler olup bittiğini anlamamıza yardımcı olması açısından yararlıdır (Holloway ve Hancock, 1973, s. 248). Pazarlama ve davranış bilimleri araştırmacıları, iç ve dış değişkenlerin sayısı ve satın alma kararları arasındaki ilişkileri gösteren modeller inşa ederek tüketici davranışı anlayışını ilerletmeye çalışırlar.

Tüketici davranış modellerini iki grupta incelemek mümkündür. Bunlar, açıklayıcı veya klasik modeller ve tanımlayıcı veya modern modellerdir. Açıklayıcı veya klasik modellerden literatürde daha çok çalışılan, tartışılan ve önemli sayılan modellerden bazıları, Ekonomik model, Freud modeli, Pavlov modeli ve Veblen modeliyken; Modern modellerden bazıları ise, Assael Modeli, Howard Sheth-HS modeli, Engel Kollat Blackwell (EKB) modeli ve Nicosia modelidir (İslamoğlu ve Altunışık, 2008, s. 24-32).

1.2.1. Kara Kutu Modeli

Tüketici davranışını açıklamak için genel anlamda yapılan en önemli model önerilerinden biri psikolog Kurt Lewin tarafından geliştirilmiştir. Kara kutu modeli, bir kişinin davranışlarına; ihtiyaçların, düşünce ve inançların ve çeşitli dış çevre güçlerinin

etkisini göstermektedir. Şekil 2’de görüldüğü üzere model, tüketici davranışını, uyarana tepki süreci olarak görür. Uyarı, dış dünyadan gizlenen tüketici zihniyle bir tepki haline dönüştüren dönüşüm sürecine benzetir. Reklamlar, bir satış görevlisinin sunumu, ailenin ve arkadaşlarının fikrini içeren bir uyarı, kara kutunun girdisi olur ve yanıt üretmek üzere burada işlenir (İslamoğlu ve Altunışık, 2008, s. 23).



Şekil 2. Kara Kutu Modeli

Kaynak: Odabaşı, 1998, s.19

1.2.2. Marshall ekonomik modeli

19. Yüzyılın sonlarında Marshall tarafından Marshall ekonomik modeli geliştirilmiştir. “Marjinal Fayda Kuramı” olarak bilinen kuramdan yola çıkan Marshall, tüketicilerin davranışlarında en büyük faktörün çıkar sağlama olduğunu belirtmektedir. Model, tüketici davranışlarını fiyat ve gelir bağlamında incelemektedir. Tüketicuyu rasyonel olarak nitelendirir ve tüketici pazarla ilgili ihtiyacı olan gerekli bütün bilgilere sahiptir. Rasyonel satın alma genellikle tüketicinin aklına veya yargısına daha fazla hitap eder. Tüketicileri rasyonel satın almaya iten bazı nedenler, zamandan ve paradan tasarruf etmek (Zeithaml, 1988, s. 10), bağımlılık ve dayanıklılık (kalite açısından tanımlanmıştır) (Garvin, 1987, s. 73), ve artan kâr veya maddi kazanımdır.

Modele göre tüketici, ihtiyaçlarını ve isteklerini en iyi şekilde nasıl karşılayabileceğinin farkındadır. Modelin tüketici davranışlarını sadece ekonomik hesaplar üzerinden incelemesi, akademisyenler tarafından eksiklik olarak görülmüş ve eleştirilmiştir.

İslamoğlu ve Altunışık (2008, s. 27), bu modelin geçerliliğine ilişkin şu örnekleri paylaşmıştır;

1. Fiyatı düşen ürünlerin talebi artar.
2. Tüketiciler aynı ürün için fiyatı daha ucuz olan mağazaya giderler.
3. İkame ürünlerden birinin fiyatı artınca diğerinin talebi artar.
4. Talepteki artış gelir artışıyla doğrudan ilintilidir.

1.2.3. Freud Benlik Modeli

Bu model, tüketici davranışlarının biyolojik ve kültürel unsurlarla ilişkili olarak ele alındığı psikanalitik insan teorisine dayandırılmıştır. Schiffman ve Kanuk (1987, s.88), motivasyonu "bireyleri harekete geçiren itici güç" olarak tanımlamışlardır. Freud benlik modeline göre insan motivasyonları birkaç içgüdüye dayanmaktadır. İnsanların içgüdüleri, içsel uyarılardır. İçgüdüsel kökenli bir uyarıcı, dış dünyadan değil, organizmanın kendi içinden ortaya çıkar. Freud, çalışmalarında dürtülerin önemini vurgular. Beynimiz arzu edilmeyen fonksiyonları kontrol eden bir sistemdir. Herhangi bir içgüdü, organik yaşamda doğan bir dürtüdür. Freud bir kişinin ruhunu üç parçaya bölmüştür: id, ego ve süpereo. Bu üç kısım, bireyin ihtiyaçlarını toplum tarafından kabul edilebilir bir tarzda yerine getirmesine izin vermek için bir kontrol ve denge sistemi olarak hizmet eder. Kimlik, kişinin içgüdülerinin ve işlevlerinin zevk ilkesine göre konumudur. İd'in tek kaygısı, içgüdüleri tatmin etmektir. Ego insanın biyolojik yapısına ters olan veya gerçeklere uygun düşmeyen eylemleri bilinçaltına bastırır. İdin idaresini kontrol eden gerçeklik ilkesinde çalışır. Süpereo ise daha çok vicdan olarak bilinir. Bireyin mükemmellik için çaba göstermesine neden olan süpereo, hem kimliği hem de egoyu kontrol eder ve birey için kabul edilebilir bir davranışa neden olur (Loudon ve Della Bitta, 1984; Robertson vd., 1984, s. 278). Freud'un id, ego ve süpereo kavramları, tüketicilerin belirli malları ve hizmetleri satın alma kararının nedenlerini ortaya çıkarmak için kullanılmıştır. Bu modelin, tüketici davranışlarına katkısı tüketicilerin yaptıkları satın almaların bir kısmının psikolojik olmasından kaynaklıdır. Tüketicilerin tercihlerindeki farklılıklar, onların psikolojik tatminsizliklerine dayandırılabilir (İslamoğlu ve Altunışık, 2008, s.29).

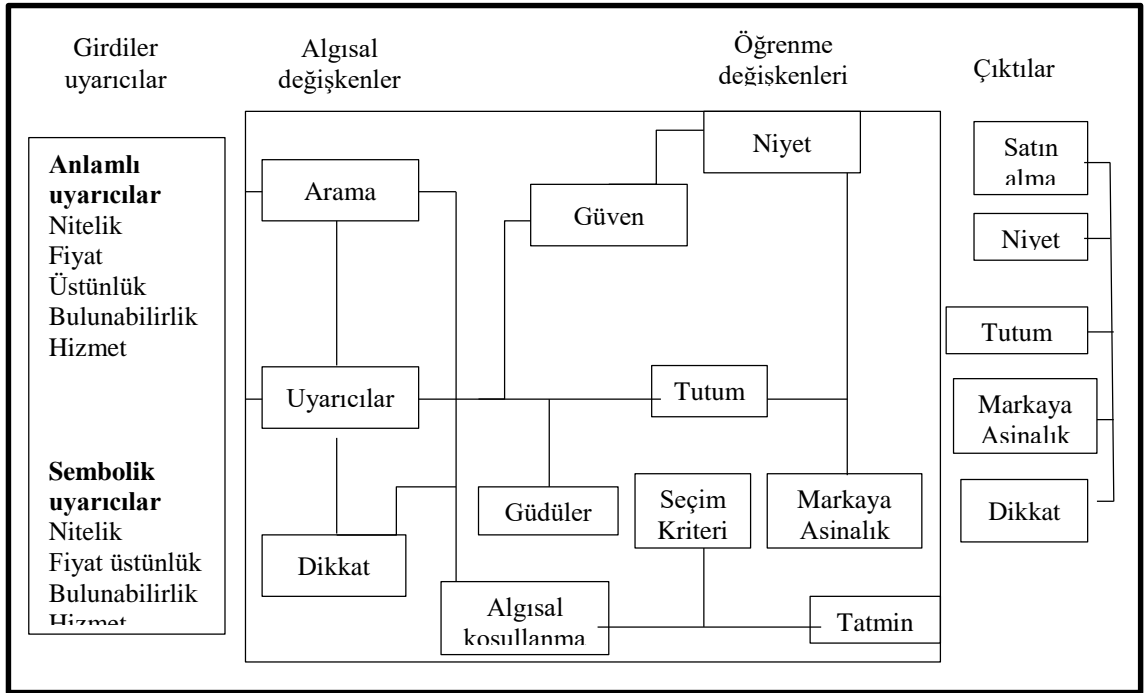
1.2.4. Veblen Modeli

Veblen, kişilerin tüketim davranışları yoluyla zenginliklerini veya daha genel olarak statülerini başkalarına gösterdikleri düşüncesine atıfta bulunan 'gösterişçi tüketim' fikrini ortaya atmıştır. Gösterişçi tüketim en basit tanımıyla, gerekli olandan daha yüksek kalitede veya daha fazla miktarda mal kullanan tüketicilerin uygulamalarını tanımlayan ve açıklayan bir ekonomi terimidir ve çeşitli araştırmalarda ilgi görmüştür (Solomon, 1992, Mason, 1998; Trigg, 2001; Chaudhuri ve Manjumar, 2006; Tilman, 2007; Truong vd., 2008; Scott, Mende ve Bolton, 2013).

Bu terim ekonomi terimi olarak görülse de aslında ekonomi biliminin kuralları üzerinden sosyolojik bir tahlil yapmaktadır. Çünkü Veblen, ekonomik kuralların açıklaması olan tüketim olgusunu altında yatan davranışlarıyla birlikte incelemiş, sosyolojiye atıf yapmıştır (Çelik, 2013, s. 176). Veblen, aristokratların satın alma davranışlarını inceleyerek daha çok gösteriş amaçlı alışveriş yaptıklarını gözlemlemiştir. Bu gözleme dayanarak, tüketicilerin gruba önder olma, ün kazanma, referans aldığı grup ya da bireylerin standartlarına ulaşmak adına gösterişçi satın alma yoluna gideceği sonucuna ulaşmıştır (İslamoğlu ve Altunışık, 2008, s. 31).

1.2.5. Howard ve Sheth Modeli

Howard ve Sheth, tüketicilerin marka seçim sürecini açıklamak için uygun kapsamlı bir modeli önermişlerdir. Zaltman ve diğerlerine göre (1973, s. 122), Howard ve Sheth modelinin en güçlü yanları, iyi oluşturulmuş olması, dahili olarak tutarlı olması, birleştirici olması, hem de sezgisel güç sunmasıdır. Teori, araştırmalar için yeni yönergeler önerir ve varyasyonlar yoluyla yeni kanıtlara uyum sağlayabilir ve değişikliklere açıktır. Ayrıca modelde, sürdürülebilir tüketim için politikalar geliştirilmesini sağlayacak bazı öngörüler de ortaya konmaktadır (Jackson, 2005, s. 21-22).



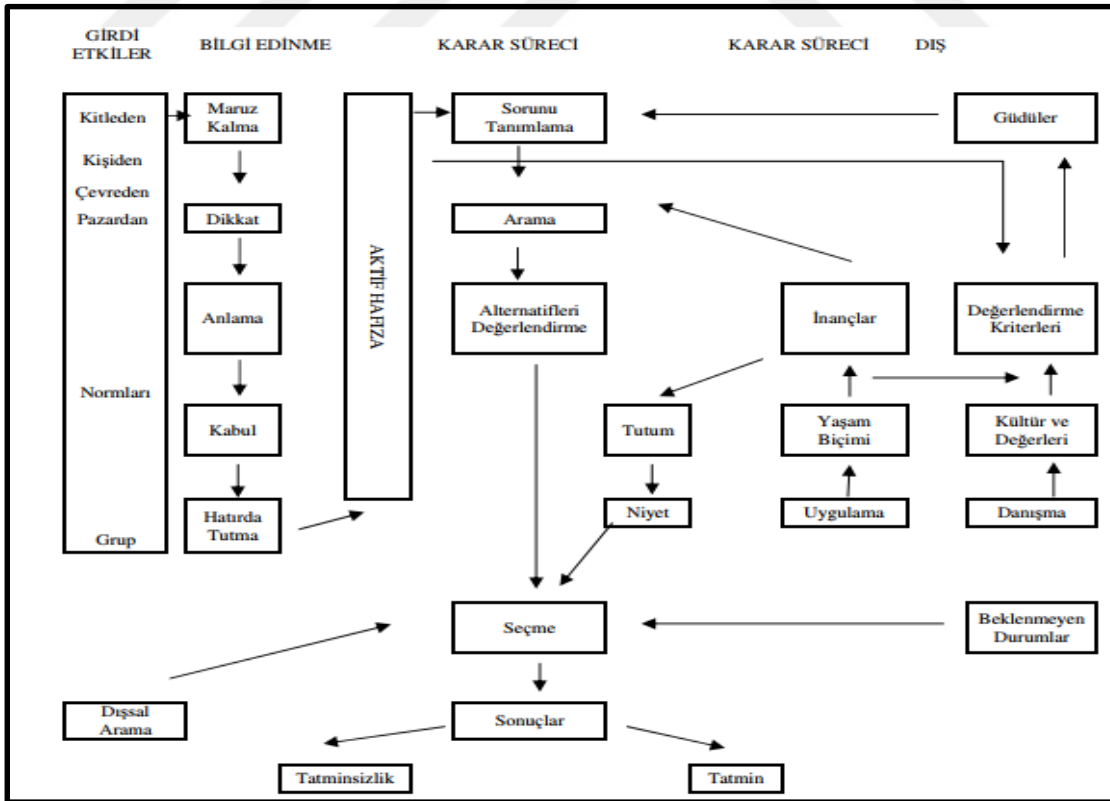
Şekil 3. Howard ve Sheth Tüketici Davranışı Modeli

Kaynak: İslamoğlu, 1999, s.133

Modelde otomatik satın alma davranışı, sınırlı satın alma davranışı ve sınırsız satın alma davranışı olarak üç tür satın alma davranışından bahsedilmektedir. Şekil 3'te görüldüğü üzere model dört önemli ögeden oluşmuştur. Bu ögeler, marka, ürün, kalite, fiyat ve servis gibi uyarıcıları içeren girdi değişkenleri, dikkat, algılama, tutum, niyet ve satın alma gibi çıktı değişkenleri, alıcının bilgi ve karar süreci ve satın almanın önemi, kişilik değişkenleri, sosyal sınıf, kültür, ekonomik durum gibi dış değişkenlerdir. Girdi değişkenleri değerlendirme ve geri bildirim merkezi olarak sayılırken, kavrama ve öğrenme ögelerini kapsamaktadır. Çıktı değişkenleri ise satın alma temellidir.

1.2.6. Engel, Kollat ve Blackwell Modeli

Engel, Kollat ve Blackwell (1986), John Dewey'in orijinal beş aşamalı karar sürecini genişleterek şekil 4'te verilen tüketici davranış modellerine uygulamıştır. Engel, Kollat ve Blackwell de tüketici davranış modeli için uyarlanmış olan bu beş aşama; (1) problem tanıma, (2) arama, (3) alternatif değerlendirme, (4) satın alma ve (5) sonuçlar dan oluşmaktadır. Şekil 4'te verilen bu model, değerler, yaşam tarzı, kişilik ve kültür gibi tüketici kararını etkileyen birçok ögeyi içermektedir.



Şekil 4. Engel-Kollat-Blackwell Tüketici Davranış Modeli

Kaynak: Engel, Blackwell ve Miniard, 1995, s. 95.

Şekil 4'te görülebileceği gibi, Engel, Kollat ve Blackwell (1986), tüketici karar sürecini etkileyen önemli faktör alanları (1) girdi, (2) bilgi işleme, (3) karar süreçleri ve (4) değişkenleri içermektedir. Teori, karar verme süreci olarak adlandırılmıştır, çünkü odak noktası tüketicilerin bir ürünü satın almak, tekrar satın alma veya reddetme için kullandıkları zihinsel faaliyetleri tanımlama üzerine kurulmuştur (Hirschman, 1989, s. 642). Modelin beş ana aşaması, Tüketici Davranışı yazarlarının çoğunluğu tarafından en çok kabul gören ve kullanılan aşamalardır (Assael, 1981; Cohen, 1981; Hawkins, Best ve Cooney, 1983; Engel, Blackwell ve Miniard, 1986).

Modelin odak noktası beş temel karar süreci aşamasıdır: Problem tanıma, alternatifleri arama, alternatifleri değerlendirme (inançlar, satın alma niyetiyle sonuçlanabilecek tutumların oluşmasına neden olabilir) satın alma ve sonuçlar. Ancak her tüketicinin tüm bu aşamalardan geçmesi gerekli değildir; bunun uzatılmış mı yoksa rutin bir problem çözme davranışı mı olduğuna bağlıdır. Tüketici, karar verme sürecinin problem tanıma aşamasını da etkileyen pazarlama ve pazarlama dışı kaynaklardan bilgi alır. Tüketici hala belirli bir karara varmazsa, harici bilgi arama durumuna yönelir, bir seçime varmak için alternatifler belirlenir veya seçilen alternatif, beklenenden daha az tatmin edici olduğu zaman tüketicinin uyumsuzluk yaşaması söz konusu olur (Engel, Blackwell ve Miniard, 1995, s. 95).

1.2.7. Nicosia Modeli

Nicosia, tüketici kararlarının ilk süreç modellerinden birini geliştirmiştir. Model firma ve tüketici arasındaki etkileşimi içermiştir ve ürün hakkında daha önce bir tutuma sahip olmadığını varsaymıştır. Tüketici ile firma etkileşimi sonucuna göre tüketici tutumu oluşacaktır. Model, firmanın tüketiciyle iletişim kurma girişimleri ve tüketicilerin belirli bir şekilde hareket etme eğilimine odaklanmaktadır. Model yayınlandığında güçlü bir etkiye ulaşmıştır, ancak detaylı ve anlamlı bir destek almamıştır. Çünkü model, tüketici özellikleri ve iletişimin özellikleri dışındaki çevresel etkenleri yok saymıştır (Engel, Kollat ve Blackwell, 1978, s. 548). Ayrıca, Howard ve Sheth ve Engel, Kollat ve Blackwell EKB modelleri gibi disiplindeki değişiklikleri yansıtmak için revize edilmemiştir.

1.2.8. Maslow İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı

Maslow'un 1954 yılında yaptığı çalışma, insan ihtiyaçlarının bir hiyerarşisi olduğundan bahsetmektedir. Aşağıdan yukarıya doğru bakıldığında bu hiyerarşi aşağıdaki gibi görülmektedir (Prasitphol, 2002, s. 62):

İnsanın ilk ihtiyaçları olan fiziksel ihtiyaçlar (yeme, içme, nefes alma gibi) insanların doğuştan sahip oldukları ve arzu ettikleri en güçlü ihtiyaç olma eğilimindedir;

İkincisi güvenlik ihtiyacı kişiyi fiziksel ya da psikolojik zararlardan koruyan ihtiyaçlarla ilgilidir (örneğin, sigortayı satın almak için bir neden);

Sosyal ihtiyaçlar başkalarından sevgi ve onay görme isteklerini yansıtmaktadır (yani, moda kıyafetler satın almak için bir neden);

Saygınlık ihtiyacı, değer verici veya değerli hissetmek (yani, lüks bir araba satın almak için bir neden);

Kendini gerçekleştirme veya kendini iyileştirme, birey gerçek özgürlüğüne bu aşamada kavuşur. Böylelikle bireyin gerçek kişiliği, yaratıcı ve yapıcı gücü ortaya çıkar.

Ekonomik ve sosyal güvencesini sağlamış, toplum içinde belirli bir statüye kavuşmuş, kişisel saygınlık kazanmış bir kişi, artık özünde var olan fakat bazı sınırlamalar nedeniyle ortaya çıkmakta geciken isteklerini ve yaratıcı gücünü kişisel bütünlük içinde yerine getirebilecektir. Kişisel ve düşünsel özgürlüğüne kavuşan birey, gizli kalmış yeteneklerini ortaya koyma güdüsüyle etkilenir (diğer bir deyişle, bir teknisyenin en gelişmiş araçları satın almasının nedeni) şeklinde gösterilmiştir.

Bir kişi psikolojik gereksinimlerini yerine getirmeye başladıktan sonra satın alma kararı duygusal ve rasyonel nedenler ile giderek daha fazla etkilenir. Bir kişi psikolojik gereksinimlerini yerine getirmeye başladıktan sonra satın alma kararı duygusal ve rasyonel nedenler ile giderek daha fazla etkilenir (Prasitphol, 2002, s. 62).

Tüketiciler öncelikli olarak alt seviye ihtiyaçlarını karşılama yoluna gidecektir. Ancak son yıllarda tüketici davranışları bağlamında yapılan gözlemler, tüketicilerin bunun aksi davranışları sergileyebildiğini göstermektedir. Başka bir ifadeyle, tüketiciler, bazen alt seviye ihtiyaçlarını tatmin etmeden üst seviye ihtiyaçlarını

karşılama yoluna gidebilmektedirler. Örneğin, yeme içme ve barınma gibi temel ihtiyaçlarını karşılamada sorunlar yaşayan bir kişinin pahalı ve lüks parfüm, saat, giyim markalarının taklitlerini satın alarak imaj ve estetik ihtiyaçlarını karşılama yoluna gitmesi bunun açık örneklerindendir (İslamoğlu ve Altunışık, 2008, s. 55). Bunun yanında toplumsal eleştirilenler, modern toplumdaki ticari çıkarların, ihtiyaçlarımızı karşılamaktan uzak, çevreyi tehdit eden "sahte" veya "doğal olmayan" ihtiyaçları yarattığını da savunmaktadırlar (Marcuse, 1964; Fromm, 1976; Scitovsky 1976; Illich, 1977). Bu sahte, doğal olmayan ihtiyaçların karşılanması ne kendi menfaatimize, ne de çevrenin korunmasına hizmet eder. Son otuz yılda reel tüketici harcamaları iki katına çıkmış ancak bildirilen yaşam memnuniyeti hemen hemen hiç değişmemiştir (Jackson, 2009, s. 11). Jackson (2009, s. 11)'a göre ticari çıkarları içeren bu uygulamalar toplumsal ve psikolojik ihtiyaçlara gerçekten kötü hizmet ediyorsa, daha az tüketerek daha iyi yaşamak ve bu sürecin çevre üzerindeki etkilerini azaltmak mümkün olmalıdır. Eğer tüketici sağlığı tatmin edici değilse, neden tüketmeye devam edildiği sorusu cevaplandırılmalıdır. Bu sorunun cevabı ihtiyaçların abartıldığı yönündeki düşünceyle oluşturulabilir. Buna dayanarak tüketimin gösterim ve statü yönleri, bir yüzyılı aşkın süredir tüketim hakkındaki sosyolojik ve psikolojik söylemlerin odak noktası olmuştur.

1.2.9. Assael Modeli

Henry Assael, tüketicilerin satın alma alışkanlıklarını incelemiş ve tüketici satın alma davranışını ilgilenim düzeyi ve markalar arasındaki farklılık boyutlarından oluşan bir matris yardımıyla dört kategoriye ayırmıştır.

	Yüksek İlgisi Seviyesi	Düşük İlgisi Seviyesi
KARMAŞIK KARAR VERME	KARMAŞIK KARAR ALMA (Yoğun bilgi toplama, inceleme, değerlendirme) Otomobil ve takım elbise	ÇEŞİTLİLİK ARAMA (Marka veya model değişikliği isteme) Kahve ve içecekler
ALIŞKANLIK HALİNDE KARAR VERME	MARKA SADAKATI (Alışılmış marka tercih edilir) Sigara ve parfüm	SÜREGELEN ALIŞVERİŞLER (Tüketicinin değişiklik isteği yoktur) Kağıt mendil ve havlu

Şekil 5. Assael Modeli Tüketici Satın Alma Karar Türleri

Kaynak: İslamoğlu ve Altunışık, 2008, s. 34.

Assael'in tüketici satın alma davranışını ayırdığı Şekil 5'te verilen bu kategoriler aşağıdaki gibidir (İslamoğlu ve Altunışık, 2008, s. 35-50):

Karmaşık satın alma süreci, tüketicinin sürece katılım seviyesi ne kadar yüksek olursa bilgi arama da o kadar artar. Yani karar vermedeki karmaşıklık ne kadar çok hissedilirse, bilgi arama da o kadar artar. Her tüketim olayı, belli bir oranda ilgilenim içerir. Ürünün markaları arasındaki farkın yüksek olması, sık satın alınan bir ürün olmaması, pahalı olması, riskinin yüksek olması durumunda yüksek ilgilenimli satın alma davranışından söz edilebilir. Karmaşık satın alma davranışı sergileyen müşteriler ürün veya hizmet satın alımı sürecine çok fazla katılırlar ve markalar arasındaki fark yüksek önceliğe sahiptir. Firmalar tüketicilere oldukça bol bilgi sağlamalı ve ürünlerinin başkalarından farklı olduğundan emin olmalıdır. Aynı zamanda pazarlama yöneticileri satış personelinin iyi bir şekilde motive etmeye özen göstermelidir. Motive olmuş mağaza satış elemanı tüketicilerin nihai ürün ve marka kararını vermelerine daha kolay yardımcı olabilir.

Gerilim düşük satın alma davranışı, markalar arasında belirgin farklılıklar olmadığında da, tüketiciler yoğun bir şekilde bilgi arayışına girerler. Bunun nedenleri ürünün sıklıkla satın alınan bir ürün olmaması, pahalı olması, riskin yüksek olması olarak sayılabilir. Bu durumda tüketici, ihtiyacını karşılayacak ürün veya markaların neler olduğunu araştırır, uygun fiyat veya ödeme kolaylığı sağlayan ürünü tercih eder.

Alışkanlığa dayalı satın alma davranışı, Tüketicilerin ilgilenimi düşüktür, markalar arasındaki farkların görece az olduğu ürünler için yaptıkları satın alma eylemleridir. Tüketiciler yoğun bir şekilde ürün ve marka hakkında bilgi toplamazlar. İşletmeler daha düşük fiyat ve teklifler sunarak, satış promosyonları yaparak satın almak isteyenlerin ilgisini çekmeye çalışmalıdır. Reklamlarda, metinden daha fazla görselin kullanılması ve televizyon, bu tür ürünleri teşvik etmenin mükemmel bir yoludur. Çeşitlilik arayan satın alma davranışı, markalar arasında çok büyük farklılıklar vardır, ancak tüketiciler satın alma işlemine pek karışmazlar. Tüketicilerin ilgilenimi düşüktür ve markalar arasında belirgin farkların bulunduğu durumlarda yaptıkları satın alma eylemleridir. Tüketicilerin değişik marka ve ürün deneyimi elde etmeye yönelik isteklerinden kaynaklı markalar arası geçişlerine ve marka değişikliğine gitmelerine rastlanır.

İKİNCİ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ve SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM

Dünya nüfusu hızla artarken, kaynak ihtiyacı da aynı hızla artmış, artan talebi karşılamak için sanayi faaliyetleri de orantılı olarak büyümüştür. Artan sanayi faaliyetleri; hava, toprak kirliliği gibi çevresel bozulmalara neden olmuştur. Sanayi faaliyetlerinin yanı sıra sürdürülemez tüketim modları da büyük miktarda kaynak harcamakta ve önemli ölçüde çevresel kirlilik üretmektedir (Qu vd., 2015, s. 14213). Modern tüketim toplumunda var olan bu tüketim kalıpları, yalnızca çevre üzerindeki etkileri nedeniyle değil, yaşam kalitemizi tehdit ettiği için ihtiyaçlarımıza cevap veremez hale gelmiştir (Grabs vd., 2016, s. 99). Çevreye zarar verici, yıkıcı davranışların ortaya çıkardığı tehditler yoğunlaştıkça çevre bilincini artırmanın ve çevre dostu davranışlara yönelik niyeti oluşturmanın yollarını belirlemek giderek önem kazanmıştır (Brough vd., 2016, s. 567).

Son yıllarda sürdürülebilir üretim ve tüketim kavramı önemli bir politika ve araştırma gündem maddesi haline gelmiştir (Liu, Oosterveer ve Spaargaren, 2016, s. 3). Sürdürülebilir tüketim ve üretim eğilimleri güçlü bir önlem olarak gündeme gelmesine rağmen, aynı zamanda bu durumun oldukça zorlu bir süreç olduğu da literatürde ifade edilmiştir (Luthra vd., 2016, s. 342). Sürdürülebilir tüketimin teşvik edilmesi ve sürdürülebilirliğe yönelik değişimlerin nasıl yapılacağına ilişkin doksanlı yıllardan itibaren bir takım yeni çabaların varlığı beraberinde, bazı ulusal araştırma programlarında ve OECD, BM gibi uluslararası politika organizasyonlarının tanınırlığında artışı da getirmiştir (Ressurskonsult, 1999, s. 281).

Birleşmiş Milletler Türkiye'nin de bulunduğu 193 ülkenin imzası ile kabul edilen 2030 gündeminde sürdürülebilir kalkınma için ekonomik, sosyal ve çevresel gelişmenin üç boyutunu kapsayan; insanlar, gezegen ve refah için bir eylem planı sunmuştur. Bu eylem planı dünyayı sürdürülebilir bir yola dönüştürmek için acilen ihtiyaç duyulan, 17 temel amaç ve bunlara bağlı olan 169 adet hedeften oluşan dönüştürücü adımları önümüzdeki on beş yıl boyunca atmayı teşvik etmektedir. Sürdürülebilir tüketim ve üretim, doğal kaynaklarını sürdürülebilir bir şekilde yönetme ve iklim değişikliği konusunda acil eylemde bulunma gibi mevcut ve gelecek nesillerin ihtiyaçlarını destekleyebilecek şekilde, gezegeni korumaya yönelik inancı vurgulamaktadır. Bu bölümde sürdürülebilirlik kavramı ve sürdürülebilirlikle ilişkili

temel kavramlar açıklanıp, sürdürülebilirlik düşüncesinin tarihsel gelişimi üzerinde durulmuş; sürdürülebilir tüketim kavramının daha iyi anlaşılabilmesi için tüketim kavramı ile birlikte tüketim kültüründeki değişimlerden bahsedilmiştir. Ardından sürdürülebilir tüketim kavramı açıklanmıştır.

2.1. Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirliğin pek çok tanımı yapılmaktadır. "sürdürülebilir" sözcüğü ilk olarak 1840'lı yıllarda Almanya'daki ormancılık faaliyetlerinde uygulanmış ve Gifford Pinchot ve arkadaşları tarafından Birleşik Devletlere getirilmiştir. Kavram tarihsel olarak ilk önce doğal kaynaklara uygulanırken, kaynakların belirli oranlarda tüketilmesi ve sürdürülmesine olanak sağlayan bazı teknikler anlamında kullanılmıştır. Terim daha sonra tarıma uygulanmış ve gelişmekte olan bir paradigmayı tanımlamak için uygulanmıştır (Behm, 2011, s. 6).

Sürdürülebilirlik ile ilgili ekonomik çerçeve içinde ortaya atılan düşüncelerden ilki ise, tüketici davranışındaki değişimlerin geleceğe yönelik bazı düşünceleri içermesinin gerekliliğidir (Hicks, 1939). Tüketicilerin bugün bu kadar çok şeyi tüketmesinin, gelecekteki iyilik hallerinin sürdürülebilmesi için 'mantıksız' kabul edilebileceği fikri gündeme gelmiştir. Bu noktada, tüketicilerin gelir hesaplaması yaparak, gelecekte onları yoksullaştırmadan şimdiki tüketilebilecekleri miktarı ortaya koymalarının gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu görüş, çalışmanın ilerleyen kısmında belirtilen Daly (1996)'nin çalışmasında ifade edilen, ekonomik eleştiri alanının temelini oluşturmuştur.

"Sürdürülebilirlik" sözcüğü ise, 1972'de Edward Goldsmith'in kitabında, insanın geleceği bağlamında ilk kez kullanıldığında, bir normatif kavram olarak öne çıkmıştır (Goldsmith vd., 1972; Kidd, 1992, s. 2).

Haziran 1972'de İsveç'te Stockholm'de düzenlenen Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Konferansında da gündeme gelen sürdürülebilirlik (Pelit, Baytok ve Sobalı, 2015, s. 4), gelecek nesillerin menfaatlerini de düşünerek insanların memnuniyetlerini sağlayacak şekilde bugünkü ihtiyaçları karşılamak ve bunları doğal kaynakları koruyarak gerçekleştirmeyi hedefleyen bir yaklaşım olarak tanımlanmıştır (Kuter ve Ünal, 2009, s. 147). Sıkça kabul gören bir tanım sunan Brundtland Raporu'na göre ise "gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeksizin günün ihtiyaçlarını karşılamaktadır" şeklinde tanımlanmaktadır (WCED, 1987, s. 2).

Ekonomik sistemlerde sürdürülebilirliğin sağlanmasına yönelik alan yazında rastlanılan ilk çalışmalardan biri Herman Daly'e aittir. Daly 1973 yılında yayınladığı çalışmasında, refaha ulaşmak için insan ve doğal çevre öğeleri arasındaki uyumun gerekliliğinden söz etmektedir (Bener ve Babaoğul, 2008, s. 4).

Herman Daly (1973, s. 149-150), dünyanın en büyük problemini Growthmania olarak tanımlamıştır. Her zaman büyümeyi ilk sıraya koyan bir model veya zihin seti olarak ifade edilen Growthmania başarılı olabilmek için, sürekli büyümenin sağlanmasının gerektiğini ve daha fazla büyümenin tüm sorunlarımıza çözüm olduğunu savunmaktadır. Growthmania, yoksulluğun başkalarının büyümesine izin veren ekonomik büyümeyle çözülebileceğini, büyüdükçe yarattığımız kirliliği temizlemek için yine büyümenin gerektiğini, yine büyüyerek daha iyi teknolojiler geliştirilebileceğini ve böylece doğal kaynak sınırlarının üstesinden gelebileceğimizi söylemektedir. Bu model ile büyüme büyük sorunlara neden olmaktadır. Bilginin ve insanların aşırı uzmanlaşması, insan ekonomisi ile doğal eko-sistem arasındaki dengesizlik, başarıya şartlanmışlık ve stres sonucu ortaya çıkan varlığımızın mekânsal ve zamansal boyutlarının tıkanıklığı ve kirliliği gibi bu kötülüklerin hepsi ve daha çoğu temel growthmania hastalığının belirtileridir.

Doğal sistemler, devamlı girdilere ihtiyaç duymadan, kapalı döngülerdeki kaynakları sürekli olarak geri dönüştüren kararlı bir haldedir. Diğer taraftan, growthmania üzerine inşa edilmiş modern insan sistemleri, sürekli büyümeyi sürdürmek için daha fazla girdi ve daha fazla israfı barındıran bir modeli benimser. Dünya sınırlıdır, ekosistem ise kararlı bir durumdadır. İnsan ekonomisi, kararlı-durum ekosisteminin bir alt sistemidir. En azından insanların maddi boyutları ve zenginlikleri açısından, bazı düzeylerde ve bazı zaman aralığında, alt sistem bir kararlı-durum haline gelmelidir. Bu nedenle istikrarlı ekonomi, fiziksel bir zorunluluktur (Daly, 1973, s. 153).

Daha sonraki dönemlerde sürdürülebilirliğin tanımı çeşitli şekillerde genişletilmiştir. Ruckelshaus (1989, s. 167) sürdürülebilirliği ekolojinin en geniş sınırları içinde ekonomik büyümenin ve kalkınmanın karşılıklı etkileşim ile sağlanacağı ve zaman içinde korunacağı bir görüş olarak tanımlamıştır. Kidd (1992, s. 2), sürdürülebilirlik kavramının pek çok farklı ve birbiriyle uyumlu olmayan düşünce dizileri altında geliştirildiğine ve bu nedenle bir takım tanımlamanın

yapılmasının boşuna ve gereksiz olduğuna değinmiştir. Şöyle ki kavramı tanımlayanların bireysel deneyimleri, siyasi ve çevresel görüşleri tanımlarında rol oynadığından, fikir birliği zor olabilmektedir. Kavram geliştikçe sürdürülebilirlik uygulamasındaki anlayış ve ilerlemenin anahtarı olarak ekolojik, toplumsal ve ekonomik olmak üzere üç alana yayılmıştır. Böylece sürdürülebilirlik, kolay anlaşılamayan ve iletilemeyen geniş bir terim olarak gündeme gelmiştir (Behm, 2011, s. 1).

Çevreci hareketin de takip ettiği sürdürülebilirlik, hükümet ve sivil toplum örgütlerini de sosyal ve ekonomik anlamda çevreye karşı daha sorumlu kılmaktadır. Birleşmiş Milletler Teşkilatı ekonomik büyüme ve çevre koruma arasındaki rekabeti gidermek için "sürdürülebilir kalkınma" terimini kullanmıştır. Sürdürülebilir kalkınma, esas olarak mevcut kaynak ihtiyaçlarına odaklanırken, aynı zamanda yarını etkileyecek olan kaynak ihtiyaçlarını da göz önünde bulundurmıştır. Sürdürülebilirliğin temel görüşünün, çevreyi koruma, ekonomik ve sosyal gelişme hedeflerine ulaşmak için, bu kavramların birbirlerini teşvik edecek şekilde çalışılmasının tek çözüm olduğu ifade edilmiştir (Koç, 2014, s. 7). Ruckelshaus (1989) bu durumu ekolojinin sınırları dahilinde, ekonomik büyümenin ve kalkınmanın karşılıklı etkileşim ile sağlanacağı ve bu kalkınmanın sürdürülebilir hale getirilebileceği bir sistem olarak açıklamıştır. Sürdürülebilirlik ile kültürel bütünlüğü, temel ekolojik süreçleri, biyolojik çeşitliliği ve yaşam destek sistemlerini koruyarak; ekonomik ve sosyal ihtiyaçların karşılanacağı şekilde tüm kaynakların yönetimine öncülük edilmesi öngörülmektedir (Inskeep, 1998, s. 21).

Sürdürülebilirliğin tam olarak anlaşılması ve uygulanması, sürdürülebilir bir dünyanın gerçekleştirilebilmesi için, kavramın geniş ölçüde öngörülmesi gerekmektedir. Sürdürülebilirlik vizyonu eksiksiz ve zorlayıcı olmadan oluşturulmalıdır. Meadows (2006, s. 168-169), insanları bu sürece katılmaya teşvik etmenin bir yolu olarak, hiçbir şekilde kesinlik niteliği taşımayan, sadece gelişme ve büyümeye davet etmek için önerdikleri bir listeyi paylaşmıştır. Bu liste aşağıdaki gibidir (Meadows, 2006, s. 168-169):

1. Sürdürülebilirlik, verimlilik, yeterlilik, eşitlik, güzellik ve toplum en yüksek sosyal değerlerdir.

2. Herkes için maddi yeterlilik ve güvenlik önlemleri alınmalıdır. Böylece, bireysel tercihin yanı sıra toplumsal normlar, düşük doğum oranları ve istikrarlı nüfuslar ortaya çıkacaktır.

3. İnsanların onurunu kırmak yerine onları onurlandıran bir çalışma sağlanmalıdır. İnsanları toplum için elinden gelenin en iyisini yapmak için teşvik eden ve bunu yaptıkları için ödüllendiren, bunu yaparken de herkesin ihtiyaçlarının, her koşulda, yeterince karşılanmasını güvence altına alan bir yol belirlenmelidir.

4. Dürüst, saygılı ve mesleklerini sürdürmekten ziyade işlerine daha çok ilgi gösteren, seçim kazanmaktan çok topluma hizmet etmekle ilgilenen liderler bulunmalıdır.

5. Çevrenin refahına hizmet etmek yerine, tersine hizmet eden bir son değil, çevrenin refahı için bir araç olan ekonomi oluşturulmalıdır.

6. Verimli yenilenebilir enerji sistemleri sağlanmalıdır.

7. Emisyonları ve atıkları minimuma indiren teknik tasarım ve teknoloji ayrıca doğanın üstesinden gelemeyeceği emisyonları veya atıkları üretmeyen çözümler ortaya çıkarılmalıdır.

8. Besin maddelerini onarmak üzere doğal mekanizmaları kullanan, verimli ve saf besinler üreten toprağı oluşturan rejeneratif tarım gibi uygulamalara yönelinmelidir.

9. Ekosistemlerin kendi çeşitliliğinde korunması ve insan kültürlerinin bu ekosistemlerle uyumlu bir şekilde yaşaması; sonuç olarak, doğanın ve kültürün yüksek çeşitliliği ve bu çeşitlilik için insanların takdiri sağlanmalıdır.

Belirsiz bir terim olmasına rağmen, sürdürülebilirlik yalnızca akademik çevrelerde değil, aynı zamanda siyasette ve daha geniş kitlelerce yaygın olarak kullanılmaktadır. Bunun yanında sürdürülebilirlik teriminin genişliği, farklı bakış açılarına sahip kişilerin ortak bir zemin bulmasına izin verirken, literatüre tarihsel olarak bakıldığında akademik çevrelerin ağırlıklı olarak çevreye hedeflenmiş olduklarını göstermektedir (Newport, Chesnes ve Lindner, 2003, s.360). Araştırmacılar, kirlenme ve atıklar (Ramsey ve Rickson, 1976), asit yağmurlarıyla ilgili endişeler, geri dönüşüm (Vining ve Ebreo, 1990), sera gazı salınımı (Lenzen, 1998, Bin ve Dowlatabadi, 2005) gibi maddesel sorunları inceleyerek çözüm bulmaya çalışmışlardır. Çeşitli maddi sorunlara yönelik alınabilecek çevresel önlemler ele alınmıştır. Sürdürülebilirlik literatüründe ülkeler için sürdürülebilirliğin sonuçlarının tanımlanması ve ölçülmesine ilişkin genel bir mutabakat bulunmamaktadır (Daly ve

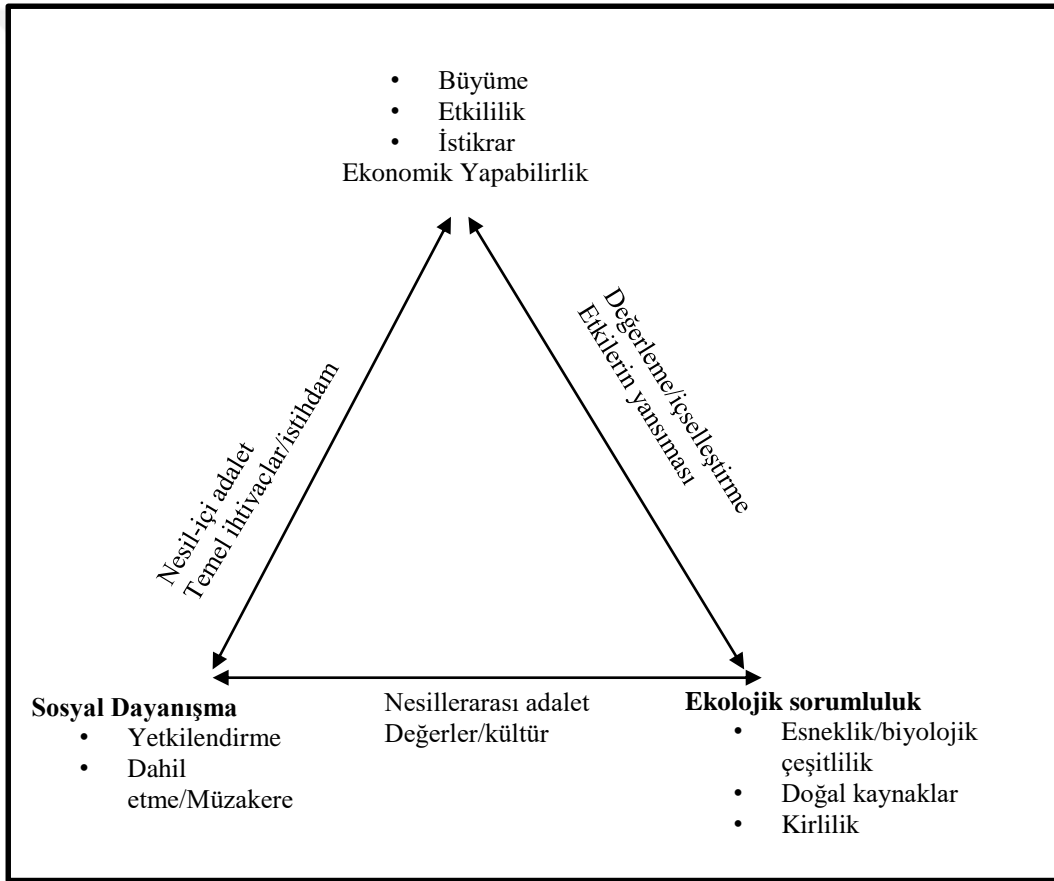
Cobb, 1989; Cobb, Goodman ve Wackernagel, 1999; Anand ve Sen, 2000; Button, 2002; Capello ve Nijkamp 2002; Lehtonen, 2004; Robinson, 2004; Ziegler, 2009). Aynı zamanda, uluslar arası literatürde bir dizi araştırma, çeşitli bileşenleri sürdürülebilirlik çatısı altında ele alırken, sürdürülebilirlik konusunun açık bir şekilde çerçeveslendirildiği çalışmalara nadir olarak rastlanılmaktadır (Bunker, 1985; Burns vd., 2003; Dixon ve Boswell, 1996; Jorgenson, 2009; Kentor ve Boswell, 2003; Chase-Dunn ve Hall, 1997; York, Rosa ve Dietz, 2003).

2.2. Sürdürülebilir Kalkınma

Sürdürülebilir kalkınma düşüncesi 21. yüzyılda insanlığın karşılaştığı en büyük zorluklardan biridir. Uzun süredir gündemde olmasına rağmen, sürdürülebilir bir geleceğin neye benzeyeceği, bunun nasıl teşvik edilebileceği ve günlük yaşam için sonuçları hakkında tartışmalar halen sürmektedir. Üretim süreçleri ve kaynak verimliliği uzun zamandır çevresel politikanın hedefi haline gelmişken, gelişmiş ekonomilerin sürdürülemez tüketim kalıpları günümüz ekonomik, sosyal ve çevresel krizlerinin merkezinde yer almaktadır (Jackson, 2009, s. 76-77). Sürdürülebilir kalkınma anlayışının temelinde çevresel etkileri en aza indirgeyen ve gelecek nesillerin ihtiyaçlarını dikkate alan sürdürülebilir tüketim vardır. Sürdürülebilir tüketim politikalarının amacı ise evdeki enerji ve kaynak tüketiminde daha fazla etkinlik, atıkların en aza indirilmesi ve hane halkının çevreye duyarlı satın alma alışkanlıkları gibi bir dizi davranış değişikliğini teşvik etmektir (Lee, Yap ve Levy, 2016, s. 579). Sürdürülebilir kalkınma alan yazında, sosyal boyutu açısından (Moffatt, 1996), kıt kaynakların kullanımı, yani ekonomik boyutu açısından (Solow, 1986; Goldemberg, 1996; Goodland, 1999), sosyo-ekonomi bileşenleri arasındaki ilişkiyi tespit etme açısından (Adger, 2000) ve ekonomik, sosyal ve çevresel açılardan (Kahn, 1995; Basiago, 1999; Munasinghe, 2001) çeşitli araştırmacılar tarafından ele alınmıştır.

İnsan toplumunun bir parçası olan sistem, çok sayıda alt sistemden oluşmaktadır. Eğer bireysel alt sistemler doğru şekilde işlemezlerse sürdürülebilir ve geçerli bir sistem oluşamayacaktır. Sürdürülebilir kalkınma toplam sistemler kadar alt sistemlerde de geçerli olursa mümkün olacaktır (Bossell, 1999, s. 8-9). Bu açıdan bakıldığında Munasinghe (2001) sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilebilmesi için disiplinler ötesi bir yaklaşımla bir çerçevenin oluşturulmasına gereksinim olduğunu belirtmiştir.

Şekil 6’da yazarın oluşturduğu sürdürülebilir kalkınma üçgeninde, sürdürülebilir kalkınmanın ögeleri yer almaktadır. Ayrıca bu ögeler arasındaki ilişkilere de yer verilmektedir. Köşelerde bulunan alanların her birinin kendisine has itici güçleri vardır. Örneğin ekonomi, mal ve hizmet tüketimini artırarak insan refahını yükseltmeye yönelmiştir. Sosyal alan, insanların bireysel ve grup olarak amaçlarına ulaşmasının sağlanması ve insan ilişkilerinin güçlendirilmesine odaklanmıştır. Çevresel alan ise, gücünü ekosistemlerin bütünlüğünü korumaya yönlendirmiştir. Sürdürülebilir kalkınma üçgeni ilk kez, 1992 yılında Rio de Janeiro, Brezilya’da gerçekleşen Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı’nda sunulmuştur (Yeni, 2014, s. 186).



Şekil 6. Sürdürülebilir Kalkınma Üçgeni

Kaynak: Munasinghe, 2001

Munasinghe (2001)'in sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilebilmesi için önerdiği çerçeveyi oluşturan iktisadi sürdürülebilirlik, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sürdürülebilirlik konularını başlıklar halinde vermiştir.

2.2.1. İktisadi Sürdürülebilirlik

Ekonomik olarak sürdürülebilir bir sistem, mal ve hizmetleri süregelen esaslara dayanarak üretebilmeli; hükümet ve dış borçların yönetilebilirliğini sürdürebilmeli, tarımsal ve endüstriyel üretime zarar veren sektörel dengesizliklerden sakınmalıdır (Harris, 2011, s. 6). Ekonomik sürdürülebilirlik, fayda sağlayan varlıkların (veya sermayenin) stokunu muhafaza ederken, işlenebilecek gelir akışını maksimize etmeyi amaçlamaktadır. Sürdürülebilir bir biçimde refah düzeyini artırabilmek için, sermaye stokunun korunması ve artırılmasıyla birlikte verimliliğinin de artırılması gerekmektedir (Munasinghe, 2001).

Munasinghe, (2001)'e göre üretilenlerin, doğanın, insani ve sosyal sermayenin stoklanması sadece gelecekteki üretimi sağlamakla kalmaz, aynı zamanda ani şoklara karşı (dirençli) bir siper olarak görev yaparlar. Ekonomik verimlilik, hem üretimde kaynakların verimli bir şekilde tahsis edilmesinde, hem de etkinliği en üst düzeye çıkaran etkin tüketim seçeneklerinin sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır. Belirsizlik, geri döndürülemezlik gibi konular dinamik olarak verimli kalkınma yollarının belirlenmesinde ek zorluklar oluşturmaktadır. Ekonomik çıktıyı optimize etmek, hızlı büyümenin ana hedefi olduğu, belirsizliğin daha az endişe kaynağı olduğu ve ilgili bilgilerin kolayca elde edildiği durumlarda (sosyal ve çevresel sürdürülebilirliği sağlayacak ikincil kısıtlamalara tabi olmak üzere) daha kolaydır.

Doğal kaynaklarda bir tükenme ya da bozulma olduğunda, girdi ikamesi yüksekse ya da bu tükenme ve bozulmanın teknolojik ilerlemeler yoluyla telafisi söz konusuysa tüketim ve refahın artmasının mümkün olacağına yönelik düşünceleri barındıran bir dizi çalışmalara da rastlanılmaktadır (Stiglitz, 1974; Dasgupta ve Heal 1974; Weitzman, 1976; Solow, 1986; Ster ve Lutz, 1993). Yazarlara göre belirli şartlar altında, ikame sermaye türleri oluşturularak ve çeşitli doğal sermaye türleri ile kaynaklarının kullanımını azaltarak sürdürülebilir ekonomi oluşturulabilir. Bu durumda ekonomik sürdürülebilirlik söz konusu olur.

Solow (1986) ve Hartwick (1977), tükenebilir kaynak ekonomilerinde sürdürülebilirlik için bir kural önermektedir. Bu kurala göre yatırımın değeri, her bir noktada elde edilen kaynaklar üzerindeki getirilerin değerine eşitse, tüketimin sabit bir seviyede kalması sağlanabilir. Hartwick kuralına göre eğer bir toplumda en yüksek sabit kişi başına tüketim düzeyine ulaşmak hedefleniyorsa, doğal kaynağın

tüketilmesinden elde edilen ekonomik ranta eşit miktarda yatırım, yeniden üretilebilir sermayeye yapılmalıdır. Hartwick, tükenebilir kaynak ile insan üretimi sermaye arasındaki ikame esnekliğinin birden büyük olması, çıktının insan üretimi sermayeye göre esnekliğinin, tükenebilir kaynağa göre esnekliğinden büyük olması ve net tasarrufun sıfıra eşit olması şartlarında, tüketimin sürdürülebilir olduğunu söylemiştir (Yeni, 2014, s. 190).

Herman Daly'e göre de, sürdürülebilir kalkınma doğal sermayenin korunmasına yardımcı olabilir. Şöyle ki yenilenebilir kaynaklar için sermayenin korunmasına yönelik, ürünlerin sürdürülebilirliği için kaynak tüketiminin sınırlandırılması gerekir. Yenilenemeyen kaynaklar için de yenilenebilir doğal sermaye yatırımlarından yararlanarak, yenilenemez kaynakların kullanımını azaltma yoluna gidilir. Bu yollarla doğal sermaye dengede tutulabilir (Harris, 2011, s. 6).

Tüketime dayalı ekonomik yapılar içinde sürdürülebilir bir ekonomik yapının inşa edilmesi için atılması gereken zorunlu adımlarından biri de kuşkusuz dünyanın taşıma kapasitesinin belirlenmesidir. Ancak dünya ekosisteminin taşıma kapasitesinin nasıl ölçüleceği konusu tartışmalıdır. Bu durum dünya genelinde sürdürülebilir bir ekonominin nasıl inşa edileceği meselesini büyük bir sorun olarak karşımıza çıkarmaktadır (Kılıç, 2012, s. 207).

2.2.2. Çevresel Sürdürülebilirlik

İktisadi sürdürülebilirlik, doğal kaynakların kısıtlılıkları dahilinde büyüme ve tüketimin en üst düzeyde sürdürülebilmesine odaklanırken, çevresel sürdürülebilirlik, tam aksine, ekonominin varlığının kaynağı olan insan yaşamının sürdürülebilmesi için yaşam desteği sağlayan doğal çevrenin nitelik ve niceliğine yani doğal sermayeye odaklanmaktadır (Yeni, 2014, s. 192).

2.2.3. Sosyal Sürdürülebilirlik

Çevresel sürdürülebilirlik ve ekonomik sürdürülebilirlik, sosyal sürdürülebilirlikle birlikte ele alınmaktadır. En basit anlamda sosyal sürdürülebilirlik, yoksulluğu hafifleten bir sosyal organizasyon sistemini ima etmektedir. Bununla birlikte, daha temel bir anlamda, sosyal sürdürülebilirlik, yoksulluk ve çevresel bozulma gibi sosyal koşullar arasındaki bağı kurmaktadır (Ruttan, 1994, s. 49). Bu kavram, sosyal eşitlik koşullarıyla sınırlanan ekonomik büyümeyi gerektirir. Sosyal

eşitlik ve ekonomik büyümeyi birbirine bağlamak için, kaynak tahsisine öncelik veren ve adil kaynak dağılımını teşvik eden, kaynak kullanımını optimize eden etkin bir ortam yaratılmalıdır.

Geçmişteki ekonomik sistemler, zenginliklerin eşitsiz dağılımı açısından toplumsal dışlanmayı hızlandırmıştır. 1990'dan itibaren sosyal dışlanma, toplumsal cinsiyet eşitsizliği, demokrasi, katılımcılık ve toplumun güçlendirilmesi (siyasal haklar ve güç) gibi konuların gündeme gelmesi sürdürülebilirliğin sosyal boyutunu ortaya çıkarmıştır (Yeni, 2014). Sosyal sürdürülebilirlik, sosyal ve ekolojik sistemleri birbiriyle istikrarlı bir şekilde sürdürebilme noktasında sorunları da beraberinde taşımaktadır. Örneğin, hızla büyüyen bir nüfusa sahip olmak ve herkes için makul fiyatlı bir konut sağlamak, bu konut alanları nerede olmalıdır? Sorununa götürmektedir. Bu durum ekosistemi yok etmeden kentsel arazi kullanımını nasıl yoğunlaştıracağınız ve aynı zamanda sürdürülebilir kalkınmayı nasıl sağlayacağınız hususunda bir soruyu gündeme getirmektedir (Luo, 2002, s. 30).

Sosyal sürdürülebilirlik, akademisyenler tarafından çok çeşitli temalar ve konular üzerinde yoğunlaşan bir dizi akademik disiplin temelinde araştırılmıştır (Polese ve Stren, 2000; Maloutas, 2003; Chiu, 2004; Littig ve Griesler, 2005; Bramley ve Power, 2009; Mak ve Peacock, 2011; Colantonio ve Dixon, 2011). Toplumsal sürdürülebilirliği kavramsallaştırma arayışlarında, bu araştırmacılar, ırksal / etnik çeşitlilik, sosyal eşitlik, iş, cinsiyet, kent biçimi, yaşam kalitesi, eğitim, sosyal adalet, topluluk katılımı, dinlenme, insan hakları, işçi hakları, kurumsal yönetim, sosyal uyum dahil olmak ancak bunlarla sınırlı olmaksızın çok çeşitli konulara odaklanmışlardır.

Sürdürülebilir kalkınmanın öğelerinden bahsettikten sonra uygulamaların nasıl yapılabileceğine değinilmektedir. Sürdürülebilir kalkınma kamu sektörü tarafından, sürdürülebilir tüketim politikalarının geliştirilmesi ve sürdürülebilir tüketim uygulamalarının kendi satın alma faaliyetlerine dâhil edilmesi yoluyla olmak üzere iki şekilde uygulanabilir. Sürdürülebilir tüketim politikaları, çevresel ve toplumsal açıdan tüketicileri doğrudan etkileyen, bu yönde sağlıklı ya da sağlıksız kararlar almaları açısından kurumsal durumları, özellikle altyapı koşullarını belirleyen yollar şeklinde ifade edilebilir. Tüketimle dolaylı olarak ilgilenen politika araçları; çevreye zarar veren uygulamalara ayrılan devlet desteğinin kaldırılmasından, yeşil vergilerin artırılmasına

ayrıya tüketim ve tüketimin çevresel ve sosyal etkileri hakkında bilinçlendirme kampanyalarına kadar uzanmaktadır (Mont ve Bleischwitz, 2007, s. 63).

Günümüze kadar küresel kaygıların çoğu öncelikle sözlerle ifade edilmiş çok fazla eyleme dökülmemiştir. Sürdürülebilir kalkınmayı bir pazar haline getirmek ve büyümekte olan ekonomiyle entegre etmek maalesef ki kolay bir iş değildir. Bir piyasa ekonomisinde, çevresel bozulmanın asıl sorumluluğunun tüketiciye ait olduğu varsayılmaktadır. Bununla birlikte, gerçekçi olmak gerekirse, sıradan tüketiciler tüketim kalıpları ve bunların sonuçları arasındaki bağlantılar hakkında çok az bilgiye ve pazarı etkilemek için çok az güce sahiptir. Sanayileşmiş toplumlarda bilgi ve sorumluluk, hiç kimsenin kendisini sorumlu hissetmediği ekonomik aktörler arasındadır (Heiskanen ve Pantzar, 1997, s. 410).

Sürdürülebilir kalkınmada kamu sektörü, yönetim ve satın alma uygulamalarına çevresel ve sosyal talepleri de dahil edip, nişlerden ana pazarlara doğru daha çevreci ve daha sosyal sürdürülebilir seçenekler getirmeye yardımcı olarak üretim sektörünü etkileyebilir. Bu gibi satın alma programlarına, yerel ve çevresel açıdan güvenilir ürünler ve hizmetler, etiketli ürünler veya adil ticaret ürünleri satın almaya teşvik edici uygulamalar da dahil edilebilir (Mont ve Bleischwitz, 2007, s. 63).

Sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmak için pazarlama ve tüketim eylemleri de dahil olmak üzere birçok eylem gözden geçirilmeli ve sürdürülebilir kalkınma ile uyumlu hale getirilmelidir (Karalar ve Kiracı, 2011, s. 64). 200 yılı aşkın süredir ekonomistler için bir bakıma endişe kaynağı olan (Elliott, 2005, s. 266) sürdürülebilirlik için, iyi ve etkin politikaların oluşturulmasında Redclift (2002, s. 19), gerekli dört bilgi ve anlayış alanı olduğundan bahsetmiştir ve bu dört alanın da sorunlu olduğunu ve sürdürülebilir bir dünya kurmaya çalışırken önemli zorluklara sebep olduğunu iddia etmişlerdir. Bu bilgi ve anlayış alanları aşağıdaki gibi açıklanabilir (Redclift, 2002, s. 19):

1. Üretim-tüketim faaliyetlerimizi ve doğal dünyayı nasıl etkilediğini anlama,
2. İnsan algılarını ve motivasyonlarını anlama, bu sayede doğaya zarar veren davranışın nasıl kabullenildiği anlaşılabilir,
3. Etik sistemlerin anlaşılması, dolayısıyla doğayı tahrip eden insan motivlerinin ahlaki olarak kısıtlı olup olmadığı belirlenebilir.

4. Çeşitli teşvik sistemlerinin etkinliğini ve insan eylemleri üzerindeki kısıtlamaları anlama, böylece uygun önleyici tedbirler yasayla somutlaştırılabilir.

Çevresel etkileri azaltmayı amaçlayan ürün ve üretimle ilgili politikalar genellikle temiz üretim, enerji ve çevre verimliliği ve entegre ürün politikaları gibi stratejiler ve araçlar içerir. Bu politikalar, üretim süreçlerinin ve ürünlerin tüm yaşam döngülerinin enerji tüketimini ve çevresel etkilerini azaltmaya yardımcı olur.

Gelecek nüfus için sürdürülebilir nitelikteki en iyi maddi ve kültürel yaşamı sağlamayı amaçlayan sürdürülebilir kalkınma düşüncesi ile, bu sonuca ulaşabilmek için aşağıda verilen eylemlerin gerçekleştirilmesi gerekmektedir (Kidd, 1992, s. 12):

1. Bir ideolojik taahhüt oluşturun.
2. Politik ve idari bütünlüğü keskinleştirin.
3. Uluslararası parite elde edin.
4. Yoksulluk açlığını hafifletin.
5. Hastalık-sefaletin ortadan kaldırılması.
6. silahlanmayı azaltın.
7. Kendi kendine yeterliliğe yaklaşın.
8. Kentsel çarpıklaşmayı düzenleyin
9. İnsan sayılarını kaynaklarla dengede tutun.
10. Kaynakları koruyun.
11. Çevreyi koruyun.

2.3. Sürdürülebilirlik Düşüncesinin Tarihsel Gelişimi

Son yıllarda oldukça fazla disiplinin ilgi alanına giren ve tartışılan bir kavram olarak kaşımıza çıkan sürdürülebilirlik kavramının ortaya çıkmasındaki en önemli etken tüm dünya ülkeleri ve uluslararası büyük şirketlerin üretim odaklı hale dönüşmesi ile birlikte özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde yoksulluğun artması ve bunun da beraberinde getirdiği gelir dağılımındaki adaletsizliktir (Engin ve Akgöz, 2013, s. 86). Sürdürülebilirlik düşüncesinin yaygınlaşması öncelikle dünya çapında kabul görmüş, saygın, etkili, geniş katılımlı oluşumlar aracılığıyla gerçekleşmiştir (Tokgöz ve Önce, 2009, s. 261). Tablo 3'te sürdürülebilirlik konusunda gündeme gelen gelişmeler verilmiştir.

Tablo 3. Sürdürülebilirlik Konusunda Gelişmeler

1972	Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Konferansı (United Nations Conference on Human Environment)	Birleşmiş Milletler tarafından düzenlenen bu konferans, dünya insanlarını çevrenin korunması ve geliştirilmesi için yönlendiren ortak bir bakış açısı ve ortak ilkeler geliştirme üzerine odaklanmaktadır. Bu odakta, kaynak kullanımında nesiller boyu eşitlik, ekonomik ve sosyal gelişme ve çevreyle ilgili ilişkileri vurgulayan birçok ilke geliştirilmiştir. Bu ilkeler ile, sürdürülebilir kalkınmanın esasları vurgulanmıştır.
1977	Uluslar arası Çalışma Örgütü Çokuluslu Şirketler ve Sosyal Politika ile İlgili İlkeler Üçlü Bildirgesi.	Mart 2000 yılında revize edilen bu uluslararası bildirme, istihdam, eğitim, iş ve yaşam koşulları ve işveren-işveren ilişkileri gibi alanlarda hükümetler, işçi ve işveren örgütlerine tavsiyeler içermektedir.
1989	CERES ilkeleri	Çevrenin korunmasına ve kirliliğin azaltılmasına katkıda bulunmaktadır. Biyolojik çeşitliliğin korunması, doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı, atıkların yönetimi, enerjinin korunması, riskin azaltılması, çevresel onarım, kamuoyu bilgilendirmesi, idare sorumluluğu ve denetlemeleri içerir.
1992	Yeryüzü Zirvesi (Earth Summit)	Gündem 21", politika yapıcılarının büyük bir sorumluluk üstlenerek kalkınma ve çevre konularına küresel düzeyde çözümler getirilebileceği üzerinde durulmuştur. Doğal kaynaklara dayalı sürdürülebilir ekonomik büyümeyi teşvik etmek için entegre bir yaklaşım benimsenmiştir.
1997	Kyoto Protokolü	Küresel ısınma ve iklim değişikliği ile ilgili mücadeleye yönelik uluslararası bir çerçevedir. Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi kapsamında imzalanmıştır.

Kaynak: Tokgöz ve Önce, 2009, s. 260-261.

Sürdürülebilirlik kavramı ilk defa Haziran 1972'de İsveç'te Stockholm'de gerçekleştirilen Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Konferansı'nda gündeme gelmiş (Pelit, Baytok ve Sobalı, 2015, s. 4), 1987 yılında BM genel kurulunda Brutland Raporu olarak da bilinen rapor ile Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından tanımlanmıştır (Engin ve Akgöz, 2013, s. 87). Brutland Raporunda genel olarak giderek artan nüfusun kontrolü, kaynak kullanımındaki eşitliğin sağlanması, yoksulluğun önlenmesi ve çevreye zarar veren teknoloji ve uygulamalardan

vazgeçilerek yeni teknolojilerin geliştirilmesi ile sürdürülebilir kalkınma ilkesini ilişkilendirmektedir (Tıraş, 2014, s. 63).

1992 yılında Brezilya'nın Rio de Janeiro şehrinde gerçekleştirilen Rio Konferansına 178 ülkenin devlet ve hükümet başkanlarının katılmış, bir yıl sonra ise Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Komisyonu kurulmuştur. Dünyayı daha sürdürülebilir hale dönüştürmek için Gündem-21 (Agenda 21) olarak isimlendirilen uluslararası bir konsensüs ile Birleşmiş Milletler (BM) Genel Kurulunda kabul edilen 44/228 kararı, sürdürülebilir kalkınma kavramını kapsayan en geniş doküman olma özelliğini taşımaktadır ve pek çok belge ve anlaşmaya da referans durumundadır (Gönel, 2002, s. 2).

Gündem 21 sanayi devrimiyle birlikte günümüze kadar doğa-çevre ve insanlığın pek de önemsenmeksizin uygulandığı iktisadi ve teknolojik faaliyetlerin uluslararası ölçekte gözden geçirilerek dönüştürülmesi üzerine odaklanmıştır. 1996 yılında Wackernagel ve Rees tarafından Ekolojik ayak izi, sürdürülebilirliğin başlıca göstergesi olarak ilan edilmiş ve ekonomik, sosyolojik ve gelişim literatürlerinde dikkate değer bir muamele görmüştür (Wackernagel ve Rees, 1996). Bu gösterge mevcut teknoloji ve kaynakların yönetimiyle, tüketilen kaynakların üretimi ve üretim esnasında ortaya çıkan atıkların yok edilmesi için gereken verimli toprak ve su alanını küresel hektar (kha) cinsinden ifade etmektedir (Koru, 2012, s. 14). Yani, ayak izi, doğal rejeneratif ve metabolik düzeltmeler yoluyla, insan kaynaklı çevresel talepleri sürdürülebilir kılmak için ne kadar biyolojik kapasiteye ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir. Bu önlemin kullanılması, araştırmacıların, bir ulusun nüfusunun çevre üzerindeki baskısını, tüketim ve üretim faaliyetlerine hizmet etmek için doğal kaynak talepleri açısından ayırt etmesini sağlar.

Küresel ısınma ve iklim değişikliği konusunda mücadeleyi sağlamaya yönelik 1997 yılında Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve uluslararası bir çerçeve anlaşması olarak Kyoto Protokolü imzalanmış, 2005'te yürürlüğe girmiştir. Kyoto Protokolünün amacı, atmosferdeki sera gazı yoğunluğunun, iklime tehlikeli etki yapmayacak seviyelerde dengede kalmasını sağlamaktır (Tokgöz ve Önce, 2009, s.261).

Yakın zamanda sürdürülebilirlik alanındaki bir çok araştırmacı, yeryüzündeki ekolojik sınırlar içerisinde yaşamı sürdürebilmek için, üretim ve tüketim sistemlerini

yeniden düşünmek ve yayılcı bir ekonomik modelin yerine daralma ve yakınlaşmaya dayalı bir ekonomi modeline geçişe ihtiyaç duyulacağını savunmaktadır. Bu savunma ile kaynak kullanımının adil bir şekilde dağıtılması için, gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomilerin büyüebilmesinin gelişmiş batılı ekonomilerin tüketimlerini kısıtlamasına bağlı olacağını öngörmektedir (Doyle, 2013,s. 31).

Ülkemizde ise çevre ile ilgili ulusal ve uluslararası faaliyetlerle uğraşmak için 1978 yılında Başbakanlık Çevre Müsteşarlığı kurulmasıyla birlikte, çevre korunması için çok sayıda kanun, tüzük ve yönetmelik yürürlüğe girmiş, T.C. 1982 Anayasası'nın kabulü ile çevre koruma kavramı ilk kez anayasada yer almıştır. Anayasada çevre sağlığı ve önemi vurgulanmış olmasına rağmen, çevrenin hukuken korunan alanı belirtilmemiş, ideal çevrenin unsurlarına yer verilmemiştir. Sürdürülebilir kalkınma ilkesinin de 1982 Anayasası'nda açıkça ifade edilmediği görülmektedir (Özmehmet, 2008, s. 16).

2.4. Sürdürülebilir Tüketim Kavramı

Sürdürülebilir tüketim, kitlesel tüketimin ve sürekli yüksek seviyeli ekonomik büyümenin zararlı çevresel ve sosyal sonuçlarıyla ilgili artan endişeye tepki olarak ortaya çıkan teorik bir kavramdır.

Tüketici tarafından bakıldığında 21. yüzyılda hızla gelişen teknoloji ve üretim imkanlarının bir taraftan, doğal kaynakları azaltması, çevreye verilen tahribatı artırması, insanlığın bu durumdan gittikçe zarar görür hale gelmesi ile birlikte tüketicileri sosyal konulara daha duyarlı hale getiren iletişim kanalları sayesinde çevre bilinci artmış ve tüketiciler tercihlerini, doğa ve insanlığa zarar vermeyen ürün ya da hizmetlere kaydırmaya başlamışlardır (Ergen, 2014, s. 8). Tüketicilerin; doğal kaynakların, atık salınımlarının ve çevreye zarar verici maddelerin kullanımını en aza indirerek temel gereksinimleri karşılamayı amaç edinen ve gelecek kuşakların gereksinimlerini de dikkate alınarak, daha iyi bir yaşam kalitesi sunan mal ve hizmetlerin kullanımı olarak tanımlanabilen sürdürülebilir tüketim kavramı, sadece çevresel kaygılara değil, doğal kaynakların korunması, yoksullukla mücadele, endüstriyel verimlilik, ekonomik kalkınma, sağlık, eğitim ve yaşam kalitesi gibi çok farklı alanlara hitap eden bir yaklaşımdır (Karalar ve Kiracı, 2011, s. 65). Ancak bu yaklaşımın önemine rağmen, bu konuda yeni modellerin geliştirilmesine odaklanan veya özellikle gelişmekte olan piyasalardaki vaka analizlerinin ve çalışmaların yer

aldığı çok az araştırma bulunmaktadır (Tseng vd., 2016, s. 257). Bu nedenlerden dolayı, artan tüketimin yarattığı güçlerin anlaşılmasına ve daha istikrarlı ve sürdürülebilir tüketim seviyelerine götürebilecek politikalar ve programlar geliştirmeye yardımcı olacak faydalı ve kapsamlı teorik çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

Günümüzde tüketim sadece özel ihtiyaçlarını karşılamakla kalmayıp, sosyal adaleti ve çevresel unsurları da dikkate aldığı gibi tüm bunların da ötesine geçmektedir (Power ve Mont, 2010, s. 2583). Amerikan Pazarlama Birliğine göre tüketim özgür insanın isteklerini karşılamada malların veya hizmetlerin doğrudan ve nihai kullanımı olarak tanımlanmıştır. Dolayısıyla sürdürülebilir tüketim, insanların dünya genelindeki temel ihtiyaçlarını karşılarken sosyal açıdan eşitlikçi ve ekonomik olarak uygulanabilir nitelikte, çevrenin üzerinde asgari düzeyde etkisi olan malların ve hizmetlerin tüketimi” şeklinde tanımlanabilir. Sürdürülebilir tüketim, bireylerden hükümetlere ve çok uluslu holdinglelere kadar her kesimi, tüm kesimleri ve tüm ulusları hedef alır (Sharma ve Rani, 2014, s. 369).

Tüketimin toplumsallaşması, sosyal yaşamın ayrılmaz parçası ve tamamlayıcısı haline gelmesi, sürekli değişen ve sonsuz ihtiyaçların sosyo-ekonomik düzen ve ilerlemenin için büyük bir gereklilik haline gelmesi ve insanların tüketimden mutluluk arar haline gelmesi ile tüketim davranışları, çevre üzerinde olumsuz etkiler yaratmaktadır (Örten, 2009, s. 197). Tüketim kültürüne yönelik uzunca bir soyut eleştiri sonrasında, tüketim sosyoloji açısından ciddi bir biçimde ele alınmış buna rağmen, çıkan tüketim sosyolojisinde henüz çevresel konulara yer verilmemişti. Sonraları çevre sosyolojisinde, tüketim davranışı ve yaşam biçimlerinin incelenmesi birçok durumda ampirik araştırmacıların ilgisini çekmiş, teorik olarak insanın sosyal psikolojik modelinin bir varyantından esinlenir olmuştur. Bu davranış, daha kapsamlı bir çevre bilinci veya farkındalığı için göstergeler olarak kullanılan çok sayıda ayrı konu ve durum açısından irdelenmektedir (Spaargaren, 2003, s. 688).

21. yüzyıla kadar araştırmacılar ve yazarlar tüm dünyayı ilgilendiren ve gündemi meşgul eden çevre sorunlarının tüketim kaynaklı değil de üretim ile ilişkili olduğunu savunmuşlardır. Ancak günümüze kadar gelen süreçte büyük bir hızla artan çevre felaketleri ve aşırı tüketime dayalı kültürün ivme kazandırdığı toplumsal, çevreyle ilgili ve ekonomik deformasyonlar, ilgi odağını üretimden tüketime doğru

yönlendirmiştir (Doğan vd., 2015, s. 661). 'Tüketim' ile birlikte 'üretim' ve 'nüfus', küresel çevre değişiminin başlıca nedenlerinden biri olarak öne sürülmektedir ve sürdürülebilir kalkınma paradigmasında temel bir kavram haline gelmiştir. Sürdürülebilir kalkınma ağırlıklı olarak gelecek kuşakların gereksinimlerini karşılama yeteneğinden ödün vermeksizin, insanların ihtiyaçlarını karşılayan ekonomik ve sosyal gelişme olarak tanımlanmaktadır ve bu tanım içeriğinde sürdürülebilir tüketimi barındırmaktadır.

1994'deki Oslo sempozyumunda sürdürülebilir tüketim, “Mal veya hizmetin ömrü boyunca doğal kaynakların, toksik materyallerin, atık emisyonlarının ve çevreyi kirletici maddelerin kullanımını en aza indirgeyerek, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını tehlikeye atmadan temel ihtiyaçlara cevap veren ve daha iyi bir yaşam kalitesi getiren malların ve hizmetlerin kullanılması” şeklinde tanımlanmıştır. Bu tanıma göre sürdürülebilir tüketim, temel ihtiyaçları karşılamak ve yaşam kalitesini iyileştirmek için gerekli malların ve hizmetlerin, tüketimin çevresel etkisini azaltacak yollarla nasıl sağlanabileceğini yordayarak, ekonominin talep tarafına odaklanmaktadır. Sürdürülebilir tüketim genel olarak gelecek nesillerin ihtiyaçlarını da göz önünde bulundurarak, temel ihtiyaçları ve yaşam kalitesini karşılayan malların ve hizmetlerin tüketimi olarak tanımlanmaktadır. Bu geniş tanım, yalnızca özel tüketicilerin değil, aynı zamanda kurumlar (işletmeler ve kuruluşlar) tarafından tüketimi de kapsar. Burada ifade edilen doğadan kaynaklara el konulması değil, aynı zamanda son tüketimin de sürdürülebilir tüketim kapsamı dâhilinde olmasıdır (Mont ve Bleischwitz, 2007, s. 62).

Sürdürülebilir tüketim herkesin tüketilen mal miktarını hızla azaltması, kullanılan malların ömrünü uzatması ve israfı azaltmasını gerektirmektedir. Bununla birlikte, etik ilkelere dayalı değerlerin ve seçimlerin de sürdürülebilirlik kavramının kaçınılmaz bir parçası olduğu unutulmamalıdır. Genel olarak, uzun vadedeki çevresel kaygı, sürdürülebilirlik konusundaki tüm kavramların merkezi bir parçasıdır. Tarif edilen uzun vadedeki kaygı, gelecek nesillerin refahı için endişe anlamına gelir ve gelecek nesillerin refahına verilecek ağırlık da bir değer meselesidir (Kidd, 1992, s. 213). Ancak, tüketim alışkanlıklarını değiştirmek oldukça zordur, çünkü sürdürülebilir tüketim davranışını yaygınlaştırmak için bireylerin kendi değer ve davranışlarını değiştirmeleri yeterli değildir. Sürdürülebilir tüketim davranışlarının geliştirilmesi ve toplumda yaygınlaştırılması için gerekli koşulların sağlanmasında hükümetler ve sivil

toplum örgütlerinin yanı sıra birçok farklı kuruluşa yine birçok farklı görev düşmekte ve çevreyle ilgili tüketici odaklı politikalar oluşturmada rollerin ayrıntılı olarak tanımlanması gerekmektedir (Örten, 2009, s. 198).

Sürdürülebilir tüketimin sağlanması için tüketimin azaltılması çok çeşitli önlemler ve girişimler gerektirmekte ve bu konuda birçok farklı aktör bulunmaktadır. Ropke ekonomik alanla ilgili önlem ve girişimler açısından şu önerileri sunmaktadır (Ropke, 1999, s. 417-418):

1. Göreceli fiyatları değiştirmek için ekolojik bir vergi reformu uygulayın.
2. Vergi ve / veya reklam kısıtlaması. Ticari televizyonu kısıtlayın.
3. Ticari olmayan kamusal alanlar oluşturun.
4. Mağazaların kurulmasını ve mağazaların çalışma saatlerini kısıtlayın.
5. Kredi ve kiralama-satın alma sistemlerine sınırlamalar koyun.
6. Özel tüketim pahasına kamu tüketimini teşvik edin.
7. Demokratik karar alma mekanizmasının daha da geliştirilmesini destekleyin, böylece tüketici olarak daha az karar alınırken vatandaş olarak daha fazla karar alınabilir.

Bu önlemlerin yanında bireyler de kendi tüketim ihtiyaçlarını karşılarken, eylemlerinin çevresel etkilerini de hesaba katmalıdır (Hobson, 2002, s. 96). Bu açıdan bakıldığında sürdürülebilir tüketim, yaşam tarzı uygulamalarının 'rasyonelleştirilmesi' olarak karşımıza çıkmaktadır. Hobson (2002, s. 97), sürdürülebilir tüketime dayalı yaşam tarzı uygulamalarının 'rasyonelleştirilmesi' ve daha etkin hale getirilmesi için bunların, ekolojik modernizasyonun bir parçası olarak araçsal rasyonalite mantığına göre şekillendirilmesinin gerektiğini ifade etmiştir.

Sürdürülebilir tüketimdeki yeterlilik ve etkinlik yollarının ikisi de, bir şekilde ihtiyaçlara odaklanmaktadır. Yeterlilik yaklaşımı, bireylerin temel ihtiyaçlarına daha fazla odaklanmasını ve tüketimin önceliğini vermesini vurgular. Verimlilik yaklaşımı ise, daha düşük kaynak tüketimi düzeyinde ürünler ve hizmetler için belirli bir talep sağlamaya çalışmanın altını çizer. Bu durum aynı zamanda, farklı bölgeler, sosyo-ekonomik gruplar ve manevi yönelimler için farklı olan gerçek yaşam koşullarıyla da ilgilidir (Hofstetter, Madjar ve Ozawa, 2006, s. 107).

Hofstetter, Madjar ve Ozawa (2006, s. 107), daha sürdürülebilir bir tüketim için önerdikleri modellemede en az iki sürücünün (i) sosyal ve kültürel boyutlar dikkate

alınarak ihtiyaçların karşılanma derecesi ve (ii) Yaşam kalitesi ve öznel refah düzeyinin yakalanması gerektiğini belirtmişlerdir.

Daha önceki araştırmacılar tarafından sürdürülebilir tüketim davranışına ilişkin birçok teori ve model üzerinde çalışmalar yapılmıştır. Çevresel Davranışlar üzerine geçmiş araştırmalarda çevreci davranışların öncelikle çevreye özgü değerler / tutumlar, algılanan davranış kontrolü ve normlardan etkilendiğini göstermektedir (Hines, Hungerford ve Tomera, 1986, s. 2). Özellikle, fedakar değerler ve algılanan tüketici etkinliği, geçmiş araştırmalarda sürdürülebilir tüketim davranışlarının önemli belirleyicileri olarak tanımlanmıştır. Benzer şekilde, tüketim davranışlarının bir belirleyicisi olarak materyalizm üzerine (Richins ve Dawson, 1992; Burroughs ve Rindfleisch, 2002) ve sürdürülebilir davranışlar bağlamında farkındalık oluşturmaya dair araştırmalar bulunmaktadır (Ramsey, 1993; Starrett, 1996; Kim ve Damhorst, 1998; Scott, 1999; Meyers, 2006). Tüketimin ekolojik ve toplumsal etkileri gerçekleştiğinden beri, çok sayıda yazar, çevresel önleyici tüketim davranışlarının güncel trendlerini ve biçimlerini incelemek üzere tüketicilerin profilini çizmeye ve farklı ölçekler geliştirmeye çalışmıştır. Bu çalışmalardan bazıları tablo 4'te verilmiştir:

Tablo 4. Çevresel Tüketim Davranışlarına Yönelik Çalışmalar

Toplumsal olarak bilinçli tüketici (Anderson and Cunningham, 1972)	Bu çalışma tipolojik olarak toplumsal bilinçli tüketicileri sınıflandırmakta ve toplumsal bilinç derecesini ayırt etmede demografik ve sosyopsikolojik değişkenlerin görece duyarlılığını değerlendirmektedir. Araştırma ortaya çıkan sosyal olarak bilinçli tüketici imajı, göreceli olarak yüksek mesleki kazanım ve sosyo-ekonomik statüye sahip bir orta yaş öncesi erişkin imajıdır.
Sorumlu Tüketim Teorisi İçin Kriterler (Fisk, 1973)	Sorumlu tüketim teorisi için kriterler sunan çalışma artan çevresel kısıtlamaların çözümüne yönelik hareketi vaat eden bir pazarlama politikası rehberi sunmaktadır.
Ekolojik Pazarlama (Henion, 1976)	Ekolojik pazarlama, pazarlama faaliyetlerinin kirlilik, enerji tükenmesi ve enerji dışı kaynak tükenmesi üzerindeki olumlu ve olumsuz yönlerinin incelemesini kapsamaktadır.

Tablo 4'ün devamı.

Norm-aktivasyon Kuramı (Schwartz, 1977)	Kişisel normların (niyetlerin) iki öncül değişken tarafından harekete geçirildiğini göstermektedir: eylemlerin sonuçlarının bilinmesi ve kişisel sorumluluklarının üstlenilmesi.
Sebepli Eylem Teorisi (Ajzen ve Fishbein, 1980)	En iyi bilinen sosyal psikolojik tutum-davranış modellerinden olan Mantıksal Eylem Teorisi, davranışsal niyetle ilgili normatif sosyal etkileri birleştirmektedir.
Tutum Davranışı Bağlamı (ABC) Teorisi (Stern ve Oskamp, 1987)	Çevreye duyarlı davranış için bir tür saha teorisi geliştirmişlerdir. Davranış, 'iç' tutumsal değişkenleri ve 'dışsal' bağlamsal faktörlerin etkileşimli ürünüdür.
Planlı Eylem Teorisi (Ajzen, 1991)	Bireyin algılanan kontrolünü, davranışlarının sonuçları üzerine dahil eder.
Değer-İnanç-Norm Teorisi (Stern vd., 1999)	Tüketim tercihinin hem içsel hem de dışsal boyutlarını yakalayabilecek tutarlı tüketici modelleri oluşturmak için bazı iddialı girişimlerde bulunmuştur. Schwartz Norm Aktivasyon teorisini değerler, inançlar, tutumlar ve normlar arasında daha açık bir ilişkiyi içerecek şekilde ayarlamıştır.

Aşağıda yakın zamanda sürdürülebilir tüketim konusunda yapılan çalışmalara yer verilmiştir.

Dermody vd. (2015, s. 1472), kavramsal modellerini; materyalizm, çevresel kaygı, sosyal tüketim motivasyonu, çevresel kimlikler ve sürdürülebilir tüketim davranışları üzerine kurmuşlardır. Çalışmalarından elde ettikleri bulgulara göre, çevreci kimliklerin kısmen veya tamamen, materyalizm, çevresel endişe, sosyal tüketim motivasyonu ve sürdürülebilir tüketim davranışları arasındaki ilişkilere aracılık ettiğini ortaya koymuşlardır. Araştırma sonuçlarına göre önemli kültürel farklılıklar da ortaya çıkmıştır; örneğin, materyalizmin Çinli tüketicilerin sürdürülebilir tüketimine olan olumlu etkisi Batı kanıtlarına aykırıdır.

Biswas ve Roy (2015, s. 463), “Yeşil ürünler: Doğu'nun gelişmekte olan ekonomilerinde tüketici davranışları üzerine bir çalışma” konulu çalışmalarında Güneydoğu Asya'nın gelişmekte olan büyük ekonomisi Hindistan bağlamında çevre

kaygısı ile tüketicilerin çevreci ürün satın alma tercihleri arasındaki ilişkiyi anlamaya çalışmaktadır. Sonuçlar, fiyat hassasiyetinin seçim tercihinin bakılmaksızın yüksek olduğunu göstermektedir. Egemen faktör olan sosyal değer parametresi, sürdürülebilir tüketim davranışının benimsenmesini etkilemektedir.

Wu, Zhou ve Song (2016, s. 147), “Çin’de Sürdürülebilir Tüketici Davranışları: Midwest Bölgelerinden Deneysel Bir Analiz” başlıklı çalışmalarında sürdürülebilir tüketici davranışı kavramını açıklığa kavuşturmak, bu davranışları etkileyen bir dizi önemli değişkenleri belirleme ve sürdürülebilir tüketim davranış modelini oluşturmayı amaç edinmişlerdir. Analiz sonuçlarına göre, sürdürülebilir tüketici davranışının iki tip tutum, iki tip bilgi ve beceri, yaşam değerleri, yaş, cinsiyet vb. değişkenlerden etkilendiğini ortaya koymuştur.

Sürdürülebilir üretim ve tüketim girişimlerinin benimsenmesiyle ilgili engelleri belirlemeyi ve değerlendirmeyi amaçlayan çalışmalarında Luthra, Mangla, Xu ve Diabat (2016, s. 348), 'Hükümet desteği ve politikaları' ile ilgili engeller kategorisinin, diğer engeller arasında en büyük önemi taşıdığı sonucuna ulaşmışlardır.

Quoqub ve Mohammad (2016, s. 224), çalışmalarında şu soruları cevaplamayı amaçlamaktadır: (i) Sürdürülebilir tüketim, geleneksel tüketim görüşüne göre nasıl değişir? (ii) Sürdürülebilir tüketimle ilgili kararlar nelerdir? ve (iii) Sürdürülebilir tüketim uygulamalarını benimsemenin önündeki engeller nelerdir? Araştırma sonucunda sürdürülebilir tüketimin, beş temel ilkeye, yani temel ihtiyaçları karşılama amaçlı bilinçli girişimlere, harcamalarda ıımlılığa, materyalizmden ziyade kaliteli yaşama odaklanmaya, gelecek nesilleri önemsemeye ve çevresel sonuçlara dikkatin çekilmesine yoğunlaştığı vurgulanmaktadır. Araştırmacılar özellikle gelişmekte olan ülkeler bağlamında, gelecek araştırmacıların sürdürülebilir tüketim konusunda daha fazla çalışma yapmaları konusunda öneri sunmaktadırlar. Bunun nedeni, gelişmekte olan ülkelerde sürdürülebilir tüketim anlayışının gelişmiş ülkelere göre farklılık gösterebilmesidir.

Erten (2002), araştırmasında kız ve erkek öğrencilerin enerji tasarrufu yapma davranışlarında planlı davranış teorisi değişkenleri olan tutum, öznel norm, algılanan davranış kontrolü ve davranışa yönelik amaç(niyet) açısından farklılık olup olmadığını belirlemeyi amaç edinmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, enerji tasarrufu yapma niyetini etkileyen öznel norm boyutu için, kız öğrenciler ile erkek öğrenciler açısından

farklılık saptanmıştır. Kız öğrencilerin kendileri için önemli olan kişilerin istekleri ve beklentileri doğrultusunda davranış sergilemeye erkeklere göre daha yatkın oldukları ifade edilmiştir. Varsayılan Davranış Kontrolü değişkeninin evde tasarruf yapma davranışına yönelik niyetlere etkisinin erkek öğrencilerde kız öğrencilere göre daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmacılar kız öğrencilerin, evde enerji tasarrufu yapma ile ilgili olarak kendi yeterliliklerine erkek öğrencilerden daha az güvendiklerini ortaya koymuşlardır.

Hayta (2009), tarafından yapılan araştırmada çevre duyarlılığı, çevreye zarar vermeyen ürünlere yönelik ilgi, yerel ekonomiyi destekleme gibi sürdürülebilir tüketimle ilgili bilincin yüksek olduğu ancak tüketicilerin bu bilinci yaşam ve davranışlarına yansıtmadığı vurgulanmıştır.

Karalar ve Kiracı (2011), sürdürülebilir tüketim davranışını belirleyen etkenleri belirlemek üzere yaptıkları çalışmada, Schwartz'ın Değerler Listesi çerçevesinde, öğretmenlerin sürdürülebilir tüketim davranışını etkileyen bireysel değerleri incelemiştir. Araştırma sonunda bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışını sergileme sıklığının beklenen düzeyde gözlenmediği sonucuna ulaşılmıştır.

Almaçık (2010), üniversite öğrencilerinin çevreci davranışa yönelimlerinin demografik özelliklerine göre değişip değişmediğini belirlemek üzere yürüttüğü araştırmasında, yaş ilerledikçe çevre dostu davranış eğiliminin artacağı, kadınların çevreci davranış eğiliminin erkeklerden daha yüksek olduğu, il merkezinde yaşayanların köyde yaşayanlara göre daha çevreci davranışlara yöneldikleri sonucuna ulaşmıştır.

Korkmaz ve Sertoğlu (2013), genç tüketicilerin sürdürülebilir gıda ürünleri satın alma davranışlarını tahmin etmek üzere planlı davranış teorisi değişkenlerinin yanı sıra güven ve kişisel değer değişkenlerini de dikkate alan bir çalışma ile literatüre katkıları sunmuşlardır. Elde ettikleri sonuçlara göre, tüketicilerin sürdürülebilir gıda ürünlerini tüketme sıklıkları düşük olmasına rağmen, bu ürünlere karşı çok da ilgisiz olmadıkları sonucuna ulaşmışlardır. Katılımcılar bu tür ürünlerin farkındadır ancak, çok sık satın almamaktadır. Araştırma değişkenlerinden tutum, sosyal norm ve algılanan tüketici etkinliği ile niyet arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişkinin varlığı sonucuna ulaşılmıştır. Tutum, davranışsal niyetin en önemli belirleyicisi olarak gözlenmiştir. Sosyal normlar ve algılanan elde edilebilirlik değişkenlerinin ise niyet

üzerinde bir etkisinin bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmada ayrıca güven kavramı da planlı davranış teorisi değişkenlerine dâhil edilmiştir. Yüksek güvene sahip katılımcıların niyetlerinin güven düzeyi düşük olanlardan daha fazla olduğu vurgulanmıştır.

Özdemir (2013) tarafından kadın tüketicilerin giysi satın alma ve kullanım sonrasındaki davranışlarında bireysel değerlerin sürdürülebilir tüketime olan etkisinin belirlenmesinin amaçlandığı araştırmada, iyilikseverlik ve evrenselcilik değerlerinin, güç-başarı ve hedonizm değerlerinden daha fazla önemsendiği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma sonucuna göre yüksek hazcılık değeri taşıyan bireyler daha fazla giysi satın alma davranışında bulunurken evrenselcilik değeri yüksek bireylerin daha az giysi satın aldıkları vurgulanmıştır. Araştırmada çevreci eğilim ile en yüksek ilişki evrenselcilik değer tipi arasında gözlenmiştir.

Aksu ve Gelibolu (2015), Üniversite çalışanlarının sürdürülebilir tüketime yönelik tutumlarının belirlenmesine yönelik sürdürdükleri çalışmalarında, tüketicilerin sürdürülebilir tüketime yönelik görüşlerini belirlemek üzere; çevresel değer, çevre bilinci, çevresel yetkinlik ve çevresel önem boyutlarını kapsayan bir araştırma modeli üzerinde durmuşlardır. Söz konusu araştırmada değinilen bu değişkenlerin demografik bazı değişkenler açısından incelemesine yer verilmiştir. Araştırmacılar, araştırma sonuçlarına göre gelirin sürdürülebilir tüketimi etkilediğini, çevresel değer boyutunda lisansüstü eğitime sahip katılımcıların daha olumlu tutumlara sahip olduklarını ifade etmişlerdir.

Yay ve Çalışkan (2016), müşterilerin çevreci otel restoranlarında yemek yeme niyetini belirlemek için Planlı Davranış Teorisinden yararlanmışlardır. Araştırma sonucunda, tutum, öznel norm ve Algılanan davranışsal kontrolün çevreci restoranda yemek yeme niyetini etkilediği ifade edilmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

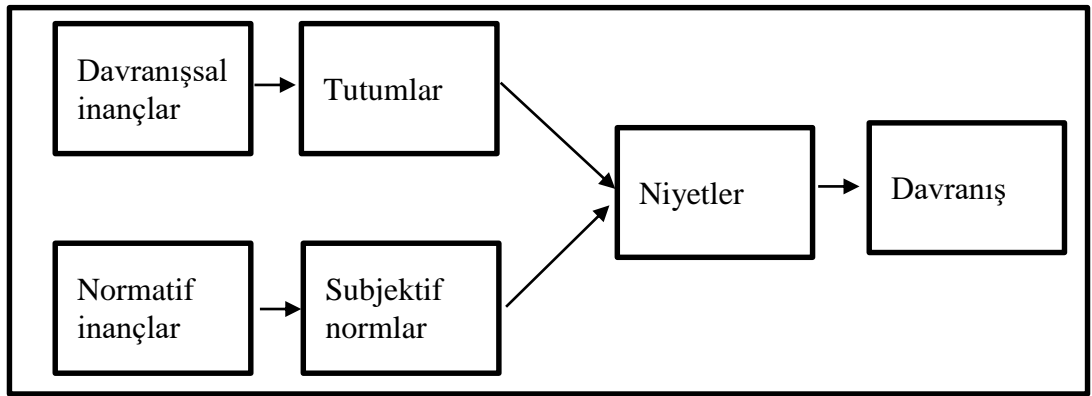
PLANLI DAVRANIŞ TEORİSİ

İnsanların kendi kendine kontrol edebildikleri tüm davranışları açıklamaya yönelik olarak yapılandırılan Planlı Davranış Teorisi, bir bireyin belirli bir zamanda ve yerde davranışa girme niyetini öngörmek için Sebepli Eylem Teorisi olarak başlamıştır.

3.1. Sebepli Eylem Teorisi

İlk defa Fishbein ve Ajzen (1977, s. 918) tarafından ortaya atılmış olan Sebepli Eylem Teorisi, beklenti değeri modellerinden en iyilerinden biri olarak bilinmektedir. Sebepli eylem teorisi tutumları, öznel normları, davranışsal niyetleri ve davranışları sabit nedensel bir sırayla birleştiren bir tutum-davranış ilişkileri teorisidir. Davranış doğrudan niyetin bir fonksiyonu olarak görülmektedir ve bu da sırasıyla tutum ve öznel normun bir fonksiyonudur. Davranışın gerçekleştirilmesine yönelik tutum, bireylerin inançlarının ve bu inançların değerlendirilmelerinin toplamı olarak kabul edilir. Normatif etkilerin sübjektif algısı, söz konusu davranışı gerçekleştirme veya gerçekleştirmemesi gerektiği yönündeki önemli kişilerin düşüncelerine yönelik bireyin inançlarının bir özetidir; ve bu başkalarına uyma motivasyonlarını içerir.

Sebepli eylem teorisinin spesifik hipotezleri, aşağıda şematik olarak sunulan yapısal bağlarla gösterilebilir.



Şekil 7. Sebepli Eylem Teorisi

Şekil 7’de görüldüğü üzere okların hepsi tek yönlüdür, okların yönündeki nedensel yolları temsil eder. Sebepli eylem teorisi, bir bireyin belirli bir davranış üzerinde istekli bir kontrolü varsa, davranışları gerçekleştirme arzusu olarak

tanımlanan niyetlerin bu davranışın tek doğrudan belirleyicisi olduğu öncülüyle başlar. Yani, insanların niyetinde olanları ya da yapmak istediklerini yaptıkları tahmin edilir. Bir bakıma, davranışların tahmin edilmesinin gerçekten zor olmadığını önermektedir. Bir kişinin her hangi bir şeyi alıp almayacağını tahmin etmek için, yapılacak en kolay ve en etkili şey, niyetinde olup olmadığını sormaktır (Fishbein, 1979, s. 67).

Niyet-davranış tahmini, söz konusu davranışın istenildiği gibi yapılabileceği varsayımlarına dayanır (diğer bir deyişle davranışlar isteyerek kontrol edilir) ve insanlar akılcıdır ve yaptıklarını söyleyeceklerini yapacaktır. Sebepli eylem teorisi, davranışı basitçe tahmin etmeyi değil, niyetlerin belirleyicilerini analiz etmeyi içerir (Fishbein, 1979, s. 67). Şekil 7'de modelin soluna doğru hareket edildiğinde niyetlerin, kişisel (tutum) ve diğer sosyal etkileri (öznel normlar) yansıtan iki motivasyonel yapı tarafından belirlendiği varsayılmıştır. Tutumlar kişinin davranışları gerçekleştirme konusundaki olumlu ya da olumsuz değerlendirmelerini ifade eder. Öznel normlar, kişinin davranışı gerçekleştirmek için algılanan toplumsal baskıya ilişkin bir kararı temsil eder.

Niyetlerin tahmininde tutumların ve öznel normların görelî katkısı davranışlar ve bireyler arasında farklılık gösterse de, bu iki değişken, niyetlerin yeterli öngördürücüleri olarak tanımlanmaktadır. Tutumların ve öznel normların motivasyonel yapısı, sırasıyla, davranışın yürütülmesi ile ilgili göze çarpan inançların bir fonksiyonudur. Niyetlerin ikinci belirleyicisi, öznel normlar, söz konusu davranışı gerçekleştirmeye ilgili normatif inançların bir fonksiyonudur. Her normatif inancın iki bileşeni vardır. Beklenti bileşeni, kişilerin davranışı ile ilgili, referans kişilerin davranışları gerçekleştirmesi veya gerçekleştirmemesi konusunda baskı uyguladığı yönündeki inanç düzeyini, değer bileşeni ise her yönlendirene uyma motivasyonunu temsil eder. Son olarak demografik özellikler ve kişilik özellikleri gibi diğer değişkenler modelin en uç soluna yerleştirilir ve dış değişkenler olarak kabul edilir. Bu tür değişkenlerin tutum, öznel normlar, niyetler ve davranışın, yalnızca inanç düzeyi yapılarıyla bağlantılı olması beklenmektedir (Ajzen ve Fishbein, 1980, s. 6). Diğer bir deyişle, inanç düzeyi değişkenlerinin, dış değişkenlerin modeldeki diğer teorik yapılar üzerindeki etkilerine aracılık ettiği varsayılmaktadır. Özetle, sebepli eylem teorisinin temel amacı öncelikle davranışları niyetlerle öngörmektir. Niyetler ve davranışlar arasında bir bağlantı kurulduktan sonra, bir sonraki adım niyetlerin belirleyicilerini açıklamaya çalışmaktır.

Bu iki yapının belirleyicilerini anlama, davranış tahminini arttırmaz (Fishbein, 1979, s. 69). Çünkü inançların evrensel tahmini sınırlıdır ve hedef nüfusta belirgin görülen inançlara müdahale etme şansı zayıftır (Fishbein, 1979, s. 70).

Davranışın irade kontrolü altında olduğu varsayıldığında, bu tahmin aşağıdakilerle sınırlıdır (Fishbein, 1979, s. 70):

1.Niyet ve davranış ölçümünün uyuşması;

2.Niyetlerin ölçülmesi ile davranış gözlemi arasında geçen süre; bu gecikme arttıkça niyetler değişebilir ve

3.Öngörülemeyen olaylar (örn., hastalık, yaralanma) davranışların takip edilmesini önler.

Araştırmacıların bir kısmı modelin, niyetin kuvvetli bir öngördürücüsü olduğunu fakat gerçek davranışların öngördürücüsü olmadığını belirtmişlerdir (Bagozzi ve Warsaw, 1990, s. 127; Boyd ve Wandersman, 1991, s. 1830; Vallerand ve diğerleri, 1992, s. 109). Bunun yanında bazı araştırmacılar da, niyetin aslında davranışın etkili bir öngörücüsü olduğunu ortaya koymuşlardır (Ajzen and Fishbein 1980, s. 260; Manstead, Proffitt ve Smart, 1983, s. 670).

Sebepli eylem teorisi aynı zamanda, yalnızca ve tamamen isteğe bağlı denetim altında olan davranışlara uygulanması temelinde de eleştirilmiştir. Zaman, fırsat ve başkalarına bağımlılık gibi durumsal olan faktörler, bir kişinin belirli bir davranış göstermesine bağlı olarak kontrolünü de etkileyebilir. Bireylerin, bu çeşitli iç ve dış etkenleri kontrol edebildiklerini düşündükleri derecede, davranışları üzerinde kontrol (Algılanan davranış kontrolü) algırlar ve niyetlerini takip etmeleri önerilir. Algılanan davranışsal kontrol kavramı, Ajzen (1985, s. 38) tarafından gerekçeli eylem teorisinin temel çerçevesine eklenmiştir. Bu teorik uzantıya planlı davranış teorisi denir (Smith, 1994, s. 22).

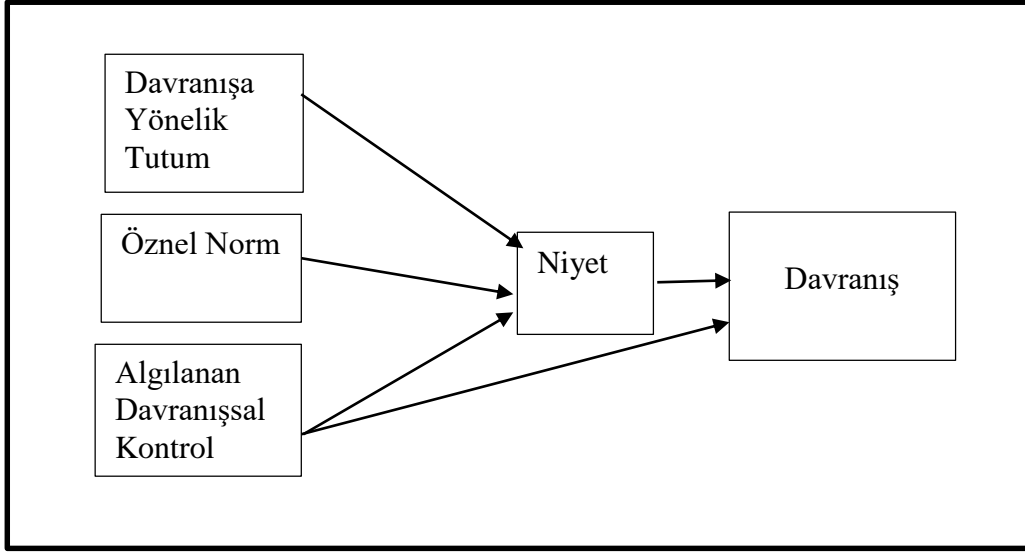
3.2. Planlı Davranış Teorisi

Planlı davranış teorisine göre, davranış bir birey tarafından gerçekleştirilen belirli bir eylem olarak tanımlanır (Ajzen, 1991, s. 188). Ajzen (1985, s. 38) mevcut Sebepli Eylem Teorisi yapısına davranış kontrolü için bir ölçü ekleyen Planlı Davranış Teorisini tanıtmıştır. Tanıtılan “Planlanmış Davranış Teorisi” algılanan davranış kontrolü değişkeni eklenerek genişletilmiştir. Algılanan davranışsal kontrol sebepli

eylem teorisine eklenerek, belirli bir davranışı gerçekleştirme kabiliyetine etki edebilecek olan zaman, yetenek, fırsat ve beceri gibi unsurların ele alınmasına imkan sağlanmıştır. Algılanan davranış kontrolünün eklenmesi, sebepli eylem teorisinin tamamen bireyin kontrolü altında olmayan davranışları içerecek şekilde genişletilmesi için tasarlanmıştır. Sebepli eylem kuramının yapıları ve yapısal bağlantıları bozulmadan tutulmuştur ve algılanan davranış kontrolü teorik çerçeveye eklenmiştir. Yalnızca bir kişinin kontrolü altındaki davranışlar için kullanılan sebepli eylem teorisinin aksine, Planlı Davranış Teorisi, istemli kontrolü değişken olarak değerlendirmiştir. Algılanan davranışsal kontrol, bir kişinin belirli bir davranışı gerçekleştirmek için sahip olduğu kaynaklar, fırsatlar ve desteğe yönelik kontrolünü ifade etmektedir.

Algılanan davranışsal kontrol; davranışı gerçekleştirecek bireyin bu davranışı sergileyebilmesinin ne derece kolay ya da ne derece zor olacağına dair sahip olduğu inancıdır ve bu davranışı gerçekleştirmesine yönelik imkan ve fırsatların var olup olmadığına dair inancını da içerir. Bireyin bu imkan ve fırsatların fazla ya da az olması yönündeki inancı ise bireyin söz konusu davranış üzerinde algılanan davranışsal kontrolünün az ya da çok olacağını ifade etmektedir. Yani birey davranışı gerçekleştirebilmesine yönelik imkan ve fırsatların varlığına ne kadar çok inanırsa, söz konusu davranış üzerinde bireyin algılanan davranışsal kontrolünün de çok olacağı beklenir (Öztürk, Nart ve Altunışık, 2015). Algılanan kontrol, davranış üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olabilir ve davranışları, niyetler üzerindeki etkisiyle dolaylı olarak da etkileyebilir. Model, davranışın başarısının motivasyon (niyet) ve yeteneğe (davranışsal kontrol) bağlı olduğunu belirtmektedir (Ajzen, 1991, s. 188).

Planlı davranış teorisine göre, insanların toplumsal davranışları belirli faktörlerin kontrolü altında olup belirli sebeplerden kaynaklanır ve planlanmış bir şekilde ortaya çıkar. Bir insanda bir davranışın ortaya çıkabilmesi için öncelikle "Davranışa Yönelik Niyetin" oluşması gerekir. Şekil 8'de görüldüğü üzere "Davranışa Yönelik Niyeti"ni etkileyen faktörler, "Davranışa Yönelik Tutum", "Kişisel Normlar ve "Algılanan Davranış Kontrolü"dür. Bu faktörler de dikkat çeken üç tip inancın etkisi altındadır; davranışla ilgili tutumları etkilediği varsayılan davranışsal inanç, öznel normların temelinde yatan belirleyicileri oluşturan normatif inanç ve davranışsal kontrol algısının temellerini sağlayan kontrol inancı. Bu inançlar, ortaya çıkacak davranışın aynı zamanda sonuçlarını oluşturur (Erten, 2002, s. 222).



Şekil 8. Planlı Davranış Teorisi

Kaynak: Leeuw, Valois, Ajzen ve Schmidt, 2015, s. 130

3.2.1. Davranışsal Niyetler

Niyetin, davranışın önemli bir belirleyicisi olduğu sıklıkla vurgulanmaktadır (Abraham, Sheeran ve Johnson, 1998; Venkatesh, Morris, Ackerman, 2000) Niyetler davranışı öngörürler ve davranışlara öncülük ederler. Davranış niyeti herhangi bir davranışı sergilemek için bir kararlılık olarak nitelendirilebilir. Niyetlerin bir davranışı etkileyen motivasyon faktörlerini elde tuttuğu varsayılır. Aynı zamanda davranışı gerçekleştirmek için insanların ne kadar çaba gösterdiklerini, gösterdikleri çabanın ne kadar zor olduğunu göstermektedir. Davranış yapma niyeti ne kadar güçlü olursa, performansı da o kadar yüksektir. Teoriye göre, davranışsal niyetin algılanan davranış kontrolü, davranışa karşı tutum ve öznel normlar olmak üzere üç belirleyicisi vardır. Davranışı gerçekleştirme niyeti ne kadar güçlü olursa davranışı gerçekleştirme ihtimali de o kadar çok olacaktır.

Davranışsal niyetler ilgili davranışın beklenen sonuçları ile ilişkilendirir (Ajzen, 2006). Davranışsal bir inanç, davranışın belirli bir sonuca yol açacağına kişisel bir varsayımdır ve kişisel deneyim, bilgi kaynakları ve çıkarımlara dayanmaktadır.

Davranışsal inançlar aşağıdaki sorular sorularak ortaya çıkarılabilir:

1. Önümüzdeki 30 gün boyunca bu davranışı gerçekleştirmenin avantajlarının neler olduğuna inanıyorsunuz?
2. Önümüzdeki 30 gün boyunca bu davranışı gerçekleştirmenin dezavantajlarının neler olduğuna inanıyorsunuz?
3. Önümüzdeki 30 gün boyunca bu davranışı gerçekleştirmeye ilişkilendirdiğiniz başka bir şey var mı?

İncelenen inançlar, kişisel erişilebilir inançlar ve araştırma nüfusundaki yaygın inançların bir listesi olarak ortaya konularak, sonuçlar ile ilişkilendirilebilir.

3.2.2. Davranışa Yönelik Tutumlar

Birçok araştırmacı tutum-davranış ilişkisinin doğasını düşünmüştür (Rokeach, 1967; Calder ve Ross, 1973; Kelman, 1974; Cooper ve Fazio, 1979; Millar ve Tesser, 1990). Davranışa karşı tutum, kişinin söz konusu davranışı gerçekleştirme konusundaki olumlu veya olumsuz değerlendirmesidir (Ajzen, 1991). Davranış gerçekleştirmenin sonuçlarını göz önünde bulundurmaya gerektirir. Bireylerin davranış hakkında belirgin inançları olduğu ve belirli davranışların bazı sonuçlara neden olacağı söylenir. Bu inançlar, davranışa karşı olumlu veya olumsuz bir tutum oluşturmak için bu tür sonuçların değerlendirilmesiyle birleştirilir. Davranışa karşı tutum, bireyin davranışla ilişkili sonuçları ve bu sonuçların gücünü değerlendirmesiyle belirlenir (Ajzen, 1991, s. 191).

Tutumlar, başka bir kişi, fiziksel bir nesne, davranış veya bir politika gibi bireyin dünyasının bazı yönleri ile ilgili olarak yapılmaktadır. Birçok tutum tanımlaması önerilmiş olsa da, çoğu araştırmacı bir kişinin tutumunun söz konusu varlığın değerlendirmesini temsil ettiğini kabul eder. Bu değerlendirme de kişinin davranışını şekillendirir. Şöyle ki kişi belirli bir davranışı gerçekleştirme ile ilişkili olumlu bir tutum geliştirmiş ise, olumsuz tutuma sahip olan başka bir kişiye göre söz konusu davranışı gerçekleştirme üzerine niyeti ve söz konusu davranışı fiilen ortaya koyma oranı daha yüksek olmaktadır (Turan, 2011, s. 132). Tutum ve davranışsal varlıklar eylem, eylemin yönlendirildiği hedef, eylemin yapıldığı bağlam ve gerçekleştirildiği zaman olarak dört farklı unsurdan oluşmaktadır.

3.2.3. Subjektif Norm

Bireyin hayatında önemli gördüğü kişi veya grupların (örneğin ebeveynleri, eşleri, yakın arkadaşları ve iş arkadaşları) toplumsal baskısıdır. Diğer insanların sözkonusu davranışları yerine getirmesinin onaylanması ya da reddedilmesi algısına ilişkin belirgin inançlardır. Davranışsal niyetler, bireyin, belirli bireylerin veya grupların yerine getirmeleri gerektiğini düşündükleri davranışları veya referanslara uyma motivasyonu olarak tanımlanan bireyin subjektif normunun bir fonksiyonudur (Fishbein ve Ajzen, 1975; Fishbein, Middlestadt ve Trafimow, 1993; Fisher ve Price, 1991).

Subjektif norm (sosyal baskı), daha çok bireyin davranışı gerçekleştirdiğinde değil, davranışın gerçekleştirmediği zaman karşı karşıya kalacağı sosyal baskıyı açıklamaktadır (Fishbein ve Ajzen, 1975). Davranışı gerçekleştirecek olan kişinin kendisi için önemli olduğunu düşündüğü kişi (referans kişiler), kurum veya kuruluşların söz konusu davranışı gerçekleştirme ya da gerçekleştirilmeme konusundaki beklentilerine yönelik inanışlarıdır (Erten, 2002, s. 222).

Davranışa ve öznel normlara yönelik tutumların davranışsal niyeti etkilediğine inanılmakla birlikte, bu iki faktörün önemi, davranışa ve bireye göre değişmektedir (Fishbein, Middlestadt ve Trafimow, 1993, s. 293). Bireyler davranışı gerçekleştirme konusunda olumlu tutumları olduğunda ve / veya birey için önemli olan insanların bunu yapmaları gerektiğini düşündükleri zaman, bu davranışı sergileme niyetini taşımaktadırlar.

Öznel normların çevreci davranışları açıkladığı pek çok araştırmada ispatlanmıştır (Stern vd., 1995; Widegren, 1998; Stern vd., 1999; Nordlund ve Gravill, 2002). Shaw ve Clarke (1999), etik tüketicilerin, satın alma seçeneklerini etkileyen başlıca değişkenin, başkaları için büyük bir yükümlülük hissi duyma olduğunu ortaya koymuşlardır.

3.2.4. Algılanan Davranışsal Kontrol

Algılanan davranışsal kontrol, bir kişinin ilgi davranışını gerçekleştirmenin kolaylığına veya zorluğuna ilişkin algısıdır. Teorinin bu yapısı daha sonra eklenmiştir ve Mantıksal Eylem Teorisi'nden Planlı Davranış Teorisine geçiş yapılmıştır.

Algılanan davranışsal kontrole göre bazı öğelerin, kişinin belirli bir davranışa karşı kendi kendine yeterli duygusu ile ilgisi olup diğer öğeler, kişinin davranışı kontrol edilebilirliğini ölçer. Kontrol inançları, algılanan davranışsal kontrolün öncülleridir. Kontrol inançları, bir davranışın performansını kolaylaştıracak veya engelleyebilecek faktörlerin algılanışı ile ilgilidir. Her bir kontrol faktörü ile alakalı bir güç vardır ve bu, algılanan davranış kontrolüne katkıda bulunur. Belirli bir davranışın performansını kolaylaştıracak veya engelleyebilecek, kontrol inançlarını etkileyen faktörler bir liste oluşturularak tespit edilebilir (Ajzen, 1991, s. 191).

Planlı Davranış Teorisinin çeşitli sınırlamaları vardır, bunlara aşağıdaki gibi ifade edilmiştir :

1. Niyetine bakılmaksızın, kişinin arzulan davranışı gerçekleştirmek için başarılı olabilmesi için fırsat ve kaynakları elde ettiğini varsaymaktadır.
2. Korku, tehdit, ruh hali ya da geçmiş tecrübeler gibi davranış niyet ve motivasyonunu etkileyen diğer değişkenleri hesaba katmaz.
3. Normatif etkileri göz önüne alırken, yine de bir kişinin davranış yapma niyetini etkileyebilecek çevresel veya ekonomik faktörleri dikkate almamaktadır.
4. Bu davranışın doğrusal bir karar verme sürecinin sonucu olduğunu ve zamanla değişebileceğini düşünmemektedir.
5. Algılanan davranış kontrolünün eklenen yapısı kuramın önemli bir parçası olsa da, davranış üzerinde fiili kontrol hakkında hiçbir şey söylememektedir.
6. "Niyet" ve "davranışsal eylem" arasındaki zaman çerçevesi teori tarafından ele alınmamıştır.

Planlı Davranış Teorisi, tutum ve davranış arasındaki ilişkiyi en iyi ölçebilen ve bu konuda en sık kullanılan ve ampirik olarak en çok test edilmiş sosyal psikoloji teorilerinden biridir. Aynı zamanda literatürde en sık kullanılan modellerden birisidir. Çevresel davranışları keşfetmek, geri dönüşüm davranışlarını, seyahat seçimini, enerji tüketimini, su tasarrufunu, yiyecek seçimi ve etik yatırımları anlamak ya da tahmin etmek için Planlı Davranış Teorisini kullanmaya yönelik girişimlerde bulunulmuştur (Stern, 2000).

Genişletilmiş model olan Planlı Davranış Teorisi özellikle sigarayı bırakma, sağlık hizmetleri kullanımı, emzirme ve madde kullanımı gibi çeşitli sağlık davranışlarını ve niyetlerini öngörmek ve açıklamak için başarıyla ve yaygın olarak

uygulanmıştır (Beck ve Ajzen 1991; Giles ve Cairns, 1995). Bunun yanında çeşitli satın alma davranışları ile ilgili olarak da uygulanmıştır. Örneğin, Öztürk, Nart ve Altunışık (2015), tüketicilerin helal özellikli ürünleri satın alma davranışlarını Planlı Davranış Teorisi değişkenleri kapsamında araştırmışlardır. Araştırma sonucunda davranışa yönelik niyet değişkeni üzerinde tutum, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrolün, fiili helal özellikli ürün tüketimi davranışı üzerinde ise niyetlerin belirleyici değişkenler oldukları ortaya konulmuştur. Algılanan davranışsal kontrolün fiili davranış üzerinde etkisinin bulunduğu sonucuna da ulaşıldığı vurgulanmıştır.

Çevreye duyarlı ürünleri satın alma davranışları üzerine genel tutumları belirlemek amacıyla da pek çok araştırma yapılmıştır (Ajzen ve Fishbein, 1980; Ajzen, 1991; Bamberg, 1996; Cook, Kerr ve Moore, 2002; Vermeir ve Verbeke, 2008; Han, Hsu ve Sheu, 2010).

Planlı Davranış Teorisi çevresel davranış literatüründe, farklı kullanım davranışlarını açıklamak için kullanılmıştır. Bu çalışmaların belli bir kısmı çevreye duyarlı ulaşım tercihleri üzerine (Abrahamse ve Steg, 2009; Gardner ve Abraham, 2008; Bamberg, Ajzen ve Schmidt, 2003; Heath ve Gifford, 2002) ve evde enerji kullanımı (Abrahamse ve Steg, 2011; Armitage ve Conner, 2001) üzerinedir. Örneğin Heath ve Gifford (2002), üniversite öğrencilerinin ulaşım amacıyla otobüs kullanma niyetlerinin Planlı Davranış Teorisi değişkenlerinden tutumlar, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrol tarafından öngörülebileceğini ortaya atmışlar, bu değişkenlerin otobüs kullanımı niyeti ile anlamlı ve olumlu ilişkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Diğer taraftan evde enerji kullanımına yönelik çalışmalar bakıldığında hane halklarındaki sürdürülebilir kullanım davranışının, sürdürülebilir kullanıma yönelik olumlu bir tutum, yüksek subjektif normlar, algılanan davranış kontrolü ve niyetleri ile açıklanabileceğini öngörmektedir. Örneğin, Poortinga vd., (2004), kişinin daha yüksek çevresel kaygısı olduğunda, ev içi enerji kullanımı bağlamında çevreye duyarlı davranmaya daha eğilimli olacağını bulmuştur. Bu düşünceyi takiben, De Groot ve Steg (2008, s. 330), bireylerin çevreye duyarlı davranışları açıklamada değerler, inançlar ve niyetler arasındaki ilişkiyi belirleyebilme maksadıyla değer yönelimleri üzerine bir inceleme yapmışlardır. Vermeir ve Werbeke (2008), çalışmalarında Belçika'da sürdürülebilir gıda tüketimi davranışının belirleyicilerini araştırmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, tutum ve niyetler arasındaki yüksek pozitif korelasyon, yüksek tutum ve düşük niyete sahip az sayıda katılımcı olduğunu ortaya

koymaktadır. Tutumların davranışsal niyet üzerindeki güçlü pozitif etkisinin yanı sıra, sosyal normlar, algılanan davranışsal kontrol ve algılanan hazır bulunma değişkenlerinin, satın alma niyetinde ek bir olumlu etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ajzen (1991, s. 199), “Planlı Davranış Teorisi, ilke olarak teorinin mevcut değişkenleri göz önüne alındığında niyet veya davranış varyansının önemli bir oranını yakaladıklarını gösterdiyse de ek öngörücülerin eklenmesine açıktır” şeklinde açıklama getirmiştir. Bu durum modelin çeşitli ek değişkenler ile desteklenerek genişletilebileceği sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Bu araştırmada Planlı Davranış Teorisi değişkenlerine ek bir değişken olarak özgeci değerler dahil edilmiştir.

3.2.5. Özgeci Değerler

İnsan sosyal bir varlıktır ve diğerleri ile beraber yaşama gereksinimi duymaktadır. Bu durum insanlar arası ilişkilerin, belli beklentiler ve kurallarla sınırlandırılmasına neden olmuştur. Bu kuralların ortaya çıkması, yaşatılması ve nesilden nesile aktarılmasında karşımıza “değer” kavramını çıkartmıştır (Ümmet, Ekşi ve Otrar, 2013, s. 302). Değerler kültürel grupları, toplumları ve bireyleri karakterize etmek, zaman içindeki değişimi izlemek, tutum ve davranışların motivasyon temellerini açıklamak için kullanılır (Schwartz, 2012, s.3).

Araştırma konusu olan sürdürülebilir tüketim davranışının tanımlamalarına bakıldığında, etik ilkelere dayalı değerlerin ve seçimlerin de sürdürülebilirlik kavramının kaçınılmaz bir parçası olduğu görülmektedir. Genel olarak, uzun vadedeki çevresel kaygı, sürdürülebilirlik konusundaki tüm kavramların merkezi bir parçasıdır. Tarif edilen uzun vadedeki kaygı, gelecek nesillerin refahı için endişe anlamına gelir ve gelecek nesillerin refahına verilecek ağırlık da bir değer meselesidir (Kidd, 1992, s. 213).

Bu nedenle araştırmada sürdürülebilir tüketim niyetini belirleyen motivasyon temellerini açıklamak üzere özgeci değerler üzerinde durulmuştur. Özgeciliğin tanımları gözden geçirildiğinde, başkasına yardımcı olma güdüsü, belirli bir davranışı gerçekleştirene bazı fedakarlıklarda bulunma, dışarıdan hiçbir ödül beklentisinin olmaması üzerine kurulduğu görülmektedir.

Özgecilik kavramı ilk kez “başkaları için yaşama eğilimi ya da isteği” olarak Auguste Comte tarafından tanımlanmıştır. Bencil duyguların bastırılarak çevredekilere yardım etmek, ilgi göstermek olarak açıklanan özgecil davranışlar, bireyin belirli yardım eylemlerini gerçekleştirme eğiliminde olduğu moral (kişisel) zorunluluğun yoğunluğundan etkilenir. Belirli durumlarda, bireyin norm ve değerlerinin, bilişsel yapısının harekete geçirilmesiyle ahlaki yükümlülük duyguları oluşur. Yükümlülük duyguları ve üretildikleri norm ve değerler, yalnızca başkalarına fayda sağlayabilecek davranışlarla ilgili olduğunda özgecilik kavramı gündeme gelir (Schwartz, 1977, s. 227). Özgeci davranışa ilişkin yapılan araştırmalar insanların kendi istekleriyle başkalarına yardım etme, ödül beklentisine girmeden onlar için birşeyler yapmalarının üzerinde yoğunlaşmıştır (Topses, 2012, s. 61).

Özgecilikte birey diğer bireylere değer vermektedir. Diğer kişilerin varlığından haberdardır, onları önemsemektedir, onlara yardım etmek için güdülenmektedir ve bu değerleri amaç edinerek davranışlar göstermektedir. Bu nedenle özgecilik kavramı, değerlere, hislere, amaçlara, davranışlara odaklanan insan fonksiyonlarının bir görünümüdür (Karadağ ve Mutafçılar, 2009, s. 62-63).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM ÖLÇEĞİ GELİŞTİRME ÇALIŞMASI

Bu bölümde Planlı Davranış Teorisi kapsamında geliştirilen “Sürdürülebilir Tüketim Ölçeğine” ait tüm adımlar anlatılmıştır. Çalışmada ilk olarak iyi bir ölçek geliştirme sürecinin izlenilmesi bu aşamada faydalı olacaktır. Geliştirilecek ölçek için aşağıdaki işlem adımları izlenilmiştir (Küçük vd., 2014):

1. Geniş ve kapsamlı bir alan yazın (literatür) incelemesi yapılmış ve alanında yetkin uzmanların görüşlerine başvurulmuştur.
2. Olması muhtemel ölçek maddeleri için madde havuzu oluşturulmuştur.
3. Yapılan pilot çalışma sonuçlarına göre güvenilirlik/geçerlik işlemleri yapılmıştır.
4. Açıklayıcı faktör analizi ile elenecek maddeler belirlenmiştir.
5. Açıklayıcı faktör analizi sonucu yapının doğruluğunun sağlanması için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır.
6. Gizil değişkenlerin belirlenebilmesi ve yapı geçerliliğinin sağlanabilmesi için YEM (Yapısal Eşitlik Modeli) kullanılmıştır.

Yapılan literatür incelemesi ve uzman görüşleri doğrultusunda belirli temelar dikkate alınmış ve araştırmanın diğer aşamasına geçilmiştir.

4.1. Veri Toplama Aracının Geliştirilme Süreci

Sürdürülebilir tüketim ölçeğinin geliştirilmesi aşamasında aşağıda belirtilen süreçler takip edilmiştir (Acar, 2017);

1. Madde havuzunun hazırlanması ve uzman görüşüne müracaat edilmesi,
2. Geçerliği (kapsam ve görünüş) sağlanması,
3. Ön çalışmanın (pilot uygulama) yapılması ve verilerin elde edilmesi,
4. Açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizlerinin yapılması,
5. Güvenirlik/geçerlik kriterlerinin incelenmesi ve uzman görüşüne müracaat ederek nihai ölçeğin oluşturulması.

4.2. Madde Havuzunun Oluşturulması ve Uzman Görüşü Alınması

Çalışmada madde havuzunun hazırlanması için ilk olarak ulusal/uluslararası düzeyde alan yazın incelenmiştir. Bu kapsamda tümdengelim yöntemi dikkate alınarak sürdürülebilir tüketim kavramının ölçülmesi için çeşitli çalışmalar incelenmiş (Tanner ve Kast, 2003; Smith, Haugtvedt ve Petty, 1994; Roberts, 1996; Fishbein ve Ajzen, 2010; Onel, 2014; Thøgersen, 2006; Paul, Modi ve Patel, 2016; Dean, Raats ve Shepherd, 2012; Stern vd., 1999) ve bu çalışmalarda kullanılan ifadeler bir madde havuzunda toplanmıştır. Yapılan araştırma sonucu 60 maddeden oluşan bir madde havuzu meydana getirilmiştir. Oluşturulan madde havuzunda; tutumlar, niyet, öznel norm, algılanan davranışsal kontrol, sürdürülebilir tüketim davranışı ve özgeci değerler yer almıştır.

4.3. Kapsam Geçerliğinin Sağlanması

Ölçek geliştirme araştırmalarında yapılan geçerlik çalışmaları incelendiğinde (Küçük vd., 2014; Gül ve Sözbilir, 2015) kapsam ve görünüş geçerliğinin sıklıkla tercih edildiği görülmektedir (Yaman, 2015). Kapsam geçerliğinin belirlenmesinde Yurdugül (2005) belirttiği üzere iki çeşit inceleme bulunmaktadır. İlk olarak araştırmacılar tarafından alanında uzman kişilerle sözlü olarak sohbet havasında gerçekleştirilen inceleme, ikincisi ise istatistiki temellere dayandırılarak yapılan incelemedir (Yurdugül ve Bayrak, 2012). Bu araştırma kapsamında ikinci yöntem olan istatistiki uzman görüşüne başvurulmuş “kapsam geçerlik oranı” ve “kapsam geçerlik indeksi” değerleri belirlenmiştir (Yurdugül, 2005).

Kapsam geçerliği konusunda Lawshe (1975) tarafından geliştirilen ve Wilson, Pan ve Schumsky (2012) tarafından yeniden güncellenen bir inceleme tekniği bulunmaktadır. Bu tekniğe göre uzman grubunun en az 5 en fazla ise 40 kişilik bir çoğunluğa sahip olması gerekmektedir (Yurdugül ve Bayrak, 2012). Lawshe tekniğine göre $\alpha=0,05$ anlamlılık düzeyinde olması gereken minimum değerler ve uzman sayıları tablo 5’te gösterilmiştir.

Tablo 5. Kapsam Geçerliğine İlişkin Uzman Sayıları ve Değer Aralıkları

Uzman Sayısı	Minimum Değer	Uzman Sayısı	Minimum Değer
5	0,99	13	0,54
6	0,99	14	0,51
7	0,99	15	0,49
8	0,78	20	0,42
9	0,75	25	0,37
10	0,62	30	0,33
11	0,59	35	0,31
12	0,56	40+	0,29

Sürdürülebilir tüketim ölçeğinin belirlenmesi amacıyla oluşturulan 60 sorudan oluşan madde havuzu, alanla ilgili çalışmalar yapan 15 akademisyen tarafından incelenmiştir. Alınan dönütler sonucunda benzeşik olan, ölçek yapısına uyum göstermeyen ve amaca hizmet etmediği düşünülen maddeler çıkarılmış ve ölçek havuzu 56'ya düşürülmüştür. Her madde grubuna ait uzman görüşleri sırasıyla aşağıda belirtilmiştir.

Tablo 6. Tutumlar Konulu Ölçek Maddelerine Yönelik Uzman Görüşü

Uzman No	Tutumlar 1	Tutumlar 2	Tutumlar 3	Tutumlar 4	Tutumlar 5	Tutumlar 6	Tutumlar 7	Tutumlar 8	Tutumlar 9	Tutumlar 10	Tutumlar 11	Tutumlar 12	Tutumlar 13
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1
Madde hedeflenen yapıyı ölçüyor (1)	14	13	14	13	13	14	15	14	13	15	15	14	14
Madde yapı ile ilişkili ancak geliştirilmeli (2)	1	2	1	2	2	1	0	1	2	0	0	1	1
Madde hedeflenen yapıyı ölçmez/gereksiz (3)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KGO (Kapsam Geçerlik Oranı)	0,87	0,73	0,87	0,73	0,73	0,87	1,00	0,87	0,73	1,00	1,00	0,87	0,87
KGİ (Kapsam Geçerlik İndeksi)	0,86												

Tutum maddelerine ait kapsam geçerlik oranı değerlerinin 0,73 ile 0,87 arasında değiştiği, kapsam geçerlik indeksi değerinin ise 0,86 olarak belirlendiği görülmektedir. Bu durum ölçeğin % 86 gibi yüksek bir oranla kapsayıcılığı bulunduğunu göstermektedir.

Tablo 7. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Konulu Ölçek Maddelerine Yönelik Uzman Görüşü

Uzman No	Davranış 1	Davranış 2	Davranış 3	Davranış 4	Davranış 5	Davranış 6	Davranış 7	Davranış 8	Davranış 9	Davranış 10	Davranış 11	Davranış 12	Davranış 13	Davranış 14	Davranış 15	Davranış 16
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
Madde hedeflenen yapıyı ölçüyor (1)	15	14	15	15	14	15	14	15	14	15	14	15	15	14	14	14
Madde yapı ile ilişkili ancak geliştirilmeli (2)	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1
Madde hedeflenen yapıyı ölçmez/gereksiz (3)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KGO (Kapsam Geçerlik Oranı)	1,00	0,87	1,00	1,00	0,87	1,00	0,87	1,00	0,87	1,00	0,87	1,00	1,00	0,87	0,87	0,87
KGİ (Kapsam Geçerlik İndeksi)	0,94															

Davranış maddelerine ait kapsam geçerlik oranı değerlerinin 0,87 ile 1,00 arasında değiştiği, kapsam geçerlik indeksi değerinin ise 0,94 olarak belirlendiği görülmektedir. Bu durum ölçeğin % 94 gibi yüksek bir oranla kapsayıcılığı bulunduğunu göstermektedir.

Tablo 8. Niyet Konulu Ölçek Maddelerine Yönelik Uzman Görüşü

Uzman No	Niyet 1	Niyet 2	Niyet 3	Niyet 4	Niyet 5	Niyet 6
1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1
9	1	1	2	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1
11	2	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1
Madde hedeflenen yapıyı ölçüyor (1)	14	15	14	15	15	15
Madde yapı ile ilişkili ancak geliştirilmeli (2)	1	0	1	0	0	0
Madde hedeflenen yapıyı ölçmez/gereksiz (3)	0	0	0	0	0	0
KGO (Kapsam Geçerlik Oranı)	0,87	1,00	0,87	1,00	1,00	1,00
KGİ (Kapsam Geçerlik İndeksi)	0,96					

Niyet maddelerine ait kapsam geçerlik oranı değerlerinin 0,87 ile 1,00 arasında değiştiği, kapsam geçerlik indeksi değerinin ise 0,96 olarak belirlendiği görülmektedir. Bu durum ölçeğin %96 gibi yüksek bir oranla kapsayıcılığı bulunduğunu göstermektedir.

Tablo 9. Öznel Norm Konulu Ölçek Maddelerine Yönelik Uzman Görüşü

Uzman No	Öznel N. 1	Öznel N. 2	Öznel N. 3	Öznel N. 4	Öznel N. 5
1	2	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	2
7	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1
10	1	2	1	1	1
11	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1
15	1	2	1	1	1
Madde hedeflenen yapıyı ölçüyor (1)	14	13	15	15	14
Madde yapı ile ilişkili ancak geliştirilmeli (2)	1	2	0	0	1
Madde hedeflenen yapıyı ölçmez/gereksiz (3)	0	0	0	0	0
KGO (Kapsam Geçerlik Oranı)	0,87	0,73	1,00	1,00	0,87
KGİ (Kapsam Geçerlik İndeksi)	0,89				

Öznel norm maddelerine ait kapsam geçerlik oranı değerlerinin 0,73 ile 1,00 arasında değiştiği, kapsam geçerlik indeksi değerinin ise 0,89 olarak belirlendiği görülmektedir. Bu durum ölçeğin % 89 gibi yüksek bir oranla kapsayıcılığı bulunduğunu göstermektedir.

Tablo 10. Algılanan Davranışsal Kontrol Konulu Ölçek Maddelerine Yönelik Uzman Görüşü

Uzman No	ADK 1	ADK 2	ADK 3	ADK 4	ADK 5	ADK 6	ADK 7	ADK 8	ADK 9
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	2	1	1	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	1	1	2	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Madde hedeflenen yapıyı ölçüyor (1)	14	15	14	15	15	15	15	15	15
Madde yapı ile ilişkili ancak geliştirilmeli (2)	1	0	1	0	0	0	0	0	0
Madde hedeflenen yapıyı ölçmez/gereksiz (3)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KGO (Kapsam Geçerlik Oranı)	0,87	1,00	0,87	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
KGİ (Kapsam Geçerlik İndeksi)	0,97								

Algılanan davranışsal kontrol maddelerine ait kapsam geçerlik oranı değerlerinin 0,87 ile 1,00 arasında değiştiği, kapsam geçerlik indeksi değerinin ise 0,97 olarak belirlendiği görülmektedir. Bu durum ölçeğin % 97 gibi yüksek bir oranla kapsayıcılığı bulunduğunu göstermektedir.

Tablo 11. Özgeci Değerler Konulu Ölçek Maddelerine Yönelik Uzman Görüşü

Uzman No	Özgeci D. 1	Özgeci D. 2	Özgeci D. 3	Özgeci D. 4	Özgeci D. 5	Özgeci D. 6	Özgeci D. 7
1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	2	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1	1
Madde hedeflenen yapıyı ölçüyor (1)	14	15	14	15	15	15	15
Madde yapı ile ilişkili ancak geliştirilmeli (2)	1	0	1	0	0	0	0
Madde hedeflenen yapıyı ölçmez/gereksiz (3)	0	0	0	0	0	0	0
KGO (Kapsam Geçerlik Oranı)	0,87	1,00	0,87	1,00	1,00	1,00	1,00
KGİ (Kapsam Geçerlik İndeksi)	0,97						

Özgeci değerler maddelerine ait kapsam geçerlik oranı değerlerinin 0,87 ile 1,00 arasında değiştiği, kapsam geçerlik indeksi değerinin ise 0,97 olarak belirlendiği görülmektedir. Bu durum ölçeğin % 97 gibi yüksek bir oranla kapsayıcılığı bulunduğunu göstermektedir. Uzman görüşünün alınmasına yönelik olarak tüm tablolar incelendiğinde bütün değerlerin olması gereken aralıklarda bulunduğu ve ölçek maddelerinin kapsam geçerliğini ve görünüş geçerliğini sağladığı belirtilebilir.

4.4. Pilot Uygulamanın Yapılması ve Verilerin Toplanması

Araştırma kapsamında geliştirilen 56 maddelik taslak ölçeğin ilk olarak 2017-2018 eğitim öğretim yılında Kastamonu ilinde bulunan 306 kişilik bir grubun katılımı ile pilot bir uygulaması yapılmıştır. Pilot uygulama aşamasında daha çok kişiye ulaşabilmek adına geliştirilen taslak ölçek sosyal medyada ve mail sistemi yardımıyla birçok kişiye gönderilmiştir. Yapılan ön çalışmalar sonucu elde edilen veriler “Sosyal Bilimler İçin İstatistiksel Paket Programı (SPSS) 20.0 ve “Yapısal Eşitlik Modellemesi (LISREL)” 8.7 paket programı yardımıyla analiz edilmiş ve değerlendirilmiştir.

4.4.1. Pilot Uygulamaya Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi

Uygulama kapsamında kapsam ve görünüş geçerliği sağlanan taslak ölçek 306 kişilik bir gruba uygulanmış ve elde edilen sonuçlar açıklayıcı faktör analizi yapılarak incelemeye alınmıştır. Ölçek geliştirme çalışmalarında mevcut yapılar çoğu zaman birden fazla kategoriye içerisinde barındıran alt sistemlerden meydana gelmektedir (Öztürk, 2010). Bu yapıların belirlenebilmesi ve aralarındaki bağlantıların daha rahat yorumlanabilmesi için birtakım analizler kullanılmaktadır.

Açıklayıcı faktör analizi de bu tekniklerden birisidir (Sümer, 2000; Şimşek, 2007; McMillan ve Schumacher, 2006; Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2014). Açıklayıcı faktör analizi kullanılan ölçekleri karmaşık örüntülerinden kurtararak verileri daha anlaşılır ve daha sade bir hale getirmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2007). Açıklayıcı faktör analizinin yapılabilmesi için yerine getirilmesi gereken birtakım ön koşullar bulunmaktadır (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2014). Araştırmanın bu kısmında nihai ölçeğe ait bilgiler sunulmuştur. Ölçeğe yönelik olarak elde edilen veriler incelendiğinde

İlk aşamada veri seti incelenmiş eksik ve kayıp veriler belirlenerek SPSS programı yardımıyla gerekli düzeltmeler yapılmıştır. İkinci aşamada normallik varsayımı kontrol edilmiş ve bu işlem yapılırken “Kolmogorov-Smirnov ile Shapiro-Wilk normallik testleri, histogram grafikleri, normal q-q plot grafiklerinin incelenmesi, basıklık ve çarpıklık katsayılarının incelenmesi ile box plot grafiklerinin incelenmesi” yapılmıştır (Tavşancıl, 2006). Yapılan incelemeler sonucunda geliştirilen ölçek maddelerinin normal dağılıma uygun bir dağılım gösterdiği bulunmuştur. Tablo 12’de açıklayıcı faktör analizinin ilk basamağı olan KMO değeri ve Bartlett testi sonuçları sunulmuştur.

Tablo 12. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları

KMO katsayısı		0,903
Bartlett Küresellik Testi	Ki-kare değeri	7609,897
	Sd	630
	p (p<0,05)	0,000

Açıklayıcı faktör analizinin ilk çıktısı olan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri incelendiğinde bu değer 0,903 olarak bulunduğu ve Bartlett testinin ise anlamlı düzeyde bulunduğu belirlenmiştir (Büyüköztürk, 2010). Konu hakkında ilgili alan yazında KMO değerinin 0,50'den büyük olması ve Bartlett testinin ise anlamlı bulunması gerektiği belirtilmektedir. Bu sonuç örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu ve normallik dağılımı varsayımının geçerli olduğunu belirtmektedir (Tabachnick ve Fidel, 2007). Ayrıca korelasyon matrisinde incelenmiş olup, ilişki düzeylerinin uygun aralıklarda olup olmadığı da belirlenmiştir (Şimşek, 2007). Ölçek maddeleri arasında 0,90 ve daha yüksek düzeyde ilişki bulunmadığı ve birleştirilmesi gereken soru bulunmadığı belirlenmiştir.

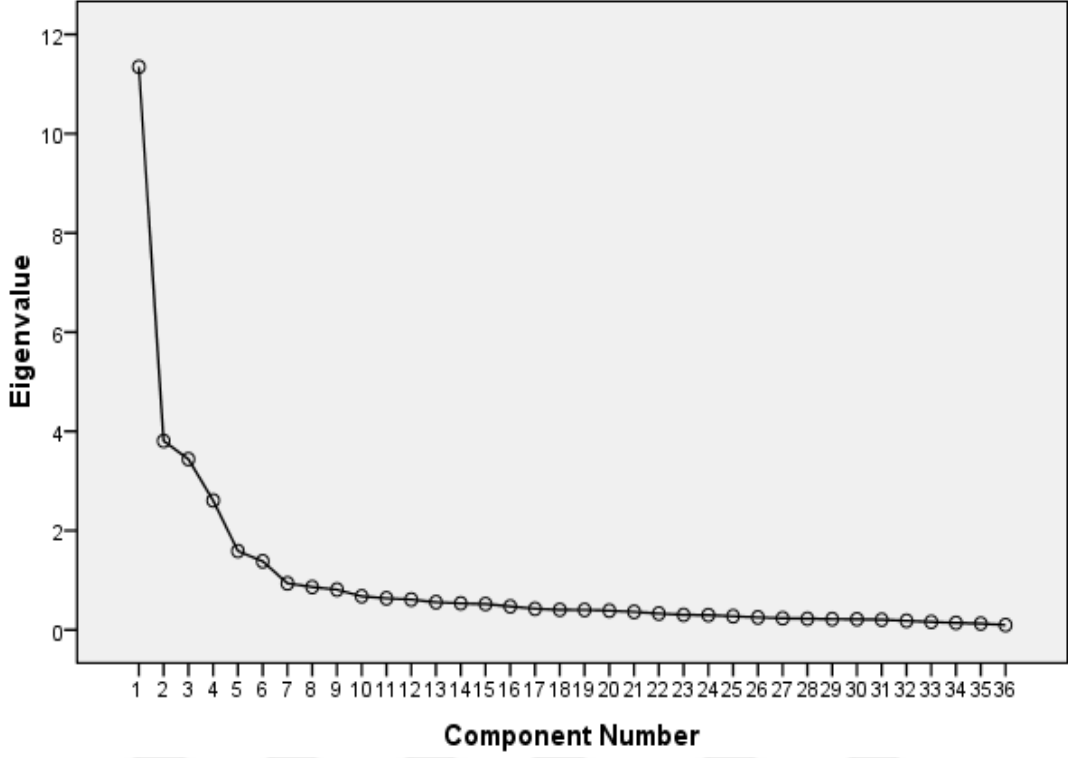
Tablo 13. Nihai Ölçeğe Ait Özdeğer ve Varyans Oranları Sonuçları

Faktör	Özdeğer	Varyans (%)	Kümülatif (%)
1	11,346	31,518	31,518
2	3,807	10,574	42,092
3	3,440	9,555	51,647
4	2,607	7,243	58,890
5	1,589	4,412	63,304
6	1,380	3,834	67,138

Nihai ölçeğin kaç faktörden oluşmasının gerektiği incelenirken özdeğer ve varyans oranları tablosu dikkate alınmıştır. Ayrıca yamaç grafiği olarak bilinen Scree plot grafiği de dikkate alınmıştır. Bu bağlamda tek faktörlü yapıların ölçeğin en az %30 ve üzerini, çok faktörlü yapılarda ise en az %40 ve üzerini açıklaması gerektiği belirtilmektedir. Yapılan analiz sonucunda, birinci faktörün ölçeği %31,518 oranında, ikinci faktörün %10,574 oranında, üçüncü faktörün %9,555 oranında, dördüncü faktörün %7,243 oranında, beşinci faktörün %4,412 oranında ve altıncı faktörün ise %3,834 oranında açıkladığı görülmektedir. 6 faktörden oluşan ölçeğin genel olarak ise %67,138 oranında yapıyı temsil ettiği ve bu değer oldukça yüksek olduğu belirlenmiştir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2014).

Ayrıca faktörler belirlenirken özdeğeri 1 ve üzeri olan değerler dikkate alınmış ve alan yazına bağlı kalınmıştır (Tavşancıl, 2006). Özdeğeri 1 ve üzeri olan maddeler 6 faktörden sonra sona ermiştir. Bazı kaynaklar bu değer 0,70'e kadar çekilebileceğini

belirtse de çalışmanın niteliği açısından bu değere bağlı kalmak çalışmanın sağlığı için daha iyi olacaktır.



Şekil 9. Ön Uygulama Yamaç Birikinti Grafiği

Şekil 9 dikkate alındığında ölçeğe ait özdeğeri 1 ve üzeri 6 ya da 7 faktörün bulunduğu görülmektedir. Ancak burada özdeğer tablosu ve açıklanan toplam varyans değerleri ile birlikte değerlendirme yapılması gerektiğinden 6 faktörlü bir yapının bulunmasının uygun olacağı düşünülmüştür (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2014; McMillan ve Schumacher, 2006).

Açıklayıcı faktör analizinin önemli bir değişkeni ise madde faktör yükleri ve ortak varyans değerleridir. İlgili alanyazında ortak varyans değerlerinin 0,10'dan düşük olmaması ve madde faktör yüklerinin ise 0,32 değerinden yüksek olması gerektiği belirtilmiş olmasına rağmen bu değerlerin yüksek tutulması araştırmanın niteliğini olumlu yönde etkilediğinden 0,50 olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda 56 maddelik taslak ölçek binişik değerler, amaca hizmet etmeyen değerler ve 0,50'nin altında bulunan değerler elenerek 36 maddeye düşürülmüştür. Tablo 14'te madde faktör yükleri bulunmaktadır.

Tablo 14. Nihai Ölçeğe Ait Madde Faktör Yükleri

		Faktör Yükleri		Açıklanan Toplam Varyans
Tutum	T2	,845		31,518
	T3	,836		
	T4	,826		
	T1	,767		
	T6	,748		
	T5	,731		
Özgeci Değerler	OD6	,840		10,574
	OD7	,831		
	OD3	,818		
	OD5	,804		
	OD4	,788		
	OD2	,783		
	OD1	,779		
Algılanan Davranışsal Kontrol	ADK3	,818		9,555
	ADK2	,778		
	ADK4	,723		
	ADK1	,718		
	ADK5	,681		
	ADK6	,653		
Davranışa Yönelik Niyet	DYN4	,788		7,243
	DYN5	,784		
	DYN2	,779		
	DYN3	,757		
	DYN6	,722		
	DYN1	,705		
Sürdürülebilir Tüketim Davranışı	STD2	,767		4,415
	STD7	,755		
	STD6	,737		
	STD5	,636		
	STD1	,612		
	STD4	,593		
	STD3	,589		
Öznel Norm	ON3	,819		3,834
	ON2	,777		
	ON1	,718		
	ON4	,716		
Açıklanan Toplam Varyans				67,138

Madde faktör yüklerini içeren Tablo 14 incelendiğinde, bu değerlerin 0,589 ile 0,845 arasında değişim gösterdiği belirlenmiştir. Madde faktör yüklerinin ilgili literatürde 0,30 ve üzeri olması gerektiği belirtilirken araştırmada bu değer 0,50 olarak belirlenmiş ve daha sıkı bir incelemeye tabi tutulmuştur. Geliştirilen ölçeklere yönelik olarak madde elemesinde ve maddelerin tespit edilmesinde şu kriterler dikkate alınmıştır:

1. Lawshe (1975) tekniği yardımıyla uzman görüşü alınmış ve amaca hizmet etmeyen maddeler elenmiştir.
2. Korelasyon matrisleri incelenmiş ve benzerlik oranı 0,90 ve üzerinde olan maddeler elenmiştir.
3. Madde faktör yüklerinin geçerlilik sınırları incelenmiş ve 0,50 ve üzerinde olan maddeler tercih edilmiştir.
4. Son olarak alt grup üst grup % 27'lik sonuçlar $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı olmayan maddeler ölçek yapısından çıkarılmıştır.

4.4.2. Pilot Uygulamaya Yönelik Doğrulayıcı Faktör Analizi

Ölçek geliştirmeye yönelik alan yazın incelendiğinde bu çalışmaların genellikle iki aşamalı bir yapıya sahip olduğu görünmektedir (Öztürk, 2010; George ve Mallery, 2010). Bunlardan ilki “Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)”, ikincisi ise “Doğrulayıcı Faktör Analizidir (DFA)”. Doğrulayıcı faktör analizinin asıl amacı, açıklayıcı faktör analizi ile oluşturulan ölçeğin yapı geçerliğinin sağlanması ve doğrulanmasıdır (Çokluk, Şekercioglu ve Büyüköztürk, 2014). Doğrulayıcı faktör analizi kullanılmasının bir diğer nedeni ise ölçek geliştirme çalışmalarının artış göstermesi ve bunun akabinde nitelik ve nicelik sorunlarının meydana gelmesidir. DFA ile gizil yani örtük yapılar belirlenmekte ve araştırmacının daha önce tespit edemediği diğer yapılar ortaya çıkarılmaktadır. DFA analizi uygulamasının yapılabilmesi için birçok alternatif program bulunurken en sık tercih edileni ise LISREL 8.7 paket programıdır (Kline, 1994; Özdamar, 2002). DFA analizi için işlemlerde kullanılmak üzere bir takım uyum indeksi değerleri bulunmaktadır. Bu değerler Yılmaz (2018) tarafından şu şekilde belirtilmektedir:

“Ki-Kare (X²) iyilik Uyumu (Chi-Square Goodness of Fit): Bu test, normallik varsayımını kontrol etmekte olup örneklem büyüklüğü hakkında bilgi vermektedir.”

“GFI/AGFI (Düzenlenmiş İyilik Uyum İndeksi): Bu uyum indeksi yapısal eşitlik modelinin örneklem büyüklüğü karşısında olumsuz etkilenmemesi için geliştirilmiştir.”

“RMSEA (Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü): X2 dağılımında örnekleme yönelik kovaryans örüntülerini belirlemek için kullanılır.”

“SRMR (Standardize Edilmiş Artık Ortalamaların Karekökü): Örneklem ile kesitirimsel evren arasındaki farklılıkları belirlemek üzere geliştirilmiştir.”

“NNFI/NFI (Normlaştırılmış ve Normlaştırılmamış Uyum İndeksi): Ki-kare dağılımın gerektirdiği sayıtlara uyma mecburiyeti olmadan karşılaştırma yapma imkânı sağlar.”

“CFI (Karşılaştırmalı Uyum İndeksi): Bu indeks, modelin uyumunu ya da yeterliliğini yokluk modeli olarak isimlendirilen ve değişkenler arasında belirli bir ilişki olmadığını temele alan bir yaklaşımla karşılaştırma yapılmasını sağlar.”

Tablo 15. DFA Analizi İçin Uyum İyiliği İndeksleri Kabul Aralıkları

Uyum Kriterleri	Mükemmel Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
χ^2/sd	≤ 3	≤ 5
RMSEA	$0 < RMSEA < 0.05$	$0.05 \leq RMSEA \leq 0.10$
RMR	$0 \leq SRMR < 0.05$	$0.05 \leq SRMR \leq 0.10$
SRMR	$0 \leq SRMR < 0.05$	$0.05 \leq SRMR \leq 0.10$
NFI	$0.95 \leq NFI \leq 1$	$0.90 \leq NFI \leq 0.95$
NNFI	$0.95 \leq NNFI \leq 1$	$0.90 \leq NNFI \leq 0.95$
CFI	$0.95 \leq CFI \leq 1$	$0.90 \leq CFI \leq 0.95$
GFI	$0.95 \leq GFI \leq 1$	$0.90 \leq GFI \leq 0.95$
AGFI	$0.90 \leq AGFI \leq 1$	$0.85 \leq AGFI \leq 0.90$

Doğrulayıcı faktör analizi ile bulunan sonuçların indeks değerleri ile birlikte incelenmesi gerekmektedir (Calvini, Fini ve Ranieri, 2008). Araştırmanın bu kısmında kapsam ve görünüş geçerliği sağlanan, ardından açıklayıcı faktör analizi neticesinde 36 maddeye düşürülen ölçek 250 kişilik bir gruba uygulanmış ve elde edilen sonuçlar doğrulayıcı faktör analizi yapılarak incelemeye alınmıştır.

Tablo 16. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Ölçeğine Ait DFA Bulguları

Faktör	Madde	Faktör Yükleri	R ²	Hata Varyansı	T
Algılanan Davranışsal Kontrol	ADK1	0,77	0,59	0,40	13,86**
	ADK2	0,76	0,57	0,42	13,50**
	ADK3	0,70	0,49	0,51	12,02**
	ADK4	0,74	0,54	0,46	12,95**
	ADK5	0,70	0,49	0,50	12,19**
	ADK6	0,69	0,48	0,52	11,97**
Özgeci Değerler	OD1	0,74	0,54	0,46	13,32**
	OD2	0,77	0,59	0,41	14,18**
	OD3	0,77	0,59	0,40	14,29**
	OD4	0,81	0,66	0,35	15,19**
	OD5	0,81	0,66	0,34	15,40**
	OD6	0,86	0,74	0,27	16,65**
	OD7	0,84	0,70	0,29	16,17**
Öznel Norm	ON1	0,75	0,56	0,43	13,15**
	ON2	0,78	0,61	0,39	13,82**
	ON3	0,83	0,69	0,32	14,92**
	ON4	0,65	0,42	0,57	10,92**
Tutum	T1	0,74	0,54	0,45	13,34**
	T2	0,77	0,59	0,40	14,14**
	T3	0,80	0,64	0,36	14,86**
	T4	0,79	0,62	0,38	14,58**
	T5	0,77	0,59	0,41	14,09**
	T6	0,81	0,66	0,34	15,28**
Davranışa Yönelik Niyet	DYN1	0,77	0,59	0,40	16,23**
	DYN2	0,82	0,67	0,32	14,32**
	DYN3	0,83	0,69	0,31	14,45**
	DYN4	0,88	0,77	0,22	15,73**
	DYN5	0,88	0,77	0,22	15,72**
	DYN6	0,88	0,77	0,23	15,57**
Sürdürülebilir Tüketim Davranışı	STD1	0,48	0,23	0,62	9,56**
	STD2	0,50	0,25	0,63	5,58**
	STD3	0,75	0,56	0,44	7,02**
	STD4	0,46	0,21	0,67	5,30**
	STD5	0,61	0,37	0,60	6,39**
	STD6	0,68	0,46	0,54	6,74**
	STD7	0,79	0,62	0,38	7,16**

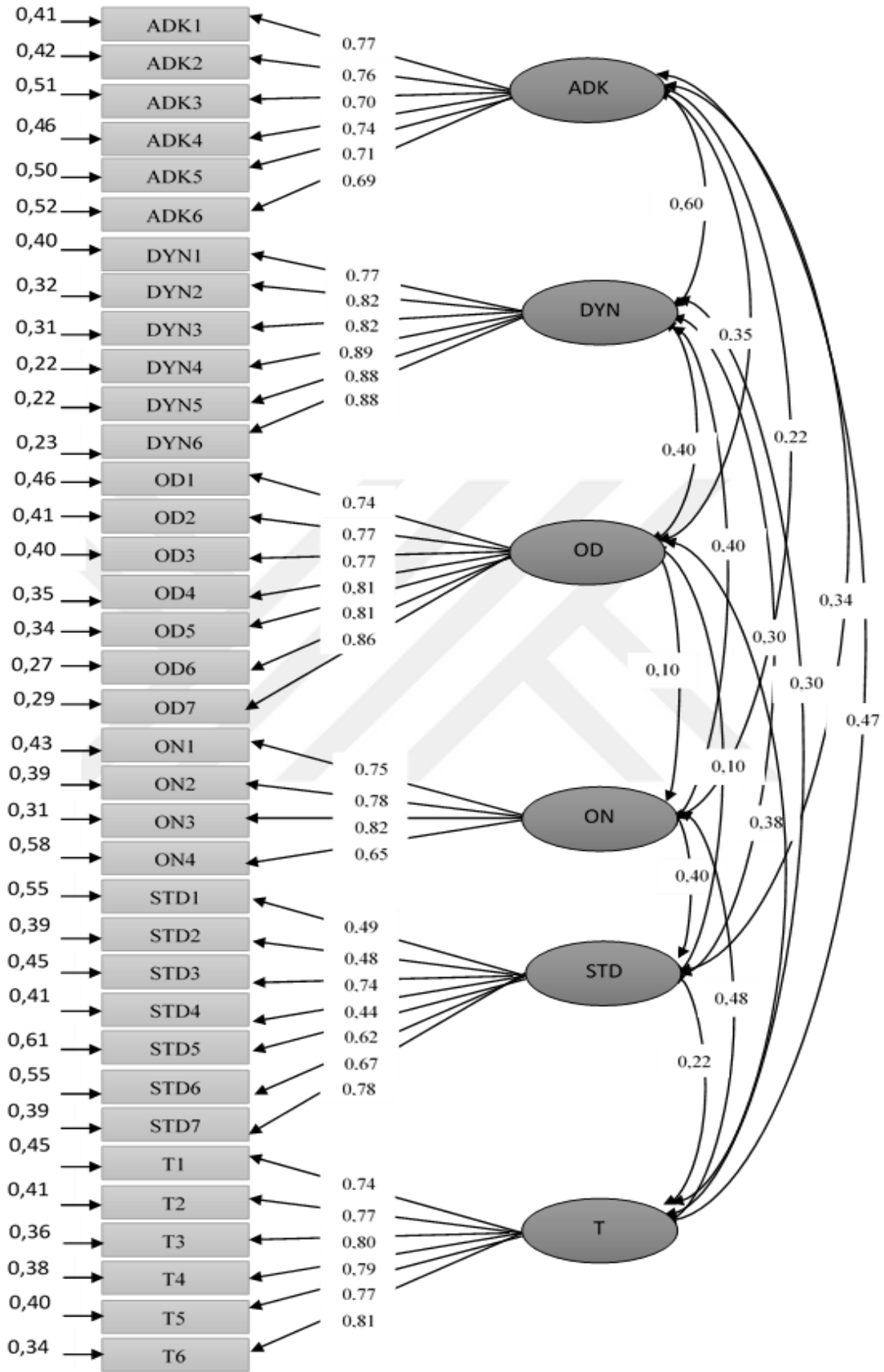
****P<0,01 düzeyinde anlamlıdır**

Sürdürülebilir tüketim davranışı ölçeğine yönelik DFA sonuçları incelendiğinde, incelendiğinde, madde faktör yüklerinin 0,46 ile 0,88 arasında değiştiği görülmektedir. Bu değer 0,32 ve üzerinde olması ve ölçek geliştirme çalışmalarında ise en az 0,40 ve üzerinde olması ilgili alan yazında kabul edilebilir bir değer aralığıdır. R2 değerleri incelendiğinde bu aralığın 0,21 ile 0,77 arasında çıktığı ve genel olarak orta ve yüksek düzeyde bulunduğu belirlenmiştir. Hata varyansı değerleri incelendiğinde, bu değerlerin 0,90 ve altında bulunması istenilmektedir. Çünkü 0,90 ve daha yüksek bulunan değerler birden fazla maddenin aynı amaca hizmet ettiğini ve hemen hemen birbirinin aynısı olacak şekilde sonuçlar çıkardığını göstermektedir. Bu bağlamda hata varyansı değerlerinin olması gereken aralıklarda bulunduğu ve ölçeğin yapısına uygun olduğu söylenebilir. Bu değerlerin yanı sıra istatistiksel düzeyde ($p < 0,01$) anlamlılığı ifade eden T değerleri incelendiğinde bütün değerlerin bazı kaynaklarda 1,96 bazı kaynaklarda ise 2,56 değerinden yüksek olması tercih edilen bir aralıktır. Bu bağlamda elde edilen tüm sonuçlar 2,56 değerinden daha yüksek olması nedeniyle manidar bulunmuş ve ölçeğe olumlu bir katkı sağlamıştır.

Tablo 17. Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonucu Uyum İyiliği İndeksi Değerleri

Uyum indeksleri	Bulunan değerler	Yorum
X^2	1083,47	Kabul edilebilir uyum
Sd	581	Kabul edilebilir uyum
X^2/Sd	1,86	Mükemmel uyum
p	0,00	,05 düzeyinde anlamlı
RMSEA	0,059	Kabul edilebilir uyum
NFI	0,93	Mükemmel uyum
NNFI	0,96	Mükemmel uyum
GFI	0,93	Kabul edilebilir uyum
CFI	0,96	Mükemmel uyum
SRMR	0,06	Kabul edilebilir uyum
AGFI	0,90	Mükemmel uyum

Sürdürülebilir tüketim ölçeğine yönelik X^2/Sd değerinin 1,86 olduğu ve mükemmel uyuma sahip olduğu, RMSEA değerinin 0,059 olduğu ve kabul edilebilir uyuma sahip olduğu, NFI değerinin 0,93 olduğu, NNFI değerinin 0,96 olduğu, CFI değerinin 0,96 olduğu ve mükemmel bir uyuma sahip olduğu, SRMR değerinin 0,06 olduğu ve kabul edilebilir aralıkta olduğu, AGFI değerinin ise 0,90 olduğu ve mükemmel uyuma sahip olduğu görülmektedir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2014; Gül ve Sözbilir, 2015). Şekil 10 da path diyagramı görülmektedir.



ADK=Algılanan Davranışsal Kontrol, DYN=Davranışa Yönelik Niyet, OD= Özgeci Değerler, ON=Öznel Norm, STD=Sürdürülebilir Tüketim Davranışı, T=Tutum

Şekil 10. Ön Uygulama Ölçeği Ait Path Diyagramı

Çalışma kapsamında değişkenlerin ayrıca birleşim ve ayrışım geçerliliği değerlerindeki incelenmesi gerekmektedir (Büyükyılmaz, 2013). Ayrışım ve birleşim geçerliliği çerçevesinde bulunan AVE ve CR değerleri Tablo 18’de sunulmuştur.

Tablo 18. Ayrışım ve Birleşim Geçerliliğine Yönelik Sonuçlar

	CR	AVE	ADK	DYN	OD	ON	STD	TUTUM
ADK	0,87	0,53	0,728 ^a					
DYN	0,88	0,57	0,60	0,754 ^a				
OD	0,92	0,65	0,35	0,40	0,806 ^a			
ON	0,84	0,57	0,22	0,40	0,10	0,754 ^a		
STD	0,87	0,50	0,34	0,30	0,10	0,40	0,707 ^a	
TUTUM	0,91	0,62	0,47	0,75	0,38	0,48	0,22	0,787 ^a

OD= Özgeci Değerler, ON= Özne Norm, ADK= Algılanan Davranışsal Kontrol DYN= Davranışa Yönelik Niyet, Tutum= Tutum, STD= Sürdürülebilir Tüketim Davranışı, CR=Birleşik Güvenilirlik, AVE=Açıklanan Ortalama Varyans Not: (a) Açıklanan ortalama varyansın (AVE) karekök değerleridir.

Birleşim ve ayrışım geçerliliği için ilgili literatürde olması gereken kabul aralığı AVE değeri için 0,50 değerinden büyük olması, CR değeri için ise 0,70’den yüksek olması gerekliliğidir (Fornell ve Larcker, 1981). Bir faktöre ait ortalama açıklanan varyans değerinin (AVE) karekökünün, bu faktörün diğer faktörlerle olan korelasyon değerlerinden büyük olması ıraksak geçerlilik için yeterlidir. Bu kapsamda analiz sonuçları incelendiğinde tüm değerlerin kabul edilebilir aralıkta olduğu görülmektedir.

4.4.3. Çalışmanın Güvenirlik Kriterlerine Ait Yapılan İşlemler

Çalışma kapsamında geliştirilen ölçeğin güvenirlik kriterlerinin sağlanması aşamasında alan yazında Gül ve Sözbilir (2015) tarafından ifade edilen şu basamaklar dikkate alınmıştır;

1. Her aşamada uzman görüşüne başvurulması,
2. Güvenirlik kriterlerine yönelik detaylı açıklama yapılması,
3. Değerlendiriciler arası uyum çalışması,
4. Veriler arasında tutarlılığın irdelenmesi.

Çalışma süresince yukarıda belirtilen kriterler dikkate alınmış, her aşamada uzman görüşüne başvurulmuş ve değerlendiriciler arası uyum konusunda Lawshe (1975) tekniği dikkate alınarak gerekli incelemeler yapılmıştır. Ayrıca toplanan verilerin iç tutarlılık katsayıları (Cronbach’s Alpha) belirlenmiş ve her bir faktör grubu

için ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Aşağıda sırasıyla sürdürülebilir tüketim ölçeğine yönelik güvenilirlik analizi sonuçları önce faktörler düzeyinde daha sonra ise sorular düzeyinde incelenmiştir. Tablo 19’da faktörler düzeyinde gerçekleşen güvenilirlik analizi sonuçları sunulmuştur.

Tablo 19. Faktör Düzeyinde Güvenirlik Sonuçları

Faktörler	Madde Sayısı	X	Cronbach’s Alpha (α)
Algılanan Davranışsal Kontrol	6	5,11	0,865
Davranışa Yönelik Niyet	6	5,60	0,962
Özgeci Değerler	7	5,28	0,947
Öznel Norm	4	5,44	0,905
Sürdürülebilir Tüketim Davranışı	7	5,84	0,877
Tutum	6	5,99	0,952
Ölçek Geneli	36	5,54	0,932

Ölçek geliştirme alanına yönelik olarak yapılan çalışmalarda iç tutarlık katsayısı Cronbach’s Alpha değerinin 0,70 ve üzerinde olması tercih edilen bir değer aralığıdır (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2014). Bu kapsamda ölçeğin tüm faktörleri istenilen değer aralığında olup ölçeğin genel güvenilirlik değeri ise $\alpha=0,932$ olarak belirlenmiştir. Tablo 20’de soru düzeyinde güvenilirlik aralıkları incelenmiştir.

Tablo 20. Maddeler Düzeyinde Güvenirlik Analizi Sonuçları

	Madde Silindiğinde Ölçeğin Genel Ortalaması	Madde Silindiğinde Ölçeğin Alacağı Yeni Varyans	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Çoklu Karalar Korelasyonu	Madde Silindiğinde Ölçeğin Yeni C-Alpha Değeri
ADK1	180,88	855,654	,511	,576	,924
ADK2	181,20	854,224	,440	,630	,925
ADK3	181,37	868,711	,356	,632	,926
ADK4	180,55	866,767	,476	,547	,925
ADK5	180,59	859,856	,534	,573	,924
ADK6	180,84	858,021	,511	,580	,924
DYN1	180,64	845,392	,682	,703	,922
DYN2	180,41	849,593	,699	,750	,922
DYN3	180,41	852,564	,666	,748	,923
DYN4	180,36	852,349	,679	,805	,923
DYN5	180,30	849,306	,717	,833	,922
DYN6	180,35	849,343	,691	,770	,922

Tablo 20'nin devamı.

	Madde Silindiğinde Ölçeğin Genel Ortalaması	Madde Silindiğinde Ölçeğin Alacağı Yeni Varyans	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Çoklu Karalar Korelasyonu	Madde Silindiğinde Ölçeğin Yeni C-Alpha Değeri
OD1	180,91	853,798	,494	,648	,924
OD2	180,78	858,262	,480	,637	,924
OD3	180,75	859,625	,434	,642	,925
OD4	180,78	844,196	,602	,727	,923
OD5	180,67	851,357	,501	,675	,924
OD6	180,71	854,822	,492	,728	,924
OD7	180,54	849,941	,553	,727	,924
ON1	180,66	863,059	,415	,543	,925
ON2	180,61	863,006	,426	,571	,925
ON3	180,85	858,368	,420	,637	,925
ON4	180,16	867,997	,370	,469	,926
STD1	182,05	870,700	,318	,312	,926
STD2	182,22	851,155	,499	,615	,924
STD3	182,30	858,638	,368	,397	,926
STD4	182,47	871,142	,274	,341	,927
STD5	181,52	862,447	,390	,465	,926
STD6	182,43	867,492	,306	,495	,927
STD7	182,20	858,051	,440	,603	,925
T1	180,12	854,926	,548	,633	,924
T2	180,07	859,437	,527	,725	,924
T3	180,00	854,682	,592	,775	,923
T4	179,76	861,210	,578	,761	,924
T5	179,96	858,231	,553	,694	,924
T6	180,25	853,371	,605	,721	,923

Ölçek maddelerine ait madde toplam korelasyonlarının literatürde 0,30 ve üzerinde olması beklenmektedir (Büyüköztürk, 2010). Örneğin ölçeğin STD boyutundaki 4. Maddesinin faktör yükü ,274 olarak bulunmuştur. Bu değer ,30'un altındadır. Ölçeğin genel hali düşünüldüğünde uyum indeksi değerleri ve madde faktör yükleri literatürde kabul edilen aralıklardadır, bir madde için ,30 altında olması kabul edilebilir (Kalaycı, 2014, s. 412; Büyüköztürk, 2011; Jöreskog ve Sörbom, 1993, s.1996). Ölçekte tüm değerler istenilen aralıklarda bulunmakta olup, yapıyı bozan herhangi bir olumsuz madde bulunmamaktadır. Tablo 21'de soru düzeyinde korelasyonlar incelenmiştir.

Tablo 21. Maddeler Düzeyinde Korelasyon Sonuçları

		r	p
Algılanan Davranışsal Kontrol	ADK1	,526	,000**
	ADK2	,644	,000**
	ADK3	,670	,000**
	ADK4	,554	,000**
	ADK5	,543	,000**
	ADK6	,615	,000**
Davranışa Yönelik Niyet	DYN1	,332	,000**
	DYN2	,762	,000**
	DYN3	,730	,000**
	DYN4	,813	,000**
	DYN5	,809	,000**
	DYN6	,795	,000**
Özgeci Değerler	OD1	,466	,000**
	OD2	,678	,000**
	OD3	,596	,000**
	OD4	,680	,000**
	OD5	,684	,000**
	OD6	,723	,000**
	OD7	,710	,000**
Öznel Norm	ON1	,420	,000**
	ON2	,602	,000**
	ON3	,622	,000**
	ON4	,600	,000**
Sürdürülebilir Tüketim Davranışı	STD1	,387	,000**
	STD2	,432	,000**
	STD3	,497	,000**
	STD4	,341	,000**
	STD5	,415	,000**
	STD6	,421	,000**
	STD7	,602	,000**
Tutum	T1	,390	,000**
	T2	,445	,000**
	T3	,463	,000**
	T4	,502	,000**
	T5	,556	,000**
	T6	,672	,000**

* $p < 0,01$ düzeyinde anlamlıdır.

Ölçek maddelerine ait madde düzeyinde yapılan incelemede tüm değerlerin literatürde kabul göre 0,30 değerinden yüksek olduğu bu nedenle ölçeğin maddeler düzeyinde yeterli bir korelasyona sahip olduğu ve iç tutarlılığının sağlandığı söylenebilir (Büyüköztürk, 2010). Ölçekte tüm değerler istenilen aralıklarda bulunmakta olup, yapıyı bozan herhangi bir olumsuz madde bulunmamaktadır. Tablo

22’de %27’lik alt grup üst grup sonuçları yer almaktadır. Ölçek maddelerine yönelik olarak yapılan alt grup üst grup ortalamalarının karşılaştırılması sonucu tüm nihai ölçek maddelerinin istenilen aralıklarda bulunduğu ve hepsinin 0,01 düzeyinde anlamlı ve korelasyon değerlerinin de oldukça iyi olduğu belirlenmiştir.

Tablo 22. %27’lik Alt Grup Üst Grup Korelasyon Sonuçları

		Madde Toplam Korelasyonu	Alt/üst grup Ortalamalar Arası Farkın t- Değeri
Algılanan Davranışsal Kontrol	ADK1	,511**	10,243*
	ADK2	,440**	9,597*
	ADK3	,356**	6,207*
	ADK4	,476**	9,834*
	ADK5	,534**	10,910*
	ADK6	,511**	9,886
Davranışa Yönelik Niyet	DYN1	,682**	12,624*
	DYN2	,699**	13,224*
	DYN3	,666**	12,572*
	DYN4	,679**	13,306*
	DYN5	,717**	13,360*
	DYN6	,691**	12,949*
Özgeci Değerler	OD1	,494**	9,054*
	OD2	,480**	8,365*
	OD3	,434**	8,501*
	OD4	,602**	10,709*
	OD5	,501**	9,577*
	OD6	,492**	9,094*
	OD7	,553**	10,614*
Öznel Norm	ON1	,415**	9,841*
	ON2	,426**	9,981*
	ON3	,420**	11,456*
	ON4	,370**	8,545*
Sürdürülebilir Tüketim Davranışı	STD1	,318**	5,940*
	STD2	,499**	9,847*
	STD3	,368**	7,010*
	STD4	,274**	3,931*
	STD5	,390**	7,929*
	STD6	,306**	5,102*
	STD7	,440**	7,605*
Tutum	T1	,548**	9,766*
	T2	,527**	8,156*
	T3	,592**	9,186*
	T4	,578**	8,151*
	T5	,553**	8,627*
	T6	,605**	9,774*

*p< 0,01 **Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

BEŞİNCİ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM DAVRANIŞININ PLANLI DAVRANIŞ TEORİSİ KAPSAMINDA İNCELENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Bu bölümde pilot araştırma kapsamında ortaya çıkarılan ölçeğin nihai araştırmanın örnekleme olarak belirlenen 384 kişilik tüketici grubuna uygulanması üzerine yapılan analizler ve bulgular yer almaktadır. Öncelikle belirlenen örneklem büyüklüğü doğrultusunda kolayda örnekleme yöntemi ile araştırmacıya yakınlığı, uygulama imkanı, ekonomik ve zamana bağlı nedenlere dayalı olarak araştırma verileri Kastamonu ilindeki tükeçilere ulaşılarak toplanmıştır. Nihai araştırma kapsamında geri dönüş oranları da düşünülerek 500 anket dağıtılmış, bunlardan 471 anket geri dönmüş, aralarından 57 tanesinin eksik ve hatalı doldurulduğu tespit edilmiş olup analize dahil edilmemiştir. Verilerin bu açıklamalar dahilinde toplanmasının ardından elenerek araştırmaya dahil edilen 414 tanesi bilgisayar ortamına girildikten sonra Sosyal Bilimler İçin İstatistiksel Paket Programı (SPSS) 20.0 ve Yapısal Eşitlik Modellemesi (LISREL) 8.7 paket programı yardımıyla analiz edilmiş ve değerlendirilmiştir.

Çalışmanın bu kısmında öncelikle 414 kişilik gruptan toplanan veriler dahilinde ölçeğin tekrar sınanması amacıyla açıklayıcı faktör analizi yapılmış, ardından doğrulayıcı faktör analizi ile ölçeğin uyum iyiliği değerleri tekrar test edilmiştir. Ardından tüketicilerin sosyo-demografik özelliklerine yönelik bilgiler, ölçek maddelerine yönelik bilgiler ve araştırma problem ve hipotezlerine yönelik sonuçlar ortaya konularak raporlanmıştır.

5.1. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Ölçeğine Ait Açıklayıcı Faktör Analizi

Ölçeğin faktör yapısını incelemek için açıklayıcı faktör analizi yapılmış ama daha öncesinde faktör analizinin ön şartları olan değişkenler arasında belli oranda korelasyon bulunmasının sonucunda veri setinin faktör analizine uygunluğuna karar vermek amacıyla KMO değeri, Barlett Küresellik testi ve değişkenler arasındaki ilişkiler esas alınmıştır (Tabachnick ve Fidel, 2014). KMO değerinin ,60'tan büyük olması veriler üzerinden faktör analizi yapılabileceğini göstermektedir (Büyüköztürk, 2009).

Tablo 23. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Ölçeğine Ait KMO Ve Barlett Testi Sonucu

KMO Örneklem Yeterliliği		0,946
Bartlett's Test of Sphericity	Ki-kare Değeri (χ^2)	13876,159
	Serbestlik Derecesi (df)	630
	Anlamlılık Değeri (p)	0,000

Tablo 23'te KMO değeri $0,918 > 0,60$ ve Barlett küresellik testi $p < 0,01$ önem düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Bu değerler örneklem büyüklüğünün faktör analizi için uygun olduğu ve verilerin çok değişkenli normal dağılımdan elde edildiğini göstermektedir (Kan ve Akbaş, 2005).

Açıklayıcı faktör analizi (AFA) sonucunu belirlemek için temel bileşenler analizinden dikey döndürme yöntemlerinden varimax dik döndürme yöntemi kullanılmıştır. Ölçekteki maddelerin kalması ya da kalmaması durumuna karar vermede faktör yük değerlerinin 0,45 veya daha üzeri bir değer olması ölçüt olarak alınmıştır (Büyüköztürk, 2009). Bununla birlikte maddelerin binişikliğe bakılarak tek bir faktör altında yük değeri taşıma özelliği de dikkate alınmıştır. 36 maddelik ölçekte faktör analizi sonucu toplam varyansın %75,189'unu açıklayan ve 6 faktörlü bir yapı ortaya çıktığı görülmüştür.

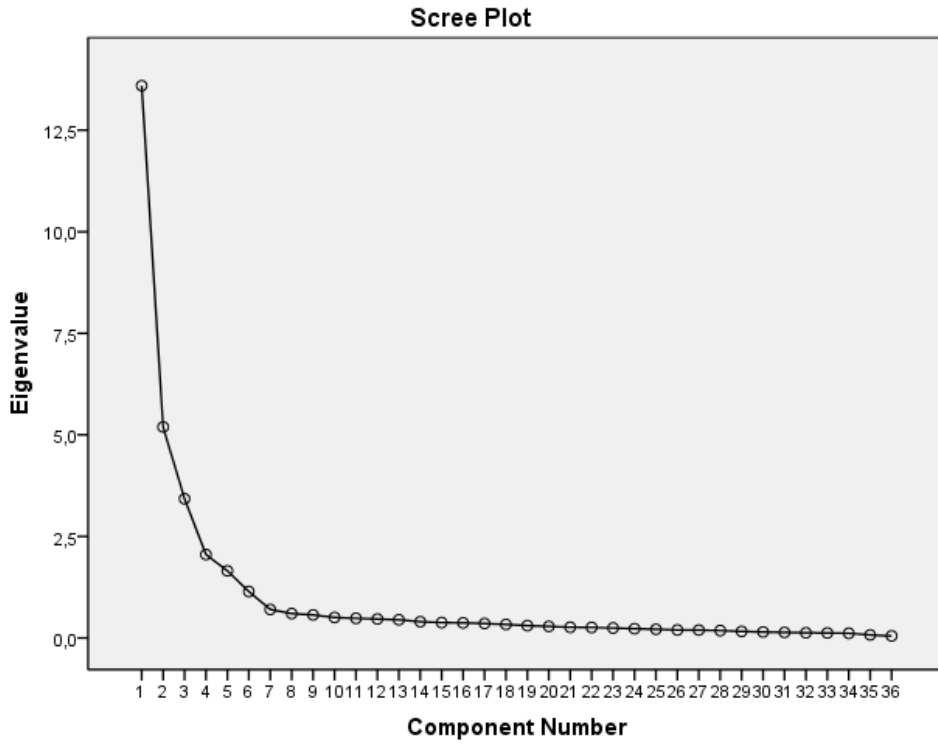
Tablo 24. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Ölçeğinin Öz Değerleri Ve Açıkladıkları Varyans Düzeyleri

Bileşenler	Başlangıç Öz değerleri			Döndürme Sonrası Yüklerin Kareler Toplamı		
	Toplam	Varyans%	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	13,60	37,77	37,77	6,09	16,92	16,92
2	5,19	14,43	52,20	5,17	14,36	31,28
3	3,43	9,52	61,72	4,94	13,71	44,99
4	2,05	5,70	67,42	4,18	11,62	56,61
5	1,65	4,59	72,01	4,11	11,42	68,02
6	1,14	3,18	75,19	2,58	7,17	75,19

Tablo 24'e göre, sürdürülebilir tüketim davranışı ölçeği öz değeri 1'den büyük 6 faktörlü bir yapı sergilemektedir. Birinci faktör toplam varyansın %16,92'sini; ikinci

faktör toplam varyansın %14,36'sını; üçüncü faktör toplam varyansın %13,71'ini; dördüncü faktör toplam varyansın %11,62'sini, beşinci faktörün toplam varyansın %11,42'sini ve altıncı faktör toplam varyansın %7,17'sini açıklamaktadır. Altı faktörün birlikte toplam varyansın %75,19'unu açıkladığı belirlenmiştir. Açıklanan varyansın %40 ile %60 arasında olması yeterli kabul edilirken (Scherer, Wiebe, Luther ve Adams, 1988) %75,19 çıkması, toplam varyansın oldukça yeterli olduğu göstermektedir.

Faktör yapısını doğrulamak amacıyla değerlendirilen diğer bir nokta ise ölçeğin çizgi yamaç (Scree plot test grafiği) grafiğidir. Scree plot grafiği Şekil 11'de verilmiştir.



Şekil 11. Nihai Uygulamaya Ait Scree Plot Test Sonucu

Yukarıdaki grafikte kırılmanın altıncı boyuttan sonra gerçekleştiği, altıncı boyuttan sonra eğilimin diğer faktörler için durağanlaştığı belirlenmiştir.

Tablo 25. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Ölçeği Maddeleri Faktör Yük Değerleri

Maddeler	Faktörler					
	1	2	3	4	5	6
5.Enerji verimli ev aletleri almaya çalışıyorum.	0,852					
6.Kullandığım enerji miktarını azaltmak için çaba sarf ediyorum.	0,887					
3.Ev atıklarımın bir kısmını geri dönüştürüyorum.	0,896					
2.Çevreye zararı olacağını düşündüğüm ürünleri satın almıyorum.	0,905					
4.Sadece geri dönüştürülebilecek ürünleri satın almaya çalışıyorum.	0,921					
7.Kullandığım elektrikli ev aletlerini diğer markalardan daha az enerji tükettiği için satın aldım.	0,936					
1.Lüzumsuz ambalajlanmış ürünleri satın almıyorum.	0,959					
29.Arabamı, ev eşyalarını ve enerjimi çevreye duyarlı bir şekilde kullanmam için oldukça fırsatım var.		0,778				
27.Eğer istersem, çevreye duyarlı olmayan ürünler yerine duyarlı olanları almam mümkündür.		0,817				
28.Eşyalarımı ve enerjiyi çevreye duyarlı bir şekilde kolayca kullanabilirim.		0,817				
25.Çevreye duyarlı ürünleri satın almak ekstra çaba gerektirmez.		0,841				
26.Alışveriş yaptığım mağazalarda, çevreye duyarlı ürünleri genellikle bulabilirim.		0,843				
24.Çevreye duyarlı ürün satın alabileceğime inanıyorum.		0,851				
30.Sosyal adalet, adaletsizliği düzeltmek, güçsüzlere yardım etmek			0,756			
31.Kirliliğin önlenmesi, doğal kaynakların korunması			0,774			
33.Doğa ile bütünlük, Doğa ile uyum			0,783			
34.Savaş ve çatışmadan uzak, bir dünya barışı			0,787			
36.Çevreyi korumak, doğayı korumak			0,808			
32.Eşitlik, herkes için eşit fırsat			0,821			
35.Yeryüzüne saygı, diğer türlerle uyum			0,823			
13.Her bir tüketici, sosyal sorumluluk sahibi şirketler tarafından satılan ürünleri satın alarak toplum üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabilir.				0,650		
12.Ürün satın alırken, onların kullanımının çevreyi ve diğer tüketicileri nasıl etkileyeceğini düşünmek gerekir.				0,653		
9.Gıda ürünlerinin hiçbir koruyucu madde içermemesi benim için önemlidir.				0,691		
11.Geri dönüşüm oldukça önemli bir konudur.				0,763		

Tablo 25'in devamı.

Maddeler	Faktörler					
	1	2	3	4	5	6
8.Organik ve konvansiyonel ürünler arasında seçim yapılması gerekirse, organik olanlar tercih edilmelidir.				0,777		
10.Ürün satın alırken yerel üreticileri desteklemek benim için önemlidir.				0,817		
14.Önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı ürünler satın almayı planlıyorum.					0,661	
19.Önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı olan kullanım sonrası davranışlarda bulunmaya çalışacağım.					0,670	
18.Önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı olan kullanım sonrası davranışlarda bulunma niyetindeyim.					0,729	
17.Arabamı, ev eşyalarını ve enerjiyi önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı bir şekilde kullanmak için çabalayacağım.					0,737	
15.Önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı ürünler almak için çabalayacağım.					0,748	
16.Arabamı, ev eşyalarını ve enerjiyi önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı bir şekilde kullanmayı düşünüyorum.					0,751	
23.Arkadaşlarımla olumlu görüşü benim çevreye duyarlı ürün satın almamı etkiliyor.						0,585
22.Ev / aile üyelerim, çevreye duyarlı ürünler satın almam gerektiğini düşünüyor.						0,716
20.Tanıdıklarımın çoğunun çevreye duyarlı ürünler satın almamı beklediğini düşünüyorum.						0,721
21.Tanıdığım kişilerin çoğu, çevreye duyarlı ürünler ile diğer ürünler arasında bir tercih yapılması durumunda, çevreye duyarlı ürünleri seçerler.						0,814

Tablo 25'te ölçeğe ait ortak faktör yük değerleri, döndürme sonrası oluşan faktör yapısına ait sonuçlar bulunmaktadır. Tablodaki bulgular değerlendirilirken faktör yük değerinin $>0,45$ (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2014) ve iki faktör yük değeri arasındaki farkın en az $>0,10$ (Büyüköztürk, 2010) olması dikkate alınmıştır. Faktör yük değerleri $0,585 - 0,959$ arasında değişmekte ve faktör yükleri arasında binişiklik olmadığı belirlenmiştir.

5.2. Sürdürülebilir Tüketim Ölçeğine Yönelik Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Aşağıda sırasıyla sürdürülebilir tüketim ölçeğine yönelik güvenilirlik analizi sonuçları önce faktörler düzeyinde daha sonra ise sorular düzeyinde incelenmiştir.

Tablo 26. Faktörler Düzeyinde Güvenirlik Analizi Katsayıları

Faktör	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha (α)
Faktör 1	7	0,971
Faktör 2	6	0,961
Faktör 3	7	0,920
Faktör 4	6	0,891
Faktör 5	6	0,932
Faktör 6	4	0,830
Ölçek Geneli	36	0,947

Tablo 26'ya göre, faktör 1 altında toplanan maddelerin sırası ile; 1,2,3,4,5,6 ve 7 nolu maddeler (7 madde) olduğu belirlenmiştir.

Faktör 1 altındaki maddeler incelendiğinde faktör 1'e "Sürdürülebilir Tüketim Davranışı" adının verilmesinin uygun olacağına karar verilmiştir. Alt boyuta ait güvenilirlik katsayısı ($\alpha=0,971$) sonucunun yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir.

Faktör 2 altında toplanan maddelerin sırası ile: 24,25,26,27,28 ve 29 nolu maddeler (6 madde) olduğu belirlenmiştir. Faktör 2 altındaki maddeler incelendiğinde faktör 2'ye "Algılanan Davranışsal Kontrol" adının verilmesinin uygun olacağına karar verilmiştir. Boyuta ait güvenilirlik analizi ($\alpha=0,961$) sonucunun yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir.

Faktör 3 altında toplanan maddelerin sırası ile; 30,31,32,33,34,35 ve 36 nolu maddeler (7 madde) olduğu belirlenmiştir. Faktör 3 altındaki maddeler incelendiğinde faktör 3'e "Özgeci Değerler" adının verilmesinin uygun olacağına karar verilmiştir. Boyuta ait güvenilirlik analizi ($\alpha=0,920$) sonucunun yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir.

Faktör 4 altında toplanan maddelerin sırası ile; 8,9,10,11,12 ve 13 nolu maddeler (6 madde) olduğu belirlenmiştir. Faktör 4 altındaki maddeler incelendiğinde

faktör 4'e "Tutum" adının verilmesinin uygun olacağına karar verilmiştir. Boyuta ait güvenilirlik analizi ($\alpha= 0,891$) sonucunun yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir.

Faktör 5 altında toplanan maddelerin sırası ile; 14,15,16,17,18 ve 19 nolu maddeler (6 madde) olduğu belirlenmiştir. Faktör 5 altındaki maddeler incelendiğinde faktör 5'e "Davranışa Yönelik Niyet" adının verilmesinin uygun olacağına karar verilmiştir. Boyuta ait güvenilirlik analizi ($\alpha= 0,932$) sonucunun yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir.

Faktör 6 altında toplanan maddelerin sırası ile; 20,21,22 ve 23 nolu maddeler (4 madde) olduğu belirlenmiştir. Faktör 6 altındaki maddeler incelendiğinde faktör 6'ya "Öznel Norm" adının verilmesinin uygun olacağına karar verilmiştir. Boyuta ait güvenilirlik analizi ($\alpha= 0,830$) sonucunun yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir. Ölçeğin geneline ait güvenilirlik analizi sonucunun da ($\alpha= 0,947$) yüksek düzeyde olduğu görülmüştür. Bu katsayıların yeterli düzeyde olduğu söylenebilir (Singh, 2007).

Sürdürülebilir tüketim davranışı ölçeğine ilişkin madde analizi sonuçları tablo 27'de verilmiştir. Bu aşamada bir maddenin diğer maddelerle olan ilişkisinin 0,30'un altında olmaması durumunun yeterli olduğu (Büyüköztürk, 2009) bilinmektedir.

Tablo 27. Nihai Uygulama Maddeler Düzeyinde Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Maddeler	Madde Silindiğinde Ölçeğin Genel Ortalaması	Madde Silindiğinde Ölçeğin Alacağı Yeni Varyans	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silindiğinde Ölçeğin Yeni C-Alpha Değeri
1.Lüzumsuz ambalajlanmış ürünleri satın almıyorum.	188,950	907,448	0,547	0,946
2.Çevreye zararı olacağını düşündüğüm ürünleri satın almıyorum.	188,860	911,154	0,528	0,946
3.Ev atıklarımın bir kısmını geri dönüştürüyorum.	189,150	919,542	0,500	0,946
4.Sadece geri dönüştürülebilecek ürünleri satın almaya çalışıyorum.	189,040	912,768	0,514	0,946
5.Enerji verimli ev aletleri almaya çalışıyorum.	188,970	908,108	0,550	0,946
6.Kullandığım enerji miktarını azaltmak için çaba sarf ediyorum.	189,040	902,650	0,591	0,945
7.Kullandığım elektrikli ev aletlerini diğer markalardan daha az enerji tükettiği için satın aldım.	188,930	910,867	0,546	0,946
8.Organik ve konvansiyonel ürünler arasında seçim yapılması gerekirse, organik olanlar tercih edilmelidir.	187,660	924,621	0,545	0,946

Tablo 27'nin devamı

Maddeler	Madde Silindiğinde Ölçeğin Genel Ortalaması	Madde Silindiğinde Ölçeğin Alacağı Yeni Varyans	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silindiğinde Ölçeğin Yeni C-Alpha Değeri
9.Gıda ürünlerinin hiçbir koruyucu madde içermemesi benim için önemlidir.	187,690	922,230	0,534	0,946
10.Ürün satın alırken yerel üreticileri desteklemek benim için önemlidir.	187,600	930,313	0,519	0,946
11.Geri dönüşüm oldukça önemli bir konudur.	187,380	932,958	0,533	0,946
12.Ürün satın alırken, onların kullanımının çevreyi ve diğer tüketicileri nasıl etkileyeceğini düşünmek gerekir.	187,730	923,252	0,596	0,945
13.Her bir tüketici, sosyal sorumluluk sahibi şirketler tarafından satılan ürünleri satın alarak toplum üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabilir.	187,740	927,530	0,572	0,945
14.Önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı ürünler satın almayı planlıyorum.	188,070	915,175	0,686	0,945
15.Önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı ürünler almak için çabalayacağım.	187,920	921,176	0,662	0,945
16.Arabamı, ev eşyalarımı ve enerjiyi önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı bir şekilde kullanmayı düşünüyorum.	187,940	923,905	0,634	0,945
17.Arabamı, ev eşyalarımı ve enerjiyi önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı bir şekilde kullanmak için çabalayacağım.	187,860	921,927	0,674	0,945
18.Önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı olan kullanım sonrası davranışlarda bulunma niyetindeyim.	187,800	919,233	0,702	0,945
19.Önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı olan kullanım sonrası davranışlarda bulunmaya çalışacağım.	187,820	918,649	0,687	0,945
20.Tanıdıklarımın çoğunun çevreye duyarlı ürünler satın almamı beklediğini düşünüyorum.	188,690	918,102	0,549	0,946
21.Tanıdığım kişilerin çoğu, çevreye duyarlı ürünler ile diğer ürünler arasında bir tercih yapılması durumunda, çevreye duyarlı ürünleri seçerler.	188,610	925,207	0,480	0,946
22.Ev / aile üyelerim, çevreye duyarlı ürünler satın almam gerektiğini düşünüyor.	188,280	923,326	0,552	0,946
23.Arkadaşlarımın olumlu görüşü benim çevreye duyarlı ürün satın almamı etkiliyor.	188,120	925,774	0,543	0,946
24.Çevreye duyarlı ürün satın alabileceğime inanıyorum.	187,890	919,671	0,683	0,945
25.Çevreye duyarlı ürünleri satın almak ekstra çaba gerektirmez.	188,110	920,381	0,634	0,945
26.Alişveriş yaptığım mağazalarda, çevreye duyarlı ürünleri genellikle bulabilirim.	188,200	925,199	0,621	0,945
27.Eğer istersem, çevreye duyarlı olmayan ürünler yerine duyarlı olanları almam mümkündür.	188,080	927,806	0,608	0,945

Tablo 27'nin devamı

Maddeler	Madde Silindiğinde Ölçeğin Genel Ortalaması	Madde Silindiğinde Ölçeğin Alacağı Yeni Varyans	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silindiğinde Ölçeğin Yeni C-Alpha Değeri
28.Eşyalarımı ve enerjiyi çevreye duyarlı bir şekilde kolayca kullanabilirim.	188,040	920,175	0,684	0,945
29.Arabamı, ev eşyalarımı ve enerjimi çevreye duyarlı bir şekilde kullanmam için oldukça fırsatım var.	188,030	925,387	0,642	0,945
30.Sosyal adalet, adaletsizliği düzeltmek, güçsüzlere yardım etmek	188,320	925,788	0,471	0,946
31.Kirliliğin önlenmesi, doğal kaynakların korunması	188,200	929,228	0,458	0,946
32.Eşitlik, herkes için eşit fırsat	188,180	930,706	0,423	0,947
33.Doğa ile bütünlük, Doğa ile uyum	188,220	918,425	0,557	0,945
34.Savaş ve çatışmadan uzak, bir dünya barışı	188,080	918,053	0,533	0,946
35.Yeryüzüne saygı, diğer türlerle uyum	188,140	923,312	0,507	0,946
36.Çevreyi korumak, doğayı korumak	187,940	920,624	0,549	0,946

Tablo 27 incelendiğinde, kullanılan ölçek maddelerin diğer maddelerle olan ilişkisinin 0,30'un altında bulunan maddeler olmadığı belirlendiğinden ölçekten madde çıkarılmasına gerek olmadığına karar verilmiştir.

Tablo 28. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Ölçeğinin Madde ve Toplam Ölçek Korelasyonu Değerleri

Madde No	r	p
Madde 1	0,589	0,000**
Madde 2	0,569	0,000**
Madde 3	0,539	0,000**
Madde 4	0,556	0,000**
Madde 5	0,591	0,000**
Madde 6	0,629	0,000**
Madde 7	0,586	0,000**
Madde 8	0,576	0,000**
Madde 9	0,568	0,000**
Madde 10	0,549	0,000**
Madde 11	0,560	0,000**
Madde 12	0,623	0,000**
Madde 13	0,599	0,000**
Madde 14	0,709	0,000**
Madde 15	0,684	0,000**
Madde 16	0,657	0,000**
Madde 17	0,694	0,000**

Tablo 28'in devamı.

Madde No	r	p
Madde 18	0,722	0,000**
Madde 19	0,708	0,000**
Madde 20	0,583	0,000**
Madde 21	0,518	0,000**
Madde 22	0,583	0,000**
Madde 23	0,574	0,000**
Madde 24	0,704	0,000**
Madde 25	0,659	0,000**
Madde 26	0,645	0,000**
Madde 27	0,631	0,000**
Madde 28	0,705	0,000**
Madde 29	0,664	0,000**
Madde 30	0,509	0,000**
Madde 31	0,495	0,000**
Madde 32	0,463	0,000**
Madde 33	0,590	0,000**
Madde 34	0,570	0,000**
Madde 35	0,543	0,000**
Madde 36	0,582	0,000**
**p<0.01		

Madde-toplam korelasyon değeri tüm maddeler için 0,30'un üstünde olmasından dolayı maddelerin ölçme gücünün yeterince iyi olduğu belirlenmiş ve ölçmek istenilen yapıya ait düzeyin saptanmasında yeterince katkı sağladığı söylenebilir. Bu bağlamda $r > ,30$ düzeyindeki ilişkiler veri setinin faktör analizine uygunluğuna işaret etmektedir. Tablo 28 incelendiğinde, ölçek maddeleri ile toplam ölçek arasındaki ilişkinin tamamının söz konusu ölçütü karşıladığı görülmektedir. Tablo 28'e göre maddelerle toplam ölçek arasındaki ilişkiler 0,463-0,722 arasında değişmekte ve ilişkilerin istatistiki açıdan anlamlı olduğu belirlenmiştir ($p < 0.01$). Bu bilgiler ışığında maddelerin tutarlılık açısından problem yaratmadığı belirlenmiştir.

Sürdürülebilir tüketim davranışı ölçeğinin, ölçtüğü özellik açısından kişileri ayırt etmede ne kadar yeterli olduğunu belirlemek amacıyla madde toplam korelasyonları ile özgün ölçekte toplam puana göre belirlenmiş Alt-Üst % 27'lik grup ortalamaları farkına dayalı madde analizi yapılmıştır (Büyüköztürk, 2010).

Tablo 29. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Ölçeğinin Ölçeğine Ait %27 Alt-Üst Dilim Analizi Sonucu

Madde No	t	sd	p
Madde 1	-15,82	222	0,000**
Madde 2	-14,74	222	0,000**
Madde 3	-12,81	222	0,000**
Madde 4	-14,22	222	0,000**
Madde 5	-16,27	222	0,000**
Madde 6	-16,74	222	0,000**
Madde 7	-15,39	222	0,000**
Madde 8	-8,54	222	0,000**
Madde 9	-8,98	222	0,000**
Madde 10	-7,80	222	0,000**
Madde 11	-6,07	222	0,000**
Madde 12	-8,33	222	0,000**
Madde 13	-9,00	222	0,000**
Madde 14	-12,75	222	0,000**
Madde 15	-12,54	222	0,000**
Madde 16	-12,23	222	0,000**
Madde 17	-12,21	222	0,000**
Madde 18	-12,15	222	0,000**
Madde 19	-12,42	222	0,000**
Madde 20	-12,22	222	0,000**
Madde 21	-10,16	222	0,000**
Madde 22	-10,52	222	0,000**
Madde 23	-10,66	222	0,000**
Madde 24	-11,95	222	0,000**
Madde 25	-11,86	222	0,000**
Madde 26	-10,52	222	0,000**
Madde 27	-8,70	222	0,000**
Madde 28	-11,79	222	0,000**
Madde 29	-11,04	222	0,000**
Madde 30	-10,40	222	0,000**
Madde 31	-10,64	222	0,000**
Madde 32	-10,78	222	0,000**
Madde 33	-12,04	222	0,000**
Madde 34	-12,64	222	0,000**
Madde 35	-12,21	222	0,000**
Madde 36	-11,79	222	0,000**

**p<0.01

Tablo 29 incelendiğinde Alt-Üst % 27’lik gruplar arasında puan ortalamaları açısından farkların istatistiksel açıdan anlamlı olduğu görülmüştür ($p<,01$). Bu bulgular, ölçek maddelerinin ayırt etmede yeterli olduğunu göstermektedir.

5.3. Nihai Araştırma Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Ölçeğine Ait Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Tablo 30’da sürdürülebilir tüketim davranışı ölçeğine ait faktör yapısını test etmek amacıyla yürütülen DFA analizi sonucunda elde edilen madde istatistikleri bulguları yer almaktadır.

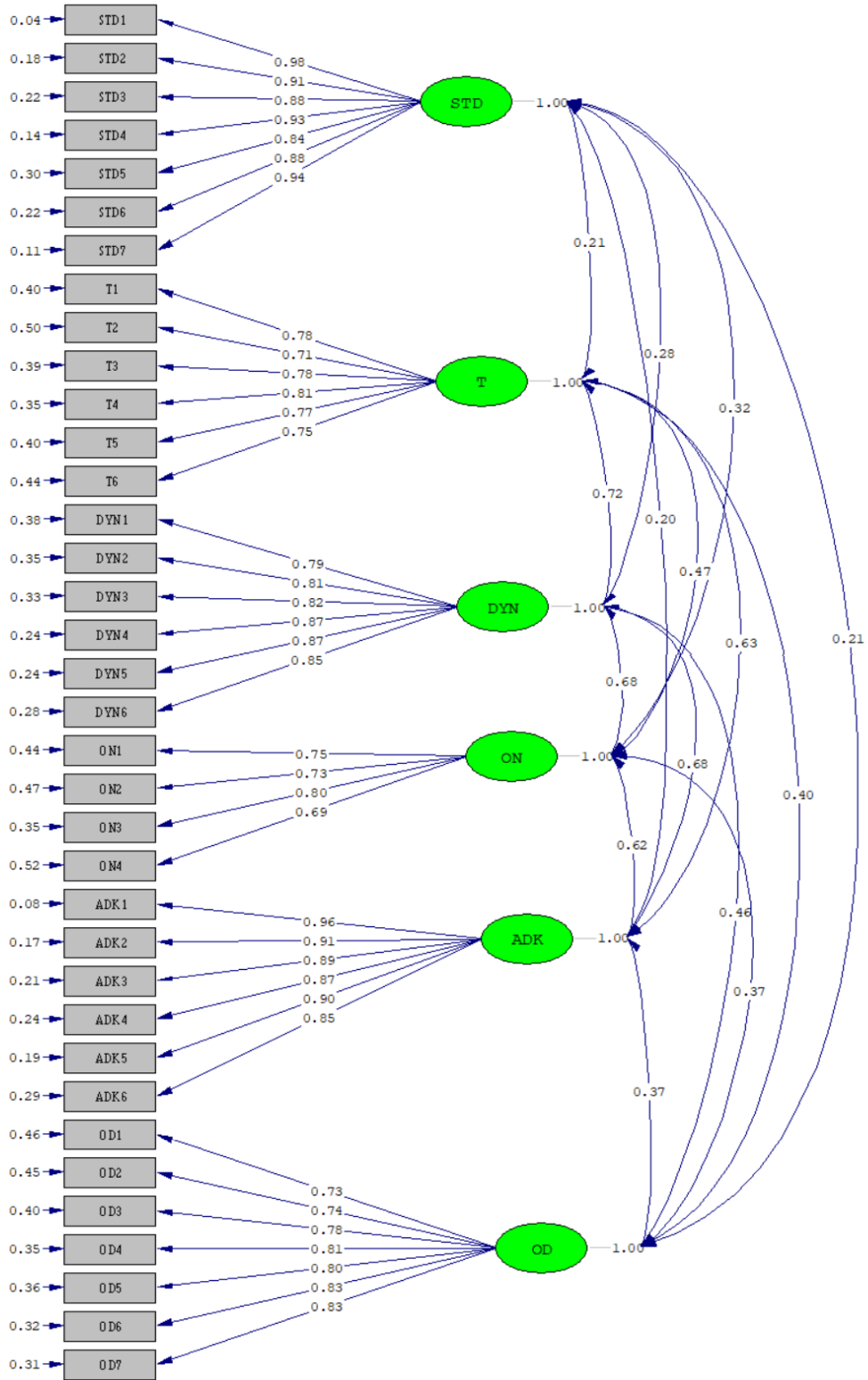
Tablo 30. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Ölçeğine Ait DFA Bulgularına İlişkin Madde İstatistikleri

Faktör	Madde No	Faktör Yük Değeri	R ²	t
SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM DAVRANIŞI	1	0,98	0,96	27,47**
	2	0,91	0,83	23,97**
	3	0,88	0,77	22,83**
	4	0,93	0,86	24,81**
	5	0,84	0,71	20,96**
	6	0,88	0,77	22,89**
	7	0,94	0,88	25,74**
TUTUM	1	0,78	0,61	18,17**
	2	0,71	0,50	15,99**
	3	0,78	0,61	18,33**
	4	0,81	0,66	19,21**
	5	0,77	0,59	18,09**
	6	0,75	0,56	17,21**
DAVRANIŞA YÖNELİK NİYET	1	0,79	0,62	18,85**
	2	0,81	0,66	19,55**
	3	0,82	0,67	20,11**
	4	0,87	0,76	22,16**
	5	0,87	0,76	22,21**
	6	0,85	0,72	21,16**
ÖZNEL NORM	1	0,75	0,56	16,75**
	2	0,73	0,53	16,18**
	3	0,80	0,64	18,5**
	4	0,69	0,48	15,01**
ALGILANAN DAVRANIŞSAL KONTROL	1	0,96	0,92	26,5**
	2	0,91	0,83	24,05**
	3	0,89	0,79	23,15**
	4	0,87	0,76	22,41**
	5	0,90	0,81	23,63**
	6	0,85	0,72	21,26**

Tablo 30'un devamı.

Faktör	Madde No	Faktör Yük Değeri	R ²	t
ÖZGECİ DEĞERLER	1	0,73	0,53	16,87**
	2	0,74	0,55	17,21**
	3	0,78	0,61	18,36**
	4	0,81	0,66	19,49**
	5	0,80	0,64	19,19**
	6	0,83	0,69	20,19**
	7	0,83	0,69	20,39**

Tablo 30 incelendiğinde, sürdürülebilir tüketim ölçeğinin AFA sonucunda elde edilen faktör yapısının madde istatistikleri açısından DFA bulguları ile de doğrulandığı söylenebilir. Buna göre, maddelerin faktör yük değerleri 0,69– 0,98 arasında değişmektedir. Söz konusu değerlerin yüksek faktör yükü olarak değerlendirilebilir. Öte yandan çoklu korelasyon karesine ilişkin değerler (R²) 0,48– 0,96 arasında değişmektedir. Bu bağlamda da R² değerinin de yüksek ve orta bağlamda olduğu ifade edilebilir (Kline 2009). Maddeler ile örtük değişkenler arasındaki ilişkilerin istatistiksel anlamlılık düzeyinin ifadesi olan t değerleri ise p<,01 düzeyinde anlamlı bulunmuş ve bütün değerlerin 2,56'dan büyük olduğu görülmüştür. Şekil 12'de DFA'ya ait path diyagramı sunulmuştur. Path diagramında görüldüğü gibi faktörler arasındaki ilişki incelendiğinde en yüksek ilişkinin 0,72'lik ilişki kat sayısı ile Tutum ve Davranışa Yönelik Niyet arasında olduğu belirlenmiştir. Path diyagramı incelendiğinde modele ait uyum indeksleri istenilen seviyede çıktığından herhangi bir modifikasyon yapılmasına gerek duyulmamıştır.



Chi-Square=1301.87, df=579, P-value=0.00000, RMSEA=0.055

Şekil 12. Nihai Uygulama Ölçeği Ait Path Diyagramı

Schermelleh-Engel ve Moosbrugger (2003)'e göre kabul edilebilir ve mükemmel uyum kriterleri Tablo 31'de verilmiştir.

Tablo 31. Uyum İndeksi Kriterlerine Ait Değerler

Uyum Kriterleri	Mükemmel Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
χ^2/sd	≤ 3	≤ 5
RMSEA	$0 < RMSEA < 0.05$	$0.05 \leq RMSEA \leq 0.10$
RMR	$0 \leq SRMR < 0.05$	$0.05 \leq SRMR \leq 0.10$
SRMR	$0 \leq SRMR < 0.05$	$0.05 \leq SRMR \leq 0.10$
NFI	$0.95 \leq NFI \leq 1$	$0.90 \leq NFI \leq 0.95$
NNFI	$0.95 \leq NNFI \leq 1$	$0.90 \leq NNFI \leq 0.95$
CFI	$0.95 \leq CFI \leq 1$	$0.90 \leq CFI \leq 0.95$
GFI	$0.95 \leq GFI \leq 1$	$0.90 \leq GFI \leq 0.95$
AGFI	$0.90 \leq AGFI \leq 1$	$0.85 \leq AGFI \leq 0.90$

DFA sonucu elde edilen uyum indeksi kriterleri kabul edilebilir uyum indeksi kriterlerini sağladığı belirlenmiştir.

Tablo 32. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Ölçeği Uyum İyiliği Değerleri

X ² /df	p	RMSEA	CFI	GFI	AGFI	NNFI	NFI	RMR	SRMR
2,248	0,000	0,055	0,980	0,900	0,870	0,980	0,970	0,055	0,044

Bir modelin bütün olarak kabul edilebilir olması için raporlanan uyum iyiliği indekslerinin kabul edilebilir sınırlar içinde olması gerekmektedir. DFA sonucu elde edilen uyum indeksi değerlerinin kabul edilebilir ve mükemmel uyum indeksleri içerisine düştüğü görülmektedir. En önemli uyum indeksi değeri olan X²/df değerinin 2,248 işe mükemmel uyum aralığına, RMSEA değerinin 0,055 ile kabul edilebilir uyum aralığına, CFI değerinin 0,980 ile mükemmel uyum aralığında, GFI değerinin 0,900 ile kabul edilebilir uyum aralığına, AGFI değerinin 0,870 işe kabul edilebilir uyum aralığına, NNFI değerinin 0,980 ile mükemmel uyum aralığına, NFI değerinin 0,970 ile mükemmel uyum aralığına, RMR değeri 0,055 ile kabul edilebilir uyum aralığına, SRMR değeri 0,044 ile mükemmel uyum aralığına düştüğü belirlenmiştir.

Çalışma kapsamında değişkenlerin ayrıca birleşim ve ayrışım geçerliliği değerlerindeki incelenmesi gerekmektedir (Büyükyılmaz, 2013). Ayrışım ve birleşim geçerliliği çerçevesinde bulunan AVE ve CR değerleri Tablo 33'te sunulmuştur.

Tablo 33. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Ölçeğine Ait AVE ve CR Tablosu

Değişkenler	CR	AVE	STD	T	DYN	ON	ADK	OD
STD	0,97	0,83	0,91 ^a					
T	0,90	0,59	0,22	0,77 ^a				
DYN	0,93	0,70	0,29	0,67	0,84 ^a			
ON	0,83	0,55	0,30	0,41	0,60	0,74 ^a		
ADK	0,96	0,81	0,20	0,58	0,64	0,56	0,90 ^a	
OD	0,92	0,62	0,21	0,36	0,43	0,34	0,36	0,79 ^a

STD= Sürdürülebilir Tüketim Davranışı, T=Tutum, DYN=Davranışa Yönelik Niyet, ON= Öznel Norm, ADK= Algılanan Davranışsal Kontrol, OD= Özgeci Değerler
CR=Birleşik Güvenilirlik, AVE=Açıklanan Ortalama Varyans
Not: Köşegen değerler (a), açıklanan ortalama varyansın (AVE) karekök değerleridir

Birleşim geçerliliği için gerekli olan koşul, her bir gizil değişkene ait AVE değerinin 0,5'den büyük olması ve CR değerinin ise 0,7'den büyük olmasıdır (Fornell and Larcker, 1981:45-46; Hair vd., 1998:612). Tablo 33 incelendiğinde gizil yapılar için hesaplanan en düşük AVE değerinin 0,55 ve hesaplanan en düşük CR değerinin 0,83 olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar, ölçüm modeli içerisinde yer alan tüm gizil yapılar için birleşim geçerliliğinin sağlandığı anlamına gelmektedir.

Ayrışım geçerliliği için gerekli olan koşul ise, bir gizil değişkene ait AVE'nin karekök değerinin, o değişkenin diğer değişkenlerle olan korelasyon değerlerinden büyük olmasıdır (Fornell and Larcker, 1981:45-46; Hair vd., 1998:612). Tablo 33'de yer alan AVE'nin karekök değerleri ve değişkenler arası korelasyonlar incelendiğinde tüm gizil yapılar için ayrışım geçerliliğinin de sağlandığı tespit edilmiştir.

5.4. Araştırmanın Örneklemine ve Çalışma Grubuna Yönelik Sonuçlar

Tablo 34'te araştırmanın pilot uygulamasına yönelik demografik özellikler sunulmuştur.

Tablo 34. Pilot Uygulamaya Ait Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcı Özellikleri		f	%
Yaş	0-25 arası	143	46,7
	26-54 arası	136	44,4
	55 ve üzeri	27	8,8
	Toplam	306	100
Cinsiyet	Kadın	116	37,9
	Erkek	190	62,1
	Toplam	306	100
Eğitim Durumu	İlköğretim	14	4,6
	Lise	50	16,3
	Ön Lisans	115	37,6
	Lisans	84	27,5
	Lisansüstü	43	14,1
	Toplam	306	100
Medeni Durum	Evli	127	41,5
	Bekâr	179	58,5
	Toplam	306	100
Hane Gelir Durumu	0-1500 TL arası	70	22,9
	1501-3000 TL arası	101	33,0
	3001-4500 TL arası	47	15,4
	4501-6000 TL arası	44	14,4
	6001-7500 TL arası	18	5,9
	7501-9000 TL arası	10	3,3
	9001 TL ve üzeri	16	5,2
	Toplam	306	100
Hanedeki Kişi Sayısı	1 kişi	16	5,2
	2 kişi	28	9,2
	3 kişi	70	22,9
	4 kişi	101	33,0
	5 kişi	53	17,3
	6 kişi	25	8,2
	7 kişi ve üzeri	13	4,2
	Toplam	306	100

Pilot uygulamaya yönelik katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde, yaş değişkeninde 0-25 yaş arasında (n=143) % 46,7, 26-54 yaş arasında (n=143) % 44,4 ve 55 yaş üzerinde ise (n=27) % 8,8 kişinin bulunduğu belirlenmiştir.

Cinsiyet değişkeni incelendiğinde kadın katılımcıların (n=116) % 37,9 ve erkek katılımcıların (n=190) ve % 62,1 olduğu görülmüştür. Eğitim durumu değişkeni incelendiğinde ilköğretim düzeyinde (n=14) % 4,6 olduğu, lise düzeyinde (n=50) ve % 16,3 olduğu, ön lisans düzeyinde (n=115) % 37,6 olduğu, lisans düzeyinde (n=84) % 27,5 olduğu ve lisansüstü düzeyinde (n=43) % 14,1 olduğu belirlenmiştir. Medeni durum değişkeni incelendiğinde evli düzeyinde (n=127) % 41,5 olduğu ve bekar düzeyinde (n=179) % 58,5 olduğu belirlenmiştir. Hane gelir durumu değişkeni incelendiğinde 0-1500 TL düzeyinde (n=70) % 22,9 olduğu, 1501-3000 TL düzeyinde

(n=101) ve % 33,0 olduğu, 3001-4500 TL düzeyinde (n=47) % 15,4 olduğu, 4501-6000 TL düzeyinde (n=44) % 14,4 olduğu, 6001-7500 TL düzeyinde (n=18) % 5,9 olduğu, 7501-9000 TL düzeyinde (n=10) % 3,3 olduğu ve 9001 TL ve üzeri düzeyinde (n=16) % 5,2 olduğu belirlenmiştir. Hanedeki kişi sayısı değişkeni incelendiğinde 1 kişi düzeyinde (n=16) % 5,2 olduğu, 2 kişi düzeyinde (n=28) ve % 9,2 olduğu, 3 kişi düzeyinde (n=70) % 22,9 olduğu, 4 kişi düzeyinde (n=101) % 33,0 olduğu, 5 kişi düzeyinde (n=53) % 17,3 olduğu, 6 kişi düzeyinde (n=25) % 8,2 olduğu, 7 kişi ve üzerinde ise (n=13) % 4,2 olduğu belirlenmiştir.

Tablo 35'te DFA analizlerine katılım sağlayan örnekleme ait demografik bilgiler sunulmuştur.

Tablo 35. Pilot uygulamaya (DFA analizi için toplanan) ait katılımcıların demografik özellikleri

Katılımcı Özellikleri		f	%
Yaş	0-25 arası	118	47,2
	26-54 arası	111	44,4
	55 ve üzeri	21	8,4
	Toplam	250	100
Cinsiyet	Kadın	94	37,6
	Erkek	156	62,4
	Toplam	250	100
Eğitim Durumu	İlköğretim	13	5,2
	Lise	46	18,4
	Ön Lisans	99	39,6
	Lisans	60	24,0
	Lisansüstü	32	12,8
	Toplam	250	100
Medeni Durum	Evli	104	41,6
	Bekâr	146	58,4
	Toplam	250	100
Hane Gelir Durumu	0-1500 TL arası	66	26,4
	1501-3000 TL arası	79	31,6
	3001-4500 TL arası	40	16,0
	4501-6000 TL arası	33	13,2
	6001-7500 TL arası	15	6,0
	7501-9000 TL arası	9	3,6
	9001 TL ve üzeri	8	3,2
	Toplam	250	100

DFA uygulamasına yönelik katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde, yaş değişkeninde 0-25 yaş arasında (n=118) % 47,2, 26-54 yaş arasında (n=111) % 44,4 ve 55 yaş üzerinde ise (n=21) % 8,4 kişinin bulunduğu belirlenmiştir. Cinsiyet değişkeni incelendiğinde kadın katılımcıların (n=94) % 37,6 ve

erkek katılımcıların (n=156) ve % 62,4 olduğu görülmüştür. Eğitim durumu değişkeni incelendiğinde ilköğretim düzeyinde (n=13) % 5,2 olduğu, lise düzeyinde (n=46) ve % 18,4 olduğu, ön lisans düzeyinde (n=99) % 39,6 olduğu, lisans düzeyinde (n=60) % 24,0 olduğu ve lisansüstü düzeyinde (n=32) % 12,8 olduğu belirlenmiştir. Medeni durum değişkeni incelendiğinde evli düzeyinde (n=104) % 41,6 olduğu ve bekar düzeyinde (n=146) % 58,4 olduğu belirlenmiştir. Hane gelir durumu değişkeni incelendiğinde 0-1500 TL düzeyinde (n=66) % 26,4 olduğu, 1501-3000 TL düzeyinde (n=79) ve % 31,6 olduğu, 3001-4500 TL düzeyinde (n=40) % 16,0 olduğu, 4501-6000 TL düzeyinde (n=33) % 13,2 olduğu, 6001-7500 TL düzeyinde (n=15) % 6,0 olduğu, 7501-9000 TL düzeyinde (n=9) % 3,6 olduğu ve 9001 TL ve üzeri düzeyinde (n=8) % 3,2 olduğu belirlenmiştir.

Tablo 36’da nihai uygulamaya katılım sağlayan örnekleme ait demografik bilgiler sunulmuştur.

Tablo 36. Nihai Uygulamaya Ait Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcı Özellikleri		f	%
Yaş	0-25 arası	157	37,9
	26-54 arası	188	45,4
	55 ve üzeri	69	16,7
	Toplam	414	100
Cinsiyet	Kadın	157	37,9
	Erkek	257	62,1
	Toplam	414	100
Eğitim Durumu	İlköğretim	18	4,3
	Lise	66	15,9
	Ön Lisans	148	35,7
	Lisans	121	29,2
	Lisansüstü	61	14,7
	Toplam	414	100
Medeni Durum	Evli	193	46,6
	Bekâr	221	53,4
	Toplam	414	100
Hane Gelir Durumu	0-1500 TL arası	76	18,4
	1501-3000 TL arası	111	26,8
	3001-4500 TL arası	65	15,7
	4501-6000 TL arası	65	15,7
	6001-7500 TL arası	49	11,8
	7501-9000 TL arası	28	6,8
	9001 TL ve üzeri	20	4,8
	Toplam	414	100

Tablo 36'nın devamı.

Katılımcı Özellikleri		f	%
	1 kişi	18	4,3
	2 kişi	40	9,7
	3 kişi	101	24,4
Hanedeki	4 kişi	145	35,0
Kişi Sayısı	5 kişi	65	15,7
	6 kişi	30	7,2
	7 kişi ve üzeri	15	3,6
Toplam		414	100

Nihai uygulamaya yönelik katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde, yaş değişkeninde 0-25 yaş arasında (n=157) % 37,9, 26-54 yaş arasında (n=188) % 45,4 ve 55 yaş üzerinde ise (n=69) % 16,7 kişinin bulunduğu belirlenmiştir. Cinsiyet değişkeni incelendiğinde kadın katılımcıların (n=157) % 37,9 ve erkek katılımcıların (n=257) ve % 62,1 olduğu görülmüştür. Eğitim durumu değişkeni incelendiğinde ilköğretim düzeyinde (n=18) % 4,3 olduğu, lise düzeyinde (n=66) ve % 15,9 olduğu, ön lisans düzeyinde (n=148) % 35,7 olduğu, lisans düzeyinde (n=121) % 29,2 olduğu ve lisansüstü düzeyinde (n=61) % 14,7 olduğu belirlenmiştir. Medeni durum değişkeni incelendiğinde evli düzeyinde (n=193) % 46,6 olduğu ve bekar düzeyinde (n=221) % 53,4 olduğu belirlenmiştir. Hane gelir durumu değişkeni incelendiğinde 0-1500 TL düzeyinde (n=76) % 18,4 olduğu, 1501-3000 TL düzeyinde (n=111) ve % 26,8 olduğu, 3001-4500 TL düzeyinde (n=65) % 15,7 olduğu, 4501-6000 TL düzeyinde (n=65) % 15,7 olduğu, 6001-7500 TL düzeyinde (n=49) % 11,8 olduğu, 7501-9000 TL düzeyinde (n=28) % 6,8 olduğu ve 9001 TL ve üzeri düzeyinde (n=20) % 4,8 olduğu belirlenmiştir. Hanedeki kişi sayısı değişkeni incelendiğinde 1 kişi düzeyinde (n=18) % 4,3 olduğu, 2 kişi düzeyinde (n=40) ve % 9,7 olduğu, 3 kişi düzeyinde (n=101) % 24,4 olduğu, 4 kişi düzeyinde (n=145) % 35,0 olduğu, 5 kişi düzeyinde (n=65) % 15,7 olduğu, 6 kişi düzeyinde (n=30) % 7,2 olduğu, 7 kişi ve üzerinde ise (n=15) % 3,6 olduğu belirlenmiştir.

Bu aşamadan sonra nihai uygulamada her bir faktör grubuna yönelik olarak verilen cevapların genel değerlendirilmesi yapılacaktır. Tablo 37'de sürdürülebilir tüketim davranışına ait ölçek maddelerine verilen katılımcı görüşleri sunulmuştur.

Tablo 37. Nihai Sürdürülebilir Tüketim Davranışına Yönelik Katılımcı Görüşleri

Sürdürülebilir Tüketim Davranışına Ait Ölçek Maddeleri	(\bar{X})	SH	SS	Varyans
Lüzumsuz ambalajlanmış ürünleri satın almıyorum.	4,63	,092	1,87	3,512
Çevreye zararı olacağını düşündüğüm ürünleri satın almıyorum.	4,72	,090	1,82	3,344
Ev atıklarımın bir kısmını geri dönüştürüyorum.	4,43	,082	1,66	2,769
Sadece geri dönüştürülebilecek ürünleri satın almaya çalışıyorum.	4,54	,090	1,82	3,329
Enerji verimli ev aletleri almaya çalışıyorum.	4,61	,091	1,84	3,406
Kullandığım enerji miktarını azaltmak için çaba sarf ediyorum.	4,54	,092	1,87	3,517
Kullandığım elektrikli ev aletlerini diğer markalardan daha az enerji tükettiği için satın aldım.	4,65	,087	1,78	3,168

Tablo 37 incelendiğinde katılımcı görüşlerine yönelik ortalamaların \bar{X} =4,43 ile \bar{X} = 4,72 arasında, standart hata değerinin, 0,082 ile 0,092 arasında, standart sapma değerinin 1,66 ile 1,87 arasında ve varyans oranının 2,769 ile 3,517 arasında değişim gösterdiği görülmektedir.

Tablo 38’de tutuma ait ölçek maddelerine verilen katılımcı görüşleri sunulmuştur.

Tablo 38. Tutuma Ait Katılımcı Görüşleri

Tutuma Ait Ölçek Maddeleri	(\bar{X})	SH	SS	Varyans
Organik ve konvansiyonel ürünler arasında seçim yapılması gerekirse, organik olanlar tercih edilmelidir.	5,92	,069	1,39	1,945
Gıda ürünlerinin hiçbir koruyucu madde içermemesi benim için önemlidir.	5,89	,073	1,48	2,216
Ürün satın alırken yerel üreticileri desteklemek benim için önemlidir.	5,98	,063	1,28	1,656
Geri dönüşüm oldukça önemli bir konudur.	6,20	,058	1,17	1,391
Ürün satın alırken, onların kullanımının çevreyi ve diğer tüketicileri nasıl etkileyeceğini düşünmek gerekir.	5,85	,065	1,31	1,737
Her bir tüketici, sosyal sorumluluk sahibi şirketler tarafından satılan ürünleri satın alarak toplum üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabilir.	5,84	,062	1,25	1,568

Tablo 38 incelendiğinde katılımcı görüşlerine yönelik ortalamaların \bar{X} =5,84 ile \bar{X} =6,20 arasında, standart hata değerinin 0,058 ile 0,073 arasında, standart sapma değerinin 1,17 ile 1,48 arasında ve varyans oranının 1,391 ile 2,216 arasında değişim gösterdiği görülmektedir.

Tablo 39’da davranışa yönelik amaca ait ölçek maddelerine verilen katılımcı görüşleri sunulmuştur.

Tablo 39. Davranışa Yönelik Niyete Ait Katılımcı Görüşleri

Davranışa Yönelik Niyete Ait Ölçek Maddeleri	(\bar{X})	SH	SS	Varyans
Önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı ürünler satın almayı planlıyorum.	5,51	,066	1,34	1,805
Önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı ürünler almak için çabalayacağım.	5,66	,061	1,24	1,548
Arabamı, ev eşyalarımı ve enerjiyi önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı bir şekilde kullanmayı düşünüyorum.	5,64	,060	1,22	1,510
Arabamı, ev eşyalarımı ve enerjiyi önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı bir şekilde kullanmak için çabalayacağım.	5,72	,059	1,20	1,456
Önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı olan kullanım sonrası davranışlarda bulunma niyetindeyim.	5,78	,060	1,22	1,492
Önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı olan kullanım sonrası davranışlarda bulunmaya çalışacağım.	5,76	,062	1,26	1,590

Tablo 39 incelendiğinde katılımcı görüşlerine yönelik ortalamaların $\bar{X}=5,51$ ile $\bar{X}=5,78$ arasında, standart hata değerinin 0,059 ile 0,066 arasında, standart sapma değerinin 1,20 ile 1,34 arasında ve varyans oranının 1,456 ile 1,805 arasında değişim gösterdiği görülmektedir.

Tablo 40’ta öznel norma ait ölçek maddelerine verilen katılımcı görüşleri sunulmuştur.

Tablo 40. Öznel Norma Ait Katılımcı Görüşleri

Öznel Norma Ait Ölçek Maddeleri	(\bar{X})	SH	SS	Varyans
Tanıdıklarımın çoğunun çevreye duyarlı ürünler satın almamı beklediğini düşünüyorum.	4,89	,077	1,57	2,464
Tanıdığım kişilerin çoğu, çevreye duyarlı ürünler ile diğer ürünler arasında bir tercih yapılması durumunda, çevreye duyarlı ürünleri seçerler.	4,97	,076	1,54	2,387
Ev / aile üyelerim, çevreye duyarlı ürünler satın almam gerektiğini düşünüyor.	5,30	,069	1,41	1,997
Arkadaşlarımın olumlu görüşü benim çevreye duyarlı ürün satın almamı etkiliyor.	5,46	,067	1,36	1,861

Tablo 40 incelendiğinde katılımcı görüşlerine yönelik ortalamaların $\bar{X}=4,89$ ile $\bar{X}=5,46$ arasında, standart hata değerinin 0,067 ile 0,077 arasında, standart sapma

değerinin 1,36 ile 1,57 arasında ve varyans oranının 1,861 ile 2,464 arasında değişim gösterdiği görülmektedir.

Tablo 41’de algılanan davranışsal kontrole ait ölçek maddelerine verilen katılımcı görüşleri sunulmuştur.

Tablo 41. Algılanan Davranışsal Kontrole Ait Katılımcı Görüşleri

Algılanan Davranışsal Kontrole Ait Ölçek Maddeleri	(\bar{X})	SH	SS	Varyans
Çevreye duyarlı ürün satın alabileceğime inanıyorum.	5,69	,061	1,24	1,547
Çevreye duyarlı ürünleri satın almak ekstra çaba gerektirmez.	5,47	,065	1,31	1,732
Alışveriş yaptığım mağazalarda, çevreye duyarlı ürünleri genellikle bulabilirim.	5,38	,060	1,21	1,487
Eğer istersem, çevreye duyarlı olmayan ürünler yerine duyarlı olanları almam mümkündür.	5,50	,058	1,17	1,384
Eşyalarımı ve enerjiyi çevreye duyarlı bir şekilde kolayca kullanabilirim.	5,54	,060	1,23	1,513
Arabamı, ev eşyalarımı ve enerjimi çevreye duyarlı bir şekilde kullanmam için oldukça fırsatım var.	5,55	,058	1,17	1,386

Tablo 41 incelendiğinde katılımcı görüşlerine yönelik ortalamaların $\bar{X}=5,38$ ile $\bar{X}=5,69$ arasında, standart hata değerinin 0,058 ile 0,065 arasında, standart sapma değerinin 1,17 ile 1,31 arasında ve varyans oranının 1,384 ile 1,732 arasında değişim gösterdiği görülmektedir.

Tablo 42’ de özgeci değerlere ait ölçek maddelerine verilen katılımcı görüşleri sunulmuştur.

Tablo 42. Özgeci Değerlere Ait Ölçek Maddelerine Verilen Katılımcı Görüşleri

Özgeci Değerlere Ait Ölçek Maddeleri	(\bar{X})	SH	SS	Varyans
Sosyal adalet, adaletsizliği düzeltmek, güçsüzlere yardım etmek	5,26	,076	1,55	2,420
Kirliliğin önlenmesi, doğal kaynakların korunması	5,38	,073	1,47	2,189
Eşitlik, herkes için eşit fırsat	5,40	,076	1,53	2,366
Doğa ile bütünlük, Doğa ile uyum	5,36	,076	1,54	2,371
Savaş ve çatışmadan uzak, bir dünya barışı	5,50	,079	1,61	2,599
Yeryüzüne saygı, diğer türlerle uyum	5,44	,075	1,52	2,339
Çevreyi korumak, doğayı korumak	5,64	,074	1,49	2,242

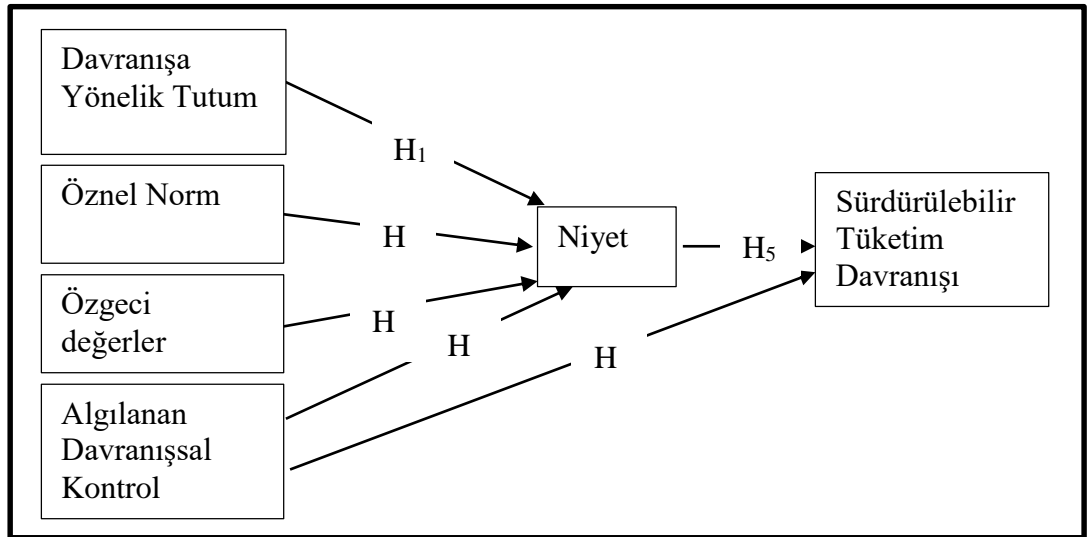
Tablo 42 incelendiğinde katılımcı görüşlerine yönelik ortalamaların $\bar{X}=5,26$ ile $\bar{X}=5,64$ arasında, standart hata değerinin 0,073 ile 0,079 arasında, standart sapma değerinin 1,47 ile 1,61 arasında ve varyans oranının 2,189 ile 2,599 arasında değişim gösterdiği görülmektedir.

Ölçek maddelerine yönelik tanımlayıcı istatistik değerlerinden sonra araştırma problemlerinin/hipotezlerinin sonuçları sunulmuştur.

5.5. Araştırma Problemlerine Yönelik Sonuçlar

Bu kısımda sürdürülebilir tüketim davranışının özgeci değerler değişkeni eklenilerek genişletilen Planlı Davranış Teorisi kapsamında incelenmesi amacıyla aşağıda belirtilen problem durumlarına ve bu problem durumlarına bağlı olarak geliştirilen hipotezlere yönelik sonuçlar sunulmuştur. Araştırma amacı çerçevesinde geliştirilmiş hipotezler, Yapısal Eşitlik Modeli ile test edilmiştir.

1. Planlı Davranış Teorisinin değişkenlerinin (kişisel tutum, öznel norm ve algılanan davranış kontrolü) tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranışı üzerindeki etkileri nelerdir?
2. Özgeci Değerler'in sürdürülebilir tüketim davranışı üzerindeki etkileri nelerdir?



Şekil 13. Araştırma Modeli

Şekil 13'deki model çerçevesinde aşağıdaki hipotezlerin geçerli olup olmadığı araştırılacaktır.

H1: Tüketicilerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışına Yönelik Tutumlarının Sürdürülebilir Tüketim Niyeti üzerinde etkisi vardır.

H2: Tüketicilerin sahip oldukları Öznel Normların Sürdürülebilir Tüketim Niyeti üzerinde etkisi vardır.

H3: Tüketicilerin Algıladıkları Davranışsal Kontrolün Sürdürülebilir Tüketim Niyeti üzerinde etkisi vardır.

H4: Tüketicilerin Algıladıkları Davranışsal Kontrolün Sürdürülebilir Tüketim Davranışı üzerine doğrudan etkisi vardır.

H5: Tüketicilerin Sürdürülebilir Tüketim Niyetinin Sürdürülebilir Tüketim Davranışı üzerinde etkisi vardır.

H6: Tüketicilerin Özgeci Değerlerinin Sürdürülebilir Tüketim Davranışı üzerinde etkisi vardır.

Modelde bağımlı değişken: "Niyet" ve 'Sürdürülebilir Tüketim Davranışı'

Bağımsız değişkenler: 'Davranışa Yönelik Tutum, 'Öznel Norm', 'Algılanan Davranışsal Kontrol' ve 'Özgeci Değerler' değişkenleridir.

Araştırma modeli için LISREL 8.7 ile elde edilen YEM analizi path diyagramı Şekil 14'de, analiz sonuçları ise özet olarak Tablo 50'de verilmiştir. Tablo 50 incelendiğinde;

Tutum faktörünün Niyet üzerindeki etkisinin pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu bulunmuştur. Bu sonuç, tutumda bir birimlik artışın davranışa yönelik niyetinde 0,41 birimlik artışa neden olacağını ifade etmektedir.

Öznel norm faktörünün Niyet üzerindeki etkisinin pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu bulunmuştur. Bu sonuç, öznel normda bir birimlik artışın davranışa yönelik niyetinde 0,35 birimlik artışa neden olacağını ifade etmektedir.

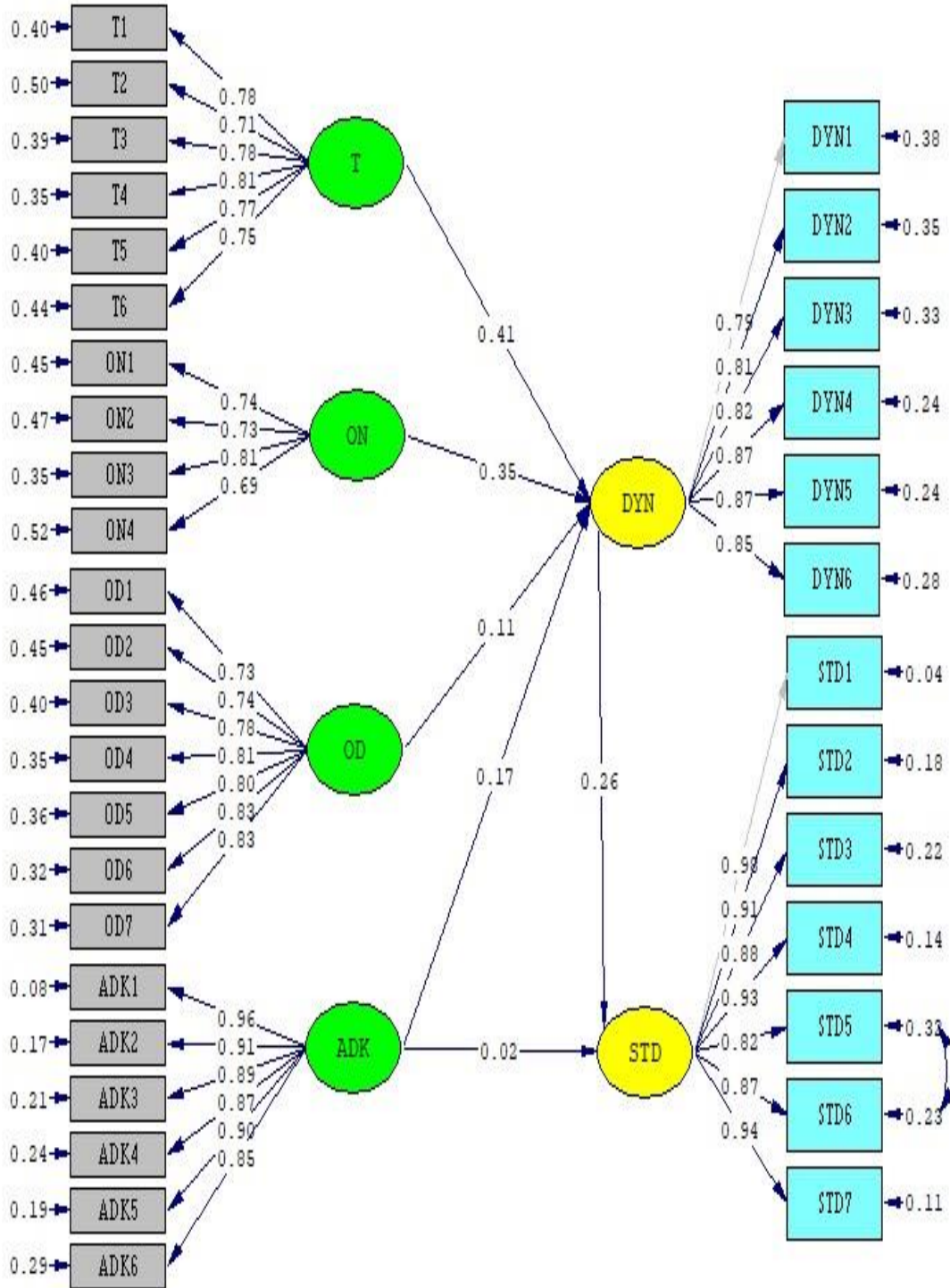
Özgeci değerler faktörünün Niyet üzerindeki etkisinin pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu bulunmuştur. Bu sonuç, özgeci değerde bir birimlik

artışın davranışa yönelik niyetinde 0,11 birimlik artışa neden olacağını ifade etmektedir.

Algılanan davranışsal kontrol faktörünün Niyet üzerindeki etkisinin pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu bulunmuştur. Bu sonuç, algılanan davranışsal kontrolde bir birimlik artışın davranışa yönelik niyetinde 0,17 birimlik artışa neden olacağını ifade etmektedir.

Davranışa yönelik niyetin, sürdürülebilir tüketim davranışı üzerindeki etkisinin pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu bulunmuştur. Bu sonuç, davranışa yönelik niyette bir birimlik artışın sürdürülebilir tüketim davranışında 0,26 birimlik artışa neden olacağını ifade etmektedir. Algılanan davranışsal kontrolün sürdürülebilir tüketim davranışı üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamlı bulunmadığı belirlenmiştir.

Araştırma modelinin uygunluğunu değerlendirmek için Tablo 43 incelendiğinde, χ^2/sd , RMSEA, SRMR, NFI, IFI, RFI, NNFI, CFI, GFI ve AGFI ölçütlerinin iyi uyum limitleri içinde kaldığı görülebilir. Sonuç olarak araştırma modelinin iyi uyum kriterleri içerisinde kaldığından geçerli bir model olarak değerlendirilmiştir.



Chi-Square=1212.14, df=581, P-value=0.00000, RMSEA=0.051

T=Tutum, ON= Öznel Norm, OD= Özgeci Değerler, ADK= Algılanan Davranışsal Kontrol, DYN= Davranışa Yönelik Niyet, STD= Sürdürülebilir Tüketim Davranışı

Şekil 14. Araştırma Modeline Ait Path Diagramı

Tablo 43. Araştırma Hipotezlerine Ait YEM Sonuçları

Hipotezler	Yollar	Standarlaştırılmış Parametre Tahminleri	t değerleri	Sonuç
H ₁	(T)→(DYN)	0,41	8,09**	Doğrulandı
H ₂	(ON)→(DYN)	0,35	6,81**	Doğrulandı
H ₃	(OD)→(DYN)	0,11	2,84**	Doğrulandı
H ₄	(ADK)→(DYN)	0,17	3,22**	Doğrulandı
H ₅	(DYN)→(STD)	0,26	3,72**	Doğrulandı
H ₆	(ADK)→(STD)	0,02	0,33	Doğrulanmadı

**p<0.01

Bir modelin bütün olarak kabul edilebilir olması için raporlanan uyum iyiliği indekslerinin kabul edilebilir sınırlar içinde olması gerekmektedir. Kurulan model sonucu elde edilen uyum indeksi değerlerinin kabul edilebilir ve mükemmel uyum indeksleri içerisine düştüğü görülmektedir. Tablo 44’de görüldüğü üzere en önemli uyum indeksi değeri olan X²/df değerinin 2,086 ile mükemmel uyum aralığına, RMSEA değerinin 0,051 ile kabul edilebilir uyum aralığına, CFI değerinin 0,980 ile mükemmel uyum aralığında, GFI değerinin 0,910 ile kabul edilebilir uyum aralığına, AGFI değerinin 0,860 işe kabul edilebilir uyum aralığına, NNFI değerinin 0,980 ile mükemmel uyum aralığına, NFI değerinin 0,970 ile mükemmel uyum aralığına, RMR değeri 0,080 ile kabul edilebilir uyum aralığına, SRMR değeri 0,050 ile mükemmel uyum aralığına düştüğü belirlenmiştir.

Tablo 4443. Araştırma Modeline Ait Uyum İyiliği Değerleri

X ² /df	p	RMSEA	CFI	GFI	AGFI	NNFI	NFI	RMR	SRMR
2,086	0,000	0,051	0,980	0,910	0,860	0,980	0,970	0,080	0,050

SONUÇ

Sürdürülebilir tüketim genel olarak doğal kaynakların bilinçsizce ve aşırı miktarda kullanımının önüne geçerek ve çevreye zarar verici maddelerin kullanımını en aza indirerek insanların gereksinimlerini karşılamayı amaç edinmektedir. Bu sayede gelecek kuşakların gereksinimlerini de dikkate alır, onlara daha iyi bir yaşam kalitesi sunar. Sürdürülebilir tüketim kavramı sadece çevresel kaygılara değil, doğal kaynakların korunması, yoksullukla mücadele, endüstriyel verimlilik, ekonomik kalkınma, sağlık, eğitim ve yaşam kalitesi gibi çok farklı alanlara hitap eden bir yaklaşımdır. Çevre kirliliği ve doğa tahribatları çağımızın modern tüketim alışkanlıkları neticesinde giderek artar hale gelmiştir. Bireyler de bu tahribatların zararlarını hissederek hale gelmiş, çevreye daha duyarlı yaklaşmaya başlamışlardır. Günümüzde sayıları giderek artan çevreye duyarlı tüketiciler, organik gıda, çevre dostu deterjanlar ve kimyasallar gibi sıkça satın alınan tüketim maddeleri, çevre duyarlı dayanıklı ürünler ve hizmetleri oldukça tercih eder olmuştur. Ancak sürdürülebilir tüketici davranışı, birçok farklı faktöre bağlı olarak geniş ölçüde değişmektedir. Bu nedenle, bu çalışma, çevreye duyarlı satın alma davranışlarını incelerken bu farklı faktörleri, davranışların nedenlerini belirlemeye yönelik olarak geliştirilmiş Planlı Davranış Teorisi çerçevesinde belirlemeyi kapsamaktadır. Bu kapsam dahilinde yürütülen araştırmada birincil veriler anket yöntemi ile toplanmıştır. Bu araştırma, sürdürülebilir tüketici davranışı ölçeği adı verilen yeni bir araştırma aracının uyarlanması da içermektedir. Araştırmada kullanılan bu ölçek, sürdürülebilir tüketim davranışını Ajzen (1985) tarafından geliştirilen Planlı Davranış Teorisi kapsamında tahmin etmeye yönelik olarak geliştirilmiştir.

Araştırma Kastamonu ilindeki anketlere yanıt veren 414 tüketiciye ait veriler üzerinde yürütülmüştür. Araştırmaya katılan katılımcıların yaklaşık %46'sının 26-54 olarak orta yaş grubu bireylerden oluştuğu gözlenmiştir. Katılımcıların %62'sinin erkeklerden oluştuğu, yine yaklaşık %64'ünün önlisans ve lisans düzeyinde üniversite eğitimi almış olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmaya katılanların %54 ile yarısından fazlası evlidir. Gelir durumu açısından bakıldığında katılımcıların %27'lik kısmı 1501-3000 TL arası, yaklaşık %32'lik bir kısmı ise 3001-4500 TL ile 4501-6000 TL arası aylık hane gelirine sahiptir. Katılımcıların %35'i 4 kişilik aile üyesi iken, 3 ve 5 kişilik aile üyesi katılımcıların oranı bu yüzdeyi takip etmektedir.

Tüketicilerin nihai sürdürülebilir tüketim davranışlarını ortaya koyabilmek amacıyla yöneltilen maddelere verdikleri cevaplara göre, katılımcıların, en yüksek oranda “çevreye zararlı olacağını düşündüğüm ürünleri satın almıyorum” ifadesine katıldığı (\bar{X} : 4,72) sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte katılımcıların enerji kullanımına yönelik sürdürülebilir tüketim davranışı sergiledikleri gözlenmiştir. Katılımcılar, kullandıkları elektrikli ev aletlerini daha az enerji tükettikleri için satın aldıklarını ifade etmişlerdir (\bar{X} : 4,65). En düşük ortalama ile, geri dönüştürülebilir ürünleri satın almaya çaba sarf ettiklerini ifade eden maddeyi puanlamışlardır (\bar{X} : 4,43). Bu durumda tüketicilerin geri dönüşümlü ürünleri satın almaktan daha çok, enerji tüketimini azaltarak sürdürülebilir tüketme yoluna gittikleri sonucuna ulaşılabilir.

Sürdürülebilir tüketime yönelik tutumlar boyutundaki anket maddelerine tüketicilerin verdikleri yanıtlar incelendiğinde, bu sefer “Geri dönüşüm oldukça önemli bir konudur.” maddesini (\bar{X} :6,20) ortalama puanla yanıtladıkları görülmüştür. Tüketicilerin geri dönüşümün önemli bir konu olduğunu düşünmelerine rağmen, nihai tüketim davranışlarında geri dönüşümlü ürünleri satın almayı tercih ettiklerine yönelik maddeyi düşük puanladıkları gözlenmiştir. Yine aynı şekilde tüketiciler “Ürün satın alırken yerel üreticileri desteklemek benim için önemlidir.” şeklinde ifade edilen maddeye yüksek puanlı yanıt vermişlerdir (\bar{X} :5,98). Tüketiciler yerel üreticileri destekleme yönünde tutuma sahiptir denilebilir. “Her bir tüketici, sosyal sorumluluk sahibi şirketler tarafından satılan ürünleri satın alarak toplum üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabilir.” şeklinde ifade edilen maddeye yönelik olarak, sürdürülebilir tüketime yönelik tutumları ölçen maddeler arasındaki en düşük ortalamayla yanıt vermişlerdir (\bar{X} :5,84). Bu durumda tüketicilerin bireysel davranışlarıyla toplumsal bir etki yaratmaya dair inanca sahip olmadıkları sonucuna ulaşılabilir.

Sürdürülebilir tüketime yönelik öznel norm boyutundaki anket maddelerine verilen görüşlere göre, tüketicilerin ev ve aile üyelerinin düşünce ve beklentilerinden daha çok, arkadaşlarının görüş ve düşüncelerinden etkilendikleri sonucuna ulaşılmıştır. “Tanıdıklarımın çoğunun çevreye duyarlı ürünler satın almamı beklediğini düşünüyorum.” şeklinde ifade edilen maddeyi en düşük (\bar{X} :4,89), “Arkadaşlarımın olumlu görüşü benim çevreye duyarlı ürün satın almamı etkiliyor.” maddesini ise en yüksek ortalamayla yanıtladıkları görülmüştür (\bar{X} :5,46).

Algılanan davranışsal kontrole ait ölçek maddelerine verilen katılımcı görüşleri incelendiğinde, tüketiciler çevreye duyarlı ürün satın alabileceklerine inandıklarını ifade etmişlerdir (\bar{X} :5,69). “Çevreye duyarlı ürünleri satın almak ekstra çaba gerektirmez.” şeklinde ifade edilen maddeye katılımcılar, ortalama puanlarla yanıt vermişlerdir (\bar{X} :5,47). Yine bu sonucu destekler şekilde “Alışveriş yaptığım mağazalarda, çevreye duyarlı ürünleri genellikle bulabilirim.” ifadesini (\bar{X} :5,38) ortalama puanla yanıtlamışlardır. Bu sonuca dayanılarak denilebilir ki, tüketiciler alışveriş yaptıkları mağazalarda çevreye duyarlı ürünlere kolaylıkla ulaşamadıklarından, çevreye duyarlı ürünleri satın almak için çaba gerekeceğine dair inanca sahiptirler.

Özgeci değerlere ait ölçek maddelerine verilen katılımcı görüşleri değerlendirildiğinde, “çevreyi korumak değerlerimle örtüşmektedir” ifadesine katılımcıların (\bar{X} :5,64) özgeci değerler boyutunda en yüksek ortalamayla yanıt verdikleri görülmüştür. Bu durum tüketicilerin çevreyi ve doğayı korumayı kendileri için bir değer algıladıkları sonucunu göstermektedir.

Araştırmanın hipotezlerine dair sonuçlarına göre; tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranışına yönelik tutumlarının sürdürülebilir tüketim niyeti üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunduğu fark edilmiştir. Elde edilen sonuçlar tutumda bir birimlik artışın davranışa yönelik niyetinde 0,41 birimlik artışa neden olacağını ifade etmektedir. Daha önceki araştırmalar tutumların ve inançların sürdürülebilir tüketimin güçlü belirleyicileri olduğunu doğrulamaktadır (Schlossberg, 1991; Gardner ve Stern, 1996; Onel ve Mukherjee, 2017). Vermeir ve Verbeke (2008), çalışmalarında Belçika’da sürdürülebilir gıda tüketimi davranışının belirleyicilerini araştırmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, tutum ve niyetler arasında saptanan yüksek pozitif korelasyon, yüksek tutum ve düşük niyete sahip az sayıda katılımcı olduğunu ortaya koymaktadır. Yay ve Çalışkan (2016), müşterilerin çevreci otel restoranlarında yemek yeme niyetini belirlemek için Planlı Davranış Teorisinden yararlanmış, araştırma sonucunda, tutumun çevreci restoranda yemek yeme niyetini etkilediği vurgulanmıştır. Öztürk, Nart ve Altunışık (2015), tüketicilerin helal özellikli ürünleri satın alma davranışlarını Planlı Davranış Teorisi değişkenleri kapsamında araştırmışlardır. Araştırma sonucunda davranışa yönelik niyet değişkeni üzerinde tutum, belirleyici olduğu ortaya konulmuştur. Korkmaz ve Sertoğlu (2013), genç tüketicilerin sürdürülebilir gıda ürünleri satın alma davranışlarını tahmin etmek üzere Planlı

Davranış Teorisi değişkenlerinin yanı sıra güven ve kişisel değer değişkenlerini de dikkate alan bir çalışma ile literatüre katkılar sunmuşlardır. Elde ettikleri sonuçlara göre tutum, davranışsal niyetin en önemli belirleyicisi olarak gözlenmiştir. Hatta bir kısım araştırmacı tüketicilerin tutumlarının çevreye duyarlı tüketici davranışını genel çevresel kaygılardan daha doğru bir şekilde öngördüğünü öne sürmektedir (Mainieri vd, 1997).

Sürdürülebilir tüketim davranışına yönelik öznel normların sürdürülebilir tüketim niyeti üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar Öznel normda bir birimlik artışın davranışa yönelik niyetinde 0,35 birimlik artışa neden olacağını ifade etmektedir. Daha önceki araştırmaların bir kısmı, çevreye duyarlı tüketim için niyetin öznel normlar tarafından yönlendirildiğini vurgulamaktadır (Beck ve Ajzen, 1991; Hopper ve Nielsen, 1991; Stern ve Dietz, 1994; Conner ve Armitage, 1998; Armitage ve Conner, 2001; Thøgersen ve Ölander, 2002; Emekçi, 2017; Onel ve Mukherjee, 2017). Vermeir ve Werbeke (2008), öznel normların satın alma niyetinde ek bir olumlu etkiye sahip olduğunu ifade etmişlerdir. Chan (1998), sosyal etkilerin ve subjektif normların çevresel davranışlar için özellikle önemli olduğunu savunurken, diğer taraftan Godin ve Kok (1996), öznel norm bileşeninin niyetlerin en zayıf öngörücü olduğunu tespit etmiştir. Bunun yanında bazı çalışmalarda ise, (Tarkiainen ve Sundqvist, 2005; Kokmaz ve Sertoğlu, 2013; Paul, Modi ve Patel, 2016) öznel normun, sürdürülebilir satın alma niyetinin anlamlı bir yordayıcısı olmadığını öne sürmüştür. Maichum, Parichatnon ve Peng (2017), çalışmalarında tüketicilerin organik gıdaya yönelik tüketim niyetlerini ve davranışlarını araştırmak için genişletilmiş bir Planlı Davranış Teorisi ile araştırma modeli geliştirmişlerdir. Çalışmaları subjektif normların Tayland'da çalışılan grup arasında organik gıda tüketiminin niyetini etkilemediğini göstermektedir. Bu ters durumu öne süren bu araştırmacılar, tüketicilerin sürdürülebilir ürünleri satın alırken, kendileri için önemli olan kişilerin onayını önemli bir faktör olarak görmedikleri sonucuna ulaşmışlardır. Arkadaşlarının / aile üyelerinin / akran grubunun, tüketicilere çevreci ürün satın alması hakkında olumlu bir itici güç sağlayamadığını gözlemlemişlerdir (Paul, Modi ve Patel, 2016). Erten (2002), ise araştırmasında kız ve erkek öğrencilerin enerji tasarrufu yapma davranışlarında Planlı Davranış Teorisi değişkenleri olan tutum, öznel norm, algılanan davranış kontrolü ve davranışa yönelik amaç(niyet) açısından farklılık olup olmadığını belirlemeyi amaç edinmiştir. Araştırma

sonuçlarına göre, enerji tasarrufu yapma niyetini etkileyen öznel norm boyutu için, kız öğrenciler ile erkek öğrenciler açısından farklılık saptanmıştır.

Sürdürülebilir tüketim davranışına yönelik algılanan davranışsal kontrolün sürdürülebilir tüketim niyeti üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunduğu fark edilmiştir. Elde edilen sonuçlar algılanan davranışsal kontrolde bir birimlik artışın davranışa yönelik niyetinde 0,17 birimlik artışa neden olacağını ifade etmektedir. Sürdürülebilir tüketim davranışına yönelik algılanan davranışsal kontrolün, sürdürülebilir tüketim davranışına doğrudan anlamlı bir etkisinin bulunmadığı fark edilmiştir.

Daha önce yapılan araştırmalarda algılanan davranışsal kontrol değişkeninin sürdürülebilir tüketim davranışına yönelik niyeti tahmin etmede önemli bir değişken olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır (Grob, 1995; Taylor ve Todd, 1995; Roberts, 1996; Dean, Raats ve Shepherd., 2008; Onel ve Mukherjee, 2017). Roberts (1996), tüketicilerin davranışsal değişimlerini motive etmek için, davranışlarının çevreyi etkilediğine veya çevresel bozulmaya karşı mücadelede etkili olacağına ikna edilmesi gerektiğini araştırmasında vurgulamıştır. Çünkü bireylerin davranışları gerçekleştirebileceklerine yönelik ve davranışlarının sonuçlarına yönelik olan inançları zayıf ise o davranışı gerçekleştirmek yönünde olumlu bir niyete sahip olmayabilirler. Örneğin Terry ve O 'Leary (1995), egzersiz yapma niyetlerinin öngörülmesi üzerine yaptıkları çalışmada, algılanan davranış kontrol değişkeninin Planlı Davranış Teorisinde kullanılması gerektiği görüşünü desteklemektedir. Algılanan davranışsal kontrol, fiili davranışın anlamlı (pozitif) bir tahmincisi olarak ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda niyetlerin davranış üzerindeki etkilerinin algılanan davranışsal kontrol düzeyi tarafından yönetildiğine dair kanıtlar bulunmuştur. Vermeir ve Werbeke (2008), çalışmalarında algılanan davranışsal kontrol ve algılanan hazır bulunma değişkenlerinin satın alma niyetinde ek bir olumlu etkiye sahip olduğunu belirtmişlerdir. Godin ve Kok'un (1996) çalışmaları, algılanan davranışsal kontrolün, niyet tahminine % 13, davranış tahminine% 12 ek varyans ile katkıda bulunduğunu ortaya koymuştur. Öztürk, Nart ve Altunışık (2015), tarafından yapılan çalışmada algılanan davranışsal kontrolün fiili davranış üzerinde etkisinin bulunduğu sonucuna da ulaşıldığı vurgulanmıştır. Daha önce yapılan çalışmaların bir kısmında algılanan davranışsal kontrolün davranışa doğrudan etkisinin bulunmadığı sonucuna ulaşmışlardır (Sheeran, Trafimow ve Armitage; 2003; Özer ve Yılmaz, 2010; Vallance vd., 2011). Özer ve Yılmaz (2010)'a göre birey davranış ile ilgili yeterli bilgiye sahip

değilse ya da ilgili davranışı gerçekleştirebilmek için bulunması gereken kaynaklar değişkenlik gösteriyorsa, ya da başka unsurlar tarafından davranış sürekli etkileniyorsa algılanan davranışsal kontrolün davranışı etkileme gücü düşük olacaktır. Bu araştırmada algılanan davranışsal kontrol değişkeninin niyet üzerindeki etkisi ortaya konulmuşken, davranış üzerinde doğrudan etkisine rastlanılmamıştır.

Planlı Davranış Teorisi değişkenlerine ek olarak özgeci değerler değişkeninin niyet üzerindeki etkisi bu araştırmada incelenen diğer bir durumdur. Araştırma sonuçlarına göre özgeci değerlerin niyet üzerinde pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu bulunmuştur. Bu sonuç, özgeci değerde bir birimlik artışın davranışa yönelik niyetinde 0,11 birimlik artışa neden olacağını ifade etmektedir. Daha önceki yapılan çalışmalarda Planlı Davranış Teorisi kapsamında özgeci değerlerin niyet üzerine etkisini belirlemek üzere ulaşılmış bir sonuca raslanmamıştır.

Özgeci değerlerin sürdürülebilir tüketim kapsamında araştırıldığı çalışmalar ise literatürde mevcuttur (Schwartz, 1977; Stern ve Dietz, 1994; Guagnano, Stern ve Dietz, 1995). Stern ve Dietz (1994), bireyin kendi sosyal çevresinin ötesine odaklanan, özgeci değerler olarak adlandırılan değerlerin çevresel kaygı ve davranışları açıklamada güçlü olduğu sonucuna ulaşmıştır. Hopper ve Nielsen (1991), araştırmalarının sonucunda geri dönüşüm davranışının özgeci değerlerden etkilendiğini ortaya koymuşlar, ayrıca bu davranışın sosyal normlar, kişisel normlar ve sonuçların farkındalığından da etkilendiğini vurgulamışlardır. Schultz ve Zelezny (1999), sosyal-özgeci kaygıları olan bir kişinin, doğrudan kişisel yararları bulunmayan (örneğin, bir petrol sızıntısından sonra temizlik çalışmalarında gönüllü olmak gibi) diğer insanlara yardımda bulunma şeklinde çevre yanlısı davranışlarda bulunmasının gerektiği sonucuna ulaşmışlardır. Vicente-Molina, Fernandez-Sainz ve Izagirre-Olaizola (2013), çevresel davranışların temel olarak özgecil motivasyonlarla bağlantılı olduğunu vurgulamışlardır. Bunun yanında bazı araştırmalar, çevre sorunlarına uyacak şekilde değer sisteminde değişiklikleri de vurgulamışlardır. Örneğin, De Groot ve Steg (2008), çalışmalarında çevreci davranışlara yönelik olarak egoistik, özgecil ve biosferik değer yönelimlerini ayırt etmek üzere uyarlanmış bir değer aracı önermişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre özgeci değer öğelerinin biosferik değer yönelimi ve özgeci değer yönelimli biosferik değer öğeleriyle ilişkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Özgecil ve biosferik değer yönelimlerinin farklı çevresel inanç ve davranışsal niyetler için bir temel sağladığı sonucu desteklenmiştir. Ay (2017), tüketicilerin çevreci tüketim

davranışlarını Değer-İnanç-Norm kuramı ile açıklayan araştırmada, özgeci değerlere sahip bireylerin, insanların doğaya kötü davrandığı düşüncesini taşıdıklarını ortaya koymuştur. Araştırmacı, kendi çıkarından ziyade başkalarının yararını gözeten davranışları sergilemenin çevreci ürün satın alma davranışına yönelmeyi sağlayacağı, bu sayede de hem doğa hem de diğer insanların yararına hareket edecekleri düşüncesini ortaya koymuştur.

Bu çalışmanın sonuçları tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranışlarının sebeplerinin anlaşılması açısından literatüre önemli katkılar sağlamaktadır. Tüketim kavramı kültürler arası farklılıklar taşımaktadır. Sürdürülebilir tüketim kavramı da farklı kültürlerde farklı şekilde gündeme gelmektedir. Ülkemizde tüketicilerin sürdürülebilir tüketime yönelik motivasyonlarını belirlemek, tüketicilerin bu tüketim alışkanlığını kazanmaları için itici sebepleri tespit etmek elbette oldukça önem arz eden bir konudur. Bu nedenle bu araştırma sonuçları farklı disiplinler açısından önemli katkılar sağlamıştır.

Bu çalışmanın sonuçları kamu ve işletme politikaları için yararlı sonuçlara sahiptir. Çünkü bireylerin tutumlarının sürdürülebilir tüketim davranışı üzerinde etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bireylerin tutumları eğitim ve bilgi aktarımı yoluyla değiştirilebilir. Sürdürülebilir tüketime yönelik tutumları değişen bireylerin daha çok sürdürülebilir tüketim niyeti sergileyecekleri, niyetin de davranışı yönlendireceği açıktır. Yine bireylerin sürdürülebilir tüketime yönelik davranışları gerçekleştirip gerçekleştirilemeyecekleri yönündeki algılanan davranışsal kontrollerinin sürdürülebilir tüketim niyeti üzerinde etkisi ortaya çıkarılmıştır. Bu açıdan çevre eğitimleri ve çevreci tüketim ve davranışa yönelik geliştirilecek diğer politikalar ile desteklendiğinde sürdürülebilir tüketim bilincinin yaygınlaşacağı sonucu ortaya çıkmaktadır.

Öznel normların sürdürülebilir tüketim niyeti üzerinde etkisi ortaya çıkmıştır. Bu durumda öznel teşvikler yoluyla dolaylı olarak satın alımların artmasına katkıda bulunabilir. Ayrıca araştırma sonuçlarına göre algılanan davranışsal kontrol değişkeninin niyet üzerinde etkisinin olduğu ancak, davranış üzerinde etkisinin bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu durumun nedeni daha önce Özer ve Yılmaz (2010) tarafından bireyin davranış ile ilgili yeterli bilgiye sahip olmamasından kaynaklanabileceği şeklinde yorumlanmıştır. Bu sonuca dayanılarak eğitim ve bilgi

aktarımı yoluyla bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışını gerçekleştirebileceklerine ilişkin inançlarının artırılmasının yararlı olabileceği önerisi getirilebilir. Sürdürülebilir tüketim davranışını teşvik etme konusunda işletmelere de önemli roller düşmektedir. İşletmeler, sürdürülebilir tüketim davranışını teşvik etmek üzere, tüketicilere çeşitli şekillerde tüketim davranışının zararlı sonuçlarını iletebilirler. Böylece tüketiciler davranışlarının sonuçlarının farkında olacak ve bu da çevresel kaygılarına dayalı kararlar almalarına yardımcı olacaktır (Onel ve Mukherjee, 2017).

Özetlenecek olursa, işletmeler, politika yapıcıları ve uygulayıcıları tarafından tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranışlarına yönelik olarak, tutumları, özgeci değerleri, öznel normlarını, algılanan kontrolleri güçlendirilerek, ürün ve hizmetleri çevre zarar vermeyecek ve gelecek nesillerin de ihtiyaçlarını karşılayabilmelerine olanak sağlayacak bir şekilde kullanma niyetlerini teşvik etmeye çalışabilirler.

Araştırmanın sınırlılıklar bölümünde ifade edildiği üzere bu araştırma, Kastamonu ilinde yaşayan tüketiciler üzerinde yürütülmüştür. Kastamonu Türkiye’de gelişmekte olan iller arasındadır. Tüketiciler yerel düzeyde üretilmiş, işlenmemiş ve daha az katkı maddelerine sahip ürünlere ulaşmakta çok fazla sıkıntıya düşmemektedirler. Gelecekteki araştırmacılar, büyük şehirlerdeki tüketicileri kapsayan bir örneklem ile çalışarak, araştırma sonuçlarını kıyaslayabilir, bu durumda bu sonuçlara daha fazla anlam kazandırılabilir. Tüketicilerin anket maddelerini doldurmaktan sıkıldıkları, anket doldurmak için istekli olmadıkları bilinmektedir. Gelecekteki araştırmalarda, tüketicilerden, tüketim durumlarını gözleme, kayıt altına alma gibi daha objektif yöntemlerle verilerek elde edilerek çalışma güçlendirilebilir.

Sonuç olarak, sürdürülebilir tüketim davranışı, insanlığın refahı, daha iyi bir yaşam kalitesi, gelecek nesillere de hayatlarını sürdürebilecekleri bir dünya bırakma düşüncesiyle, insan ihtiyaçlarının bilinçli ve duyarlı bir biçimde giderilmesine yönelik girişimler şeklinde tanımlanmıştır. Bireyleri bu duyarlı tüketim davranışına iten motive edici güçlerin neler olduğunu öğrenmek, günümüzde politika yapıcılar, bilim adamları, çevre kuruluşları, sağlık örgütleri ve işletmeler gibi çok sayıda kişi ve kuruluşlar açısından oldukça önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- Abraham, C., Sheeran, P., & Johnson, M. (1998). From health beliefs to self-regulation: Theoretical advances in the psychology of action control. *Psychology and Health*, 13, 569–592.
- Abrahamse, W., & Steg, L. (2009). How do socio-demographic and psychological factors relate to households' direct and indirect energy use and savings? *Journal of Economic Psychology*, 30, 711-720.
- Abrahamse, W., & Steg, L. (2011). Factors related to household energy use and intention to reduce it: the role of psychological and socio-demographic variables. *Research in Human Ecology*, 18(1), 30-40.
- Acar, İ. H. (2017). *Temel ve gelişmiş karma yöntem desenleri*. M. Sözbilir (Eds.), Karma yöntem araştırmalarına giriş. 1. Baskı, Ankara: Pegem Akademi.
- Adger, W. N. (2000). Social and ecological resilience: are they related? *Progress in Human Geography*, 24(3), 347-364.
- Ajzen, I. (1985). *From intentions to actions: A theory of planned behavior*. J. K. (Eds.) içinde, Action-control: From cognition to behavior (s. 11-39). Heidelberg, Germany: Springer.
- Ajzen, I. (1991). The Theory at Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 179- 211.
- Ajzen, I. (2006). Constructing a TpB Questionnaire: Conceptual and Methodological Considerations. 20 Eylül 2017 tarihinde www.people.umass.edu adresinden alındı.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs: N.J. : Prentice-Hall.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological Bulletin*, 84, 888-918.
- Ajzen, I., Joyce, N., Sheikh, S., & Cote, N. G. (2011). Knowledge and the Prediction of Behavior: The Role of Information Accuracy in the Theory of Planned Behavior. *Basic and Applied Social Psychology*, 33, 01–117.
- Aksu, C. K., & Gelibolu, L. (2015). Üniversite Çalışanlarının Sürdürülebilir Tüketim Açısından Tutumlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(9), 235-248.
- Albayrak, A. K., & Duyku, M. (2014). Tüketim Toplumunun Dinamiklerine Bir Bakış. *Erciyes Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi* (3), 49-56.

- Alkın, E. (1992). *İktisat*. İstanbul: Filiz Kitapevi .
- Alnaçık, Ü. (2010). Çevreci Yönelim, Çevre Dostu Davranış Ve Demografik Özellikler: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(20), 507-532.
- Anand, S., & Sen, A. (2000). Human Development and Economic Sustainability. *World Development*, 28(12), 2029-2049.
- Anderson, J. W., & Cunningham, W. H. (1972). The Socially Conscious Consumer. *Journal of Marketing*, 36, 23-31.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40, 471-499.
- Assael, H. (1981). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Boston, Massachusetts: Kent Publishing Co.
- Ay, U. (2017). Çevreci Tüketim Davranışlarının Değer-İnanç-Norm Kuramı Temelinde İncelenmesi. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 1-33.
- Aydın, A. E., Marangoz, M., & Fırat, A. (2015). Tüketim Kültürü Çalışmaları Üzerine Bir Literatür Taraması. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 23-40.
- Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1990). Trying to Consume. *Journal of Consumer Research*, 17, 127-140.
- Bamberg, S. (1996). Habitualized car use: Integration of habit into the theory of planned behavior. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 27(4), 295-310.
- Bamberg, S., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2003). Choice of travel mode in the theory of planned behavior: The roles of past behavior, habit, and reasoned action. *Basic and Applied Social Psychology*, 25, 175-188.
- Basiago, A. D. (1999). Economic, social, and environmental sustainability in development theory and urban planning practice. *The Environmentalist*, 19, 145-161.
- Başar, E. E. (2016). *Hane halklarının sürdürülebilir tüketim davranışlarının ölçülmesine yönelik bir ölçek geliştirme çalışması*. Atatürk Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi. Erzurum.
- Başfıncı, Ç. (2011). Modern Türk Tüketim Kültürüne Yönelik Bir Araştırma. *Millî Folklor*(91), 115-129.
- Beck, L., & Ajzen, I. (1991). Predicting dishonest actions using the theory of planned behavior. *Journal of Research in Personality*, 25, 285-301.

- Behm, C. L. (2011). *Student Perceptions And Definitions of Sustainability*. University of Illinois Master's Thesis. Illinois, Urbana.
- Bener, Ö., & Babaoğul, M. (2008). Sürdürülebilir tüketim davranışı ve çevre bilinci oluşturmada bir araç olarak tüketici eğitimi. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*, 1-10. 18 Şubat 2017 tarihinde www.sdergi.hacettepe.edu.tr adresinden alındı.
- Bin, S., & Dowlatabadi, H. (2005). Consumer lifestyle approach to US energy use and the related CO2 emissions. *Energy Policy*, 33.
- Biswas, A., & Roy, M. (2015). Green products: an exploratory study on the consumer behaviour in emerging economies of the East. *Journal of Cleaner Production*, 83, 463-468.
- Bockock, R. (2005). *Tüketim*. (İ. Kutluk, Çev.) Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Bossel, H. (1999). *Indicators for Sustainable Development Theory, Method, Applications*. Winnipeg, Manitoba, Canada: International Institute for Sustainable Development.
- Boyd, B., & Wandersman, A. (1991). Predicting Undergraduate Condom Use with the Fishbein and Ajzen and the Triandis Attitude- Behavior Models: Implications for Public Health Interventions. *Journal of Applied Social Psychology*, 21(22), 1810-1830.
- Bramley, G., & Power, S. (2009). Urban Form and Social Sustainability: The Role of Density and Housing Type. *Environment and Planning B: Planning and Design*, 36, 30-48.
- Brough, A. R., Wilkie, B., Ma, J., Isaac, M., & 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.
- Bunker, S. G. (1985). *Underdeveloping the Amazon: Extraction, Unequal Exchange and the Failure of the Modern State*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Burns, T. J., Kick, E. L., & Byron, D. (2003). Theorizing and Rethinking Linkages between the Natural Environment and the Modern World-System: Deforestation in the Late 20th Century. *Journal of World-Systems Research*, 9(2), 357-390.
- Burroughs, J. E., & Rindfleisch, A. (2002). Materialism and Well-Being: A Conflicting Values Perspective. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 348-370.
- Button, K. (2002). City Management and Urban Environmental Indicators. *Ecological Economics*, 40(2), 217-233.
- Büyüköztürk, Ş. (2009). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı: İstatistik, araştırma deseni, spss uygulamaları ve yorum* (9. Baskı). Ankara: Pegem Yayınları.

- Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı: İstatistik, araştırma deseni SPSS uygulamaları ve yorum* (11. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Büyükyılmaz, O. (2013). *Akademik personel açısından psikolojik sözleşme ihlali ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkilerin analizi*, Yayınlanmamış doktora tezi, Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak
- Calder, B. J., & Ross, M. (1973). *Attitudes and behavior*. Morristown, N. J.: General Learning Press.
- Calvini, A., Fini, A. & Ranieri M., (2008). Models and instruments for assessing digital competence at school. *Journal of E-Learning and Knowledge Society*, Vol 4-3 , 183-193.
- Campbell, C. (1995). *The sociology of consumption*. D. Miller içinde, Acknowledging Consumption: a review of new studies (s. 96-126). London: Routledge.
- Capello, R., & Nijkamp, P. (2002). In Search of Sustainable Human Settlements: Prefatory Remarks. *Ecological Economics*, 40, 151-155.
- Chan, K. (1998). Mass Communication and Pro-Environmental Behaviour: Waste Recycling in Hong Kong. *Journal of Environmental Management*, 52, 317-325.
- Chase-Dunn, C., & Hall, T. (1997). *Rise and Demise*. Boulder, CO: Westview.
- Chaudhuri, H., & Manjumar, M. (2006). Of diamonds and desires: understanding conspicuous consumption from a contemporary marketing perspective. *Academy of Marketing Science Review*, 11, 154-177.
- Chiu, R. L. (2004). Socio-Cultural Sustainability of Housing: A Conceptual Exploration. *Housing, Theory and Society*, 21(2), 65-76.
- Cobb, C., Goodman, G., & Wackernagel, M. (1999). Redefining Progress: Why Bigger Isn't Better, The Genuine Progress Indicator. San Francisco. 15 Eylül 2017 tarihinde www.rprogress.org adresinden alındı.
- Cohen, C. E. (1981). Person categories and social perception: Testing some boundaries of the processing effects of prior knowledge. *Journal of Personality and Social Psychology*, 40, 441-452.
- Colantonio, A., & Dixon, T. (2011). *Urban Regeneration and Social Sustainability: Best Practice from European Cities*. UK: Wiley-Blackwell.
- Conner, M., & Armitage, C. J. (1998). Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research. *Journal of Applied Social Psychology*, 28, 1429–1464.
- Cook, A. J., Kerr, G. N., & Moore, K. (2002). Attitudes and intentions towards purchasing GM food. *Journal of Economic Psychology*, 23(5), 557–572.

- Cooper, J., & Fazio, R. H. (1979). *The formation and persistence of attitudes that support intergroup conflict*. W. Austin, & S. Worchel içinde, *The social psychology of intergroup relations* (s. 149-159). Monterey, California: Brooks/Cole, Inc.
- Çelik, N. (2013). Thorstein Veblen'in gösterişçi tüketim yaklaşımı; Niğde Üniversitesi İdari Personeli örneği. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (33), 171-203.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2014). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi.
- Daly, H. (1996). *Beyond Growth – the economics of sustainable development*. Boston: Beacon Press.
- Daly, H. E. (1973). *Toward a steady-state economy*. San Francisco: W. H. Freeman.
- Daly, H. E., & Cobb, Jr., J. (1989). *For the common good: redirecting the economy toward community, the environment and a sustainable future*. Boston, Massachusetts: Beacon Press.
- Dasgupta, P., & Heal, G. (1974). The optimal depletion of exhaustible resources. *Review of Economic Studies*, 3-28.
- De Groot, J. I., & Steg, L. (2008). Value orientations to explain environmental attitudes and beliefs: how to measure egoistic, altruistic and biospheric value orientations. *Environment and Behavior*, 40(3), 330e354.
- Dean, M., Raats, M. M., & Shepherd, R. (2008). Moral concerns and consumer choice of fresh and processed organic foods. *Journal of Applied Social Psychology*, 38, 2088–2107.
- Dean, M., Raats, M.M. and Shepherd, R. (2012) The Role of Self-Identity, Past Behavior, and Their Interaction in Predicting Intention to Purchase Fresh and Processed Organic Food. *Journal of Applied Social Psychology*, 42, 669-688.
- Demirci, A. (2008). *Tüketim olgusu'nun tarihsel dönüşümü (sembolik toplum yaklaşımı çerçevesinde bir analiz denemesi)*. Marmara Üniversitesi, İkt. Gelişme ve Uluslararası İkt. Bilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Dermody, J., Hanmer-Lloyd, S., Koenig-Lewis, N., & Zhao, A. (2015). Advancing sustainable consumption in the UK and China: the mediating effect of pro-environmental self-identity. *Journal of Marketing Management*, 31(13-14), 1472-1502.
- Dewey, J. (1910). *How We Think*. New York: Prometheus Books.

- Dixon, W. J., & Boswell, T. (1996). Dependency, Disarticulation, and Denominator Effects: Another Look at Foreign Capital Penetration. *The American Journal of Sociology*, 102(2), 543-562.
- Doğan, O., Bulut, Z., & Kökalan Çımrın, F. (2015). Bireylerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının Ölçülmesine Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29(4), 659-678.
- Douglas, M., & Isherwood, B. (1979). *The World of Goods*. New York: Basic Books.
- Doyle, R. (2013). *Towards a Future of a practice oriented, participatory backcasting approach for sustainable washing and heating practices in Irish households*. The University of Dublin, School of Natural Sciences, Doctorate Thesis. Dublin.
- Elliott, S. R. (2005). Sustainability: an economic perspective. *Resources, Conservation and Recycling*, 44, 263-277.
- Emekçi, S. (2017). *Planlı Davranış Teorisi Kapsamında Tüketicilerin Yeşil Tüketim Davranışlarını Açıklamaya Yönelik Bir Model Önerisi*. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Kollat, D. T. (1978). *Consumer behavior*. Hinsdale, IL.: Dryden Press.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1986). *Consumer behavior*. Hinsdale, IL: Dryden.
- Engel, J. F., Kollat, D. T., & Blackwell, R. D. (1968). *Consumer behavior*. New York, Holt, Rinehart, and Winston.
- Engel, J., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior*. Florida: The Dryden Press.
- Engin, E., & Akgöz, B. (2013). Sürdürülebilir Kalkınma ve Kurumsal Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Değerlendirilmesi. *Selçuk İletişim Dergisi*, 8(1), 85-94.
- Ergen, A. (2014). *Maddi Değerler, Gönüllü Sade Yaşam Biçimi, Çevre Bilgisi: Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Açısından Bir Araştırma*. T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul.
- Erten, S. (2002). Planlanmış Davranış Teorisi ile Uygulamalı Öğretim Metodu. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 19(2), 217-233.
- Fishbein, M. (1979). *A theory of reasoned action: Some applications and implications*. H. H. (Eds.) içinde, *Nebraska Symposium on Motivation* (s. 65-116). Lincoln: University of Nebraska Press.

- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.: Reading, MA.
- Fishbein, M., Middlestadt, S. E., & Trafimow, D. (1993). Social norms for condom use: Implications for HIV prevention interventions of a KABP survey with heterosexuals in eastern Caribbean. *Advances in Consumer Research*, 20, 292-296.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. New York: Psychology Press.
- Fisher, R. J., & Price, L. L. (1991). International pleasure travel motivations and post-vacation cultural attitude change. *Journal of Leisure Research*, 23(3), 193-208.
- Fisk, G. (1973). Criteria for a Theory of Responsible Consumption. *Journal of Marketing*, 37(2), 24-31.
- Fisunoğlu, M., & Köksel Tan, B. (2009). Keynes devrimi ve keynesyen iktisat. *Ekonomik Yaklaşım*, 20(70), 31-60.
- Fromm, E. (1976). *To have or to be?* London: Jonathon Cape.
- Gardner, B., & Abraham, C. (2008). Psychological correlates of car use: A meta-analysis. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 11(4), 300-311.
- Gardner, G. T., & Stern, P. C. (1996). *Environmental problems and human behavior*. Boston: Allyn and Bacon.
- Garvin, D. A. (1987). Competing on the Eight Dimensions of Quality. *Harvard Business Review*, 65-73.
- George, D., & Mallery, M. (2010). *SPSS for windows step by step: A simple guide and reference*. Boston: Pearson.
- Giles, M., & Cairns, E. (1995). Blood donation and Ajzen's theory of planned behaviour: An examination of perceived behavioural control. *British Journal of Social Psychology*, 34, 173-188.
- Godin, G., & Kok, G. (1996). The Theory of Planned Behavior: A Review of Its Applications to Health-Related Behaviors. *American Journal of Health Promotion*, 11(2), 87-98.
- Goldemberg, J. (1996). *Energy, Environment and Development*. London, UK: Earthscan.
- Goldsmith, E., Allen, R., Allaby, M., Davoll, J., & Lawrence, S. (1972). *A Blueprint for Survival*. Boston, MA.: Houghton Mifflin.

- Goodland, R. (1999). *The Biophysical Basis of Environmental Sustainability*. C. Jeoren, & M. BERGH içinde, Handbook of Environmental and Resource Economics (s. 709-721). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Gönel, F. D. (2002). Globalleşen Dünyada (nasıl bir) Sürdürülebilir Kalkınma. *Birikim Dergisi*(158), 1-13.
- Grabs, J., Langen, N., Maschkowski, G., & Schöpke, N. (2016). Understanding role models for change: a multilevel analysis of success factors of grassroots initiatives for sustainable consumption. *Journal of Cleaner Production*, 134, 98-111.
- Grob., A. (1995). A structural model of environmental attitudes and behaviour. *Journal of Environmental*, 15, 209-220.
- Guagnano, G. A., Stern, P. C., & Dietz, T. (1995). Influences on attitude-behavior relationships: A natural experiment with curbside recycling. *Environment and Behavior*, 27, 699-718.
- Gül, Ş., & Sözbilir, M. (2015). Fen ve matematik eğitimi alanında gerçekleştirilen ölçek geliştirme araştırmalarına yönelik tematik içerik analizi. *Eğitim ve Bilim*, 40, 85-102.
- Gürbüz, A., Ayaz, N., & Albayrak, M. (2015). E-Ticarete Tüketici Satın Alma Karar Süreci: Salzburg-Ankara Örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(3), 377-394.
- Han, H., Hsu, L. T., & Sheu, C. (2010). Application of the Theory of Planned Behavior to Green Hotel Choice: Testing the Effect of Environmental Friendly Activities. *Tourism Management*, 31, 325-334.
- Harris, J. M. (2011). Sürdürülebilir Kalkınmanın Temel Prensipleri. (E. Özmete, Çev.) *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar Dergisi*.
- Hartwick, J. (1977). Intergenerational Equity and the Investing of Rents from Exhaustible Resources. *American Economic Review*, 67, 972-974.
- Hawkins, D. I., Best, R. J., & Cooney, K. A. (1983). *Consumer Behavior: Implications for Marketing Strategy*. Plano, Texas: Business Publications Inc.
- Hayta, A. B. (2009). Sürdürülebilir Tüketim Davranışının Kazanılmasında Tüketici Eğitiminin Rolü. *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(3), 143-151.
- Heath, Y., & Gifford, R. (2002). Extending the theory of planned behavior: Predicting the use of public transportation. *Journal of Applied Social Psychology*, 32, 2154-2189.
- Heiskanen, E., & Pantzar, M. (1997). Toward sustainable consumption: Two new perspectives. *Journal of Consumer Policy*, 20(4), 409-442.

- Henion, K. E. (1976). *Ecological Marketing*. Columbus, Ohio: Grid.
- Henry, S. L. (1991). Consumers, Commodities, and Choices: A General Model of Consumer Behavior. *Historical Archaeology*, 25(2), 3-14.
- Hicks, J. (1939). *Value and Capital*. Oxford and New York: Oxford University Press,.
- Hines, J. M., Hungerford, , H. R., & Tomera, , A. N. (1986). Analysis and synthesis of research on responsible environmental behaviour: A meta- analysis. *Journal of Environmental Education*, 18, 1-8.
- Hirschman, E. C. (1989). Consumer Behavior Theories As Heroic Quest. *Advances in Consumer Research*, 16(1), 639-646.
- Hobson, K. (2002). Competing discourses of sustainable consumption: does the 'rationalisation of lifestyles' make sense? *Environmental Politics*, 11(2), 95-120.
- Hofstetter, P., Madjar, M., & Ozawa, T. (2006). Happiness and Sustainable Consumption: Psychological and physical rebound effects at work in a tool for sustainable design. *International Journal of Life Cycle Assessment*, 11(1), 105-115.
- Holloway, R. J., & Hancock, R. S. (1973). *Marketing in a Changing Environment*. USA: John Wiley & Sons.
- Hopper, J. R., & Nielsen, J. M. (1991). Recycling as altruistic behavior. *Environment and Behavior*, 23(2), 195-220.
- Hoq, K. M. (2017). *Users Motiation to Take Part in the Sharing Economy in Turkey: A Chaperone to Sustainable Consumption*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Üretim Yönetimi ve Pazarlama Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Illich, I. (1977). *Towards a History of Needs*. New York: Pantheon Books.
- Inskip, E. (1998). *Guide for local authorities on developing sustainable tourism*. Spain: World Tourism Organization.
- İslamoğlu, A. H., & Altunışık, R. (2008). *Tüketici Davranışları*. İstanbul: Beta .
- Jackson, T. (2005). *Motivating Sustainable Consumption*. Guildford: Sustainable Development Research Network.
- Jackson, T. (2009). *Prosperity without growth: The transition to a sustainable economy*. London: Sustainable Development Commission.
- Joreskog, K. G., & Sorbom, D. (1984). *Lisrel VI. Analysis of Linear Structural Relationships by Maximum Likelihood, Instrumental Variables, and Least Squares Methods*. Mooresville: Scientific Software.

- Jorgenson, A. K. (2009). Foreign Direct Investment and the Environment, the Mitigating Influence of Institutional and Civil Society Factors, and Relationships between Industrial Pollution and Human Health: A Panel Study of Less-Developed Countries. *Organization and Environment*, 22(2), 135-157.
- Kahn, M. (1995). *Concepts, definitions, and key issues in sustainable development: the outlook for the future*. Proceedings of the 1995 International Sustainable Development, (s. 2-13). Manchester, England.
- Kahvecioğlu, Y. (2004). *Tüketim Toplumu, Ekolojik Risk ve Türkiye*. Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bursa.
- Kalaycı, Ş. (2014). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kan, A. ve Akbaşı, A. (2005). Lise öğrencilerinin kimya dersine yönelik tutum ölçęęi geliştirme çalışması. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(2), 227-237.
- Karadağ, E., & Mutağçılar, I. (2009). Prososyal Davranış Ekseninde Özgeçlilik Üzerine Teorik Bir Çözümleme. *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi* (8), 41-70.
- Karalar, R., & Kiracı, H. (2011). Çevresel sorunlara karşı bir çözüm önerisi olarak sürdürülebilir tüketim düşüncesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (30), 63-76.
- Karasar, N. (1998). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. 8. Basım. Ankara: Nobel Yayın Dağ. Ltd.Şt.
- Kelman, H. C. (1974). Attitudes are alive and well and gainfully employed in the sphere of action. *American Psychologist*, 29, 310-324.
- Kentor, J., & Boswell, T. (2003). Foreign Capital Dependence and Development: A New Direction. *American Sociological Review*, 68(2), 301-313.
- Kılıç, S. (2012). Sürdürülebilir kalkınma anlayışının ekonomik boyutuna ekolojik bir yaklaşım. *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi* (47), 201-226.
- Kidd, C. V. (1992). The evolution of sustainability. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 5(1), 1-26.
- Kim, H.-S., & Damhorst, M. (1998). Environmental Concern and Apparel Consumption. *Clothing and Textiles Research Journal*, 16(3), 126-133.
- Kline, P. (1994). *An easy guide to factor analysis*. UKK Routledge:1990.

- Koç, H. E. (2014). *Environmental Sustainability of University Campuses: A Practical Assessment Tool*. Ortadoğu Teknik Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi . Ankara.
- Korkmaz, S., & Ermeç Sertoğlu, A. (2013). Genç tüketicilerin sürdürülebilir gıda tüketimi davranışının güven ve değerlere dayanan planlı davranış teorisi kapsamında tartışılması. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31(1), 127-152.
- Koru, A. T. (2012). Tüketicinin Ayak İzleri: Dünyaya Bakış. *İktisat ve Toplum* (24), 13-19.
- Kuter, N., & Ünal, H. (2009). Sürdürülebilirlik Kapsamında Ekoturizmin Çevresel, Ekonomik ve Sosyo-Kültürel Etkileri. *Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 2(9), 146-156.
- Küçük, S., Yılmaz, R. M., Baydaş, Ö., & Göktaş, Y. (2014). Okullardagü artırılmış gerçeklik uygulamaları tutum ölçeği: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Eğitim ve Bilim*, 39(2014), 383-392.
- Lawrence, R. J. (1966). Models of Consumer Purchasing Behavior. *Applied Statistics*, 45, 213-233.
- Lawshe, C. H. (1975). A quantitative approach to content validity. *Personnel Psychology*, 28, 563-575.
- Lee, C. K., Yap, C., & Levy, D. (2016). Place identity and sustainable consumption: implications for social marketing. *Journal of Strategic Marketing*, 24(7), 578-593.
- Leeuw, A. D., Valois, P., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2015). Using the theory of planned behavior to identify key beliefs underlying pro-environmental behavior in high-school students: Implications for educational interventions. *Journal of Environmental Psychology* (42), 128-138.
- Lehtonen, M. (2004). The Environmental–Social Interface of Sustainable Development: Capabilities, Social Capital, Institutions. *Ecological Economics*, 49, 199-214.
- Lenzen, M. (1998). Primary energy and greenhouse gases embodied in Australian final consumption: an input–output analysis. *Energy Policy* 26(6), 495–506.
- Littig, B., & Griessler, E. (2005). Social Sustainability: A Catchword Between Political Pragmatism and Social Theory. *International Journal of Sustainable Development*, 8(1), 65-79.
- Liu, W., Oosterveer, P., & Spaargaren, G. (2016). Promoting sustainable consumption in China: a conceptual framework and research review. *Journal of Cleaner Production*, 134, 13-21.

- Loudon, D. L., & Della Bitta, A. J. (1984). *Consumer behavior*. New York: McGraw-Hill.
- Luo, T. (2002). *The street pattern and social sustainability in residential areas*. University of London, Unpublished Master Thesis. London.
- Luthra, S., Mangla, S., Xu, L., & Diabat, A. (2016). Using AHP to evaluate barriers in adopting sustainable consumption and production initiatives in a supply chain. *Int. J. Production Economics*, 181, 342-349.
- Maichum, K., Parichatnon, S., & Peng, K.-C. (2017). Developing An Extended Theory Of Planned Behavior Model To Investigate Consumers' Consumption Behavior Toward Organic Food: A Case Study In Thailand. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 6(1), 72-80.
- Mainieri, T., Barnett, E. G., Valdero, T. R., Unipan, J. B., & Oskamp, S. (1997). Green buying: The influence of environmental concern on consumer behavior. *The Journal of Social Psychology*, 137, 89 – 204.
- Mak, M. Y., & Peacock, C. (2011). *Social Sustainability: A Comparison of Case Studies in UK, USA and Australia*. Pacific Rim Real Estate Society Conference, (s. 16-19). Gold Coast, Australia.
- Maloutas, T. (2003). Promoting Social Sustainability. *City: Analysis of Urban Trends, Culture*, 7, 167-181.
- Manstead, A. S., Proffitt, C., & Smart, J. L. (1983). Predicting and understanding mothers' infant-feeding intentions and behavior: Testing the theory of reasoned action. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44(4), 657-671.
- Marcuse, H. (1964). *One Dimensional Man – studies in the ideology of advanced industrial society*. Boston: Beacon Press.
- Mason, R. (1998). *The Economics of Conspicuous Consumption: Theory and Thought since 1700*. Aldershot: Edward Elgar.
- McMillan, J. H., & Schumacher, S. (2006). *Research in education: Evidence-based inquiry* (sixth Ed.). Boston: Pearson.
- Meadows, D. L. (2006). *Tools for the transition to sustainability*. M. Keiner içinde, *The future of sustainability* (s. 161-179). Netherlands: Springer.
- Meyers, R. B. (2006). Environmental learning: reflections on practice, research and theory. *Environmental Education Research*, 12(3-4), 459-470.
- Millar, M. G., & Tesser, A. (1990). *Attitudes and Behavior: the Cognitive-Affective Mismatch Hypothesis*. M. E. Goldberg, G. Gorn, & R. Pollay içinde, *NA - Advances in Consumer Research Volume 17* (s. 86-90). Provo, UT : Association for Consumer Research.

- Moffatt, I. (1996). *Sustainable Development: Principles, Analysis and Policies*. UK: The Parthenon Publishing Group Limited.
- Mont, O., & Bleischwitz, R. (2007). Sustainable Consumption and Resource Management in the Light of Life Cycle Thinking. *European Environment: The Journal of European Environmental Policy*, 17(1), 59-76.
- Mostafa, M. M. (2006). Antecedents of Egyptian consumers' green purchase intentions: a hierarchical multivariate regression model. *Journal of International Consumer Marketing*, 19(2), 97-126.
- Munasinghe, M. (2001). Exploring the linkages between climate change and sustainable development: A challenge for transdisciplinary research. *Conservation Ecology*, 5(1).
- Munasinghe, M. (2001). *Implementing Sustainable Development: A Practical Framework*. C. Cleveland, D. I. Stern, & R. Costanca içinde, *The Economics of Nature and the Nature of Economics* (s. 13-55). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Newport, D., Chesnes, T., & Lindner, A. (2003). The “environmental sustainability” problem: Ensuring that sustainability stands on three legs. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 4(4), 357-363.
- Nişancı, M. (2013). *Talep teorisi ve hanehalkı tüketim analizi*. Konya: Hiperlink.
- Nordlund, A. M., & Garvill, J. (2002). Value structures behind proenvironmental behavior. *Environment and Behavior*, 34(6), 740-756.
- Norveç Çevre Bakanlığı. (1994). *Sürdürülebilir Tüketim Sempozyumu Raporu*. Norveç
- Odabaşı, Y., & Barış, G. (2015). *Tüketici Davranışı*. İstanbul: MediaCat Akademi.
- Olejniczuk-Merta, A. (2016). Innovations and Consumption Versus Raising the Quality of Life of Society. *Acta Scientiarum Polonorum Oeconomia*, 15(3), 91-100.
- Onel, N. (2014). *Antecedents of environmentally sensitive consumer behaviors: an investigation of goal framing theory*. Unpublished Ph.D, Montclair State University, Montclair, NJ
- Onel, N., & Mukherjee, A. (2017). Why do consumers recycle? A holistic perspective encompassing moral considerations, affective responses, and self-interest motives. *Psychology & Marketing*, 34(10), 956-971.
- Örten, T. (2009). Yerel yönetimlerin bireysel sürdürülebilir tüketim davranışlarındaki rolü. *Cumhuriyet Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 35(2), 197-204.

- Özdamar, K. (2002). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi 1*. Eskişehir: Kaan Kitapevi.
- Özdemir, Ö. (2013). *Sürdürülebilir tüketim davranışlarında kişisel değerlerin rolü: kadın öğretim elemanlarının giysi elden çıkarma davranışları üzerine bir araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Özen, Y., & Gül, A. (2007). Sosyal ve Eğitim Bilimleri Araştırmalarında Evren-Örneklem Sorunu. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15, 394-422.
- Özer, G., & Yılmaz, E. (2010). Planlı davranış teorisi ile muhasebecilerin bilgi teknolojisi kullanımına yönelik bir uygulama. *World of Accounting Science*, 12(2), 33-54.
- Özmehmet, E. (2008). Dünyada ve Türkiye'de sürdürülebilir kalkınma yaklaşımları. *Journal of Yaşar University*, 3(12).
- Öztürk, A., Nart, S., & Altunışık, R. (2015). Tüketicilerin Helal Tüketim Davranışlarının Belirleyicileri:Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Bir Araştırma. *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 1(2), 141-160.
- Öztürk, M. A. (2010). An exploratory study on measuring educators' attitudes toward educational research. *Educational Research and Reviews*, 5(12), 758-769.
- Paul, J., Modi, A., & Patel, J. (2016). Predicting green product consumption using theory of planned behavior and reasoned action. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 29, 123-134.
- Pelit, E., Baytok, A., & Sobalı, H. (2015). Sürdürülebilir Turizm mi? Turizmde sürdürülebilirlik mi? Kavramsal bir tartışma. *Gümüşhane Üniversitesi sosyal bilimler elektronik dergisi*, 6(14), 39-58.
- Polese, M., & Stren, R. (2000). *The Social Sustainability of Cities: Diversity and the Management of Change*. Toronto: University of Toronto Press,.
- Poortinga, W., Steg, L., & Vlek, C. (2004). Values, Environmental Concern, and Environmental Behavior A Study Into Household Energy Use. *Environment and Behavior*, 36(1), 70-93.
- Power, K., & Mont, O. (2010). The Role of Formal and Informal Forces in Shaping Consumption and Implications for Sustainable Society: Part II. *Sustainability*, 2, 2573-2592.
- Prasitphol, W. (2002). *Market segmentation in the automobile market: a cross-cultural investigation of consumer behavior in Japan, Thailand, and the United States*. Alliant International University, Unpublished PHD Dissertation. San Diego.

- Pride, W. M. (1972). *An Interpersonal Interaction Model Of Buyer Behavior*. Louisiana State University, Unpublished PHD Dissertation.
- Qu, Y., Li, M., Jia, H., & Guo, L. (2015). Developing More Insights on Sustainable Consumption in China Based on Q Methodology. *Sustainability*, 7, 14211-14229.
- Quoquab, F., & Mohammad, J. (2016). Sustainable Consumption: Sacrificing for the Future. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224, 599 – 604.
- Ramsey, C., & Rickson, R. E. (1976). Environmental Knowledge And Attitudes. *The Journal Of Environmental Education*, 8(1), 10-18.
- Ramsey, J. (1993). The science education reform movement: Implications for social responsibility. *Science Education*, 77(2), 235-258.
- Rau, P., & Samiee, S. (1981). Models of consumer behavior: The state of the art. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 3(9), 300-316.
- Redclift, M. (2002). *Sustainability- Life Chances and Livelihoods*. London: Routledge.
- Ressurskonsult, H. W., & Lutzenhiser, L. (1999). Social Loading and Sustainable Consumption. *Advances in Consumer Research*, 26(1), 281-287.
- Richins, M., & Dawson, S. (1992). A Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation. *Journal of Consumer Research*, 19(1), 303–316.
- Riley, L. S., & Kohlbacher, F. (2016). Ethically Minded Consumer Behavior: Scale Review, Development and Validation. *Journal of Business Research*, 69, 2697-2710
- Roberts, J. A. (1996). Green Consumers in The 1990s: Profile and Implications For Advertising. *Journal of Business Research*, 36(3), 217-231.
- Robertson, T. S., Zielinski, J., & Ward, S. (1984). *Consumer behavior*. Glenview, IL: : Scott, Foresman and Co.
- Robinson, J. (2004). Squaring the circle? Some thoughts on the idea of Sustainable Development. *Ecological Economics*, 48, 369-384.
- Rokeach, M. (1967). Attitude change and behavior change. *Public Opinion Quarterly*, 30, 529-550.
- Ropke, I. (1999). The dynamics of willingness to consume. *Ecological Economics*, 28, 399-420.
- Ruckelshaus, W. D. (1989). Toward a sustainable world. *Scientific American*, 261(3), 166-175.

- Ruttan, V. W. (1994). *Agriculture, Environment and Health: Sustainable Development in the 21st Century*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). *Research Methods for Business Students*. London: Prentice Hall.
- Scherer, Robert F., Wiebe, F. A., Luther, D. C., ve Adams J. S. (1988), Dimensionality of Coping: Factor Stability Using the Ways of Coping Questionnaire. *Psychological Reports*, 62, 763-770
- Schermelleh-Engel, K. and Moosbrugger, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Test of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1987). *Consumer Behavior*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall .
- Schlossberg, H. (1991). Green marketing has been planted — Now watch it grow. *Marketing News*, 4, 26-30.
- Schultz, P. W., & Zelezny, L. C. (1999). Values as predictors of environmental attitudes: Evidence for consistency across cultures. *Journal of Environmental Psychology*, 19, 255-265.
- Schwartz, S. H. (1977). *Normative influence on altruism*. L. Berkowitz içinde, *Advances in experimental psychology* (s. 222-275). New York, San Fransisco, London: Academic Press.
- Schwartz, S. H. (2012). *An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values*. Online Readings in Psychology and Culture, 2(1). doi:10.9707/2307
- Scitovsky, T. (1976). *The Joyless Economy*. Oxford: Oxford University Press.
- Scott, D. (1999). Equal Opportunity, Unequal Results. *Environment and Behavior*, 31(2), 267-290.
- Scott, M. L., Mende, M., & Bolton, L. (2013). Judging the Book by Its Cover? How Consumers Decode Conspicuous Consumption Cues in Buyer–Seller Relationships. *Journal of Marketing Research*, 50(3), 334-347.
- Sharma, M., & Rani, L. (2014). Environmentally Sustainable Consumption: A Review and Agenda for Future Research. *Global Journal of Finance and Management*, 6(4), 367-374.
- Shaw, D., & Clarke, I. (1999). Belief Formation in Ethical Consumer Groups: An Exploratory Study. *Marketing Intelligence and Planning*, 17(2), 109-119.

- Sheeran, P., Trafimow, D., & Armitage, C. J. (2003). Predicting behaviour from perceived behavioural control: Tests of the accuracy assumption of the theory of planned behaviour. *British Journal of Social Psychology*, 42, 393–410.
- Simmel, G. (1957). Fashion. *American Journal of Sociology*, 541-558.
- Singh, K. (2007). *Quantitative Social Research Methods*. New Delhi: Sage Publications.
- Smith, A. (1991). *The Wealth of Nations*. New York: Prometheus Books.
- Smith, P. M. (1994). *Integration of the theories of reasoned action, planned behaviour, and self-efficacy in the prediction of exercise behaviour*. Unpublished Ph.D. Dissertation, University of Waterloo. Waterloo, Ontario, Canada.
- Smith, S. M., Haugtvedt, C. P., & Petty, R. E. (1994). Attitudes and recycling: does the measurement of affect enhance behavioral prediction? *Psychology & Marketing*, 11(4), 359-374
- Solomon, M. (1992). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*. Boston, MA.: Allyn & Bacon.
- Solow, R. M. (1986). On the integrational allocation of natural resources. *Scandinavian Journal of Economics*, 88, 141-149.
- Spaargaren, G. (2003). Sustainable Consumption: A Theoretical and Environmental Policy Perspective. *Society & Natural Resources*, 16(8), 687-701.
- Sparks, P., & Shepherd, R. (1992). Self-Identity and the Theory of Planned Behavior: Assessing the Role of Identification with "Green Consumerism". *Social Psychology Quarterly*, 55(4), 388-399.
- Starrett, R. H. (1996). Assessment of Global Social Responsibility. *Psychological Reports*, 78(2), 535-554.
- Ster, A., & Lutz, E. (1993). Measuring environmentally sustainable development. *Finance & Development*, 30(4), 20-23.
- Stern, P. (2000). Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior. *Journal of Social Issues*, 56(3), 407-424.
- Stern, P. C., & Dietz, T. (1994). The value basis of environmental concern. *Journal of Social Issues*, 50, 65–84.
- Stern, P. C., & Oskamp, S. (1987). *Managing scarce environmental resources*. D. Stokols, & I. Altman içinde, *Handbook of environmental psychology* (s. 1043–1088). New York: Wiley.

- Stern, P. C., Dietz, T., Abel, T., Guagnano, G. A., & Kalof, L. (1999). A value-belief-norm theory of support for social movements: The case of environmentalism. *Research in Human Ecology*, 6, 81-97.
- Stiglitz, J. E. (1974). On the Irrelevance of Corporate Financial Policy. *American Economic Review*, 64, 851-866.
- Sümer, N. (2000). Yapısal eşitlik modelleri: Temel kavramlar ve örnek uygulamalar. *Türk Psikoloji Yazıları*, 3(6), 49-74.
- Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal eşitlik modellemesine giriş: Temel ilkeler ve LISREL uygulamaları*. Ankara: Ekinoks.
- Tabachnick, B. G. ve Fidel, L. S. (2014). *Using multivariate statistics*. USA: Pearson Education Limited
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using multivariate statistics (5th Ed.)*. Boston: Allyn ve Bacon.
- Tanner, C. & Kast, S.W. (2003) Promoting Sustainable Consumption Determinants of Green Purchases by Swiss Consumers. *Psychology and Marketing*, 20, 883-902.
- Tarkiainen, A., & Sundqvist, S. (2005). Subjective norms, attitudes and intentions of Finnish consumers in buying organic food. *British Food Journal*, 107(11), 808-822.
- Tavşancıl, E. (2006). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi (3.Baskı)* Ankara: Nobel.
- Taylor, S., & Todd, P. (1995). An integrated model of waste management behavior: a test of household recycling and composting intentions. *Environment and Behavior*, 27(5), 603-630.
- Terry, D. J., & O'Leary, J. E. (1995). The theory of planned behaviour: The effects of perceived behavioural control and self-efficacy. *British Journal of Social Psychology*, 34(2), 199-220.
- Thøgersen, J. & Ölander, F. (2002). Human values and the emergence of a sustainable consumption pattern: A panel study. *Journal of Economic Psychology*, 23, 605–630.
- Thøgersen, J. (2006). Understanding repetitive travel mode choices in a stable context: A panel study approach. *Transportation Research Part A*, 40, 621–638.
- Tıraş, H. H. (2014). Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevre: Teorik Bir İnceleme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 57-73. 01 Mayıs 2017 tarihinde www.iibfdergisi.ksu.edu.tr/ adresinden alındı.

- Tilman, R. (2007). *Thorstein Veblen and the Enrichment of Evolutionary Naturalism*. Columbia, MO: University of Missouri Press.
- Tokgöz, N., & Önce, S. (2009). Şirket Sürdürülebilirliği Geleneksel Yönetim Anlayışına Alternatif. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 249-275.
- Topses, G. (2012). Elseverlik (Altruizm) Ve Benseverlik (Egoizm) Ölçeğiyle İlgili Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması. *International Journal of New Trends in Arts, Sports & Science Education*, 1(2), 60-71.
- Torlak, Ö. (2000). *Tüketim: Bireysel Eylemin Toplumsal Dönüşümü*. İstanbul: İnkılab Yayınları.
- Torlak, Ö., & Altunışık, R. (2012). *Pazarlama Stratejileri*. İstanbul: Beta.
- Trigg, A. (2001). Veblen, Bourdieu and conspicuous consumption. *Journal of Economic Issues*, 35(1), 99-115.
- Truong, Y., Simmons, G., McColl, R., & Kitchen, P. (2008). Status and conspicuousness –are they related? Strategic marketing implications for luxury brands. *Journal of Strategic Marketing*, 16(3), 189-203.
- Tseng, M.-L., Tan, K., Geng, Y., & Govindan, K. (2016). Sustainable consumption and production in emerging markets. *Int. J. Production Economics*, 181, 257-261.
- Turan, A. H. (2011). İnternet Alışverişi Tüketici Davranışını Belirleyen Etmenler: Planlı Davranış Teorisi (TPB) ile Ampirik Bir Test. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12(1), 128-143.
- Ümmet, D., Ekşi, H., & Otrar, M. (2013). Özgecilik (Altruizm) Ölçeği Geliştirme Çalışması. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 11(26), 301-321.
- Vallance, J., Murray, T., Johnson, S., & Elavsky, S. (2011). Understanding physical activity intentions and behavior in postmenopausal women: An application of the theory of planned behavior. *International Journal of Behavioral Medicine*, 18, 139 – 149.
- Vallerand, R. J., Deshaies, P., Cuerrier, J.-P., Pelletier, L. G., & Mongeau, C. (1992). Ajzen and Fishbein's theory of reasoned action as applied to moral behavior: A confirmatory analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62(1), 98-109.
- Veblen, T. (1965). *The Engineers and The price System*. New York: A.M. Kelley.
- Veblen, T. (2005). *Aylak Sınıfın Teorisi*. (Z. Gültekin, & C. Atay, Çev.) İstanbul: Babil Yayınları.

- Venkatesh, V. V., Morris, M. G., & Ackerman, P. L. (2000). A Longitudinal Field Investigation of Gender Differences in Individual Technology Adoption Decision-Making Processes. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 83(1), 33-60.
- Vermeir, I., & Verbeke, W. (2008). Sustainable food consumption among young adults in Belgium: Theory of planned behaviour and the role of confidence and values. *Ecological Economics*, 64, 542-553.
- Vicente-Molina, M. A., Fernandez-Sainz, A., & Izagirre-Olaizola, J. (2013). Environmental knowledge and other variables affecting pro-environmental behaviour; comparison of university students from emerging and advanced countries. *Journal of Cleaner Production*, 61, 130-138.
- Vining, J., & Ebreo, A. (1990). What makes a recycler? A comparison of recyclers and nonrecyclers. *Environment and Behavior*, 22(1), 55-73.
- Wackernagel, M., & Rees, W. (1996). *Our Ecological Footprint*. Canada: New Society Press.
- WCED. (1987). *Our Common Future*. World Commission on Environment and Development. Oxford: Oxford University Press.
- Weitzman, M. (1976). On the welfare significance of national product in a dynamic economy. *Q.J. Economic*, 156-162.
- Widgren, O. (1998). The new environmental paradigm and personal norms. *Environment and Behavior*, 30, 75-100.
- Wilk, R. (2002). Consumption, human needs, and global environmental change. *Global Environmental Change*, 12(1), 5-13.
- Wilson, F. R., Pan, W., & Schumsky, D. A. (2012). Recalculation of the critical values for Lawshe's content validity ratio. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*, 45, 197-210. doi:10.1177/0748175612440286.
- Wu, C., Zhou, X., & Song, M. (2016). Sustainable consumer behavior in China: an empirical analysis from the Midwest regions. *Journal of Cleaner Production*, 134, 147-165.
- Yaman, S. (2015). Karma yöntem araştırmalarında veri toplama. Y. Dede & S. B. Demir (Eds.), *Karma yöntem araştırmaları tasarımı ve yürütülmesi*. 2. Baskı, Ankara: Anı Yayıncılık.
- Yay, Ö., & Çalışkan, O. (2016). Planlı Davranış Teorisi Bağlamında Çevreci Otel Restoranında Yemek Yeme Niyeti. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13(2), 103-122.

- Yeni, O. (2014). Sürdürülebilirlik ve Sürdürülebilir Kalkınma: Bir Yazın Taraması. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(3), 181-208.
- Yılmaz, A. (2018). *Fen bilgisi öğretmen yetiştirme programlarında kalite standartlarının belirlenmesi: Ölçek geliştirme ve uygulama çalışması*, Kastamonu Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış doktora tezi. Kastamonu.
- York, R., Rosa, E., & Dietz, T. (2003). Footprints on the Earth: The Environmental Consequences of Modernity. *American Sociological Review*, 68(2), 279-300.
- Yurdugül, H. (2005). Ölçek geliştirme çalışmalarında kapsam geçerliği için kapsam geçerlik indekslerinin kullanılması. *XIV. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi*, 28-30 Eylül 2005. Denizli.
- Yurdugül, H., & Bayrak, F. (2012). Ölçek geliştirme çalışmalarında kapsam geçerlik ölçüleri: Kapsam geçerlik indeksi ve Kappa istatistiğinin karşılaştırılması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 264-271.
- Yükseler, Z. (2014). *Türkiye'de Tüketim Harcamalarının Yapısı ve Gıda Harcamaları*. 05 Mayıs 2017 tarihinde www.researchgate.net adresinden alındı.
- Zaltman, G., Pinson, C. A., & Angelman, R. (1973). *Methodology and Consumer Research*. New York: Holt Rinehart and Winston.
- Zeithaml, V. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.
- Ziegler, R. (2009). The Politics of Operationalization: Sustainable Development and the Eco-Space Approach. *Environmental Politics*, 18(2), 163-181.
- Zukin, S., & Maguire, J. (2004). Consumers and Consumption. *Annual Review of Sociology*, 30, 173-197.

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. %95 Güven Düzeyinde Farklı Nüfus Büyüklükleri İçin Örnek Boyutları.....	19
Tablo 2. Ropke'nin Tüketim Sürücülerini Sınıflandırması	25
Tablo 3. Sürdürülebilirlik Konusunda Gelişmeler	50
Tablo 4. Çevresel Tüketim Davranışlarına Yönelik Çalışmalar	56
Tablo 5. Kapsam Geçerliğine İlişkin Uzman Sayıları ve Değer Aralıkları	74
Tablo 6. Tutumlar Konulu Ölçek Maddelerine Yönelik Uzman Görüşü	74
Tablo 7. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Konulu Ölçek Maddelerine Yönelik Uzman Görüşü	75
Tablo 8. Niyet Konulu Ölçek Maddelerine Yönelik Uzman Görüşü	76
Tablo 9. Özne Norm Konulu Ölçek Maddelerine Yönelik Uzman Görüşü	76
Tablo 10. Algılanan Davranışsal Kontrol Konulu Ölçek Maddelerine Yönelik Uzman Görüşü	77
Tablo 11. Özgeci Değerler Konulu Ölçek Maddelerine Yönelik Uzman Görüşü	78
Tablo 12. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları	79
Tablo 13. Nihai Ölçeğe Ait Özdeğer ve Varyans Oranları Sonuçları.....	80
Tablo 14. Nihai Ölçeğe Ait Madde Faktör Yükleri	82
Tablo 15. DFA Analizi İçin Uyum İyiliği İndeksleri Kabul Aralıkları	84
Tablo 16. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Ölçeğine Ait DFA Bulguları	85
Tablo 17. Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonucu Uyum İyiliği İndeksi Değerleri	86
Tablo 18. Ayrışım ve Birleşim Geçerliğine Yönelik Sonuçlar	88
Tablo 19. Faktör Düzeyinde Güvenirlik Sonuçları	89
Tablo 20. Maddeler Düzeyinde Güvenirlik Analizi Sonuçları	89
Tablo 21. Maddeler Düzeyinde Korelasyon Sonuçları	91
Tablo 22. %27'lik Alt Grup Üst Grup Korelasyon Sonuçları.....	92
Tablo 23. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Ölçeğine Ait KMO Ve Bartlett Testi Sonucu.....	94
Tablo 24. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Ölçeğinin Öz Değerleri Ve Açıkladıkları Varyans Düzeyleri	94
Tablo 25. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Ölçeği Maddeleri Faktör Yük Değerleri.....	96

Tablo 26. Faktörler Düzeyinde Güvenilirlik Analizi Katsayıları.....	98
Tablo 27. Nihai Uygulama Maddeler Düzeyinde Güvenilirlik Analizi Sonuçları	99
Tablo 28. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Ölçeğinin Madde ve Toplam Ölçek Korelasyonu Değerleri	101
Tablo 29. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Ölçeğinin Ölçeğine Ait %27 Alt- Üst Dilim Analizi Sonucu	103
Tablo 30. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Ölçeğine Ait DFA Bulgularına İlişkin Madde İstatistikleri	104
Tablo 31. Uyum İndeksi Kriterlerine Ait Değerler.....	107
Tablo 32. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Ölçeği Uyum İyiliği Değerleri .	107
Tablo 33. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Ölçeğine Ait AVE ve CR Tablosu	108
Tablo 34. Pilot Uygulamaya Ait Katılımcıların Demografik Özellikleri	109
Tablo 35. Pilot uygulamaya (DFA analizi için toplanan) ait katılımcıların demografik özellikleri.....	110
Tablo 36. Nihai Uygulamaya Ait Katılımcıların Demografik Özellikleri	111
Tablo 37. Nihai Sürdürülebilir Tüketim Davranışına Yönelik Katılımcı Görüşleri.....	113
Tablo 38. Tutuma Ait Katılımcı Görüşleri.....	113
Tablo 39. Davranışa Yönelik Niyete Ait Katılımcı Görüşleri	114
Tablo 40. Öznel Norma Ait Katılımcı Görüşleri	114
Tablo 41. Algılanan Davranışsal Kontrole Ait Katılımcı Görüşleri	115
Tablo 42. Özgeci Değerlere Ait Ölçek Maddelerine Verilen Katılımcı Görüşleri	115
Tablo 43. Araştırma Hipotezlerine Ait YEM Sonuçları	120
Tablo 44. Araştırma Modeline Ait Uyum İyiliği Değerleri	120

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Araştırma Modeli	18
Şekil 2. Kara Kutu Modeli	30
Şekil 3. Howard ve Sheth Tüketici Davranışı Modeli	32
Şekil 4. Engel-Kollat-Blackwell Tüketici Davranışı Modeli.....	33
Şekil 5. Assael Modeli Tüketici Satın Alma Karar Türleri.....	36
Şekil 6. Sürdürülebilir Kalkınma Üçgeni.....	44
Şekil 7. Sebep Eylem Teorisi.....	61
Şekil 8. Planlı Davranış Teorisi	65
Şekil 9. Ön Uygulama Yamaç Birikinti Grafiği	81
Şekil 10. Ön Uygulama Ölçeğe Ait Path Diyagramı	87
Şekil 11. Nihai Uygulamaya Ait Scree Plot Test Sonucu.....	95
Şekil 12. Nihai Uygulama Ölçeğe Ait Path Diyagramı	106
Şekil 13. Araştırma Modeli	116
Şekil 14. Araştırma Modeline Ait Path Diagramı.....	119

EKLER

Ek1: Nihai Anket Formu

Sayın Katılımcı,

Tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranışlarını (çevre üzerinde çok az etkisi olan ürün ve hizmetlerin kullanımı) ve bu davranışların belirleyicilerini ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda Doktora Tezi olarak hazırlanan bu çalışmamıza sizin vereceğiniz yanıtlar oldukça önemli olup, gelecek kuşaklara güzel bir çevre bırakmak adına önem arz etmektedir. Çalışma verileri yalnızca bilimsel amaçlarla kullanılacaktır.

Çalışmamız kapsamında bizleri desteklediğiniz ve birkaç dakikanızı ayırdığınız için çok teşekkür ederiz.

İlknur AYAR

Karabük Üniversitesi

İşletme Dr. Öğrencisi e-mail: ilknurkili37@gmail.com

Prof. Dr. Ahmet GÜRBÜZ

Karabük Üniversitesi İİBF

1. BÖLÜM: KİŞİSEL BİLGİLER

Lütfen aşağıdaki soruların karşılarında yer alan seçeneklerden size uygun olanları işaretleyiniz

- Yaşınız? 25 ve altı 26-54 55 ve +
- Cinsiyetiniz? Kadın Erkek
- Eğitim Durumunuz? İlköğretim Lise Önlisans
 Lisans Lisansüstü
- Medeni Durumunuz Evli Bekâr
- Hane Gelir Durumunuz (TL-Aylık) 0-1500 1501-3000 3001-4500
 4501-6000 6001-7500 7501-9000
 9001 +
- Hanenizdeki Kişi Sayısı 1 2 3 4 5
 6 7 ve üstü

2. BÖLÜM : SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM DAVRANIŞI ÖLÇEĞİ

	Aşağıdaki ifadeler sizin sürdürülebilir tüketim davranışının yordayıcılarını belirlemeye yöneliktir. Lütfen tercihinizi veya fikrinizi en iyi tanımlayan seçeneği işaretleyiniz.						
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Orta Düzeyde Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	1	2	3	4	5	6	7
(1) Kesinlikle Katılmıyorum → (7) Kesinlikle Katılıyorum							
1. Lüzumsuz ambalajlanmış ürünleri satın almıyorum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Çevreye zararı olacağını düşündüğüm ürünleri satın almıyorum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Ev atıklarımın bir kısmını geri dönüştürüyorum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sadece geri dönüştürülebilecek ürünleri satın almaya çalışıyorum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Enerji verimli ev aletleri almaya çalışıyorum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Kullandığım enerji miktarını azaltmak için çaba sarf ediyorum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Kullandığım elektrikli ev aletlerini diğer markalardan daha az enerji tükettiği için satın aldım.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ek 1'in devamı

Aşağıdaki ifadeler sizin sürdürülebilir tüketim davranışının yordayıcılarını belirlemeye yöneliktir. Lütfen tercihinizi veya fikrinizi en iyi tanımlayan seçeneği işaretleyiniz. (1) Kesinlikle Katılmıyorum → (7) Kesinlikle Katılıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Orta Düzeyde Katılıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
		1	2	3	4	5	6	7
8.	Organik ve konvansiyonel ürünler arasında seçim yapılması gerekirse, organik olanlar tercih edilmelidir.	()	()	()	()	()	()	()
9.	Gıda ürünlerinin hiçbir koruyucu madde içermemesi benim için önemlidir.	()	()	()	()	()	()	()
10.	Ürün satın alırken yerel üreticileri desteklemek benim için önemlidir.	()	()	()	()	()	()	()
11.	Geri dönüşüm oldukça önemli bir konudur.	()	()	()	()	()	()	()
12.	Ürün satın alırken, onların kullanımının çevreyi ve diğer tüketicileri nasıl etkileyeceğini düşünmek gerekir.	()	()	()	()	()	()	()
13.	Her bir tüketici, sosyal sorumluluk sahibi şirketler tarafından satılan ürünleri satın alarak toplum üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabilir.	()	()	()	()	()	()	()
14.	Önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı ürünler satın almayı planlıyorum.	()	()	()	()	()	()	()
15.	Önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı ürünler almak için çabalayacağım.	()	()	()	()	()	()	()
16.	Arabamı, ev eşyalarımı ve enerjiyi önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı bir şekilde kullanmayı düşünüyorum.	()	()	()	()	()	()	()
17.	Arabamı, ev eşyalarımı ve enerjiyi önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı bir şekilde kullanmak için çabalayacağım.	()	()	()	()	()	()	()
18.	Önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı olan kullanım sonrası davranışlarda bulunma niyetindeyim.	()	()	()	()	()	()	()
19.	Önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı olan kullanım sonrası davranışlarda bulunmaya çalışacağım.	()	()	()	()	()	()	()
20.	Tanıdıklarımın çoğunun çevreye duyarlı ürünler satın almamı beklediğini düşünüyorum.	()	()	()	()	()	()	()
21.	Tanıdığım kişilerin çoğu, çevreye duyarlı ürünler ile diğer ürünler arasında bir tercih yapılması durumunda, çevreye duyarlı ürünleri seçerler.	()	()	()	()	()	()	()
22.	Ev / aile üyelerim, çevreye duyarlı ürünler satın almam gerektiğini düşünüyor	()	()	()	()	()	()	()
23.	Arkadaşlarımla olumlu görüşü benim çevreye duyarlı ürün satın almamı etkiliyor.	()	()	()	()	()	()	()
24.	Çevreye duyarlı ürün satın alabileceğime inanıyorum.	()	()	()	()	()	()	()
25.	Çevreye duyarlı ürünleri satın almak ekstra çaba gerektirmez.	()	()	()	()	()	()	()
26.	Alışveriş yaptığım mağazalarda, çevreye duyarlı ürünleri genellikle bulabilirim.	()	()	()	()	()	()	()
27.	Eğer istersem, çevreye duyarlı olmayan ürünler yerine duyarlı olanları almam mümkündür.	()	()	()	()	()	()	()

Ek 1'in devamı

28	Eşyalarımı ve enerjiyi çevreye duyarlı bir şekilde kolayca kullanabilirim.	()	()	()	()	()	()	()
29	Arabamı, ev eşyalarımı ve enerjiyi çevreye duyarlı bir şekilde kullanmam için oldukça fırsatım var.	()	()	()	()	()	()	()
30	Sosyal adalet, adaletsizliği düzeltmek, güçsüzlere yardım etmek, kendi değerlerimle örtüşmektedir.	()	()	()	()	()	()	()
31	Kirliliğin önlenmesi, doğal kaynakların korunması benim değerlerimi yansıtmaktadır.	()	()	()	()	()	()	()
32	Eşitlik, herkes için eşit fırsat değerlerimi yansıtır.	()	()	()	()	()	()	()
33	Doğa ile bütünlük, Doğa ile uyum kendi değerlerim ile örtüşmektedir.	()	()	()	()	()	()	()
34	Savaş ve çatışmadan uzak, bir dünya barışı benim değerlerimle örtüşmektedir.	()	()	()	()	()	()	()
35	Yeryüzüne saygı, diğer türlerle uyum değerlerimi temsil etmektedir.	()	()	()	()	()	()	()
36	Çevreyi korumak, doğayı korumak değerlerimle örtüşmektedir.	()	()	()	()	()	()	()

Ek2: Pilot Uygulamaya Alınan Anket Maddeleri

Tutumlar	(Tanner ve Kast, 2003)	1. Satın alacağım ürünün organik olarak mı yoksa geleneksel olarak mı yetiştirildiği benim için önemlidir.
		2. Ürün satın alırken, üreticinin çevre koruma uygulamaları benim için önemlidir.
		3. Organik ve konvansiyonel ürünler arasında seçim yapılması gerekirse, organik olanlar tercih edilmelidir.
		4. Gıda ürünlerinin hiçbir koruyucu madde içermemesi benim için önemlidir.
		5. Ürün satın alırken yerel üreticileri desteklemek benim için önemlidir.
		6. Bölgesel ürünleri satın alarak yerli üretimi desteklemek iyidir.
	(Smith, Haugtvedt ve Petty, 1994)	7. Geri dönüşüm oldukça önemli bir konudur.
		8. Geri dönüşüm kişisel olarak benim için önemlidir.
		9. Geri dönüşüm fikri çekicidir.
	(Roberts, 1996)	10. Bireysel tüketicinin çevre kirliliği hakkında bir şeyler yapmaya çalışması önemlidir.
		11. Ürün satın alırken, onların kullanımının çevreyi ve diğer tüketicileri nasıl etkileyeceğini düşünmek gerekir.
		12. Bir insanın bile kirlilik ve doğal kaynak problemleri üzerinde etkisi olabileceğini bildiğim için, bu durum tüketimim üzerinde fark yaratmalıdır.
		13. Her bir tüketici, sosyal sorumluluk sahibi şirketler tarafından satılan ürünleri satın alarak toplum üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabilir.
Niyet	(Ajzen, 2002; Fishbein ve Ajzen, 2010; Onel, 2014)	14. Önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı ürünler satın almayı planlıyorum.
		15. Önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı ürünler almak için çabalayacağım.
		16. Arabamı, ev eşyalarımı ve enerjiyi önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı bir şekilde kullanmayı düşünüyorum.
		17. Arabamı, ev eşyalarımı ve enerjiyi önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı bir şekilde kullanmak için çabalayacağım.
		18. Önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı olan kullanım sonrası davranışlarda bulunma niyetindeyim.
		19. Önümüzdeki aylarda çevreye duyarlı olan kullanım sonrası davranışlarda bulunmaya çalışacağım.
Öznel Norm	(Thøgersen, 2002)	20. Tanıdıklarımın çoğunun çevreye duyarlı ürünler satın almamı beklediğini düşünüyorum.
		21. Tanıdığım kişilerin çoğu, çevreye duyarlı ürünler ile diğer ürünler arasında bir tercih yapılması durumunda, çevreye duyarlı ürünleri seçerler.
		22. Ev / aile üyelerim, çevreye duyarlı ürünler satın almam gerektiğini düşünüyor.
	(Paul, Modi ve Patel, 2016)	23. Görüşlerini değerli bulduğum insanlar çevreye duyarlı ürün satın almayı tercih ederler.
24. Arkadaşlarımla olumlu görüşü benim çevreye duyarlı ürün satın almamı etkiliyor.		
Algılanan davranışsal kontrol	(Dean, Raats ve Shepherd, 2012)	25. Çevreye duyarlı ürün satın alabileceğime inanıyorum.
		26. Benim için, geleneksel olanlar yerine organik ürünler satın almak daha kolaydır.
		27. Çevreye duyarlı ürünleri satın almak ekstra çaba gerektirmez.
		28. Alışveriş yaptığım mağazalarda, çevreye duyarlı ürünleri genellikle bulabilirim.
		29. Eğer istersem, çevreye duyarlı olmayan ürünler yerine duyarlı olanları almam mümkündür.
	(Paul, Modi ve Patel, 2016)	30. Çevreye duyarlı ürün satın almak için kaynak, zaman ve istekliliğim var.
		31. Çevreye duyarlı ürün satın almanın tamamen kontrolümde olmadığını hissediyorum.
(Onel, 2014)	32. Eşyalarımı ve enerjiyi çevreye duyarlı bir şekilde kolayca kullanabilirim.	
		33. Arabamı, ev eşyalarımı ve enerjiyi çevreye duyarlı bir şekilde kullanmam için oldukça fırsatım var.

Ek 2'nin devamı

Sürdürülebilir tüketim davranışı	(Roberts, 1996)	34. Genel olarak kıt kaynaklardan yapılmış ürünleri kullanmamı sınırlamak için bilinçli bir çaba harcıyorum.
		35. Lüzumsuz ambalajlanmış ürünleri satın almıyorum.
		36. Çevreye zararı olacağını düşündüğüm ürünleri satın almıyorum.
		37. Ev atıklarımın bir kısmını geri dönüştürüyorum.
		38. Geri dönüştürülmüş kağıttan yapılmış kağıt ürünleri almak için her türlü çabayı gösteriyorum.
		39. Çamaşırlarım için düşük fosfatlı bir deterjan (veya sabun) kullanıyorum.
		40. Aerosol kaplardaki (basınçlı) ürünleri almıyorum.
		41. Mümkün oldukça, yeniden kullanılabilir kaplarda paketlenmiş ürünleri satın alıyorum.
		42. Geri dönüştürülmüş kağıttan yapılmış tuvalet kağıdı alıyorum.
		43. Sadece geri dönüştürülebilir ürünleri satın almaya çalışıyorum.
		44. Enerji verimli ev aletleri almaya çalışıyorum.
		45. Kullandığım enerji miktarını azaltmak için çaba sarf ediyorum.
		46. Kullandığım elektrikli ev aletlerini diğer markalardan daha az enerji tükettiği için satın aldım.
		47. Evimdeki ampulleri, daha az elektrik kullananlarla değiştirdim.
		48. Daha pahalı olan ama enerji tasarrufu sağlayan ampuller satın aldım.
		49. Genellikle çevreye olan etkisinden bağımsız olarak en düşük fiyatlı ürünü satın alırım.
Özgeci değerler	(Stern vd., 1999)	50. Sosyal adalet, adaletsizliği düzeltmek, güçsüzlere yardım etmek
		51. Kirliliğin önlenmesi, doğal kaynakların korunması
		52. Eşitlik, herkes için eşit fırsatların sağlanması
		53. Doğa ile bütünlük, Doğa ile uyum
		54. Savaş ve çatışmadan uzak, bir dünya barışı
		55. Yeryüzüne saygı, diğer türlerle uyum
		56. Çevreyi korumak, doğayı korumak

ÖZGEÇMİŞ

25.08.1985, Kastamonu doğumlu olup, Kastamonu Anadolu Kız Meslek Lisesi Büro Yönetimi ve Sekreterlik bölümünden mezun olmuştur. Lisans eğitimini Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Büro Yönetimi Eğitimi bölümünde tamamlamış, aynı üniversitenin Eğitim Bilimleri Enstitüsü Büro Yönetimi Eğitimi bölümünden Tezli Yüksek Lisans derecesini almıştır. 2010 yılında Hitit Üniversitesi bünyesinde Öğretim Görevlisi olarak akademisyenliğe başlamış olup, halen Çankırı Karatekin Üniversitesi Meslek Yüksekokulunda Öğretim Görevlisi olarak görevine devam etmektedir.

