



DAVRANIŞSAL ÇEVRE BİLİNCİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM DAVRANIŞINA ETKİSİ HAKKINDA BİR ARAŞTIRMA

Raziye Güler Ergin^{1*}, Nil Esra Dal¹

Özet: Çalışmanın temel amacı, tüketicilerin çevre bilincinin sürdürülebilir tüketim davranışına olan etkisini ve çevre bilincinin demografik faktörlere göre farklılaşmasını incelemektir. Bu amaç doğrultusunda, kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak Burdur ili sınırlarında ikamet eden 535 katılımcıya çevrimiçi anket ile ulaşılmıştır. Çalışmada frekans analizi, geçerlilik ve güvenilirlik analizleri, Bağımsız Örneklem t Testi, One Way Anova Testi, Pearson Korelasyon Analizi ve Basit Doğrusal Regresyon Analizi yapılmıştır. Analizler sonucunda; katılımcıların hem davranışsal çevre bilincinin hem de sürdürülebilir tüketim davranışının, cinsiyete göre farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Sürdürülebilir tüketim davranışının alt boyutları: Çevre duyarlılığı boyutu; eğitim seviyesinde, ihtiyaç dışı satın alma boyutu; gelir düzeyinde ve yeniden kullanılabilirlik boyutu, tüm demografik özelliklerde farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Davranışsal çevre bilinci ile sürdürülebilir tüketim davranışı arasında istatistiksel olarak pozitif, güçlü ve anlamlı bir ilişki bulunurken, davranışsal çevre bilinci ile ihtiyaç dışı satın alma davranışı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Sürdürülebilir tüketim davranışının diğer boyutları ile istatistiksel olarak pozitif, güçlü ve anlamlı bir ilişki bulunsa da ihtiyaç dışı satın alma ve tasarruf etme arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı belirlenmiştir. Davranışsal çevre bilinci, sürdürülebilir tüketim davranışını olumlu ve anlamlı olarak açıklamaktadır. Tüketicilerin davranışsal çevre bilincinin, ihtiyaç dışı satın alma davranışına anlamlı bir etkisi olmadığı ortaya çıkarken; sürdürülebilir tüketime pozitif yönde etkisi bulunmaktadır. Ayrıca davranışsal çevre bilincinin en fazla çevre duyarlılığına etki ettiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Davranışsal Çevre Bilinci, Sürdürülebilir Tüketim, Sürdürülebilir Tüketim Davranışı, Demografik Özellikler

A RESEARCH ON THE EFFECT OF BEHAVIORAL ENVIRONMENTAL CONSCIOUSNESS ON SUSTAINABLE CONSUMPTION BEHAVIOR

Abstract: The main purpose of the study is to examine the effect of consumers' environmental consciousness on sustainable consumption behavior and the differentiation of environmental consciousness according to demographic factors. For this purpose, 535 participants residing within the borders of Burdur province were reached with an online questionnaire using convenience sampling method. In the study; Frequency analysis, validity and reliability analyzes, Independent Sample t Test, One Way Anova Test, Pearson Correlation Analysis and Simple Linear Regression Analysis were performed. As a result of the analysis; It was determined that there was no difference in the gender variable of both the behavioral environmental consciousness and sustainable consumption behavior of the participants. The size of environmental sensitivity, of the sub-dimensions of sustainable consumption behavior; According to education level, the size of unnecessary purchasing; It has been determined that there is no differentiation according to income level and the reusability the of dimension does not differ according to all demographic characteristics. While there is a statistically positive, strong and significant relationship between behavioural environmental consciousness and sustainable consumption behaviour, no statistical relationship between behavioural environmental consciousness and unnecessary purchasing behavior has been identified. Although there is a statistically positive, strong and

significant relationship with other dimensions of sustainable consumption behaviour, It was determined there was no statistically significant relationship between unnecessary purchasing and saving. Behavioral environmental consciousness explains sustainable consumption behavior in a positive and meaningful way. Behavioral environmental consciousness of consumers did not have a significant effect on unnecessary purchasing behavior; On the other hand, it has a positive effect on sustainable consumption. In addition, it has been determined that behavioral environmental consciousness has the most impact on environmental sensitivity.

Keywords: Behavioral Environmental Consciousness, Sustainable Consumption, Sustainable Consumption Behavior, Demographic Characteristics

¹Adres: Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Bucak İşletme Fakültesi, 15300, Burdur/Türkiye

***Sorumlu Yazar:** rgulerergin15@gmail.com

Atıf: Ergin, R.E., Dal., N.E. (2023). Davranışsal Çevre Bilincinin Sürdürülebilir Tüketim Davranışına Etkisi Hakkında Bir Araştırma. Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(1): 28-53.

GİRİŞ

Sanayileşme ile başlayan, kaynakların büyük bir hızla tüketilmesi sonrasında artan çevre kirliliğinin tüm canlılığı tehdit eder hale gelmesi, özellikle sosyal bir varlık olan insanı, sadece çevre yönüyle değil; sosyolojik, ekonomik, psikolojik ve diğer yönlerden etkilemiştir. Bu etki nedeniyle insanoğlu, çevreye karşı daha duyarlı davranarak bir bilinçlenme yaşamıştır. Giderek artan çevresel bilinçle, sürdürülebilir bir politika izlenmesi gerektiği kanaatine varmıştır. Sürdürülebilirlik yalnızca çevre boyutu ile değil, sosyal ve ekonomik boyutları ile alınması gerektiğini kavrayan bireyler, sürdürülebilir bir tüketim anlayışını da beraberinde getirmişlerdir.

Sürdürülebilir pazarlama anlayışı, sürdürülebilir tüketim ve sürdürülebilir tüketim davranışı ile gerçekleştirilebilir. Bunu sağlamak için de bilinçli tüketicilerin olması gerekir. Schlegemilch vd., (1996: 37) ve Mataracı'ya (2017: 25) göre tüketicilerin var olan çevre bilinç düzeyini, almış oldukları mal ve hizmetler aracılığıyla ifade etmektedirler. Schlegemilch vd., (1996: 49) ise çevreye karşı bilinçli tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranışına olumlu etkisinin yadsınamaz olduğunu ifade etmişlerdir.

Çevre bilinci ile yeşil pazarlama ve sürdürülebilir pazarlamayla ilgili tüketim davranışlarına yönelik yerli ve yabancı kaynaklı çalışmalar mevcuttur. Çevre bilinçli sürdürülebilir tüketimi etkileyen birkaç değişken üzerinde nasıl bir etkide bulunulmuştur sorusuna; yanıt olarak, bireylerin ne kadar çevre bilinçli sürdürülebilir tüketim davranışında bulduklarına dair yazına bir katkı sağlamaktadır. Çalışmanın amacı; çevre bilincinin, sürdürülebilir tüketim davranışına etkisini araştırmaktır. Ayrıca çalışmada, çevre bilinci ile sürdürülebilir tüketim davranışı ilişkisini tespit edilerek ve bu iki değişkenin demografik özelliklere göre farklılıklarının ortaya konması amaçlanmıştır.

1. DAVRANIŞSAL ÇEVRE BİLİNCİ

Çevre bilinci; kuvvetli bir çevresel duyarlılık göstererek, çevre için zararlı davranışlardan kaçınarak, çevreyi korumak için çaba göstermekle birlikte, diğer bireylerin de aynı biçimde davranmasını sağlayarak, çevre üzerinde sorumlu bir davranış göstermesidir (Alsmadi, 2007: 341; Diktaş, 2019: 37). Çevreci davranış; bireyin eylemlerinin çevreye olumsuz etkilerini en aza indirmeye yönelik bilinçtir. Örneğin; kaynak ve enerji tüketimini en aza indirme, zehirli olmayan maddelerin kullanımı, atık üretimini azaltma (Kollmuss ve Agyeman, 2002: 240). Çevre bilinci, çok boyutlu bir yapıdır. Bu yapılardan biri olan davranış boyutu, geri dönüşüme katılma seviyesini ve çevre kirliliğini önlemeye yönelik edimsel davranışları ölçmektedir (Bohlen vd., 1993: 416; Mataracı, 2017: 25).

Çevreye duyarlı tüketici davranışı, çevreyi korumaya yönelik, çevreye minimum düzeyde zarar veren ve tüketim faaliyetleriyle ikame edilebilir, çevreye yarar sağlamaya yönelik tüketim kalıpları ile alakalıdır (Haron vd., 2005: 427; Özbakır ve Nurtanış Velioğlu, 2010: 76). Yapılmış olan araştırmalarda, tüketicilerin ekolojik bilinç seviyelerinde artış olduğu gözlenmiş olup (Aracıoğlu ve Tatlıdil, 2009: 441), son 20-30 sene de artış gösteren çevreye karşı duyarlılıkta, tüketici gruplarının giderek artış gösteren bir biçimde, üretimde, kullanımda ve kullanım sonrasındaki aşamalarında çevre için az zararlı olan mal ve hizmetlerin tercihinde bulunmuşlardır (Karahan vd., 2017: 62).

2. SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM DAVRANIŞI

20. yüzyılın sonlarına kadar küreselleşmiş ve insanı doğrudan alakadar eden sürdürülebilirlik ile ilişkilendirilen çevresel problemlere tüketim değil de, üretim kaynaklı olduğuna dair kanaat vardı fakat, son zamanlarda yaşanan çevre sorunlarının içeriğinde üretimden daha fazla tüketim olduğu fikri gündeme gelmiştir (Saba, 2019a: 322) ve doğal kaynaklardan faydalanmaya dayalı tüketim anlayışını, bu kaynakları koruyabilmek ve gelecek kuşaklara da bırakabilmeyi savunan bir tüketim düşüncesine bıkılmıştır (Şükrüoğlu, 2018: 452). Tüketiciler kullanmış oldukları ürünlerin kendi gereksinimlerini nasıl karşılayacağını ve bu ürünlerin çevreye nasıl bir etki bırakabileceğini göz önünde bulundurarak hayat biçimlerini ve satın alma davranışlarını çevreye uygun bir biçimde değiştirmeye yönelmişlerdir (Barber, 2012: 26; Yıldırım ve Türkmen, 2015: 388).

Sürdürülebilir tüketim, yeryüzü kaynaklarını sürdürülebilirlik kapsamında kullanımını temel alan ve ekolojik, çevreye karşı, zararı en az seviyeye indirme seçenekleri(ni) arayan tüketimdir (Bayazit Hayta, 2009: 145). Ayrıca sürdürülebilirlik ve “sürdürülebilir tüketim” yalnızca iktisadî faydaları değil, çevresel ve toplumsal refahı da odağına alan bir stratejidir (Şükrüoğlu, 2018: 454). En az ifade ile “sürdürülebilir tüketim; öteki tüketim davranışlarına kıyasla çevre etkenleri daha cüzî olarak tüketime dayanan davranış tarzıdır” (Paavola, 2001: 228; Karalar ve Kiracı, 2011: 65). Sürdürülebilir tüketimin amacı; evdeki enerji tüketimi ve kaynak kullanımında daha çok özenli olmayı, atıkları en az seviyeye getirmek ve kişilerin çevreye daha duyarlı satın alma alışkanlıklarının oluşması gibi bir seri davranış alışkanlıkları kazanmasına yardım etmektir (Gürbüz ve Ayar, 2018: 920).

Tüketicilerin satın alma davranışları, çevre sorunları üstünde doğrudan etkisi olmaktadır. Tüketicilerin; çevre için zararlı olmayan ürün tercihinde bulunarak ve diğerlerinden vazgeçerek, geri dönüştürülebilir ambalajların kullanılması da çevre için elzem bir katkısı olacaktır (Abdul-Muhmin, 2007: 237; Çabuk vd., 2008: 85).

Bir ülkede toplumun, çevreye yönelik gelişiminin bilincine varmak için en mükemmel başlangıç çizgisi, o ülkenin çevre sorunlarını, tüketicilerin “yeşile” karşı nasıl bir davranış içinde yansıtarak incelemesidir (Chan ve Lau, 2000: 339; Çabuk, vd., 2008: 85). Sürdürülebilir tüketim davranışının boyutları;

2.1. Çevre Duyarlılığı

Duyarlılık; kişinin yaşadığı ortam ile bu ortamla oluşturduğu bağın farkına varma seviyesidir (Türksoy, 1991: 16). Çevre duyarlılığı ise; çevre meselelerini, halkın idrak etme şeklidir (Aydın ve Kaya, 2011: 230; Yeşil ve Turan, 2020: 419). Kişilerin çevresine özgü davranışlarıyla meydana gelen çevre duyarlılığı; çevrenin problemlerine yönelik yapıcı şekilde davranma istekliliğidir (Çabuk ve Karacaoğlu, 2003: 191; Yıldırım ve Türkmen, 2015: 389; Alkaya vd., 2016: 122; Ankaya vd., 2017: 426). Farklı bir tanımla, “çevre duyarlılığı”; topluluğu meydana getiren kişilerin, çevre hususunda kendi sorumluluklarının şuurunda olması ve bu vazifeleri gerçekleştirme yeteneğine denir (Yeşil ve Turan, 2020: 419). Çevre için duyarlılık

gösteren bireyler, bir kısım niteliklere sahip çıkarken çevreci etkinliklere katılarak, çevrenin pozitif ya da negatif tesire sebep olan hizmet ve ürünleri alarak, tüketerek ve geri dönüştürülmesinde büyük bir endişe taşırlar (Tuysun Toklu, 2019: 2801).

2.2. Tasarruf

Tasarruf sözcüğünün kökeni Arapça’dan gelmektedir. Tasarruf; bir şeyleri dilediğince kullanım hakkına sahip olması, ifadesini taşımaktadır. Ayrıca, iktisadi anlamda “tutum” kelimesinin karşılığıdır. Çarşıda bireyin bir şeyi ihtiyacı dışında, alma gereksinimini dizginlemesi tasarrufa girer (Bozkurt vd., 2019: 1580). Kullandığı elektrik, su ve doğal gaz miktarına dikkat etmesi de tasarruf eylemidir. Yani tasarruf; para veya başka bir nesneyi özenli kullanarak, tutumlu tüketimdir.

2.3. Yeniden Kullanma

Kullanılmış ve geri dönüştürülmüş ürünün, tekrar benzer amaçla kullanılmak üzere dağıtımı ya da satışı yapılmasıdır. Yeni ürünle kıyaslandığında değeri düşük fakat hiçbir işlem görmemesi büyük bir üstünlük sağlar. “Kasalar, kutular, paletler, şişeler” en tanıdık örnekleri olup, birtakım gruplar arasında, ikinci el pazarlarda ya da yeniden satış şeklinde gerçekleştirilir (Nabıkoğlu, 2017: 102).

2.4. İhtiyaç Dışı Satın Alma

Günümüzde bireyler, gereksinimi olmadığı halde farklı birçok ürün satın alımı yapmaktadır. Bunun temelinde ise, tüketim olgusu yatmaktadır. Tüketim; ihtiyaçların, isteklerin karşılanabilmesi için elzem olan ürünlerin ya da parasal değer veya başka bir değer yerine geçmesi, ayrı yeten içinde var olduğu sürece ve bulunduğu yere toplumsal ve malî bir bağlılık şeklindedir. Yaşantımız, birikim ve sahiplik dürtüleri üzerinde biçimleniyor. Gereksinim dışı mal ve hizmetleri satın alıyoruz (Gümüş, 2018: 2-13). Bu ihtiyaç dışı satın alma; gereksinim hariç, gereğinden fazlasını almayı ifade eder. Platon; “insan yaşamında en mühim olan, birçok şeyin olması değil olabildiğince minimum gereksinme duymasındır” der (Konak, 2017: 70). İhtiyaç; bireyin bir şeyden mahrum kalması, gereksinme eksikliğindeki duygusudur (Koç, 2016: 71). Bireyin istediği haller ile var olan haller arasındaki dengenin olmaması durumunda gereksinim ortaya çıkar (İslamoğlu ve Altunışık, 2017: 36). Gereksinim dışı alınan ürünler ise, ihtiyaç dışı satın almadır. Bu filozofun sözünden yola çıkarak; ihtiyaç dışı hariç, “sürdürülebilir tüketim davranışının” ne kadar gerekli olduğunu anlatmaktadır.

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Çalışmanın bu başlığı altında; amacı, örnekleme, veri toplama metodu, modeli, hipotezleri, ölçümü ve yöntemi ele alınmıştır.

3.1. Araştırma Amacı

Çalışmanın gayesi; sürdürülebilir tüketim davranışının hem boyutları arasındaki ilişkiyi hem de çevre bilinci ile ilişkisini incelemek ve davranışsal çevre bilincinin sürdürülebilir tüketim üzerinde etkisini araştırmaktır. Bu amaç doğrultusunda katılımcıların demografik özellikleri

hem davranışsal çevre bilinci hem de sürdürülebilir tüketim davranışı açısından ölçülmüştür.

3.2. Araştırma Örneklemi ve Veri Toplama Metodu

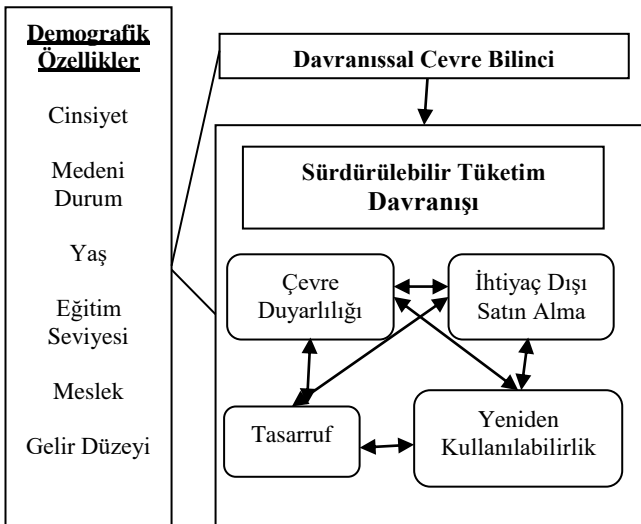
Araştırma evreni, nüfus kayıt sisteminde Türkiye nüfusu 2021 yılının verisine göre, 84 milyon 680 bin 273 kişidir. Araştırmanın örneklemini, Burdur'da yaşayan tüketicilerden oluşmaktadır. Burdur nüfusu 2021 yılı verilerine göre ise, 273.716'dır (TÜİK, 2022: <https://data.tuik.gov.tr/>). Evrenin toplam sayısının (1.000.000+) bilindiği durumlarda, kabul edilen hata payları; %95 ve %99 kesinlik seviyesi ($\alpha = 0.05$ ve $\alpha = 0.01$) ve örneklemin %95 güven aralığında 384 olması, uygun görülmektedir (Cohen vd. 2000; Erkuş, 2005: 91; aktaran Can, 2018: 28). Örnek sayısı ana kütlede %95 güven aralığında minimum örnek sayısı, 383'ten büyüktür ve yeterlidir diyebiliriz (Saldamlı, 2013). İnternet ortamında dijital olarak hazırlanan anket çalışmasında yer alan ilgili 535 kişi araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Örnekleme yöntemi; en az maliyete sahip olan, ayrıca uygulama yönünden basit olarak bilinen kolayda örneklemedir. (Alınacak ve İslamoğlu, 2016: 202). Bu sebeple araştırma verileri nicel araştırma yöntemi olan anket yöntemi uygulanarak toplanmıştır. Çevrimiçi soru formu, "Google Forms"la hazırlanmıştır ve internet ortamında sosyal medya hesapları aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. 10-20 Nisan 2022 tarihleri arasında, Burdur il sınırları içinde, 553 katılımcıya ulaşılarak veri toplama süreci tamamlanmıştır. Ankette hatalı olduğu tespit edilen 18 kişiyi eleme sonunda, 535 katılımcının anketi değerlendirilmeye alınmıştır.

3.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın bu başlığı altında, modeli ve hipotezleri yer almaktadır.

3.3.1. Araştırma Modeli

Model, Şekil 1'de gösterilmiştir. Şekil içeriğinde, davranışsal çevre bilincinin sürdürülebilir tüketim davranışına etkisi ve bu iki boyut arasındaki ilişki incelenmiştir. Ayrıca sürdürülebilir tüketim davranışının alt boyutları arasındaki ilişki incelenmiş olup, demografik özellikler ile davranışsal çevre bilinci ve sürdürülebilir tüketim davranışı arasındaki farklılık incelemiştir.



Şekil 1. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı

3.3.2. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın hipotezleri şöyledir;

H₁: Demografik özellikler ile davranışsal çevre bilinci arasında istatistikî yönden farklılık anlamlıdır.

H_{1f}, H_{1d}, H_{1b}, H_{1e}, H_{1c}, H_{1a}: Gelir düzeyi/egitim durumu/medeni durum/meslek/yaş/cinsiyet ile davranışsal çevre bilinci arasında istatistikî yönden farklılık anlamlıdır.

H₂: Demografik özellikler ile sürdürülebilir tüketim davranışı arasında istatistikî yönden farklılık anlamlıdır.

H_{2f}, H_{2d}, H_{2b}, H_{2e}, H_{2c}, H_{2a}: Gelir düzeyi/egitim durumu/medeni durum/meslek/yaş/cinsiyet ile sürdürülebilir tüketim davranışı arasında istatistikî yönden farklılık anlamlıdır.

H₃: Davranışsal çevre bilinci ile sürdürülebilir tüketim davranışı arasında istatistikî yönden ilişki anlamlıdır.

H_{3b}, H_{3d}, H_{3a}, H_{3c}: Davranışsal çevre bilinci ile ihtiyaç dışı satın alma/yeniden kullanılabilirlik/çevre duyarlılığı/tasarruf arasında istatistikî yönden ilişki anlamlıdır.

H₄: Sürdürülebilir tüketim davranışı boyutları arasında istatistikî yönden ilişki anlamlıdır.

H_{4c}, H_{4a}, H_{4b}: Çevre duyarlılığı ile yeniden kullanılabilirlik/ihtiyaç dışı satın alma/tasarruf arasında istatistikî yönden ilişki anlamlıdır.

H_{4d}, H_{4e}: İhtiyaç dışı satın almayla tasarruf/yeniden kullanılabilirlik arasında istatistikî yönden ilişki anlamlıdır.

H_{4f}: Tasarrufla yeniden kullanılabilirlik arasında istatistikî yönden ilişki anlamlıdır.

H₅: Davranışsal çevre bilinci, sürdürülebilir tüketim davranışına etki etmektedir.

H_{5b} H_{5d}, H_{5a}, H_{5c}: Davranışsal çevre bilinci, ihtiyaç dışı satın almaya/yeniden kullanılabilirliğe/çevre duyarlılığına/tasarrufa etki etmektedir.

3.4. Ölçümler

Çalışmada yer alan ölçekler ve faydalanılan kaynaklar Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1. Çalışmada Yararlanılan Ölçekler

Ölçekler	Yararlanılan Kaynaklar
Davranışsal Çevre Bilinci	Shrum ve McCarty, (1994); Berger ve Corbin, (1992); Bohlen vd., (1993); Straughan ve Roberts, (1999); Barr vd., (2001); Laroche vd., (2001); McCarty ve Shrum, (2001); Laroche vd., (2002); Nabıkoğlu, (2003); Ay ve Ecevit, (2005); Gilg vd., (2005); Kim ve Choi, (2005); Fraj ve Martinez, (2006); Alsmadi, (2007); Paço ve Raposo, (2009); Karaca, (2013); Doğan vd., (2015); Başar, (2016); Saygılı vd., (2016); Mataracı, (2017); Paço vd., (2019); Roberts, (1996).
Sürdürülebilir Tüketim Davranışı	Doğan vd. (2015).
Çevre Duyarlılığı	Bohlen vd., (1993); Bacon ve Roberts, (1997); Kaiser vd., (2003); Huneke, (2005); Kim ve Choi, (2005); Roberts ve Straughan, (1999); Fraj ve Martinez, (2006); Barr, (2007); Kiracı ve Kayabaşı, (2010); Paço vd., (2010); Özgül, (2010); Karaca, (2013); Paço vd., (2013); Mataracı, (2017); Dursun vd., (2018); Hazer ve Şener, (2008).
İhtiyaç Dışı Satın Alma	Pepper vd., (2009); Kiracı ve Kayabaşı, (2010); Özgül, (2010); Bahşi ve Bostan Budak, (2014).
Tasarruf	Elgin ve Mitchell, (1977); Leonard-Barton, (1981); Roberts, (1996); Barr vd., (2005); Barr ve Gilg, (2006); Gilg ve Barr, (2006); Nabıkoğlu, (2003); Nabıkoğlu, (2007); Hazer ve Şener, (2008); Pepper vd., (2009); Kayabaşı ve Kiracı, (2010); Özgül, (2010); Sütterlin vd., (2011); Kang vd., (2012); Başar, (2016); Dursun vd., (2018).
Yeniden Kullanılabilirlik	Barr vd., (2001); Barr vd., (2003); Kiracı ve Kayabaşı, (2010); Başar, (2016); Saygılı vd., (2016); Dursun vd., (2018).

3.5. Araştırmanın Yöntemi

Likert ölçek; sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılmakta ve birçok istatistiksel işlem yapılmasına imkân vermektedir (Gürbüz ve Şahin, 2017: 179). Ölçek, çok sorulu bir ölçektir. Araştırmaya konu olan kavram veya özellik, birden çok madde veya ifade ile ölçülmeye çalışılır (İslamoğlu ve Alınacı, 2016: 175). Anketin ilk bölümünde; davranışsal çevre bilincine dair 21 ifade vardır. Ölçek, Beşli Likert kullanılarak, tüketicilerden; “Kesinlikle Katılıyorum = 5, Katılıyorum = 4, Ne katılmıyorum Ne Katılıyorum = 3, Katılmıyorum = 2 ve Kesinlikle Katılmıyorum = 1” seçeneklerinden en az birini işaretlemeleri istenmiştir. İkinci bölümde ise, sürdürülebilir tüketim davranışının alt boyutları; çevre duyarlılığı 12, ihtiyaç dışı satın alma 5, tasarruf 13 ve yeniden kullanılabilirlik 7 ifade olmak üzere toplamda 37 ifadeden oluşmaktadır. 5’li Likert tipi ölçek kullanılarak, tüketicilerden; “Her Zaman = 5, Çoğu Zaman = 4, Bazen = 3, Nadiren = 2 ve Hiçbir Zaman = 1” seçeneklerinden en az birini işaretlemeleri istenmiştir. Üçüncü bölümde ise, demografik özellikler; medeni durum, eğitim seviyesi, aylık gelir, yaş, cinsiyet ve meslek grubu olmak üzere 6 ifadeden oluşmaktadır.

Araştırma verilerinin hipotezlerini test etmek için SPSS 22 istatistik programı kullanılmıştır ve bir dizi analiz; frekans analizi, güvenilirlik testi, açımlayıcı (keşfedici) faktör analizi, normallik testi, homojenlik testi, one way anova testi ile bağımsız örneklem t testi ve de pearson korelasyon analizi ile basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Ayrıca “ihtiyaç dışı satın alma” boyutu ters ifadeden oluştuğu için “ters kodlama” yapılmıştır. “*Ters kodlama, ölçülen varlığının sahip olduğu bir özelliğin, ölçüm yapana göre farklı anlamlar taşıdığı durumlarda yapılır*” (Can, 2018: 59). 65 yaş ve üstü grubunda 2 kişi olduğu için, analizlerin yapılabilmesi için bu yaş grubunu 55 yaş ve 64 yaş arası grubuyla birleştirerek, 55 yaş ve üstü adında yeni bir yaş grubu oluşturulmuştur. Ayrıca, 12001-15000 TL aralığında 3 kişi bulunduğundan dolayı bu grubu, 150001 TL ve üzeri grubuyla birleştirerek yeni bir grup elde edilmiştir. Bu yeni grup 12001 TL ve üzeri adını almıştır ve analizlere bu şekilde devam edilmiştir.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmanın bu başlığı altında; sıklık analizi, kullanılan ölçeklerin tanımlayıcı ifadeleri, normallik değerleri, güvenilirlik değerleri, faktör analizi, güvenilirlik analizi ve normal dağılım analizi incelenmiştir.

4.1. Araştırmanın Sıklık Analizi

Araştırmanın demografik özelliklerine Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Demografik Bilgiler

Demografik Bilgiler			Demografik Bilgiler				
	f	%		f	%		
Cinsiyet	Kadın	362	67,7	Meslek	Öğrenci	336	62,8
	Erkek	173	32,3		Kamu Çalışanı	59	11
	Toplam	535	100		Ev Hanımı	47	8,8
Medeni Durum	Bekar	400	74,8		Özel Sektör Çalışanı	39	7,3
	Evli	135	25,2		Serbest Meslek	16	3
	Toplam	535	100		Emekli	5	0,9
Yaş	18 yaş altı	19	3,6		Diğer	33	6,2
	18-24	345	64,5		Toplam	535	100
	25-34	82	15,3		1000TL ve altı	226	49,7
	35-44	52	9,7		1001-3000 TL	92	17,2
	45-54	28	5,2	3001-6000 TL	82	15,3	
	55 yaş ve üstü	9	1,7	6001-9000 TL	52	9,7	
Eğitim Durumu	İlköğretim	30	5,6	9001-12000 TL	26	4,9	
	Lise	92	17,2	12001TL ve üzeri	17	3,2	
	Önlisans	142	26,5	Toplam	535	100	
	Lisans	257	48				
	Lisansüstü	14	2,6				
	Toplam	535	100				

f:Frekans%:Yüzde

Tablo 2’de yer alan demografik verilerin frekans analizi sonucunda; katılımcıların %67,7’si kadın, %74,8’i bekâr, en fazla %64,5 ile 18-24 yaş aralığında ve en az %1,7 ile 55 yaş ve üstü katılımcılardan oluşmaktadır. En fazla %48 ile lisans ve en az %2,6 ile lisansüstü eğitimi vardır. En fazla %62,8 ile öğrenci ve en az %0,9 emekli vardır. En fazla %49,7 ile 1000TL ve altı ve en az %3,2 ile 12001TL ve üzeri geliri vardır.

4.2. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Tanımlayıcı İfadeleri, Normallik ve Güvenilirlik Değerleri

Tablo3’te katılımcıların genel ölçek ifadeleri yer almaktadır.

Tablo 3. Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistik Genel İfade Sonuçları

Değişkenler	İfade Sayısı	Ort.	Std Sapma	Medyan	Mod	Çarpıklık	Basıklık	C. Alfa Katsayısı
DÇB	21	4,21	,553	4,24	5	-,485	-,364	,899
STD	37	3,87	,567	3,89	4	-,306	-,487	,911
ÇD	12	3,77	,862	3,75	5	-,286	-,659	,935
İDSA	5	3,34	,1264	3,60	5	-,469	-,925	,897
T	13	4,16	,601	4,23	5	-,490	-,349	,883
YK	7	3,85	,794	3,86	5	-,262	-,706	,812

Tablo 3’te iki ana ölçek; davranışsal çevre bilinci ve sürdürülebilir tüketim davranışı ölçeğinin ve bu ölçeğe ait dört alt boyutunun ortalamaları, standart sapmaları, medyan, mod, normallik değerleri ve güvenilirlik değerleri verilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçek ifadelerin normal dağılıma uygun olma durumu; mod, ortalama ve medyanın eşit veya birbirine yakın değerlere sahip olması ile anlaşılabilir. Çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) kat sayılarının %5 güven aralığında $\pm 2,58$; %1 güven aralığında $\pm 1,96$ olması beklenir (Liu vd., 2005; aktaran Atalay Oral, 2020: 382). Verilerin, skewness-kurtosis değerlerinin +1 ile -1 aralığında olması normal dağılımı

gösterir, aynı zamanda parametrik testlere uygulanır (Keskin, 2008: 58-61). Cronbach Alfa katsayısının ölçeği; “ $0,60 \leq \alpha \leq 0,80$ ’se epey güvenilirdir”, “ $0,80 \leq \alpha \leq 1,00$ ’se yüksek düzeyde güvenilir” diyebiliriz (Kayış, 2008). Ölçeklerin her biri 0,80 üzeri olduğu için yüksek derecede güvenilirdir. Faktör analizi öncesinde genel ölçek ortalamalarının güvenilirliği ve normalligi yapılarak, bu analizlerin faktör analizine uygun şartları sağladığı gözlenmiştir, faktör analizi ve faktörde oluşan boyutların güvenilirliği yapılmıştır ve faktör sonrası normallik testi sonuçları çalışmada yer almıştır.

4.3. Ölçeklerin Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi

“Geçerlilik; bir ölçek ya da testin ölçülmesi istenilen şeyin ölçümleme düzeyidir” (Ghauri ve Gronhaug, 2002: 67; akt., Karagöz, 2017: 28). Güvenilirlik; bir ölçme aracında benzer koşullar ve benzer girdiler ile yapılan farklı ölçümlerin farklı sonuçlar vermemesidir. Ölçek iç tutarlılığını ölçen “Cronbach Alfa (α) katsayısı,” soru sayısı fazla olan ifadeler arasındaki uyumun düzeyini göstermektedir. Bu değer, “0 ile 1” aralığındadır ve 1’e yakınlıkça, ölçekte bulunan ifadelerin uyumunun ne denli fazla olduğunu göstermektedir. Sosyal bilimlerdeki araştırmalarda Cronbach Alfa katsayısına dair değer aralığı verilmiş olup (Alnıaçık ve İslamoğlu, 2016: 292): “Ölçek güvenilirliğinin; $0,00 < \alpha < 0,40$ ’sa olmadığı, $0,41 < \alpha < 0,60$ ’sa düşük, $0,61 < \alpha < 0,80$ ’se orta, $0,81 < \alpha < 1,00$ ’se yüksek” olduğu kabul edilmektedir. Ankette yer alan; davranışsal çevre bilinci ve sürdürülebilir tüketim davranışı ölçeklerinin faktör ile güvenilirlik analizi yapılmıştır.

Değişkenler arasında ana boyutlarını ya da faktörlerini belirlemeye yönelik bütün değişkenlerin aralarındaki ilişkiyi hesaba katan, çözümleme tekniğine “faktör analizi” denir (Altunışık vd., 2007: 153). Açıklanabilir ve anlam ifade eden faktörler oluşturmak için, döndürülen faktör matrisi kullanılır (Kalaycı, 2006: 330). Değişkenler arasındaki korelasyonlar çok yüksek değilse, Varimax yöntemi kullanılır. Çünkü Varimaxın olması durumunda faktör kat sayılarına erişim sağlanmaktadır (Nakip, 2003:

413). Ayrıca bu yöntemde, yük büyüklükleri ilişkinin büyüklüğünü de vermektedir. Bu nedenle Varimax yöntemi kullanılmıştır. Faktör yüklerinde en cüzi 0,32'nin üstünde olması gerekir. Güçlü ifadelerden oluşması için en az 0,50 olması gerekir. 0,32-0,5 aralığında "düşük," 0,5-0,6 aralığında "yüksek," 0,7 ve üstündeki yükler "mükemmel" olarak sınıflandırılır (Şahin ve Gürbüz, 2017: 318). Değerin "0,50" aşağısında kalan, "yakın" değerlere ait olan ve faktörün aşağısında "tek" kalmış soru ifadeleri çıkarılmıştır. Güvenilirlik analizi sonucu, "Cronbach Alpha değeri" 0,70 aşağısında olanlar eleme yapılarak yine faktör analizine tabi tutulmuştur.

Tablo 4'te davranışsal çevre bilinci, faktör ve güvenilirlik analiz sonuçları yer almaktadır. Madde ifadeleri Tablo 6'da yer almaktadır.

Davranışsal çevre bilinci ve sürdürülebilir tüketim davranışı ölçeklerinin faktör analizinde, örneklem yeterliliği istatistiği (örnekleme uygunluk ölçümü) ve Ki-Kare testine bakılarak, bu testin anlamlılık değeri; 0,05'ten düşükse değişkenlerin kendi aralarında analiz yapmak için makul seviyede bir ilişki oluşur. Ki-Kare testinde, anlamlılık değeri; "0,000" olduğunda değişkenlerin analizi yapılır. Örnekleme uygunluğunun alt limiti 0,50 olup, 0,70-0,80 arasındaki değerlerse "iyi", 0,80-0,90'sa "çok iyi", 0,90-1,00 arası "pekiyi" kabul edilmektedir (Sipahi, vd., 2010: 79-80).

Davranışsal çevre bilincinin geçerlilik ile güvenilirlik analizleri sonucunda; 7 ifade ölçmeyi amaçlanan kavramları ölçmediği için çıkartılmıştır ve güvenilirliği yapılmıştır. Güvenilirliği %70 üzerinde olduğu için, yeniden faktör analizi yapılarak ölçek geçerliliği sağlanmıştır.

Tablo 4. Davranışsal Çevre Bilinci Faktör Analizi ile Güvenilirlik Analizi Sonuçları

İfade ile Maddeleri	Faktör Yüklü	Açıklanan Varyans	Güvenilirlik
Davranışsal Çevre Bilinci		42,559	0,894
DÇB 15	,732		
DÇB 8	,725		
DÇB 9	,699		
DÇB 10	,695		
DÇB 5	,664		
DÇB 14	,656		
DÇB 7	,652		
DÇB 11	,650		
DÇB 6	,634		
DÇB 21	,633		
DÇB 18	,624		
DÇB 20	,602		
DÇB 19	,573		
DÇB 3	,568		
Örnekleme Uygunluk	Ölçümü:	0,	910
Ki Kare: 2975,104	df: 91	p değeri: 0,000	

Tablo 4'e göre; davranışsal çevre bilinci ölçeği tek faktörden oluşmaktadır: "Kullandığım su miktarının azalması için çabalarım" (0,573) ve "kendimi çevreci biri olarak görüyorum" (0,568) ifadeleri en az faktör yüklerine sahiptir. Tüketicilerin su tasarrufunda daha az dikkat ettikleri ve kendilerini çevreci olarak daha az tanımladıkları ortaya çıkmıştır. Diğer faktör ifadeleri %60'ın üzerindedir. "Alışveriş yaparken geri dönüşümü ve çevresel etiketi olan ambalaj ürünlerini yeğlerim" ifadesi ise en yüksek faktör yüküne (0,732) sahiptir. Tüketicilerin, alışverişlerde satılan ürünlerin geri dönüşümlü ve etiketli ambalajlara dikkat ettiği anlaşılmaktadır.

Davranışsal çevre bilinci ölçeğinin güvenilirliği yüksektir (0,894). Yani, değişkenler arasındaki ilişki güçlüdür. KMO (0,91)'dur. Korelasyonların anlamlılığını ölçen, Barlett testi, p değeri; 0,05'ten küçüktür ($p=0,000<0,05$). İfadeler ilişkisel yönden anlamlıdır. Tek boyutta açıklanan varyans toplamı en az %30 olması gerekir (Gürbüz ve Şahin, 2017: 318). Faktörün toplam açıkladığı varyans (ölçek geçerliliği); 42,559'dır. Bu durumda, davranışsal çevre bilinci ölçeği analize uygundur, anlamlıdır ve geçerlidir. Tablo 5'te sürdürülebilir tüketim davranışının, faktör ve güvenilirlik analiz sonuçları yer almaktadır. Madde ifadeleri ise Tablo 7'de gösterilmektedir.

Tablo 5. Sürdürülebilir Tüketim Davranışının Faktör ve Güvenilirlik Analizi Sonucu

İfade ve Maddeler	Faktör Yükü	Özdeğer	Varyas Katkısı	Güvenilirlik
Çevre Duyarlılığı		9,459	39,411	0,941
ÇD 6	0,795			
ÇD 9	0,790			
ÇD 3	0,786			
ÇD 4	0,779			
ÇD 7	0,766			
ÇD 5	0,747			
ÇD 2	0,734			
ÇD11	0,725			
ÇD 8	0,723			
İhtiyaç Dışı Satın Alma*		3,651	15,211	0,897
İDSA4*	0,861			
İDSA2*	0,842			
İDSA5*	0,836			
İDSA3*	0,819			
İDSA1*	0,782			
Yeniden Kullanılabilirlik			5,996	0,820
YK 7	0,739			
YK 6	0,678			
YK 3	0,641			
YK 01	0,640			
YK 5	0,602			
YK 2	0,583			
Tasarruf		1,375	5,728	0,855
T2	0,818			
T1	0,816			
T3	0,780			
T5	0,629			
Örnekleme Uygunluk Ölçümü: 0,934 Ki Kare: 8209,203 Serbestlik Derecesi (df): 276 p değeri: 0,000 Toplam Açıklanana Varyans (AV): 66,345 Ölçek Güvenilirliği: 0,875				

(*) İhtiyaç dışı satın alma boyutunun ifadeleri ters kodlanmıştır.

Tablo 5'te, sürdürülebilir tüketim davranışının geçerlilik ve güvenilirlik analizleri sonucunda; çevre duyarlılığı, tasarruf ve yeniden kullanılabilirlikte bazı ifadeler çikartılmıştır. Tasarrufta bulunan "lüzumsuz tüketimin azaltımını sağlamak için, ikinci el eşya satın alırım" ifadesi (T13), faktör analizi sonucunda yeniden kullanılabilirlik boyutunda (YK01) yer almıştır. Analiz 4 faktörden oluşmuştur. **Çevre duyarlılığı: 9** ifadeden oluşmaktadır (2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11). Özdeğer (9,46), varyans katkısı (39,41) ve güvenilirliği (0,94)'tür. "Cam, kâğıt, plastik ve benzer ürünlerinin geri dönüşümü olan ürünleri alırım" ifadesi faktöre en az katkı (0,723) yapmaktadır. "Tabiatta çözülebilir ambalaj ürünlerini tercih ederim" faktöre en fazla katkı (0,795) yapmaktadır. **İhtiyaç dışı satın alma: 5** ifadeden oluşmaktadır. Özdeğer (3,65), varyans katkısı (15,21) ve güvenilirliği (0,90) en fazla olan faktördür. "Teknolojik araçlar; cep telefonu gibi gereksinim hissetmediğim halde yenileriyle takas ederim" ifadesi faktöre en az katkı (0,782) yapmaktadır. "Gereksinim duymasam da yeni kıyafetler alırım" ifadesi, faktöre en fazla katkı (0,861) yapan ve en fazla faktör yüküne sahiptir. **Yeniden kullanılabilirlik: 6** ifadeden oluşmaktadır (2, 3, 5, 6, 7 ve T13). Özdeğer (1,44), varyans katkısı (6,05) ve güvenilirliği (0,82)'dir. "Kâğıt yerine bezden üretilmiş peçete, havlu ve mendil kullanırım" ifadesi en az faktör yüküne sahiptir ve faktör yüküne en az katkı (0,583) yapmaktadır. "Gerektiğinde

cüzi kullanılmış ürünleri kiralarım veya ödünç alarak kullanırım (bisiklet, kitap, araba gibi)" faktöre en fazla katkı (0,739) yapmaktadır. **Tasarruf: 4** ifadeden oluşmaktadır (1, 2, 3, 5). Özdeğeri (1,38) ve varyans katkısı (5,73) en az olan faktördür. Güvenilirliği (0,86)'dır. "Evde tasarruflu ampuller kullanırım" ifadesi faktör yüküne en az katkı (0,629) yapmaktadır. "Elektronik cihazlar alırken, ötekilerine nazaran oldukça az elektrik tüketenleri alırım" faktöre en fazla katkı (0,818) yapmaktadır.

Sürdürülebilir tüketim davranışı ölçeğinin güvenilirliği; 0,875'tir. KMO; 0,934'tür. Barlett testi p değeri; 0,05'ten küçüktür ($p=0,000<0,05$). Yani, ifadeler anlamlıdır. Açıklanan faktörlerin tümü varyans toplamının çok boyutlu ölçek ifadelerinde minimum %50 olmalıdır (Şahin ve Gürbüz, 2017: 318). Dört faktörün toplam açıkladığı varyans (ölçek geçerliliği); 66,345'tir. Bu durumda, sürdürülebilir tüketim davranışı ölçeği modele uygundur, anlamlıdır ve geçerlidir.

4.3.1. Faktör Analizi Sonucunda Ölçeklerin Normal Dağılım Analizi ve Tanımlayıcı İstatistik İfadeler

Davranışsal çevre bilinci (bk. Tablo 6) ve sürdürülebilir tüketim davranışı ve bu boyutun alt boyutlarının (bk. Tablo 7) normalliği test edilmiştir. Ayrıca madde ifadeleri ve tanımlayıcı istatistiklerine de yer verilmiştir.

Tablo 6. Davranışsal Çevre Bilincinin Normal Dağılım Sonuçları

Boyut ve Ölçek İfadeleri	Kod	Ortalama	Std. Sapma	Çarpıklık	Basıklık
Davranışsal Çevre Bilinci	DÇB	4,05	0,667	-0,406	-0,608
Kendimi çevreci biri olarak görüyorum.	DÇB3	4,14	0,869	-0,777	0,0182
Çevreye karşı sorumlu davranışı yerine getiren firmaların ürünlerini satın alırım.	DÇB5	3,86	1,041	-0,514	-0,608
Sosyal medya veya benzer çevrelerde çevre mevzusunda düşüncelerimi ifade ederim.	DÇB6	3,61	1,223	-0,461	-0,777
Çevrenin korunmasına yönelik çevremdeki bireyleri bilinçlendirmek için çabalarım.	DÇB7	4,19	0,939	-1,140	1,008
Ürünleri satın alacağımda etrafımı nasıl etkilediğini hesaba katarım.	DÇB8	3,73	1,112	-0,588	-0,404
Kullanmış olduğum ürünler çevrenin zararına olmaması önemlidir.	DÇB9	4,32	0,864	-1,052	0,223
Satın aldığım gıda, kozmetik, temizlik ürünleri ev eşyaları gibi ürünlerin birçoğunun çevre dostu olması benim için önemlidir.	DÇB10	4,06	1,008	-0,806	-0,128
Çevreci dost ürünler aldığımda, çevrenin korunmasına katkı sağladığımı düşünürüm.	DÇB11	4,19	0,954	-1,151	0,920
Geri dönüştürülen materyallerden üretilen ürünlerin tüketimini yeğlerim.	DÇB14	4,09	1,012	-0,895	0,098
Alışveriş yaparken geri dönüşümü ve çevresel etiketi olan ambalaj ürünlerini yeğlerim.	DÇB15	4,02	1,046	-0,819	-0,041
Metal, kâğıt, plastik, cam gibi atıkların geri dönüşümü için çöp öncesinde ayrıştırırım.	DÇB18	3,95	1,150	-0,859	-0,188
Kullandığım su miktarının azalması için çabalarım.	DÇB19	4,30	0,967	-1,361	1,160
Kullandığım elektrik miktarının azalması için çabalarım.	DÇB20	4,36	0,905	-1,433	1,590
Elektrik tüketimi az olan saatlerde elektrikli araçları kullanmaya çabalarım.	DÇB21	3,86	1,225	-0,784	-0,441

Ölçeklerin dağılım normalliğini ölçen birçok seçenek bulunmaktadır. Örnek sayısı 50'den az ise; Shapiro-Wilk, örnek sayısı büyükse; Kolmogorov Smirnov testi uygulanır. Bu seçeneklerden biri olmasına rağmen, sosyal bilimlerde kullanılan Likert tipi ölçeğin bu iki testten geçme ihtimali çok düşüktür. Bu sebeple hem "Skewness" (çarpıklık) hem de "Kurtosis" (basıklık) değerlerine aynı zamanda "Q-Q" grafiğine bakılmalıdır (Saruhan ve Özdemirci, 2016: 236-240). Çarpıklık ve basıklık; -2 ile +2 aralığında olmasının, normal dağılım sağladığını göstermektedir (Mallery' ve George'den aktaran Tekin ve Sırkıntoğlu Yıldırım, 2020: 234). Tablo 6 incelendiğinde; davranışsal çevre bilinci ölçeği ve alt boyutlarının, basıklık ve çarpıklık değerlerinin -2 ve +2 aralığında olduğundan dolayı normal dağılım göstermektedir.

Davranışsal çevre bilinci ölçeğinde; "kullandığım elektrik miktarının azalması için çabalarım" ifadesi en fazla ortalamaya (4,36) sahiptir. Tüketiciler enerji tasarrufu yapmaktadırlar. 8 ifade, genel ölçek ortalamasının (4,05) üzerinde olup, 4 ifade ise genel ölçek ortalamasının (4,05) altında kalmıştır. En düşük ifade ise, "sosyal medya veya benzer çevrelerde çevre mevzusunda düşüncelerimi ifade ederim" (3,61)'dir. Tüketiciler, sosyal medyaya güven duymamakta ya da sosyal ortamda söylemlerini dile getirmekten çekinmektedirler.

Sürdürülebilir tüketim davranışı ve bu ölçeğe ait alt boyutlarının normal dağılım sonuçları tablo 7'de gösterilmiştir. "Normal dağılım analizi sonucunda oluşan basıklık ile çarpıklık değerlerinin -1,5 ve +1,5 arasında

olması, ifadelerin normal dağılıma uygunluğunu gösterir. Gruplanmış verilerin, değişkenlerinin ortalamaları örneklemin normal dağılım olduğunu göstermektedir" (Tabachnick ve Fidell, 2015: 78). Bulgularda, değişkenlerin normal dağılıma uygunluğu test edilerek, ifade değerlerinin "-1,5 ile +1,5" arasında olup, normal dağılım gösterdiği bulunmuştur.

Sürdürülebilir tüketim ölçeğinde; **çevre duyarlılığı** değişkeni en düşük (3,50) ifadesi "satın alacağımda ürünlerin çevreye karşı etkilerini araştırırım" ve en yüksek (3,79) ifadesi ise, "cam, kâğıt, plastik ve benzer ürünlerinin geri dönüşümü olan ürünleri alırım" ifadesidir. **İhtiyaç dışı satın alma**, aritmetik ortalaması en az (3,34) olan alt boyutu olup, "alışveriş sırasında aklımda veya listemde olmayan ürünlerin alımını yaparım" ifadesi en düşük (2,97) ifadedir, "teknolojik araçlar; cep telefonu gibi gereksinim hissetmediğim halde yenileriyle takas ederim" ifadeleri ise bu alt boyutun en yüksek (3,67) ifadeleridir. **Tasarruf**, aritmetik ortalaması en fazla (4,09) alt boyutu olup, "evde tasarruflu ampuller kullanırım" ifadesi en fazla (4,29) ortalamaya sahiptir ve en düşük ifade (4,00) ise, "elektronik ürünleri alacağımda elektrik tüketimindeki oranları dikkate alırım" ifadesidir. **Yeniden kullanma** değişkeninin en düşük (3,06) ifadesi "lüzumsuz tüketimin azaltımını sağlamak için, ikinci el eşya satın alırım" en yüksek (4,08) ifadesi ise, "kullanılan kâğıtları not tutmak gibi çalışmalarda tekrar değerlendiririm" ifadesidir. Sürdürülebilir tüketim davranışı, tasarruf boyutu (4,09) hariç diğer boyutları genel ölçek ortalamasının (3,64) altındadır (bk. Tablo 7).

Tablo 7. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı ve Alt Boyutlarının Normal Dağılım Sonuçları

Değişkenler ve Ölçek İfadeleri	Kod	Ort.	Std. Sapma	Çarpıklık	Basıklık
Çevre Duyarlılığı	ÇD	3,63	0,972	-0,286	-0,666
Satın alacağımdaya ürünlerin çevreye karşı etkilerini araştırırım.	ÇD2	3,50	1,175	-0,289	-0,772
Arkadaşlarımı ve ailemdeki bireyleri çevreye zararlı ürünleri almamalarını sağlarım.	ÇD3	3,63	1,153	-0,369	-0,834
Temizlik ürünleri; şampuan, deterjan ve benzer ürünlerin çevreye çok az zararı olanlarını alırım.	ÇD4	3,77	1,130	-0,558	-0,612
Tabii malzemelerden üretilen kıyafetleri alırım.	ÇD5	3,35	1,262	-0,310	-0,920
Tabiatla çözülebilir ambalaj ürünlerini tercih ederim.	ÇD6	3,68	1,148	-0,482	-0,675
Özellikle paketlemesi azaltılmış ürünleri alırım.	ÇD7	3,57	1,197	-0,375	-0,883
Cam, kâğıt, plastik ve benzer ürünlerinin geri dönüşümü olan ürünleri alırım.	ÇD8	3,79	1,120	-0,512	-0,729
Peçete, tuvalet kâğıdı gibi ürünleri alırken, bilhassa geri dönüşümü olan kâğıt ürünlerini alırım.	ÇD9	3,52	1,240	-0,355	3,70
Özellikle yaşadığım yere yakın bölgelerde üretilen çevre dostu ürünleri alırım.	ÇD11	3,70	1,161	-0,444	-0,723
İhtiyaç Dışı Satın Alma (*)	İDS A*	3,34	1,264	-0,469	-0,925
Teknolojik araçlar; cep telefonu gibi gereksinim hissetmediğim halde yenileriyle takas ederim.	İDS A1*	3,67	1,551	-0,670	-1,141
Ürünümün bir benzeri olsa da yeni çıkmış ürünü alırım.	İDS A2*	3,67	1,507	-0,724	-0,985
Alışveriş sırasında aklımda veya listemde olmayan ürünlerin alımını yaparım.	İDS A3*	2,97	1,456	-0,017	-1,333
Gereksinim duymasam da yeni kıyafetler alırım	İDS A4*	3,18	1,498	-0,198	-1,375
İçecek ve yiyecek ürünlerinden gereksinim duymadıklarımı da alırım.	İDS A5*	3,21	1,499	-0,177	-1,379
Yeniden Kullanılabilirlik	YK	3,61	,902	-0,177	-0,646
Lüzsüz tüketimin azaltımını sağlamak için, ikinci el eşya alırım. (T13)	YK01	3,06	1,371	-0,005	-1,151
Kâğıt yerine bezden üretilmiş peçete, havlu ve mendil kullanırım.	YK2	3,52	1,308	-0,481	-0,849
Cam, karton ve teneke benzeri ürünlerde ambalajlarını değerlendirerek bir	YK3	3,72	1,224	-0,628	-0,605

kez daha kullanırım.					
Kullanılan kâğıtları not tutmak gibi çalışmalarında tekrar değerlendiririm.	YK5	4,08	1,103	-1,093	0,458
Yenilerini yeğlemek yerine eskimiş ve hasarlı eşyaların onarımını yaparak kullanırım.	YK6	3,79	1,137	-0,630	-0,457
Gerektiğinde cüzi kullanılmış ürünleri kiralırım veya ödünç alarak kullanırım (bisiklet, kitap, araba gibi).	YK7	3,51	1,292	-0,414	-0,917
Tasaruf	T	4,09	,936	-0,849	-0,019
Enerji tasarrufunda bulunan beyaz eşyalar alırım.	T1	4,03	1,154	-1,078	0,347
Elektronik cihazlar alırken, ötekilerine nazaran oldukça az elektrik tüketenleri alırım	T2	4,03	1,154	-1,004	0,083
Elektronik ürünleri alacağımdaya, elektrik tüketimindeki oranları dikkate alırım.	T3	4,00	1,168	-0,942	-0,062
Evde tasarruflu ampuller kullanırım.	T5	4,29	1,000	-1,387	1,250
Sürdürülebilir Tüketim Davranışı	STD	3,64	0,641	-0,340	-0,141

(*) İhtiyaç dışı satın alma boyutunun ifadeleri ters kodlanmıştır.

4.4. Bağımsız Gruplar T Testi ve Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA)

“T testi, belli bir mevzuda anlamlı bir farkın olup olmadığını ölçmektedir. Tek yönlü varyans analizi, belli bir mevzuda ikiden çok grup arasındaki anlamlı bir farkın olup olmadığını ölçmektedir” (Özdemirci ve Saruhan, 2016:305-308). Gruplar arasında farklılık varsa, hangi grubun diğerinden farklı olduğunu saptamak için çoklu karşılaştırma (post-hoc) testi kullanılır (Karagöz, 2017: 200). Dolayısıyla ilkin varyansların eşit olup olmadığı test edilidir ve grupların homojen olması gerekir (Durmuş vd., 2016). Grupların eşit olduğu durumlarda kullanılacak **LDS** (Least Significant Difference) testi ise, karşılaştırılan grup ortalamaları arasındaki farkın istatistikî açıdan anlamlı bulunma ihtimali diğer post-hoc testlere göre yüksektir (İslamoğlu ve Alınçık, 2016: 326). **Games-Howell**, gruplar arası varyansın eşit olmaması durumunda kullanılan testlerden biridir (Kayri, 2009: 56). Bu test, diğerlerine göre en güçlü post-hoc testidir. Bu testin yapılabilmesi için, karşılaştırılan grupların varyanslarının birbirinden farklı olduğu hipotezini test eden levne testinde (İslamoğlu ve Alınçık, 2016: 322-326), F testinin alternatifini yerine kullanılan Brown-Forsythe ya da Welch testi, bu test çok güçlü olduğu için daha çok kullanılmaktadır (Sipahi vd., 2010: 133). Bu testlerin amacı; varyansların homojen olmadığı durumunu düzeltmeye ve büyük örneklemelerin etkisini azaltmaya çalışır.

Bağımsız örneklem t testi etki değeri (eta squared); $t^2 \div (t^2 + N_1 + N_2 - 2) =$ şeklinde hesaplanır. **Etki değeri**; aralarında farkın olmasını beklenen grupların arasındaki farkın büyüklüğünü belirten istatistikî bir değerdir. **Etki büyüklüğü**; bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde ne derece etkili olduğunu gösterir (Bahar ve Erten, 2021: 111). Tek yönlü Varyans analizinde, etki

büyüklüğü önemlidir ve etki büyüklüğü, eta-kare (η^2) olarak isimlendirilen bir ilişki kat sayısıdır. Bu sayı, Cohen (1988) tarafından ön görülen ölçütere göre alacağı; 0,01 değeri “küçük”, 0,06 değeri “orta” ve 0,14 değeri ise “büyük” etki olarak yorumlanmaktadır (Can, 2018: 157). **Eta kare;** bağımlı değişkendir varyansın ne kadarının bir bağımsız değişkenle açıklandığını yani, bir bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini göstermektedir.

Demografik özellikler ile davranışsal çevre bilinci ve sürdürülebilir tüketim davranışı değişkenlerinin farklılığı

incelenmiştir. Ana hipotezler ve alt hipotezlere dair araştırma sonuçları;

H₁: Demografik özellikler ile davranışsal çevre bilinci arasında istatistikî yönden farklılık anlamlıdır.

H₂: Demografik özellikler ile sürdürülebilir tüketim davranışı arasında istatistikî yönden farklılık anlamlıdır.

Cinsiyet ile davranışsal sürdürülebilir tüketim davranışı ve çevre bilinci arasındaki fark sonucu Tablo 8’de yer almaktadır.

Tablo 8. Cinsiyet ile Davranışsal Çevre Bilinci ve Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Arasındaki Fark Sonucu

Hipotez	Boyut	Cinsiyet	N	Ort	Std. Sapma	Levene p	t	p
H _{1a}	DÇB	Kadın	362	4,05	0,642	0,006	0,225	0,822
		Erkek	173	4,04	0,717			
H _{2a}	STD	Kadın	362	3,60	0,637	0,643	1,976	0,05
		Erkek	173	3,72	0,644			

Tablo 8 incelendiğinde; davranışsal çevre bilinci boyutunun p değeri 0,05’ten büyük olduğu görülmektedir ($p=0,822>0,05$). Bu nedenle “cinsiyet ile davranışsal çevre bilinci arasında istatistikî yönden farklılık anlamlıdır,” H_{1a} hipotezi reddedilmiştir. Kadınlar ve erkekler, davranışsal çevre bilincinde istatistikî yönden fark anlamlılık göstermemektedir. Sürdürülebilir tüketim davranışı boyutu; p değeri 0,05’ten küçük olmadığı görülmektedir.

Bu nedenle “cinsiyet ile sürdürülebilir tüketim davranışı arasında istatistikî yönden farklılık anlamlıdır,” H_{2a} hipotezi reddedilmiştir. Kadınlar ve erkekler, sürdürülebilir tüketim davranışında istatistikî açıdan anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Medeni durum ile davranışsal çevre bilinci ve sürdürülebilir tüketim davranışı arasındaki fark sonucu Tablo 9’ da gösterilmiştir.

Tablo 9. Medeni Durum ile Davranışsal Çevre Bilinci ve Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Arasında Fark Sonucu

Hipotez	Boyut	Medeni D.	N	Ort.	Std. Sapma	Levene p	Eta Kare	t	p
H _{1b}	DÇB	Bekar	400	3,93	0,673	0,000	0,15	-8,379	0,000
		Evli	135	4,40	0,510				
H _{2b}	STD	Bekar	400	3,52	0,622	0,63	0,101	7,731	0,000
		Evli	135	3,99	0,564				

Tablo 9 incelendiğinde; davranışsal çevre bilinci boyutunun p değeri 0,05’ten küçük olduğu görülmektedir ($p=0,000<0,05$). Bu nedenle “medeni durum ile davranışsal çevre bilinci arasında istatistikî yönden farklılık anlamlıdır,” H_{1b} hipotezi kabul edilmektedir. Bekâr kişiler ile evli kişiler, davranışsal çevre bilincinde istatistikî yönden fark anlamlı olduğu görülmektedir. Sürdürülebilir tüketim davranışı boyutu; p değeri 0,05’ten küçük olduğu görülmektedir ($p=0,000<0,05$). Bu nedenle “medeni durumu ile sürdürülebilir tüketim davranışı

arasında istatistikî yönden farklılık anlamlıdır,” H_{2b} hipotezi kabul edilmiştir. Bu farklılık her iki değişkende; evli kişilerin, bekârlara göre daha fazla olduğu gözlenmiştir. Medeni durumun, davranışsal çevre bilinci etkisi yüksek düzeydedir (0,151) ve sürdürülebilir tüketim davranışı etkisi orta düzeydedir (0,101).

Yaş ile davranışsal çevre bilinci ve sürdürülebilir tüketim davranışı arasındaki fark sonucu Tablo 10’da yer almaktadır.

Tablo 10. Yaş ile Davranışsal Çevre Bilinci ve Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Arasında Fark Sonucu

Hipotez	Boyut	Yaş	N	Ort.	Levene p	Welch p	Eta Kare	F	p
H_{1c}	DÇB	18 yaş altı	19	3,98	0,001	0,000	0,095	11,110	0,000
		18-24	345	3,92					
		25-34	82	4,24					
		35-44	52	4,31					
		45-54	28	4,54					
		55 yaş ve üstü	9	4,64					
Toplam	535	4,05							
H_{2c}	STD	18 yaş altı	19	3,72	0,024	0,000	0,126	15,270	0,000
		18-24	345	3,48					
		25-34	82	3,82					
		35-44	52	3,96					
		45-54	28	4,16					
		55 yaş ve üstü	9	4,27					
Toplam	535	3,64							

Tablo 10 incelendiğinde; davranışsal çevre bilinci boyutunun p değeri 0,05'ten küçüktür ($p=0,000<0,05$). Bu nedenle “yaş ile davranışsal çevre bilinci arasında istatistikî yönden farklılık anlamlıdır,” **H_{1c}** hipotezi kabul edilir. Sürdürülebilir tüketim davranışı boyutunun p değeri 0,05'ten küçüktür ($p=0,000<0,05$). Bu nedenle “yaş ile sürdürülebilir tüketim davranışı arasında istatistikî yönden farklılık anlamlıdır,” **H_{2c}** hipotezi onaylanmıştır. Yaşın, davranışsal çevre bilinci etkisi (0,095) ve sürdürülebilir tüketim davranışı etkisi (0,126) orta düzeydedir.

Yaş gruplarında hangilerinin gruplar arası farklılık gösterdiğini varyansların homojenliğine bakılmaktadır. Eğer Levene anlamlılık değeri 0,05'ten küçükse **Games-Howell** testine bakılır. Bu testten önce Welch testi anlamlılık değerine bakılır ve değer anlamlı ise, çoklu karşılaştırma testi olan (Levene testi: DÇB; $p=0,001<0,005$ STD; $p=0,024<0,05$) **Games-Howell** testi yapılır.

Davranışsal çevre bilinci ve sürdürülebilir tüketim davranışı ile yaş çoklu karşılaştırma testi Tablo 11'de gösterilmektedir.

Tablo 11. Davranışsal Çevre Bilinci ve Sürdürülebilir Tüketim Davranışı- Yaş Çoklu Karşılaştırma Testi

Games-Howell	Yaş	Ort Farkı	Std. Hata	p değeri	
DÇB	18 yaş altı	45-54	-0,560*	,153	0,009
		55 yaş ve üstü	-0,662*	,141	0,001
	18-24	25-34	-0,321*	,077	0,001
		35-44	-0,393*	,085	0,000
		45-54	-0,626*	,103	0,000
		55 yaş ve üstü	-0,728*	,086	0,000
	25-34	18-24	0,321*	,077	0,001
		55 yaş ve üstü	-0,407*	,104	0,008
	35-44	18-24	0,393*	,085	0,000
	45-54	18 yaş altı	0,560*	,153	0,009
		18-24	0,560*	,103	0,000
	55 yaş ve üstü	18 yaş altı	0,662*	,142	0,001
	18-24	0,728*	,086	0,000	
	25-34	0,407*	,104	0,008	
STD	18 yaş altı	55 yaş ve üstü	-0,545*	0,136	0,006
	18-24	25-34	-0,339*	,077	0,000
		35-44	-0,474*	,080	0,000
		45-54	-0,675*	,112	0,000
		55 yaş ve üstü	-0,785*	,092	0,000
	25-34	18-24	0,339*	,077	0,000
		55 yaş ve üstü	-0,446*	,110	0,006
	35-44	18-24	0,474*	,080	0,000
	45-54	18-24	0,675*	,112	0,000
	55 yaş ve üstü	18 yaş altı	0,545*	,136	0,006
		18-24	0,785*	,092	0,000
		25-34	0,446*	,110	0,006

* Ortalama farkı, anlamlılık değeri 0,05

Tablo 11'de yer alan davranışsal çevre bilinci ve sürdürülebilir tüketim davranışı değişkenlerinin, yaş gruplarına göre farklılığı incelenmiştir. Hem davranışsal çevre bilinci hem de sürdürülebilir tüketim davranışı değişkeninde, 55 yaş ve üzeri kişilerin diğer yaş gruplarına

ve özellikle de gençlere göre davranışsal çevre bilinci daha fazla olduğu ve en az davranışsal çevre bilincine sahip 18-24 yaş aralığındaki kişiler olduğu gözlenmiştir.

Eğitim durumu ile davranışsal çevre bilinci ve sürdürülebilir tüketim davranışı arasındaki fark sonucu

Tablo 12’de gösterilmektedir.

Tablo 12. Eğitim Durumu ile Davranışsal Çevre Bilinci ve Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Arasında Fark Sonucu

Hipotez	Boyut	Eğitim	N	Ort	Levene p	Welch p	Eta Kare	F	p
H_{1d}	DÇB	İlköğretim	30	4,21	0,375	-	0,018	2,496	0,042
		Lise	92	4,21					
		Önlisans	142	4,03					
		Lisans	257	3,98					
		Lisansüstü	14	4,09					
		Toplam	535	4,05					
H_{1a}	STD	İlköğretim	30	3,93	0,925	-	0,032	5,356	0,000
		Lise	92	3,83					
		Önlisans	142	3,62					
		Lisans	257	3,54					
		Lisansüstü	14	3,74					
		Toplam	535	3,64					

Tablo 12 incelendiğinde; davranışsal çevre bilinci boyutunun p değeri 0,05’ten küçüktür ($p=0,042<0,05$). Bu nedenle “eğitim durumu ile davranışsal çevre bilinci arasında istatistikî yönden farklılık anlamlıdır,” **H_{1d}** hipotezi onaylanmıştır. Sürdürülebilir tüketim davranışı p değeri 0,05’ten küçüktür ($p=0,000<0,05$). Bu nedenle “eğitim durumu ile sürdürülebilir tüketim davranışı arasında istatistikî yönden farklılık anlamlıdır,” **H_{2a}** hipotezi onaylanmıştır. Bu farkın gruplardan hangilerinin arasında

yer aldığını bulmak için çoklu karşılaştırma testine bakılır. Homojenlik testinde Levene p değeri; 0,05’ten büyük (DÇB: $p=0,38>0,05$ STD: $p=0,925>0,05$) olduğundan varyanslar homojendir, yani varyanslar eşit dağıldığı için **LDS** testi yapılır. Eğitim durumunun, davranışsal çevre bilinci (0,018) ve sürdürülebilir tüketim davranışı (0,032) etkisi ise düşük düzeydedir. Davranışsal çevre bilinci ve sürdürülebilir tüketim davranışı ile eğitim durumu çoklu karşılaştırma testi Tablo 13’te gösterilmiştir.

Tablo 13. Davranışsal Çevre Bilinci ve Sürdürülebilir Tüketim Davranışı – Eğitim Durumu Çoklu Karşılaştırma Testi

	LSD	Eğitim Durumu	Ortalama Farkı	Std. Hata	p değeri
DÇB	Lise	Önlisans	0,184*	,089	0,038
		Lisans	0,226*	,081	0,005
	Önlisans	Lise	-0,184*	,089	0,038
		Lise	-0,226*	,081	0,005
STD	İlköğretim	Önlisans	0,309*	,127	0,015
		Lisans	0,388*	,122	0,002
	Lise	Önlisans	0,210*	,084	0,013
		Lisans	0,289*	,077	0,000
	Önlisans	İlköğretim	0,309*	,127	0,015
		Lise	-0,210*	,084	0,013
	Lisans	İlköğretim	-0,388*	,122	0,002
		Lise	-0,289*	,077	0,000

(*) İhtiyaç dışı satın alma boyutunun ifadeleri ters kodlanmıştır.

Tablo 13’te yer alan davranışsal çevre bilinci ve sürdürülebilir tüketim davranışı değişkenlerinin, eğitim durumunun gruplarına göre farklılığı incelenmiştir. Davranışsal çevre bilinci değişkeni; eğitim seviyesi lise olan kişilerin, eğitim seviyesi önlisans %18 ve lisans olan kişilere göre %23 daha fazla davranışsal çevre bilincine

sahiptirler. Sürdürülebilir tüketim davranışı değişkeni; eğitim seviyesi lise ve ilköğretim olan kişilerin, eğitim seviyesi önlisans ve lisans olan kişilere göre daha fazla sürdürülebilir tüketim davranışına sahiptirler.

Meslek ile davranışsal çevre bilinci ve sürdürülebilir tüketim davranışı arasındaki fark sonucu Tablo 14’tedir.

Tablo 14. Meslek ile Davranışsal Çevre Bilinci ve Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Arasında Fark Sonucu

Hipotez	Boyut	Meslek	N	Ort.	Levene p	Welch p	Eta Kare	F	p
H _{1e}	DÇB	Öğrenci	336	3,91	0,043	0,000	0,088	8,515	0,000
		Ev Hanımı	47	4,33					
		Kamu Çalışanı	59	4,34					
		Özel Sektör Ç.	39	4,12					
		Serbest Meslek	16	4,38					
		Emekli	5	4,67					
		Diğer	33	4,25					
Toplam	535	4,05							
H _{2e}	STD	Öğrenci	336	3,48	0,331	-	0,116	11,502	0,000
		Ev Hanımı	47	3,96					
		Kamu Çalışanı	59	3,91					
		Özel Sektör Ç.	39	3,75					
		Serbest Meslek	16	3,91					
		Emekli	5	4,45					
		Diğer	33	3,93					
Toplam	535	3,64							

Tablo 14 incelendiğinde; davranışsal çevre bilinci boyutu p değeri 0,05'ten küçüktür ($p=0,000<0,05$). Bu nedenle “meslek ile davranışsal çevre bilinci arasında istatistikî yönden farklılık anlamlıdır,” H_{1e} hipotezi onaylanmıştır. Sürdürülebilir tüketim davranışı değişkeninin p değeri 0,05'ten küçüktür ($p=0,000<0,05$). Bu nedenle “meslek ile

sürdürülebilir tüketim davranışı arasında istatistikî yönden farklılık anlamlıdır,” H_{2e} hipotezi kabul edilmiştir. **Etki büyüklüğü**; meslek gruplarının, davranışsal çevre bilincinin etkisi orta düzeydedir (0,088) ve sürdürülebilir tüketim davranışının orta düzeyde (0,116) etkisi vardır. Meslek grupları arasında hangilerinin farklılık gösterdiğini bulmak için; davranışsal çevre bilinci ($p=0,043<0,05$) için

Games-Howell testi yapılır. Sürdürülebilir tüketim davranışı ($p=0,331>0,05$) için **LDS** testi yapılır.

Davranışsal çevre bilinci ve sürdürülebilir tüketim davranışı ile meslek çoklu karşılaştırma testi Tablo 15'te gösterilmiştir.

Tablo15. Davranışsal Çevre Bilinci ve Sürdürülebilir Tüketim Davranışı – Meslek Çoklu Karşılaştırma Testi

Games-Howell	Meslek	Ort. Farkı	Std. Hata	p değeri	
DÇB	Öğrenci	Ev Hanımı	-0,425*	,088	0,000
	Ev Hanımı	Kamu Çalışanı	-0,437*	,080	0,000
		Emekli	-0,765*	,1099	0,004
		Öğrenci	0,425*	,088	0,000
	Kamu Çalışanı	Öğrenci	0,437*	,080	0,000
		Emekli	-0,551*	,142	0,015
	Emekli	Öğrenci	0,765*	,099	0,004
	Özel Sektör Çalışanı	0,551*	,142	0,015	
LDS	Öğrenci	Ev Hanımı	-0,482*	,094	0,000
		Kamu Çalışanı	-0,427*	,086	0,000
		Özel Sektör Çalışanı	-0,274*	,103	0,008
		Serbest Meslek	-0,429*	,155	0,006
		Emekli	-0,970*	,273	0,000
		Diğer	-0,448*	,111	0,000
		Öğrenci	0,482*	,094	0,000
	Ev Hanımı	Öğrenci	0,427*	,086	0,000
		Özel Sektör Çalışanı	0,274*	,103	0,008
		Emekli	-0,482*	0,094	0,000
		Serbest Meslek	0,429*	,155	0,006
		Emekli	0,970*	,273	0,000
		Özel Sektör Çalışanı	0,696*	,288	0,016
		Diğer	0,448*	,111	0,000

* Ortalama farkı, anlamlılık değeri 0,05

Tablo 15'te bulunan davranışsal çevre bilinci ve sürdürülebilir tüketim davranışı değişkenlerinin, eğitim durumu gruplarına göre farklılığı incelenmiştir. Davranışsal çevre bilinci değişkeninde; emekli olan kişilerin, öğrencilere göre %77 ve özel sektör çalışanlarına göre %55 daha fazla çevre bilincine sahiptirler. Kamu çalışanları %44 ve ev hanımları %43, öğrencilere göre daha fazla çevre bilinçli olduğunu göstermektedirler. Sürdürülebilir tüketim davranışı değişkeninde; emekli olan

kişiler, öğrencilere göre %97 ve özel sektör çalışanlarına göre %70 daha fazla sürdürülebilir tüketim davranışında bulunmaktadır. Geriye kalan meslek gruplarında olan kişiler, öğrencilere göre daha fazla sürdürülebilir tüketim davranışında bulunmaktadır.

Gelir düzeyi ile davranışsal çevre bilinci ve sürdürülebilir tüketim davranışı arasındaki fark sonucu Tablo 16'da yer almaktadır.

Tablo 16. Gelir Düzeyi ile Davranışsal Çevre Bilinci ve Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Arasında Fark Sonucu

Hipotez	Boyut	Gelir Düzeyi	N	Ort.	Levene p	Welch p	Eta Kare	F	p
H_{1f}	DÇB	1000TL ve altı	226	3,96	0,728	-	0,065	7,385	0,000
		1001-3000 TL	92	3,87					
		3001-6000 TL	82	4,29					
		6001-9000 TL	52	4,32					
		9001-12000 TL	26	4,29					
		12001 TL ve üzeri	1	4,14					
		Toplam	535	4,05					
H_{2f}	STD	1000TL ve altı	266	3,56	0,181	-	0,056	6,220	0,000
		1001-3000 TL	92	3,47					
		3001-6000 TL	82	3,85					
		6001-9000 TL	52	3,86					
		9001-12000 TL	26	3,86					
		12001 TL ve üzeri	17	3,74					
		Toplam	535	3,64					

Tablo 16 incelendiğinde; davranışsal çevre bilinci boyutunun p değeri 0,05'ten küçüktür ($p=0,000<0,05$). Bu nedenle "gelir düzeyi ile davranışsal çevre bilinci arasında istatistikî yönden farklılık anlamlıdır," **H_{1f}** hipotezi kabul edilmiştir. Sürdürülebilir tüketim davranışı değişkeni p değeri 0,05'ten küçüktür ($p=0,000<0,05$). Bu nedenle, "gelir düzeyi ile sürdürülebilir tüketim davranışı arasında istatistikî yönden farklılık anlamlıdır," **H_{2f}** hipotezi onaylanmıştır. Bu farkın, özellikle de gruplardan hangilerinin arasında yer aldığı daha ayrıntılı bilgiye sahip olmak için çoklu karşılaştırma (post-hoc) testine

bakılır. Varyanslar eşit dağılmışsa yani, Levene testinin anlamlılık değeri 0,05'ten büyükse (DÇB: $p=0,759>0,05$ STD: $p=0,181>0,05$) **LDS** testi yapılır. **Etki büyüklüğü**; gelirin, davranışsal çevre bilincine (0,065) ve sürdürülebilir tüketim davranışına (0,056) etkisi orta düzeydedir.

Davranışsal çevre bilinci ve sürdürülebilir tüketim davranışı ile gelir düzeyi çoklu karşılaştırma testi Tablo 17'de gösterilmiştir.

Tablo 17. Davranışsal Çevre Bilinci ve Sürdürülebilir Tüketim Davranışı - Gelir Düzeyi Çoklu Karşılaştırma Testi

	LDS	Gelir	Ort. Farkı	Std. Hata	p değeri
DÇB	1000TL ve altı	3.001-6.000TL	-0,333*	0,082	0,000
		6.001-9.000TL	-0,365*	0,098	0,000
		9.001-12.000TL	-0,333*	0,133	0,013
	1001-3000 TL	3001-6000 TL	-0,420*	0,098	0,000
		6001-9000 TL	-0,452*	0,112	0,000
		9001-12000 TL	-0,419*	0,144	0,004
	3001-6000 TL	1000TL ve altı	0,333*	0,082	0,000
		1001-3000 TL	0,420*	0,098	0,000
	6001-9000 TL	1000TL ve altı	0,365*	0,098	0,000
		1001-3000 TL	0,452*	0,112	0,000
	9001-12000 TL	1000TL ve altı	0,333*	0,133	0,013
		1001-3000 TL	0,419*	0,144	0,004
STD	1000TL ve altı	3.001-6.000 TL	-0,293*	0,079	0,000
		6.001-9.000 TL	-0,301*	0,095	0,002
		9.001-12.000 TL	-0,296*	0,129	0,022
	1001-3000 TL	3001-6000TL	-0,389*	0,095	0,000
		6001-9000TL	-0,397*	0,109	0,000
		9001-12000TL	-0,392*	0,139	0,005
	3001-6000 TL	1000TL ve altı	0,293*	0,079	0,000
		1001-3000 TL	0,389*	0,095	0,000
	6001-9000 TL	1000TL ve altı	0,301*	0,095	0,002
		1001-3000 TL	0,397*	0,109	0,000

	9001-12000 TL	1000TL ve altı 1001-3000 TL	0,296* 0,392*	0,129 0,139	0,022 0,005
--	---------------	--------------------------------	------------------	----------------	----------------

* Ortalama farkı, anlamlılık değeri 0,05

Tablo 17’de yer alan davranışsal çevre bilinci ve sürdürülebilir tüketim davranışı değişkenlerinin, gelir gruplarına göre farklılığı incelenmiştir. Davranışsal çevre bilinci değişkeninde; 3001-12000 TL aralığındaki gelir gruplarının, 1000 TL ve altı ile 1001-3000 TL gelir grubuna haiz kişilerden daha fazla çevre bilincine sahiptirler. Sürdürülebilir tüketim davranışı değişkeni; 3001-12000 TL aralığındaki gelir gruplarının, 1000 TL ve altı ile 1001-3000 TL gelir grubuna haiz kişilerden daha fazla sürdürülebilir tüketim davranışına sahiptirler. Gelir seviyesi oldukça çok olan bireylerin, geliri daha az olan bireylere nazaran daha sürdürülebilir tüketim davranışı sergilemektedirler. Alım gücü, sürdürülebilir tüketim davranışını etkilemektedir. Yapılan fark analizi ile ilgili hipotez sonuçları Tablo 18’de gösterilmiştir.

Tablo 18. Fark Analizi ile İlgili Hipotez Sonuçları

Hipotezler	✓ (Kabul)	X (Ret)
H ₁	✓	
H _{1a}		X
H _{1b}	✓	
H _{1c}	✓	
H _{1d}	✓	
H _{1e}	✓	
H _{1f}	✓	
H ₂	✓	
H _{2a}		X
H _{2b}	✓	
H _{2c}	✓	
H _{2d}	✓	
H _{2e}	✓	
H _{2f}	✓	

Bu sonuçlara göre; “demografik özellikleri ile davranışsal çevre bilinci arasında istatistikî yönden bir farklılık anlamlıdır.” H₁ ana hipotezi onaylanmıştır. Demografik özellikler ile sürdürülebilir tüketim davranışı arasında istatistikî yönden farklılık anlamlıdır.” H₂ ana hipotezi kabul edilmiştir. H_{1a} ve H_{2a} alt hipotezleri hariç, diğer alt hipotezleri kabul edilmiştir. Demografik özelliklerden cinsiyet değişkeni hem davranışsal çevre bilincinde hem de sürdürülebilir tüketim davranışında farklılaşmamaktadır.

4.5. Korelasyon Analizi

Korelasyon analizi, iki metrik (metre ya da metreyi temel alan ölçülerle ilgili) değişken arasındaki ilişkinin belirlenmesinde kullanılır. Analiz sonunda korelasyon katsayısı hesaplanarak -1 ile +1 arasında bir değer alır. Korelasyon katsayısı “r” ile gösterilir. Katsayı işareti negatifse, iki değişken arasında ters yönlü bir ilişki vardır. Bu nedenle bir değişkenin değeri artarken, bir diğeri azalmaktadır. Katsayının işareti pozitifse, iki değişken arasında aynı yönlü ilişki söz konusudur. Bu sebeple bir değişkenin değeri artarken, bir diğeri de artmaktadır. Bu kat sayı 1’e yaklaştıkça iki değişkenin arasında ilişki gücü artar. Başka bir ifade ile (Alınacak ve İslamoğlu, 2016);

±0,1 ve ±0,3 arasında korelasyon negatif/pozitif yönlü zayıf ilişki,

±0,3 ve ±0,5 arasında korelasyon negatif/pozitif yönlü orta kuvvette ilişki,

±0,5 ve ±0,8 arasında korelasyon negatif/pozitif güçlü ilişki,

±0,8’den daha büyük korelasyon negatif/pozitif yönlü, çok güçlü ilişki vardır.

Bağlantı katsayısı, standart sapma vb. uç değerlerden etkilenmektedir. Sürekli değişkenlerin doğrusal ilişki derecesinde, iki değişkende normal dağılıma sahipse “parametrik” bir metot olan “pearson” bağlantı katsayısıyla belirlenmektedir (Kılıç, 2012: 192). Her iki değişken (davranışsal çevre bilinci ve sürdürülebilir tüketim davranışı) normal dağılım gösterdiği için, parametrik test olan pearson korelasyon ile analiz edilmiştir. Basit korelasyon; iki değişken arasındaki ilişkiyi araştırır. İki değişken arasındaki ilişkinin yönünü ve derecesini belirlenmesini sağlar. Çok yönlü korelasyon analizi ise, ikiden fazla değişkenler arasındaki ilişkilerin araştırılmasıdır (Gürbüz ve Şahin, 2017: 261-263). Araştırma, hem basit korelasyon hem de çok yönlü korelasyon ile yapılmıştır. Korelasyon analizinde etki büyüklüğü, r değeri; 0,10 “küçük”, 0,30 “orta” ve 0,50 ise “büyük” etkidir (Karagöz, 2017: 58).

Korelasyonla ilgili araştırma; davranışsal çevre bilinci ile sürdürülebilir tüketim davranışı arasındaki ilişkiyi incelemektir. Ayrıca, sürdürülebilir tüketim davranışının alt boyutları arasındaki ilişkiyi araştırmaktır. Korelasyonla ilgili hipotez ve alt hipotezlere dair istatistikler:

H₃: Davranışsal çevre bilinci ile sürdürülebilir tüketim davranışı arasında istatistikî yönden ilişki anlamlıdır.

Sürdürülebilir tüketim davranışı ile davranışsal çevre bilincinin korelasyon analizi Tablo 19’da gösterilmiştir.

Tablo 19. Davranışsal Çevre Bilinci ile Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Korelasyon Analizi

	DÇB	STD
DÇB	Pearson Korelasyon	1
	Sig. (2-yönlü)	,757**
S TD	Pearson Korelasyon	1

*(p<0.05) ** (p<0.01)

Tablo 19’da belirtilen analiz sonuçlarına göre; davranışsal çevre bilinci ile sürdürülebilir tüketim davranışı arasında istatistikî yönden pozitif, güçlü derecede, ilişki anlamlıdır. (p=0,000<0,01 ve r= 0,757). Bu nedenle H₃ hipotezi kabul edilmiştir. Ayrıca, r= 0,757 değerinde olduğu için etkisi büyüktür.

Davranışsal çevre bilinci ile sürdürülebilir tüketim davranışının alt boyutları arasındaki ilişkiler Tablo 20’de yer almaktadır.

Tablo 20. Davranışsal Çevre Bilinci ile Sürdürülebilir Tüketim Davranışının Alt Boyutları Arasındaki İlişkiler

Korelasyon	DÇB	ÇD	İDSA	T	YK
DÇB Pearson	1				

ÇD	Pearson Sig. (2yönlü)	0,793** 0,000	1			
İDSA	Pearson Sig. (2yönlü)	-0,076 0,081	-0,221** 0,000	1		
T	Pearson Sig. (2yönlü)	0,583** 0,000	0,580** 0,000	0,029 0,500	1	
YK	Pearson Sig. (2yönlü)	0,556** 0,000	0,659** 0,000	-0,284** 0,000	0,466** 0,000	1

*(p<0.05) **(p<0.01)

H_{3a}: “Davranışsal çevre bilinci ile çevre duyarlılığı arasında istatistikî yönden ilişki anlamlıdır.” bu ilişki, istatistikî yönden pozitif, güçlü derecede ilişki anlamlıdır. ($p=0,000<0,01$ ve $r=0,793$). Bu nedenle **H_{3a}** hipotezi onaylanmıştır. Ayrıca, davranışsal çevre bilinci ile çevre duyarlılığı arasında en yüksek ilişki vardır. Yani, davranışsal çevre bilinci ile sürdürülebilir tüketim davranışının boyutu olan çevre duyarlılığı arasında en yüksek korelasyon katsayısına sahiptir. ($r= 0,757$ ve $r= 0,793$).

H_{3b}: “Davranışsal çevre bilinci ile ihtiyaç dışı satın alma arasında istatistikî yönden ilişki anlamlıdır.” bu ilişki, istatistikî yönden negatif, derecesi zayıf bir ilişki görünse de bu ilişki anlamlı değildir. p (anlamlılık) değeri 0,01’den büyük çıkmıştır ($p=0,081>0,01$ ve $r= -0,076$). Bu nedenle **H_{3b}** hipotezi kabul edilmemiştir.

H_{3c}: “Davranışsal çevre bilinci ile tasarruf arasında istatistikî yönden ilişki anlamlıdır.” bu ilişki arasında istatistikî yönden pozitif, derecesi güçlü, ilişkisi anlamlıdır. ($p=0,000<0,01$ ve $r=0,583$). Bu nedenle **H_{3c}** hipotezi kabul edilmiştir.

H_{3d}: “Davranışsal çevre bilinci ile yeniden kullanılabilirlik arasında istatistikî yönden ilişki anlamlıdır.” bu ilişki arasında istatistikî yönden pozitif, derecesi güçlü, ilişkisi anlamlıdır. ($p=0,000<0,01$ ve $r= 0,556$). Bu nedenle **H_{3d}** hipotezi kabul edilmiştir.

H₄: Sürdürülebilir tüketim davranışı boyutları arasında istatistikî yönden ilişki anlamlıdır.

Sürdürülebilir tüketim davranışının boyutları arasındaki ilişki Tablo 21’de gösterilmiştir.

Tablo 21. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Boyutları Arasındaki İlişki

	Korelasyon	ÇD	İDSA	T	YK
ÇD	Pearson Sig. (2yön)	1	-,221** ,000	,580** ,000	,659** ,000
İDSA	Pearson Sig. (2yön)		1	,029 ,500	-,284** ,000
T	Pearson Sig. (2-yön)			1	,466** ,000
YK	Pearson Sig. (2yön)				1

*(p< 0.05) **(p<0.01)

H_{4a}: “Çevre duyarlılığı ile ihtiyaç dışı satın alma arasında istatistikî yönden ilişki anlamlıdır.” bu ilişki istatistikî yönden negatif, derecesi zayıf, ilişkisi anlamlıdır. ($p=0,000<0,01$ ve $r= -0,221$). Bu nedenle **H_{4a}** hipotezi kabul edilmiştir.

H_{4b}: “Çevre duyarlılığı ile tasarruf arasında istatistikî yönden ilişki anlamlıdır.” bu ilişki istatistikî yönden pozitif, derecesi güçlü, ilişkisi anlamlıdır. ($p=0,000<0,01$ ve $r= 0,580$). Bu nedenle **H_{4b}** hipotezi kabul edilmiştir.

H_{4c}: “Çevre duyarlılığı ile yeniden kullanılabilirlik arasında istatistikî yönden ilişki anlamlıdır.” bu ilişki istatistikî yönden pozitif, derecesi güçlü, ilişkisi anlamlıdır. ($p=0,000<0,01$ ve $r= 0,659$). Bu nedenle **H_{4c}** hipotezi kabul edilmiştir. Ayrıca, en yüksek ilişki bu iki değişken arasındadır.

H_{4d}: “İhtiyaç dışı satın alma ile tasarruf arasında istatistikî yönden ilişki anlamlıdır.” bu hipotez anlamlı değildir. p (anlamlılık) değeri 0,01’den büyük çıkmıştır ($p=0,500>0,01$ ve $r= 0,029$). Bu nedenle istatistikî yönden ilişki anlamlı değildir. **H_{4d}** hipotezi kabul edilmemiştir.

H_{4e}: “İhtiyaç dışı satın alma ile yeniden kullanılabilirlik arasında istatistikî yönden ilişki anlamlıdır.” bu ilişki istatistikî yönden negatif, derecesi zayıf, ilişkisi anlamlıdır. ($p=0,000<0,01$ ve $r= -0,284$). Bu nedenle **H_{4e}** hipotezi kabul edilmiştir.

H_{4f}: “Tasarruf ile yeniden kullanılabilirlik arasında istatistikî yönden ilişki anlamlıdır.” bu ilişki istatistikî yönden pozitif, orta derecede, ilişki anlamlıdır ($p=0,000<0,01$ ve $r= 0,466$). Bu nedenle **H_{4f}** hipotezi kabul edilmiştir.

Korelasyon analizi ile ilgili hipotez sonuçlarının yer aldığı Tablo 22 bulunmaktadır.

Tablo 22. Korelasyon Analizi ile İlgili Hipotez Sonuçları

Hipotezler	✓ (Kabul)	X (Ret)
H₃	✓	
H_{3a}	✓	
H_{3b}		X
H_{3c}	✓	
H_{3d}	✓	
H₄	✓	
H_{4a}	✓	
H_{4b}	✓	
H_{4c}	✓	
H_{4d}		X
H_{4e}	✓	
H_{4f}	✓	

Araştırma sonucuna göre; “davranışsal çevre bilinci ile sürdürülebilir tüketim davranışı arasında istatistikî yönden ilişki anlamlıdır,” **H₃** ana hipotezi onaylanmıştır. “Davranışsal çevre bilinci ile ihtiyaç dışı satın alma arasında istatistikî yönden ilişki anlamlıdır,” **H_{3b}** alt hipotezi kabul edilmemiştir ve diğer alt hipotezlerde ilişki bulunmuştur. Araştırma sonucunda; “sürdürülebilir tüketim davranışı boyutları arasında istatistikî yönden ilişki anlamlıdır,” **H₄** hipotezi onaylanmıştır. “İhtiyaç dışı satın alma ile tasarruf arasında istatistikî yönden ilişki anlamlıdır.” **H_{4a}** alt hipotezi onaylanmamıştır ve diğer alt hipotezlerde ilişki saptanmıştır.

4.6. Regresyon Analizi

Bir değişkenin diğer bir değişken üzerindeki etkisinin analiz edilmesine basit regresyon analiz denilmektedir

(Saruhan ve Özdemirci, 2016: 254-256). Regresyon analizi yapabilmek için gerekli ön koşullar: Bağımlı değişken, eşit aralıklı veya oranlı ölçme düzeyinde ve sürekli değişken olmalıdır. Ayrıca, analize dahil olan değişkenler, normal dağılım (normallik) göstermelidir ve değişkenlerin arasında doğrusal ilişkinin (doğrusallık) olması gerekir (İslamoğlu ve Alınacı, 2016; 363). Çalışma, regresyon analizi için uygulanması gerekli ön şartları sağladığı için parametrik test olan basit doğrusal regresyon analizi ile yapılmıştır.

R; bağımsız ve bağımlı değişkenlerin arasındaki (çoklu) ilişki durumudur. R^2 ise bağımlı değişkenler üzerinde gerçekleşen değişimin “ne” kadarını bağımsız değişkenler aracılığıyla açıklandığını göstermektedir (Gürbüz ve Şahin, 2017: 268). Durbin Watson; otokorelasyon olup olmadığını belirler. “1,5” ile “2,5” arasında olması, bu değer otokorelasyon olmadığını gösterir (Karagöz, 2017: 380). Beta, çoklu regresyon analizinde bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini gösterir VIF ve tolerans (T), bağımsız değişkenler arasındaki çoklu bağlantıya işaret eder. VIF değeri, “10”dan küçük ve tolerans değeri, “0,2”den büyük olduğunda değişkenler arasında çoklu bağlantı sorunun olmadığını gösterir (Gürbüz ve Şahin, 2017: 269-275). Ayrıca, çoklu bağlantı

sorunu olup olmadığını, bağımsız değişkenlere ait beta (β) katsayılarını karşılayan önem seviyesi değerlerin, anlamlılıklarının denetlenmesi ile bulunabilir (Alkaya vd., 2016: 129). Regresyon tablolarının her birinde, β katsayısı 0,05’ten büyük olduğu için, çoklu bağlantı sorunu olmadığı gözlenmiştir. Regresyon analizinde etki büyüklüğü, R^2 değeri; 0,02 “küçük,” 0,13 “orta” ve 0,26 ise “büyük” etkidir (Karagöz, 2017: 58).

Sürdürülebilir tüketim davranışının, alt boyutları dört tane olup, hepsine regresyon analizi uygulanmıştır. Bu nedenle “**H₅**: Davranışsal çevre bilinci, sürdürülebilir tüketim davranışına etki etmektedir” ana hipotezi en son olarak incelenmiştir.

Anlamlılık değeri; 0,01 ve 0,05’ten küçük ($p=0,000$) olduğundan dolayı, ilişki ve etki analizinde p değerleri anlamlıdır.

H_{5a}: Davranışsal çevre bilinci, çevre duyarlılığına etki etmektedir.

Davranışsal çevre bilincinin, çevre duyarlılığı üzerinde etkisi Tablo 23’te gösterilmiştir.

Tablo 23. Davranışsal Çevre Bilincinin, Çevre Duyarlılığına Etkisi

Form	Standart Olmayan Katsayılar		Standart Kat Sayılar	t	p	Korelasyon Kısmî	Eşdoğrusallık	
	B	Std. Hata	Beta				T	VIF
(Sabit)	-1,054	0,158		-6,683	0,000			
DÇB	1,155	0,038	0,793	30,060	0,000	0,793	1000	1000

Bağımlı Değişken (a): Çevre Duyarlılığı
R: 0,793^a R²: 0,629 ΔR²: 0,628 F: 903,627 p: 0,000^b Durbin-Watson: 1,977

F’nin anlamlılık düzeyi olan p değerinin 0,05’ten küçük olması modelde geliştirilen hipotezlerin kabul edilmesi açısından önemlidir. Sürdürülebilir tüketim davranışının alt boyutu olan çevre duyarlılığı boyutunun anlamlılık değeri ($F=903,627$; $p=0,000<0,05$), yani “davranışsal çevre bilinci, çevre duyarlılığına etki etmektedir.” **H_{5a}** hipotezi onaylanmıştır.

Davranışsal çevre bilinciyle çevre duyarlılığı arasında pozitif ve ilişkisi ($R=0,793$) güçlüdür ($t=30,060$; $p=0,000<0,05$). Davranışsal çevre bilinci, çevre duyarlılığını %62,9 açıklamaktadır. Yani, çevre duyarlılığındaki değişimin %62,9’unu ($R^2=0,629$)

davranışsal çevre bilinci tarafından açıklandığı bulunmuştur. Geriye kalan %37,5’lik etki, davranışsal çevre bilinci dışındaki başka bağımsız nedenlerden kaynaklanmaktadır. Davranışsal çevre bilincindeki 1 birimlik artış (değişim), çevre duyarlılığında 1,155 artışa (aynı yönlü değişime) neden olmuştur. Etki büyüklüğü ise (pr^2); β (79), t (533) = 30,060 $p=0,000<0,05$ $pr^2=0,63$ ’tür.

H_{5b}: Davranışsal çevre bilinci, ihtiyaç dışı satın almaya etki etmektedir.

Davranışsal çevre bilincinin, ihtiyaç dışı satın alma üzerindeki etkisi Tablo 24’te gösterilmektedir.

Tablo 24. Davranışsal Çevre Bilincinin İhtiyaç Dışı Satın Alma Etkisi

Form	Standart Olmayan Katsayılar		Standart Kat Sayılar	t	p	Korelasyon Kısmî	Eşdoğrusallık	
	B	Std. Hata	Beta				T	VIF
(Sabit)	3,919	0,336		11,666	0,000			
DÇB	-0,143	0,082	-0,076	-1,750	0,081	-0,076	1000	1000

Bağımlı Değişken (a): İhtiyaç Dışı Satın Alma
R: 0,076^a R²: 0,006 ΔR²: 0,004 F: 3,061 p: 0,081^b Durbin-Watson: 1,800

F’nin anlamlılık düzeyi olan p değerinin 0,05’ten küçük olması modelde geliştirilen hipotezlerin kabul edilmesi açısından önemlidir. Sürdürülebilir tüketim davranışının alt boyutu olan ihtiyaç dışı satın alma boyutunun

anlamlılık değeri ($F=3,061$; $p=0,081>0,05$), anlamlı çıkmamıştır. “Davranışsal çevre bilinci, ihtiyaç dışı satın almaya etki etmektedir.” H_{5b} hipotezi kabul edilmemiştir. Anlamlı çıkmamasından dolayı modelden çıkarılabilir lakin diğer değişkenler arasındaki ilişkisi göz önünde bulundurulduğundan, değişken modelden çıkarılmamıştır.

Tablo 25. Davranışsal Çevre Bilincinin Tasarruf Etkisi

Form	Standart Olmayan Katsayılar		Standart Kat Sayılar Beta	t	p	Korelasyon Kısmî	Eşdoğrusallık	
	B	Std. Hata					T	VIF
(Sabit)	0,772	0,203		3,808	0,000			
DÇB	0,818	0,049	0,583	16,561	0,000	0,583	1000	1000

Bağımlı Değişken (a): **Tasarruf**
R: 0,583^a R²: 0,340 ΔR²: 0,339 F: 274,281 p: 0,000^b Durbin-Watson: 1,918

F'nin anlamlılık düzeyi olan p değerinin 0,05'ten küçük olması modelde geliştirilen hipotezlerin kabul edilmesi açısından önemlidir. Sürdürülebilir tüketim davranışının alt boyutu olan tasarruf boyutunun anlamlılık değeri ($F=274,281$; $p=0,000<0,05$), yani “davranışsal çevre bilinci, tasarrufa etki etmektedir.” H_{5c} hipotezi onaylanmıştır.

Tasarruf boyutundaki varyansın %34'ünü ($R^2=34$) davranışsal çevre bilinci tarafından açıkladığı bulunmuştur. Buna göre davranışsal çevre bilinci, tasarrufu olumlu ve anlamlı olarak açıklamaktadır. Davranışsal çevre bilinci ile tasarruf arasında pozitif ve ilişki ($R=0,583$) güçlüdür ($t=16,561$; $p=0,000<0,05$). Davranışsal çevre bilinci, tasarrufu %34 açıklamaktadır.

H_{5c} : Davranışsal çevre bilinci, tasarrufa etki etmektedir.

Davranışsal çevre bilincinin, tasarruf üzerinde etkisi Tablo 25'te gösterilmiştir.

Yani, tasarruftaki değişimin %34'ünü ($R^2=0,340$) davranışsal çevre bilinci tarafından açıklandığı bulunmuştur. Geriye kalan %66'lık etki, davranışsal çevre bilinci dışındaki başka nedenlerden kaynaklanmaktadır. Davranışsal çevre bilincindeki 1 birimlik artış (değişim), tasarrufta 0,818 artışa (aynı yönlü değişime) neden olmuştur. Etki büyüklüğü ise (pr^2); β (58), t (533) = 16,561 $p=0,000<0,05$ $pr^2=0,34$ 'tür.

H_{5d} : Davranışsal çevre bilinci, yeniden kullanılabilirliğe etki etmektedir.

Davranışsal çevre bilincinin, yeniden kullanılabilirlik üzerinde etkisi Tablo 26'da gösterilmiştir.

Tablo 26. Davranışsal Çevre Bilincinin Yeniden Kullanılabilirlik Etkisi

Form	Standart Olmayan Katsayılar		Standart Kat Sayılar Beta	t	p	Korelasyon Kısmî	Eşdoğrusallık	
	B	Std. Hata					T	VIF
(Sabit)	0,569	0,200		2,848	0,005			
DÇB	0,751	0,049	0,556	15,427	0,000	0,556	1000	1000

Bağımlı Değişken (a): **Yeniden Kullanılabilirlik**
R: 0,556^a R²: 0,309 ΔR²: 0,339 F: 237,997 p: 0,000^b Durbin-Watson: 1,981

F'nin anlamlılık düzeyi olan p değerinin 0,05'ten küçük olması modelde geliştirilen hipotezlerin kabul edilmesi açısından önemlidir. Sürdürülebilir tüketim davranışının alt boyutu olan yeniden kullanılabilirlik boyutunun anlamlılık değeri ($F=237,997$; $p=0,000<0,05$) yani, “davranışsal çevre bilinci, yeniden kullanılabilirliğe etki etmektedir.” H_{5a} hipotezi onaylanmıştır.

Yeniden kullanılabilirlikteki değişimin %31'ini ($R^2=31$) davranışsal çevre bilinci tarafından açıkladığı bulunmuştur. Buna göre davranışsal çevre bilinci, yeniden kullanılabilirliği olumlu ve anlamlı olarak açıklamaktadır. Davranışsal çevre bilinciyle yeniden kullanılabilirlik arasında pozitif ve ilişkisi ($R=0,556$) güçlüdür ($t=15,427$; $p=0,000<0,05$). Davranışsal çevre bilinci, yeniden kullanılabilirliği %30,9 açıklamaktadır. Yani, yeniden kullanılabilirlikteki değişimin %30,9'u ($R^2=0,309$) davranışsal çevre bilinci tarafından açıklandığı bulunmuştur. Geriye kalan %69,1'lik etki, davranışsal çevre bilinci dışındaki başka nedenlerden kaynaklanmaktadır. Davranışsal çevre bilincindeki 1 birimlik artış (değişim), yeniden kullanılabilirlikte 0,751 artışa (aynı yönlü değişime) neden olmuştur. Etki

büyüküğü ise (pr^2); β (56), t (533) = 15,427 $p=0,000<0,05$ $pr^2=0,31$ 'dir.

H_5 : Davranışsal çevre bilinci, sürdürülebilir tüketim davranışına etki etmektedir.

Davranışsal çevre bilincinin sürdürülebilir tüketim davranışına etkisi (Tablo 27, 28 ve 29) incelenmiştir. Çoklu bağlantı sorunu, VIF ve tolerans değerleri incelenmiştir ve ayrıca otokorelasyon, Durbin-Watson değerine bakılmıştır ve her iki sorunun olmadığı gözlenmiştir. Ayrıca, davranışsal çevre bilinci ile sürdürülebilir tüketim davranışı (4 boyut iken) arasındaki ilişki ($R=0,757$) ve modelden “ihtiyaç dışı satın alma” alt boyutunun çıkarılması ile davranışsal çevre bilinci 3 boyut iken ilişki ($R=0,784$) bulunmuştur. Her iki ilişki farkı; “0,027”lik bir artış olsa da ilişki durumunu etkilememiştir. Davranışsal çevre bilinciyle sürdürülebilir tüketim davranışı arasında pozitif ve güçlü bir ilişki bulunmuştur.

Davranışsal çevre bilinci ile sürdürülebilir tüketim davranışı regresyon modeli özeti Tablo 27'de gösterilmiştir.

Tablo 27. Davranışsal Çevre Bilinci ve Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Regresyon Modeli Özeti

Model	R	R Kare (R ²)	Düzeltilmiş R ² (ΔR ²)	Tahmini Standart Hata	Durbin-Watson
1	0,757 ^a	0,574	0,573	0,436	1,978

Bağımsız Değişken: **Davranışsal Çevre Bilinci**

Tablo 27’de belirtilen, sürdürülebilir tüketim davranışı ve davranışsal çevre bilinci arasında pozitif ve ilişki ($R=0,757$) güçlüdür ($t=26,782$; $p=0,000<0,05$). Davranışsal çevre bilincinin sürdürülebilir tüketim davranışını %61,5 açıklamaktadır. Yani, sürdürülebilir tüketim davranışındaki (bağımlı değişkendeki) değişimin %57,4’ü ($R^2=0,57$) davranışsal çevre bilinci (bağımsız değişken) tarafından açıklandığı bulunmuştur. Buna göre

davranışsal çevre bilinci, sürdürülebilir tüketim davranışını olumlu ve anlamlı olarak açıklamaktadır. Geriye kalan %42,6’lık etki, davranışsal çevre bilinci dışındaki (modele dahil edilmeyen) başka bağımsız değişkenler nedeniyle kaynaklanmaktadır.

Varyans analizi ANOVA Tablo 28’de yer almaktadır.

Tablo 28. Varyans Analiz Tablosu ANOVA^a

Form	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık (p)
1	136,238	1	136,238	717,285	0,000 ^b
	101,236	533	0,190		
	237,474	534			

a. Bağımlı Değişken: **Sürdürülebilir Tüketim Davranışı**b. Bağımsız Değişken: **Davranışsal Çevre Bilinci**

Tablo 28’de, anova tablosunda; F değeri ne kadar büyükse, modelin o derece “anlamlı” bir katkı yapacağı söylenebilir (İslamoğlu ve Alınacak, 2016: 367). Bu nedenle, F testi, regresyon modelinin anlamlı olup olmadığını gösterir. F’nin anlamlılık düzeyi olan p değerinin 0,05’ten küçük olması modelde geliştirilen hipotezlerin kabul edilmesi

açısından önemlidir. ($F=717,285$; $p=0,000<0,05$). Model, “davranışsal çevre bilinci, sürdürülebilir tüketim davranışına etki etmektedir.” H_5 hipotezi onaylanmıştır.

Davranışsal çevre bilinci ile sürdürülebilir tüketim davranışı regresyon modelinin katsayıları Tablo 29’da gösterilmiştir.

Tablo 29. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı ile Davranışsal Çevre Bilinci Regresyon Modelinin Katsayıları

Form	Standart Olmayan Kat Sayılar		Standart Kat Sayılar	t	p değeri	Korelasyon Kısmi	Eş Doğrusallık İstatistikleri	
	B	Std. Hata	Beta (β)				Tolerans	VIF
(Sabit)	1,181	0,109		10,856	0,000			
1 DÇB	0,788	0,029	0,757	26,782	0,000	0,757	1,000	1,000

Bağımlı Değişken: **Sürdürülebilir Tüketim Davranışı**

Tablo 29’da belirtilen etki büyüklüğü ise (pr^2); β (76), t (533) = 26,782 $p=0,000<0,05$ $pr^2=0,57$ ’dir. Davranışsal çevre bilincindeki 1 birimlik artış, sürdürülebilir tüketim davranışında 0,788 artışa neden olmuştur.

Regresyon analizi ile ilgili hipotez sonuçları Tablo 30’da gösterilmiştir.

Tablo 30. Regresyon Analizi ile İlgili Hipotez Sonuçları

Hipotezler	Kabul	Ret
H_5	Kabul	
H_{5a}	Kabul	
H_{5b}		Ret
H_{5c}	Kabul	
H_{5d}	Kabul	

Araştırma sonucuna göre; “davranışsal çevre bilinci, sürdürülebilir tüketim davranışına etki etmektedir,” H_5 ana hipotezi onaylanmıştır. “Davranışsal çevre bilinci ihtiyaç dışı satın almaya etki etmektedir.” H_{5b} alt hipotezi kabul edilmemiştir ve diğer alt hipotezler kabul edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmanın demografik yapısı incelendiğinde katılımcıların çoğunluğunu; alt gelir grubunda olan, 18-24 yaş aralığında yer alan bekar, kadın ve lisans eğitim düzeyinde olan öğrencilerin oluşturduğu söylenebilir. Yapılan analizler sonucunda; davranışsal çevre bilincinin demografik özelliklere göre farklılaşma durumu incelenmiştir. Çalışmada medeni durum, yaş, gelir düzeyi, meslek ve eğitim seviyesi ile davranışsal çevre bilinci arasında istatistikî yönden anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Fakat cinsiyetle davranışsal çevre bilinci arasında istatistikî yönden anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Katılımcıların önemli bir çoğunluğu “kullandığım elektrik miktarının azaltılması için çabalarım” ifadesini desteklemiştir ve enerji tasarrufu konusunda bilinçli oldukları söylenebilir. Ancak, katılımcıların çoğu “sosyal medya veya benzer çevrelerde çevre mevzusunda düşüncelerimi ifade ederim” ifadesine katılım sağlamamıştır.

Çalışmaya göre davranışsal çevre bilincinin cinsiyete göre farklılaşmaması sonucu; Coşkun (2019: 118) ve Değirmenci (2020: 9) ile benzerlik gösterirken, Saba'nın (2019b: 136) çalışmasında ise benzerlik göstermemektedir ve kadınların erkeklerden daha çevre bilinçli davrandığı bulgusu saptanmıştır. Katılımcılardan evli olanların davranışsal çevre bilincinin bekârlara göre daha fazla olduğu gözlenmiştir. Saba'nın (2019b: 149) araştırmasında ise, "medeni durum" değişkeni ile çevre bilinci arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir. Çalışmadaki ileri yaş grubunun daha genç yaş gruplarına göre çevre bilincinin daha fazla olduğu sonucu; Değirmenci (2020: 9) ile benzerlik göstermekte iken, Coşkun (2019: 108) ve Saba'nın (2019b: 139) çalışmalarından farklılaşmaktadır. Katılımcılardan lise düzeyinde eğitim seviyesi olanların, önlisans ve lisanstaki kişilere göre daha çevre bilinçli davranış özelliği gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Coşkun (2019: 106) ve Değirmenci'nin (2020: 10) araştırmalarında ise çevre bilinciyle eğitim düzeyi arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Saba'nın (2019b: 145) çalışma sonucuna göre ise, doktora düzeyinde eğitime sahip bireylerin daha çevre bilinçli tüketim gerçekleştirdikleri ortaya çıkmıştır. Çalışmada yer alan emeklilerin diğer meslek gruplarına, özellikle de öğrencilere göre davranışsal çevre bilinci daha fazla olduğu gözlenmiştir. Saba'nın (2019b: 142) çalışmasında ise; akademisyenlerin çevre bilinçli tüketime, işçilerden daha fazla önem verdiği yönündedir. Coşkun (2019: 109), Saba (2019b: 151) ve Değirmenci'nin (2020:10) çalışmalarında da olduğu gibi yapılan çalışmada; gelir seviyesi yüksek grubun, gelir durumu düşük olanlara göre daha fazla çevre bilinçli davranış özelliği gösterdiği tespit edilmiştir.

Yapılan analizlerin sonucunda; sürdürülebilir tüketim davranışının demografik özelliklere göre farklılaşma durumu incelenmiştir. Araştırmada gelir seviyesi, medeni durum, meslek, eğitim düzeyi ve yaş ile sürdürülebilir tüketim davranışı arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Fakat, cinsiyetle sürdürülebilir tüketim davranışı arasında farklılığın anlamlı olmadığı bulunmuştur. Katılımcıların çoğu, çevreye karşı duyarlı olduklarını ve tasarruf yaptıklarını belirtirken, sürdürülebilir tüketim davranışına yaklaşımları en fazla tasarruf boyutu ile gerçekleşmiştir. Sürdürülebilir tüketim davranışında; *"evde tasarruflu ampuller kullanırım"* ifadesi en yüksek düzeydedir. Tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranışında tasarrufa önem verdiklerini göstermektedir. Bu ifade, sürdürülebilirlik açısından önem arz etmektedir. Katılımcıların azınlığı ise, ihtiyaç dışı satın alma ile gerçekleştirdiklerini belirtmiştir. Bu sebeple, *"alışveriş sırasında aklımda veya listemde olmayan ürünlerin alımını yaparım"* ifadesi en az ihtiyaç dışı satın alma boyutu ile gerçekleşmiştir.

Soylu'nun (2019: 89) çalışma sonuçlarına benzer olarak yapılan araştırmada, cinsiyet ile sürdürülebilir tüketim davranışı arasında istatistikî yönden anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Atalay Oral'ın (2020: 398) çalışmasında ise, "cinsiyete" göre yeniden kullanılabilirlik değişkeni hariç, benzer bulgulara rastlanmıştır. Karaca'nın, (2018: 414) çalışmasında ise "cinsiyet" ile yeniden kullanılabilirlik ve çevre duyarlılığı hariç, tasarruf ve ihtiyaç dışı satın alma boyutlarında benzer bulgular elde edilmiştir. Karalar ve Kiracı'nın (2010: 97) araştırmasında

ise, "cinsiyet" ile sürdürülebilir tüketim davranışında anlamlı bir farklılık bulunduğu ve kadınların erkeklerden daha fazla sürdürülebilir tüketim davranışında buldukları saptanmıştır.

Sürdürülebilir tüketim davranışıyla eğitim seviyesi arasında istatistikî yönden fark anlamlılık göstermektedir. Ayrıca, sürdürülebilir tüketim davranışının alt değişkenleri; yeniden kullanılabilirlik ve çevre duyarlılığı ile eğitim durumu arasında anlamlı bir farklılık göstermediği gözlenmiştir. Araştırma sonucu; Atalay Oral'ın (2020: 389) ve Karaca'nın (2018: 415) çalışmalarındaki "eğitim seviyesi" değişkeni, sürdürülebilir tüketim davranışının çevre duyarlılığı alt boyutu hariç, diğer alt boyutları ile örtüşmemektedir. Soylu'nun (2019: 91) çalışmasında "eğitim durumu" değişkeni, sürdürülebilir tüketim davranışının yeniden kullanılabilirlik ve çevre duyarlılığı alt boyutlarıyla benzerlik göstermektedir. Tasarruf ile ihtiyaç dışı satın alma arasında fark bulunmuştur. Karalar ve Kiracı'nın (2010: 97) araştırmasında ise farklı bulgular bulunmuştur ve "eğitim seviyesi" değişkeni sürdürülebilir tüketim davranışında anlamlı farklılığı göstermemektedir.

Katılımcıların sürdürülebilir tüketim davranışları, meslek gruplarına göre farklılaşmamaktadır. Çalışmada emeklilerin diğer mesleklere, özellikle de öğrencilere göre daha fazla sürdürülebilir tüketim davranışında buldukları saptanmıştır. Sürdürülebilir tüketimin "yeniden kullanılabilirlik" hariç, diğer alt boyutları mesleklere göre anlamlı farklılık göstermektedir. Araştırma sonucu; Soylu'nun (2019: 91-92) çalışmasında "meslek" değişkeni, sürdürülebilir tüketim davranışının yeniden kullanılabilirlik alt boyutu hariç, diğer alt boyutları ile örtüşmektedir. Ayrıca "emekli tüketicilerin çevre duyarlılığı, diğer tüketicilere göre daha yüksek çıkmıştır" ifadesi ile birebir aynıdır. Atalay Oral'ın, (2020: 389) araştırmasında ise, "meslek" değişkeni, yeniden kullanılabilirlik ve ihtiyaç dışı satın alma değişkenleri hariç, çevre duyarlılığı ve tasarruf değişkenleri ile örtüşmemektedir. Karaca'nın (2018: 415) çalışmasında "meslek" değişkeninde; sürdürülebilir tüketim davranışının "yeniden kullanılabilirlik" hariç, diğer alt boyutları anlamlı farklılık göstermemektedir ve bu durumda, çalışmanın tam tersi sonuç çıkmıştır.

Katılımcıların sürdürülebilir tüketim davranışıyla medeni durum arasında istatistikî yönden anlamlı fark bulunmuştur. Evli kişiler, bekârlara göre daha fazla sürdürülebilir tüketim davranışında bulunmuşlardır. Atalay Oral'ın (2020: 389) araştırmasında, "medeni durum" değişkeni; ihtiyaç dışı satın alma ve çevre duyarlılığı değişkenleri ile farklı bulgular, tasarruf ve yeniden kullanılabilirlik değişkenleri ile benzer bulgular bulunmuştur. Soylu'nun (2019: 89) çalışmasında, "medeni durum" değişkeni; çevre duyarlılığı ve tasarruf ile benzer, yeniden kullanılabilirlik ve ihtiyaç dışı satın alma değişkenleriyle farklı sonuçlar elde edilmiştir. Karalar ve Kiracı'nın (2010: 97) araştırmasında ise, "medeni durum" değişkeni sürdürülebilir tüketim davranışında anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Karaca'nın, (2018: 414) çalışmasında ise "medeni durum" sürdürülebilir tüketimin tüm alt boyutları arasında, istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Sürdürülebilir tüketim davranışının yaşa göre istatistiksel olarak farklılığın anlamlılık gösterdiği tespit edilmiştir ve ileri yaş grubunun diğer yaş gruplarına, özellikle de gençlere göre daha fazla sürdürülebilir tüketim davranışında buldukları gözlemlenmiştir. Araştırma sonucu; Soylu'nun (2019: 90-91) çalışmasındaki "yaş" değişkeni, sürdürülebilir tüketim davranışının yeniden kullanılabilirlik alt boyutu hariç, diğer alt boyutları ile örtüşmektedir. Atalay Oral'ın (2020: 389) ve Karaca'nın (2018: 414) çalışmalarındaki "yaş" değişkeni, sürdürülebilir tüketim davranışının tasarruf alt boyutu hariç, diğer alt boyutları ile örtüşmemektedir. Karalar ve Kiracı'nın (2010: 97) araştırmasında ise, katılımcıların sürdürülebilir tüketim davranışıyla yaşları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Sürdürülebilir tüketim davranışıyla gelir düzeyi arasında istatistikî yönden fark anlamlılık göstermektedir. Geliri yüksek grupların, geliri düşük gruplara göre daha fazla sürdürülebilir tüketim davranışı sergilemektedirler. Alım gücünün yüksek olması, tüketimin sürdürülebilir davranış özelliği göstermesi açısından önem arz etmektedir. Ayrıca, sürdürülebilir tüketim davranışının alt değişkenleri; yeniden kullanılabilirlik ve ihtiyaç dışı satın alma değişkenlerinin gelir üzerinde anlamlı bir farklılık göstermediği gözlenmiştir. Çalışma sonucu; Atalay Oral'ın, (2020: 389) araştırmasında ise, "gelir" değişkeni, sürdürülebilir tüketim davranışının "yeniden kullanılabilirlik" alt boyutu hariç, diğer alt boyutları ile örtüşmemektedir. Karaca'nın (2018: 415) çalışmasında "gelir düzeyi" değişkeni; sürdürülebilir tüketim davranışının "ihtiyaç dışı satın alma" alt boyutu hariç, diğer alt boyutları ile örtüşmemektedir. Soylu'nun (2019: 92) çalışmasında "gelir düzeyi" değişkeni; sürdürülebilir tüketim davranışının çevre duyarlılığı ile tasarruf alt boyutları hariç, diğer alt boyutları ile örtüşmemektedir. Karalar ve Kiracı'nın (2010: 97) araştırmasında ise, farklı bulgular elde edilmiştir ve "gelir düzeyi" değişkeni sürdürülebilir tüketim davranışında anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Gelir seviyesi, yaş ve medeni durum özellikleri, Aksu ve Gelibolu'nun (2015: 246) araştırma bulguları ile benzerlik taşımaktadır; evli olanların bekâr olanlara göre, yaş daha büyük olanların gençlere göre, gelir seviyesi yüksek bireylerin, gelir seviyesi düşük kişilere göre çevre bilinci yüksek olup, sürdürülebilir tüketim davranışı sergiledikleri bulgusuna ulaşılmıştır.

Tüketicilerin, davranışsal çevre bilinci ile sürdürülebilir tüketim davranışı arasında istatistikî yönden pozitif, güçlü ve ilişkinin anlamlı olduğu bulgusu bulunmuştur. Çalışma sonucu; Aracıoğlu ve Tatlıdil'e (2009: 459) göre "tüketicilerin çevresel kirlilik ve korunmasına ait bilinç düzeyleri arttıkça, çevreci satın alma davranışı artmaktadır" ifadesi ile benzer veriler elde edilmiştir. Davranışsal çevre bilinci ile çevre duyarlılığı arasında istatistikî yönden pozitif, güçlü ve ilişkisi anlamlıdır. Ayrıca, davranışsal çevre bilinci ile çevre duyarlılığı arasında en yüksek ilişki gözlenmiştir lakin ihtiyaç dışı satın alma ile davranışsal çevre bilinci arasında istatistikî yönden anlamlı ilişkinin olmadığı bulgusu elde edilmiştir. İhtiyaç dışı satın alma ile yeniden kullanılabilirlik ve çevre duyarlılığı arasında istatistikî yönden ilişki anlamlıdır. Bu ilişki negatif yönlü, zayıf derecede anlamlı bir ilişkidir. Bu ilişki, Doğan vd. (2015: 673) ile benzer sonuç göstermektedir. Çevre duyarlılığı ile yeniden

kullanılabilirlik ve tasarruf arasında istatistikî yönden ilişki anlamlıdır. Bu ilişki pozitif yönlü, güçlü derecede anlamlı bir ilişkidir. Bu ilişki, Doğan vd. (2015: 673) ile benzer bulgular elde edilmiştir. Tasarrufla ihtiyaç dışı satın alma arasında istatistikî yönden ilişkinin anlamlı olmadığı gözlenmiştir. Doğan vd. (2015: 673) ise bu ilişki, negatif yönde ve ilişkinin anlamlı olduğu saptanmıştır. Tasarruf ile yeniden kullanılabilirlik arasında istatistikî yönden ilişki anlamlıdır ve pozitif yönde, orta derecede ilişki anlamlıdır ve aynı zamanda Doğan vd. (2015: 673) ile benzerlik göstermektedir.

Davranışsal çevre bilincinin, sürdürülebilir tüketim davranışı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır. Diktaş'ın (2019: 113) ve Küçükyörük (2022: 100) çalışmalarında da benzer bulgu bulunmuştur ve davranışsal çevre bilinci, sürdürülebilir tüketim davranışını olumlu ve anlamlı olarak açıklamaktadır. Davranışsal çevre bilincinin sürdürülebilir tüketim davranışı üzerindeki etkisini destekleyen diğer bir çalışma ise Saba'nın (2019b: 131) çalışmasıdır. Çevre bilinçli tüketim arttıkça, çevreci tüketim davranışı da artmaktadır ve bilinçli bir tüketim davranışı geliştirilmesi, sürdürülebilir tüketim açısından önemlidir. Benzer bir sonuçta Mataracı'nın (2017) çalışmasına ait olup, davranışsal çevre bilincinin sürdürülebilir satın alma davranışı yönünden benzer bir etki bulunmuştur ve tüketicilerin çevre bilinci ne kadar yüksek ise, sürdürülebilir tüketim davranışını gerçekleştirmeleri de o derece fazla olacaktır. Bu nedenle, davranışsal çevre bilinci, sürdürülebilir tüketim davranışının alt boyutu olan çevre duyarlılığına en fazla etki ettiği boyuttur. Bu nedenle, davranışsal çevre bilinci olan bireylerin, çevreye karşı fazla duyarlılıkları olduğu saptanmıştır. Davranışsal çevre bilincinin ihtiyaç dışı satın alma davranışına anlamlı bir etkisi görülmemektedir.

Araştırma Önerileri: Araştırma, zaman ve maliyet kısıtlarından ötürü sadece Burdur ili genelinde uygulanmıştır. Sürdürülebilir tüketim davranışını etkileyen birçok unsur bulunmaktadır. İlerleyen çalışmalarda araştırmanın değişkenleri artırılarak, literatüre katkıda bulunulabilir. Sürdürülebilirlik konusunda bireylerde farkındalık oluşturulması önemlidir. Sürdürülebilir tüketim olgusu hakkında kamu ve özel kuruluşların hassasiyet göstermeleri toplumsal açıdan önemlidir. Sürdürülebilirlik ilişkisi yönünden tüketim davranışı; satın alma, kullanma ve kullanma sonrasında çevresel, sosyal ve ekonomik boyutları da birlikte alınarak, bu doğrultuda tüketici taleplerini göz önünde bulundurulup, sürdürülebilir pazarlama stratejileri oluşturulmalı ve uygulanmalıdır.

KAYNAKLAR

ABDUL-MUHMİN, A. G. (2007). Explaining Consumers' Willingness to Be Environmentally Friendly. *International Journal of Studies*, 31(3), 237-247.

AKSU, C. K. ve GELİBOLU, L. (2015). Üniversite Çalışanlarının Sürdürülebilir Tüketim Açısından Tutumlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(9), 235-248.

ALKAYA, A., ÇOBAN, S., TEHCİ, A. VE ERSOY, Y. (2016). Çevresel Duyarlılığın Yeşil Ürün Satın Alma Davranışına Etkisi: Ordu Üniversitesi Örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (47), 121-134.

ALSMADI, S. (2007). Green Marketing and the Concern Over The Environment: Measuring Environmental Consciousness of Jordanian Consumers. *Journal of Promotion Management*, 13(3-4), 339-361.

ALTUNIŞIK, R., COŞKUN, R., BAYRAKTAROĞLU, S. VE YILDIRIM, E. (2007). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

ANKAYA, F., GÜLGÜN ASLAN, B. VE TÜRKYILMAZ TAHTA, B. (2017). An Investigation of Determination of Environmental Awareness Level: A Case Study in the City of İzmir. *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 54(4), 419-427.

ARACIOĞLU, B. VE TATLIDİL, R. (2009). Tüketicilerin Satın Alma Davranışında Çevre Bilincinin Etkileri. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 9(2), 435-461.

ATALAY ORAL, M. (2020). Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Olarak Organik Gıda Satın Alma Niyeti: Gençlerle Bir Araştırma. İçinde H. S. Kiroğlu (Ed.), *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Alanında Akademik Çalışmalar-II* (s. 371-398), Ankara: Gece Kitaplığı.

AY, C. VE ECEVİT, Z. (2005). Çevre Bilinçli Tüketiciler. *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 5(10), 238-263.

AYDIN, F. VE KAYA, H. (2011). Sosyal Bilimler Lisesi Öğrencilerinin Çevre Duyarlıklarının Değerlendirilmesi. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (24), 229-257.

BAHAR, S. VE ERTEN, S. (2021). 5. Sınıf Öğrencilerinin Ağ Araştırması (Webquest) Yöntemine Göre Çevre Bilinci Düzeylerinin İncelenmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Türk Dünyası Uygulama ve Araştırma Merkezi Eğitim Dergisi*, 6(2), 104-127.

BAHŞI, N. VE BOSTAN BUDAK, D. (2014). Tüketicilerin Gıda Ürünlerini Satınalma Davranışı Üzerine Pazarlama İletişimi Araçlarının Etkisi. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, (1), 1349-1356.

BARBER, N. (2012). Consumers' Intention to Purchase Environmentally Friendly Wines: A Segmentation Approach. *International Journal of Hospitality And Tourism Administration*, 13(1), 26-47.

BARR, S. (2007). Factors Influencing Environmental Attitudes and Behaviors: A Uk Case Study of Household Waste Management. *Environment and Behavior*, 39(4), 435-473.

BARR, S. AND GİLG, A. (2006). Sustainable Lifestyles: Framing Environmental Action in and Around the Home. *Geoforum*, 37, 906-920.

BARR, S., FORD, N. J. AND GİLG, A. W. (2003). Attitudes Towards Recycling Household Waste in Exeter, Devon: Quantitative and Qualitative Approaches. *Local Environment*, 8(4), 407-421.

BARR, S., GİLG, A. W. AND FORD, N. (2005). The Household Energy Gap: Examining the Divide Between Habitual and Purchase-Related Conservation Behaviours. *Energy Policy*, 33, 1425-1444.

BARR, S., GİLG, A. W. AND FORD, N. J. (2001). Differences Between Household Waste Reduction, Reuse and Recycling Behaviour: A Study Of Reported Behaviours, Intentions and Explanatory Variables. *Environmental And Waste Management*, 4(2), 69-82.

BAŞAR, E. E. (2016). *Hane Halklarının Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının Ölçülmesine Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması*. Doktora Tezi. Erzurum Atatürk Üniversitesi.

BAYAZIT HAYTA, A. (2009). Sürdürülebilir Tüketim Davranışının Kazanılmasında Tüketici Eğitiminin Rolü. *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(3), 143-151.

BERGER, I. E. AND CORBİN, R. M. (1992). Perceived Consumer Effectiveness and Faith in Others As Moderators of Environmentally Responsible Behaviors. *Journal of Public Policy and Marketing*, 11(2), 79-89.

BOHLEN, G., SCHLEGELMİLCH, B. B. AND DİAMANTOPOULOS, A. (1993). Measuring Ecological Concern: A Multi-Construct. *Journal of Marketing Management*, 415-430.

BOZKURT, E., TOKTAMIŞ, Y. VE ALTINER, A. (2019). Türkiye'de Tasarruf ve Finansal Okuryazarlık Üzerine Bir Araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(72), 1580-1605.

CAN, A. (2018). *SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi*. Ankara: Pegem Akademi.

CHAN, R. Y. AND LAU, L. B. (2000). Antecedents of Green Purchases: A Survey in China. *Journal of Consumer Marketing*, 17(4), 338-357.

COŞKUN, A. (2019). *Tüketicilerin Çevre Bilinci ve Çevreci Tüketici Satın Alma Davranışının İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi.

ÇABUK, B. VE KARACAOĞLU, C. (2003). Üniversite Öğrencilerinin Çevre Duyarlılıklarının İncelenmesi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 36(1-2), 189-198.

ÇABUK, S., NABIKOĞLU, B. VE KELEŞ, C. (2008). Tüketicilerin Yeşil (Ürün) Satın Alma Davranışlarının Sosyo-Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1), 85-102.

DEĞİRMENCI, B. (2020). Çevresel Bilinç ile Çevresel Bağlılık İlişkisinin “Demografik Özellikler” Bağlamında İncelenmesi. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(4), 1-13.

DİKSAÇ, R. (2019). *Çevre Bilinci ve Yaşam Tarzının Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisi ve Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Marmara Üniversitesi.

DOĞAN, O., BULUT, Z. A., VE KÖKALAN ÇIMRIN, F. (2015). Bireylerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının Ölçülmesine Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29(4), 659 - 678.

DURMUŞ, B., YURTKORU, E. S. VE ÇINKO, M. (2016). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

DURŞUN, İ., TÜMER KABADAYI, E. VE TUĞER, A. T. (2018). Çevreci Tüketim Davranışı: Boyutları ve Ölçülmesi. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(3), 42-66.

ELGİN, D. AND MITCHELL, A. (1977). Voluntary Simplicity. *The Co-Evolution Quarterly*, 1-40.

FRAJ, E. AND MARTINEZ, E. (2006). Environmental Values and Lifestyles As Determining Factors of Ecological Consumer Behaviour: An Empirical Analysis. *Journal of Consumer Marketing*, 23(3), 133-144.

GİLG, A. AND BARR, S. (2006). Behavioural Attitudes Towards Water Saving? Evidence From A Study. *Ecological Economics*, 57, 400 – 414.

GİLG, A. BARR, S. AND FORD, N. J. (2005). Green Consumption or Sustainable Lifestyles? Identifying the Sustainable Consumer. *Futures*, 37(6), 481–504.

GÜMÜŞ, N. (2018). *Tüketim Çağı*. Ankara: Gazi Kitabevi.

GÜRBÜZ, A. VE AYAR, İ. (2018). Tüketicilerin Sürdürülebilir Satın Almaya İlişkin Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma, Çankırı Örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi/The Journal of International Social Research*, 11(60), 919-924.

GÜRBÜZ, S. ve ŞAHİN, F. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

HARON, S. A., PALM, L. AND YAHAYA, N. (2005). Towards Sustainable Consumption: An Examination

of Environmental Knowledge Among Malaysians. *International Journal of Consumer Studies*, 29(5), 426-436.

HUNEKE, M. E. (2005). The Face of the Un-consumer: An Empirical Examination of the Practice of Voluntary Simplicity in the United States. *Psychology and Marketing*, 22(7), 527–550.

İSLAMOĞLU, A. H. VE ALNİAÇIK, Ü. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (SPSS Uygulamalı)*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

İSLAMOĞLU, A. H. VE ALTUNIŞIK, R. (2017). *Tüketici Davranışları*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

KAİSER, F. G., DOKA, G., HOFSTETTER, P. AND RANNEY, M. A. (2003). Ecological Behavior and Its Environmental Consequences: A Life Cycle Assessment of A Self-Report Measure. *Journal of Environmental Psychology*, 23, 11-20.

KALAYCI, Ş. (2006). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

KANG, N. N., CHO, S. H. AND JEONG, T. K. (2012). The Energy-Saving Effects of Apartment Residents' Awareness and Behavior. *Energy and Buildings*, 46, 112-122.

KARACA, Ş. (2013). Tüketicilerin Yeşil Ürünlere İlişkin Tutumlarının İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 13(1), 99-111.

KARACA, Ş. (2018). Yaşam Tarzının Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(3), 403-425.

KARAGÖZ, Y. (2017). SPSS ve AMOS Uygulamalı Nicel-Nitel Karama Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği. Sivas: Nobel Akademik Yayıncılık.

KARAHAN, M., GÖRGÜN, B. VE OKTAY A. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Yeşil Pazarlama ve Çevre Farkındalık Düzeyleri: Fırat Üniversitesi Örneği. *Fırat Üniversitesi Harput Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 57-76.

KARALAR, R. VE KİRACI, H. (2010). Bireysel Değerlerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Öğretmenler Üzerinde Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 79-106.

KARALAR, R. VE KİRACI, H. (2011). Çevresel Sorunlara Karşı Bir Çözüm Önerisi Olarak Sürdürülebilir Tüketim Düşüncesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (30), 63-76.

KAYIŞ, A. (2008). *Spss Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. İçinde Ş. Kalaycı (Ed.), Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

KaYri, M. (2009). Araştırmalarda Gruplar Arası Farkın Belirlenmesine Yönelik Çoklu Karşılaştırma (Post-Hoc) Teknikleri. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 51-64.

KESKİN, H. Ü. (2008). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. İçinde Ş. Kalaycı (Ed.), Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

KILIÇ, S. (2012). Bağlantı Analizi Sonuçlarının Yorumlanması. *Journal of Mood Disorder*, 2(4), 191-193.

KİM, Y. and CHOİ, S. M. (2005). Antecedents of Green Purchase Behavior: An Examination of Collectivism, Environmental Concern, and PCE. *Advances in Consumer Research*, 32, 592-599.

KİRACI, H. ve KAYABAŞI, A. (2010). Real and Spurious Sustainable Consumption Behavior in Turkey: A Field Research. *Innovative Marketing*, 6(2), 43-47.

KOÇ, E. (2016). *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri: Global ve Yerel Yaklaşım* (Cilt 7). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

KOLLMUS, A. ve AGYEMAN, J. (2002). Mind the Gap: Why do People act Environmentally and What are the Barriers to Pro-Environmental Behavior? *Environmental Education Research*, 8(3), 239-260.

KONAK, C. (2017). *Küreselleşme ve Yönlendirilen Tüketim*. İstanbul: Karbon Kitaplar.

KÜÇÜKYÖRÜK, G. (2022). *Sürdürülebilir Pazarlamanın Çevre Bilinci ve Sürdürülebilir Tüketim Üzerindeki Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. Kırklareli Üniversitesi.

LAROCHE, M., BERGERON, Y. and BARBERO-FORLEO, G. (2001). Targeting Consumers Who are Willing to Pay More for Environmentally Friendly Products. *Journal of Consumer Marketing*, 18(6), 503-520.

LAROCHE, M., BERGESON, J., TOMIUK, M.-A. and BABARO-FORLEO, G. (2002). Cultural Differences in Environmental Knowledge, Attitudes, and Behaviours of Canadian Consumers. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 19(3), 267-283.

LEONARD-BARTON, D. (1981). Voluntary Simplicity Lifestyles and Energy Conservation. *The Journal of Consumer Research*, 8(3), 243-252.

MATARACI, P. (2017). *Sürdürülebilir Pazarlama ve Tüketici Davranışı: Çevreyle Dost Ürün Satın Alma Davranışında Çevre Bilinci, Yaşam Tarzı ve İlgilenim Düzeyinin Etkilerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Pilot Araştırma*. Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi.

MCCARTY, J. A. and SHRUM, L. J. (1994). The Recycling of Solid Wastes: Personal and Cultural Values and Attitudes About Recycling As Antecedents of Recycling Behavior. *Journal of Business Research*, 53-62.

MCCARTY, J. A. and SHRUM, L. J. (2001). The Influence of Individualism, Collectivism, and Locus of Control on Environmental Beliefs and Behavior. *Journal of Public Policy and Marketing*, 20(1), 93-104.

NABIKOĞLU, B. (2007). Tüketimin Çevreci Boyutu: Çevreci Tutum ve Davranışlara Göre Pazar Bölümlemesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2), 423-438.

NABIKOĞLU, G. (2017). *Sürdürülebilirlik İçin Yeşil Tedarik Zincirlerine Bütünsel Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.

NABIKOĞLU, M. B. (2003). *Çevreci Pazarlama Anlayışım ve Tüketicilerin Çevreci Tutumlarının Tüketici Tutumlarının Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi İle İlgili Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. Adana Çukurova Üniversitesi.

NAKİP, M. (2003). *Pazarlama Araştırmaları: Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

ÖZBAKIR, M. ve NURTANIŞ VELİOĞLU, M. (2010, Aralık). Pazarlamaya Sürdürülebilirlik Çerçevesinden Bakış ve Bir Örnek Olay Analizi. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 71-98.

ÖZGÜL, E. (2010). Tüketicilerin Değer Yapıları, Gönüllü Sade Yaşam Tarzı ve Sürdürülebilir Tüketim Üzerindeki Etkileri. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28(2), 117-150.

PAAVOLA, J. (2001). Towards Sustainable Consumption: Economics and Ethical Concerns for the Environment in Consumer Choices. *Review Of Social Economy*, 59(2), 227-248.

PAÇO, A. and RAPOSO, A. (2009). "Green" Segmentation: An Application to the Portuguese Consumer Market. *Marketing Intelligence and Planning*, 27(3), 364-379.

PAÇO, A., ALVES, H., SHIEL, C. AND FİLHO, W. L. (2013). A Multi-Country Level Analysis of the Environmental Attitudes and Behaviours Among Young Consumers. *Journal of Environmental Planning and Management*, 1-17.

PAÇO, A., SHIEL, C. AND ALVES, H. (2019). A New Model for Testing Green Consumer Behaviour. *Journal of Cleaner Production*, 207, 998-1006.

PAÇO, A., FİNİSTERRA M., AND RAPOSO, M. L. (2010). Green Consumer Market Segmentation:

Empirical Findings. *International Journal of Consumer Studies*, 34, 429-436.

PEPPER, M., JACKSON, T. AND UZZELL, D. (2009). An Examination of the Values That Motivate Sociallyconscious and Frugal Consumer Behaviours. *International Journal of Consumer Studies*, 33, 126-136.

ROBERTS, J. A. (1996). Green Consumers in the 1990s: Profile and Implications for Advertising. *Journal of Business Research*, 36, 217-231.

ROBERTS, J. A. AND BACON, D. R. (1997). Exploring the Subtle Relationships Between Environmental Concern and Ecologically Conscious Consumer Behavior. *Journal of Business Research*, 40, 79-89.

SABA, C. (2019a). Çalışan Bireylerin Yeşil Ürün Satın Alma Davranışlarına İlişkin Tutumlarının Değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi (SOBİDER)*, 6(38), 319-336.

SABA, C. (2019b). *Sürdürülebilir Tüketim Bağlamında Yeşil Tüketim*. Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi.

SALDAMLI, A. (2013). *Bilimsel Araştırma ve Sunum Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

SARUHAN, Ş. C. ve ÖZDEMİRCİ, A. (2016). *Bilim, Felsefe ve Metodoloji*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

SAYGILI, M., ÖZDEMİR, A., TANYERİ, A. E. VE ERDEN, C. (2016). ÇEVRE BİLİNCİ VE ÇEVRE DOSTU ÜRÜN BİLİNCİNE İlişkin Tutumların İncelemesi Üzerine Bir Araştırma: Adıyaman Üniversitesi. *International Symposium on Environment and Morality (ISEM)*, 1089-1098.

SCHLEGEMİLCH, B. B., BOHLEN, G. M. AND DIAMANTOPOULOS, A. (1996). The Link Between Green Purchasing Decisions and Measures of Environmental Consciousness. *European Journal of Marketing*, 30(5), 35-55.

SİPAHİ, B., YURTKORU, E. S. VE ÇİNKO, M. (2010). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

SOYLU, Z. S. (2019). *Demografik Özelliklerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışına Etkilerinin Analizine Yönelik Bir Çalışma*. Yüksek Lisans Tezi. İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi.

STRAUGHAN, R. D. and ROBERTS, J. A. (1999). Environmental Segmentation Alternatives: A Look at Green Consumer Behavior in the New Millennium. *Journal of Consumer Marketing*, 16(6), 558-575.

SÜTTERLİN, B., BRUNNER, T. A. AND SIEGRİST, M. (2011). Who Puts the Most Energy into Energy Conservation? A Segmentation of Energy Consumers Based on Energy-Related Behavioral Characteristics. *Energy Policy*, 39, 8137-8152.

ŞENER, A. ve HAZER, O. (2008). Values and Sustainable Consumption Behavior of Women: A Turkish Sample. *Sustainable Development*, 291-300.

ŞÜKRÜOĞLU, V. K. (2018). Sürdürülebilirlik Bağlamında Tüketici Vatandaş Sorumluluğu. *The Journal of Academic Social Science Studies*, (65), 451-470.

TABACHNİCK, B. G. and FİDELL, L. S. (2015). *Using Multivariate Statistics/Çok Değişkenli İstatistiklerin Kullanımı* (Çev. M. Baloğlu). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

TEKİN, E. ve SİRKİNTİOĞLU YILDIRIM, Ş. (2020). Akademisyenlerde Örgütsel Öğrenme ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışının İş Tatmini Üzerindeki Etkileri. *Bucak İşletme Fakültesi Dergisi*, 3(2), 222-243.

TUYGUN TOKLU, A. (2019). Çevresel Bilinç Yeşil Davranışı Etkiler mi? Türkiye'nin Doğu Karadeniz Bölgesinde Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(4), 2799-2811.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) (2022). *Adrese Dayalı Kayıt Nüfus İstatistikleri*. Erişim tarihi: 22 Haziran 2022, <https://www.tuik.gov.tr/>

TürkSoy, Ö. (1991). Çevre Duyarlılığı Eğitiminde Bilişsel Yaklaşım: Çocuk ve Temel Çevre Özellikleri. *Eğitim ve Bilim*, 15(80), 15-23.

YEŞİL, M. ve TURAN, Y. (2020). Çevresel Duyarlılık Üzerine Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 418-435.

YILDIRIM, E. ve Türkmen, M. (2015). Çevre Duyarlılığı ve Gelirin Yeşil Ürün Satın Alma Duyarlılığı Üzerindeki Etkisi. 20. *Ulusal Pazarlama Kongresi-Pazarlamanın Sosyal Yönü: Sosyal Pazarlama* (s. 387-397). Eskişehir: Eskişehir Anadolu Üniversitesi.