

ÖĞRENCİLERİN ÇEVRESEL DUYARLILIK DÜZEYLERİNİN SATIN ALMA DAVRANIŞINA ETKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: SAKARYA ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

Merve TÜRKMEN

SAKARYA ÜNİVERSİTESİ

Arş. Gör.

mturkmen@sakarya.edu.tr

Nilgün SARIKAYA

SAKARYA ÜNİVERSİTESİ

Doç. Dr.

nilguns@sakarya.edu.tr

Metin SAYGILI

SAKARYA ÜNİVERSİTESİ

Yüksek Lisans Öğrencisi

metinsaygili@msn.com

ÖZET

Son yıllarda tüketiciler, gelecek nesillere yaşanılabilir dünya bırakabilmek konusunda önemli kaygılar taşımaktadırlar. Bu çalışmada, çevresel duyarlılık düzeyinin satın alma davranışı üzerindeki etkisi incelenmektedir. Çevreye en az zarar veren ürünlerin satın alınması davranışı, tüketicilerin çevresel duyarlılık düzeyleri, çevreyi korumak adına tüketicilerin sergilemiş oldukları davranışlar ile çevre duyarlılığına yönelik tutumları ele alınmıştır. Araştırma bağlamında 2012 yılı Ocak-Şubat ayında 271 kişi üzerinde kolayda örnekleme yöntemi ile anket yürütülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Çevresel Duyarlılık, Çevreci Tutum, Satın Alma Davranışı

Alan Tanımı: İşletme (Üretim Yönetimi ve Pazarlama)

A STUDY ON THE EFFECT OF STUDENTS' ENVIRONMENTAL SENSITIVITY ON BUYING BEHAVIOR: THE CASE OF SAKARYA UNIVERSITY

ABSTRACT

In recent years, consumers worry about having to heritage a better place for living for next generations. In this study, the impact of the level of environmental sensitivity on buying behavior has been investigated. In this context, the tendency on buying less harmful product to the environment, the level of consumers environmental sensitivity, the behaviour that consumers have for protecting the environment and consumer's attitudes on environmental awareness have been discussed. For the application of the study the data needed was collected during January and February in 2013.

Keywords: *Environmental Sensivity, Environmentalist Attitude, Buying Behavior*

Jel Code: M31

1. GİRİŞ

Günümüzde küresel alanda yaşanan birçok değişimle birlikte, işletmelerin yönetim anlayışları, faaliyet alanları, pazarlama stratejileri, tüketicilerin de ihtiyaçları ve talepleri hızlı bir değişim içerisinde gelişmektedir. Belirli bir dönem gerek bireylerin bilinçlenme süreci gerekse toplumsal ve ülkesel sorunlar nedeniyle fazla ön planda olamayan ekoloji ve doğal dengenin önemi, son yıllarda daha çok konuşulur hale gelmiştir. (Çabuk ve ark., 2003, s.40).

Araştırmanın amacı, tüketicilerin çevresel duyarlılık düzeylerinin satın alma davranışı üzerindeki etkisini incelemektir. Buna ilaveten çevreye duyarlı satın alma davranışının katılımcıların demografik özellikleri bakımından farklılık gösterip göstermediklerini belirlemektir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Gün geçtikçe tüketiciler, gelecekteki yaşam standartları ve gelecek nesillerin içinde bulunacakları doğal çevrenin durumu gibi konularda önemli kaygılar taşımaktadırlar (Zinkhan ve Carlson, 1995:1). Tüketiciler alışveriş yaparken ekolojik ürünler satın almaya özen göstermektedirler. Bunun sebebi, sadece bu

ürünlerin sağlıklı olması değil, aynı zamanda gelecek nesiller için sürdürülebilir çevre bırakmak istemeleridir (Fraj ve ark., 2007, s.26). Bu bağlamda Çevreye Duyarlı Tüketici; yeni fikirlere açık, ileri görüşlü, merakını tatmin etmeye ve anlamaya ihtiyaç duyan, çevre ile ilişkilerinde dikkatli ve çevreyi çocuklarından ödünç aldığı bilincinde olan kişi şeklinde tanımlanmaktadır (Baydaş ve ark., 2000, s.468).

Yaşanan çevresel sorunlar karşısında tüketiciler, göstermiş oldukları duyarlılığın aynısını işletmelerden de beklemektedirler. Yeşil pazarlama faaliyetlerinin işletme içerisinde öneminin artması ve çevre bilincine sahip tüketicilerin sosyal baskısı, işletmeleri ve pazarlama yöneticilerini buna uygun yapılanmaya yönlendirmiştir (Yüksel ve Okumuş, 2003, s.291-306). Artık işletmeler uzun dönemde varlıklarını devam ettirebilmek için, sadece kar odaklı stratejiler izlemek yerine çevre dostu stratejilerde benimsemişlerdir.

Literatürde yapılan araştırmalar tarihsel süreç içinde incelendiğinde tüketicilerin çevresel bilinç düzeylerinin giderek arttığı görülmektedir (Aracıoğlu ve ark., 2009, s.441). Tüketicilerin; çevre konusundaki özellikleri nedeniyle bazı ürünleri satın alıp bazılarını almadıkları, çevreye duyarlı ürünleri satın almak için daha fazla ödemeyi göze alabilecekleri belirlenmiştir (Dunlap ve Scarce, 1991; Kangun ve diğ., 1991; Chase ve Smith, 1992; Davis, 1993; Carlson ve diğ. 1993; Menon ve Menon, 1997; Ottman, 1993; Crane, 2000; Peattie, 2001, aktaran: Alnıaçık, 2009, s.51-52). ABD’de yapılan kamuoyu araştırmalarında tüketicilerin %87’sinin çevre sorunları nedeniyle ciddi şekilde kaygı duydukları; bu tüketicilerin ürün tercihinde (%79), mağaza tercihinde (%74), işyeri tercihinde (%73) ve birikimlerini değerlendirme kararlarında (%79), firmanın çevre ile ilgili uygulamalarını önemle göz önünde bulundurdıkları belirlenmiştir (Makower, 2007, aktaran: Alnıaçık, 2009, s.52).

Türkiye’de de çevresel duyarlılık ve çevreci pazarlama faaliyetleri son yıllarda hızlı bir artış göstermektedir. Tüketicilerin çevresel duyarlılıklarındaki artış ve çevreye zarar vermeyen ürünleri tercih etme eğilimleri, işletmeleri reklam mesajlarında, ürün ambalajlarında, üretim stratejilerinde ve daha birçok alanda çevreye zarar vermeyen ve doğal dengeyi korumaya yönelik stratejiler geliştirmeye yöneltmiştir (Çabuk ve ark., 2003, s.40). Torlak (2001, s.325-326) çalışmasında, öğrencilerin daha sık tükettikleri gıda ve temizlik ürünlerinde çevre dostu olanlara daha fazla para ödeme, kozmetik ve petrol ürünlerine biraz daha az para ödeme eğiliminde olduğunu belirlemiştir (Yılmaz ve ark., 2009, s.3).

3. BULGULAR VE TARTIŞMA

Demografik Özellikler

Öğrencilerin yarısından fazlasını erkekler oluşturmaktadır. Öğrencilerin yarısından fazlasını 21-24 yaş aralığı oluştururken, öğrenim gördükleri sınıf ağırlıklı olarak 3. sınıftan oluşmaktadır. Gelir açısından ise çoğunluğunu orta gelir düzeyindekiler oluşturmaktadır. Öğrencilerin yarıya yakını not ortalaması bakımından 2.01-3 aralığında dağılım göstermektedir.

Tablo-1: Demografik Özellikler

Kişisel Özellik			Kişisel Özellik		
Cinsiyet	Frekans	%	Öğrenim Gördükleri Sınıf	Frekans	%
Kadın	100	46,1	1	33	15,2
Erkek	117	53,9	2	62	28,6
Yaş			3	95	43,8
17-20	57	26,3	4	27	12,4
21-24	146	67,3	Not Ortalaması	Frekans	%
25 ve üzeri	14	6,5	0-2	63	29,0
Ortalama Aylık Harcama	Frekans	%	2.01-3	107	49,3
0-500	86	86	3.01-4	47	21,7
501-1000	106	106			
1001 ve üzeri	25	25			

Öğrencilerin Çevresel Duyarlılık Düzeylerinin Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi

Öğrencilerin çevresel duyarlılık düzeylerinin satın alma davranışı üzerindeki etkilerine yönelik ifadeler Tablo-2 de görülmektedir. Öğrenciler çevre kirliliğine daha az yol açan ürünleri satın almakta, enerji tasarrufu için arabaları olabildiğince az kullanmaya özen göstermektedirler. Elektrikli aletleri boşuna çalışmaması için kapatırken, enerji tasarruflu ev aletlerini satın almaya çalışmaktadırlar.

Tablo-2: Öğrencilerin Çevresel Duyarlılık Düzeylerinin Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkileri

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılmıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Ortalama
	%	%	%	%	%	
1.Çevre kirliliğine daha az yol açan ürünler satın alırım.	6,0	14,3	28,1	35,9	15,7	3,41
2.Enerji tasarrufu için arabaların olabildiğince az kullanılması taraftarıyım.	7,4	20,7	23	24,4	24,4	3,37
3.Elektrikli aletleri boşuna çalışmaması için kapatırım.	8,3	6,9	7,4	35,0	42,4	3,96
4.Enerji tasarruflu ev aletlerini satın almaya çalışırım.	5,5	8,3	24,0	38,7	23,5	3,66
5.Elektrikli aletleri daha az elektrik tüketimi olan saatlerde kullanmaya çalışırım.	4,6	27,2	30,9	26,7	10,6	3,11
6.Ambalajlanması için fazla masraf yapılmış yada malzeme kullanılmış ürünleri satın almam.	10,6	26,7	43,3	13,4	6,0	2,77
7.Benzer iki ürün arasında seçim yapacak olursam, daima çevre ve diğer insanlar için daha az zararlı olanı tercih ederim.	5,5	11,1	23,0	38,2	22,1	3,60
8.Kullandığım elektrik miktarını azaltmak için çaba gösteririm.	5,5	8,8	18,4	43,3	24,0	3,71
9.Ev çöplerini ayırarak tekrar kullanılmasına katkıda bulunmaya çalışırım (geri dönüşüm).	7,8	16,1	23,0	37,3	15,7	3,36
10.Kıt kaynaklardan yararlanılarak yapılmış ürünleri kullanmamaya özen gösteririm.	4,1	20,7	41,9	23,5	9,7	3,13
11.Çamaşırlarım için düşük fosfatlı deterjan yada sabun kullanırım.	12,9	25,3	40,6	16,1	5,1	2,75
12.Geri dönüşüm yoluyla üretilmiş kağıttan üretilen ürünleri satın alırım.	6,9	26,3	36,9	24,0	6,0	2,95
13.Aile bireylerimi ve arkadaşlarımı çevreye zarar verecek ürünleri almamaları için ikna etmeye çalışırım.	6,5	17,5	33,2	30,4	12,4	3,24
14.Evdeki ampulleri daha az enerji tüketen ampul tiplerinden seçerim.	3,7	9,2	12,9	41,5	32,7	3,90
15.Sprey türü ürünleri satın almam.	13,4	36,4	28,6	11,1	10,6	2,69
16.Mümkün olduğunca yeniden kullanılabilir kaplarda satılan ürünleri satın alırım.	5,5	20,3	34,6	22,6	18,9	3,18

17.Çevreye saygı göstermeyen firmaların ürünlerini satın almam.	3,7	20,3	34,6	22,6	18,9	3,32
18.Yalnızca geri dönüşümü mümkün olan ürünler satın alırım.	10,6	29,5	42,4	11,1	6,5	2,73
19.Genellikle toplumdaki etkisine bakmaksızın en düşük fiyatlı ürünleri satın alırım.	14,3	27,2	30,9	18,0	9,7	2,81
20.Ekolojik sebeplerden dolayı kullandığım ürünlerden vazgeçebilirim.	6,0	23,5	31,8	30,0	8,8	3,25
21.Bazı ürünlerin çevreye zarar verdiklerini fark edersem, bu ürünleri satın almam	2,8	15,7	24,4	37,8	19,4	3,55
22.Ürünleri satın alırken, düşük miktarda zararlı madde içeren ürün olmasına özen gösteririm.	3,2	11,1	28,6	37,8	19,4	3,58

Öğrenciler kullandıkları elektrik miktarını azaltmak için çaba sarfetmekte, bunun için elektrikli aletleri daha az elektrik tüketimi olan saatlerde kullanmaya özen göstermekte ve evde kullandıkları ampulleri de daha az enerji tüketen ampul tiplerinden seçmektedirler. Benzer iki ürün arasında seçim yapacaklarında, daima çevre ve diğer insanlar için daha az zararlı olanı tercih etmektedirler. Ev çöplerini ayırarak tekrar kullanılmasına (geri dönüşüme) katkıda bulunmaya çalışıp, mümkün olduğunca yeniden kullanılabilir kaplarda satılan ürünleri satın almaktadırlar. Çevreye saygı göstermeyen firmaların ürünlerini satın almamaya özen gösterirken, aile bireylerini ve arkadaşlarını da çevreye zarar verecek ürünleri satın almamaları için ikna etmeye çalışmaktadırlar. Öğrenciler ürünleri satın alırken düşük miktarda zararlı madde içeren ürün özelliğine sahip olmasına dikkat etmekte, ekolojik sebeplerden dolayı kullandıkları ürünlerden vazgeçebilmekte ve bazı ürünlerin çevreye zarar verdiklerini fark ettiklerinde bu ürünleri satın almayı bırakmaktadırlar.

Öğrenciler ambalajlanması için fazla masraf yapılmış ya da malzeme kullanılmış ürünleri satın alma ve kıt kaynaklardan yararlanılarak yapılmış ürünleri kullanmamaya özen gösterme konusunda kararsızlık yaşamaktadırlar. Yalnızca geri dönüşümü mümkün olan ürünler ile geri dönüşüm yoluyla üretilmiş kağıttan üretilmiş ürünleri satın almakta tereddüt etmektedir. Çamaşırları için düşük fosfatlı deterjan ya da sabun kullanmak konusunda da kararsız kalmaktadırlar. Öğrenciler, genellikle toplumdaki etkisini de göz önünde bulundurarak en düşük fiyatlı ürünler ile spreylere yönelik ürünleri satın almamaktadırlar.

Öğrencilerin Çevre Duyarlılığına Yönelik Tutumları

Öğrencilerin çevre duyarlılığına yönelik tutumları Tablo-3 'de görülmektedir. Tablo incelendiğinde, araştırmaya katılan öğrencilerin çevre duyarlılığına yönelik tutumlarını belirlemeye yarayan ifadelere olumlu eğilim içerisinde oldukları görülmektedir.

Tablo-3: Öğrencilerin Çevre Duyarlılığına Yönelik Tutumları

	Hiçbir zaman	Çok nadir	Bazen	Çoğu zaman	Her zaman	Ortalama
	%	%	%	%	%	
1.Tüketiciler ambalajında geri dönüşüm işareti olan ürünleri satın almalıdır	1,4	6,0	16,6	37,8	38,2	4,05
2.Plastik poşet ve yiyecek kapları gibi plastik ürünler yeniden kullanılmalıdır.	8,8	4,6	23,0	30,4	33,2	3,74
3.Alişverişlerde plastik poşet yerine file kullanılmalıdır.	5,5	5,5	10,6	28,1	50,2	4,11
4.Şişe ve kavanoz gibi cam saklama ürünleri tekrar kullanılmalıdır.	1,8	4,1	15,2	29,5	49,3	4,20
5.Cam, plastik, kâğıt ve organik çöpler ayrı ayrı poşetlenmelidir.	2,3	3,2	12,0	24,4	58,1	4,32
6.Ulaşımda toplu taşıma araçları kullanılmalıdır.	1,8	3,2	27,2	26,7	41,0	4,01
7.Çevre ile ilgili düzenlenen etkinliklerin sayısı arttırılmalıdır.	2,3	2,8	9,7	28,1	57,1	4,35

Gruplararası Farklılıklar

Çevresel duyarlılık düzeylerinin satın alma davranışına etkisinin demografik özelliklere göre değişip değişmediğini test etmek amacıyla çeşitli gruplar arası karşılaştırma testleri yapılmıştır. Buna göre, öğrencilerin cinsiyete göre sahip oldukları çevresel duyarlılık düzeylerinin satın alma davranışı üzerindeki etkisine yönelik olarak t-testi yapılmıştır. Buna göre, kadınların erkeklere nazaran elektrik tasarrufu konusunda daha duyarlı oldukları görülmektedir. Bu yüzden enerji tasarruflu ev aletleri satın almakta ve elektrikli aletleri boşuna çalışmaması için kapatmaktadırlar. Satın aldıkları ürünlerin doğaya en az zarar veren ürünler olmasına özen gösterirken, geri dönüşüme yardımcı olmak adına ev çöplerini ayrı ayrı paketlemektedirler(Tablo-4).

Tablo-4: Çevresel Duyarlılık Düzeylerinin Satın Alma Davranışına Etkisinin Cinsiyetlere Göre Farklılıklara Yönelik t-testi

İfadeler	N	Cinsiyet	Ortalama	t	P
Elektrikli aletleri boşuna çalışmaması için kapatırım.	100	Kadın	4,2500	3,322	,001
	117	Erkek	3,7179		
Enerji tasarruflu ev aletlerini satın almaya çalışırım.	100	Kadın	3,8600	2,474	,014
	117	Erkek	3,4957		
Ev çöplerini ayırarak tekrar kullanılmalarına katkıda bulunmaya çalışırım.(geri dönüşüm)	100	Kadın	3,5700	2,390	,018
	117	Erkek	3,1966		
Ürünleri satın alırken, düşük miktarda zararlı madde içeren ürün olmasına özen gösteririm.	100	Kadın	3,7500	2,184	,030
	117	Erkek	3,4530		

Öğrencilerin çevre duyarlılığına yönelik tutumlarının cinsiyete göre farklılaşp farklılaşmadığını test etmeye yönelik uygulanan Bağımsız t testi sonuçlarına göre; 5 ifade istatistiki açıdan anlamlı farklılık göstermektedir. Kadınların erkeklere nazaran, ambalajında geri dönüşüm işareti olan ürünlerin satın alınması, doğada çözünmesi zor olan plastik poşetler yerine alışverişlerde file kullanılması, saklama kaplarının tekrar kullanılması, çöplerin ayrı ayrı poşetlenmesi ve toplumu çevresel sorunlar karşısında bilinçlendirmek adına düzenlenen etkinliklerin sayısının artırılması tutumu içerisinde oldukları söylenebilir(Tablo-5).

Tablo-5: Çevre Duyarlılığına Yönelik Tutumların Cinsiyetlere Göre Farklılıklara Yönelik t-testi

İfadeler	N	Cinsiyet	Ortalama	t	P
Tüketiciler ambalajında geri dönüşüm işareti olan ürünleri satın almalıdır.	100	Kadın	4,2100	2,224	,027
	117	Erkek	3,9231		
Alışverişlerde plastik poşet yerine file kullanılmalıdır.	100	Kadın	4,3000	2,155	,032
	117	Erkek	3,9658		
Şişe ve kavanoz gibi cam saklama ürünleri tekrar kullanılmalıdır.	100	Kadın	4,4100	3,047	,003
	117	Erkek	4,0256		
Cam, plastik, kâğıt ve organik çöpler ayrı ayrı poşetlenmelidir.	100	Kadın	4,5700	3,643	,000
	117	Erkek	4,1197		
Çevre ile ilgili düzenlenen	100	Kadın	4,5200	2,569	,011

etkinliklerin sayısı arttırılmalıdır.	117	Erkek	4,2051		
--	-----	-------	--------	--	--

Öğrencilerin çevresel duyarlılık düzeylerinin satın alma davranışı üzerindeki etkisi ile çevre duyarlılığına yönelik tutumlarının demografik özelliklere göre değişip değişmediğini belirlemek amacıyla One-way Anova Analizi yapılmıştır. Sonuçlar tablo.6 ve tablo.7’ de görülmektedir.

Tablo-6: Öğrencilerin Çevresel Duyarlılık Düzeylerinin Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi ile Demografik Özellikleri Arasındaki Farklılıklara yönelik One-way Anova Analizi

İfadeler	F	P	Açıklama (Scheffe Sonuçları)
Sprey ürünleri satın almam.	3.06 3.781	.029 .024	Sprey ürünlerin satın alınması yaş ve gelire göre değişmektedir.17-20 yaş ile 21-24 yaş arasında fark varken, 0-500 TL ile 501-1000 TL gelir arasında fark görülmektedir.
Benzer iki ürün arasında seçim yapacak olursam daima çevre ve diğer insanlar için daha az zararlı olanı tercih ederim.	2.795	.041	Benzer iki ürün arasında seçim yapılması durumunda daima çevre ve diğer insanlar için daha az zararlı olanı tercih edenleri eğitim gördükleri sınıfa göre değişmektedir.
Çamaşırlarım için düşük fosfatlı deterjan ya da sabun kullanırım.	4.068	.008	Çamaşırlar için düşük fosfatlı deterjan ya da sabun kullanmada eğitim görülen sınıf düzeyine göre 1. ile 4. sınıf ve 3. ile 4. sınıf arasında farklılık görülmektedir.
Yalnızca geri dönüşümü mümkün olan ürünler satın alırım.	2.679 3.378	.048 .036	Yalnızca geri dönüşümü mümkün olan ürün satın alınması eğitim görülen sınıf ve not ortalamalarına göre değişmektedir. 1. ile 2. sınıf arasında fark varken, not ortalamalarında 2.01 - 3 ile 3.01 – 4 arasında farklılık görülmektedir.
Genellikle toplumdaki etkisine bakmaksızın en düşük fiyatlı ürünleri satın alırım.	3.497	.032	Genellikle toplumdaki etkisine bakmaksızın en düşük fiyatlı ürünleri satın almada 0-2 ile 2.01-3 not ortalaması arasında farklılık görülmektedir.
Ekolojik sebeplerden dolayı kullandığım ürünlerden vazgeçebilirim.	4.413	.013	Ekolojik sebeplerden dolayı kullanılan ürünlerden vazgeçebilme not ortalamasına göre değişmektedir. 0-2 ile 3.01-4 arasında fark vardır.

Tablo-7: Öğrencilerin Çevre Duyarlılığına Yönelik Tutumları İle Demografik Özellikleri Arasındaki Farklılıklara Yönelik One-way Anova Analizi

	F	P	Açıklama (Scheffe Sonuçları)
Şişe ve kavanoz gibi cam saklama ürünleri tekrar kullanılmalıdır.	4.360	.014	Şişe ve kavanoz gibi cam saklama ürünlerinin tekrar kullanımı gelire göre değişmektedir. 0-500 TL ile 501-1000, 1001 ve üzeri gelirdede farklılık görülmektedir.
Cam, plastik, kağıt ve organik çöpler ayrı ayrı poşetlenmelidir.	3.177	.044	Cam, plastik, kağıt ve organik çöplerin ayrı ayrı poşetlenmesinde 0-500 TL ile 1001 ve üzeri TL gelirdede farklılık görülmektedir.

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Günümüzde yaşanan çevre sorunları çok ciddi boyutlara ulaşarak insan yaşamını tehdit eder bir hal almıştır. Yaşanan çevre sorunlarının bilincine varan tüketiciler çevre sorunları karşısında artık daha dikkatli davranışlar sergilemektedir. Tüketiciler, ürün satın alırken çevreyi daha az kirleten, geri dönüşüm sağlanabilen, özellikle yeşil ürün olarak ifade edilen çevre dostu ürünler almaya özen göstermektedir. Tüketicilerin artan çevresel duyarlılık düzeyleri işletmeleri de harekete geçirmiştir. İşletmeler de çevre konusunda sorumluluklarının bilincine vararak çevre odaklı hareket etmeye başlamışlardır. Paketlenmesi için daha az malzeme kullanılan, çevreyi daha az kirleten, daha az kaynak kullanan üretim süreçleriyle hem çevreye hem de insan sağlığına verdikleri değeri göstermektedirler. Ayrıca işletmeler, çevreyle ilgili yürütmüş oldukları sosyal sorumluluk projeleri kapsamında da konunun hassasiyetine dikkat çekmektedir.

Araştırma kapsamında öğrencilerin çevre konusunda sorumluluklarının bilincinde oldukları, bunları davranışlarına yansıtarak ürün satın alırken çevreye daha az zarar veren ve geri dönüştürülebilir olmasına özen gösterdikleri görülmektedir. Öğrencileri çevre konusunda daha etkin bir duruma getirmek, sağlıklı çevre koşullarında yaşamalarını sağlamak için çevre eğitimi konusuna ağırlık verilmesi

gerekmektedir. Bu eğitim programları kapsamında çevreyle ilgili çeşitli etkinlikler düzenlenerek, öğrencilerin katılımı sağlanabilir. Sivil toplum kuruluşları ve işletmelerde, doğal çevrenin yaşamımız için önemini vurgulayan çeşitli panel, konferans, seminer gibi etkinliklerin düzenlenmesine gerekli desteği vererek öğrencilerin bu konuya yönelik ilgilenim düzeylerinin artmasına yardımcı olabilirler.

KAYNAKLAR

Aracıoğlu, Burcu & Rezan Tatlıdil. "Tüketicilerin Satın Alma Davranışında Çevre Bilincinin Etkileri", Ege Akademik Bakış Ekonomi, İşletme, Uluslararası İlişkiler ve Siyaset Bilimi Dergisi, 2009, 9:2, 435-461.

Çabuk, Serap & M.A. Burak Nakıboğlu. "Çevreci Pazarlama Ve Tüketicilerin Çevreci Tutumlarının Satın Alma Davranışlarına Etkileri İle İlgili Bir Uygulama", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2003, 12:12, 39-54.

Fraj, Elena & Eva Martinez. "Ecological Consumer Behaviour: an Empirical Analysis", International Journal of Consumer Studies, 2007, 31, 26-33.

Straughan, Robert, D. & James Roberts. "Environmental Segmentation Alternatives: a Look at Gren Consumer Behavior in The New Millennium", Journal of Consumer Marketing, 1999, Vol. 16, Iss: 6, pp. 558 – 575.

Tan, Ahmet., Baydaş, Abdulvahap & H. Çetin Bedestenci. "Küreselleşme Ve Giysi Tüketim Davranışları: Kahramanmaraş Örneği", 5. Ulusal Pazarlama Kongresi, 2000, 467-485.

Ümit Alınçık. "Tüketicilerin Çevreye Duyarlılığı ve Reklamlardaki Çevreci İddialar", Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (18) 2009 / 2: 48-79

Yılmaz, Veysel., Çelik, H. Eray & Ceren Yağız. "Çevresel Duyarlılık Ve Çevresel Davranışın Ekolojik Ürün Satın Alma Davranışına Etkilerinin Yapısal Eşitlik Modeliyle Araştırılması", Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2009, 9:2, 1-14.

Yüksel, C. Arsun & Abdullah Okumuş. "Deodorant Kullanan Tüketicilerin, Deodorant Satın Alırken Önem Verdikleri Unsurların Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", 8.Ulusal Pazarlama Kongresi,16-19 Ekim 2003, s. 291-306.

Zinkhan. M. George & Les Carlson. "*Green Advertising and Reluctant Consumer*", Journal of Advertising, 1995, 24:2, 1-7.