

CİNSİYETİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİCİ DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ROLÜ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Derya ŞAHİN¹

Öz

21. yüzyılda yaşanan teknolojik ilerlemeler, iletişim alanında yaşanan gelişmeler, kirlenen çevre ve doğal kaynakların kullanımı hususunda yaşanan problemler, tüketicileri çevresel bağlamda ortaya çıkan konulara daha duyarlı hale getirmiş, bu doğrultuda güçlü bir bilincin oluşmasını sağlamıştır. Sürdürülebilir tüketim kavramı, güncel dönem içerisinde üzerinde sıklıkla tartışılan ve bu konuda birçok yaklaşım üretilen bir alan haline almıştır. Sürdürülebilir tüketim davranışı, temelinde dünya kaynaklarına ve çevreye daha duyarlı tüketim davranışlarının ortaya konulması ve bu doğrultuda bireyin doğal kaynakları bilinçli olarak tüketip gelecek nesillere yaşam döngülerinde ihtiyaçlarını karşılamaya yetecek bir dünya bırakılması hususuna odaklanmaktadır. Söz konusu bilgiler ışığında bu araştırma; Türkiye’de yaşayan üniversite öğrencilerinin sürdürülebilir tüketim davranışlarını ölçmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda güvenilirliği ve geçerliliği sağlanmış olan anket formu, 340 kişiye uygulanmıştır. Araştırma kapsamında toplanan verilerin analizinde, SPSS 21.0 programı kullanılmıştır. Gerçekleştirilen analizler neticesinde; çevre duyarlılığı haricinde tüm değişkenler için temel hipotezler kabul edilmiştir. Çevre duyarlılığı değişkeni için cinsiyete göre anlamlı bir fark bulunmuş, tasarruf, ihtiyaç dışı satın alma ve yeniden kullanılabilirlik değişkenleri için ise cinsiyete göre anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Tüketim, Sürdürülebilir Tüketim Davranışı, Cinsiyetin Rolü

JEL Sınıflandırması: D11, D18, D19

THE ROLE OF GENDER IN SUSTAINABLE CONSUMER BEHAVIOR: RESEARCH UPON UNIVERSITY STUDENTS

Abstract

In the 21. century, technological improvement, development of the communication field, environmental pollution, and using natural sources issues make the individual more sensible. Therefore, the consciousness which is about this kind of problem rises. The concept of sustainable consumption is based on the world’s sources and more sensible consumer behavior toward the environment. So, it focuses on the consciousness of natural source consumption of people and leaving a world, which has enough sources for living, to the other generation. From this point of view, this research aims to measure the behavior of university students living in Turkey. The survey is applied to 340 participants. The SPSS 21.0 is used for analyzing collected data. The results of the survey show that all null hypothesis is accepted, except environmental sensitivity. The environmental sensitivity variable has a statistically significant difference by gender. However, other variables such as saving, excessive purchasing, and reusing variables don’t have any difference according to gender.

Keywords: Sustainability, Sustainable Consumption, Sustainable Consumption Behavior, The Role of Gender

JEL Classification: D11, D18, D19

¹ Dr. Öğr. Üyesi Derya ŞAHİN, İstanbul Aydın Üniversitesi, Anadolu Bil. Meslek Yüksek Okulu, deryasahin2@aydin.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-5894-1554.

1. Giriş

Dünya nüfusundaki artışa paralel olarak tüketimin de günden güne artması, doğal kaynakların daha verimli kullanılması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Bu nedenle, 1970’lerde yalnızca üretim ile ilgili bir kavram olarak ele alınan sürdürülebilirlik, günümüzde tüketici davranışlarının da önemli bir belirleyicisi haline gelmiştir (Bulut vd., 2019:73). Doğal kaynakların sınırlı olması ve firmaların kar maksimizasyonu amacına yönelik yapmış oldukları üretime karşı bir bilinç ve farkındalık yükselse de bu uyanış üretimin en azından çevreye vermiş olduğu zararı minimize edecek ya da ortadan kaldıracak seviyede bir etki oluşturmamıştır. Bu sebeple sürdürülebilirlik üzerine yürütülen projelere yoğun bir ihtiyaç duyulmuştur. Fakat bu projelerin istenilen seviyede olmaması ve daha fazla sürdürülebilirlik üzerine konumlandırılmış projelere gereksinim duyulduğu da aşıkardır. Çevreye duyarlı, doğayı koruma odaklı ürün ve hizmetlerin geri dönüşüm süreçlerine uygun bir şekilde popüler hale getirilmesi için daha planlı projelere ihtiyaç vardır. Bu noktada politika ve yasa yapıcının teşvik edici bir rol üstlenmesi, aksi hususta ise caydırıcı nitelikte cezai müeyyidelerin uygulayıcısı ve takipçisi olması gereklidir. Böyle bir senaryoda doğal kaynakların bilinçsiz kullanımı ve çevrenin tahribatı azaltılabilir, yükselen sürdürülebilirlik bilinci ile gelecek kuşaklara daha yaşanabilir bir dünya miras bırakılabilir (Kayıkçı vd., 2019:8).

Tam da bu noktada Birleşmiş Milletler ’in 193 katılımcı ülke ile hazırlamış olduğu Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi, süreci algılayabilmemiz adına değerlidir. Birleşmiş Milletler tarafından “2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi” kapsamında hazırlanan “Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri” 2016 yılında yürürlüğe girmiştir. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri çerçevesinde hazırlanan rapor, ülkelerin yoksulluklarına son verilmesi, iklim ve çevre sorunları ile mücadele, sağlık ve eğitim alanında eşitlik gibi konulara önemle değinmektedir (Birleşmiş Milletler, 2019). Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri Raporu (2019), 17 ana hedeften oluşmaktadır. Bu hedefler, küresel dengeli bir sosyal, ekonomik ve ekolojik kalkınma ihtiyacının ortak bir ifadesini temsil etmektedir. Raporun 12.ci hedefi özellikle “Sürdürülebilir tüketim ve üretim kalıplarını sağlamak” üzerine yapılandırılmıştır. Bu hedef (Zhang ve Chabay, 2020:2), yerel veya bölgesel olarak uygun politika ve uygulamaları küresel olarak tutarlı, sürdürülebilir bir sürece entegre edecek şekilde tüketim kalıplarını ve yaşam tarzlarını derinlemesine yeniden şekillendirmeyi amaçlamaktadır.

Sürdürülebilir tüketim kavramı, küresel bağlamda sürdürülebilir kalkınmanın daha çok çevre boyutu ile ilişkilendirildiği ve bu sorunların önüne geçebilmek adına ortaya atılmış bir fikri kapsamaktadır. Dünya kaynaklarının sürdürülebilirlik kavramı dahilinde kullanılmasını hedef

alan ve çevreye verilen zararı minimize etme yollarını sorgulayan bir tüketim şekli olan sürdürülebilir tüketimi, hayata geçirmek için bireyin bilinçli olarak davranması ve bu doğrultuda farkındalık oluşturulması kavramın temelini oluşturmaktadır. Buradan hareketle çalışma, Türkiye’de yaşayan bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışlarını ölçmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda bireyin sürdürülebilir tüketime teşvik edilmesi ve bu fikir ışığında bilinçlendirilmesi, ileriki yıllarda yapılacak çalışmalar açısından büyük önem taşımaktadır.

2. Kavramsal Çerçeve

18. yüzyılda “Sanayi Devrimi” ile başlayarak günümüze değin gelen süreçte ülkeler, ekonomik gelişmenin sonucu olarak doğal kaynakları umarsızca kullanmış, üretim ve tüketim seviyesini arttırmış, refah seviyesini yükseltme çabasını ana ölçüt olarak belirlemişlerdir. Bilhassa 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren nüfus artışında yaşanan hız, enerji kaynakları ve gıda maddelerinin kullanımını arttırmış ve bu duruma bağlı olarak tüketim oranı toplumlarda artış göstermeye başlamıştır. Tüketimin hızla artması ise, doğal kaynakların yüksek oranda azaldığının fark edilmesini sağlamıştır. 1970’lere değin sadece bireylerin yaşam seviyelerinin arttırılmasına yönelik ekonomik gelişmeyi hedef alan birey, yavaş yavaş çevre konusunda bilinçlenmeye başlamış ve 1987 yılında “Sürdürülebilirlik” fikrinin literatüre girmesi ile ivme kazanmıştır (Hayta, 2009:144).

Literatür tarandığında sürdürülebilirlik kavramına yönelik çeşitli tanımların var olduğu kaynaklar görülebilmektedir. Sürdürülebilir kavramı üzerine yapılan tanımlar arasında en yaygın olarak kabul göreni Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından yapılandır. 1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından hazırlanan toplantıda “Ortak Geleceğimiz” başlıklı raporunda yer alan tanıma göre sürdürülebilirlik; “*gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılayabilme yeteneğini ortadan kaldırmaksızın şimdiki neslin mevcut ihtiyaçlarının karşılanması*” olarak tanımlanmıştır. Bu tanım “sürdürülebilirlik” ve “toplumsal eşitlik” kavramları arasındaki bağlantıyı açıklamaktadır. Toplumsal eşitlik, sürdürülebilirlik düşüncesinin sağlanmasında yararlanılan yöntemlerin yaşadığımız dönem ve gelecek nesillerin yararına olma düşüncesini kapsamaktadır. Dolayısıyla, kaynakların umarsızca tüketilmesi, geliştirilememesi, keşfedilememesi veya yanlış kullanılması gibi insanların benimsediği bazı yanlış uygulamalar, kaynakların şeklini ve miktarını etkilemektedir (Babaoğlu, 2010). Kaypak’a göre (2010:98) ise sürdürülebilirlik, spesifik bir ekosistemin veya devamlılığı olan herhangi bir sistemin, bozulmadan, ana kaynaklara fazla yüklenmeden, kesintisiz ve fazla kullanımla tüketmeden sürdürülebilmesi yetkinliği olarak tanımlanmaktadır. Gelecek nesillerin tüketim hakkının bugünden harcanılması ve bazı ayrıcalıklı grupların

günümüz kaynaklarını kendi kişisel çıkarları için kullanması, bilim dünyasını bu doğrultuda araştırmalar yapmaya sevk etmiştir. 1991 yılında Birleşmiş Milletler tarafından Rio’da düzenlenen Dünya Çevre Zirvesi, 1997 yılında iklimin korunmasına adına Japonya’da düzenlenen Kyoto Protokolü ve 2001 yılında Johannesburg Dünya Zirvesi toplantısında çevre korunması ve sürdürülebilir kalkınmaya yönelik önemli kararlar alınmıştır. Bu kararlarda; doğal kaynakların verimli kullanımı, çevrenin doğal görünümünün korunması, geri dönüşümünün artırılması, toprak, su ve hava kalitesinin bozulmasının önlenmesi, sera gazlarının emisyon oranının düşürülmesi ve atıkların azaltılması gibi konular sürdürülebilir kalkınma içinde yer almıştır (Kaypak, 2010: 99).

Sürdürülebilir tüketim (Karaca, 2018:56) “*temel ihtiyaçların karşılanması ve yaşam kalitesinin iyileştirilmesi ile vazgeçilmez doğal kaynakların, zehirli maddelerin, atıkların ve kirliliğin yan ürünlerinin kullanımını en aza indiren mal ve hizmetlerin kullanılmasını*” kapsamaktadır. Sürdürülebilir tüketim davranışının gerçekleşebilmesi için bazı unsurların gerekliliği vurgulanmaktadır (Seyfang, 2006):

- Yerelleştirme: Yerel ekonomilerin güçlendirilmesi
- Ekolojik ayak izlerinin azaltılması: Geri dönüşüm bilincinin oluşması, malzeme tüketiminin ve atık seviyelerinin azaltılması
- Topluluk oluşturma: Sürdürülebilir topluluklar kurulması, katılımcı topluluklar içinde aktif vatandaşlıkların geliştirilmesi
- Kolektif eylem: Bu, hem kararları etkilemek ve hizmet sunmak için toplu olarak hareket etmeyi hem de kurumsal tüketim sorularını ele almayı kapsamaktadır.
- Yeni sosyal kurumlar inşa etmek: Toplumda sürdürülebilirlik bilincine yönelik davranışların özendirilmesi

Literatürde, sürdürülebilir tüketici davranışına yönelik çeşitli araştırmaların var olduğu görülmektedir. Araştırmaların uygulama alanlarına göre araştırmalar mikro ya da makro bağlamda incelenmiştir. Mikro bağlamda gerçekleştirilen çalışmalar (Hansen ve Schrader, 1997; Umut, Topuz, Velioğlu, 2015; Bulut vd., 2019; Khan ve Hameed, 2019; Soyer ve Dittrich, 2021) sürdürülebilir tüketici davranışlarının nedenlerine odaklanırken, makro bağlamda gerçekleştirilen çalışmalar (Theotokis ve Mangarani, 2014; Dinu, vd., 2020; Zhang ve Chabay, 2020) özellikle sürdürülebilirliği oluşturma, sürdürülebilir gıda tüketimi ile ilintili devlet politikalarını kapsamaktadır.

2.1.Sürdürülebilir Tüketime Odaklanan Çalışmalar

Çalışma kapsamında mikro bağlamda gerçekleşen sürdürülebilir tüketici davranışlarına odaklanıldığından, literatürde yer alan sürdürülebilir tüketici davranışlarına yönelik çalışmalar (Hansen ve Schrader, 1997; Umut, Topuz, Velioglu, 2015; Bulut vd., 2019; Khan ve Hameed, 2019; Soyer ve Dittrich, 2021) incelenmiştir. Bu çalışmalardan biri de Hansen ve Schrader (1997)'e aittir. Hansen ve Schrader (1997) sürdürülebilir toplum oluşturmaya yönelik gerçekleştirdikleri çalışmada, bireyin yalnızca kendi faydasını düşünmeden toplumsal yarara da odaklanan tüketim düşüncesini benimsemelerinin önemi ve bu hususta toplumsal bağlamda neler yapılabileceği üzerine odaklanmışlardır. Araştırma sonucunda, tüketicilerin ihtiyaçlarından daha fazla tüketmeye yönelten tüketim anlayışı yerine doğal, ekonomik ve sosyal kaynakları kullanmada hem var olan hem de gelecek nesillerle eşit haklara sahip olma ilkesini içselleştirmeleri gerektiği vurgulanmaktadır. Bu çerçevede bireylerin toplam tüketim miktarını azaltmaları ve çevreye duyarlı bir tüketim politikası oluşturmaları gerekliliği büyük önem arz etmektedir.

Soyer ve Dittrich (2021) Hollanda'da yaşayan tüketicilerin giysi satın alırken, kullanırken ya da ürünü elden çıkarırken sürdürülebilir uygulamaları benimsemeye nasıl ikna edilebileceklerini araştırdıkları çalışmada, tüketicinin satın alma ve ürünü elden çıkarma sürecinde motivasyonun önemli bir değişken olduğu, kullanımda ise motivasyon unsurunun hiçbir etkisi olmadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Orindaru vd. (2021) pandemi süreciyle insanların finansal durumlarındaki belirsizliğin tüketim alışkanlıklarını da değiştirmeye ittiğini belirtmiştir. Covid-19 süresince yaşanan kriz döneminde insanların tüketim alışkanlıklarının değişimi üzerine odaklanan çalışma, bu süreçte tüketicinin daha ihtiyatlı satın alma kararları verdiğini, indirimli fiyatlara daha yüksek ilgi gösterdiğini ve işlenmiş ya da yarı işlenmiş ürünler yerine taze ürünleri satın alma tercihinin arttığını tespit etmişlerdir.

Umut ve arkadaşlarının (2015) tüketicilerin doğayı koruma ve geri dönüşüm bilincinin oluşması ile bu konulardaki tutum ve davranış yönelimlerini belirlemek amacı ile yapmış oldukları çalışmada, tüketicilerin doğru olarak bildikleri doğayı koruma davranışlarının, doğaya zarar verebileceğinin farkında olmadıkları sonucuna varmışlardır.

Bu çalışmaların yanı sıra 2019 yılında Avrupa Komisyonu, AB vatandaşlarının sürdürülebilir tüketim davranışlarına atıfta bulunan yeni bir büyüme stratejisi hazırlamıştır. Bu yeni strateji ile Avrupa Komisyonu, AB ekonomisinin geleceğini, 2050 yılına kadar net sera gazı emisyonu

olmadan kaynak verimli ve rekabetçi olacak şekilde şekillendirmeyi amaçlamaktadır. 2050 yılına kadar yıllık atık üretiminin küresel olarak %70 oranında artacağı, biyokütle, fosil yakıtlar, mineraller ve metaller dahil olmak üzere malzeme tüketiminin artacağı düşünüldüğünde, bu geçişin artık bir tercih değil, bir zorunluluk olduğu anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, bu durumun önümüzdeki 40 yılda ikiye katlanması beklenilmektedir (European Commission, 2019). Daha öz bir ifadeyle yarınların yaşanılabilir dünyasının inşa edilebilmesi için bireysel veya toplu olarak üretim ve tüketim süreçleri hakkında daha bilinçli kararların alınması gerekmektedir. Sürdürülebilirliğin çevresel, ekonomik ve toplumsal yönleri ve belirli tüketim kalıplarının sonuçları hakkında bilgi, insanların tüketim tercihlerinde ifade ettikleri tercihlerin oluşumunda önemli faktörlerdir (Zhang ve Chabay, 2020:2). Bu nedenle sürdürülebilir ürünlerin tüketimine teşvik etmek ve sürdürülebilir üretim yöntemlerinin sonuçları dikkate alınarak nasıl geliştirilebileceğine yönelik bilgisel boşluğun saptanarak doldurulması önem arz etmektedir.

2.2.Cinsiyetin Sürdürülebilir Tüketici Davranışındaki Rolüne Odaklanan Çalışmalar

Cinsiyetin tüketici davranışında önemli bir belirleyici olduğu literatürde yer alan çalışmalarla desteklenmektedir. Bu çalışmaların bazıları kadınların (Luchs ve Mooradian, 2012; Üstündağlı ve Güzeloğlu, 2015; Bulut vd., 2017; Rakib vd., 2021; Dangelico vd., 2022; Saraç, 2022) bazıları ise erkeklerin (Günay ve Oğuz, 2012) sürdürülebilir tüketici davranışına daha fazla önem verdiğini göstermektedir. Bununla beraber sürdürülebilir tüketici davranışında cinsiyete göre anlamlı bir farkın tespit edilmediği (Ay ve Zümrüt, 2005; D'Souza vd., 2007; Aktaş ve Çiçek, 2019) çalışmalar da yer almaktadır.

Literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde cinsiyetin sürdürülebilir tüketici davranışı üzerindeki etkisini ortaya koymaya odaklanan farklı değişkenlerin yer aldığı görülmektedir. Bu değişkenlerdeki ortak nokta tüketim davranışındaki sürdürülebilirlik unsurunu ortaya çıkarmaktır. Nitekim konuyla ilintili yürütülen çalışmalardan elde edilen sonuçlara göre; kadın tüketicilerin erkek tüketicilere nazaran sürdürülebilir tüketime daha fazla önem verdiği yapılan çalışmalar ile desteklenmiştir.

Sürdürülebilir tüketim kavramı, küresel bağlamda sürdürülebilir kalkınmanın daha çok çevre boyutu ile ilişkilendirildiği ve bu sorunların önüne geçebilmek adına ortaya atılmış bir fikri kapsamaktadır. Dünya kaynaklarının sürdürülebilirlik kavramı dahilinde kullanılmasını hedef alan ve çevreye verilen zararı en aza indirme yollarını arayan bir tüketim anlayışı olan

sürdürülebilir tüketimi hayata geçirmek için bireyin bilinçli olarak davranması ve bu doğrultuda farkındalık oluşturulması kavramın temelini oluşturmaktadır. Bu bağlamda ortaya atılan fikirlere odaklanıldığında; yaklaşımların iki ana husus üzerinde vuku bulduğu anlaşılmaktadır. Bu yaklaşımlardan ilki, dünya kaynaklarına ve çevreye daha duyarlı tüketim davranışlarının ortaya konulması ve olabildiğince tüketim sürecinden kaçınarak tüketim oranını minimize etmeye çalışmaktır. İkinci yaklaşımın odaklandığı husus ise tüketici davranışlarını sürdürülebilirlik anlayışı çerçevesinde dönüştürürken bir yandan da üretim sürecini de bu doğrultuda şekillendirmeyi esas almaktadır. Bu çerçevede temiz üretim, eko-tasarım, geri dönüşüm ve yaşam döngüsünü temel alan üretimlere odaklanılmaktadır.

3.Araştırmanın Metodolojisi

3.1.Araştırmanın Amacı

Sürdürülebilir tüketici davranışı, güncel dönemde giderek artan öneme sahip bir kavram haline almıştır. Bu kavram tüketicilerin satın alma kararlarını şekillendirirken, ekonomik çevresel ve sosyal etkileri göz önünde bulundurarak bilinçli seçimler yapmalarını kapsamaktadır. Bu davranış biçimi salt bireysel çapta değil, bununla birlikte toplumsal ve küresel düzeyde olumlu değişimlere katkıda sağlamaktadır Sürdürülebilir tüketim, gelecek nesillerin yaşam kalitesini koruma, çevresel sürdürülebilirliği destekleme ve toplumsal adaleti sağlama amacını güder. Bu nedenle, tüketicilerin sürdürülebilir tüketim alışkanlıklarını benimsemeleri, ekosistemlerin dengesini sürdürmek ve gezegenimizin sürdürülebilir bir geleceğe yönelik olarak ayakta kalmasına katkıda bulunmak açısından hayati bir rol oynar.

Tüm bu bilgiler ışığında çalışma, Türkiye’de yaşayan bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışlarını ölçmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda bireyin sürdürülebilir tüketime teşvik edilmesi ve bu fikir ışığında bilinçlendirilmesi, ileriki yıllarda yapılacak çalışmalar açısından büyük önem taşımaktadır.

Araştırma kapsamında üzerinde durulacak hipotezler ise aşağıda yer almaktadır.

H1: Katılımcılar için çevre duyarlılığı değişkeninde cinsiyete göre anlamlı bir fark vardır.

H2: Katılımcılar için ihtiyaç dışı satın alma değişkeninde cinsiyete göre anlamlı bir fark vardır.

H3: Katılımcılar için tasarruf değişkeninde cinsiyete göre anlamlı bir fark vardır.

H4: Katılımcılar için yeniden kullanılabilirlik değişkeninde cinsiyete göre anlamlı bir fark vardır.

3.2.Araştırmanın Yöntemi

Çalışma evrenini İstanbul Aydın Üniversitesi'nde 2022-2023 eğitim-öğretim yılı döneminde eğitim almakta olan ön lisans ve lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini ise İletişim Fakültesi ve Meslek Yüksekokulu'nda iletişim odaklı bölümlerde okuyan (Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Pazarlama) toplam 340 öğrenci oluşturmaktadır. Sürdürülebilirlikle ilintili konular toplumsal etkileşime ve iletişime ihtiyaç duyar. Bu nedenle araştırma, iletişim odaklı bölümlerde okuyan öğrenciler üzerinden gerçekleştirilerek sürdürülebilirlik konularına ilişkin iletişim stratejilerini anlamak ve geliştirmek adına da değerli olacağı düşünülmektedir. Örneklem belirleme aşamasında seçkisiz olmayan örnekleme yöntemlerinden amaçsal örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Araştırma kapsamında araştırma sorularını ve hipotezlerini değerlendirmek için anket metodolojisi kullanılmıştır. Anket formu Doğan ve ark. (2015) tarafından geliştirilen "Sürdürülebilir Tüketici Davranışı Ölçeği"nden faydalanarak oluşturulmuştur. 17 maddeden oluşan dört boyutlu ölçeğin güvenirlik ve geçerlilik testi yapılmış olup Cronbach alpha değerlerin 0.70'in üzerinde tespit edildiği gözlemlenmiştir Böyle bir değere sahip olması da ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir

3.3.Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Üniversite öğrencileri, herhangi bir konuya ilişkin geleceğe dair eğilimleri keşfetme açısından bilimsel bağlamda yapılan çalışmalarda sıklıkla araştırma evreni olarak tercih edilmektedir. Araştırma kapsamında odaklanılan sürdürülebilir tüketici davranışlarına dair eğilimleri keşfetmek adına bu çalışmada üniversite öğrencileri üzerinden gerçekleştirilmiştir. Benzer şekilde sürdürülebilir tüketici davranışını üniversite öğrencileri üzerinden gerçekleştiren çalışmalar (Kamenidou vd., 2019; Salehi vd., 2021) literatürde yer almaktadır.

Çalışma evrenini İstanbul Aydın Üniversitesi'nde 2022-2023 eğitim-öğretim yılı döneminde eğitim almakta olan ön lisans ve lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini ise İletişim Fakültesi ve Meslek Yüksekokulu'nda bulunan toplam 340 öğrenciden meydana gelmektedir. Benzer şekilde sürdürülebilir tüketici davranışı üzerine gerçekleştirilen çalışmalarda da (Ay ve Zümrüt, 2005; D'Souza vd., 2007; Aktaş ve Çiçek, 2019 Kamenidou vd., 2019; Salehi vd., 2021) 300-400 aralığında kişiye ulaşıldığı tespit edilmiştir Örneklem belirleme sürecinde seçkisiz olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Kolayda örnekleme, ana kütle içerisinde seçilecek örnek kesimin

araştırmacının yargılarınca belirlendiği tesadüfi olmayan örnekleme yöntemidir. Kolayda örneklemede veriler, ana kütlede en kolay, hızlı ve ekonomik şekilde toplanır (Malhotra, 2004: 321, Aaker vd., 2007: 394, Zikmund, 1997: 428). Bu sebeple çalışmanın örneklemini İletişim Fakültesi ve Meslek Yüksekokulu'nda eğitim ve öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır.

Amaçlı örnekleme, derinlemesine araştırma yapabilmek suretiyle çalışmanın amacı çerçevesinde bilgi yönünden zengin durumların tercih edilmesini kapsamaktadır (Büyüköztürk, 2012:9).

3.5.Araştırmanın Bulguları

Çalışmada ilk olarak tanımlayıcı istatistiklerin değerlendirilmesi gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda anket soru grubunda yer alan ölçeklerin ortalama, standart sapma, çarpıklık ve basıklık gibi temel istatistik değerlerine dair ölçekler bazında değerlendirme yapılmıştır.

Tablo 1. Tanımlayıcı İstatistikler

		ÇD	İDSA	T	YK
Tüm Katılımcılar	Ortalama	3,2012	2,7782	3,4221	2,9706
	Varyans	,917	1,464	1,309	,754
	Std. Sapma	,95750	,95750	1,14403	,86850
	Minumum	5,00	1,00	1,00	1,00
	Maksimum	5,00	5,00	5,00	5,00
	Çarpıklık	,069	,215	-,224	-,221
	Basıklık	-,585	-1,011	-,896	-,145

ÇD: Çevre Duyarlılığı İDSA: İhtiyaç Dışı Tüketim T:Tasarruf YK:Yeniden Kullanabilirlik

Anketten elde edilen veri setine ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 1'de verilmektedir. Ortalama değerlerin yaklaşık 3 civarı olması olumlu olarak belirtilen sorulara katılım oranının yüksekliğini göstermektedir. Standart sapma değerlerinin yaklaşık 1 puan seviyesinin altında olması görüş bildirenlerin çok aşırı farklı cevaplar vermediklerini belirtir. Bununla birlikte çevre duyarlılığına ilişkin ölçekli sorulara verilen yanıtlarda kadınların ortalama cevapları erkeklere nazaran daha fazla bu eğilimde olduklarını göstermektedir ($\bar{X}_1= 2.99$, $\bar{X}_2= 3.12$).

İhtiyaç dışı satın almaya ilişkin sorulara verilen cevaplarda ise erkeklerin eğilimlerinin kadınlara görece daha yüksek olduğu görülmektedir ($\bar{X}_1= 3.36$, $\bar{X}_2= 2.99$). Bununla birlikte

tasarrufu ölçmeye yönelik sorulara verilen cevaplarda ise kadınların tasarruf eğilimlerinin ortalama olarak erkeklerden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir ($\bar{X}_1= 2.70$, $\bar{X}_2= 3.13$). Son olarak yeniden kullanılabilirlik davranışına ilişkin cevaplar göz önünde bulundurulduğunda kadınların vermiş oldukları cevapların ortalaması erkeklerin vermiş oldukları cevapların ortalamasından daha büyük olduğu görülmektedir ($\bar{X}_1= 3.92$, $\bar{X}_2= 3.69$). Ancak bu farkların istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını analiz etmek üzere önce verinin dağılımına ilişkin hem Kolmogorov-Smirnov hem de Shapiro-Wilk normal dağılım testi uygulanmıştır.

Tablo 2. Kolmogorov-Smirnov, ve Shapiro-Wilk Testi

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk			
	İstatistik	s.d.	P	İstatistik	s.d.	P	
Tüm Katılımcılar	ÇD	,101	340	.000	,973	340	.000
	İDSA	,123	340	.000	,944	340	.000
	T	,098	340	.000	,941	340	.000
	YK	,116	340	.000	,968	340	.000

ÇD: Çevre Duyarlılığı İDSA: İhtiyaç Dışı Tüketim T:Tasarruf YK:Yeniden Kullanabilirlik

Tablo 2’de verilen Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk test sonuçlarına göre tüm değişkenler için verinin normal dağıldığı temel hipotezinin %5 anlam düzeyinde reddedildiği görülmektedir. Bu sebeple veride kullanılması gereken analiz yöntemi nonparametrik testler arasından seçilmektedir. Bu sınama için Mann Whitney U testi kullanılmıştır.

Tablo 3. Mann Whitney U Testi

	Cinsiyet	N	Ortalama Sıra	Mann-Whitney U	P
ÇD	Erkek	81	177,65	8637,500	,016
	Kız	259	147,64		
	Toplam	340			
İDSA	Erkek	81	168,59	9996,000	,522
	Kız	259	176,59		
	Toplam	340			
T	Erkek	81	175,44	9210,000	,096
	Kız	259	154,70		
	Toplam	340			
YK	Erkek	81	173,20	9789,000	,359
	Kız	259	161,85		
	Toplam	340			

ÇD: Çevre Duyarlılığı İDSA: İhtiyaç Dışı Tüketim T:Tasarruf YK:Yeniden Kullanabilirlik

Tablo 3'te katılımcıların çevre duyarlılığı, ihtiyaç dışı satın alma, tasarruf ve yeniden kullanılabilirlik değişkenlerinin cinsiyete göre farklarının istatistik olarak anlamlı olup olmadığı sınınamak üzere yapılan Mann Whitney U testi sonuçlarına yer verilmektedir. Buna göre çevre duyarlılığı haricinde tüm değişkenler için temel hipotezler kabul edilmektedir. ($p < 0.05$). Test sonucunda elde edilen p değeri 0.016 olduğu için yokluk hipotezi reddedilir ve çevre duyarlılığı değişkeni için cinsiyete göre anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılır. İhtiyaç dışı satın alma, tasarruf ve yeniden kullanılabilirlik değişkenleri için ise cinsiyete göre anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

5. Sonuç

Tüketim günlük hayatımızın son derece önemli bir parçası haline geldiğinden, bilimsel araştırmayı hak eden bir konu olarak ele alınmaya başlanmıştır. Ancak bu odaklanma nispeten yenidir. Sürdürülebilir tüketim, tüketimin çevresel etkilerini azaltmak için toplumun her seviyesinde yaygın davranış değişiklikleri gerektiren bir çevre politikası hedefi olarak geçerlilik kazanmaktadır.

Toplumda ekolojik bilgi ve eğitimi teşvik etmek, tüketim kalıplarını, hükümet politikalarını etkiler ve uzun vadede daha yeşil ve daha sürdürülebilir bir ekonominin inşasına katkıda bulunur (Zhang ve Chabay, 2020). Tüketim ve üretim hakkında bilinçli bireysel veya toplu kararlar vermek, daha sürdürülebilir ürünler tüketmenin sonuçları hakkında bilgi sahibi olmayı ve daha sürdürülebilir üretim yöntemlerini düşünmeyi gerektirir (Ladaru ve Marin, 2020). Dolayısıyla bireylerin karar verme sürecinde çevresel, ekonomik, sosyal, kültürel sinerjinin rolünü anlamak ve tüketim alışkanlıklarının sonuçlarını göz önünde bulundurmamak, insanların tüketim sürecinde sahip oldukları tercih kalıplarını oluşturmada kilit faktörlerdir.

Buradan hareketle araştırmanın amacını ortaya koyabilmek adına en uygun modeli bulmak için literatür taraması yapılmıştır. Araştırma neticesinde; Doğan ve arkadaşlarının (2015) çalışmasından yararlanılarak sürdürülebilir tüketici davranışı dört boyut altında incelenmiştir. Benzer şekilde Uzun ve Altaş (2017), Aktaş ve Çiçek (2019), Özdemir (2021) ve Saraç'ın (2022) aynı boyutlar üzerinden sürdürülebilir tüketici davranışını incelediği saptanmıştır.

Çalışmanın öncelikli olarak kullanılan dört temel ölçeğin; çevre duyarlılığı, tasarruf, ihtiyaç dışı satın alma ve yeniden kullanılabilirlik ölçeklerinin genel değerlendirmeleri yapılmıştır. Değerlendirme kapsamında; ortalama, standart sapma, çarpıklık ve basıklık değerleri belirtilmiştir. Çalışmanın devamında ise ölçekler arasındaki ilişkilerden hareketle kurgulanan hipotezler sırasıyla test edilmiştir. Katılımcıların çevre duyarlılığı, tasarruf, ihtiyaç dışı satın alma ve yeniden kullanılabilirlik değişkenlerinin cinsiyete göre farklarının istatistik olarak anlamlı olup olmadığı sınamak üzere ise yapılan Mann Whitney U testi sonuçlarına yer verilmiştir. Araştırma sonucunda; çevre duyarlılığı değişkeninin için cinsiyete göre anlamlı bir fark bulunduğu, tasarruf, ihtiyaç dışı satın alma ve yeniden kullanılabilirlik değişkenleri için ise cinsiyete göre anlamlı bir fark bulunmadığı tespit edilmiştir. Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde ise bu çalışmaya benzer (Karalar ve Kiracı, 2010; Üstündağlı ve Güzeloğlu, 2015; Bulut vd., 2017; Aktaş ve Çiçek, 2019; Saraç, 2022) sonuçların yer aldığı görülmektedir.

Çevre duyarlılığı boyutunun kadınlarda erkeklere göre daha yüksek çıktığı bu çalışmanın sonucu literatürde yer alan bazı çalışmalar ile (Zimmer vd., 1994; Autio ve Heinonen, 2004, Bulut vd., 2017) desteklenmektedir. Bu durumun kadın tüketicilerin çevreye karşı erkeklere nazaran daha duyarlı olmasıyla açıklanabilir. Bu duyarlılık, kadınların sürdürülebilirlikle ilgili konulara yönelik bilinçli tüketim kararları almasına ve bu alanda liderlik rolü üstlenmelerine olanak tanır. Kadınların sürdürülebilir tüketim konusundaki bu öncülüğü, genel olarak toplumsal normları ve tüketim alışkanlıklarını şekillendirme potansiyeline sahiptir. Ancak bu durumun bireysel tercihlere ve kültürel faktörlere de bağlı olarak değişebileceğini de

unutmamak gerekmektedir. Bununla birlikte kadınların sürdürülebilir tüketim konusundaki bu yüksek duyarlılık düzeyi, genellikle aile içinde ve toplumda sürdürülebilir davranışların yayılmasında bir itici güç olarak işlev gördüğü de ortaya çıkarabilir.

Merkezi noktaya cinsiyet değişkenini konumlandıran sürdürülebilir tüketici davranışlarını inceleyen araştırmalarda (Dzialo, 2017; Kennedy ve Kmec, 2018; Salehi vd. 2021) en önemli husus bireyin bu farklılıklardan doğan istek ve ihtiyaçlarını kavrayarak sürdürülebilirlik anlayışını bir yaşam tarzı haline dönüştürmeyi amaçlamaktır. Bu hususta ortaya konulan araştırmalar neticesinde elde edilen verilerle daha etkili ve kapsamlı sürdürülebilirlik stratejilerinin geliştirilmesi önemlidir.

Cinsiyet değişkeninin sürdürülebilir tüketici davranışı üzerindeki etkisini incelemek, ileride yapılacak sürdürülebilirlik çabalarının başarılı olabilmesi için önemlidir. Farklı cinsiyet gruplarının sürdürülebilirlikle ilintili ürün ve hizmetlerde farklı tepkiler verme durumunun tespit edilmesi, gelecek dönemlerde hazırlanacak pazarlama stratejilerinin daha etkili olmasına yardımcı olacaktır. Ayrıca cinsiyet temelli araştırmalar pazarlamacılara ve firmalara hedef kitlesine daha etkili bir biçimde ulaşma ve sürdürülebilirlikle ilintili mesajların daha etkin bir şekilde oluşturulmasını sağlayacaktır. Böylelikle cinsiyet gruplarının motivasyonlarını ve ihtiyaçlarını anlayarak etkili mesajların ve stratejilerin geliştirme potansiyelini de güçlendirecektir.

Elde edilen bütün sonuçlar doğrultusunda, çevre duyarlılığı, tasarruf, ihtiyaç dışı satın alma ve yeniden kullanılabilirliğin üniversite öğrencilerinin sürdürülebilir tüketici davranışı üzerinde önemli değişkenler olduğu belirlenmiştir. Ayrıca araştırmada incelenen değişkenlerin üniversite öğrencilerinde çevre duyarlılığı değişeni dışında cinsiyete göre anlamlı bir fark yaratmadığı sonucunu ortaya çıkarmıştır. Bu noktada üniversite öğrencilerinin gelecekteki karar vericiler ve tüketiciler arasında yer alacaklarını düşünürsek böyle bir grubun üzerinden sürdürülebilir tüketici davranışını anlamak, gelecekteki tüketici trendlerini kavramak ve yönlendirmek adına kritik bir önem taşır. Ayrıca üniversite döneminin kişinin dünya görüşünün şekillenmesi açısından önemli bir süreç olması (Gardner, 2011; Chan, 2016) bu konuda farkındalığın artmasına ve bilinçli tüketici davranışının gelişimine de katkı sağlayacaktır.

Bu sonuçlar göz önüne alındığında gelecek çalışmalar için bazı öneriler yapılabilir. Tüketicilerin sürdürülebilirlik konusundaki farkındalığını ve bilgi düzeyini artırmak amacıyla gelecek araştırmalarda sürdürülebilirlikle ilintili olarak hazırlanan kampanyaların tüketici üzerindeki etkisi incelenebilir. Bununla birlikte yeni medya ortamlarının bu denli etkin ve aktif

kullanıldığı günümüzde, yeni medya araçları vasıtasıyla sürdürülebilirlikle ilgili gönderilen mesajların tüketici üzerindeki etkililiğini ölçmek de pazarlamacılara önemli bir veri sağlayacaktır. Son olarak sürdürülebilir tüketici davranışlarını kültürel farklılıklar üzerinden inceleyerek bu faktörün sürdürülebilir tüketici davranışlarına etkisi araştırılabilir ve böylelikle gelecek çalışmalara önemli katkılar sağlanabilir.

Kaynakça

- Aaker, D.A., Kumar, V. ve Day, G.S., (2007). *Marketing Research*, 9. Edition, John Wiley & Sons, Danvers
- Aktaş, S. C. ve Çiçek, B. (2019). Farklı Kuşaktaki Kadın ve Erkeklerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının İncelenmesi, *Third Sector Social Economic Review*, 54(4), 1957-1978.
- Autio, M. ve Heinonen V. (2004). To Consume or not to Consume? Young People's Environmentalism in the Affluent Finnish Society, *Young*, Vol.12, No:2, 137-153.
- Ay, C., Zümrüt, E., (2005). "Çevre Bilinçli Tüketiciler", *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, Sayı:10, 238-263.
- Babaoğlu, M., Erişim Tarihi; 30.07.2010, Yoksulluk, Sürdürülebilir Tüketim ve Tüketici Eğitimi, "ww.tupadem.hacettepe.edu.tr/dokumanlar/yoksulluk.pdf.
- Baştürk, S. ve Taştepe, M. (2013). *Evren ve Örneklem, Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara, Vize Yayıncılık.
- BM (2019). *The Sustainable Development Goals Report 2019*, New York, <https://unstats.un.org/sdgs/report/2019/The-Sustainable-Development-GoalsReport-2019.pdf> (20.08.2022)
- Bulut, Z.A., Özkaya, F.T., Karabulut, A.N. ve Atağan, G. (2019). Gıda Ürünlerinin Sürdürülebilir Tüketimi Bağlamında Tüketici Tipolojisi Geliştirme Çalışması, *Ç.Ü Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(3), 73-90.
- Bulut, Z.A., Kökalan Çımrın, F. ve Doğan, O. (2017), Gender, Generation and Sustainable Consumption: Exploring the Behaviour of Consumers from Izmir, Turkey, *International Journal of Consumer Studies*, No:41, 597-604.
- Büyüköztürk, Ş. (2012). *Örneklem Yöntemleri*, <http://cv.ankara.edu.tr/duzenleme/kisisel/dosyalar/21082015162828.pdf>
- Chan, Roy Y. (2016). Understanding the Purpose of Higher Education: An Analysis of the Economic and Social Benefits For Completing A Collage Degree, *JEPPA*, 6(5), 1-41.
- Dangelico, R.M., Schiaroli, V. ve Fraccascia, L. (2022). Is Covid-19 changing sustainable consumer behavior? A survey of Italian consumers, *Sustainable Development*, 30(6), 1477-1496, <https://doi.org/10.1002/sd.2322>
- Dinu, M., Patarlageau, S.R., Petrariu, R., Constantin, M. ve Potcovaru, A.M. (2020). Empowering Sustainable Consumer Behavior in the EU by Consolidating the Roles of Waste Recycling and Energy Productivity, *Sustainability*, 12, 2-24, <https://doi.org/10.3390/su12239794>
- Doğan, O., Bulut, Z.A. ve Çımrın, F.K. (2015). Bireylerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının Ölçülmesine Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çabası, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 29(4), 659-678.
- D'Souza, C., Taghian, M., Lamb, P. ve Peretiatko, R. (2007). "Green Decisions: Demographics and Consumer Understanding of Environmental Labels", *International Journal of Consumer Studies*, No:31, 371-376.
- Dzialo, Liz (2017). The Feminization of Environmental Responsibility: A Quantitative, Cross-National Analysis. *Environmental Sociology* 3(4), 427-437. doi: 10.1080/23251042.2017.1327924
- European Commission (2019). *The European Green Deal*; European Commission: Brussels, Belgium.
- Gardner, Howard (2011). *Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences*, United Kingdom, Basic Books.
- Günay, G. ve Oğuz, A. (2012). Sustainable Development from The Family to The Society, 2nd International Conference on Human and Social Sciences, (ICHSS'12) 23-24 March 2012, Tirana/ALBANIA.

- Hayta, A.B. (2009). Sürdürülebilir Tüketim Davranışının Kazanılmasında Tüketici Eğitiminin Rolü, Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 10(3), 143-151.
- Hansen, U. ve Schrader, U. (1997), A Modern Model of Consumption for a Sustainable Society, Journal of Consumer Policy, 20, 443-468.
- Kamenidou, I.C., Mamalis, S.A., Pavlidis, S. ve Bara, E.G. (2019). Segmenting the Generation Z Cohort University Students Based on Sustainable Food Consumption Behavior: A Preliminary Study, sustainability, 11(3), 2-22, <https://doi.org/10.3390/su11030837>
- Karaca, Ş. (2018). Duygusal ve Bilişsel Güdülerin Sürdürülebilir Giysi Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Bir Çalışma, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 40, 254-268.
- Kayıkcı, P., Armağan, K. ve Dal, N.E. (2019). Sürdürülebilir Pazarlama: Kavramsal Bir Çalışma, Bucak İşletme Fakültesi Dergisi, 2(1), 77-93.
- Kaypak, Ş. (2010). Ekolojik Turizmin Sürdürülebilirliği, Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, 2(2), 93-114.
- Kennedy, Emily H. ve Kmec, J. (2018). Reinterpreting The Gender Gap in Household Pro-Environmental Behaviour. Environmental Sociology, 4(1), 299–310. doi: 10.1080/23251042.2018.1436891
- Khan, K. ve Hameed, Iulie (2019). Relationship between Consumer Motivations and Sustainable Consumer Behavior in a Developing Market, KASBIT Business Journal (KBJ), 12, 161-191.
- Ladaru, R. ve Marin, F. (2020). The synergy between Tulcea county development model proposed by the World Bank and consumption behavior of territorial administrative units | International Business Information Management Association (IBIMA). In Proceedings of the Sustainable Economic Growth, Education Excellence, and Innovation Management through Vision 2020, 394–404.
- Luchs, M.G. ve Mooradian, T.A. (2012). Sex, Personality, and Sustainable Consumer Behaviour: Elucidating the Gender Effect, Journal of Consumer Policy, 35, 127-144.
- Malhotra, N. K. (2004). Marketing Research an Applied Orientation, 4. Edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Orindaru, A., Popescu, M.F., Ciescu, Ş.C., Botezatu, F., Florescu, M.S ve Albu, C.C.R. (2021). Leveraging COVID-19 Outbreak for Shaping a More Sustainable Consumer Behavior, Sustainability, 13, 2-19, <https://doi.org/10.3390/su13115762>
- Özdemir, N. (2021). Dindarlık ve Sürdürülebilir Tüketim Davranışı: Gönüllü Sadeliğin Aracı Rolü, Turkish Journal of Marketing, 6(1), 70-89.
- Pinto, Diego C., Herter, Marcia M., Rossi, Patricia ve Borges, Adilson (2014). Going Green For Self or For Others? Gender and Identity Saliency Effects on Sustainable Consumption, International Journal of Consumer Studies, 38, 540-549, <https://doi.org/10.1111/ijcs.12114>
- Rakib, M. & Chang, H. J. & Jones, R. P. ve Jung, K. (2022) The Effects of Brand Emotion and Action Desire on Sustainable Consumer Behavior: The Moderating Roles of Gender and Sustainability Motivation, International Textile and Apparel Association Annual Conference Proceedings 78(1). doi: <https://doi.org/10.31274/itaa.13745>
- Salehi, S., Telesiene, A. ve Pazokinejad, Z. (2021). Socio-Cultural Determinants and the Moderating Effect of Gender in Adopting Sustainable Consumption Behavior among University Students in Iran and Japan, Sustainability, 13(16), 2-14, <https://doi.org/10.3390/su13168955>
- Saraç, Ö. (2022). Kültür Turistlerinin Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının Cinsiyete Göre Farklılıkları: Safranbolu Üzerinde Bir Araştırma, Journal of Humanities and Tourism Research, 12 (2), 265-283, DOI: 10.14230/johut1209

- Seyfang, G. (2006), Sustainable consumption, the new economics and community currencies: developing new institutions for environmental governance. *Regional Studies*, 70 (7), 781-791.
- Soyer, M. ve Dittrich K. (2021). Sustainable Consumer Behavior in Purchasing, Using and Disposing of Clothes, *Sustainability*, 13, 2-17, <https://doi.org/10.3390/su13158333>
- Theotakis, A. Mangarani, E. (2014). The Impact of Choice Architecture on Sustainable Consumer Behavior: The Role of Guilt, *J Bus Ethics*, 131, 423-437.
- Umut, M.Ö., Topuz, Y.V. ve Velioğlu, M.N. (2015). Çöpten Geri dönüşüme Giden Yolda Sürdürülebilir Tüketiciler, *CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 264-288, Doi Number: 10.18026/cbusos.68623
- Uzun, F. V. ve Altaş, A. (2017). Kapadokya Bölgesi’ni Ziyaret Eden Turistlerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışları, *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(4), 1-10.
- Üstündağlı, E. ve Güzeloğlu, E. B., (2015). Gençlerin Yeşil Tüketim Profili Farkındalık Tutum ve Davranış Pratiklerine Yönelik Analiz, *Global Media Journal*, Sayı:5, 341-362.
- Zhang, Y. ve Chabay, I. (2020).How “Green Knowledge” Influences Sustainability through Behavior Change: Theory and Policy Implications. *Sustainability* , 12, 6448
- Zikmund, W. G. (1997). *Business Research Methods*, 5. Edition, The Dryden Press, Orlando.
- Zimmer, M.R., Stafford, T.M. ve Stafferd, M.R. (1994). Green Issues: Dimensions of Environmental Concern, *Journal of Business Research*, Vol.30, No:1, 63-74.