



Sürdürülebilir Tüketim Bilgisinin Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisinde Tutumun Aracı Rolü¹

The Mediating Role of Attitude in the Effect of Sustainable Consumption Knowledge on Sustainable Consumption Behavior

Ebru Maraş Çakır ^{a*} Abdülkadir Öztürk ^b

^a Doktora Öğr., Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Rize/Türkiye, ebru_marascakir19@erdogan.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1640-0303

^b Doç. Dr., Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Rize/Türkiye, abdulcadir.ozturk@erdogan.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1855-8892

MAKALE BİLGİSİ

ÖZ

Makale Türü

Araştırma Makalesi

Anahtar Kelimeler

Sürdürülebilir Tüketim Bilgisi
Sürdürülebilir Tüketim Davranışı
Tutum

Geliş Tarihi : 03 Nisan 2025

Kabul Tarihi: 12 Eylül 2025

Birleşmiş Milletler tarafından da benimsenerek sürdürülebilir kalkınma hedeflerinden olan ve bilinçlenen tüketicilerin ürünlerde aradığı sürdürülebilir tüketim anlayışı işletmeleri bu anlayışı benimsemeye yönlendirmiştir. Bu çalışmanın amacı, sürdürülebilir tüketim bilgisinin sürdürülebilir tüketim davranışı üzerindeki etkisini tutumun aracı rolü ile incelemektir. Nedensel araştırma tasarımına göre hazırlanan çalışmada veriler (n=317) çevrim içi anket yoluyla elde edilmiştir. Verilerinin analizi SPSS (27.0) ve JASP (0.19.1.0) programları ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, sürdürülebilir tüketim bilgisinin sürdürülebilir tüketim davranışı üzerindeki etkisi Basit Doğrusal Regresyon ile test edilmiştir. Araştırma modelini test etmek için SPSS PROCESS makrosu (Model 4) kullanılmıştır. Bulgular, literatürle uyumlu olarak, sürdürülebilir tüketim bilgisi, sürdürülebilir tüketim yönelik tutum ve davranışların birbirleri ile pozitif yönde orta düzeyde ilişkili olduğunu göstermiştir. Sürdürülebilir tüketim bilgisinin, tutum ve davranışın anlamlı yordayıcısı olduğu görülmüştür. Benzer şekilde sürdürülebilir tüketim yönelik tutum da davranışın anlamlı yordayıcısıdır. Sonuçlar, sürdürülebilir tüketim alışkanlıklarının benimsenmesinde bilgi ve tutumların belirleyici faktörler olduğunu göstermektedir.

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article Type

Research Article

Keywords

Sustainable Consumption
Knowledge
Sustainable Consumption Behaviour
Attitude

Received: Apr, 03, 2025

Accepted: Sep, 12, 2025

The understanding of sustainable consumption, which is one of the sustainable development goals adopted by the United Nations and sought by conscious consumers in products, has led businesses to adopt this understanding. The aim of this study is to examine the effect of sustainable consumption knowledge on sustainable consumption behavior with the mediating role of attitude. In the study, which was designed based on a causal research design, data (n=317) were collected through an online survey. The data analysis was performed using SPSS (27.0) and JASP (0.19.1.0) software. In the study, the effect of sustainable consumption knowledge on sustainable consumption behavior was tested using Simple Linear Regression. The research model was tested using the SPSS PROCESS macro (Model 4). The findings, in line with the literature, indicate that sustainable consumption knowledge, attitudes toward sustainable consumption, and behaviors are positively and moderately correlated with each other. It was found that sustainable consumption knowledge is a significant predictor of both attitude and behavior. Similarly, attitudes toward sustainable consumption were also a significant predictor of behavior. The results suggest that knowledge and attitudes are determining factors in the adoption of sustainable consumption habits.

Extended Abstract

Aim: Sustainable consumption is an approach that aims to minimize the use of natural resources, waste emissions and environmentally harmful substances to meet basic needs. The understanding of sustainable consumption, which is one of the sustainable development goals of

¹ Bu çalışma ikinci yazarın danışmanlığında Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalında yürütülmekte olan birinci yazara ait doktora tezinden türetilmiştir.

* Sorumlu Yazar / Corresponding Author

Atıf/Cite as: Maraş Çakır, E. ve Öztürk, A. (2025). Sürdürülebilir Tüketim Bilgisinin Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisinde Tutumun Aracı Rolü. *Uluslararası Ekonomi, İşletme ve Politika Dergisi*, 9(2), 634-650. <https://doi.org/10.29216/ueip.1669801>



the United Nations and which is sought by conscious consumers in products, has led businesses to adopt this understanding. The main claim of this study is that individuals who have knowledge about sustainable consumption develop not only knowledge but also environmentally sensitive attitudes. These attitudes can turn knowledge into behavior and enable individuals to make sustainable choices. The purpose of this study is to examine the effect of sustainable consumption knowledge on sustainable consumption behavior through the mediating role of attitude.

Method: In this study, the relational survey model, which is widely preferred among quantitative research methods, was applied. In the research model, the conceptual model in Figure 1 was developed to determine the effect of sustainable consumption knowledge on sustainable consumption behavior and the mediating role of attitude in this effect. The data obtained within the scope of the study were collected through an online survey. The data were collected over a period of one week from the participants who were given detailed information about the purpose and importance of the study in advance. The data were obtained from adults aged 18 years and over in Rize province. In the study, demographic information of the participants as well as other survey questions were transferred to a web-based Google Form. Survey links were distributed to adults through social media. It was stated that participation was completely voluntary and participants were briefly informed about the purpose of the study before starting the research. Survey data were collected anonymously and confidentiality principles were respected. Finally, the ethics committee approval for the study was obtained from Recep Tayyip Erdoğan University Social and Humanitarian Ethics Committee. In order to determine the appropriate sample size to test the mediating variable models, Monte Carlo Power Analysis was conducted before starting the study. The results of the analysis showed that at least 277 participants were needed to test the mediating role of attitude at a power level of 0.80. The sample group of our research consists of adult individuals living in Rize province. Data were collected from a total of 328 participants. In this context, it can be said that the sample is representative of the population. Within the scope of the study, a questionnaire with a total of 19 questions about consumer attitude (6 statements), sustainable consumption behavior (4 statements) and sustainable consumption knowledge (9 statements) was created. All of these survey questions were asked to be answered in accordance with the 5-point Likert-type scale. Confirmatory factor analysis (fit index values) and Cronbach alpha coefficients were utilized for the suitability and consistency of the questionnaires for the sample group. The analysis of the research data was carried out with SPSS (27.0) and JASP (0.19.1.0) programs. Descriptive statistics were used to reveal the demographic characteristics of the participants. Spearman correlation coefficients were used to examine the correlations between the research variables. In the study, the effect of sustainable consumption knowledge on sustainable consumption behavior was tested with Simple Linear Regression Analysis. SPSS PROCESS macro (Model 4, Hayes, 2018) was used to test the research model. In this model, the effect of sustainable consumption knowledge on sustainable consumption behavior and the mediating role of attitude in this effect were tested. In the analysis, 5000 bootstrap samples with 95% confidence interval were used.

Findings: When the preliminary analysis results were examined, it was seen that the fit index values of the scales used in the study were valid for the sample group. Cronbach Alpha ≥ 0.60 indicates that the data obtained from the sample show internal consistency, that is, they are reliable (Knowledge=0.857, Attitude=0.801, Behavior=0.685). When the Spearman correlation coefficients between the variables were examined, it was seen that there was a positive moderate correlation between sustainable consumption knowledge and attitude towards sustainable consumption ($r=0.36$, $p<0.01$), and a positive moderate correlation between sustainable consumption knowledge and sustainable consumption behavior ($r=0.41$, $p<0.01$). Similarly, there is a moderate positive correlation between attitude towards sustainable consumption and consumption behavior ($r=0.64$, $p<0.01$). When the hypothesis test findings were examined, it was observed that there was a significant relationship between sustainable consumption knowledge and sustainable consumption

behavior levels of adult individuals, and it was seen that sustainable consumption knowledge was a significant predictor of sustainable consumption behavior. Again, it was observed that there was a significant relationship between adult individuals' sustainable consumption knowledge and attitude towards sustainable consumption, and it was seen that sustainable consumption knowledge was a significant predictor of attitude. Similarly, a significant relationship was observed between adult individuals' sustainable consumption behavior and attitude, and attitude was found to be a significant predictor of sustainable consumption behavior. Finally, according to the mediation effect findings, knowledge has a significant effect on behavior. The effects of knowledge on attitude and attitude on behavior were also found to be significant. While the effect of knowledge on behavior was significant, the significant effect of knowledge on behavior continued when attitude was included in the model. However, there was a decrease in its effect. Therefore, it is possible to talk about a partial mediation.

Conclusion: The results show that knowledge and attitudes are the determining factors in the adoption of sustainable consumption patterns and highlight the importance of policies and educational programs for promoting sustainable development. It is concluded that promoting sustainable consumption requires not only providing knowledge but also developing strategies to change individuals' attitudes. Based on the research findings, it is observed that the relationship between sustainable consumption knowledge and sustainable consumption behavior is shaped through attitude. In this respect, it can be said that in order to encourage sustainable consumption behaviors, individuals' level of knowledge on sustainability should be increased. Education and awareness-raising programs should include the environmental benefits of sustainable products and information that can positively affect consumers' attitudes. Furthermore, strategies for the development of positive attitudes can be implemented to encourage the adoption of sustainable products. In this context, public policies and social campaigns can be shaped to support sustainable consumption and reinforce such attitudes. Finally, information and attitudinal changes related to sustainability can contribute significantly to the adoption of environmentally friendly habits across society.

1. Giriş

Sürdürülebilirlik, mevcut yaşam kalitesinde herhangi bir azalma olmadan, düşünce tarzında değişiklik gerektiren bir kavram olarak ortaya çıkmıştır (Özmehmet, 2012). Sürdürülebilir tüketim düşüncesi, gelecek nesiller için daha iyi ve temiz bir dünya bırakmayı hedeflediğinden uzun dönemli; tüm insanların katılımıyla gerçekleştirilebileceği için de bütüncül bir yaklaşımdır (Karalar ve Kiracı, 2011). Sürdürülebilir tüketim davranışı, bireylerin çevresel, ekonomik ve sosyal sürdürülebilirliği gözeterek yaptıkları tüketim tercihleri ve alışkanlıklarını tanımlamaktadır (Akenji, 2014; Temizkan, 2022). Sürdürülebilir tüketim, bireylerin çevresel bilinci, etik değerleri ve toplumsal sorumlulukları ile şekillenmektedir (Ceschin, 2008).

Sürdürülebilir tüketim, Birleşmiş Milletler tarafından belirlenen 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'nden birisidir (Zeng, Zhong ve Naz, 2023). 2020 yılı itibarıyla dünya çapında yapılan araştırmalar, tüketicilerin %66'sının daha sürdürülebilir ürünler talep ettiğini ve çevre dostu tercihler yapmayı istediğini göstermektedir (Nielsen, 2020). Ancak, sürdürülebilir ürünlerin piyasadaki payı hala sınırlıdır. 2023 yılı itibarıyla, dünya çapında yıllık karbon salınımı yaklaşık 51 milyar ton civarındadır. Küresel ısınmanın 1.5°C ile sınırlanabilmesi için, bu salınımın 2030 yılına kadar %45 oranında azaltılması gerekmektedir (IPCC, 2021). Her yıl dünya denizlerine yaklaşık 8 milyon ton plastik atık dökülmektedir. Bu durum, okyanusların biyolojik çeşitliliğini ve ekosistemlerini tehdit etmektedir (Jambeck vd., 2015).

Sürdürülebilir tüketim, temel ihtiyaçların karşılanmasına yönelik olarak, doğal kaynakların, atık salınımlarının ve çevreye zarar veren maddelerin kullanımını minimize etmeyi hedefleyen bir yaklaşımdır. Bu kavram, yalnızca çevresel faktörlerle sınırlı olmayıp, aynı zamanda doğal kaynakların korunması, yoksullukla mücadele, endüstriyel verimlilik, ekonomik kalkınma, sağlık, eğitim ve yaşam kalitesi gibi çeşitli alanlara da değinmektedir (Karalar ve Kiracı, 2011). Ayrıca, sürdürülebilir tüketimi teşvik eden politikalar ve eğitimler, toplumsal düzeyde bu tür davranışları artırmada etkili olmaktadır (Stern, 2000).

Ek olarak, sürdürülebilir tüketim davranışı, çevresel etkileri azaltmayı ve doğal kaynakları korumayı amaçlayan alışkanlıkları içermektedir (Jackson, 2005). Bireyler, daha az tüketerek ve yalnızca gerçekten ihtiyaç duydukları ürünleri satın alarak kaynakların daha verimli kullanılmasına katkı sağlamaktadır (Schor, 2010). Ayrıca, bu tür bir davranış, toplumda daha minimalist bir yaşam tarzının benimsenmesini teşvik edebilir (Bardhi ve Eckhardt, 2012).

Bu çalışmada oluşturulan araştırma modeli KAP (Bilgi, Tutum, Uygulama) teorisi çerçevesinde şekillenmiştir. KAP teorisi, bireylerin bir konuda bilgi edinme, bu bilgiye dayalı olarak tutum geliştirme ve nihayetinde bu tutumları uygulamaya dökme süreçlerini açıklayan bir teoridir. KAP araştırmaları ilk olarak ilk olarak 1950'lerde aile planlaması ve nüfus araştırmalarını anlamak için uygulanmıştır (Launiala, 2009). Daha sonra yapılan çalışmalar ile, birçok gıda güvenliği araştırmalarında KAP modelinin tercih edildiği ortaya konulmuştur (Başer vd., 2017; Kwol vd., 2020; Taha vd., 2020). Sadece gıda alanında değil bu teori, özellikle sağlık, çevre, eğitim ve sosyal değişim gibi alanlarda, davranış değişikliğini teşvik etmek için kullanılmıştır (Moitra vd., 2021; Öztürk, 2022; Liao vd., 2022). KAP teorisinin temel varsayımı, bireylerin belirli bir konu hakkında yeterli bilgiye sahip olmaları durumunda, bu bilgiyi tutumlarına yansıtarak, olumlu davranış değişiklikleri yapacaklarıdır (Green, 1991).

Bu çalışmada aşağıdaki sorulara cevap bulmaya çalışılacaktır.

- Sürdürülebilir tüketim bilgisi bireylerin sürdürülebilir tutumunu etkilemekte midir?
- Sürdürülebilir tüketim bilgisi bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışını etkilemekte midir?
- Sürdürülebilir tüketime yönelik tutum bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışını etkilemekte midir?

Çalışmanın ikinci ve üçüncü bölümünde kavramsal çerçeve ve literatür değerlendirilerek elde edilen veriler üzerinden dördüncü bölümde analizler gerçekleştirilecektir. Çalışmanın KAP modeli perspektifinden sürdürülebilir tüketici davranışının etkileyen faktörleri ele alması açısından Türkçe literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

2. Kavramsal Çerçeve ve Literatür

2.1. Sürdürülebilir Tüketim Bilgisi

Bilgi, tüketici davranışının birçok yönünü güçlü bir şekilde etkileyebilen bir değişkendir (Schiffman ve Kanuk, 2010). Tüketicilerin davranışları için olmazsa olmaz bir ön koşul olarak, tüketici bilgisi birçok araştırmacı ve pazarlamacının ilgi odağı olmuştur (Solomon, 2017). Bilgi, cehalet ve yanlış bilgi gibi zihinsel engelleri aşmanın birincil yoludur ve genellikle harekete geçmek için kritik bir gereklilik olarak kabul edilir (Kim vd., 2018). Sürdürülebilir tüketim açısından bilgi ve farkındalık faktörlerinin önemi büyüktür çünkü sürdürülebilir tüketimin kolaylaştırılması için bilginin önemli bir temel olduğu sürekli olarak kanıtlanmıştır (Heo ve Muralidharan, 2019).

Sürdürülebilir tüketim bilgisi, bireylerin çevreye olan etkilerini azaltmak amacıyla bilinçli tüketim alışkanlıkları geliştirmelerine yardımcı olur. Bu bilgi, insanların çevresel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik açısından doğru seçimler yapmalarını sağlar (Jackson, 2005). Sürdürülebilir tüketim hakkında bilgi sahibi olan bireyler, tüketim alışkanlıklarında somut değişiklikler yapma eğilimindedir. Bu bilgi, insanları sadece çevreyi düşünerek değil, aynı zamanda

sosyal sorumluluk bilinciyle de alışveriş yapmaya yönlendirmektedir (Bocken vd., 2014). Bu bilginin tüketici açısından avantajları, bilinçli tüketim ve uzun vadeli tasarruf olarak ele alınabilirken, firmalar açısından pazar fırsatları ve rekabet avantajları sunabileceği de düşünülmektedir.

Sonuç olarak, sürdürülebilir tüketim bilgisi, bireylerin daha çevre dostu ve kaynakları verimli kullanacak şekilde davranmalarını teşvik edebilir (Yıldırım, 2014). Bu bilgi hem bireysel tüketim alışkanlıklarını dönüştürür hem de toplumsal düzeyde sürdürülebilirlik bilincini artırarak, daha geniş çevresel değişimlere katkı sağlayabilir.

Bu görüşler ışığında araştırmamızın hipotezi;

H₁: Sürdürülebilir tüketim bilgisi sürdürülebilir tüketim davranışını etkiler.

Ahamad ve Ariffin (2018) üniversite öğrencilerinin sürdürülebilir tüketime yönelik bilgi, tutum ve uygulama düzeylerini değerlendirdikleri çalışmalarında; üniversite öğrencileri arasında yüksek düzeyde sürdürülebilir tüketim bilgisi olduğunu göstermiştir. Ayrıca bilgi, tutum ve uygulama arasında da istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Ahmad, Juhdi ve Awadz (2010) Malezya üniversite öğrencileri arasında çevre bilgisi ve algılanan çevreci davranışı inceledikleri araştırmada genel olarak katılımcıların çevresel konulardaki bilgilerinin yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Araştırmada katılımcıların çevresel bilgisi ile algıladıkları çevre dostu davranışları arasında pozitif bir ilişki olduğu bulunmuştur.

Bu bilgiler doğrultusunda oluşturulan hipotez;

H₂: Sürdürülebilir tüketim bilgisi sürdürülebilir tüketime yönelik tutumu etkiler.

2.2. Sürdürülebilir Tüketime Yönelik Tutum

Tutum, belirli nesnelere, durumlara, bireylere karşı belli şekilde davranma yolunda toplumsal olarak kazanılmış eğilim ya da yönelimdir (Özmen vd., 2013). Tutumlar, bilgi ile şekillenen kişisel inançlar ve değerler doğrultusunda davranışlara dönüşür; yani sürdürülebilir tüketime dair olumlu bir tutum, bireylerin çevreye duyarlı alışveriş yapmalarını ve atıkları azaltmalarını teşvik eder (Jackson, 2005). Ancak, yalnızca bilgiye sahip olmak tek başına davranış değişikliğini sağlamaz; bu bilgilerin bireylerin tutumlarını şekillendirmesi ve tutumların da sürdürülebilir tüketim davranışlarına dönüşmesi gerekmektedir. Çevre dostu alışkanlıklar geliştiren bir kişi, çevresel etkiler konusunda daha bilinçli hale gelir ve bu da onu sürdürülebilir seçimler yapmaya iter (Schultz vd., 2005). Belirli bir davranışa yönelik tutum ne kadar olumlu olursa, bireyin onu uygulama niyetinin de o kadar kuvvetli olacağı var sayılmaktadır (Chetoui vd., 2020). Sürdürülebilir tüketime yönelik olumlu tutumlar, toplumsal düzeyde de önemli değişimler yaratabilir. Bireylerin bu tür tutumlar geliştirmesi, çevre dostu üretim süreçlerini destekleyen şirketlerin ve devlet politikalarının güçlenmesine katkıda bulunabilir (Bocken vd., 2014).

Sürdürülebilir ürünlere yönelik olumlu tutumun sürdürülebilir tüketim davranışı için bir uyarıcı olduğu tespit edilmiştir (Vermeir ve Verbeke, 2008). Salehi, Telešienė ve Pazokinejad (2021) sürdürülebilir tüketim davranışının altında yatan faktörleri araştırdıkları çalışmalarında çevresel tutumlar ile sürdürülebilir tüketimin önemli ölçüde ilişkili olduğunu tespit etmiştir. Wang (2017) yapmış olduğu çalışmada bireysel düzeydeki çevresel tutumların ve ulusal düzeydeki çevresel yönetişimin bireysel sürdürülebilir tüketim üzerindeki etkilerini değerlendirmiştir. 31 ülkeden elde edilen verilere dayanarak yapılan analiz, üç temel çevresel tutumun, çevresel kaygı, çevresel etkinlik ve algılanan çevresel etkinin, sürdürülebilir tüketim davranışı ile pozitif ilişkili olduğunu göstermiştir. Ayrıca sonuçlar, çevre yanlısı davranışları etkilemede bireysel tutumların önemini vurgulamaktadır.

Bu bilgiler doğrultusunda oluşturulan hipotez;

H₃: Sürdürülebilir tüketime yönelik tutum sürdürülebilir tüketim davranışını etkiler.

2.3. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı

Sürdürülebilir tüketim davranışı, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını tehlikeye atmadan, temel ihtiyaçları karşılayan mal ve hizmetlerin kullanımını sağlayıp, zehirli maddelerin, doğal kaynakların ve atıkların kullanımını en aza indiren tüketim olarak tanımlanabilir (Thidell, 2011). Bir başka tanıma göre, mevcut ihtiyaçları karşılamaya çalışırken aynı zamanda çevresel etkiden faydalanan veya onu sınırlandıran bir davranıştır (Trudel, 2018).

“Sürdürülebilir tüketim” çevre dostu ürünlerin satın alınması ve tüketilmesinden daha fazlasıdır. Sürdürülebilir tüketim davranışı; yaşam tarzında bir değişiklik (örneğin, aşırı tüketimden kaçınmak), gelecek yönelimine ve gelecek nesillere karşı sorumluluktur (Dimitrova, Ilieva ve Angelova, 2022). Quoquab ve Mohammad (2017)’a göre sürdürülebilir tüketim, yalnızca mevcut talebi karşılamakla kalmayıp aynı zamanda gelecek nesillerin ihtiyaçlarını da tehlikeye atmadan mevcut kaynakların sağlanması ve yönetilmesiyle çevresel kaygının ötesine geçmektedir.

Çoğu insan, çevreyi tehlikeye atmadan ihtiyaçlarını karşılamak ve kararlar almak ister. Çevresel ya da sürdürülebilir davranış, kararların çevreye fayda sağlama ya da çevre üzerindeki etkiyi sınırlama amacıyla ne kadar yönlendirildiğiyle tanımlanır. Ancak, birçok insan çevresel etkileri olumsuz olan davranışlar sergileyebilmektedir. Tüketici psikolojisi araştırmacıları, insanların sürdürülebilir davranış sergileme ve diğerlerinin sürdürülemez davranışlarda bulunma sebeplerini incelemişlerdir. Çevresel davranışların ardındaki psikolojiyi anlamak, sürdürülebilir bir gelecek ve yaygın davranış değişikliği için önemlidir. Ancak bu alandaki bilgiler hala yetersizdir ve tüketici psikolojisindeki diğer alanların gerisindedir (Trudel, 2018).

Politika yapımcıların ve sürdürülebilirlik odaklı kuruluşların, insanların çevreyi etkileyen ürünleri nasıl ve neden tercih ettiklerini, tükettiklerini, koruduklarını ve imha ettiklerini anlamaları çok önemlidir. Bu noktada sürdürülebilir tüketim davranışını ve etkili faktörlerin belirlenmesi ile çalışmamızın literatüre katkı sağlaması beklenilmektedir.

2.4. Tutumun Aracı Rolü

Bilgi, tutum ve uygulama (KAP) modeli, bilginin kişilerin tutumu üzerinde olumlu yönde etkiye sahip olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca bu modelde tutumun, uygulama veya davranışı etkilediği belirtilmektedir (Kwol vd., 2020). KAP araştırmalarının temel varsayımları, bilginin tutumu oluşturduğu ve hem bilginin hem de tutumun uygulama için yapı taşları olduğudur. Genel olarak KAP anketlerinin, katılımcıların belirli bir konuyu anlamalarını, bu konu hakkındaki farkındalıklarını ve bağlılıklarını değerlendirmeye yönelik kavramsal bir çerçeve sunduğu düşünülmektedir (Ahmad vd., 2015). Sybille (2011), KAP çalışmalarının sadece bilgi, tutum ve uygulamadaki özellikleri değil, bununla birlikte her kişinin konu hakkındaki anlayışını da gösterdiğini savunmuştur.

Bu çalışmanın temel iddiası sürdürülebilir tüketim hakkında bilgi sahibi olan bireylerin, sadece bilgiyi değil, aynı zamanda çevreye duyarlı tutumlar geliştirmeleridir. Bu tutumlar da bilgilerin davranışa dönüşmesini sağlayabilir ve bireylerin sürdürülebilir seçimler yapmalarına olanak sağlayabilir.

Bu görüşler ışığında araştırmamızın bir diğer hipotezi;

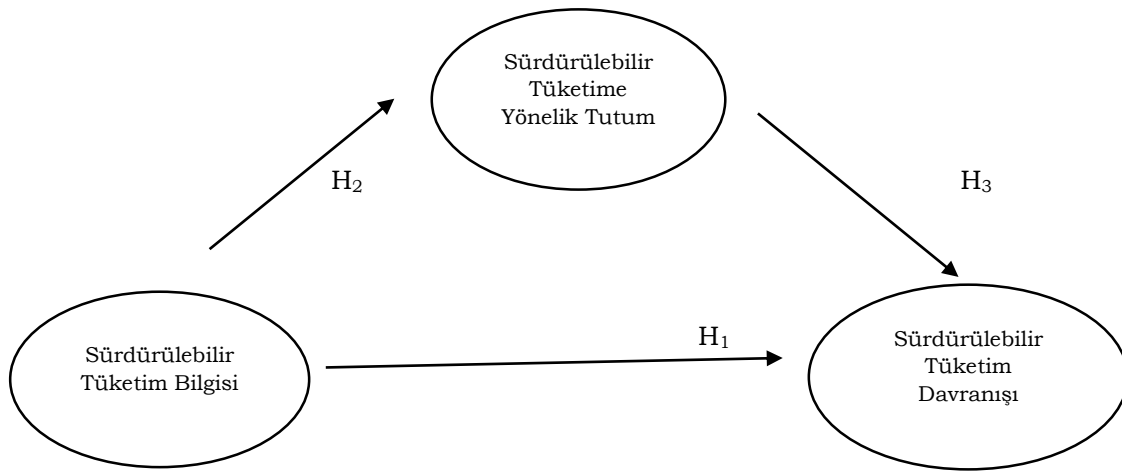
H₄: Sürdürülebilir tüketime yönelik tutum sürdürülebilir tüketim bilgisi ile sürdürülebilir tüketim davranışına aracılık eder.

3. Yöntem

3.1. Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada, nicel araştırma yöntemleri arasında yaygın olarak tercih edilen ilişkisel tarama modeli uygulanmıştır. İlişkisel tarama tasarımları, iki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkiyi ve/veya bu değişkenlerdeki değişim düzeyini incelemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır (Büyüköztürk, 2015). Oluşturulan araştırma modelinde, sürdürülebilir tüketim bilgisinin sürdürülebilir tüketim davranışı üzerindeki etkisini ve bu etkide tutumun aracı rolünü belirlemek amacıyla Şekil 1'deki kavramsal model geliştirilmiştir.

Şekil 1. Araştırmanın kavramsal modeli



Söz konusu koşulsal etki, tutumun, sürdürülebilir tüketim bilgisi ile sürdürülebilir tüketim davranışı arasındaki öngörülen ilişkide katılımcıların tüketim bilgisini artıracak, dolayısıyla bağımlı değişken olan sürdürülebilir tüketim davranışı üzerindeki etkinin farklılaşacağıdır. Başka bir deyişle, çalışma, tutumun sürdürülebilir tüketim bilgisi ile sürdürülebilir tüketim davranışı arasındaki ilişkide açıklayıcı bir role sahip olduğunu, yani aracılık etkisi gösterebileceği iddiası üzere tasarlanmıştır.

3.2. Katılımcılar, Prosedür ve Etik

Araştırma kapsamında elde edilen veriler çevrimiçi anket yoluyla toplanmıştır. Veriler, çalışmanın amacı ve önemi hakkında önceden detaylı bilgi verilen katılımcılardan bir haftalık bir süre içerisinde toplanmıştır. Veriler, Rize il sınırlarında yer alan 18 yaş ve üzeri yetişkin bireylerden elde edilmiştir. Araştırmada, katılımcıların demografik bilgilerinin yanı sıra diğer anket soruları da web tabanlı Google Formuna aktarılmıştır. Anket bağlantıları, sosyal medya aracılığıyla yetişkin bireylere iletilerek dağıtım yapılmıştır. Katılımın tamamen gönüllülük esasına dayandığı belirtilmiş, katılımcılara araştırmaya başlamadan önce çalışmanın amacı hakkında kısa bir bilgilendirme yapılmıştır. Anket verileri anonim olarak toplanmış ve gizlilik ilkelerine riayet edilmiştir. Son olarak çalışma için gerekli etik kurul onayı Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal ve İnsani Etik Kurulu'ndan alınmıştır (27.11.2024 tarih ve 2024/426 yazı). Araştırmanın örneklem grubunu Rize ilinde yaşayan yetişkin bireyler oluşturmaktadır. Araştırmada toplam 328 katılımcıdan veri toplanmıştır. Anketi eksik doldurduğu tespit edilen 11 katılımcının (%3.3) cevapları analiz dışında tutulmuştur.

Aracı değişken modellerini test etmek için uygun örneklem büyüklüğünün belirlenmesi amacıyla çalışmaya başlamadan önce Monte Carlo Güç Analizi yapılmıştır. Aracı değişken analizi için örneklem sayısının belirlenmesinde Monte Carlo Güç Analizi yönteminin mevcut en iyi uygulama olduğu ileri sürülmüştür (Schoemann vd., 2017). Bu çalışmada ana değişkenlerin ilişkisini araştıran önceki çalışmalardan elde edilen bulgular ışığında değişkenler arası ilişkilere ait korelasyon katsayıları ve standart sapma değerlerine ilişkin tahminler yapılmıştır. Literatürdeki öneriler doğrultusunda the total number of runs was specified as 5000 (Mundform vd., 2011), the number of Monte Carlo sweeps per run as 20.000 (Preacher ve Selig, 2012), güven aralığı %95 ve hedef güç 0.80 olarak belirlenmiştir (Schoemann vd., 2017). Bulgular, sürdürülebilir tüketim bilgisinin sürdürülebilir tüketim davranışı üzerindeki etkisini ve bu etkide tutumun aracı rolünü 0.80 güç düzeyinde test etmek için en az 277 katılımcıya ihtiyaç duyulduğunu göstermiştir.

3.3. Veri Toplama Araçları

3.3.1. Ölçekler

Çalışma kapsamında tüketici tutumu (6 ifade), (Matharu vd., 2020; Lovelace ve Brickman, 2013) sürdürülebilir tüketim davranışı (4 ifade) (Matharu vd., 2020; Xiao and Li, 2011) ve sürdürülebilir tüketim bilgisi (9 ifade) (Flynn and Goldsmith, 1999) ile ilgili toplam 19 soruluk anket oluşturulmuştur. Söz konusu anket sorularının tümünün 5'li Likert tipi ölçeğine uygun olarak cevaplandırılması istenmiştir. Anketlerin örneklem grubu için uygunluğu ve tutarlılığı için doğrulayıcı faktör analizinden (uyum indeks değerleri) ve Cronbach alpha katsayılarından yararlanılmıştır. Bu sonuçlar bulgular bölümünde verilmiştir (Tablo 1).

3.4. Verilerin Analizi

Araştırma verilerinin analizi SPSS (27.0) ve JASP (0.19.1.0) programları ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerini ortaya koymak için tanımlayıcı istatistikler kullanılmıştır. Bu aşamada tüm değişkenlerin ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmış ve çarpıklık ve basıklık değerleri incelenerek normallik varsayımını kontrol edilmiştir. Normallik varsayımı için referans değerler olarak George and Malley (2016) ± 2 baz alınmıştır. Araştırma değişkenleri arasındaki korelasyonları incelemek için Spearman korelasyon katsayıları kullanılmıştır. Korelasyon katsayılarının değerlendirilmesinde Alpar (2020) belirtmiş olduğu referans değerler temel alınmıştır. Ölçeklerin iç tutarlık katsayılarının değerlendirilmesinde ise referans olarak ≤ 0.60 baz alınmıştır (Hair vd., 2009).

Aracılık analizine geçilmeden önce araştırmada yer alan değişkenler arasında çoklu eş doğrusallık sorunu olup olmadığını belirleyebilmek amacıyla VIF (variance inflation factor) değerleri incelenmiştir. Referans olarak alınan değerler (Hair vd., 2009) incelendiğinde modelde çoklu eş doğrusallık problemi olmadığı ($VIF < 10$) görülmüştür. Sonrasında, JASP programı yoluyla ölçeklerin örneklem grubu için uygun olup olmadığını anlamak ve aracı model içerisindeki güvenilirliği ortaya koymak amacı ile doğrulayıcı faktör analizinden (DFA) faydalanılmıştır.

Çalışmada, sürdürülebilir tüketim bilgisinin sürdürülebilir tüketim davranışı üzerindeki etkisi Basit Doğrusal Regresyon Analizi ile test edilmiştir. Araştırma modelini test etmek için SPSS PROCESS makrosu (Model 4, Hayes, 2018) kullanılmıştır. Bu modelde, sürdürülebilir tüketim bilgisinin sürdürülebilir tüketim davranışı üzerindeki etkisini ve bu etkide tutumun aracı rolü test edilmiştir. Analizlerde %95 güven aralıklarıyla 5000 önyükleme örneği kullanılmıştır. Güven aralıklarının sıfırdan oluşmadığı sürece istatistiksel değer taşıdığı söylenebilir (Hayes, 2018).

4. Bulgular

4.1. Demografik Bilgiler

Araştırmada yer alan katılımcıların genel özellikleri Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcıların Genel Özellikleri

Değişkenler		Frekans (f)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	186	58.7
	Erkek	131	41.3
Yaş	18-25	89	28.1
	26-33	81	25.6
	34-41	83	26.2
	42 ve üstü	64	20.2
Medeni Durum	Evli	170	53.6
	Bekar	147	46.4
Eğitim Durumu	İlköğretim ve lise	67	21.1
	Ön Lisans	31	9.8
	Lisans	165	52.1
	Lisansüstü	54	17.0
Meslek	Öğrenci	83	26.2
	Kamu personeli	136	42.9
	Özel sektör	40	12.6
	Çalışmıyor	38	12.0
	Emekli	11	3.5
	Serbest meslek/Esnaf	9	2.8
Gelir Düzeyi	18.000 ve altı	96	30.3
	18.001-25.000	36	11.4
	25.001-40.000	49	15.5
	40.001-55.000	71	22.4
	55.001-70.000	39	12.3
	70.000 ve üstü	26	8.2

Tablo 1’de yer alan 317 bireyin sayıca ağırlıklı olduğu dağılımlar şu şekildedir; Yaş_{aralığı}= 18-64 arasındadır. Katılımcıların %28.1’inin 18-25 yaş (n=89 kişi), %58.7’sinin kadın (n=186 kişi), %53.6’sının evli (n=170 kişi), %52.1’inin lisans mezunu (n=165 kişi), %42.9’unun kamu personeli (n=136 kişi) ve %30.3’ünün 18.000 TL ve altında (n=96 kişi) gelire sahip kişilerden oluştuğu görülmüştür.

4.2. Ön Analiz Sonuçları

DFA için referans değerler; Comparative fit index (CFI) Tucker-Lewis index (TLI) ≥ 0.90 = acceptable and ≥ 0.95 = good model fit; Good fit index (GFI) ≥ 0.80 = acceptable and 0.90 = good model fit; root mean square error (RMSEA) and standardized root mean square (SRMR) and ≤ 0.08 = acceptable and ≤ 0.05 = good model fit olarak baz alınmıştır (Kline, 2011).

Tablo 2. Anketler Ait Uyum İndeks Değerleri

Değişkenler	X ² /sd	CFI	TLI	GFI	RMSEA	SRMR
Sürdürülebilir Tüketim Bilgisi	4.287	0.928	0.897	0.988	0.102	0.051
Sürdürülebilir Tüketime Yönelik Tutum	1.339	0.996	0.992	1.000	0.033	0.022
Sürdürülebilir Tüketim Davranışı	1.117	0.999	0.999	0.999	0.019	0.005

Tablo 2’ye göre çalışmada kullanılan ölçeklerin uyum indeks değerlerinin örneklem grubu açısından geçerli olduğu görülmüştür. Ayrıca ölçeklerin iyi uyum indeksleri literatürle uyumludur.

4.3. Tanımlayıcı İstatistikler

Ölçeklere ait tanımlayıcı istatistikler (aritmetik ortalamalar, normallik dağılımları, güvenilirlik analizleri ve korelasyon bulguları) Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo 3. Ölçeklere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Tanımlayıcı İstatistikler ve Güvenilirlikler					Korelasyonlar		
	Mean	SD	Skewness	Kurtosis	α	1	2	3
1. Bilgi	3.05	0.68	0.200	-0.077	0.857	-		
2. Tutum	4.19	0.58	-1.274	3.262	0.801	0.360**	-	
3. Davranış	3.88	0.65	-0.753	1.631	0.685	0.416 **	0.642**	-

Not: **p<0.01

Tablo 3'deki değerler incelendiğinde, yetişkin bireylerin sürdürülebilir tüketim bilgi düzeyi puan ortalamalarının ($\bar{x}=3.05\pm0.68$) olduğu, sürdürülebilir tüketim yönelik tutum puan ortalamalarının ($\bar{x}=4.19\pm0.58$) olduğu görülmektedir. Yine katılımcıların sürdürülebilir tüketim davranışı puan ortalamalarının ise ($\bar{x}=3.88\pm0.65$) olduğu görülmüştür.

Değişkenler arasındaki spearman korelasyon katsayıları incelendiğinde; sürdürülebilir tüketim bilgisi ile sürdürülebilir tüketim yönelik tutum arasında pozitif yönde orta düzeyde ($r=0.36$, $p<0.01$), sürdürülebilir tüketim bilgisi ile sürdürülebilir tüketim davranışı arasında pozitif yönde orta düzeyde ($r=0.41$, $p<0.01$) korelasyon olduğu görülmüştür. Benzer şekilde sürdürülebilir tüketim yönelik tutum ile tüketim davranışı arasında da pozitif yönde orta düzeyde ($r=0.64$, $p<0.01$) korelasyon olduğu görülmüştür.

Sürdürülebilir tüketim yönelik tutum toplam puan Skewness ve Kurtosis değerlerinin ± 2 aralığında olmaması ve histogram dağılımlarının çarpıklık ve basıklık göstermesi gibi veriler birlikte değerlendirildiğinde verilerin normal dağılıma uygun olmadığı; buna karşın sürdürülebilir tüketim bilgisi ve davranış puan düzeylerinin ise belirtilen norm değerlerin altında olması nedeniyle normal dağılıma uygun olduğu söylenebilir. Son olarak Cronbach Alpha ≥ 0.60 olması (Hair vd., 2009), örneklemde elde edilen verilerin iç tutarlık gösterdiği yani güvenilir olduğuna işaret etmektedir.

4.4. Hipotez Testleri

H₁ Hipotezine Yönelik Bulgular

Yetişkin bireylerin sürdürülebilir tüketim bilgisinin sürdürülebilir tüketim davranış düzeylerini yordama derecesi basit doğrusal regresyon analizi kullanılarak analiz edilmiştir.

Tablo 4. Tüketim Bilgisinin Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisini Gösteren Basit Doğrusal Regresyon Analiz Sonuçları

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	R	R ²	F	t	p
Sürdürülebilir Tüketim Davranışı	Sabit	10.780	0.405	0.164	61.972	17.382	0.000
	Sürdürülebilir Tüketim Bilgisi	0.173				7.872	0.000

Not: p<0.01

Analiz sonucunda yetişkin bireylerin sürdürülebilir tüketim bilgisi ile sürdürülebilir tüketim davranış düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu gözlenmiştir ($R=0.405$, $R^2=0.164$), sürdürülebilir tüketim bilgisinin sürdürülebilir tüketim davranışının anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmüştür ($F_{(1,315)}=61.972$, $p<0.05$). Sürdürülebilir tüketim bilgi düzeyi, sürdürülebilir tüketim davranışındaki değişimin %16.4'ünü açıklamaktadır. Regresyon denklemine esas yordayıcı değişkeninin katsayısının ($\beta=0.173$) anlamlılık testi de sürdürülebilir tüketim bilgisinin anlamlı bir yordayıcı olduğunu göstermektedir ($p<0.05$). Regresyon Denklemi; $Y= 10.780+ 0.173 \cdot X$ şeklindedir. Bu

denkleme göre sürdürülebilir tüketim bilgisi bir birim artarken sürdürülebilir tüketime yönelik davranış 0.173 kat artış göstermektedir.

H₂ Hipotezine Yönelik Bulgular

Yetişkin bireylerin sürdürülebilir tüketim bilgisinin sürdürülebilir tüketime yönelik tutum düzeylerini yordama derecesi basit doğrusal regresyon analizi kullanılarak analiz edilmiştir.

Tablo 5. Tüketim Bilgisinin Tutum Üzerindeki Etkisini Gösteren Basit Doğrusal Regresyon Analiz Sonuçları

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	R	R ²	F	t	p
Sürdürülebilir Tüketim Davranışı	Sabit	20.030	0.326	0.106	37.476	23.400	0.000
	Sürdürülebilir Tüketim Bilgisi	0.186				6.122	0.000

Not: $p < 0.01$

Analiz sonucunda yetişkin bireylerin sürdürülebilir tüketim bilgisi ile sürdürülebilir tüketime yönelik tutum arasında anlamlı bir ilişki olduğu gözlenmiş ($R=0.326$, $R^2=0.106$), sürdürülebilir tüketim bilgisinin tutumun anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmüştür ($F_{(1,315)} = 37.476$, $p < 0.05$). Sürdürülebilir tüketim bilgi düzeyi, tutumdaki değişimin %10.6'sını açıklamaktadır. Regresyon denklemine esas yordayıcı değişkeninin katsayısının ($\beta=0.186$) anlamlılık testi de sürdürülebilir tüketim bilgisinin anlamlı bir yordayıcı olduğunu göstermektedir ($p < 0.05$). Regresyon Denklemi; $Y = 20.030 + 0.186 \cdot X$ şeklindedir. Bu denkleme göre sürdürülebilir tüketim bilgisi bir birim artarken tutum 0.186 kat artış göstermektedir.

H₃ Hipotezine Yönelik Bulgular

Yetişkin bireylerin sürdürülebilir tüketime yönelik tutumun sürdürülebilir tüketim davranışını yordama derecesi basit doğrusal regresyon analizi kullanılarak analiz edilmiştir.

Tablo 6. Tutumun Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisini Gösteren Basit Doğrusal Regresyon Analiz Sonuçları

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	R	R ²	F	t	p
Sürdürülebilir Tüketim Davranışı	Sabit	3.153	0.658	0.433	240.181	3.906	0.000
	Tutum	0.493				15.498	0.000

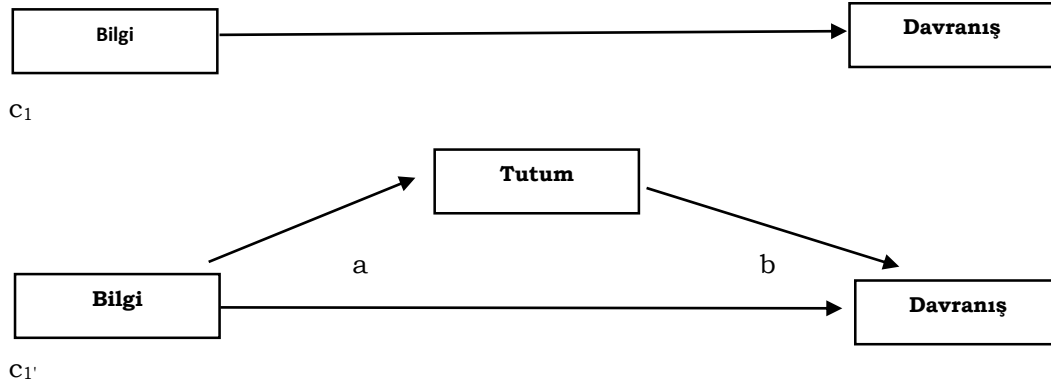
Not: $p < 0.01$

Analiz sonucunda yetişkin bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışı ile tutum arasında anlamlı bir ilişki olduğu gözlenmiş ($R=0.658$, $R^2=0.443$) tutumun sürdürülebilir tüketim davranışının anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmüştür ($F_{(1,315)} = 3.153$, $p < 0.05$). Tutum, sürdürülebilir tüketim davranışındaki değişimin %43.3'ünü açıklamaktadır. Regresyon denklemine esas yordayıcı değişkeninin katsayısının ($\beta=0.493$) anlamlılık testi de tutumun anlamlı bir yordayıcı olduğunu göstermektedir ($p < 0.05$). Regresyon Denklemi; $Y = 3.153 + 0.493 \cdot X$ şeklindedir. Bu denkleme göre tutum bir birim artarken sürdürülebilir tüketim davranışı 0.493 kat artış göstermektedir.

H₄ hipotezine Yönelik Bulgular

Yetişkin bireylerde sürdürülebilir tüketim bilgisinin sürdürülebilir tüketim davranış üzerindeki etkisinde sürdürülebilir tüketime yönelik tutumun aracılık rolü SPSS PROCESS makrosu (Model 4, Hayes, 2018) ile incelenmiş ve Şekil 2 ve Tablo 7-8'de görselleştirilmiştir.

Şekil 2. Tutumun Aracı Rolü



Baron ve Kenny'nin aracılık etki analizine ilişkin önerdiği modelde üç temel koşulun sağlanması gerektiği belirtilmiştir. İlk koşul, bağımsız değişkenin aracı değişken üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olması (a); ikinci koşul, aracı değişken ile bağımlı değişken arasında anlamlı bir ilişki bulunması (b); ve üçüncü koşul, aracı değişkenin bağımsız değişkenle birlikte analize dâhil edildiğinde, bağımsız değişkenin etkisinin (c_1 yolu) zayıflaması veya sıfıra inmesi gerekliliğidir (Preacher & Hayes, 2008). Etkinin azalması kısmi aracılık, sıfırlanması ise tam aracılık olarak değerlendirilir (Baron & Kenny, 1986).

Tablo 7. Tutumun Aracılık Etkisi

1. Eşitlik: Aracı Değişken (Bağımsız Değişken)	2. Eşitlik: Bağımlı Değişken (Bağımsız Değişken)	3. Eşitlik: Bağımlı Değişken (Bağımsız Değişken ve Aracı Değişken)	
(a)	(c ₁)	(c ₁)	(b)
$\beta=0.1859$	$\beta=0.1732$	$\beta=0.0913$	$\beta=0.4406$
$t=6.1218$	$t=7.8722$	$t=4.9335$	$t=13.5751$
$p=0.000$	$p=0.000$	$p=0.000$	$p=0.000$
S.Hata=0.0304	S.Hata=0.0220	S.Hata=0.0185	S.Hata=0.0325

Tablo 7'de görüldüğü gibi aracılık etkilerinin istatistiksel olarak anlamlılığını test etmek için üçlü regresyon eşitliği kullanılmıştır. Eşitliklerin birincisinde, tutum üzerinde bilginin etkisi, ikincisinde, davranış üzerinde bilginin etkisi ve üçüncünde ise davranış üzerinde tutumun ve tutum analize dahil edildiğinde bilginin davranış üzerindeki etkisi ortaya konulmuştur. Bilginin davranış üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır ($\beta=0.1731$; $p=0.000$). Bilginin tutum üzerinde ($\beta=0.1859$; $p=0.000$) ve tutumun davranış üzerindeki etkileri de ($\beta=0.4406$; $p=0.000$) anlamlı olarak tespit edildi. Bilginin davranış üzerindeki etkisi anlamlı iken, modele tutum girdiğinde bilginin davranış üzerindeki anlamlı etkisi devam etmiştir ($\beta=0.0913$; $p=0.000$). Ancak etkisinde bir azalma yaşanmıştır ($c_1'\beta < c_1\beta$). Dolayısıyla kısmi bir aracılıktan söz etmek mümkündür.

Tablo 8. Toplam, Doğrudan ve Dolaylı Etki Değerleri

Tutumun Aracılık Rolü	Toplam Etki	Doğrudan Etki	Dolaylı Etki	Bootstrap Güven Aralığı BOLLCI- BOULCI	Aracı Türü
Sürdürülebilir Tüketime Yönelik Bilgi-Davranış	0.1732	0.0913	0.0819	(0.0567)-(0.1114)	Kısmi

Aracılı etkinin ne derecede etkili olduğunu belirlemek için, dolaylı etkinin anlamlı olup olmadığına bakılmalıdır. Bu amaca yönelik olarak, bootstrap güven aralığı değerleri kullanılabilir. Bootstrap yöntemiyle elde edilen alt ve üst sınırların sıfırın dışında olması gerekmektedir (Preacher

& Hayes, 2008). Tablo 8'de, bootstrap güven aralığı değerlerinin sıfırın hem altına hem de üstüne düşmesi, tutumun kısmi aracılık etkisi taşıdığını göstermektedir.

5. Sonuç

Mevcut sürdürülemez tüketimimiz, dünyamızın bugün karşı karşıya olduğu kaynak tükenmesi, çevre kirliliği, bozulma ve iklim değişikliği gibi sorunlarla açıklanabilir (Matharu, Jain ve Kamboj, 2020). Dolayısı ile bireylerin sürdürülebilir tüketimi benimsemesi gelecek adına önem arz etmektedir. Bu araştırmada, bireylerin sürdürülebilir tüketimle ilgili bilgi seviyelerinin, tutumlar üzerinden sürdürülebilir tüketim davranışlarını nasıl etkilediği ele alınmaktadır. Bu çalışma, sürdürülebilir tüketim bilgisinin bireylerin tutumlarını şekillendirdiğini ve tutumların, çevre dostu ürünler veya hizmetler gibi sürdürülebilir seçenekleri tercih etmelerine yol açabileceğini iddia etmektedir.

İlk hipotez ile ilgili bulgulara göre sürdürülebilir tüketim bilgisi, sürdürülebilir tüketim davranışını etkilemektedir. Bu bulguya göre H_1 hipotezi desteklenmiştir. Sonuçlara göre sürdürülebilir tüketim konusunda bilgili olan, piyasadaki sürdürülebilir ürünler hakkında bilgili kişilerin daha çok sürdürülebilir ürünleri tercih ettiği ve satın aldığı söylenebilir. Bu bulgu “sürdürülebilir tüketim hakkında bilgi sahibi olan bireyler, tüketim alışkanlıklarında somut değişiklikler yapma eğilimindedir” (Bocken vd., 2014) görüşü ile uyumludur. Ayrıca çevre dostu ürünlerin bilgisi, tüketici tercih davranışları üzerinde önemli ve olumlu bir etkiye sahip olduğu, tüketicilerin çevre dostu ürünler konusunda bilgi sahibi olma isteklerinin daha çok artmasına yol açtığı söylenebilir (Sun vd., 2022). Tüketici tutum ve davranışları, sürdürülebilir tüketime ilişkin algılanan bilgi tarafından motive edilen niyetlerin şekillenmesinde derin bir etkiye sahiptir. Shin vd. (2018) bu sürdürülebilir niteliklere sahip tüketicilerin piyasadaki sürdürülebilir ürünleri seçme konusunda olumlu bir niyet gösterdiklerini savunmuştur.

İkinci hipotez ile ilgili bulgulara göre sürdürülebilir tüketim bilgisi sürdürülebilir tüketim yönelik tutumu etkilemektedir. Bu bulguya göre H_2 hipotezi desteklenmiştir. Sürdürülebilir tüketim açısından bir ürünün kalitesini değerlendirebilecek bilgiye sahip kişilerin, çevrelerini korumak için daha fazla çaba gösterebilecekleri, bu konuya yönelik her türlü programa katılmaya istekli olabilecekleri söylenebilir. Ahamad ve Ariffin (2018) üniversite öğrencileri örnekleminde yürütmüş oldukları çalışmada bilgi ve tutum arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Bu bulgu ile araştırmamız bulgusunun örtüştüğü söylenebilir.

Üçüncü hipotez ile ilgili bulgular sürdürülebilir tüketime yönelik tutumların davranışları etkilediğini göstermektedir. Bu bulguya göre H_3 hipotezi desteklenmiştir. Kaliteli bir çevreye önem veren, çevre dostu ürünleri tercih eden ve çevresini korumak için çaba gösteren bireylerin çevre kirliliğinden kaçınma eğiliminde oldukları ve aşırı tüketime dayalı bir yaşam tarzını benimsemedikleri söylenebilir. Nitekim Vermeir ve Verbeke (2008) sürdürülebilir ürünlere yönelik olumlu tutumun sürdürülebilir tüketim davranışı için bir uyarıcı olduğu tespitini yapmıştır. Benzer şekilde bir diğer görüşe göre, belirli bir davranışa yönelik tutum, olumlu bir şekilde şekillendikçe, bireyin bu davranışı gerçekleştirme niyetinin de güçleneceği öngörülmektedir (Chetioui vd., 2020). Bu görüşlerin araştırma bulgusu ile örtüştüğü söylenebilir.

Araştırmada yer alan son hipoteze göre sürdürülebilir tüketim bilgisi ile sürdürülebilir tüketim davranışına arasındaki ilişkiye tutum aracılık (kısmi) etmektedir. Bu bulguya göre H_4 hipotezi desteklenmiştir. Bu sonuç, tutumlar sayesinde bilgilerin davranışa dönüşebileceği şeklinde yorumlanabilir. Elde edilen bu sonucun, KAP modelinin temel varsayımları olan bilginin tutumu oluşturduğu ve hem bilginin hem de tutumun uygulama için yapı taşları olduğu görüşleri ile uyumlu olduğu söylenebilir. Rousta ve Allaf Jafari (2024) araştırmalarında çevre bilgisinin müşteri tutumu aracılığıyla sürdürülebilir tüketim davranışı üzerinde etkisi olduğunu belirtmişlerdir. Bu sonucun araştırmanın bulguları ile örtüştüğü söylenebilir.

Sonuçlar, sürdürülebilir tüketim alışkanlıklarının benimsenmesinde bilgi ve tutumların belirleyici faktörler olduğunu göstermektedir ve sürdürülebilir kalkınmanın teşvik edilmesi için politikaların ve eğitim programlarının önemini vurgulamaktadır. Sürdürülebilir tüketimi teşvik etmenin, sadece bilgi sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda bireylerin tutumlarını değiştirecek stratejiler geliştirilmesi gerektirdiği sonucuna varılmıştır.

Bu çalışma, sürdürülebilir tüketim davranışlarının benimsenmesinde bilgi ve tutumun etkisini KAP modeli perspektifinden inceleyen sınırlı çalışmadan biridir. Özellikle bilgi-tutum-eylem arasındaki ilişkiyi yerel bağlamda test ederek, sürdürülebilir tüketim davranışlarının çok boyutlu yapısını ampirik olarak ortaya koymuştur. Bu yönüyle, davranışsal sürdürülebilirlik literatürüne özgün bir katkı sunmaktadır. Ayrıca araştırmanın sektörel anlamda katkısı ise firmaların, sürdürülebilirlik bilgisine ve tutum düzeyine göre tüketici segmentleri oluşturabilmesi ve bu gruplara uygun pazarlama stratejileri geliştirebilmesi örnek olarak gösterilebilir.

6. Sınırlılıklar ve Öneriler

Bu araştırmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Öncelikle, araştırmada tercih edilen kolayda örneklem genellikle sadece araştırmacının kolayca erişebildiği bireylerden seçildiği için örneklem popülasyonun tamamını temsil etme konusunda zayıf olabilir. Bu da sonuçların genellenebilirliğini azaltır. Araştırmanın kesitsel yapısı yani verilerin anlık ve belirli bir zaman diliminde toplanmış olması bir diğer sınırlılık olarak görülebilir.

Araştırma bulgularına dayanarak, sürdürülebilir tüketim bilgisi ile sürdürülebilir tüketim davranışı arasındaki ilişkinin tutum aracılığıyla şekillendiği gözlemlenmiştir. Bu doğrultuda, sürdürülebilir tüketim davranışlarını teşvik etmek amacıyla, bireylerin sürdürülebilirlik konusundaki bilgi düzeylerinin artırılması gerektiği söylenebilir. Eğitim ve farkındalık artırıcı programlar, sürdürülebilir ürünlerin çevresel faydalarını ve tüketicilerin tutumlarını olumlu yönde etkileyebilecek bilgileri içermelidir. Ayrıca, sürdürülebilir ürünlerin benimsenmesini teşvik etmek için pozitif tutumların geliştirilmesine yönelik stratejiler uygulanabilir. Bu bağlamda, kamu politikaları ve sosyal kampanyalar, sürdürülebilir tüketimi destekleyecek ve bu tür tutumları pekiştirecek şekilde şekillendirilebilir. Son olarak, sürdürülebilirlik ile ilgili bilgilendirme ve tutum değişiklikleri, toplum genelinde çevre dostu alışkanlıkların benimsenmesine önemli katkılar sağlayabilir.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Bu araştırmanın hazırlanmasında herhangi bir dış destek alınmamıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı: Her iki yazarda çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır

Çatışma Beyanı: Yazarlar arasında çatışma bulunmamaktadır

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı: Bu araştırmanın her aşamasında “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi”nde belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin “Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler” başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir. Bu çalışmanın yazım sürecinde etik kurallarına uygun alıntı yapılmış ve kaynakça oluşturulmuştur. Çalışma intihal denetimine tabi tutulmuştur.

Etik Kurul İzni: Bu çalışma Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu 27/11/2024-2024/426 toplantı karar sayısı ile alınmış etik kurulu izni ile gerçekleştirilmiştir.

Kaynakça

- Ahmad, S. N. B., Juhdi, N., & Awadz, A. S. (2010). Examination of environmental knowledge and perceived pro-environmental behavior among students of University Tun Abdul Razak, Malaysia. *International Journal of Multidisciplinary Thought*, 1(1), 328-342.
- Akenji, L. (2014). Consumer scapegoatism and limits to green consumerism. *Journal of Cleaner Production*, 63, 13-23.
- Bardhi, F., & Eckhardt, G. M. (2012). Access-based Consumption: The Case of Car Sharing. *Journal of Consumer Research*, 39(4), 881-898.

- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173.
- Bocken, N. M. P., Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2014). A Literature and Practice Review to Develop Sustainable Business Model Archetypes. *Journal of Cleaner Production*, 65, 42-56.
- Büyüköztürk, Ş. (2015). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (23. baskı). Pegem Akademi.
- Ceschin, F. (2008). *Sustainable Consumption and Production*. Framework for Action.
- Chetoui Y, Benlafqih H, Lebdaoui H (2020) How fashion influencers contribute to consumers' purchase intention. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 24(3), 361-380.
- Cohen, M. A., & Vandenbergh, M. P. (2012). The potential role of carbon labeling in a green economy. *Energy Economics*, 34, 53-63.
- Dimitrova, T., Ilieva, I., & Angelova, M. (2022). Exploring factors affecting sustainable consumption behaviour. *Administrative Sciences*, 12(4), 155.
- George, D. & Mallery, M. (2016). *IBM SPSS statistics 23 step by step a simple guide and reference (14th edition)*. New York: Routledge.
- Green, L. W. (1991). Health promotion planning. *Mountain View*, 24.
- Hair JF, Black WC, Babin BJ, et al. (2009). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. 7th ed. New York: Prentice Hall.
- Hayes, AF. (2018). *Introduction to mediation, moderation and conditional process analysis: A regression based approach*. New York. Guildford Publications.
- Heo J, Muralidharan, S. 2019. What triggers young Millennials to purchase eco-friendly products?: the interrelationships among knowledge, perceived consumer effectiveness, and environmental concern. *J Mark Commun*. 25 (4), 421-437.
- IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change). (2021). Sixth Assessment Report - Climate Change 2021: The Physical Science Basis. Intergovernmental Panel on Climate Change.
- Jackson, T. (2005). Motivating sustainable consumption: A review of evidence on consumer behaviour and behavioural change. *Sustainable Development Research Network*, 29(1), 30-40.
- Jambeck, J.R., Geyer, R., Wilcox, C., et al. (2015). Plastic waste inputs from land into the ocean. *Science*, 347(6223), 768-771.
- Kim, Y., Yun, S., Lee, J., & Ko, E. (2018). How consumer knowledge shapes green consumption: An empirical study on voluntary carbon offsetting. In *Social and environmental issues in advertising* (pp. 33-51). Routledge.
- Kline, R. B. (2010). *Principles and practice of structural equation modeling*. 3rd ed. New York: Guildford Pres
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (3rd ed.). Guilford Press.
- Liao, X., Nguyen, T. P. L., & Sasaki, N. (2022). Use of the knowledge, attitude, and practice (KAP) model to examine sustainable agriculture in Thailand. *Regional Sustainability*, 3(1), 41-52.
- Matharu, M., Jain, R., & Kamboj, S. (2020). Understanding the impact of lifestyle on sustainable consumption behavior: a sharing economy perspective. Management of environmental quality. *An international Journal*, 32(1), 20-40.

- Moitra, P., Verma, P., & Madan, J. (2021). Development and validation of a questionnaire measuring knowledge, attitudes, and practices (KAP) to healthy eating and activity patterns in school children (HEAPS). *Nutrition and health*, 27(2), 199-209.
- Nielsen. (2020). The Evolution of the Sustainability Mindset. Nielsen Global Sustainability Report.
- Özmen. M., Uzkurt, C., Özdemir, Ş., Altunışık, R. ve Torlak, Ö. (2013). *Pazarlama İlkeleri*. Eskişehir:Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Öztürk, A. (2022). The effect of halal product knowledge, halal awareness, perceived psychological risk and halal product attitude on purchasing intention. *Business and Economics Research Journal*, 13(1), 127-141.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40(3), 879-891.
- Preacher, K. J., & Selig, J. P. (2012). Advantages of Monte Carlo confidence intervals for indirect effects. *Communication Methods and Measures*, 6(2), 77-98.
- Quoquab, Farzana, and Jihad Mohammad. 2017. Managing sustainable consumption: Is it a problem or panacea? In Sustainable Economic Development: Green Economy and Green Growth, World Sustainability Series. Edited by Walter Leal Filho, Diana-Mihaela Pociovalisteanu and Abul Quasem Al-Amin. Cham: Springer International Publishing, pp. 115-25.
- Rousta, A., & Allaf Jafari, E. (2024). Impact of environmental knowledge, responsibility and concern on sustainable consumption behavior: does customer attitude matter?. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 35(8), 1721-1743.
- Salehi, S., Telesiené, A., & 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), 8955.
- Schiffman, L.G and Kanuk, L.L (2010). *Consumer behavior*. Prentice Hall.
- Schoemann, A. M., Boulton, A. J., & Short, S. D. (2017). Determining power and sample size for simple and complex mediation models. *Social Psychological and Personality Science*, 8(4), 379-386.
- Schor, J. (2010). *Plenitude: The New Economics of True Wealth*. Penguin Press.
- Schultz, P. W., Khazian, A. M., & Zaleski, A. C. (2008). Using Normative Social Influence to Promote Environmental Conservation: A Meta-Analysis of Experimental Studies. *Personality and Social Psychology Review*, 12(4), 324-337.
- Shin, Y. H., Im, J., Jung, S. E., & Severt, K. (2018). The theory of planned behavior and the norm activation model approach to consumer behavior regarding organic menus. *International Journal of Hospitality Management*, 69, 21-29.
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being (12th ed.)*. Pearson Education.
- Stern, P. C. (2000). New environmental theories: toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of social issues*, 56(3), 407-424.
- Sun, J., Safdar, H., Jaffri, Z. U. A., Ibn-ul-Hassan, S., & Ozturk, I. (2022). Substantiating Nexus Between Consumption Values and Sustainable Consumption Behavior: A Way Toward Sustainable Business. *Frontiers in Psychology*, 13, 908391.

- Temizkan, V. (2022). Investigating the effect of consumers' environmental values on green buying behavior. *Business and Economics Research Journal*, 13(3), 505-521.
- Thidell, A. (2011). Sustainable Consumption And Green Lifestyles–Definitions and Concepts. In *Background Material for the Workshop on Sustainable Consumption and Green Lifestyles of The Nordic Council of Ministers*.
- Trudel, R. (2019). Sustainable consumer behavior. *Consumer Psychology Review*, 2(1), 85-96.
- Vermeir, I. and Verbeke, W. (2008). Sustainable food consumption among young adults in Belgium: theory of planned behaviour and the role of confidence and values. *Ecological Economics*, 64(3), 542-553.
- Wang, Y. (2017). Promoting sustainable consumption behaviors: The impacts of environmental attitudes and governance in a cross-national context. *Environment and Behavior*, 49(10), 1128-1155.
- Yıldırım, E. (2014). An Investigation On He Addiationational Cost Of Green Products: The Willingness To Pay of Universtiy Students. *Journal Of Sustainable Development Studies*, 7(1), 132-146.
- Zeng, Z., Zhong, W., & Naz, S. (2023). Can environmental knowledge and risk perception make a difference? The role of environmental concern and pro-environmental behavior in fostering sustainable consumption behavior. *Sustainability*, 15(6), 4791.