

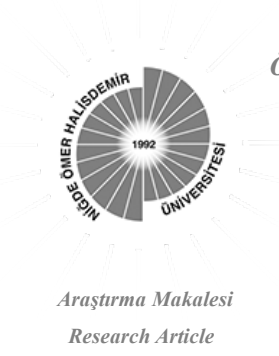
PAPER DETAILS

TITLE: Çevreci Tüketim Davranisi: Boyutlari ve Ölçümü

AUTHORS: Inci DURSUN,Ebru TÜMER KABADAYI,Ahmet Tugrul TUGER

PAGES: 42-66

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/518100>



ÇEVRECİ TÜKETİM DAVRANIŞI: BOYUTLARI VE ÖLÇÜMÜ

İnci DURSUN¹
Ebru TÜMER KABADAY²
Ahmet Tuğrul TUĞER³

Özet

Sürdürülebilir kalkınma kapsamında önemle üzerinde durulan çevreci tüketim davranışının ulusal ve uluslararası literatürde farklı şekillerde ve düzeylerde operasyonelleştirildiği görülmektedir. Bu araştırmanın temel amacı çevreci davranış süreci yaklaşım ile kavramsallaştırarak, tüketim sürecinin her aşamasını temsil eden davranışlardan oluşan çok boyutlu "çevreci tüketim" ölçeğinin önerilmesidir. Araştırmada aynı zamanda tüketim sürecinin farklı aşamalarında ortaya çıkan ve çevre sorunlarının azaltılmasına katkı sağlayan davranışların Türk tüketicileri tarafından hangi sıklıkta sergilendiği, hangi davranışların çevreci hassasiyetlerle daha yakından ilişkili olduğunun araştırılması hedeflenmiştir. Bu doğrultuda, İstanbul, Kocaeli, Ankara'da toplam 707 katılımcıdan anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Araştırma sonucunda, iki adet birinci düzey faktör (tüketim öncesinde çevreyi koruyan ürünlerin tercihi olan yeşil tüketim ve tüketim sonrasında geri dönüşüm) ve bir adet ikinci düzey faktörü (kullanım sırasındaki enerji tasarrufu) kapsayan üst düzey çevreci tüketim davranış ölçeğinin uygun olduğu bulunmuştur. Ayrıca Türk tüketicilerinin çevreci davranışlarının doğasına ilişkin bulgular özetlenmiştir.

Anahtar Kelimeler : Çevreci Tüketim, Üst Düzey Ölçek, Süreç Yaklaşımına Göre Sınıflandırma

JEL Sınıflandırması : D10, M31, Q53.

PRO-ENVIRONMENTAL CONSUMPTION BEHAVIOR: DIMENSIONS AND MEASUREMENT

Abstract

Pro-environmental consumption behavior, highly emphasized within the scope of sustainable development, has been operationalized with different types and levels in the extant national and international literature. The main objective of this research is to propose a multidimensional "pro-environmental consumption" scale covering behaviors that represent each stage of the consumption process, conceptualizing environmental behavior through a process approach. It was also aimed to explore Turkish consumers' frequency of behaviors that appeared in different stages of the consumption process and contributed to the reduction of environmental problems, and also examine which behaviors were more closely related to environmental sensitivities. Consequently, data were collected from surveys of 707 participants in Istanbul, Kocaeli, Ankara. As the result of the research, a higher order factor pro-environmental consumption scale, covering two first-order factors (green consumption in pre-purchase stage and recycling behavior in post consumption stage) and one second order factor (energy conservation during consumption stage) has been validated. Moreover, the findings about Turkish consumers' environmental behavior have been summarized.

Key Words : Pro-Environmental Consumption, Higher Order Scale, Process-Based Classification

JEL Classification : D10, M31, Q53.

¹ Dr. Öğretim Üyesi, Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, incidursun@gtu.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9856-3914>

² Prof. Dr, Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, tumer@gtu.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0673-6866>

³ Öğr. Gör., Okan Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, ahmet.tuger@okan.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1006-1435>

GİRİŞ

Endüstriyel devrimin ardından yaşanan hızlı teknolojik gelişme, üretimdeki verimlilik ve istihdam artışı, bireysel gelirin ve tüketimin kitlesel düzeyde artmasını sağlamıştır. Bununla birlikte, daha önceki yüzyıllarda görülmemiş bir seviyeye erişen tüketim düzeyi, küresel iklim değişikliği, kuraklık, hava, su ve toprak kirliliği, doğal kaynakların tükenmesi gibi birçok çevresel sorunun büyümesinde etkili olmuştur (Wackernagel-Schulz vd. 2002:9266). 1970li yıllardan itibaren pazarlama ve tüketici davranışındaki akademik çalışmalarda, tüketimle birlikte büyüyen ekolojik zararlar tüketiminin sorumluluğuna ve davranış değişikliğinin doğal dengeye sağlayacağı desteğe dikkat çekilmiştir (ör. Kinneer-Taylor vd. 1974:20). Bu çalışmalarda, ekolojik olarak kötüye gidişin sosyal ve ekonomik sonuçlarını da göz önünde bulunduran sorumlu tüketim davranışlarının desteklenmesi gerektiği savunulmuştur (ör. Fisk, 1973:24).

Sorumlu tüketim davranışlarının özendirilmesi ve desteklenmesi için yürütülen ulusal ve uluslararası politikaların temelinde, tüketicilerin, hem kendi davranışlarını daha çevre dostu olacak şekilde değiştirmelerinin mümkün olduğu, hem de bireysel satın alma güçleri aracılığıyla işletmeleri çevresel açıdan daha sorumlu davranmaya yönlendirmeye muktedir oldukları inancı yatmaktadır (d'Astous-Legendre, 2009). Geline son noktada, tüketiciler sürekli artan nüfusun ve toplam tüketimin neden olduğu ekolojik bozulmanın farkında olduklarını, endişe duyduklarını belirtmekte ve kendilerinin de kısmen sorumlu olduklarını kabul etmektedirler (Wells-Ponting vd. 2011:828). Buna karşılık, aynı tüketiciler çevreci tutumlarını doğayı koruyan, destekleyen davranışlara dönüştürememektedir (Vermeir-Verbeke, 2006; Young-Hwang vd. 2010; Moraes-Carrigan vd. 2012). Özellikle sorumlu tüketim davranışlarının konfor kaybına sebep olan, zaman, ek ücret ve çaba gerektiren faaliyetler olması sebebi ile (Kollmuss-Agyeman,2002:252), tüketicilerin sürdürmekte olduğu yaşam tarzını bırakıp daha çevreci tüketim anlayışını benimsemesi zor olmaktadır.

Çevre psikolojisi, sosyal psikoloji ve tüketici davranışları alanlarında yapılan araştırmalar, modern toplumun tüketim kültürü tarafından beslenen fazla ve düşüncesiz tüketim davranışının çevre ve topluma duyarlı hale dönüştürülmesine destek olmak amacı ile sorumlu tüketim davranışlarını destekleyen ve engelleyen faktörleri tanımlamayı amaçlamaktadır. Bu araştırmaların çevreci tüketimi ele alış şekilleri itibari ile iki farklı yaklaşım kullandığı göze çarpmaktadır. Araştırmaların bir kısmı, yeşil tüketim (Mainieri-Barnett vd. 1997; Gonçalves- Lourenço vd. 2016); enerji tasarrufu (Van Raaij -Verhallen, 1983; Sütterlin-Brunner vd. 2011), geri dönüşüm (De Young, 1990; Hopper-Nielsen, 1991; Chen-Tung, 2010) gibi tek bir çevreci davranışa ve bu davranışın dinamiklerine odaklanmaktadır. Diğer bir kısım araştırmada ise (ör. Balderjahn, 1988; Roberts, 1996; Thøgersen-Ölander, 2002) çevreci tüketim, birden çok sorumlu davranış kapsayacak bir davranışlar bütünü incelenmektedir. Etkin çevre politikalarının belirlenmesi, bir çevreci davranış desteklenirken diğerine zarar verilmemesi için bu bütünsel yaklaşımın çok daha uygun olduğu ileri sürülmektedir (Thøgersen, 1999). Ancak bu noktada çevreci tüketim davranışının kavramsallaştırması, yapısı, boyutları konusunda tek ve ortak bir yaklaşım olmadığı görülmektedir. Çevreci tüketim davranışının birden fazla özel davranış içermesi, çevreci tüketim davranışına yönelik ortak bir yapının belirlenmesini zorlaştırmaktadır. Ülkemizde çevre dostu tüketim alanında yapılmış sınırlı sayıdaki araştırmada da (ör. Karalar-Kiracı, 2011; Doğan vd., 2015) çoğunlukla farklı türdeki davranışları içine alan çevreci tüketim davranışları üzerinde durulduğu (detaylı bilgi için bkz. Dursun-Gündüz,2016) ancak kavrama ilişkin ortak bir operasyonel tanımlama yapılmadığı dikkat çekmektedir.

Doğası gereği keşifsel bir özellik taşıyan bu araştırmanın ana amacı, tüketim sürecinin her aşamasını temsil eden davranışlardan oluşan kapsamlı, geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiş bir "çevreci tüketim" ölçeğinin oluşturulmasıdır. Bu kapsamda, (1) tüketim sürecinin alma, kullanma, elden çıkarma aşamalarında gerçekleşen birbirinden farklı çevreci davranışların Türk tüketicileri tarafından hangi sıklıkta sergilendiği, (2) hangi davranışların çevreci hassasiyetlerle daha fazla ilişkili olduğu, (3) çevreci hassasiyetlerle şekillenen bu davranışların nasıl gruplandığı ve son olarak (4) üst

düzey bir “çevreci tüketim davranışı” altında incelenip incelenemeyeceğine yönelik bilgi edinmek mümkün olacaktır.

I. TÜKETİM VE ÇEVRE

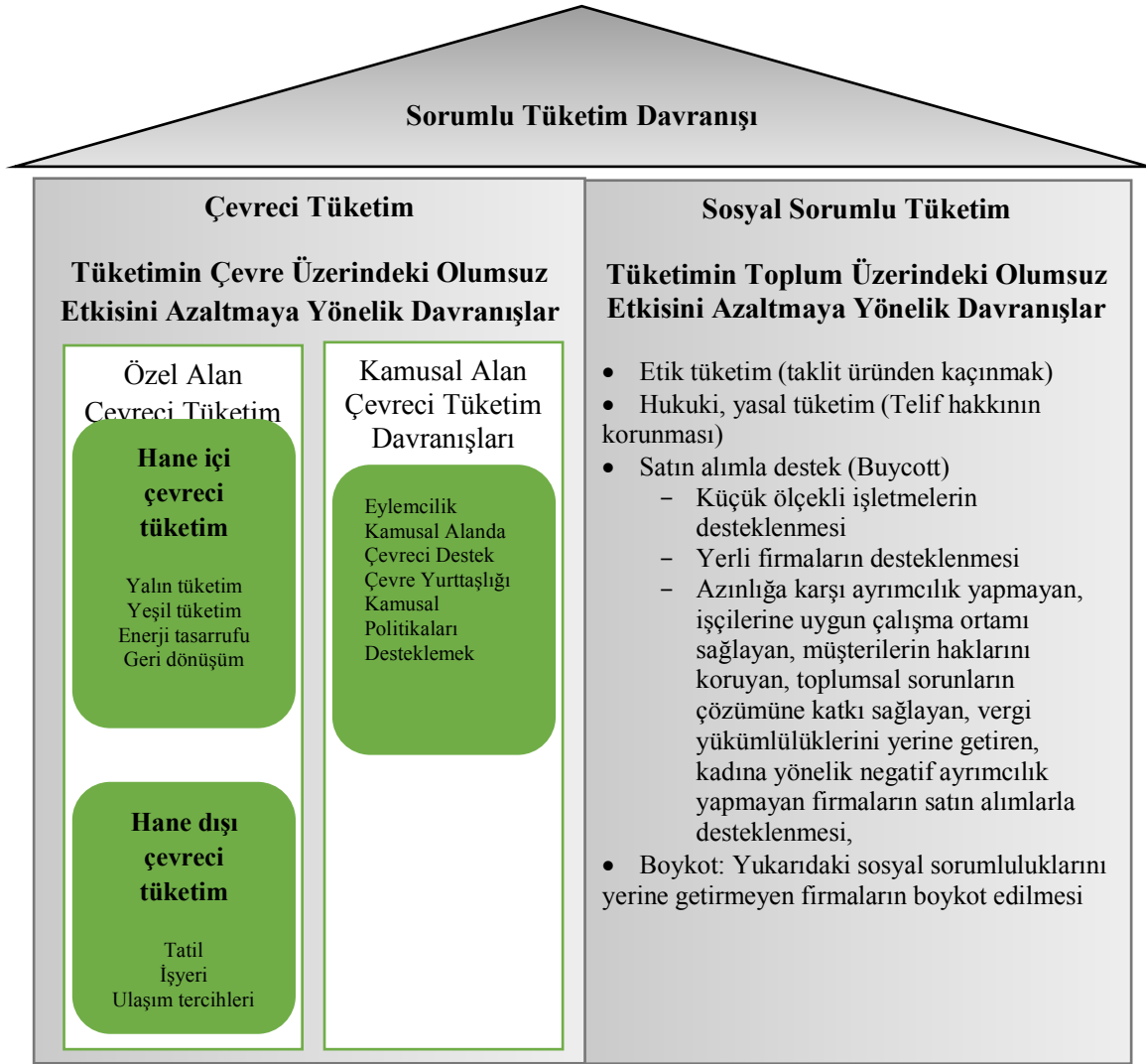
Tüketimin ve tüketim dolayısı ile artan üretim miktarının çevre üzerindeki yükü “doğal sermayenin muhasebesi yapan ekolojik ayak izi” aracılığıyla ölçülebilmektedir (Wackernagel-Onisto vd. 1999:376). Çevreci tüketimle ilgili ilk çalışmaların yapıldığı ABD’deki kayıtlı araç sayısının son 25 yılda %40 oranında artmıştır (Statista, 2018). Bu artış ve neden olduğu aşırı fosilli yakıt tüketimi, küresel iklim değişikliğinin ana kaynağı olarak kabul edilen dünyadaki toplam sera gazı emisyonunun yarısından fazlasına Çin ve A.B. ülkeleri ile birlikte neden olan ABD’nin ekolojik ayak izini arttırmaktadır. ABD’deki fosilli yakıt tüketiminin 2017 yılında toplam enerji tüketiminin %27sine karşılık geldiği dikkate alındığında bireysel enerji tüketimin yeryüzüne doğrudan etkisi somut olarak anlaşılabilmektedir (EPA, 2018). Özellikle gelişmiş ekonomilerde gözlemlenen aşırı enerji tüketimi, bitkisel ve yenilebilir kaynaklardan elde edilen biyoyakıtlarda da geçerli olduğundan, üretiminde kullanılan şeker, tahıl ve yağlı tohum kaynakları arzını da azaltmaktadır (Worldwatch Enstitüsü, 2015:87). Gelişmiş ülkelerde, gıda kaynaklarının aşırı tüketime bağlı olarak hanelerde israf edildiği görülmektedir (Worldwatch Enstitüsü, 2015:98). Küçük paketlerde daha da arttığı görülebilen gıda tüketimine (Argo-White, 2012:67) yanıt vermek için üretimi hızlandırmada kullanılan doğal olmayan üretim yöntemleri nedeniyle hasat azalmaktadır, gıda kalitesi düşmektedir, aşırı avlanmanın sonucunda, balık stokları hızla tükenmekte ve biyolojik çeşitlilik kaybedilmektedir (OECD, 2012). Ayrıca, doğaya zararlı geri dönüşümle kullanılamayan paketlemeli ürünleri gösterişçi tüketimin etkisiyle kullanmak (Schor, 2005), söz konusu paketlerin atık olarak çevre kirliliğini arttırmasına neden olmaktadır. 2012 itibariyle 1,3 milyar ton olarak hesaplanan dünyadaki çöp miktarının (World Bank, 2017) içerisinde milyonlarca ton çöpün okyanuslarda giderek artması (NOAA, 2017), biyolojik çeşitlilik açısından ayrı bir tehdit oluşturmaktadır. Gelişmekte olan ekonomiler arasında yer alan Çin, Hindistan, Brezilya ve Rusya’nın yaklaşık 1,7 milyara denk gelen nüfusunun hızlı gelir artışına bağlı tüketim artışı (Lorek-Vergragt, 2015:19), 2017 itibariyle 7,4 milyar olan dünya nüfusunun 2050’de 9 milyara ulaşacağı öngörüsü (OECD, 2012:46) dikkate alındığında, 2013 itibariyle dünyadaki toplam %60’ına denk gelen bireysel harcamaların (World Bank, 2015) ekolojik zararlarının küresel boyutta daha da büyüyebileceği anlaşılabilmektedir.

I.1. Sorumlu Tüketiciler ve Çevreci Tüketim

Çevreci tüketim davranışı, esasen, “bireyin çevre, toplum, kendisi, diğer canlılar üzerinde en az olumsuz hatta olumlu etkisi olan tüketim davranışlarını” temsil eden sorumlu tüketim davranışının (Ulusoy, 2016:285) bir boyutudur. Diğer bir boyut olan sosyal sorumlu tüketim, hukuk, etik, yardımseverlik konusundaki toplumsal kaygılar sonucunda oluşmakta ve gerçekçi fiyatların belirlendiği, küçük üreticilerin uğrayabileceği haksızlığı giderebilecek adil ticaret ürünlerinin satın alınmasını (de Pelsmacker-Driesen vd. 2005), taklit ürünlerin satın alınmamasını (Vitell-Muncy, 2005), yasal olmayan bir şekilde işçi çalıştıran şirketlerin ürünlerinin boykot edilmesini (Webb-Mohr vd. 2008), kurumsal sosyal sorumluluğunu yerine getiren şirketlerin ürünlerinin özellikle tercih edilmesi (Webb-Mohr vd. 2008) gibi davranışları kapsamaktadır. Çevreci tüketim ise “doğaya mümkün olan en az zararı veren, hatta fayda sağlayan davranışları” içermektedir (Steg-Vlek, 2009:309).

Tüketicinin ekolojik, ekonomik ve sosyal endişelerini esas alan, yansıtan ve ölçümleyen davranışlar, literatürde “çevresel açıdan sorumlu tüketim” (Hines-Hungerford vd. 1987:7; Stone vd. 1995:595; Follows-Jobber, 2000:725), “ekolojik davranış” (Kaiser, 1998:399) “çevre dostu tüketim davranışı” (Steg-Vlek, 2009:309), “çevresel açıdan etkili davranış” (Stern, 2000:408; Gatersleben-Steg vd. 2002:340), “sürdürülebilir tüketim” (Peattie-Collins, 2009:109) gibi farklı kavramlar çerçevesinde incelenmiştir. Söz konusu kavramların ortak amacının “ekolojik zararı en aza indirgeyecek davranışlara odaklanmak” olduğunu belirtmek mümkündür (Axelrod-Lehmann, 1993:153). Bu

çerçevede, pilleri diğer çöplerden ayırtırmaktan boykotlara; çevreci politikaların aktif desteklenmesinden kullanılmayan odalardaki ışıkların kapatılmasına kadar uzanan çok geniş yelpazedeki çok sayıda davranış “çevreci tüketim davranışı” olarak nitelendirilmektedir. Uluslararası literatür incelendiğinde, çevreci davranış türlerini sınıflandırmak için farklı yaklaşımlar izlendiği görülmektedir.



Şekil 1. Sorumlu Tüketimin Boyutları (Çevreci Tüketim & Sosyal Sorumlu Tüketim)

Örneğin Stern (2000:409-410) çevreci davranışları “özel alan” ve “kamusal alan” da sergilenen çevreci davranışlar olmak üzere iki ana grupta incelemiştir. “Özel alan çevreci tüketim davranışı”, bireyin ve ait olduğu hanehalkının hane içi (evinde) ve hane dışı (iş yeri, tatil ve ulaşım esnasında) çevreye zarar vermeyen tüketim tercihlerini kapsamaktadır. “Kamusal alan çevreci tüketim davranışları”, diğer paydaşların doğrudan denetimini, protestosunu esas alan aktif, doğrudan çevreci aktivizm ve çevresel düzenlemelerin desteklenmesini, uzaktan takip edilmesini içeren aktif olmayan çevreci davranışları içermektedir.

Çevreci tüketim davranışları, hedonik, kazanç veya normatif amaçlara göre de sınıflandırılmaktadır (Lindenberg-Steg, 2007). Buna göre çevreci davranışlar keyif verdiği için (ör.

ağaç dikmek, organik ürün satın almak); maddi kazanç sağladığı için (ör. enerji tasarrufu) ya da doğru davranış olduğunu düşündükleri için sergilenen davranışlar olmak üzere üç gruba ayrılabilir (Steg-Bolderdijk vd. 2014:105).

Çevreci tüketim davranışı sınıflandırmasında bir başka ölçüt, çevreci davranışın zorluğudur. Burada zorluk ile ifade edilen maddi karşılık, konfor kaybı, fiziksel çaba, zaman kaybı gibi “davranışsal maliyetlerdir” (*behavioral costs*) (Diekmann-Preisendörfer, 2003; Bamberg-Schmidt, 2003; Steg-Vlek, 2009). Buna göre bazı çevreci tüketim davranışları az maliyetli (ör. kullanılmayan odada elektrik, ısı tüketiminin azaltılması), bazıları ise yüksek maliyetli (ör. geri dönüşüm için atıkların ayrıştırılması, toplama noktalarına götürülmeden önce evde bekletilmesi) davranışlar grubuna girmektedir.

Çevreci tüketim davranışları, doğa üzerindeki etkileri esas alınarak da sınıflandırabilmektedir. Gatersleben-Steg vd. (2002:350), ev içerisinde ve dışarısında (su, ısı, elektrik) enerji tüketimi, atık yönetimi gibi gündelik davranışların çevre üzerindeki etkilerinin çok farklı olmasından dolayı davranışın çevresel etkisini ölçümünü öne çıkaran bir sınıflandırma önerisinde bulunmuşlardır. Özellikle enerji tüketiminde tüketiciyi tasarrufa teşvik edici politikalarda kullanılabilen (Abrahamse-Steg vd. 2005) bu ölçümleme yönteminde bütün özel davranışların çevresel etkisini düzenli ölçmenin zorluğu nedeniyle uygulanmasında sıkıntı yaşanmaktadır (Steg-Vlek, 2009:310).

Son olarak, tüketim davranışı teorisindeki süreç yaklaşımı esas alınarak, çevreci tüketim, “sadece bir satın alma faaliyetiyle sınırlı olarak” değerlendirilmemiş, “satın alma, kullanım ve tüketim sonrası aşamalarını içeren faaliyet ve kararlardan oluşan bir süreç” olarak yorumlanmıştır (Ölander-Thøgersen, 1995:348; Peattie-Collins, 2009:107). Bu yaklaşıma göre, ihtiyacın fark edilmesi, bilgi araştırma, alternatiflerin değerlendirilmesi ve satın alma kararı aşamasında, çevresel etkiyi en aza indirmek için eldeki ürünlerin ömrünü uzatmaya çalışmak, eldeki ürünlerden alternatifler ihtiyacı gidermeye çalışmak, ihtiyacı sorgulayarak aşırı tüketimden kaçınmak, tüketimin zorunlu olduğu anlarda çevre üzerinde en az zararı olan ürünü tercih etmek gibi davranışlar yer almaktadır (Peattie, 2010:200-201). Ayrıca, tüketim esnasında çevresel zararı azaltmak için enerji tasarrufu, yavaş tüketim (Peattie, 2010:201) ve tüketim sonrasında kullanılan ürünün geri dönüşümü, süreç yaklaşımına göre sınıflandırılan çevreci tüketimin diğer boyutlarını temsil etmektedir.

I.II. Hane-İçi Çevreci Tüketim Davranışlarının Satın Alma Sürecine Göre Sınıflandırılması

Bu araştırmanın odağı olan “hane-İçi çevreci tüketim” davranışları temel olarak yenilenmeyen kaynakların kullanımını, su, toprak ve hava kirliliğini, CO₂ salınımını azaltan veya en azından arttırmayan bireysel ve hane-halkı tüketim davranışlarını ifade etmektedir. Hane içinde gündelik hayatta farklı sıklıklarla ancak sürekli olarak su, aydınlatma ve iklimlendirme için enerji, gıda, giyim, kişisel bakım ve hijyen, temizlik, mobilya, mutfak araç gereçleri elektronik aletler vb. birçok ürün kategorisinde satın alım, kullanma ve elden çıkarma davranışları gerçekleştirilmektedir. Çevre sorumluluğu yüksek bireylerin istisnasız olarak tüm kategorilerde olmasa da mümkün olduğunca çoğunda gereksiz alımlardan uzak durması, çevresel açıdan sorumlu tercihlerde bulunması, ürünleri sorumlu kullanması, elden çıkarma aşamasında geri dönüşüm gibi çevreye zararı en az olan yöntemleri tercih etmesi beklenir. Diğer bir ifade ile çevreci tüketim davranışlarının tüketim sürecinin yalnızca satın alma kararı aşamasındaki değil tüm aşamalarında ortaya çıkması beklenir. Satın alma aşamasına göre sınıflandırma yaklaşımı ile çok sayıdaki hane-İçi çevreci tüketim yaklaşımını sınıflandırmak; çevreci tüketim davranışlarını, satın alma öncesi, tüketim sırasında ve tüketim sonrasındaki davranışlar olmak üzere gruplandırmak mümkündür (Ölander-Thøgersen, 1995; Peattie, 2010).

Süreç yaklaşımına göre tüketimin ilk adımlarında ihtiyacın fark edilmesi, ihtiyacı giderecek alternatiflere ilişkin bilgi toplama yer almaktadır. Bu aşamada, ihtiyacın giderilmesi için yeni ürün almak yerine bireyin elindeki kaynaklarla ürünü yapması, hasar gören mevcut ürünü tamir ettirerek

kullanım ömrünü uzatmak (Peattie, 2012), nadir kullanılan ürünleri ödünç almak (Shaw-Newholm, 2002) gibi davranışları içerir. Esasen, yalın tüketim, diğer çevreci tüketim davranışlarından farklı olarak, literatürde başlık olarak yer almayan bir davranıştır. Ekonomik faydayı esas alan tutumluluk (Gatersleben-Murtagh vd. 2017:15) ve manevi zenginliği öne çıkaran gönüllü sade yaşam tarzı, bireyin "kendi kendine yeten" yaşam alışkanlıklarının gündelik davranışlara yansımakta (Leonard-Barton, 1981:245), maddi amaçlarla da olsa tüketim azaldığında çevresel zarar da hafiflemektedir. Yalın Tüketim, çevreci tüketimi olumlu etkilediği gösterilmiş bir yaşam tarzı olan gönüllü sadeliğin (ör. Iwata, 2002; McDonald-Oates vd. 2006) temsil ettiği maddi tüketimi azaltma, aşırı tüketimden kaçınma eğilimlerinin bir sonucudur. Ayrıca, Peyer-Balderjahn vd. (2017), gönüllü sadeliği benimseyen tüketicilerin aynı gelire sahip diğer tüketici gruplarından farklı olarak çevreyi koruma niyetlerini sergilediklerini göstermişlerdir. Dolayısıyla, satın alma öncesindeki çevreci tüketimin bir parçası olarak, maddi ihtiyacı sorgulamak, esasen ihtiyaç duyulmayan ürün veya hizmetlerin tüketiminden kaçınmak, eldeki ürünlerin kullanım ömrünü tamir ederek uzatmak veya başka bir ihtiyaca alternatif olarak kullanmak (Barr, 2007:450; Pepper-Jackson vd. 2009:130) yalın tüketim kapsamında değerlendirilebilmektedir. Ayrıca ekonomik alternatif olan paylaşma, ödünç alma, ikinci el ürün kullanma davranışları da benzer bir şekilde, fazladan talebi engellediği için satın alma öncesinde çevresel etkiyi en aza indiren yalın tüketim davranışı kapsamında yer alabilmektedir (Leonard-Barton, 1981; Barr, 2007).

Elbette ki bireysel ihtiyaçların birçoğunun karşılanması için yeni ürün satın alma dışında bir seçenek bulunmamaktadır. Tüketim sürecinde ihtiyacı gidermek için yeni bir ürün alınması gerektiği kanaatine varıldığında bir sonraki aşama, aynı ihtiyaca yönelik ürün alternatifleri hakkında bilgi toplamak ve seçim yapmaktır. Yeşil Tüketim, eldeki ürünlerle ihtiyacı gidermenin mümkün olmadığı durumlarda en az çevresel etkisi, zararı olacak ürünlerin tercih edilmesidir (Peattie, 2010:201). Bu tanımla uyumlu olarak, organik gıda tüketimi (Tanner-Kast, 2003:896), ekolojik etiketleri olan ürünlerin özellikle tercih edilmesi (Gilg-Barr vd. 2005:487), biyoyakıt tüketimi (Pagiaslis-Krontalis, 2014:338), biyobozunur (biodegradable) olan ve atık olarak doğaya zarar vermeyen ürünlerin tercih edilmesi (Alwitt-Pitts, 1996:57), çevreye daha az zararı olan deterjanı tercih etmek (Bodur-Sarıgöllü, 2005:507), ithal edildiği için depolanması, taşınması için yapılan ek işlemlerle farklı çevresel zararlara (ör. fazla enerji tüketimi) neden olan ithal ürünler yerine yerel ürünleri tercih etmek (Huneke, 2005:538), ekolojik nedenlerle ürün değiştirmek ve benzer iki ürün arasında çevreye en az zararı olan ürünü tercih etmek (Kim-Choi, 2005:595) yeşil tüketim başlığı altında toplanmıştır.

Enerji tasarrufu, tüketim sırasında çevresel etkinin en aza indirgenmesi amacıyla ısı, su, elektrik tüketimini azaltmayı içermektedir (Peattie, 2010). İnsan kaynaklı enerji tüketiminden dolayı küresel karbon emisyon miktarında yaşanan artış, küresel iklim değişikliği başta olmak üzere birçok soruna neden olduğundan, bireysel enerji tasarrufu mevcut ekolojik sorunların çözümüne doğrudan katkıda bulunmaktadır (Gadenne-Sharma vd. 2011:7684). Hane halkı enerji tüketiminin dünya ortalamasının %30 una karşılık geldiği ve toplam tüketimin sürekli arttığı bir ortamda (IEA, 2017), gündelik hayattaki küçük görünebilen enerji tasarrufunun, enerji verimliliği olan elektronik ürünlerin tercihlerinin toplam ekolojik katkısı önemlidir (Sütterlin-Brunner vd. 2011:8140). Enerji tasarrufu davranışları, elektrik, ısı ve su tüketimini gündelik hayatta azaltma, verimlilik artışıyla tasarruf sağlamak için yatırım yapma ve bakım onarım ile fazla enerji tüketimin önüne geçme aktivitelerini içermektedir (Sütterlin-Brunner vd. 2011:8141; Karlin-Davis vd. 2014:427). Söz konusu üçlü sınıflandırma, elektrik (Thogersen-Gronhoj, 2010:7735), su ve ısı tasarrufu (Dursun-Belit, 2017:134) kapsamında da incelenmektedir.

Geri dönüşüm, kullanılan (sıvı, katı ve diğer) malzemelerin tüketim sonrasında farklı işlemlerle toplanması, ayrıştırılması ve atık konumundan çevresel ve ekonomik değere sahip maddeye dönüştürülmesi olarak tanımlanabilmektedir (Hopper-Nielsen, 1991; Mccarty-Shrum, 1994). Geri dönüşüm, üretim aşamasındaki hammadde bulma ihtiyacını, çöplerden ya da aşırı tüketimden kaynaklı hava kirliliğini ve üretimden kaynaklanan enerji kullanımını azaltabilmektedir (Largo-Wight-Bian vd. 2012:66). Birey açısından, tüketim sürecinin en son halkası olarak değerlendirilebilecek geri dönüşüm

davranışları, hane içi veya hane dışında atık ayrıştırılması, ayrıştırılan ürünlerin en yakındaki geri dönüşüm noktasına götürülmesi (Vining-Ebreo, 1992:1589), karton, plastik, cam, alüminyum gibi farklı maddelerden olan ürünlerin yeniden kullanım için ayrıştırılması (Onel-Mukherjee, 2017:962), kullanılmayacak ürünün toplama noktalarına götürülerek paylaşılması, satılması, israfın önlenmesi (Oskamp-Harrington vd. 1991:512), kullanım sonrası çevre üzerindeki olası olumsuz etkilerini önlemek için ayrıştırılması (Vining-Ebreo, 1992:1586) gibi birçok kullanım sonrası davranışı kapsamaktadır.

I.II.a. Hane-içi Çevreci Tüketim Davranışının Ölçümü

Literatürde yapılan araştırmalar incelendiğinde, hane-içi çevreci tüketim davranışına yönelik ortak bir operasyonel tanımın olmadığı görülmektedir. Tüketim sürecinin tamamına yayılmış, farklı sıklıklarda sergilenen, farklı çevresel etkileri bulunan çok sayıda farklı çevreci davranış bulunmaktadır. Literatürdeki öne çıkan araştırmalarda üç grup operasyonel tanımlama yaklaşımı olduğu göze çarpmaktadır. Bu yaklaşımların ilkinde, çevreye olumlu etkisi veya daha az olumsuz etkisi olan farklı birçok davranış tek bir faktör altında incelenmekte ve genel çevreci tüketim davranış skorları oluşturulmaktadır (ör. Roberts, 1996). Davranış kombinasyonları değişmekle birlikte bu ölçeklerde geri dönüşüm, çevre dostu/yeşil ürünlerin tercihi, yakıt, ısı, elektrik tasarrufu davranışlarını amaç edinen davranışların ağır bastığı görülmektedir (Roberts, 1996; Roberts-Straughan, 1999; Kaiser-Wölfling vd. 1999; Nordlund-Garvill, 2002; Thøgersen-Ölander, 2002; Cleveland-Kalamas vd. 2005).

Tablo 1. Çevreci Tüketim Davranışını Tek Boyutlu Olarak Ölçümleyen Çalışmalar

Kaynak	Çevreci Tüketim Davranışı Kapsamında İncelenen Davranışlar	Toplam Madde Sayısı
Roberts (1996)	Geri Dönüşüm, Yeşil tüketim, Enerji Tasarrufu	22
Straughan-Roberts (1999)	Geri Dönüşüm, Yeşil tüketim, Enerji Tasarrufu	30
Kaiser-Wölfling vd. (1999)	Geri Dönüşüm, Yeşil tüketim, Enerji Tasarrufu, Çevreci Örgütleri Destekleme	30
Thøgersen-Ölander (2002)	Yeşil Tüketim, Ulaşım Davranışları, Enerji Tasarrufu, Geri Dönüşüm	17
Nordlund-Garvill (2002)	Geri Dönüşüm, Yeşil Tüketim, Enerji Tasarrufu, Ulaşım Davranışları	25
Cleveland-Kalamas vd. (2005)	Ulaşım Tercihleri, Enerji Tasarrufu, Geri Dönüşüm, Yeşil Tüketim	18
Karalar-Kiracı (2010)	Yeniden Kullanım, Enerji Tasarrufu, Satın Almayı Azaltma vb.	36

İkinci bir yaklaşım ise teorik tanımlamada çevreci tüketim davranışının altında yer alan davranışların birbine belirli özellikler açısından gruplandırılarak benzer özellikler taşıyan davranışların gruplandırılarak ayrı boyutlar olarak incelenmesidir. Buradaki temel varsayım, farklı çevreci davranış türlerinin maddi, fiziksel, zamansal zorluklardan, maliyetlerden farklı şekillerde etkileyeceği (Larson-Stedman vd. 2015:113), farklı davranışların farklı çevresel etkiye (Gatersleben-Steg vd. 2002:353) ve farklı öncüllere sahip olacağıdır (Balderjahn, 1988:55). Tablo 2’de örnekleri verilen araştırmalarda da benzer bir yaklaşım izlenmiş, teorik olarak çevreci tüketim davranışı olarak değerlendirilen davranışlar ayrı değişkenler olarak ölçümlenmiştir.

Literatürde daha ender rastlanan bir diğer yaklaşım ise farklı çevreci tüketim davranışı boyutlarının üst düzey/genel çevreci tüketim kavramı altında toplanmasıdır. Örneğin Bratt-Stern vd. (2015) hane içi tüketime ilişkin çeşitli çevreci davranışların bazı alt boyutlar altında toplandığını ve

boyutların da tek bir çevreci davranışın farklı dış yansımaları olduğunu göstermiştir. Birçok farklı çevreci davranış boyutunu aynı başlık altında toplayan bu yaklaşım özellikle toplumda genel çevreci tüketim davranışının yayılmasını amaçlayan politikaların belirlenmesi için etkili bir yöntemdir (Thøgersen, 1999). Bu araştırmanın amaçlarından biri de, tüketim sürecinin her aşamasını temsil eden davranışların aslında tek bir çevreci davranış değişkeninin farklı dış vurumları olduğu yönündeki yaklaşımın Türk tüketicilerden elde edilen veri ile yeniden sınanması, böylece çevreci tüketim davranışını ölçmeye yönelik en uygun ölçeğin önerilmesidir.

Tablo 2. Çevreci Tüketim Davranışını Birbirinden Ayır Değişkenler Halinde Ölçümleyen Çalışmalar

Kaynak & Çalışmadaki Temel Davranış Başlığı	Boyut sayısı	Davranışın Alt Boyutları	Toplam Madde Sayısı	Sınıflandırma
Minton-Rose (1997) & Çevre Dostu Tüketici Davranışı	4	(1) Geri dönüştürülmüş ürünleri satın alma (2) Çevre dostu içerik sahibi ürünleri satın alma (3) Çevre dostu ürünleri araştırma (4) Geri dönüşüm	21	Özel Alan Çevreci Tüketim Davranışı
Roberts-Bacon (1997) & Ekolojik Açından Bilinçli Tüketici Davranışı	6	(1) Geri dönüştürülmüş kağıt ürünleri satın alma (2) Enerji tasarrufu ve enerji bağımlılığını azaltmak için özel arabasını az kullanmak (3) Geri dönüşüm davranışları ve geri dönüşümle elde edilen ürünleri tercih etmek (4) Yeşil tüketim, çevre üzerindeki en az etkisi olan tüketim tercihleri (5) Enerji tasarrufu (elektrik tüketimini azaltma) (6) Enerji tasarrufu (elektrik tasarrufu için verimlilik yatırımı)	30	Özel Alan Çevreci Tüketim Davranışı
Pelletier-Tuson vd. (1998) & Çevreci Davranış	6	(1) Yeniden kullanım (2) Geri dönüşüm (3) Yeşil tüketim (4) Enerji tasarrufu (5) Ek çevre vergisi ödeme (6) Aktivizm	16	Özel Alan & Kamusal Alan Çevreci Tüketim Davranışı
Olli-Grendstad vd. (2001) & Çevreci Davranış	5	(1) Yeşil tüketim (2) Kaynak tasarrufu (yeniden kullanım, paylaşma, araba kullanmama) (3) Doğaya yakın olma (mevsiminde meyve toplama) (4) Ekolojik açıdan toksin içeren ürünlerden kaçınma (5) Geri dönüşüm	16	Özel Alan Çevreci Tüketim Davranışı
Kaiser-Wilson (2004) & Ekolojik Davranış	6	(1) Enerji tasarrufu (2) Ulaşım tercihleri (3) Atığı azaltma (4) Yeşil tüketim (5) Geri dönüşüm (6) Kamusal alanda çevreci davranış	50	Özel Alan & Kamusal Alan Çevreci Tüketim Davranışı
Başar (2016) & Sürdürülebilir Tüketim Davranışı	5	(1) Atık Oluşturma ve Geri Dönüşüm, (2) Çevreye Duyarlı Gıda Tercihi, (3) Kişisel Ulaşım Tercihi, (4) Evsel Enerji Talebi, (5) Evsel Su Tüketimi	27	Özel Alan & Kamusal Alan Çevreci Tüketim Davranışı

Tablo 3. Çevreci Tüketim Davranışını Birbirinden Ayrı Çevreci Davranış Boyutlarının Oluşturduğu Üst Seviye Bir Değişken Olarak Ölçümleyen Çalışmalar

Kaynak & Çalışmadaki Davranış Başlığı	Çevreci Tüketim Davranış Türleri	Toplam Madde Sayısı	Sınıflandırma	Açıklama
Bratt-Stern vd. (2015) & Çevresel Açıdan Etkili Bireysel Davranış	(1) Hane içi davranışlar (2) Araç kullanımı (3) Uçakla yolculuk	29	Algılanan zorluğa, ekonomik maliyete ve sıklığına göre sınıflandırma	Hane içi davranışlar, ikinci düzey bir faktör olarak şu birinci düzey faktörleri kapsamaktadır: enerji kullanımı, geri dönüşüm, düşük maliyetli yeşil tüketim, enerji tasarrufu, enerji verimliliği yatırım davranışları

II. YÖNTEM

II.I. Veri Toplama ve Örneklem Özellikleri

Araştırma verileri, yüz yüze anket yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Temelde üç bölümden oluşan anketin ilk bölümü, katılımcıların 31 çevreci tüketim davranışının ne sıklıkta sergilendiğini sorgulayan maddelerden oluşmuştur. Bu davranışlar tüketim sürecinin tüm aşamalarını yansıtacak şekilde literatürdeki mevcut ölçekler içinden seçilmiştir. Bu davranışların satın almayı azaltmayı amaçlayan yalın tüketim, alternatif ürünler arasından çevreye daha az zararlı olan ürünleri seçmeye ilişkin davranışları içeren yeşil tüketim, hane-içi enerji kullanımını azaltmayı amaçlayan enerji tasarrufu ve ürünlerin çevreye duyarlı şekilde ayrıştırılmasını ve üretim için geri kazandırılmasını içeren geri dönüşüm davranışları olarak sınıflandırılması mümkündür. Bu kapsamda, yalın tüketim için Leonard-Barton (1981), Pepper-Jackson vd. (2009) ve Barr (2007)’in çalışmalarından; yeşil tüketim için Roberts (1996), Roberts ve Bacon (1997), Thøgersen (2000), Kim-Choi (2005) ve Huneke (2005)’nin çalışmalarından; enerji tasarrufu için Roberts-Bacon (1997), Straughan-Roberts (1999), Barr-Gilg vd. (2005), Sütterlin-Brunner vd. (2011)’in çalışmalarından; geri dönüşüm için Berger-Corbin (1992) ve Barr (2007)’in çalışmalardan seçilen maddeler bir araya getirilmiştir. Davranışların ne sıklıkta sergilendiği 5 aralıklı bir sıklık ölçeği kullanılarak ölçümlenmiştir (1: Hiçbir zaman, 5: Daima). Anketin ikinci kısmında, çevre-duyarlı tüketim yapmaya yönelik bireysel normlar Minton-Rose (1997) ile Steg-Dreijerink vd. (2005) tarafından kullanılmış sekiz madde ile; algılanan tüketici etkinliği ise Kim-Choi (2005) ve Sütterlin-Brunner vd. (2011) tarafından kullanılmış beş madde ile ölçümlenmiştir. Anketin son bölümü katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik soruları içermiştir.

Anket, İstanbul’da yaşayan 118 tüketici üzerinde ön-teste tabi tutulmuş soruların anlaşılmasını kolaylaştıracak bazı düzeltmelerle ankete son hali verilmiştir. Anket İstanbul, Kocaeli ve Ankara’da yaşayan tüketicilerden kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 730 katılımcıya elden dağıtılmıştır. 23 anket tutarsız cevaplardan dolayı dikkate alınmamış, analizler 707 cevaplayıcıdan gelen veri seti ile gerçekleştirilmiştir. Tablo 4, örnekleme ilişkin demografik bilgiler sunmaktadır.

Tablo 4. Örneklem Özellikleri

Yaş	(%)	Cinsiyet	(%)
20'den az	% 16,55	Kadın Erkek	% 62 % 38
20-30 yaş	% 37,77		
30-40 yaş	% 17,11		
40-50 yaş	% 13,86		
50-60 yaş	% 8,35		
60-70 yaş	% 5,23		
70-80 yaş	% 1,13		
Medeni Hal	(%)	Aylık Gelir	(%)
Evli Bekar	% 42 % 58	2.000 TL ve daha az	% 12,9
		2.001-5.000 TL arası	% 51,1
		5.001-10.000 TL arası	% 28,4
		10.000 TL'den çok	%7,6

III. ANALİZLER

Satın alma ihtiyacının ortaya çıkmasından başlayarak, ürünün elden çıkarılmasına kadar süren tüketim sürecinin her aşamasını kapsayacak genişlikte bir “çevreci tüketim” kavramı ölçeği için toplam 31 çevreci davranış ele alınmıştır. Ölçek kapsamındaki 31 davranış genel olarak yalın tüketim, yeşil tüketim, enerji tasarrufu, geri dönüşüm davranışları olarak gruplandırılabilir. Maddeler daha önce benzer alanda yapılan araştırmalardan uyarlandığından ölçeğin yüzeysel içerik geçerliliğine sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Daha önce de belirtildiği gibi literatürde çevreci tüketimin kavramsallaştırılması ve operasyonelleştirilmesinde ortak bir yöntem bulunmamaktadır. Bu sebeple bu çalışmada aşağıdan yukarıya bir yaklaşımla veri temelli olarak en uygun ölçüm modelinin belirlenmesi ve ardından belirlenen modelin ayrı bir veri seti ile test edilmesi amaçlanmıştır. Bu sebeple veri seti “keşif veri” ve “test verisi” olmak üzere tesadüfi olarak iki parçaya ayrılmıştır.

III.I. Keşifsel Analizler

Datanın ilk yarısı (n=356) kullanılarak yapılan keşif amaçlı analizlerde; madde temelli kriter geçerliliğinin sınanması, çevreci tüketim davranışının türlerinin (boyutlarını) ortaya çıkarılması, çevreci tüketim davranışı boyutları arasında ve bu boyutlar ile çevreci tutum ve normlar arasındaki ilişkilerin incelenmesi ve son olarak çok-seviyeli bir ölçüm modelinin geliştirilmesi amaçlanmıştır.

a. çevreci tüketim davranışlarına ait tanımlayıcı istatistikler

Ölçeğin faktör yapısını değerlendirmeye geçmeden önce her biri ayrı bir çevreci davranışı temsil eden maddelerin ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanarak Tablo 5’de verilmiştir. Böylece örnekleme dahil olan tüketicilerin hangi davranışları ne sıklıkta uyguladıklarına yönelik bilgi elde edilmiştir. Ortalama değerler incelendiğinde özellikle elektrik tasarrufu davranışlarının çok sık uygulandığı görülmektedir. Buna göre odadan ayrılırken lambaları, varsa klima veya soğutucuları kapatmak, çamaşır veya bulaşık makinesinin tam kapasite ile çalışmasını sağlamak en çok uygulanan davranışlardır. Diğer taraftan gereksiz tüketimi azaltmak amacı ile ikinci el eşya satın almak, el yapımı hediyeler hazırlamak, kitap DVD gibi ürünleri değiş tokuş yaparak kullanmak gibi davranışların en az sergilenen davranışlar olduğu dikkat çekmektedir. Diğer taraftan özellikle geri dönüştürebilecek ürünlerin toplama noktalarına götürülmesine yönelik davranışlarının sergilenme sıklığının da düşük olduğu göze çarpmaktadır.

Bu aşamada ayrıca maddelerin belirli bir düzeyde çevreyi koruma motivasyonunun etkisi ile gerçekleşen çevreci davranışlar olup olmadığına dair kriter geçerliliği değerlendirilmiştir. Burada,

varsa çevresel sonuçları olumlu olduğu araştırmacılar tarafından bilinse bile, tüketiciler tarafından çevreyi korumak ile ilişkilendirilmeyen davranışların belirlenmesi ve ölçekten elenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, ölçeğe dahil edilen her bir davranışın, geçmişteki araştırmalarda spesifik ve genel çevreci tüketim davranışları ile ilişkileri kanıtlanmış “algılanan tüketici etkililiği” (ör. Ellen-Wiener vd. 1991; Berger-Corbin, 1992; Straughan-Roberts, 1999; Lee-Holden, 1999; Kim-Choi, 2005; Lee-Kim vd. 2014) ve “çevreyi korumaya yönelik bireysel norm” (ör. Vining-Ebreo, 1992; Minton-Rose, 1997; Bratt, 1999; Nordlund-Garvill, 2002; Tanner-Kast, 2003; Thøgersen-Ölander, 2006) değişkenleri ile ilişkisi incelenmiştir. Tablo 4’de sunulan korelasyon analizi sonuçlarına göre “yalın tüketim” davranışını ölçmeye yönelik kullanılan altı maddenin çevreyi korumaya yönelik bireysel zorunluluk duygusuyla anlamlı bir ilişkisi olmadığı, yine bu maddelerden beşinin algılanan tüketici etkililiği ile de anlamlı bir ilişki sergilemediği bulunmuştur ($p > .05$). Bu sebeple bu maddeler ölçüm modelinden çıkarılmıştır. Geriye kalan tüm davranışların beklenildiği gibi norm ve/veya tüketici etkililiği ile anlamlı ve pozitif ilişkili olduğu görülmüştür ($p < .05$).

Tablo 5. Çevreci Tüketim Davranışına Dair Tanımlayıcı İstatistikler

Kaynak	Çevreci Tüketim Davranışları	Ortalama	Std. Sapma	Algılanan Tüketici Etkililiği ^c	Çevreci Norm ^d
Pepper-Jackson vd. (2009)	YT1-Aldığım ürünü tamamen eskiyinceye kadar kullanıyorum.	3.919	0.944	.118 ^b	.056
Barr (2007)	YT2-Yenisini almak yerine yıpranmış ve hasar görmüş eşyaları tamir ederek kullanıyorum.	2.806	1.098	-.006	.057
Leonard-Barton (1981)	YT3-Kitap. DVD vb. ürünleri satın almak yerine çevremdekilerle değiş tokuş yaparak kullanıyorum.	2.473	1.168	-.012	.010
Leonard-Barton (1981)	YT4-Özel günlerde hediye satın almak yerine kendi yaptığım ürünü hediye ediyorum.	2.166	1.106	.057	.098
Leonard-Barton (1981)	YT5-Gereksiz tüketimi azaltmak için 2. el eşya satın alıyorum.	1.907	1.067	-.076	-.035
Barr (2007)	YT6-Özellikle paketlemesi az olan ürünler satın alıyorum.	2.667	1.147	.119 ^b	.190 ^a
Barr (2007)	YT7-Tek kullanımlık ürünler yerine (kağıt havlu, peçete, bardak vb.) yeniden kullanılabilen ürünleri tercih ediyorum.	3.250	1.218	.154 ^a	.147 ^a
Gupta-Agrawal (2017)	YT8-Geçici süreyle kullanacağım ürünleri satın almak yerine yakınlarımdan ödünç alıyorum.	2.770	1.246	-.003	-.009
Roberts-Bacon (1997)	YET1-Tuvalet kağıdı, peçete vb. kağıt ürünler satın alırken özellikle geri dönüşümlü kağıttan yapılmış olanları satın alıyorum.	2.927	1.233	.213 ^a	.238 ^a

^a $p < .01$, ^b $p < .05$, ^c Bu değişken çok maddeli bir değişken ile ölçülmüş ve ölçek güvenilirliği sınanmıştır, Cronbach alpha=.86

^d Bu değişken çok maddeli bir değişken ile ölçülmüş ve ölçek güvenilirliği sınanmıştır, Cronbach alpha=.83

Tablo 5. Çevreci Tüketim Davranışına Dair Tanımlayıcı İstatistikler (Devamı)

Kaynak	Çevreci Tüketim Davranışları	Ortalama	Std. Sapma	Algılanan Tüketici Etkililiği ^c	Çevreci Norm ^d
Kim-Choi (2005)	YET2-Özellikle doğaya daha az zararı olan deterjanları satın alıyorum.	3.132	1.230	.266 ^a	.269 ^a
Thogersen (2000)	YET3-Özellikle "çevre dostu" etiketine sahip ürünleri satın alıyorum.	3.310	1.118	.230 ^a	.205 ^a
Roberts (1996)	YET4-Özellikle ambalajı geri dönüşümlü kağıttan yapılmış olan ürünleri satın alıyorum.	3.057	1.137	.250 ^a	.297 ^a
Barbarossa - de Pelsmacker (2016)	YET5-Özellikle çevre dostu malzemelerden yapılan giysileri satın alıyorum.	2.732	1.155	.206 ^a	.286 ^a
Huneke (2005)	YET6-Özellikle yaşadığım yere yakın bölgelerde üretilen ürünleri satın alıyorum.	3.059	1.224	.131 ^b	.230 ^a
Roberts-Bacon (1997)	YET7-Seçme şansı olduğunda. her zaman en az kirliliğe neden olan ürünü satın alıyorum.	3.699	1.142	.224 ^a	.277 ^a
Roberts-Bacon (1997)	ET1-Pahalı olsa bile az elektrik tüketen ampulleri satın alıyorum.	3.941	1.121	.233 ^a	.229 ^a
Barr vd. (2005)	ET2-İhtiyacım olduğunda küçük mekânlar için özellikle düşük voltajlı ampulleri satın alıyorum.	3.758	1.223	.218 ^a	.237 ^a
Straughan ve Roberts (1999)	ET3-Elektrikli ev eşyası ihtiyacım olduğunda enerji tasarruflu olanları satın alıyorum.	4.135	1.050	.288 ^a	.267 ^a
Barr-Gilg vd. (2005)	ET4-Yıkama yapmak için çamaşır veya bulaşık makinesinin tamamen dolmasını bekliyorum.	4.234	0.990	.090	.114 ^b
Sütterlin-Brunner vd. (2011)	ET5-Odadan ayrılırken lambaları kapatıyorum.	4.508	0.886	.177 ^a	.190 ^a
Sütterlin-Brunner vd. (2011)	ET6-Sıcak havalarda odadan ayrılırken klima, soğutucuları kapatıyorum.	4.330	0.968	.119 ^b	.172 ^a
Sütterlin-Brunner vd. (2011)	ET7-Kışın geceleri ısıtıcının derecesini düşürüyorum. kapatıyorum.	3.708	1.262	.174 ^a	.254 ^a
Barr-Gilg vd. (2005)	ET8-Havalar iyice soğuyunca ısıtıcının derecesini düşük tutabilmek için kalın giyinmeyi tercih ediyorum.	3.507	1.223	.124 ^b	.156 ^a

^a p<.01, ^b p<.05, ^cBu değişken çok maddeli bir değişken ile ölçülmüş ve ölçek güvenilirliği sınanmıştır, Cronbach alpha=.86

^d Bu değişken çok maddeli bir değişken ile ölçülmüş ve ölçek güvenilirliği sınanmıştır, Cronbach alpha=.83

Tablo 5. Çevreci Tüketim Davranışına Dair Tanımlayıcı İstatistikler (Devamı)

Kaynak	Çevreci Tüketim Davranışları	Ortalama	Std. Sapma	Algılanan Tüketici Etkililiği ^c	Çevreci Norm ^d
Berger-Corbin (1992)	GD1-Evimde geri dönüştürülebilecek plastik (şişe vb.) çöpleri ayrıştırıyorum.	3.034	1.375	.251 ^a	.334 ^a
Berger-Corbin (1992)	GD2-Evimde geri dönüştürülebilecek metal kutuları ayrıştırıyorum.	2.860	1.405	.258 ^a	.327 ^a
Berger-Corbin (1992)	GD3-Evimde geri dönüştürülebilecek kağıt (dergi, gazete vb.) çöpleri ayrıştırıyorum.	3.169	1.412	.252 ^a	.307 ^a
Berger-Corbin (1992)	GD4-Evimde geri dönüştürülebilecek cam çöpleri ayrıştırıyorum.	2.910	1.421	.257 ^a	.297 ^a
Barr (2007)	GD5-Evimdeki kağıt atıkları geri dönüşüm noktalarına götürüyorum.	2.964	1.417	.299 ^a	.293 ^a
Barr (2007)	GD6-Evimdeki plastik atıkları geri dönüşüm noktalarına götürüyorum.	2.783	1.378	.270 ^a	.320 ^a
Barr (2007)	GD7-Evimdeki cam atıkları geri dönüşüm noktalarına götürüyorum.	2.773	1.385	.290 ^a	.316 ^a
Yavetz-Goldman vd. (2009)	GD8-Bitmiş pilleri çöpe atmak yerine pil toplama kutularına bırakıyorum.	3.374	1.449	.296 ^a	.265 ^a

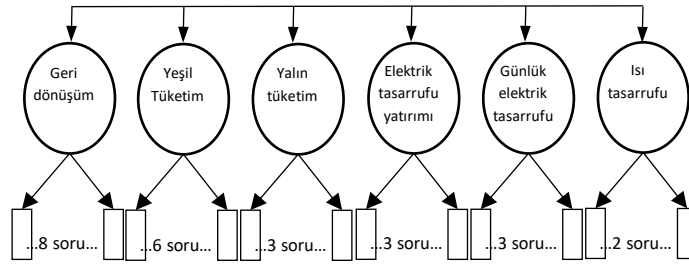
^a p<.01, ^b p<.05, ^c Bu değişken çok maddeli bir değişken ile ölçülmüş ve ölçek güvenilirliği sınanmıştır, Cronbach alpha=.86,

^d Bu değişken çok maddeli bir değişken ile ölçülmüş ve ölçek güvenilirliği sınanmıştır, Cronbach alpha=.83

b. keşifsel faktör analizi

Analiz sürecinin bir sonraki adımında 25 davranış üzerinde temel bileşenler hesaplama yöntemi ve direkt oblimin rotasyonu kullanılarak keşifsel faktör analizi yapılmış, analiz toplam varyansın %68 ini açıklayan 6 faktörlük bir yapı ortaya çıkarmıştır. Maddelerin faktör yüklerinin en düşük ,400 ile en yüksek ,916 arasında değiştiği görülmüştür.

Faktör yapısı incelendiğinde geri dönüşüm davranışını ölçmeye yönelik soruların tek bir faktör altında birleştiği görülmüştür. Benzer şekilde yeşil tüketim davranışını ölçmeye yönelik 6 maddede tek bir faktör altında toplanmıştır. Diğer taraftan yeşil tüketim davranışını ölçmeye yönelik “yaşanılan yere yakın bölgelerde üretilen ürünleri satın almak” maddesi ise yalın tüketim davranışını ölçmeye yönelik kullanılan iki davranış ile aynı faktörde birleşmiştir. Madde satın alma, kaynak ve enerji kullanımını ve atık miktarını azaltmayı içeren yalın tüketim davranışının kavramsallaştırmasına uygun olduğundan “yalın tüketim” olarak isimlendirilen faktörde kalmasında bir sakınca görünmemiştir. Son olarak, enerji tasarrufu davranışı maddeleri üç farklı faktöre dağılım göstermiş, içerdikleri maddeler dikkate alınarak bu faktörler “elektrik tasarrufu için yatırım”, “gündelik elektrik tasarrufu” ve “ısı tasarrufu” olarak isimlendirilmiştir. Enerji tasarrufu davranışının çok boyutlu bu yapısı Türkiye’de yapılan daha önceki araştırmaların çok boyuta işaret eden bulguları ile uyumludur (ör. Dursun-Belit, 2017:146).



Şekil 2. Birinci Düzey Ölçüm Modeli

c. birinci düzey doğrulayıcı faktör analizi

Keşifsel analizlerin üçüncü aşamasında, KFA sonucunda ortaya çıkan faktör yapısı dikkate alınarak 6 gizli değişken ve bu değişkenlerin ölçümünde kullanılan toplam 25 maddeden oluşan yapısal ölçüm modeli geliştirilmiştir. Şekil1. de gösterilen bu ölçüm modeli AMOS 21.0 paket programı aracılığıyla, en yüksek hesaplanabilirlik yöntemi kullanılarak doğrulayıcı faktör analizine (DFA) tabi tutulmuştur.

Tablo 6. Faktör Yükleri, Ortalama Açıklanan Varyans Değerleri, Bileşik Güvenilirlik Katsayıları

	Faktör yükü	OAV	BG
Geri Dönüşüm		.79	.94
GD4	.873 ^a		
GD5	.825 ^a		
GD6	.906 ^a		
GD7	.950 ^a		
Yeşil Tüketim		.60	.86
YET1	.619 ^a		
YET2	.843 ^a		
YET3	.811 ^a		
YET4	.810 ^a		
Yalın Tüketim		.28	.53
YT6	.530 ^a		
YT7	.496 ^a		
YET6	.549 ^a		
Elektrik Yatırım		.55	.79
ET1	.654 ^a		
ET2	.793 ^a		
ET3	.772 ^a		
Gündelik Enerji Tasarrufu		.41	.67
ET4	.551 ^a		
ET5	.719 ^a		
ET6	.634 ^a		
Isı Tasarrufu		.64	.78
ET7	.881 ^a		
ET8	.711 ^a		

^a p<.01, OAV: Ortalama Açıklanan Varyans, BG: Bileşik Güvenilirlik

Analiz sonucunda ulaşılan ki-kare istatistiği [$\chi^2_{(260)} = 845.052$, $p < .01$] ve uyum iyiliği göstergeleri [$CMIN/df = 3.250$, $GFI = .84$, $CFI = .88$, $RMSEA = .080$] ölçüm modeli ile veri setinin yeterli

uyumu göstermediğine işaret etmiştir. İlerlemeli bir değerlendirme süreci içinde düşük faktör yükü, yüksek standart hata kovaryans değerleri ve modifikasyon göstergeleri değerlendirilmiş, problemli 6 madde tespit edilerek ölçüm modelinden çıkarılarak DFA tekrarlanmıştır. Ulaşılan ki-kare istatistiği muhtemelen örneklem hacmi nedeni ile anlamlı bulunsun da [$\chi^2_{(137)} = 277.827, p < .01$] uyum iyiliği göstergelerinde önemli derece iyileşme olduğu görülmüştür [$CMIN/df = 2.028, GFI = .93, CFI = .96, RMSEA = .054$].

Tablo 6, maddelerin faktör yüklerini, ortalama açıklanan varyans (OAV) değerlerini ve bileşik güvenilirlik (BG) katsayılarını vermektedir. Geri dönüşüm, yeşil tüketim, enerji tasarrufuna yönelik yatırım ve ısı tasarrufu davranışlarını temsil eden faktörlerin BG katsayıları ve OAV değeri belirtilen kritik noktaların üzerinde olduğu görüldüğünden (Fornell-Larcker, 1981) içsel tutarlık şartını sağladıklarını belirtmek mümkündür. Bu değişkenlerde maddelerin ait oldukları faktörlere $p = 0.01$ seviyesi için anlamlı faktör yükleri ile yüklenmeleri yakınsaklık geçerliliğinin de sağlandığına işaret etmiştir.

Diğer yandan “gündelik enerji tasarrufu” olarak isimlendirilen faktörün BG ve OAV değerlerinin kritik seviyelerin biraz altında olduğu görülmeye rağmen faktör yüklerinin anlamlı ve .6’dan büyük olduğu gözlemlenmiştir. Bu maddelerin “çevreci tüketim davranışı” operasyonelleştirilmesindeki önemi de dikkate alınarak ölçüm modelinde bırakılması uygun bulunmuştur.

Bahsi geçen tüm faktörlerin OAV değerleri ile diğer faktörlerle paylaştıkları varyansı gösteren korelasyon katsayısı kareleri (r^2) karşılaştırıldığında faktörlerin OAV değerlerin yüksek olduğu bu sebeple ayrışma geçerliliği şartının sağlandığı görülmüştür. Ancak analiz sonuçları “yalın tüketim” faktörünün OAV ve BG katsayılarının çok düşük olduğunu göstermekte bu durum güvenilirlik şartının sağlanmadığına işaret etmektedir. Ayrıca faktöre ait OAV ve r^2 değerleri karşılaştırıldığında “yalın tüketim” faktörü ile “yeşil tüketim” faktörü arasında ayrışma geçerliliği problemi olduğu göze çarpmaktadır. Bu bulgular ışığında “yalın tüketim” davranışını ölçmede kullanılan soruların ölçüm modelinden çıkarılması uygun görülmüştür.

Tablo 7. Korelasyon Değerleri

	1	2	3	4	5	6	Algılanan Tüketici Etkililiği ^c	Çevreci Norm ^d
1. Geri Dönüşüm	1						.308 ^a	.341 ^a
2. Yeşil Tüketim	.521 ^a	1					.307 ^a	.319 ^a
3. Yalın Tüketim	.276 ^a	.589 ^a	1				.213 ^a	.361 ^a
4. Elektrik Tasarrufu İçin Yatırım	.279 ^a	.482 ^a	.589 ^a	1			.330 ^a	.328 ^a
5. Günlük Elektrik Tasarrufu	.149 ^b	.191 ^a	.482 ^a	.471 ^a	1		.212 ^a	.255 ^a
6. Isı Tasarrufu	.154 ^a	.287 ^a	.191 ^a	.399 ^a	.414 ^a	1	.191 ^a	.271 ^a

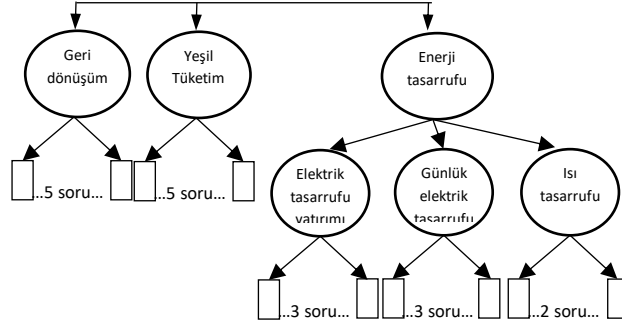
^a $p < .01$, ^b $p < .05$

^c Bu değişken çok maddeli bir değişken ile ölçülmüş ve ölçek güvenilirliği sınanmıştır, Cronbach alpha .86. Aritmetik ortalaması alınarak bileşik skor oluşturulmuş ve gözlemlenen değişken olarak ölçüm modeline dahil edilmiştir.

^d Bu değişken çok maddeli bir değişken ile ölçülmüş ve ölçek güvenilirliği sınanmıştır, Cronbach alpha .83. Aritmetik ortalaması alınarak bileşik skor oluşturulmuş ve gözlemlenen değişken olarak ölçüm modeline dahil edilmiştir.

Bu sürecin ardından geriye kalan çevreci davranış boyutları arasında gözlemlenen korelasyon katsayıları ve teorik ilişkiler dikkate alınarak elektrik tasarrufu yatırımı davranışı, gündelik elektrik ve ısı tasarrufu davranışları “enerji tasarrufu” eğilimini temsil eden ikinci düzey gizil bir değişken altında birleştirilmiştir. Şekil 3’de gösterilen 2 adet birinci düzey ve bir adet ikinci düzeyden oluşan ölçüm

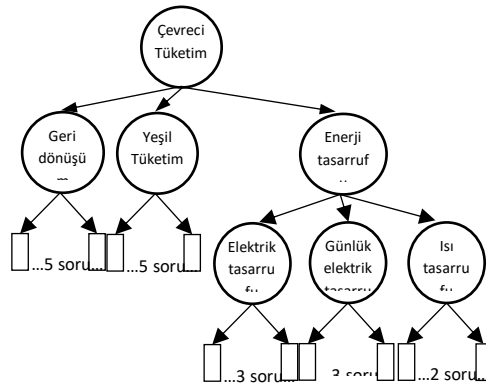
modeli yeniden test edilmiş ve tatmin edici uyum iyiliği göstergelerine ulaşılmıştır [$\chi^2_{(98)}=220,317$, $p<.01$, $CMIN/DF= 2.248$, $GFI=.93$, $CFI=.96$, $RMSEA=.059$]. Analiz sonuçları, bu üç davranış boyutları arasında tümü $p=.01$ seviyesinde anlamlı pozitif yönlü ilişkilerin olduğunu ortaya çıkarmıştır.



Şekil 3. İkinci Düzey “Enerji Tasarrufu” İçeren Ölçüm Modeli

d. üst düzey doğrulayıcı faktör analizi

Keşif amaçlı analizlerin son aşamasında, tüketim sırasında çevreye katkı sağlama veya zararı en aza indirme motivasyonu ile sergilenen çeşitli davranışların genel bir “çevreci tüketim” başlığı altında toplanıp toplanmayacağı test edilmiştir. Bunun için “geri dönüşüm”, “yeşil tüketim” ve ikinci düzey olarak oluşturulmuş “enerji tasarrufu” değişkenleri tek bir “çevreci tüketim” değişkeninin yansımaları olarak modellenmiştir. Şekil 4’te sunulan bu yeni ölçüm modeli test edilerek, veri seti- model uyumuna ilişkin bulgular, faktör yükleri, OAV ve BG değerleri Tablo 8’de verilmiştir. Görüldüğü gibi Ki-kare istatistiği muhtemelen örneklem hacmine olan hassasiyeti nedeni ile anlamlı çıkmış olmasına rağmen [$\chi^2_{(98)}=220.317$, $p<.01$] uyum iyiliği göstergeleri tatmin edici bir uyuma işaret etmiştir. [$CMIN/DF= 2,248$, $GFI= .93$, $CFI= .96$, $RMSEA=.059$]. Bu çok boyutlu çevreci tüketim davranışı ölçeğinin .74 olarak hesaplanan bileşik güvenilirlik katsayısı ve .50 olan açıklanan varyans değeri belirtilen kritik noktaların üstündedir ve bu sebeple güvenilir olduğu sonucuna varmak mümkündür (Fornell-Larcker, 1981).



Şekil 4. Üst Düzey Ölçüm Modeli

III.II. Çok Boyutlu Çevreci Tüketim Davranışı Ölçüm Modelinin Testi

Keşif örnekleme ile üzerinde geliştirilerek iyileştirmeler yapılan ölçüm modeli, veri setinin hiç kullanılmayan ikinci bölümü (n=351) ile test edilmiştir. Uygulanan DFA sonucunda ulaşılan faktör yükleri, uyum iyiliği göstergeleri, hesaplanan OAV ve BG değerleri karşılaştırmaya imkân vermek amacı Tablo 8'in ikinci sütununda sunulmuş. Beklenildiği gibi uyum iyiliği göstergelerinde gerileme kaydedilmiş ise de değerler veri seti ile model arasında kabul edilebilir bir uyuma işaret etmiştir. OAV değeri nispeten daha düşük seyreden faktör yüklerinden dolayı .50 olarak belirtilen kritik noktadan biraz düşük olsa da, tüm faktör yükleri anlamlıdır. Üst düzey çevreci tüketim davranışı değişkenine ait BG katsayısı ise .70 olarak ortaya çıkmıştır. Bulgular genel olarak değerlendirildiğinde ölçeğin güvenilirlik şartını sağladığını söylemek mümkündür.

Tablo 8. Keşif Örnekleme ve Test Örnekleminin Değerleri

Çevreci Tüketim Boyutları	Keşif Örnekleme (n= 356)	Test Örnekleme (n= 351)
	Faktör Yükleri	Faktör Yükleri
Geri Dönüşüm	.554 ^a	.407 ^a
Yeşil Tüketim	.935 ^a	.978 ^a
Enerji Tasarrufu	.571 ^a	.547 ^a
	OAV=.50	OAV=.47
	BG=.74	BG=.70
Model İstatistikleri	$\chi^2_{(98)}=220.317$ p<.01	$\chi^2_{(98)}= 288.198$ p<.01
	CMIN/df=2.248	CMIN/df=2.941
Uyum İyiliği	GFI=.93	GFI=.91
Göstergeleri	CFI=.96	CFI=.94
	RMSEA= .059	RMSEA=.074

^a p<.01 OAV: Ortalama Açıklanan Varyans, BG: Bileşik Güvenilirlik

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada, kavramsallaştırılması ve operasyonelleştirilmesi konusunda ortak bir yaklaşım bulunmayan çevreci tüketim davranışı, daha önce nadiren dikkate alınan (ör. Ölander-Thogersen, 1995:348; Peattie, 2010:199) süreç yaklaşım çerçevesinde incelenmiştir. Bu yaklaşım, çevreci tutumların yalnızca belirli bir alanda değil, tüketim sürecinin tüm aşamalarında farklı davranışlar şeklinde kendini gösterdiği varsayımına dayanmaktadır. Bu kapsamda, çevreci tutumların, satın alma öncesinde yalın tüketim ve yeşil tüketim; kullanım aşamasında enerji tasarrufu ve tüketim sonrasında geri dönüşüm davranışları olarak gruplanabilecek 31 davranış üzerinde durulmuştur. Araştırma sonuçları, bu çevreci davranışların Türk tüketicileri tarafından hangi sıklıkta sergilendiğine, hangi davranışların çevreci hassasiyetlerle daha fazla ilişkili olduğuna ve çevreci hassasiyetlerle şekillenen bu davranışların nasıl gruplandığına yönelik önemli bulgular sunmuştur.

Türk tüketicilerin tüketim süreci içinde hangi çevreci davranışları ne sıklıkla sergilediklerine yönelik tanımlayıcı istatistikler dikkate alındığında 31 davranışın sergilenme sıklığı ortalaması $\mu=3,22$ (1=hiçbir zaman, 5=daima) olarak ortaya çıkmıştır. Ortalamanın üzerinde bir sıklıkla sergilenen 12 davranış, nispeten daha nadir sergilenen 19 davranış olduğu dikkat çekmektedir. Bulgular, en sık sergilenen ve çevreye olumlu etkisi bulunan ilk beş davranışın enerji, özellikle de

elektrik kullanımını azaltmaya yönelik davranışlar olduğunu göstermektedir. Çevreci davranışların sergilenme sıklığı süreç yaklaşımı ile değerlendirildiğinde satın alma kararı öncesindeki davranışların sergilenme sıklığı ortalamasının çok düşük olduğu görülmektedir ($\mu=2,92$). Bu kapsamda satın alma durumunda çevreye zararı en az ürünleri tercih etme davranışlarından oluşan yeşil tüketim davranışları ortalaması $\mu=3,08$; ihtiyacın giderilmesi için yeni ürün almak yerine alternatif çözümler bulmayı içeren yalın tüketim ortalaması $\mu=2,74$ tür. En nadir rastlanan davranışların ise yeni ürün satın alınmasını azaltmayı amaçlayan, değiş tokuş, el yapımı hediyeler ve ikinci el ürünlerin alınması davranışlarının olduğu dikkat çekmektedir. Özellikle uluslararası literatürde sade yaşam tarzının satın almaya yansması olarak gösterilen (ör. Leonard-Barton, 1981) bu davranışlar ülkemizde en nadir sergilenen çevreci davranışlardır. Burada dikkat çeken en önemli nokta, bu davranışların çevreyi koruma ile ilişkilendirilmemesidir. Söz konusu davranışlar ile çevreci normlar ve çevre sorunlarının çözümünde algılanan etkililik değişkeleri arasında $p=.05$ seviyesinde anlamlı bir ilişkiye rastlanmaması çok dikkat çekicidir ve konuya ilişkin gelecek çalışmalara ışık tutmaktadır. Öyle ki bulgular, Türk tüketicilerinin yeni ürün satın alma miktarı ile çevresel sorunlar arasında bir ilişki algılamadıklarına işaret etmektedir. Satın alma ve tüketim miktarının çevreye zararına yönelik tüketici algılarını inceleyecek araştırmalar bu algısal boşluğun neden oluştuğuna ve nasıl doldurulabileceğine dair önemli çıkarımlarda bulunma potansiyeline sahiptir.

Araştırmada bulguları arasında dikkati çeken bir başka nokta, çevreyi korumaya yönelik bireysel normlar ile nispeten en yakın ilişkili bulunan davranışların geri dönüşüm davranışı olmasıdır ($r_{ortalama}=0,27$). Bu ilişki çevreyi korumaya yönelik bireysel normlar ile yeşil tüketim ($r_{ortalama}=0,23$) ve enerji tasarrufu ($r_{ortalama}=0,20$) arasındaki ilişkiden daha güçlü olmasına rağmen geri dönüşüm davranışlarının sergilenme sıklığı ortalamanın altında $\mu=2,98$ olarak gözlenmiştir. Bulgular genel olarak değerlendirildiğinde en sık sergilendiği gözlemlenen enerji tasarrufu davranışlarının ($\mu=4,01$) muhtemelen çevreci kaygılar kadar, belki daha da fazla ekonomik kaygılardan kaynakladığı sonucuna varılabilir. Bu bulgular Türk tüketicilerine ilişkin önceki bulgularla tutarlıdır (ör. Dursun-Kabadayı vd. 2016). Ekonomik kaygılara dayalı enerji tasarrufu kısa vadeli ekolojik etki açısından olumlu olarak algılansa da, ekonomik faydanın enerji tasarrufunu sürdürülebilir kılamayabileceği vurgulanmaktadır (Abrahamse-Steg vd. 2005:283).

Diğer taraftan, tüketici etkinliği ve bireysel normlar ile nispeten daha yakından ilişkili olduğu halde geri dönüşüm davranışlarının sergilenme sıklığının düşük olması, metal kutuları, cam şişeleri ayrıştırma; kağıt, plastik, cam atıkları ve pilleri ayrıştırma ve toplama noktalarına götürme faaliyetlerinin, ev içerisinde yer ayırmanın neden olabildiği konfor kaybı ve belli bir yere düzenli olarak taşımanın gerektirdiği ek çaba dolayısıyla davranışın fiziksel maliyetinin yükselmesiyle açıklanabilmektedir (de Young, 1990:256; Guagnano-Stern vd. 1995:709). Benzer bulgular Türk tüketicileri üzerine yapılan keşifsel araştırmalarda da (Umut-Topuz vd. 2015; Velioglu-Topuz vd. 2015) ortaya çıkmış ülkemizde tüketicilerin geri dönüşümü külfet getiren, zaman alan, evde yer ayırmayı gerektiren, üşenilen, unutulmuş, alışkanlık haline dönüşmeyen bir davranış olarak algıladıkları sonucuna varılmıştır. Gelecek çalışmalarda, muhtemelen alt yapı eksikliğinin de etkisi ile güçlenen maliyet algısı unsurlarının geri dönüştürme davranışı üzerindeki görece etkilerinin incelenmesi, evde geri dönüşüm kültürünün yerleştirilmesi için uygulanacak sosyal pazarlama programlarının verimliliğini artıracaktır.

Bu araştırmanın temel bulgularından bir diğeri, çevreci normlar ile ilişkisiz bulunan ve bu sebeple elenen davranışların dışındaki 25 davranışın temelde geri dönüşüm, yeşil tüketim, yalın tüketim, elektrik tasarrufu için yatırım, gündelik enerji tasarrufu, ısı tasarrufu olmak üzere temelde 6 başlık altında gruplandırılmıştır. Enerji tasarrufunun çok boyutlu yapısı önceki araştırmalarla tutarlıdır (Dursun-Belit, 2017). Psikometrik özellikleri zayıflatan maddelerin elenmesinin ardından, sonraki araştırmalarda kullanılabilecek, 15 maddelik daha kısa ancak yine de kapsamlı bir çevreci tüketim ölçeği oluşturulmuştur. Araştırmanın en dikkat çeken bulgusu geri dönüşüm, yeşil tüketim ve alt boyutları (elektrik tasarrufu için yatırım, gündelik enerji tasarrufu, ısı tasarrufu) bulunan enerji tasarrufu davranışlarının genel çevreci tüketim davranışının alt boyutları olma özelliğini göstermiş

olmasıdır. Thøgersen (1999:55)'in de belirttiği gibi mevcut literatürde özel bir çevreci davranışa odaklanmanın bir başka davranış üzerindeki olası bir olumsuz etkinin göz ardı edilmesine neden olabilmektedir. Bu çalışmada ortaya çıkan, farklı tüketim süreci boyunca ortaya çıkan farklı özelliklerdeki üç davranış olarak kendini gösteren üst düzey çevreci tüketim davranışı kavramı önerilen bütüncül bakış açısını sağlamaktadır. Bu sayede çevreci tüketim davranışının genel öncüllerinin tespit edilmesi ve davranışın desteklenmesine yönelik kapsayıcı politikaların belirlenmesi mümkün olabilecektir.

Araştırma sonuçları değerlendirilirken bazı kısıtların göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Temel kısıt, araştırma örnekleminin üç büyükşehirle sınırlı olmasıdır. Gelecek çalışmalarda, örneklemin farklı şehirleri ve bölgeleri kapsayan, daha geniş bir örnekleme uygulanması, ölçeğin ulusal ve uluslararası kapsamda uygulanabilmesi açısından önemli olacaktır. Son olarak psikometrik özellikleri zayıf olduğu için ölçekten çıkarılan yalın tüketim davranışının ölçümüne yönelik, çevreci motivasyona dayalı alternatif maddelerden oluşan bir ölçeğe ulaşılmasına yönelik yeni bir çalışma yapmak, çevreci tüketim literatürüne değerli bir katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Abrahamse, W., Steg, L., Vlek, C., & Rothengatter, T. (2005). A review of intervention studies aimed at household energy conservation. *Journal of Environmental Psychology*, 25(3), 273-291.
- Alwitt, L. F., & Pitts, R. E. (1996). Predicting purchase intentions for an environmentally sensitive product. *Journal of consumer psychology*, 5(1), 49-64.
- Antil, J. H. (1984). Socially responsible consumers: Profile and implications for public policy. *Journal of Macromarketing*, 4(2), 18-39.
- Argo, J. J., & White, K. (2012). When do consumers eat more? The role of appearance self-esteem and food packaging cues. *Journal of Marketing*, 76(2), 67-80.
- Axelrod, L. J., & Lehman, D. R. (1993). Responding to environmental concerns: What factors guide individual action? *Journal of Environmental Psychology*, 13(2), 149-159.
- Balderjahn, I. (1988). Personality variables and environmental attitudes as predictors of ecologically responsible consumption patterns. *Journal of Business Research*, 17(1), 51-56.
- Bamberg, S., & Schmidt, P. (2003). Incentives, morality, or habit? Predicting students' car use for university routes with the models of Ajzen, Schwartz, and Triandis. *Environment and Behavior*, 35(2), 264-285.
- Barbarossa, C., & De Pelsmacker, P. (2016). Positive and negative antecedents of purchasing eco-friendly products: A comparison between green and non-green consumers. *Journal of Business Ethics*, 134(2), 229-247.
- Barr, S., Gilg, A. W., & Ford, N. (2005). The household energy gap: Examining the divide between habitual-and purchase-related conservation behaviours. *Energy Policy*, 33(11), 1425-1444.
- Barr, S. (2007). Factors influencing environmental attitudes and behaviors: A UK case study of household waste management. *Environment and Behavior*, 39(4), 435-473.
- Başar, E. E. (2016) Hane halklarının sürdürülebilir tüketim davranışlarının ölçülmesine yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, *Basılmamış Doktora Tezi*, Erzurum.

- Berger, I. E., & Corbin, R. M. (1992). Perceived consumer effectiveness and faith in others as moderators of environmentally responsible behaviors. *Journal of Public Policy & Marketing*, 11(2), 79-89.
- Bodur, M., & Sarigöllü, E. (2005). Environmental sensitivity in a developing country: Consumer classification and implications. *Environment and Behavior*, 37(4), 487-510.
- Bratt, C. (1999). The impact of norms and assumed consequences on recycling behavior. *Environment and Behavior*, 31(5), 630-656.
- Bratt, C., Stern, P. C., Matthies, E., & Nenseth, V. (2015). Home, car use, and vacation: The structure of environmentally significant individual behavior. *Environment and Behavior*, 47(4), 436-473.
- Chen, M. F., & Tung, P. J. (2010). The moderating effect of perceived lack of facilities on consumers' recycling intentions. *Environment and Behavior*, 42(6), 824-844.
- Cleveland, M., Kalamas, M., & Laroche, M. (2005). Shades of green: Linking environmental locus of control and pro-environmental behaviors. *Journal of Consumer Marketing*, 22(4), 198-212.
- d'Astous, A., & Legendre, A. (2009). Understanding consumers' ethical justifications: A scale for appraising consumers' reasons for not behaving ethically. *Journal of Business Ethics*, 87(2), 255-268.
- De Pelsmacker, P., Driesen, L., & Rayp, G. (2005). Do consumers care about ethics? Willingness to pay for fair-trade coffee. *Journal of Consumer Affairs*, 39(2), 363-385.
- De Young, R. (1990). Recycling as appropriate behavior: A review of survey data from selected recycling education programs in Michigan. *Resources, Conservation and Recycling*, 3(4), 253-266.
- Diekmann, A., & Preisendörfer, P. (2003). Green and greenback: The behavioral effects of environmental attitudes in low-cost and high-cost situations. *Rationality and Society*, 15(4), 441-472.
- Doğan, O., Bulut, Z. A. ve Çımrın, F. K. (2015). Bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışlarının ölçülmesine yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29(4), 659-678.
- Dursun, İ., Kabadayı, E. T., Köksal, C. G., & Tuğer, A. T. (2016). Pro-environmental consumption: Is it really all about the environment? *Journal of Management Marketing and Logistics*, 3(2), 114-134.
- Dursun, İ. & Gündüz, S. (2016). Türkiye'de sorumlu tüketim davranışı üzerine araştırmalar: Ulusal makaleler ve lisansüstü tezler üzerine bir derleme. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(4), 1365-1391.
- Dursun, İ., & Belit, M. (2017). Bir sosyal pazarlama hedefi olarak enerji tasarrufu: tasarruf yöntemleri kullanimina yönelik bir ölçek önerisi. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(3), 130-153.
- Ellen, P. S., Wiener, J. L., & Cobb-Walgren, C. (1991). The role of perceived consumer effectiveness in motivating environmentally conscious behaviors. *Journal of Public Policy & Marketing*, 10(2), 102-117.
- EPA (United States Environmental Protection Agency) <https://www.epa.gov/ghgemissions/sources-greenhouse-gas-emissions> (Erişim Tarihi: 25.01.2018).
- Fisk, G. (1973). Criteria for a theory of responsible consumption. *Journal of Marketing*, 37(2), 24-31.

- Follows, S. B., & Jobber, D. (2000). Environmentally responsible purchase behaviour: A test of a consumer model. *European Journal of Marketing*, 34(5/6), 723-746.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 39-50.
- Gadenne, D., Sharma, B., Kerr, D., & Smith, T. (2011). The influence of consumers' environmental beliefs and attitudes on energy saving behaviours. *Energy Policy*, 39(12), 7684-7694.
- Gatersleben, B., Steg, L., & Vlek, C. (2002). Measurement and determinants of environmentally significant consumer behavior. *Environment and Behavior*, 34(3), 335-362.
- Gatersleben, B., Murtagh, N., Cherry, M., & Watkins, M. (2017). Moral, wasteful, frugal, or thrifty? Identifying consumer identities to understand and manage pro-environmental behavior. *Environment and Behavior*, 1-26, doi: 10.1177/0013916517733782
- Gilg, A., Barr, S., & Ford, N. (2005). Green consumption or sustainable lifestyles? Identifying the sustainable consumer. *Futures*, 37(6), 481-504.
- Gonçalves, H. M., Lourenço, T. F., & Silva, G. M. (2016). Green buying behavior and the theory of consumption values: A fuzzy-set approach. *Journal of Business Research*, 69(4), 1484-1491.
- Guagnano, G. A., Stern, P. C., & Dietz, T. (1995). Influences on attitude-behavior relationships: A natural experiment with curbside recycling. *Environment and Behavior*, 27(5), 699-718.
- Gupta, S., & Agrawal, R. (2017). Environmentally responsible consumption: Construct definition, scale development, and validation. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. doi: 10.1002/csr.1476
- Hines, J. M., Hungerford, H. R., & Tomera, A. N. (1987). Analysis and synthesis of research on responsible environmental behavior: A meta-analysis. *The Journal of Environmental Education*, 18(2), 1-8.
- Hopper, J. R., & Nielsen, J. M. (1991). Recycling as altruistic behavior: Normative and behavioral strategies to expand participation in a community recycling program. *Environment and Behavior*, 23(2), 195-220.
- Huneke, M. E. (2005) The face of the un-consumer: An empirical examination of the practice of voluntary simplicity in the united states. *Psychology & Marketing*, 22(7), 527-550.
- IEA (2017), International Energy Agency <https://www.iea.org/publications/freepublications/publication/KeyWorld2017.pdf> (Erişim Tarihi: 25.01.2018).
- Iwata, O. (2002). Coping style and three psychological measures associated with environmentally responsible behavior. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 30(7), 661-669.
- Kaiser, F. G. (1998). A general measure of ecological behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(5), 395-422.
- Kaiser, F. G., Wölfling, S., & Fuhrer, U. (1999). Environmental attitude and ecological behaviour. *Journal of Environmental Psychology*, 19(1), 1-19.
- Kaiser, F. G., & Wilson, M. (2004). Goal-directed conservation behavior: The specific composition of a general performance. *Personality and Individual Differences*, 36(7), 1531-1544.
- Karalar, R. ve Kiracı, H. (2010). Bireysel Değerlerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Öğretmenler Üzerinde Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 79-106.

- Karalar, R. ve Kiracı, H. (2011). Çevresel sorunlara karşı bir çözüm önerisi olarak sürdürülebilir tüketim düşüncesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (30), 63- 76.
- Karlin, B., Davis, N., Sanguinetti, A., Gamble, K., Kirkby, D., & Stokols, D. (2014). Dimensions of conservation: Exploring differences among energy behaviors. *Environment and Behavior*, 46(4), 423-452.
- Kerlinger, F. N. (1973). *Foundations of Behavioral Research: Educational, Psychological and Sociological Inquiry*. New York. Holt. Rinehand and Hinston.
- Kim, Y., & Choi, S. M. (2005). Antecedents of green purchase behavior: An examination of collectivism, environmental concern, and PCE. *Advances in Consumer Research*, 32(1), 592-599.
- Kinney, T. C., Taylor, J. R., & Ahmed, S. A. (1974). Ecologically Concerned Consumers: Who Are They? *Journal of Marketing*, 38(2), 20-24.
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior?. *Environmental Education Research*, 8(3), 239-260.
- Largo-Wight, E., Bian, H., & Lange, L. (2012). An empirical test of an expanded version of the theory of planned behavior in predicting recycling behavior on campus. *American Journal of Health Education*, 43(2), 66-73.
- Larson, L. R., Stedman, R. C., Cooper, C. B., & Decker, D. J. (2015). Understanding the multi-dimensional structure of pro-environmental behavior. *Journal of Environmental Psychology*, 43, 112-124.
- Lee, J. A., & Holden, S. J. (1999). Understanding the determinants of environmentally conscious behavior. *Psychology & Marketing*, 16(5), 373-392.
- Lee, Y. K., Kim, S., Kim, M. S., & Choi, J. G. (2014). Antecedents and interrelationships of three types of pro-environmental behavior. *Journal of Business Research*, 67(10), 2097-2105.
- Leonard-Barton, D. (1981). Voluntary simplicity lifestyles and energy conservation. *Journal of Consumer Research*, 8(3), 243-252.
- Lindenberg, S., & Steg, L. (2007). Normative, gain and hedonic goal frames guiding environmental behavior. *Journal of Social Issues*, 63(1), 117-137.
- Lorek, S., & Vergragt, P. J. (2015). Sustainable consumption as a systemic challenge: Inter-and transdisciplinary research and research questions. *Handbook of Research on Sustainable Consumption*, 19-33.
- Mainieri, T., Barnett, E. G., Valdero, T. R., Unipan, J. B., & Oskamp, S. (1997). Green buying: The influence of environmental concern on consumer behavior. *The Journal of Social Psychology*, 137(2), 189-204.
- McCarty, J. A., & Shrum, L. J. (1994). The recycling of solid wastes: Personal values, value orientations, and attitudes about recycling as antecedents of recycling behavior. *Journal of Business Research*, 30(1), 53-62.
- McDonald, S., Oates, C. J., Young, C. W., & Hwang, K. (2006). Toward sustainable consumption: Researching voluntary simplifiers. *Psychology & Marketing*, 23(6), 515-534.
- Minton, A. P., & Rose, R. L. (1997). The effects of environmental concern on environmentally friendly consumer behavior: An exploratory study. *Journal of Business Research*, 40(1), 37-48.

- Moraes, C., Carrigan, M., & Szmigin, I. (2012). The coherence of inconsistencies: Attitude-behaviour gaps and new consumption communities. *Journal of Marketing Management*, 28(1-2), 103-128.
- NOAA (2017), National Oceanic and Atmospheric Administration, <http://www.noaa.gov/resource-collections/ocean-pollution> (Erişim Tarihi: 28.01.2018)
- Nordlund, A. M., & Garvill, J. (2002). Value structures behind Pro-environmental behavior. *Environment and Behavior*, 34(6), 740-756.
- OECD (2012). OECD Environmental outlook to 2050. The Consequences of Inaction. OECD Publishing. doi: 10.1787/9789264122246-en
- Olli, E., Grendstad, G., & Wollebaek, D. (2001). Correlates of environmental behaviors: Bringing back social context. *Environment and Behavior*, 33(2), 181-208.
- Onel, N., & Mukherjee, A. (2017). Why do consumers recycle? A holistic perspective encompassing moral considerations, affective responses, and self-interest motives. *Psychology & Marketing*, 34(10), 956-971.
- Oskamp, S., Harrington, M. J., Edwards, T. C., Sherwood, D. L., Okuda, S. M., & Swanson, D. C. (1991). Factors influencing household recycling behavior. *Environment and Behavior*, 23(4), 494-519.
- Ölander, F., & Thøgersen, J. (1995). Understanding of consumer behaviour as a prerequisite for environmental protection. *Journal of Consumer Policy*, 18(4), 345-385.
- Pagiaslis, A., & Krontalis, A. K. (2014). Green consumption behavior antecedents: Environmental concern, knowledge, and beliefs. *Psychology & Marketing*, 31(5), 335-348.
- Peattie, K., & Collins, A. (2009). Guest editorial: Perspectives on sustainable consumption. *International Journal of Consumer Studies*, 33(2), 107-112.
- Peattie, K. (2010). Green consumption: Behavior and norms. *Annual Review of Environment and Resources*, 35(1), 195-228.
- Pelletier, L. G., Tuson, K. M., Green-Demers, I., Noels, K., & Beaton, A. M. (1998). Why are you doing things for the environment? The motivation toward the environment scale (MTES). *Journal of Applied Social Psychology*, 28(5), 437-468.
- Pepper, M., Jackson, T., Uzzell D. (2009). An examination of the values that motivate socially conscious and frugal consumer behaviours. *International Journal of Consumer Studies*, 33(2), 126-136.
- Peyer, M., Balderjahn, I., Seegebarth, B., & Klemm, A. (2017). The role of sustainability in profiling voluntary simplifiers. *Journal of Business Research*, 70, 37-43.
- Roberts, J. A. (1996). Green consumers in the 1990s: Profile and implications for advertising. *Journal of Business Research*, 36(3), 217-231.
- Roberts, J. A., & Bacon, D. R. (1997). Exploring the subtle relationships between environmental concern and ecologically conscious consumer behavior. *Journal of Business Research*, 40(1), 79-89.
- Schor, J. B. (2005). Prices and quantities: Unsustainable consumption and the global economy. *Ecological Economics*, 55(3), 309-320.
- Shaw, D., & Newholm, T. (2002). Voluntary simplicity and the ethics of consumption. *Psychology & Marketing*, 19(2), 167-185.

- Statista (2018) The Statistics Portal. <https://www.statista.com/statistics/183505/number-of-vehicles-in-the-united-states-since-1990/> (Erişim Tarihi: 25.01.2018).
- Steg, L., Dreijerink, L., & Abrahamse, W. (2005). Factors influencing the acceptability of energy policies: A test of VBN theory. *Journal of Environmental Psychology*, 25(4), 415-425.
- Steg, L., & Vlek, C. (2009). Encouraging pro-environmental behaviour: An integrative review and research agenda. *Journal of Environmental Psychology*, 29(3), 309-317.
- Steg, L., Bolderdijk, J. W., Keizer, K., & Perlaviciute, G. (2014). An integrated framework for encouraging pro-environmental behaviour: The role of values, situational factors and goals. *Journal of Environmental Psychology*, 38, 104-115.
- Stern, P. C., Dietz, T., Abel, T., Guagnano, G. A., & Kalof, L. (1999). A value-belief-norm theory of support for social movements: The case of environmentalism. *Human Ecology Review*, 81-97.
- Stern, P. C. (2000). New environmental theories: Toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of Social Issues*, 56(3), 407-424.
- Stone, G., Barnes, J. H., & Montgomery, C. (1995). Ecoscale: a scale for the measurement of environmentally responsible consumers. *Psychology & Marketing*, 12(7), 595-612.
- Straughan, R. D., & Roberts, J. A. (1999). Environmental segmentation alternatives: A look at green consumer behavior in the new millennium. *Journal of Consumer Marketing*, 16(6), 558-575.
- Sütterlin, B., Brunner, T. A., & Siegrist, M. (2011). Who puts the most energy into energy conservation? A segmentation of energy consumers based on energy-related behavioral characteristics. *Energy Policy*, 39(12), 8137-8152.
- Tanner, C., & Wölfling Kast, S. (2003). Promoting sustainable consumption: Determinants of green purchases by swiss consumers. *Psychology & Marketing*, 20(10), 883-902.
- Thøgersen, J. (1999). Spillover processes in the development of a sustainable consumption pattern. *Journal of Economic Psychology*, 20(1), 53-81.
- Thøgersen, J. (2000). Psychological determinants of paying attention to eco-labels in purchase decisions: Model development and multinational validation. *Journal of Consumer Policy*, 23(3), 285-313.
- Thøgersen, J., & Ölander, F. (2002). Human values and the emergence of a sustainable consumption pattern: A panel study. *Journal of Economic Psychology*, 23(5), 605-630.
- Thøgersen, J., & Ölander, F. (2006). The dynamic interaction of personal norms and environment-friendly buying behavior: A panel study. *Journal of Applied Social Psychology*, 36(7), 1758-1780.
- Thøgersen, J., & Grønhøj, A. (2010). Electricity saving in households—A social cognitive approach. *Energy Policy*, 38 (12), 7732-7743.
- Ulusoy, E. (2016). Experiential responsible consumption. *Journal of Business Research*, 69(1), 284-297.
- Umut, M. Ö., Topuz, Y. V. & Velioğlu, M. N. (2015). Çöpten geri dönüşüme giden yolda sürdürülebilir tüketiciler. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 263-288
- Van Raaij, W. F., & Verhallen, T. M. (1983). A behavioral model of residential energy use. *Journal of Economic Psychology*, 3(1), 39-63.
- Velioğlu, M. N., Topuz, Y. V., Çoknaz, D. Ç. & Umut, M. Ö. (2015). Çevresel bir davranış olan geri dönüşüm için Türkiye’de hane halkı düzeyinde sosyal pazarlama programı geliştirme, TÜBİTAK 1002 Projesi Raporu, Proje No: 114K588.

- Vermeir, I., & Verbeke, W. (2006). Sustainable food consumption: Exploring the consumer “attitude–behavioral intention” gap. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 19(2), 169-194.
- Vining, J., & Ebreo, A. (1992). Predicting recycling behavior from global and specific environmental attitudes and changes in recycling opportunities. *Journal of Applied Social Psychology*, 22(20), 1580-1607.
- Vitell, S. J., & Muncy, J. (2005). The Muncy–Vitell consumer ethics scale: A modification and application. *Journal of Business Ethics*, 62(3), 267-275.
- Wackernagel, M., Onisto, L., Bello, P., Linares, A. C., Falfán, I. S. L., Garcia, J. M., ... & Guerrero, M. G. S. (1999). National natural capital accounting with the ecological footprint concept. *Ecological Economics*, 29(3), 375-390.
- Wackernagel, M., Schulz, N. B., Deumling, D., Linares, A. C., Jenkins, M., Kapos, V., Monfreda, C., Loh, J., Myers, N., Norgaard, R. Randers, J., (2002) Tracking the ecological overshoot of the human economy. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 99(14), 9266-9271.
- Webb, D. J., Mohr, L. A., & Harris, K. E. (2008). A re-examination of socially responsible consumption and its Measurement. *Journal of Business Research*, 61(2), 91-98.
- Wells, V. K., Ponting, C. A., & Peattie, K. (2011). Behaviour and climate change: Consumer perceptions of responsibility. *Journal of Marketing Management*, 27(7-8), 808-833.
- World Bank. (2015). World Development Indicators, 1960-2016. [http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators (Erişim Tarihi: 25.01.2018).
- World Bank. (2017). Solid Waste Management. 7 Kasım 2017. <http://www.worldbank.org/en/topic/urbandevelopment/brief/solid-waste-management> (Erişim Tarihi: 25.01.2018).
- Worldwatch Enstitüsü (2015) *Dünyanın durumu - sürdürülebilirliğin önündeki gizli tehditlerle yüzleşmek*. Çeviren: G. Hotinli. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Yavetz, B., Goldman, D., & Pe'er, S. (2009). Environmental literacy of pre-service teachers in Israel: A comparison between students at the onset and end of their studies. *Environmental Education Research*, 15(4), 393-415.
- Young, W., Hwang, K., McDonald, S., & Oates, C. J. (2010). Sustainable consumption: Green consumer behaviour when purchasing products. *Sustainable Development*, 18(1), 20-31.