

ÜNİVERSİTE ÇALIŞANLARININ SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM AÇISINDAN TUTUMLARININ BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA*



Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari
Bilimler Fakültesi
KAÜ İİBF Dergisi
Cilt 6, Sayı 9, 2015
ISSN : 1309 - 4289

Makale Sunum Tarihi : 14.02.2015

Yayına Kabul Tarihi : 20.03.2015

Cenk Kürşat AKSU
İşletme Bilim Uzmanı
c-k-a_36@hotmail.com

Levent GELİBOLU
Yrd. Doç. Dr.,
Kafkas Üniversitesi,
İİBF İşletme Bölümü
lgelibolu@gmail.com

* Bu çalışma, "Üniversite Çalışanlarının Sürdürülebilir Tüketim Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi: Kafkas Üniversitesi Örneği" isimli yüksek lisans tezinden uyarlanmıştır.

ÖZ | On dokuzuncu yüzyılda hızla gelişen endüstrileşme, yirminci yüzyılda çevre kavramına yönelişin doğmasını sağlamıştır. Yirminci yüzyılda yaşanan nüfus artışı, enerji ve gıda maddelerinin kullanımını artırmıştır. Bu dönemde, insanlar bu artışın kıtılığı beraberinde getireceğini düşünmüşlerdir. Zira endüstrileşme bu dönemde planlı olmamış ve çevre faktörü göz ardı edilmiştir. Çevre sorunlarıyla örgütsel mücadele ise ancak 1970'li yıllardan sonra hızlanmıştır. Küresel ısınma başta olmak üzere çok sayıda çevre sorunun ortaya çıkması ve bu sorunların kamuoyunda yaygın bir biçimde yer alması, çözüm önerisi olarak nitelendirilen "sürdürülebilir tüketim" kavramını ön plana çıkarmıştır. Bu bağlamda, yapılan çalışmanın amacı sürdürülebilir tüketimle ilişkin tutumların incelenmesidir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, sürdürülebilir tüketim, tutum

Jel Kodu: M30,M31



Makaleyi çevrimiçi görüntülemek için QR
Kodu okutunuz.

Atıfda bulunmak için... | AKSU, C. K., GELİBOLU, L. (2015). "Üniversite Çalışanlarının Sürdürülebilir Tüketim Açısından Tutumlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma". KAÜ İİBF Dergisi, 6(9), 235-248.

A RESEARCH ON DETERMINATION OF THE ATTITUDES OF UNIVERSITY EMPLOYEES TOWARDS SUSTAINABLE CONSUMPTION



Kafkas University Economics and
Administrative Sciences Faculty
The Journal of KAU IIBF
Vol. 6, Issue 9, 2015
ISSN : 1309 - 4289

Article Submission Date : 14.02.2015

Accepted Date : 20.03.2015

Cenk Kürşat AKSU

Business Administration Science
Expert

c-k-a_36@hotmail.com

Levent GELİBOLU

Assist. Prof. Dr.

Kafkas University,

Business Administration Department

lgelibolu@gmail.com

ABSTRACT | The industrialization which rapidly developed in nineteenth century led to the emerge of the concept 'environment' in twentieth century. Population growth which occurred in twentieth century increased the use of energy and food materials. In this period, people assumed that this increase would bring along famine. Because, industrialization was not planned and the environment factor was disregarded in this period. Organizational combat against environmental problems accelerated after 1970s. The emergence of many environment problems; mainly the global warming and the frequent cover of such problems in media have highlighted the concept of "sustainable consumption" which is considered as a resolution. In this scope, this study aims to investigate the attitudes towards sustainable consumption.

Keywords: Sustainability, sustainable consumption, attitude.

Jel Code: M30,M31



Scan QR Code to see this article online

Cite this paper | AKSU, C. K., GELİBOLU, L. (2015). "A Research On Determination Of The Attitudes Of University Employees Towards Sustainable Consumption". The Journal of KAU IIBF, 6(9), 235-248.

1. GİRİŞ

Nesnelerin ve süreçlerin değişebilme ve dolayısıyla da gelişebilme özelliğini koruyabilmesi ve devam ettirebilmesi olarak tanımlanan sürdürülebilirlik, yenilenemeyen kaynakların yerine yenilenebilen kaynakları koymak ve yaptığımız eylemlerin yer kürenin uzun dönemde yaşamını tehdit etmemesini sağlamaktır. Küresel ısınma başta olmak üzere çok sayıda çevre sorununun ortaya çıkması ve bu sorunların kamuoyunda yaygın bir biçimde yer alması, çözüm önerisi olarak nitelendirilen *sürdürülebilir tüketim* kavramını ön plana çıkarmıştır. Aynı zamanda tüketim düzeyinin artması da tüketimin etkilerinin incelenmesini ve tüketim eğilimlerinin sürdürülebilir hale dönüştürülmesini gerekli kılmıştır.

Sürdürülebilirlik bağlamında tüketici davranışı; satın alma, kullanma ve kullanım sonrasında ekolojik ve sosyal kriterleri göz önüne almaktadır. Önemli olan nokta ise sosyo-ekolojik sorunlar ve tüketici isteklerinin kesişmesinde sürdürülebilir pazarlama stratejilerini uygulanmasıdır. Tüketicilerin giderek çevreye karşı daha hassas tutumlar sergilemeleri ürün tercihlerinde de giderek daha yeşil ürün satın almalarını gündeme getirmektedir. Bunu fark eden işletmeler de tüketici eğilimleri odaklı stratejiler üreterek, geleneksel ürün üretimi yerine yeşil ürün üretim sistemlerini dizayn ederek rakiplerine karşı bir üstünlük politikası gütmektedirler.

Sürdürülebilir tüketime yönelik tutumun incelenmesinin amaç edinildiği bu çalışma yüksek öğretim çalışanları üzerinde yapılmıştır. Hazırlanan çalışmanın literatür bölümünde sürdürülebilirlik konusu ele alınmıştır. Uygulama bölümünde ise kullanılan yöntem, araştırma modeli anlatılmaya çalışılmış ve bulgulara değinilmiştir.

2. SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM

Sürdürülebilir tüketimin temelinde ihtiyaçları karşılayan ve daha iyi bir yaşam kalitesi sağlayan mal ve hizmetlerin, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılamalarını tehlikeye atmadan ve doğal kaynakların, toksinli maddelerin ve atıkların kullanımını en aza indirerek kullanması vardır.

Sürdürülebilir tüketim genel bir ifade ile “doğal kaynakların hayat standartlarını yükseltmek için ölçülü ve akıllıca kullanımı” şeklinde tanımlanmıştır. Bu kullanım gerçekleşmediği takdirde üretimle beraber tüketim, çevresel sorunların kaynağını oluşturur (Odabaşı, 2004: 58). Sürdürülebilir tüketim, bireysel tüketimdeki politik ve çevreci tercihler ile elde edilecek ekonomik vatandaşlığın uygulanmasına ilişkin bir araçtır (Seyfang, 2009: 303). Dolan (2002) sürdürülebilir tüketimi, ekolojik sorunlara çözüm bulabilme çabaları olarak değerlendirmektedir. Sürdürülebilir tüketim, “tüketmeden kullanım” düşüncesine dayanır. Bunun yanı sıra, sadece “tüketim farkındalığını değil “tüketimin azaltılması” olgusunu da vurgular (Jackson, 2005: 19).

Ürün boyutu açısından bakıldığında sürdürülebilir tüketim; “ürün geliştirirken, doğal kaynak ve enerji kullanımını en aza indirecek, daha az atık oluşturacak, büyük oranda geri dönüştürülebilecek ya da atıkları çevreye zarar vermeyecek, dayanıklı ve onarılabilecek biçimde

üretileen ürünlerin tüketimidir” (Hekimci, 2012: 12). Dolayısıyla doğal kaynakların üretim sürecine dâhil edilip işlenerek tüketime sunulması ve tüketim sonrasında ortaya çıkan atıkların çevreye, üretim için kullanılacak kaynaklara zarar vermemesinin sağlanması ve hatta yeniden üretim sürecine sokularak tüketime sunulması ile tüketimin sürdürülebilirliğini sağlamak mümkündür (Hayta, 2009: 144).

Sürdürülebilir tüketimin endüstriyel kullanımı ise endüstriyel faaliyet sonucu meydana gelen ürünlerin kullanımınıdır. Bu kullanım ölçüsüzce olduğunda etkisini ağır bir şekilde hissettirir. Bu etkinin doğal kaynak kullanımının yaratacağı etki gibi olmamaktadır. Doğal kaynakların (enerji kaynakları) kullanımı kimi zaman su, hava ve toprak kalitesini korumaya ve doğal dengeyi idame ettirmeye yardımcı olabilir. Ancak endüstri kuruluşu ürünü yenilenebilir doğal kaynaklar arasında değildir. Endüstri ürünlerinin aşırı derecede tüketimi tehlikeli olan atıklara dönüşebilir (Selici vd., 2005: 3-4).

Tüketimin çevresel etkilerini azaltmak için toplumun her düzeyindeki tüketicilerin davranışlarını değiştirmeye yönelik politikalar izlenmelidir. Sürdürülebilir tüketim de bu bağlamda, şimdiki ve gelecek nesillerin daha iyi ve kaliteli bir yaşam sürebilmeleri için dünyadaki eko-sistemin sınırları dâhilinde ekonomik ve sosyal ilerlemeye paralel olarak istek ve ihtiyaçların karşılanmasıdır (Grant, 2008: 57). Çevre kirliliği ile ilgili sorunlarda yol alınabilmesi için *etik tüketim* davranışının çocukluktan başlayarak tüm tüketici eğitimi aşamalarına da eklenerek örgün ve yaygın eğitimle tüketicilere benimsetilmesi gerekmektedir. Bu açıdan bakıldığında çevre bilinci gelecek kuşaklara yönelik bir düşünce istemidir (Tandaçgüneş, 2011: 109).

Sürdürülebilir tüketimin kapsamını ortaya koymaya yönelik olarak insan gereksinimleri tüketimden kaçınarak, tüketimini niceliksel olarak azaltarak, diğerlerine oranla daha ekolojik olan ürünleri tüketerek, bir ürünün en az ekolojik etkisi olan çeşidini tüketerek karşılanabilmektedir (Karalar, 2006: 53). Tüketimden kaçınma, sürdürülebilirlik hususunda en önemli ve hassas olan davranıştır. Yapılan araştırmalar, herhangi bir ürün satın almadan veya kullanmadan, ihtiyaçları sağlamanın, çevresel açıdan en temel eylem olduğunu göstermektedir. Ancak bu davranış, tüketicinin sağlayacağı yarardan yoksun kalması anlamına da gelmektedir. Bunun yanı sıra, ihtiyaçlarla sık sık karıştırılan ve ihtiyaçları gideren nesnelere karşı olan “isteğin” yerine getirilmemesi sonucu doyumsuzluk oluşmaktadır (Odabaşı ve Barış, 2002: 34).

Tutum konusu sosyal algımızı ve davranışlarımızı etkiledikleri için sosyal psikolojinin en önemli çalışma konularından biri olmuştur. Tutum birçok araştırmacı tarafından farklı yönlerden ele alınarak tanımlanmıştır. Davranışlarımızın temelinde yatan ve onları etkileyen tutumun birçok tanımı yapılmıştır. Günlük konuşmalarda “inanç” “görüş” ve “tutum” kelimeleri birbiri ile karıştırılarak, bazen de biri, bir diğerinin yerine kullanılmaktadır. Tutum kavramı, değişik araştırmacılar tarafından değişik biçimlerde tarif edilmiştir “Bireyler genellikle çevrelerinde oluşan olaylara belirli anlamlar yüklemektedirler. Bu anlamları kazanılmış bireysel deneyimler olarak yansıtmaktadırlar. Bu deneyimler sonucunda inançlar ve yaklaşımlar şekillenmektedir.

Bu inanç ve yaklaşımlar tutum olarak adlandırılmaktadır” (Yenilmez ve Özabacı, 2003: 132-146).

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmayı temsil eden evren, araştırmanın örnekleme ve veri toplama araçlarının geçerlik güvenilirlik çalışmalarına yer verilmektedir.

3.1. Araştırmanın Modeli Ve Örnekleme

Araştırmada tarama modeli kullanılmıştır. Bu model bir araştırmada geçmişte yaşanmış ya da halen yaşanmakta olup etkisi süren durumları betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımıdır. Araştırmaya konu olan nesne ya da ölçülecek olan özellikler kendi koşulları içerisinde tanımlanır. Araştırmacı tarafından bu durumları değiştirme ve etkileme gayreti gösterilmez. Var olan bir durum vardır ve olduğu gibi aktarılmasında uygun veri toplama araçlarıyla ölçülmek istenen özellikler anlatılır (Karasar, 2005: 77).

Araştırmanın evreni, Türkiye’de bulunan kuruluş tarihleri yirmi yılını aşan üniversitelerde çalışmakta olan akademik ve idari personellerden oluşmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise, Kars ili Kafkas Üniversitesinde görev yapmakta olan 193 idari personel ve 320 akademik personel olmak üzere toplam 513 üniversite personelinden oluşmaktadır. Araştırmaya katılan idari ve akademik personele ait demografik veriler bulgular kısmında ayrıntılı verilmiştir.

3.2. Verilerin Toplanması

Araştırmada belirlenen amaçlara ulaşabilmek için gerekli olan veriler;

- * Araştırmacı tarafından geliştirilen kişisel bilgi formu,
- * Sürdürülebilir Tüketim için görüşlerini belirleyebilmek için; Çevresel Değer-Banarjee ve McKeage (1994), Çevre Bilinci-Minton ve Rose (1997), Çevresel Yetkinlik-Roberts (1996), ayrıca sürdürülebilir tüketim için anketin tüm boyutlarında Roberts ve Straughan (1999) ve Kelly vd. (2006) tarafından geliştirilen ölçeklerinden yararlanılmıştır. Oluşturulan madde havuzunda kültürümüze ve yaşantımıza uygun maddeler uzman görüşü ışığında seçilerek, maddelerin Türkçeye çevrilmesi işlemine geçilmiştir. Türkçeye çevrilmesi için İngiliz dili alanında uzman ve daha önce bu konu ile ilgili çalışmaları olan uzmanlar tarafından çeviri kontrolü yapıldıktan sonra sürdürülebilir tüketim anketi hazırlanmıştır.

Çalışma 2014 tarihinde Kafkas Üniversitesinde bulunan gerekli mercilerden izinler alındıktan sonra uygulanmıştır. Her personel için bulunduğu idari ya da akademik birimine gidilerek, çalışma açıklanmış ve gönüllü personellere kendilerinin belirlediği uygun zamanlarda uygulanıp daha sonra toplamıştır. Toplam 700 anketten, geri dönüş sağlanan 580 anket değerlendirilmeye alınmıştır. Bu değerlendirme sonucunda 67 anketin verilerinin doğru ve belirli örüntü şeklinde kodlanmadığı tespit edildiği için, analizler 513 personel üzerinden yürütülmüştür.

3.3. Veri Toplama Aracının Güvenirliği

Bir ölçme aracında bulunması gereken en önemli özelliklerden biri güvenilirliktir. Çünkü güvenilir olmayan bir ölçme aracını bilimsel araştırmalarda kullanmak sakıncalı sonuçlar doğurabilir. Bu bağlamda güvenirliliğin tanımını yapacak olursak, Karasar'a (2005:145) göre güvenilirlik; "aynı şeyin bağımsız ölçümleri arasındaki kararlılık, ölçmek istenen şeyin sürekli olarak aynı sembollerini alması, aynı süreçlerin izlenmesi ve aynı ölçütlerin kullanılması ile aynı sonuçların alınması" şeklinde ifade etmiştir. Tekin (1993: 41) ve Özgüven (1994: 83) ise güvenirliliği "bir ölçme aracının ölçtüğü şeyi tutarlı, kararlı bir şekilde ölçmesi" şeklinde ifade etmiştir.

Güvenirlilik analizi SPSS 20.0 istatistik programında, Cronbach Alpha formülü ile hesaplanarak bulunmuştur. Literatürde, alfa katsayısının değerlendirme kriterlerine göre, elde edilen alfa değeri 60 ve üstünde bir değer ise ölçeğin oldukça güvenilir olduğu kabul edilmektedir (Özdamar, 1999).

Yapılan güvenirlilik analizi sonucunda sürdürülebilir tüketim anketinin ve alt boyutlarının Cronbach Alpha değerlerinin tamamı ,60'ın üzerinde olduğu için, anketin güvenilir bir ölçme aracı olduğu söylenebilir. Anketin tamamı 46 maddeden oluşup güvenirlilik katsayısı $\alpha=,911$ dir. Alt boyutlarından çevre bilinci 34 maddeden oluşup $\alpha=,901$ dir. Çevresel değer boyutu 5 maddeden oluşup $\alpha=,879$ dur. Çevresel yetkinlik boyutu 4 maddeden oluşup $\alpha=,814$ tür. Çevresel Önem boyutu 3 maddeden oluşup $\alpha=,618$ dir. Bu bağlamda anket ve boyutları araştırmalarda kullanılmak üzere güvenilir bir ölçme aracı olarak da tanımlanabilir.

Tablo 1:Personelin Çevre Bilincine Yönelik Görüşlerinin Frekans ve Yüzde Dağılımları İle Aritmetik Ortalamaları

Madde No	7		6		5		4		3		2		1		N
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
M1	96	18,7	43	8,4	123	24,0	61	11,9	72	14,0	43	8,4	55	10,7	493
M2	162	31,6	101	19,7	142	27,7	29	5,7	18	3,5	29	5,7	15	2,9	496
M3	237	46,2	80	15,6	97	18,9	39	7,6	12	2,3	15	2,9	20	3,9	500
M4	107	20,9	64	12,5	141	27,5	63	12,3	54	10,5	26	5,1	45	8,8	500
M5	69	13,5	57	11,1	138	26,9	108	21,1	68	13,3	38	7,4	24	4,7	502
M6	196	38,2	71	13,8	123	24,0	56	10,9	34	6,6	12	2,3	14	2,7	506
M7	234	45,6	83	16,2	122	23,8	32	6,2	17	3,3	5	1,0	16	3,1	509
M8	214	41,7	96	18,7	105	20,5	40	7,8	16	3,1	20	3,9	19	3,7	510
M9	90	17,5	78	15,2	123	24,0	119	23,2	34	6,6	17	3,3	27	5,3	488
M10	167	32,6	114	22,2	118	23,0	45	8,8	25	4,9	16	3,1	19	3,7	504
M11	71	13,8	67	13,1	93	18,1	128	25,0	53	10,3	39	7,6	49	9,6	500
M12	82	16,0	111	21,6	132	25,7	89	17,3	37	7,2	27	5,3	15	2,9	493
M13	200	39,0	124	24,2	89	17,3	34	6,6	30	5,8	19	3,7	14	2,7	510
M14	101	19,7	79	15,4	142	27,7	87	17,0	39	7,6	26	5,1	24	4,7	498
M15	110	21,4	97	18,9	163	31,8	72	14,0	33	6,4	18	3,5	13	2,5	506
M16	143	27,9	102	19,9	148	28,8	71	13,8	18	3,5	11	2,1	16	3,1	509

Madde No	7		6		5		4		3		2		1		N
	F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
M17	211	41,1	111	21,6	106	20,7	24	4,7	21	4,1	17	3,3	10	1,9	500
M18	62	12,1	63	12,3	137	26,7	119	23,2	59	11,5	37	7,2	25	4,9	502
M19	65	12,7	50	9,7	125	24,4	102	19,9	69	13,5	34	6,6	48	9,4	493
M20	32	6,2	25	4,9	76	14,8	69	13,5	93	18,1	59	11,5	154	30,0	508
M21	135	26,3	77	15,0	129	25,1	73	14,2	39	7,6	21	4,1	31	6,0	505
M22	190	37,0	111	21,6	114	22,2	29	5,7	23	4,5	10	1,9	20	3,9	497
M23	36	7,0	32	6,2	34	6,6	30	5,8	63	12,3	49	9,6	249	48,5	493
M24	71	13,8	85	16,6	182	35,5	98	19,1	27	5,3	20	3,9	25	4,9	508
M25	32	6,2	30	5,8	66	12,9	30	5,8	78	15,2	40	7,8	226	44,1	502
M26	143	27,9	99	19,3	131	25,5	52	10,1	24	4,7	23	4,5	32	6,2	504
M27	171	33,3	83	16,2	129	25,1	42	8,2	34	6,6	20	3,9	25	4,9	504
M28	27	5,3	27	5,3	61	11,9	55	10,7	66	12,9	71	13,8	194	37,8	501
M29	141	27,5	86	16,8	124	24,2	59	11,5	40	7,8	18	3,5	26	5,1	494
M30	141	27,5	90	17,5	141	27,5	53	10,3	29	5,7	19	3,7	23	4,5	496
M31	125	24,4	51	9,9	127	24,8	91	17,7	43	8,4	21	4,1	38	7,4	496
M32	185	36,1	88	17,2	135	26,3	60	11,7	22	4,3	5	1,0	7	1,4	502
M33	91	17,7	59	11,5	139	27,1	59	11,5	49	9,6	33	6,4	77	15,0	507
M34	178	34,7	50	9,7	139	27,1	81	15,8	26	5,1	13	2,5	19	3,7	506
M35	133	25,9	117	22,8	136	26,5	65	12,7	35	6,8	13	2,5	12	2,3	511
M36	205	40,0	105	20,5	128	25,0	42	8,2	11	2,1	6	1,2	11	2,1	508
M37	136	26,5	94	18,3	144	28,1	76	14,8	24	4,7	12	2,3	19	3,7	505
M38	230	44,8	75	14,6	132	25,7	36	7,0	10	1,9	2	,4	17	3,3	502
M39	240	46,8	93	18,1	119	23,2	25	4,9	17	3,3	4	,8	9	1,8	507
M40	293	57,1	63	12,3	105	20,5	18	3,5	12	2,3	2	,4	16	3,1	509
M41	8	1,6	299	58,3	83	16,2	84	16,4	20	3,9	14	2,7	8	1,6	508
M42	293	57,1	87	17,0	90	17,5	12	2,3	11	2,1	3	,6	10	1,9	506
M43	276	53,8	76	14,8	84	16,4	16	3,1	22	4,3	10	1,9	19	3,7	503
M44	25	4,9	7	1,4	23	4,5	40	7,8	70	13,6	63	12,3	277	54,0	505
M45	34	6,6	27	5,3	25	4,9	45	8,8	82	16,0	63	12,3	213	41,5	489
M46	20	3,9	14	2,7	21	4,1	13	2,5	61	11,9	49	9,6	328	63,9	506

(1)kesinlikle katılmıyorum –(2)çok katılmıyorum –(3)-katılmıyorum --- (4) ne katılıyorum ne katılmıyorum—(5) -katılıyorum---(6)çok katılıyorum --- (7) kesinlikle katılıyorum

Tablo 1’de görüldüğü üzere, ankette yer alan maddelerin aritmetik ortalaması 1,95 ile 6,18 aralığındadır. Madde ortalaması en çok olan 40. madde “Geri dönüşümlü atıkları (kağıt, karton,cam,plastik,teneke kutu vb.) ayrı ayrı toplamalıyız.” %57 oranıyla katılımcılar kesinlikle katılıyorum seçeneğini tercih etmişlerdir. Bu maddenin tercih edilen eğilimi aritmetik ortalama bakımından 6,05 olduğundan çok katılıyorum ile kesinlikle katılıyorum aralığında eğilim göstermektedir. 41. madde “Her bir bireyin çevreci davranışı toplumda olumlu bir etki yaratır.” %58,3 oranıyla katılımcılar çok katılıyorum seçeneğini tercih etmişlerdir. Bu maddenin tercih edilen eğilimi aritmetik ortalama bakımından 6,18 olduğundan çok katılıyorum ile

kesinlikle katılıyorum aralığında eğilim göstermektedir. 42. madde “İnsanoğlu doğayla uyumlu yaşamalıdır.” %57,1 oranıyla katılımcılar kesinlikle katılıyorum seçeneğini tercih etmişlerdir. Bu maddenin tercih edilen eğilimi aritmetik ortalama bakımından 6,16 olduğundan çok katılıyorum ile kesinlikle katılıyorum aralığında eğilim göstermektedir.

En düşük madde ortalaması olan 46. madde “Bırakalım gelecek nesiller çevreyle ilgili sorunlarını kendileri çözsün.” %63,9 oranıyla katılımcılar kesinlikle katılmıyorum seçeneğini tercih etmişlerdir. Bu maddenin tercih edilen eğilimi aritmetik ortalama bakımından 1,95 olduğundan çok katılmıyorum ile kesinlikle katılmıyorum aralığında eğilim göstermektedir. En düşük madde ortalaması olan 44. madde “Çevresel sorunlar abartılmaktadır.” %54,0 oranıyla katılımcılar kesinlikle katılmıyorum seçeneğini tercih etmişlerdir. Bu maddenin tercih edilen eğilimi aritmetik ortalama bakımından 2,18 olduğundan çok katılmıyorum ile kesinlikle katılmıyorum aralığında eğilim göstermektedir. En düşük madde ortalaması olan 45. madde “Çevreye olan etkisine bakmaksızın genelde ucuz fiyatlı ürünler tercih ederim.” %41,5 oranıyla katılımcılar kesinlikle katılmıyorum seçeneğini tercih etmişlerdir. Bu maddenin tercih edilen eğilimi aritmetik ortalama bakımından 2,63 olduğundan çok katılmıyorum ile kesinlikle katılmıyorum aralığında eğilim göstermektedir.

Tablo 2: Medeni Duruma Göre Personelin Çevresel Değere Yönelik Görüşlerinin Bağımsız T Testi

Anket	Gruplar	Sonuçları					
		N	X	S	sd	T	p
Çevresel Değer	Bekar	168	27,3778	5,74488	511	1,863	,063
	Evli	345	28,3984	5,86227			

Tablo 2' ye bakıldığında, araştırmaya katılan bekar personel sayısı 168 olup, grubun Çevresel Değer anket boyutundan almış olduğu puan ortalaması ($X=27,37$) dir. Araştırmaya katılan evli personel sayısı 345 olup grubun anketin çevresel değer boyutundan almış olduğu puan ortalaması ($X=28,39$)dur. Yapılan bağımsız t testi sonuçlarına göre Çevresel Değere yönelik uygulaması yapılan anket üzerinden bekar grubu ile evli grubunun oluşturduğu personeller arasında anlamlı bir fark vardır. Bu fark evli personellerin lehine olup, evli personellerin çalışmanın çevresel değer boyutuna, bekar personele nazaran daha olumlu yaklaştıkları gözlemlenmiştir. [$t(1,863) = .063$, $p < .05$; Levenestatic = 3,88, $p=.534$].

Tablo 3:Eğitim Durumuna Göre Personelin Çevresel Değere Yönelik Görüşlerinin Tek Yönlü Anova Sonuçları

Eğitim	N	X	SS	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P	Anlamlı Fark
İlköğretim	10	26,60	7,69	Gruplar arası	515,053	5	103,011	3,084	,009	İlköğretim
Lise	31	26,30	6,06	Gruplar içi	16936,190	507	33,405			-doktora
Önlisans	99	27,89	5,47	Toplam	17451,243	512				
Lisans	151	27,88	6,12							
Y. Lisans	110	27,24	6,262							
Doktora	112	29,87	4,67							
Total	513	28,06	5,83							

Personelin mezun olduğu kategorileri arasında çevresel değere göre anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Bu fark ilköğretim mezunları ile doktora mezunları arasında olup, doktora mezunları lehinedir. Araştırmaya katılan personelin mezun olduğu grup türüne göre aritmetik ortalama aralıklarında $X= 26,30$ ile $X= 29,87$ arasında değiştiği tespit edilmiştir. [$F(3,084)= .009$, $p<0.05$; Levenestatistic (5, 507) =2,41 $p= .035$] Yapılan levene testi sonucunda grupların homojen dağılım gösterdikleri tespit edilmiştir (Tablo 3).

Tablo 4:Eğitim Durumuna Göre Personelin Çevresel Yetkinliğe Yönelik Görüşlerinin Tek Yönlü Anova Sonuçları

Eğitim	N	X	SS	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P	Anlamlı Fark
ilköğretim	10	21,70	5,73	Gruplar arası	256,122	5	51,224	2,700	,020	İlköğretim
Lise	31	25,07	3,19	Gruplar içi	9620,312	507	18,975			-doktora
önlisans	99	23,62	4,67	Toplam	9876,435	512				
Lisans yüksek	151	23,77	4,38							
lisans	110	24,11	4,87							
doktora	112	25,91	3,27							
Total	513	24,32	4,39							

Personelin mezun olduğu kategorileri arasında çevresel yetkinlik göre anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Bu fark ilköğretim mezunları ile doktora mezunları arasında olup, doktora mezunları lehinedir. Araştırmaya katılan personelin mezun olduğu grup türüne göre aritmetik ortalama aralıklarında $X= 23,62$ ile $X= 25,91$ arasında değiştiği tespit edilmiştir. [$F(2,700)= .020$, $p<0.05$; Levenestatistic (5, 507) =4,47 $p= .001$] Yapılan levene testi sonucunda grupların homojen dağılım gösterdikleri tespit edilmiştir (Tablo 4).

Tablo 5: Haneye Gelen Gelire Göre Personelin Çevresel Yetkinliğe Yönelik Görüşlerinin Tek Yönlü Anova Sonuçları

Gelir	N	X	SS	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P	Anlamlı Fark
1501-2000	81	23,38	5,45	Gruplar arası	396,413	6	66,069	3,526	,002	1501- 2000
2001-2500	89	23,45	4,51	Gruplar içi	9480,022	506	18,735			4001- 5001
2501-3000	108	24,52	3,95	Toplam	9876,435	512				
3001-3500	108	24,34	4,62							
3501-4000	33	24,33	2,40							
4001-5001	46	26,60	2,38							
5000 tl ve üzeri	48	24,83	4,39							
Total	513	24,32	4,39							

Tablo 5'te görüldüğü gibi, araştırmaya katılan personelin analiz sonuçları açısından, personelin hane geliri kategorileri arasında çevresel yetkinliğe göre anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Fark 1500 tl ile 2000 tl arasındaki kişiler ile 4001-5001 tl arasında geliri olan personel arasında oluşmaktadır. Bu fark 4000-5000 geliri arasında olanların lehinedir. Araştırmaya katılan personelin hane gelirlerine göre aritmetik ortalama aralıklarında $X = 23,38$ ile $X = 26,60$ arasında değiştiği tespit edilmiştir. [$F(3,526) = .002$, $p < 0.05$; Levenestatistic (6, 506) = 3,16 $p = .048$] Yapılan levene testi sonucunda grupların homojen dağılım gösterdikleri tespit edilmiştir.

4. SONUÇ

Sürdürülebilirlik, genel olarak nesnelerin ve süreçlerin değişebilme ve dolayısıyla da gelişebilme özelliğini koruyabilmesi ve devam ettirebilmesidir (Çağlar, 1997: 59). İşletmelerin ürün tasarımı aşamasında sürdürülebilirlik, bir işletmenin çalışanlarında, ürününü satın alan kullanıcılarında yerel ya da global sistemlerinde her anlamda meydana gelebilecek zararlı yan etkileri minimize etmesi ve ürün yaşam süreçlerinin her aşamasında alınan kararlarda çevresel ihtiyaçların da dikkate alınması ve bunun ürün tasarım süreçlerine uyarlanması şeklinde değerlendirilmektedir. Sürdürülebilir kalkınma sürdürülebilirlik olgusuna bağlı olarak ortaya çıkmıştır. Küresel ısınmanın yanı sıra, çok sayıda çevre sorununun ortaya çıkması ve bu sorunların kamuoyunda yaygın bir biçimde yer almasıyla, çözüm önerisi olarak nitelendirilen sürdürülebilir tüketim kavramı önem kazanmıştır.

Diğer taraftan tüketim düzeyinin artması da tüketimin etkilerinin incelenmesini ve tüketim eğilimlerinin sürdürülebilir hale dönüştürülmesini gerekli kılmıştır. İşletmeler pazarlama çalışmalarına daha fazla önem vererek sürdürülebilir bir dünya yaratma çabalarını sürdürmeye çalışmışlardır. Bu suretle sürdürülebilirlik olgusunun üretim boyutu ile ilgili olan sürdürülebilir gelişme kavramından tüketim boyutu olan sürdürülebilir tüketim kavramına doğru değişim olmuştur. Sürdürülebilirlik bağlamında tüketici davranışı; satın alma, kullanma ve kullanım sonrasında ekolojik ve sosyal kriterleri göz önüne almaktadır. Önemli olan nokta ise sosyal ve ekolojik sorunlar ile tüketici taleplerinin kesişmesinde sürdürülebilir pazarlama

stratejilerini uygulanmasıdır.

Sürdürülebilir tüketim de bu bağlamda, şimdiki ve gelecek nesillerin daha iyi ve kaliteli bir yaşam sürebilmeleri için dünyadaki eko-sistemin sınırları dâhilinde ekonomik ve sosyal ilerlemeye paralel olarak istek ve ihtiyaçların karşılanmasıdır. Tüketici esasen kendini düşünen ve kısa dönemli yönlendirmeye sahip olan bireydir. Bu yönlendirme düşük fiyatlı, sağlıklı ve güvenli ürünlere doğrudur. Tüketici öncelikle kendi çıkarı ve refahını düşünecek, çevreyi korumayı düşünmeyecektir. Sürdürülebilir tüketici davranışının yaygınlaşması için; bu konuda akademik çevrenin bilimsel altyapıyı hazırlaması, iş dünyasının çeşitli uygulamaları uygulamaya koyması ya da koymayı taahhüt etmesi, politik karar organlarının gerekli yasal düzenlemeleri yapması ve toplumu oluşturan bireylerin de tüketici davranışlarını sürdürülebilir tüketime doğru dönüştürmeye çabalaması gerekmektedir.

Toplumu oluşturan bireylerin yaşam biçiminde, tüketim davranışlarında, işletmelerin üretim ve pazarların yapısında köklü değişiklikler olmaz ve devlet etkili bir yasal düzenlemeyi gerçekleştiremezse; sürdürülebilir tüketimin başarıya ulaşması çok güçtür. Sürdürülebilir tüketim davranışı açısından tüketicinin istekliliği, bulunduğu sosyal çevreden de etkilenmektedir. Sürdürülebilir tüketim ile ilgili konularda tutumlar, toplumun davranışlarıyla şekillenmektedir. İstekler, komşuların hayat tarzlarından etkilenebilmekte ve ulaşım kararları gibi sürdürülebilir seçeneklerin olduğu kararlarda ise kamu ulaşımı vb. durumların mümkün olması ile sağlanabilmektedir. Ancak tüketiciler çevreci iddiaları inandırıcı bulmadıkları ve çevreci iddialarla sunulan ürünlerin ekolojik performansını ve güvenilirliğini beklentilerinin altında bulduklarında, çevreci duyarlılığa sahip olduğunu iddia eden firmaların ürünlerini deneme ya da satın alma yönünde bir davranış biçimi benimsememektedirler. Dolayısıyla yanıltıcı ve desteklenemeyen çevrecilik iddiaları, tüketicilerin ekolojik yönden duyarlı satın alma davranışı geliştirmesine engel olmaktadır. Bu nedenle pazarlamacıların ürünlerinin çevre performansı ile ilgili iddiaları öne sürerken daha özenli davranmaları gerekmektedir.

Bunun yanı sıra, tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranışını sergilemelerini kolaylaştıracak önlemler alınmalıdır. Örneğin kentin pek çok noktasına geri dönüşüm kutularının konması ya da kullanılmış giysi, kitap vb. toplanması için örgütlenme durumuna gidilmesi, bireylerin söz konusu davranışlarının yaygınlaşmasına destek olabilecektir. Sürekli artan nüfusa ve yüksek tüketim düzeyine dayalı yaşam biçimine karşın dünyanın sınırlı kaynaklarının olduğu dikkate alınarak; toplumun tüm kesimlerinde yaşayan bireyler tarafından bu kaynakların olabildiğince etkin ve verimli olarak kullanılması, kullanım sonucunda olabildiğince geri kazanımı, yeniden kullanıma konulması için gerekli çaba gösterilmelidir. Sürdürülebilir tüketime dayalı bir yaşam biçimi benimsenmeli ve sergilenen davranışlarla çevresinde yaşayan bireylere de örnek olunmalıdır.

Bulgular kısmında elde edilen istatistikî sonuçların anlamlı farklılık sağladığı veriler üzerinden sonuçların tartışılması durumunda; Medeni duruma yönelik farklar incelendiğinde,

“Çevresel öneme” yönelik uygulaması yapılan anket üzerinden bekar grubu ile evli grubunun oluşturduğu personeller arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan personelin yaş grubu incelendiğinde yaş kategorileri arasında “çevresel yetkinlik” anketi alt boyutuna göre anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Bu farkın hangi yaş kategorisi altında oluştuğunu incelemek için yapılan analizlerde, (46-52; 25-31) yaş aralıkları arasında fark olduğuna işaret etmektedir. Mezun olduğu en son eğitim kurumu seviyesine göre yapılan analiz sonuçlarında “çevresel değere” göre anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Bu fark ilköğretim mezunları ile doktora mezunları arasında olup, doktora mezunları lehinedir. Personelin haneye giren ücret üzerinden yapılan analiz sonuçları incelendiği zaman “çevre bilinci”ne göre anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Fark 1500tl ile 2000 tl arasındaki kişiler ile 4001-5001 tl arasında geliri olan personel arasında oluşmaktadır. Bu fark 4000-5000 geliri arasında olanların lehinedir. Hane gelirinin “çevresel değere” yönelik olarak fark oluşturduğu tespit edilmiştir. Fark 1500tl ile 2000 tl arasındaki kişiler ile 4001-5001 tl ve 5000tl üzeri geliri olan personel arasında oluşmaktadır. Bu fark 4000-5000 ve 5000 tl üzeri geliri olanların lehinedir. Haneye giren aylık gelir üzerinden incelendiğin de Analiz sonuçları, personelin hane geliri kategorileri arasında “çevresel yetkinliğe” göre anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Fark 1500tl ile 2000 tl arasındaki kişiler ile 4001-5001 tl arasında geliri olan personel arasında oluşmaktadır. Bu fark 4000-5000 geliri arasında olanların lehinedir. Çevresel önem üzerinde hane gelirinin anlamlı bir fark oluşturup oluşturmadığını belirlemek için yapılan Analiz sonuçları, personelin hane geliri kategorileri arasında çevresel öneme göre anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Fark 1500tl ile 2000 tl arasındaki kişiler ile 5000tl üzeri geliri olan personel arasında oluşmaktadır. Bu fark 1500tl ile 2000 tl arasındaki geliri olanların lehinedir.

Araştırma sonucunda haneye giren gelirin sürdürülebilir tüketimi etkilediği ve bu gelirin yüksek olması durumunda sürdürülebilir tüketime yönelik olumlu tutum sergiledikleri gözlemlenmiştir. Bu bağlamda “çevresel değer” boyutunun araştırmaya katılan akademik ve idari personelin arasında cinsiyete ve medeni duruma bağlı olarak anlamlı fark göstermesi kişisel tercih ve tutumun bir göstergesi olabilir. Çevresel değer üzerinde katılımcıların mezuniyet durumları incelendiğinde daha çok lisansüstü eğitim alan kişilerin doktora derecesi olan personelin tutumunda daha anlamlı bir yönü olduğu gözlemlenmiştir.

5. KAYNAKÇA

BANERJEE, S.B. ve MCKEAGE, K., 1994: “How Green Is My Value? Exploringt Herelationship Between Environmentalism and Materialism”, In C. Allenand D. Roedder John (eds.), Advances in Consumer Research, Sa: 21, s. 147-152.

ÇAĞLAR, Y., 1997: “Sürdürülebilirlik ve Türkiye Ormancılığı”, Türkiye Çevre Vakfı Yayını, Ankara.

DOLAN, Paddy, “TheSustainability of SustainableConsumption” DIT Dublin Institute of Technology, s.35, 2002.

GRANT, J., 2008: Yeşil Pazarlama Manifestosu, (Çev. N. Özata ve Y. Fletcher), MediaCat Kitapları,

İstanbul.

- HAYTA, A. B., 2009: “Sürdürülebilir Tüketim Davranışının Kazanılmasında Tüketici Eğitiminin Rolü”, Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Sa: 10 (3), s. 143-151.
- HEKİMCİ, F., 2012: “Sürdürülebilir Yarınlar İçin; Sürdürülebilir Tüketim ve Enerji Verimliliği”, Anahtar.
- JACKSON, T., 2005: “Live Betterby Consuming Less?” Journal of Industrial Ecology, Sa: 9 (1-2), s. 19-36.
- KARALAR, R., 2006: “Çağdaş Tüketici Davranışı”, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- KARASAR, N., 2005: “Bilimsel Araştırma Yöntemi”, Ankara.
- KELLY, T.C., I.G. MASON, M.W. LEİSSAND, S. GANESH. University Community Responsesto On-campus Resource Recycling, Resources, Conservation and Recycling, Vol.47, 2006
- MİNTON, A.P. ve ROSE, R.L.” The Effects Of Environmental Concern On Environmentally Friendly Consumer Behavior: An Exploratory Study. Journal of Business Research”, 40, 37-48, 1997.
- ODABAŞI, Y., 2004: “Post Modern Pazarlama: Tüketim ve Tüketici”, Media Cat Yayınları, İstanbul.
- ODABAŞI, Y. ve BARIŞ, G., 2002: “Tüketici Davranışı”, MediaCat Kitapları, Ankara.
- ÖZDAMAR K., 1999: “Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi”, Kaan Kitabevi, Eskişehir.
- ÖZGÜVEN, İ. E., 1994: “Psikolojik Testler”, Yeni Doğu Matbaası, Ankara.
- ROBERTS, J.A., 1996: “Green Consumers in The 1990s: Profile and Implications For Advertising”, Journal of Business Research, Sa: 36, s. 217-231.
- ROBERTS, J.A ve STRAUGHAN, R.D .Environmental Segmentation Alternatives: A Look at Green Consumer Behavior in The New Millennium.Journal Of Consumer Marketing,Vol.16,558-575, 1999
- SELİCİ, T., UTLU, Z. ve İLTEN, N., 2005: “Enerji Kullanımının Çevresel Etkileri ve Sürdürülebilir Gelişme Açısından Değerlendirilmesi” III. Yenilenebilir Enerji Kaynakları Sempozyumu, 19-21 Ekim, Mersin Üniversitesi.
- SEYFANG, G., 2009: “Shopping for Sustainability: Can Sustainable Consumption Promote Ecological Citizenship?”in The Environmental Responsibility Reader.
- TANDAÇGÜNEŞ, N., 2011: “Pazarlama İletişiminde Sürdürülebilir Tüketim Olgusuna Farklı Bir Bakış: Ernest Callenbach ve Ekotopya Yapıtı Üzerine Hermeneutik Okuma Çalışması”, İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi, Sa: 41.
- TEKİN, H., 1993: “Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme”, Yargı Kitap ve Yayınevi, Ankara.
- YENİLMEZ, K. ve ÖZABACI, N., 2003: “Yatılı Öğretmen Okulu Öğrencilerinin Matematik ile İlgili Tutumları ve Matematik Kaygı Düzeyleri Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma”, Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Sa: 14, s. 132-146.

